

经济日报携手京东发布数据——

家电消费亮点多

为废旧家电找新家

李 苑

数据显示,我国家电保有量已超过21亿台,每年淘汰下来的大小家电量约为1亿台到1.2亿台。淘汰替换下来的废旧家电都是如何处理的?一些质量较好、成色较新的淘汰家电进入了二次销售渠道,而更多无法继续使用的废旧家电在拆除有用零件后被破碎分解。

废旧家电看似都有了新去处,但是总体而言,我国废旧家电回收体系还不甚健全,开展回收业务的企业也基本处于散兵游勇各自“作战”状态,不规范回收、违规拆解等现象大量存在,这不仅加剧了环境污染的风险,还导致资源循环利用的效率低下。

为各种淘汰替换下来的废旧家电找到合适的去处,关键在于坚持政府引导与市场主导相结合,打通

废旧家电的回收、处理、再利用全产业链条,畅通回收产业的市场循环渠道。

《关于完善废旧家电回收处理体系 推动家电更新消费的实施方案》的出台为产业发展提供了政策指导,有关部门应充分整合政策、资金、技术等各类资源,一方面可以引导更多社会资本进入废旧家电回收处理行业,促进家电回收行业快速、规范发展;另一方面鼓励家电生产企业延伸产业链,承担起部分废旧家电的回收、拆解、处理、再利用等工作。希望经过全社会共同努力,最终建立起一套完整规范、针对不同类型废旧家电的个性化定制回收系统,让所有的废旧家电都能找到新家。

说数

国产品牌电器频频“出圈”

国产品牌电器各年龄段消费大不同

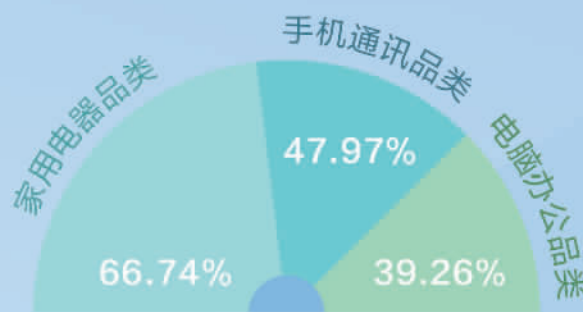
“95后”消费者更偏爱购买国产家电

- 16岁至25岁
- 26岁至35岁
- 36岁至45岁
- 46岁以上



国产品牌电器销售增长强劲

2021年国产品牌电器整体销售占比近50%



▲2021年国产品销售占比

电器新品“焕新”生活

各线城市家用电器类消费需求各异

- 一至三线城市 以大家电换新需求为主
- 下沉市场 以生活电器、厨房小家电新品购买为主

电器类新品销售金额同比增长 300%
尤其是下沉市场增长 达420%

1月至6月,创新品类产品销售迎来快速增长

扫拖一体机器人

70%以上
销量同比增长

轻薄笔记本电脑

50%
销售额同比增长

新风空调

6.5倍
销售额同比增长

较受欢迎的电器新品类
根据产品搜索热度及销售增长幅度推选

家用电器
集成灶·洗地机·新风空调
新品销售额占该品类整体销售额25%,同比增长500%

电脑数码
家用投影·运动相机·高端笔记本
新品销售额占该品类整体销售额40%,同比增长280%

手机通讯
折叠屏手机·真全面屏手机·高屏幕刷新率手机
新品销售额占该品类整体销售额70%,同比增长130%

节能减排电器产品大有可为

绿色低碳消费理念成新风尚

优先考虑“健康、环保、节能、绿色养生”的用户

32.5%

挑选高级能效产品的用户

74.2%

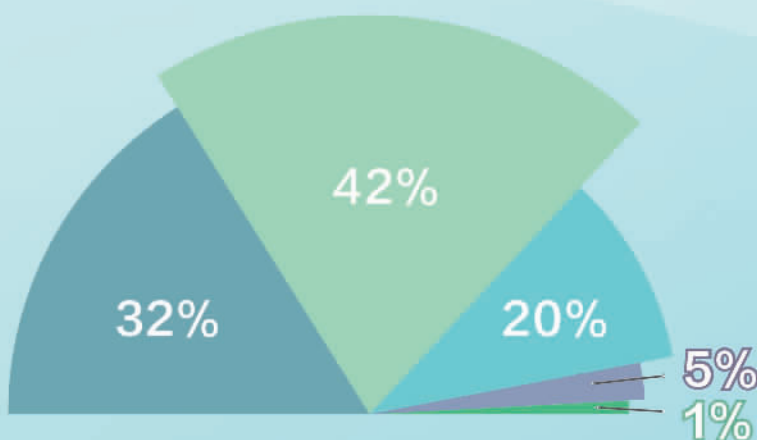
对“绿色产品认证”有认知并作为购买参考的用户

49.1%

▲用户占比

以旧换新已经成为手机行业标配服务

二手手机消费以年轻人为主,购机金额占比 70% 以上



▲不同年龄段购买二手手机金额占比

- 16岁至25岁
- 26岁至35岁
- 36岁至45岁
- 46岁至55岁
- 56岁以上

电器区域销售有差异

家电品类购买国产品牌TOP5城市

1 三亚	2 南宁	3 重庆	4 银川	5 乌鲁木齐
18.4	15.90	15.53	15.35	14.99

电脑数码品类购买国产品牌TOP5城市

1 上海	2 北京	3 南昌	4 南京	5 拉萨
16.11	16.09	15.93	15.74	15.60

手机通讯品类购买国产品牌TOP5城市

1 东莞	2 杭州	3 石家庄	4 深圳	5 哈尔滨
19.29	18.97	18.76	18.55	17.19

▲消费指数的排名

数据来源:京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚

数据周期:2021年1月至9月