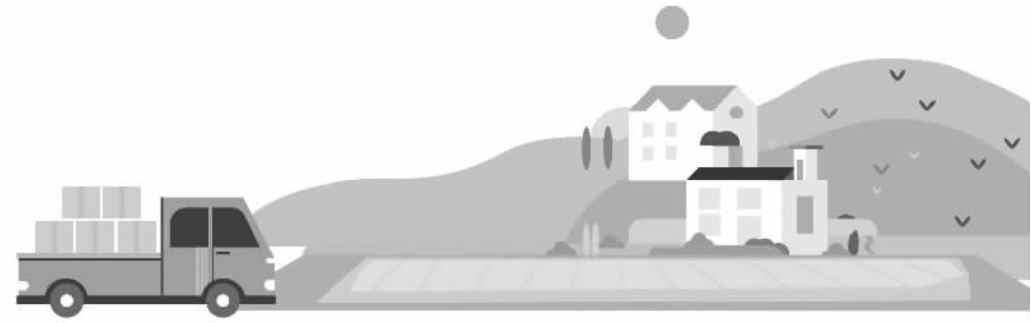


经济日报携手京东发布数据——

家电下乡升级换代



释放县乡消费潜能

近年来,国家持续推动乡村消费,要全面促进农村消费,有关部门和各级政府聚焦家电等大宗商品消费,家电下乡、以旧换新充分挖掘县乡家电消费潜力。

早在2008年,我国已开展过大规模家电下乡活动。10多年过去,最早一批家电早已超期使用,亟需更新换代。新一轮家电下乡,有助于更好释放下沉市场家电消费潜能,可谓正当其时。

当前,我国家电市场正由供给驱动转向需求驱动。在传统家电市场已趋于饱和的背景下,“标品思维”的竞争力日渐削弱,家电的功能从替代劳动向创造美好生活、提供情感需求转变,新品化、套系化、服务化逐渐成为行业发展的助推器。

对新品的追求,始终是市场的主旋律。科技水平的提升、生活观念和消费理念的变化,促进家电向品质、绿色、智能、健康、便捷等方向转型,智能投影、扫地机器人、洗地机等满足不同使用场景需求的新品层出不穷,结构升级成为新增增长点。数据显示,下沉市场消费者对新兴家电品类的接受度更高、普及速度更快,高端冰洗、彩电等零售额增幅均高于北上广等一线城市,展现出巨大的消费升级潜力。

套系化,是近两年城乡家电消费的突出特征。数据显示,套购家电的城乡销售月度占比和增速不断攀升。套购家电具有风格统一、性价比高、安装选购省心等优势。在家居家电一体化趋势下,家电企业深入布局前置市场,可以为消费者提供一站式全链路服务,提高产品丰富度及消费体验,为消费者带来更加便利、智能的家居生活。

打造高品质服务,是形成行业良性发展循环的重要方面。数据显示,县域农村用户对家电维修服务的关注度明显高于城市用户。做好家电维修服务在下沉市场的布局和延伸,对于树立企业口碑、提升品牌影响力竞争力至关重要。

下沉市场活力强。随着政策叠加刺激消费、市场化方式联动促销、支持家电企业渠道下沉、促进绿色智能家电有效供给等多个方面同步发力,撬动效应正加速显现,家电行业消费升级与产业升级有望实现互促共进,为消费者焕新美好生活,为高质量发展注入新活力。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

