

经济日报携手京东发布数据——

家电行业赛道升级

存量市场的破圈密码

当前，消费者对家电产品的需求已经从基础型转向品质型，家电市场的破圈密码正快速浮出水面——更好满足消费者多元化需求和对生活品质的追求，带来更优质的使用体验，就能受到市场更多青睐。

一方面，消费者生活方式的转变加速推动家电业产品和技术创新。例如，在娱乐场景下，以高刷新率为主要性能参数的游戏电视受到年轻人欢迎；在健康场景下，以大风量和净化功能为卖点的新风空调销量逐步走高；在厨卫场景下，更便捷的集成灶洗碗机，以及吸拖扫多功能一体洗地机持续热卖……基于消费者对美好生活的追求，家电品类正向着细分化、智能化发展。因此，实时了解消费者需求、把握不同人群的产品使用感受，已成为家电市场推动新消费、打开新市场的根本路径。

另一方面，随着收入水平不断提升，人们的消费意愿和能力持续升级，越来越多的消费者愿意为提高生活品质买单。其中，不同年龄、不同地域的消费者逐步分化，呈现出更多样的消费需求，以及不同的消费偏好，这些都是电器行业发展的新机遇。例如，从电器商品的“天然爱好者”——男性消费者的消费特点来看，未婚男性更符合悦己型消费特征，会根据自身喜好购买商品；已婚男性则会更多考虑家庭使用需求，偏好选购更实用、性价比更高的商品。

对此，商家需要对不同地区、不同人群定期开展消费调查，积极归纳整理消费者建议，针对各种需求和痛点推出相应产品。同时，还要利用自身多年的行业积淀和对消费脉搏的精准把握，为消费者带来更优质、更贴心的服务，继而在存量市场中快速破圈。

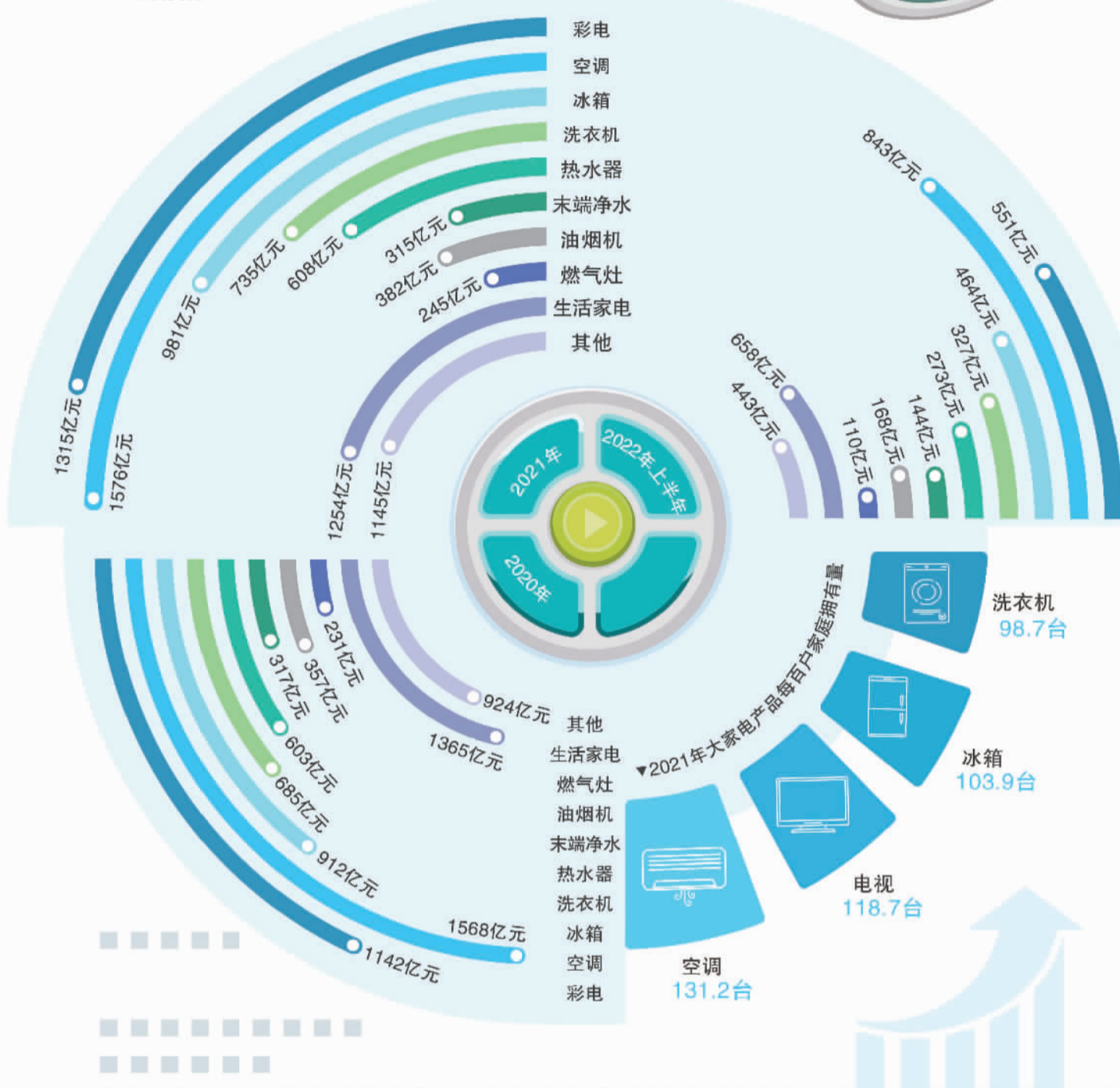
可以预见的是，未来家电市场会向着更细分化、更专业化、更专业化的方向发展，商家要提供更多元、更个性化的产品和服务，才能不断满足消费者日益增长的美好生活需要。

