



## 产品迭代速度加快 家电市场仍然蕴藏红利

本报记者 谷月

2019年家电市场以平淡收场，彩电市场规模连续三年下滑，白电市场“稳”字当头。2019年家电市场不乏亮点，国家激励消费政策频出，产品结构升级加速推进，品质家电销售持续提速，5G加速商用和超高清视频发展战略进一步提速。2020年，中国家电市场将走出怎样的发展曲线？

### 低迷期或许比预期长

2020年，家电行业产能加码仍将延续，由增量市场向存量市场转变加速，家电企业面临巨大挑战。

在接受《中国电子报》记者采访时，智愚资讯总经理魏军表示，预计今年家电企业的运行将相对平稳，市场低迷持续时间或许比预期长。

首先，家电市场规模在收缩，替换和新增需求减缓。目前，家电行业已经进入稳定发展期，由于家电与房地产的强关联性，随着房地产市场的持续低迷，家电的销售情况不容乐观，库存问题依然是“大麻烦”。

其次，马太效应凸显，行业加速洗牌。随着头部企业的规模效应、品牌优

势、渠道优势以及成本优势越发明显，市场份额会更加偏向大品牌。家电行业将加速洗牌，转型慢一步的企业将掉队。

在这种大环境下，企业精细化运营将成为主要趋势，倒逼企业做差异化。因为随着消费者消费习惯和场景的改变，消费者的品牌黏性不断下降。企业如果想持续吸引消费者眼球，必须更精细化运营。魏军认为，2020年家电行业营销手段的复合化、立体化升级会成为一大看点。

2020年，价格战仍是家电行业绕不开的话题。2019年，由于价格战，没有绝对龙头企业彩电行业经受了极大的生存压力，虽然仍有不少局外企业不惜跨界进

入，但短时间内仍难以扭转市场局面。

上游液晶面板市场回暖，“智慧大屏”等创新产品的不断推出，国家推进超高清视频产业战略的落地将为市场重新注入活力。不过，业内人士对于2020年彩电市场较为一致的判断是“价格战还会继续”。

在行业老大格力的带动下，国内各大空调品牌在2019年岁末进行了一轮价格角力。这轮价格战背后，既有企业各自的盘算，也有部分原因是，赶在史上最严的空调能效标今年下半年生效前，清理不符合能效标准的库存。虽然目前空调库存已经从最高水位回落，但仍是未来价格战的重要诱因。

家电消费升级趋势将持续，产品升级的迭代速度会加快，我国家电市场仍然蕴含着巨大的消费红利和新的契机。

产品的“颜值”。

中国电子视像行业协会执行秘书长彭健锋强调，“科技驱动、智慧生态”将成为2020年家电厂商参与市场竞争最大的亮点。

苏宁易购集团家电集团副总裁范志军认为，成套系家电会是一个趋势。首先成套系家电可以实现企业的利益最大化，降低销售成本；其次，成套家电更方便智能控制，装一个APP就可以提前享受到这种类物联网的概念；此外，消费者也可以节省挑选时间，效率快。

在摸清时下最流行的“家电大连接”趋势后，越来越多的企业将在2020年进行更多融合，或是建立自己的生态圈，以求获得更大的用户基数和整体配套家电的销售。

随着家电企业纷纷将重点转向加强内功修炼，整体市场会有一个好的表现，产品亦不乏亮点。

行分体，并且单体可实现温度从全冷藏至全冷冻的随意切换。

“懒人经济”催生出来的需求，将促进洗碗机、蒸烤一体机、垃圾处理器等家电市场规模持续提升。据GfK预测，2020年全国小家电市场整体规模有望达到1580亿元。其中包括吸尘器和扫地机器人的清洁类家电保持快速增长是大概率事件。尽管厨电市场的压力警报尚未解除，但厨电新型品类将呈现快速增长。其中洗碗机和蒸烤箱都会保持两位数增长。

另外，受突发新冠肺炎疫情的影响，2020年春节我国大家电销售同比下滑严重。不过此次疫情也培养起国人对健康家电的消费意识。洗手器、除菌拖把、除菌洗衣机、洗菜机、消毒柜、空气净化器、净水机等能有效解决消毒、卫生、健康需求的家电产品，2020年的销售有望持续走高。

## 复工复产大考

(上接第1版)