陆飞

下沉市场提质扩容

本轮家电下乡带动下沉市场电器消费快速增长

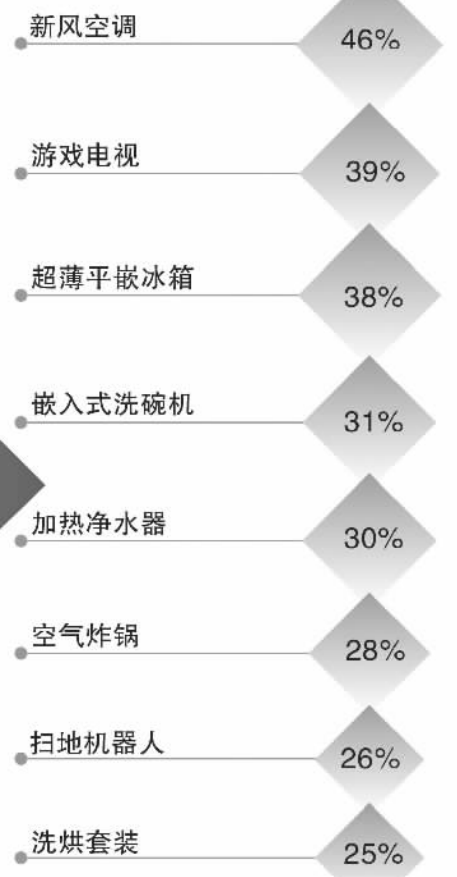


县域农村市场用户与一二线城市用户相比,更关注大件和基本生活电器,对家电维修服务的关注度也更高

▼2022年上半年县域农村市场消费者对电器的关注度指数排名(与一二线城市相比)

网红家电、新兴家电品类在县域农村市场快速渗透

▼2022年上半年县域农村市场对新兴家电品类成交额的贡献率



多个品类的新兴家电平均客单价大幅增长

▼2022年6月至8月县域农村市场家电平均客单价增长率



2021年,高端家电在下沉市场表现良好,零售额增幅为61%,远超一线城市35%的增幅

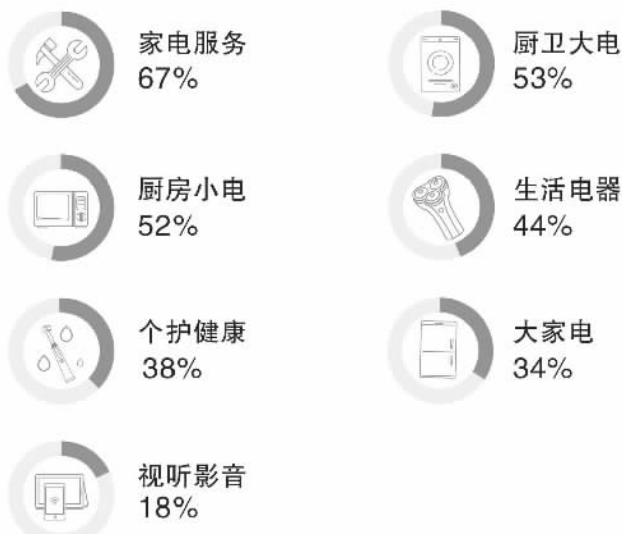
▼2021年主要高端电器在县域农村市场的销售额增长率



说数

改善细分需求的厨卫电器、小型电器等,在县域农村市场的销售增长显著,尤其是电器服务的增幅,已经成为拉动县域农村市场电器消费的新增长极

▼2022年上半年县域农村市场各家电品类成交额增长率(与2019年相比)



消费者画像

在县域农村市场,注重形象的年轻消费者更偏好个护电器,成熟消费者偏好能改善家居环境的电器,中老年消费者更青睐各类厨房小电器

▼县域农村市场各年龄段消费者对不同电器的偏好指数



虽然整体家电市场进入成熟期,但下沉市场的增幅依然较为强劲,而且正逐渐从扩容转向提质需求。家电下乡,不仅是销售或市场的机会,更是生活方式和消费理念的传导过程。相关企业和平台要关注下沉市场的家电一体化、套系化趋势,以及消费者在功能集成、智能娱乐、轻松生活等方面的电器需求,推动乡镇消费与大城市接轨,让优质新兴家电产品更快触达县域农村消费者。

在县域农村市场,年轻人的消费观念已和城市充分接轨,他们追求个性、国潮,在家电消费方面也体现出“悦己”特征;中年人群是家电市场的消费主力,家电消费的家庭属性更强,大家电和生活家电支出占比更高;“银发族”选购家电会更加关注实用和便捷,操作简单的养生科技类产品深受老年消费者欢迎。除了提供共性产品,关注不同人群、满足多元需求,是当下各家电品牌的发力方向。

套购家电凭借风格统一、性价比高、一体化安装等优势,越来越受消费者喜爱,且这一趋势在县域农村市场体现得更为明显