陆飞

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

说数

▼ 家电品类（不含3C）零售规模变化



传统大家电进入存量市场

近两年，全品类家电销售规模有所下滑，但新家电表现亮眼。同时，为满足不同人群个性化需求，越来越多企业开始在细分产品、精专品类上发力，新品层出不穷

在彩电消费上：

今年上半年，国内彩电市场



高刷新率（120HZ及以上）的游戏电视受热捧，今年上半年零售量同比增长400%

在家用空调消费上：

今年上半年，家用空调市场



预计2022年新风机零售规模提升至72亿元



在冰箱消费上：

今年上半年，冰箱市场



下半年市场将有起色，预计



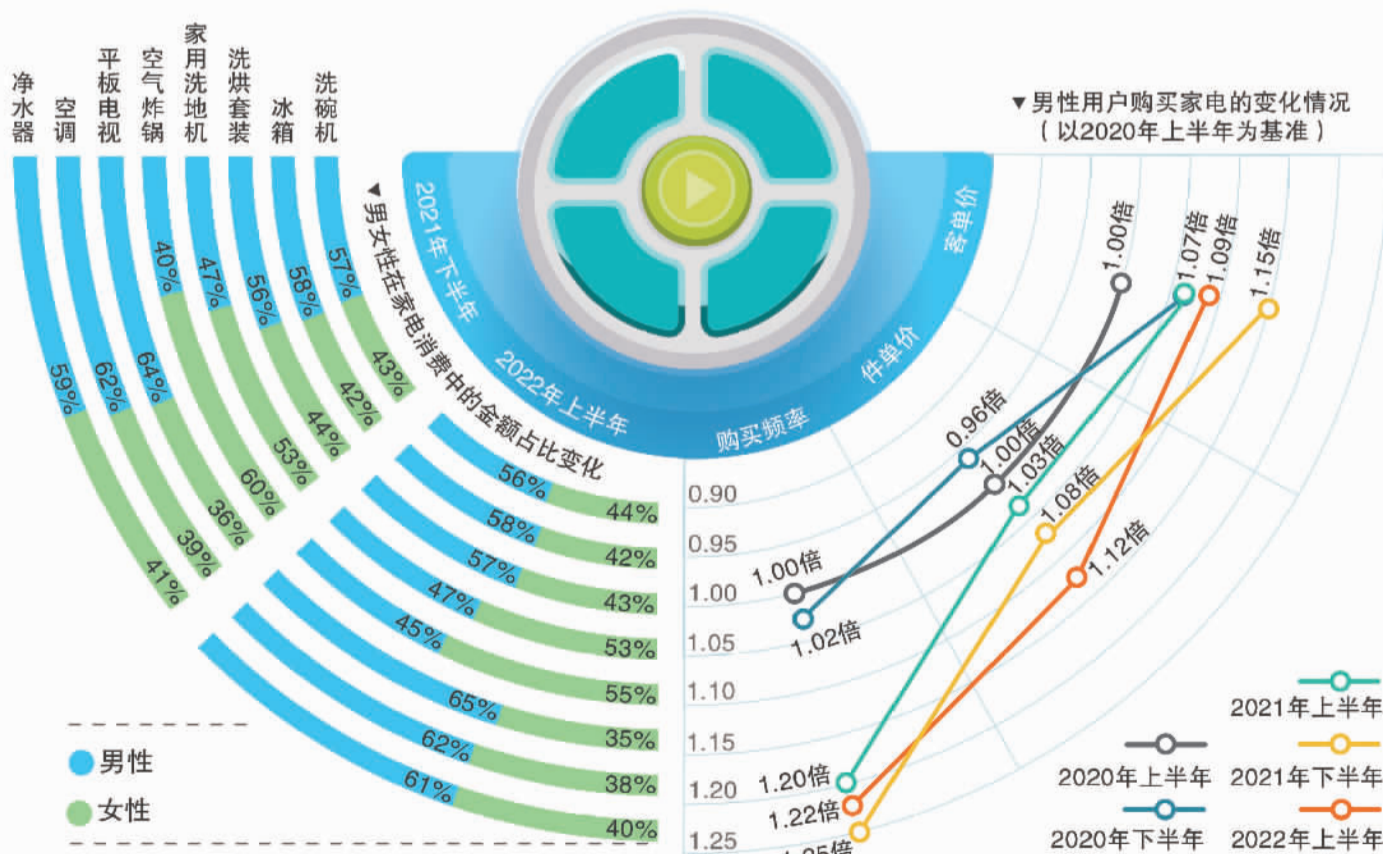
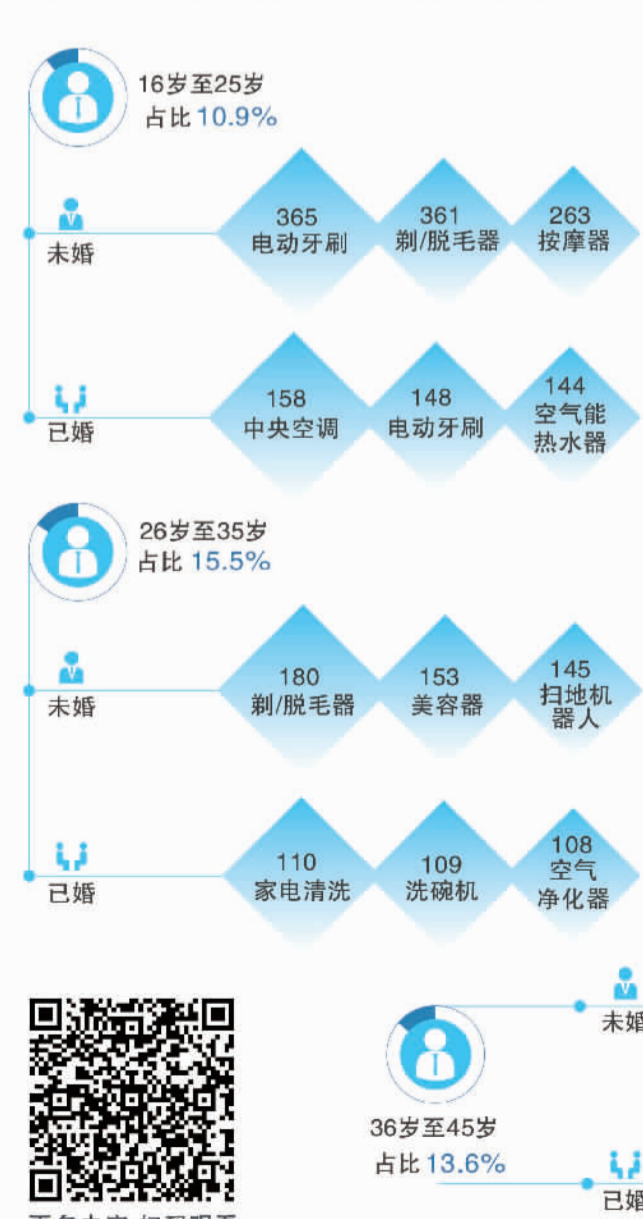
男性消费成电器行业新增长点

今年上半年，男性对厨房电器及清洁电器的消费热情大幅提升。同时，男性购买电器时目的性更强，在需求产生后，会迅速转化为实际购买行动

近年来，传统家电行业逐渐饱和，各品类渗透率普遍超过100台每百户。在这一情况下，家电市场需要调整发展态势，继续拓宽边界、创新产品，推出新型家电或者趋势产品，从而满足消费者的多元化需求，在饱和的市场中抢占新发展赛道，推动整体行业加速升级。

当前，男性消费者在全面提升家庭生活品质上表现出强烈的消费意愿，并呈现出关注领域不断扩张、消费品位持续提升、热衷社交购物等新特征。对此，相关商家在研发针对男性消费者的电器产品时，要更加注意创新，特别是兼具实用性和娱乐性的电器产品已成为畅销密码。

▼ 各年龄段男性消费者占比及对家电品类的偏好指数



不同地区男性消费者的家电消费偏好

▼ 各级市场男性消费者家电品类购买偏好指数



更多内容 扫码观看

数据周期：2022年上半年