产业链上下游衔接不顺方面，各行业企业都普遍面临着上下游合作伙伴由于延迟复工导致物料紧张，延迟交付的困境。北京中电科电子装备有限公司表示，受疫情影响公司的供应商和客户也没有完全复工，外协、外购和合同订单交付周期受到影响；鼎材科技表示，疫情对公司影响最大的是新产品开发计划的延迟和供应商未能按时复工供应原材料；TCL华星表示，部分生产材料供应可能因供应商延期复工等因素出现短期迟滞；阿格雷雅的主要原材料供应商处于疫情比较严重地区，生产恢复有待时日，加之化学品、危化品物流通道受阻，成本飙升，导致企业正常生产难以开展，极大影响生产计划的安排和实施；万和表示，目前万和产线复工率超过65%，但产能还未恢复到正常计划的一半，在原材料采购方面也受到了一定影响，产品加工所需的部分零部件暂时无法采购。

物流运输停滞，带给各企业的影响是普遍的。受物流受阻、运输时间明显拉长的影响，北京北方华创微电子装备有限公司第一季度有部分交付出现延期；阿格雷雅表示由于物流严重受阻，产品短期内难以交付也将使企业产生巨大损失，尤其是国外市场，受影响最大。

此外，企业的复工复产的第一要务是保证员工健康安全，口罩、消毒液等疫情防控物资紧缺，已在一定时期内成为企业复工复产面临的难题。

### 地方：分类分批推进复工

各地方政府采取了一系列卓有成效的措施，有力帮助和支持各类企业分类分批复工。

浙江省实行精密性智能控制，采取“一图一码一指数”的管理策略。“一图”，即疫情图，浙江根据各县疫情风险状况，用五种颜色进行等级区分，只有低风险的县，才鼓励推进复工复产；“一码”，即健康码，分绿码、黄码、红码三种二维码，拥有绿码即绝大多数人能自由流动，红码、黄码人员则进行必要隔离；“一指数”，即精密智控指数，由管控指数和畅通指数构成，浙江用这个指数，作为KPI，对各设区市进行评价。据摸排，全省777个小微工业园已有167个园区不同程度复工，园内复工企业共659家。

天津市工信局推出众多举措，有力帮助和支持各类企业分类分批复工。截至2月14日，全市共有463家规模以上工业企业已实现复工复产，包含城乡运行、疫情防控、能源供应、交通物流、医用物资、生活必需品等九大领域。

安徽省政府召开全省工业企业复工复产电视电话会议，安排部署在严格做好疫情防控工作的前提下，有序推动全省工业企业复工复产工作。截至2月18日，全省规模以上工业企业已复工5751户。2月15日，安徽印发《关于加强疫情防控有序推进企业复工复产统筹推进经济社会发展各项任务的意见》的通知，要求分类制定重点项目开工时间表，统筹组织4200个省重点续建项目有序复工，推进1800个重大项目新开工，并实行清单式管理、责任化推进。截至2月14日，全省已有64个重点项目复工复产。

福州市聚焦产值、数量占比70%的规上工业企业，着力“四个突出”，有序有力有效推进企业复工复产。截至2月14日，福州市规上工业企业2329家，已复工复产1572家。加强市县两级上下联动，由福州市工信局牵头成立8个工作小组，包干挂钩产值5亿元以上未复工复产规上工业企业(产值约占全市的71%)；由各县(市)区、高新区工信部门建立领导包干挂钩、重点企业驻点机制，全面对接5000万元~5亿元未复工复产规上工业企业(数量约占规上工业企业总数的70%)。

### 企业：积极实施自救

在国家政策的扶持和各级各地政府的有力指导下，推动企业复工复产，离不开各行各业的守望相助，更离不开企业的“自救”，以及“变危为机”实现自身的发展壮大。对此业内人士指出，企业目前应积极调整经营策略，与上下游合作，将疫情防控带来的影响降到最低。

华润微电子表示，公司加强与客户和供应商层面的交流，公司常务副董事长亲自发公开信向客户和供应商朋友们汇报公司情况。而在客户方面，公司积极与客户沟通过当前订单需求及后续订单预测，提前做好备料和产能支持调配方案，共同保障高效有序复工。

国星光电负责人表示，公司与外部用人中介达成一致，可以解决部分员工缺口。另外，公司在尝试试点智能制造生产线，将尽快摸索经验予以推广，缓解一直困扰企业的用工问题。

亨通集团协调统筹国内13个省市备库，确保供应不中断。在复工之后，亨通集团根据实际情况安排生产计划，保证并逐步提高产量，履行对客户的承诺。此外，为了减少疫情对海外业务的影响，亨通集团积极利用该公司全球分布的子公司资源，主动克服疫情带来的国际供应链紧张、订单获取及交付延迟等系列问题，及时采取多种措施保障海外业务正常开展，确保相关产品如期交付。

