

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

# 家电市场需深耕细作

## 说数

□ 本期点评 刘琦

我国是家电生产大国、消费大国，家电领域技术研发、储备、应用在世界范围内均属前列。与之对应的是，家用电器刚性需求特征明显，数字化进程持续加快。在把拉动消费摆在优先位置的当下，进一步激发家电消费活力、挖掘家电消费潜力，意义重大。

春江水暖鸭先知。作为家电行业的龙头企业，其营收数据具有先行性和指标性意义，需要深入研究。根据相关企业财报，2022年上半年，美的集团、海尔智家和格力电器的营收分别达到1837亿元、1218.6亿元和958亿元，其半年营收便已接近或超越10年前的全年营收。新品牌不断涌现，新品层出不穷，龙头企业呈现出健康发展的良好势头。

龙头企业发展稳健，其他企业也不甘落后。研究显示，在生活和清洁小家电领域，一批曾蛰伏幕后的制造业企业走向前台，借助一系列新品，迅速抢占市场，赢得用户，迎来了发展的高光时刻。

总体而言，当前家电市场在消费场景和消费模式方面，正在发生深刻而持久的变化。

其一，消费场景不断拓展，家电企业正深度挖掘新需求。随着消费需求的多元化、精细化，传统家电已经难以满足消费者在新场景的新诉求。洗碗机、洗地机、扫地机器人等新产品应运而生。这些新产品造就了一条新赛道，为企业发展注入了新动能。

其二，消费模式迭代升级，以服务打通增长通道成为常态。当前，我国有超5000万户家庭进入家电换新周期。但受原材料成本持续上升、疫情冲击等因素影响，家电市场表现疲软，内销需求释放不足。对此，政策端、产业端、渠道端都在积极发力，优化产销渠道政策，以旧换新、节能产品补贴等服务相继落地。目前，消费者选购意愿明显提升，家电行业活力持续增强。

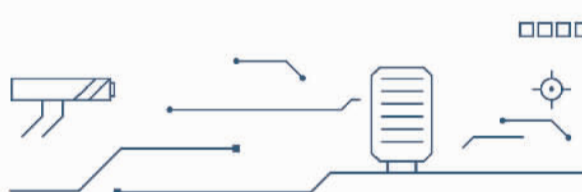
下一步，家电企业要根据行业新变化、用户新需求，打造消费新业态，构建消费新场景，进一步挖掘家电这个万亿元级别市场的巨大潜力。

(点评人:京东消费及产业发展研究院院长)



在激烈的市场竞争中，家电企业不能固步自封，应该进一步加大创新力度，不断迭代升级各类新品，实现新的突破。建议相关企业通过基础设施下沉和体验创新，激活下沉市场潜力并推动趋势品类和新品发展，为家电行业在存量市场中开拓增长点，为行业高质量增长做出贡献。

面对复杂的内外环境，家电企业要在产业结构、渠道结构等方面深入研究并探索各种新型解决方案。建议相关企业上下游共同努力，加强产销渠道下沉及优化，推动数字化制造能力升级，以更贴近消费者需求的方式生产和创新，进一步加速数字化的升级转型。



