

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

节水产品市场需求大

说数

□ 本期点评 刘琦

随着经济社会持续进步,人们对节能环保、健康产品的需求与日俱增,节水产品市场也顺势进入快速发展期,成为家电“红海”中的新增长极。作为推动消费升级和产业升级的重要动力,节水产品市场还需制定更精确的行业标准,以及更完备的补贴措施。

一方面,国家发布实施的强制性能效标准提高了节水产品行业门槛,净化了市场竞争环境,提升头部企业的竞争力,有利于行业的长期发展。例如,《洗碗机水效标识实施规则》实施以来,洗碗机行业发展势头迅猛,2022年洗碗机1级水效产品成交额同比增长近一倍。

另一方面,从消费者认知来看,节水家电产品已经从原来的“选配型”变成了“刚需型”。其中,横向用水场景逐渐从原来的日常“喝净水”场景,发展到洗菜做饭等“用净水”场景;纵向用水需求则在健康、安全的基础上,升级至多功能产品。相关企业应加大场景化产品研发力度,不断满足消费者的多元化需求。

此外,消费者对节水产品的价格较为敏感。如何解决“刚需+价格敏感”这一问题,还需政府和企业携手共促。政府端可以考虑通过节能补贴、消费券等方式加大对此类产品的补贴力度;企业端可以通过技术升级和C2M等方式优化供应链、降低成本,在尊重创新、保证利润的前提下实现“精准命中需求”的商品投产,为消费者生产出最适合、最需要、最实在的产品。

(点评人:京东消费及产业发展研究院院长)

1 用水类家电产品消费趋势

各类型用水家电消费额结构变化情况

大型家电

洗碗套装



洗衣机



家居电器

智能花洒



软水系统



环境电器

净水器



注:2022年结构指数为1,2023年指数大于1则说明该品类消费额占比提升,小于1则说明消费额占比下降

洗碗机



热水器



智能坐便器



加湿器



2 节水类家电产品消费趋势

节水类产品消费额环比增长情况

大型家电

洗碗机

热水器

洗烘套装

洗衣机

家居电器

智能花洒

智能坐便器

软水系统

环境电器

加湿器

净水器

洗碗机

洗烘套装

热水器

洗衣机

智能花洒

智能坐便器

软水系统

环境电器

加湿器

净水器

洗碗机

洗烘套装

热水器

洗衣机

智能花洒

智能坐便器

软水系统

环境电器

加湿器

净水器

洗碗机

节水类产品消费额占比增长情况

大型家电

洗碗机

洗烘套装

热水器

洗衣机

家居电器

智能花洒

智能坐便器

软水系统

环境电器

加湿器

净水器

洗碗机

洗烘套装

热水器

洗衣机

智能花洒

智能坐便器

软水系统

环境电器

加湿器

净水器

洗碗机

洗烘套装

热水器

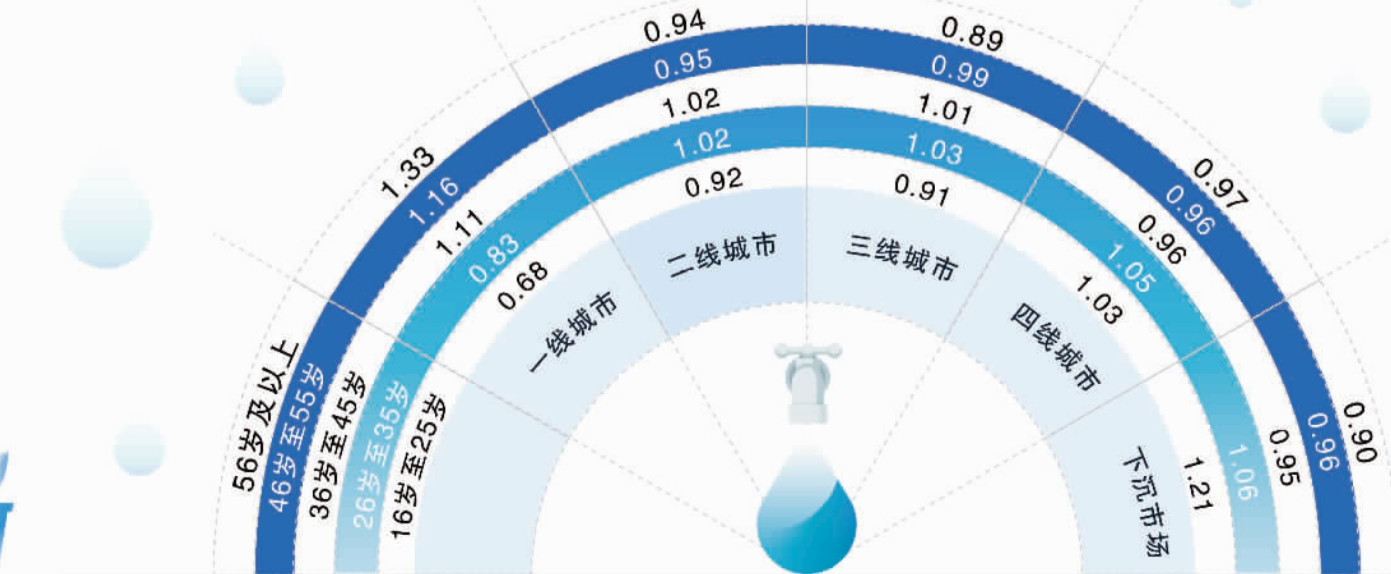
洗衣机

智能花洒

智能坐便器

软水系统

各类消费者的节水产品偏好度对比



各类型用水家电消费额环比增长情况

大型家电

149.3%

96.9%

96.3%

84.5%

500.5%

103.1%

97.4%

90.9%

55.8%

103.1%

97.4%

90.9%

55.8%

103.1%

97.4%

90.9%

55.8%

103.1%

97.4%

90.9%

55.8%

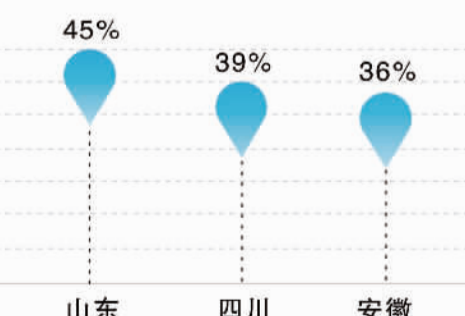
103.1%

97.4%

近年来,健康安全生活理念愈发流行,健康、环保、节能电器消费也顺势进入高速增长期。随着市场竞争进入白热化,相关厂商要想取得更大进步、占有更多市场,需要进一步洞察消费者的真实需求和痛点,并不断据此对产品进行迭代升级,这样才能在竞争中脱颖而出。

注:除特别说明外,本版数据均为2023年1季度环比2022年4季度

节水产品消费额环比增长最快省份



节水产品消费额TOP5省份



从行业角度来看,节水类电器市场的竞争已度过初始阶段,整体市场份额开始向头部集中。接下来,行业发展机会将集中在打造差异化竞争优势上。建议相关企业聚焦居家场景消费,重点满足消费者的细分需求,积极拓展细分赛道,实现由点到面的突破。



更多内容 扫码观看

数据周期:2023年1季度环比2022年4季度