维信诺表示，针对受疫情影响未来可能发生的原材料暂时性短缺，公司也在通过积极协调供应商及物流渠道、调整生产策略等多种方式保证原材料供应及产线运营。

海尔内部人士表示，复工复产将以健康家电为主，比如实现高温杀菌的空气洗衣机、杀毒率更高的消毒柜等产品，通过改善产品结构抓住当前消费市场的核心需求。

企业的复工复产，需要政策和政府的支持、激励，也需要树立全行业共同体的大局意识。企业应积极从自身出发做好复工复产的准备，根据自身特点以及行业特点，审视问题，排查不利因素，寻找并抓住突破与转型的机会，降低疫情冲击的影响，谋求长远发展。迎难而上，为企业的发展和员工生话延续迈出坚实的一步。

### 各类家电产品亮点多

业内观察人士刘步尘分析认为，2019年家电行业之所以难，是在同质化营销和功能、配置雷同的产品面前，消费者逐渐失去了购买动力。不过他相信，随着家电企业纷纷将重点转向加强内功修炼，整体市场会有一个好的表现，产品亦不乏亮点。

彩电方面，8K无疑是焦点。东京奥运会、欧洲杯等重要体育赛事以及5G商业化加速，将合力推动8K时代加速到来。在年初的CES上，8K、激光、OLED、QLED、Mini/Micro LED、智能屏等都带来了令人惊艳的新产品，可旋转、可升降、可交互电视为2020年电视市场提供了更多想象空间。另外，大尺寸产品将继续维持高速增长。据奥维云网预测：65英寸以上产品的销量占比将首次突破20%，75英寸也不再是客厅的极限，80英寸以上产品将同比增长超过150%。

加速刺激家电行业重新洗牌。

虽然普遍预计今年家电业形势不会明显好转，但业内人士都认为，随着消费结构和消费需求的变化，国内家电消费升级的趋势将持续，产品升级的迭代速度会加快，我国家电市场仍然蕴含着巨大的消费红利和新的契机。

2020年，彩电业会加快高端产品转型，大尺寸、高品质、新技术产品仍是所有彩电企业的关键词。带有高效除菌、健康保鲜、健康防护等健康功能的洗衣机、自清洁空调、抑菌清洗电热水器等家电产品的市场份额将进一步提升。新兴健康家电品类将快速增长，多元化需求会催生更多个性化品类。消费者将更加看重家电产

品的“颜值”。

中国电子视像行业协会执行秘书长彭健锋强调，“科技驱动、智慧生态”将成为2020年家电厂商参与市场竞争最大的亮点。

苏宁易购集团家电集团副总裁范志军认为，成套系家电会是一个趋势。首先成套系家电可以实现企业的利益最大化，降低销售成本；其次，成套家电更方便智能控制，装一个APP就可以提前享受到这种类物联网的概念；此外，消费者也可以节省挑选时间，效率快。

在摸清时下最流行的“家电大连接”趋势后，越来越多的企业将在2020年进行更多融合，或是建立自己的生态圈，以求获得更大的用户基数和整体配套家电的销售。

随着家电企业纷纷将重点转向加强内功修炼，整体市场会有一个好的表现，产品亦不乏亮点。

行分体，并且单体可实现温度从全冷藏至全冷冻的随意切换。

“懒人经济”催生出来的需求，将促进洗碗机、蒸烤一体机、垃圾处理器等家电市场规模持续提升。据GfK预测，2020年全国小家电市场整体规模有望达到1580亿元。其中包括吸尘器和扫地机器人的清洁类家电保持快速增长是大概率事件。尽管厨电市场的压力警报尚未解除，但厨电新型品类将呈现快速增长。其中洗碗机和蒸烤箱都会保持两位数增长。

另外，受突发新冠肺炎疫情的影响，2020年春节我国大家电销售同比下滑严重。不过此次疫情也培养起国人对健康家电的消费意识。洗手器、除菌拖把、除菌洗衣机、洗菜机、消毒柜、空气净化器、净水机等能有效解决消毒、卫生、健康需求的家电产品，2020年的销售有望持续走高。