## 3 家电行业发展面临的挑战

### 原有市场趋于饱和

从实际需求来看，在经历“家电下乡”“以旧换新”等惠民政策后，城镇和农村常用家电产品保有量已处于高位，需求增长缓慢

### 毛利率有所下滑

面对挑战，家电行业以高质量发展破局，新品牌、新品类、新产品层出不穷。2016年以后龙头企业毛利率有所下滑，但净利率保持健康平稳态势



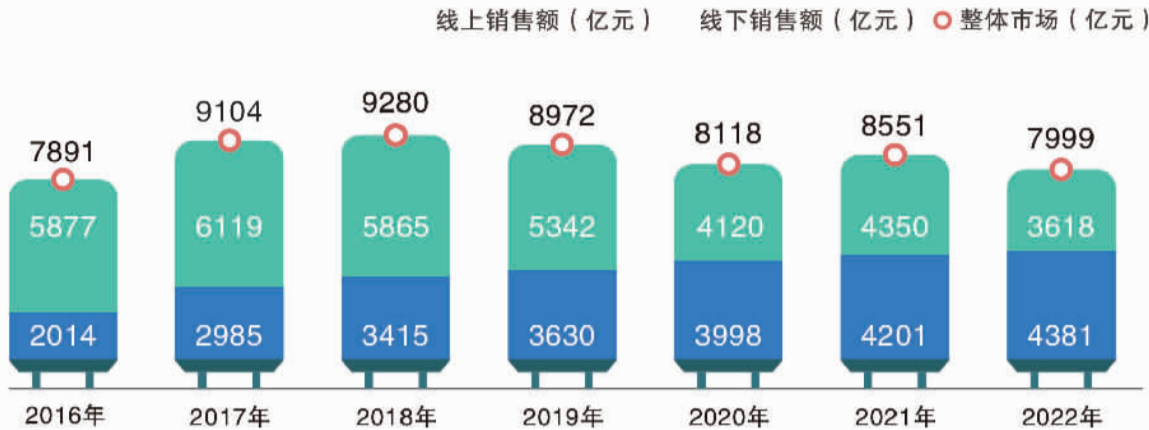
更多内容 扫码观看

- 美的集团
- 海尔智家
- 格力电器

## 1 家电行业发展情况

### 纯家电市场规模变化

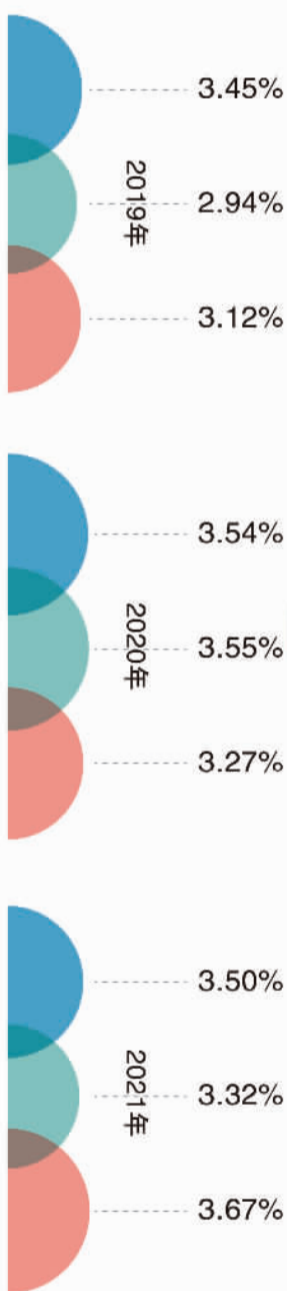
2016年以来纯家电市场规模及增长



## 2 家电企业发展情况

2019年至2021年，家电行业龙头企业研发费用占营业收入的比例

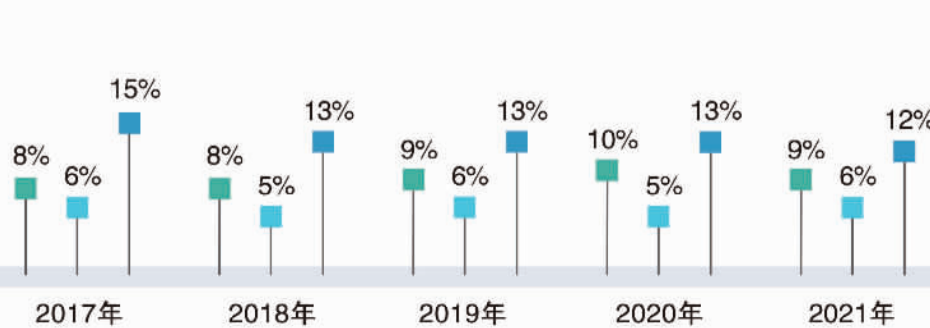
- 美的集团
- 格力电器
- 海尔智家



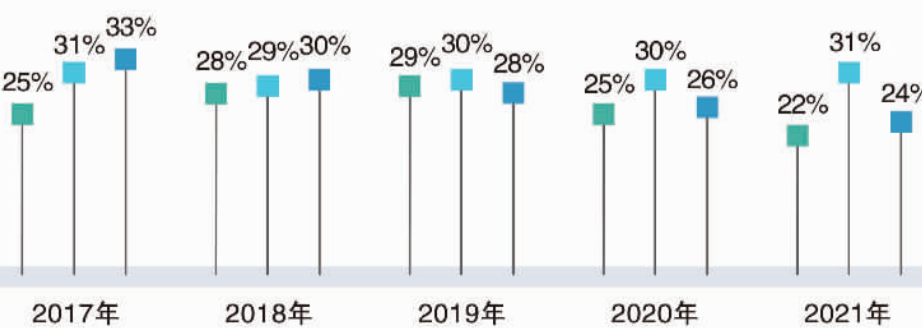
过去10年间



2017年至2021年家电行业龙头企业净利率



2017年至2021年家电行业龙头企业毛利率



截至2022年 家电行业主营业务收入

