

洗衣机：产品结构显著升级

2021年上半年洗衣机市场经历了先扬后抑，年初开启的强劲增长势头在4月受到遏制。由于去年同期市场规模基数较低，洗衣机市场上半年仍然实现了线上线下比翼齐飞，整体市场零售额为386亿元，同比增长23.3%。线下渠道零售额191亿元，线上渠道零售额195亿元，线上渗透率再进一小步，为50.5%。

主流消费高端化

随着消费者对品质生活需求的提升，洗衣机市场主流消费趋势呈现高端化、品质化和套系化的特征，产品结构升级显著。滚筒洗衣机、干衣机、大容量段产品的市场份额持续增加，成为洗衣机市场增长的引擎。洗衣机双线市场的产品均价同比呈上升趋势，线上产品的价格虽不及线下，但同比增幅更明显。另外，线上3000元以上、线下5000元以上中高端产品的零售额占比提升幅度更大。

滚筒洗衣机的市场表现依然优于其他品类，零售量和零售额占比分别达到56.9%和80.3%。波轮和单缸洗衣机的市场份额继续下滑。在上半年最大促销节点“6·18”期

间，洗烘一体机线上零售额同比增长17.3%，滚筒单洗同比增长13.7%，波轮洗衣机同比下降8.4%。奥维云网的监测数据显示，滚筒洗衣机“6·18”期间的零售额占比已经达到85%，线上产品的升级也主要围绕滚筒烘干产品展开。

作为新兴品类，干衣机的市场规模迅速扩大。奥维云网的推总数据显示，上半年干衣机零售量和零售额分别同比增长61.1%和116.4%。9公斤产品是目前干衣机市场的主流，10公斤产品的零售额份额增长也很快。在线上，热泵干衣机最受消费者欢迎，零售额占比已经达到87.4%，线下这一比例更是超过了90%。

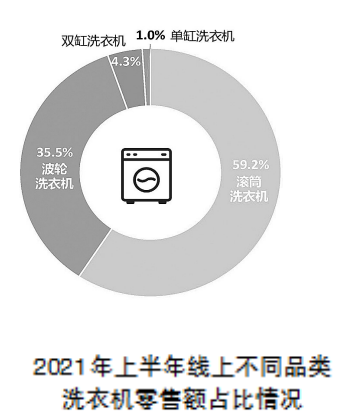
从容量上看，8公斤至10公斤以上产品的市场份额均保持增长，10公斤及以上容量段的线上和线下零售额同比增长尤为明显，零售额和零售量市场份额牢牢占据首位。10公斤容量段的零售额和零售量占比进一步提升，分别达到44.6%和60.1%，8公斤以下各容量段的市场占比则出现不同程度的缩水。

健康智能需求带动产品更迭

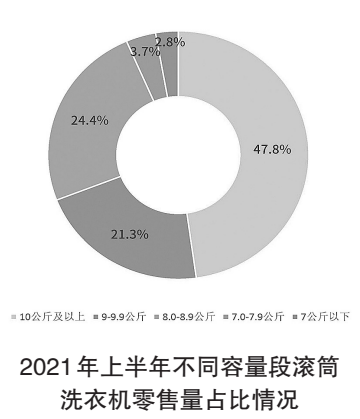
健康化、智能化和场景化带动

了洗衣机市场的更新迭代，多种除菌方式的洗衣机、分区洗衣机、智能投放功能的洗衣机、蒸汽除菌洗衣机、洗干套装等产品，具有可观的溢价能力，也深受消费者喜爱。“6·18”大促期间，分区洗产品的零售额同比上升55.6%，蒸汽除菌产品零售额同比增长15.5%，智能投放功能产品的零售额同比增长111.6%，干衣机零售额同比激增294.0%。

从品牌表现看，洗衣机市场头部品牌持续发力，扩张市场份额，市场品牌集中度稳步上升。上半年，各品牌的产品结构进一步优化，国内品



牌依靠高性价比巩固了对于国外品牌的市场份额领先优势。以干衣机为例，海尔的市场份额在线上已经反超西门子，占据市场首位；在产品均价上，海尔、小天鹅等国内品牌逐步缩小与西门子、博世的差距。整体而言，海尔、小天鹅、美的、西门子、松下占据市场份额前五位，合计市场占比超过85%。在一线品牌中，海尔的市场份额保持领先，依靠卡萨帝的优异表现，在万元以上高端市场的市场份额超过一半；小天鹅零售额占比同比增幅最大，美的、西门子的零售额份额则有一定程度下滑。



厨房电器：受益“宅经济”长尾效应

依靠宅经济的长尾效应，2021年上半年厨房电器市场明显回暖，零售额为725亿元，同比增长27.6%。线上零售额为243亿元，渗透率进一步提升为33.5%。洗碗机、集成灶、嵌入式等产品延续了良好增长态势。

集成灶爆发式增长

集成灶取得爆发式增长，上半年整体市场规模达到113亿元，同比上涨73%，是厨电中涨幅较大的品类。蒸烤一体是集成灶产品升级的主导方向，烟灶消集成灶、烟灶蒸集成灶以及烟灶蒸烤集成灶均取得不错的市场成绩。烟灶蒸烤集成灶表现尤为亮眼，在1万元~1.2万元价格段，线上市场份额达到57.3%。京东数据显示，2021年上半年，集成烹饪中心产品零售额同比增长268.4%，成为厨电市场增长最快的品类。

洗碗机在健康理念的推动下继续升温，不仅洗涤性能更上一层楼，也更加注重消毒除菌。上半年洗碗机零售额为46亿元，同比上涨25%。随着产品技术迭代，洗碗机集成化已成潮流，在套数方面，10套以上洗碗机已经占据市场主流。各大品牌在13套全尺寸嵌入式、集成式洗碗机上纷纷加大投入。洗碗机市场品

牌竞争加剧，以线上市场为例，积极“跑马圈地”的国内品牌在与国外品牌的竞争中开始占据上风。奥维云网数据显示，线上市场“6·18”期间，以美的、海尔为代表的国内品牌的零售额市场份额达到25.1%，以方太、老板等为代表的国内专业厨电品牌占比为5.6%，以西门子、松下为代表的国外品牌占比为21.6%。

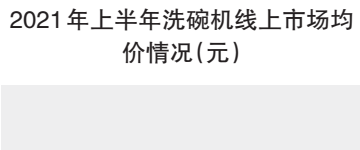
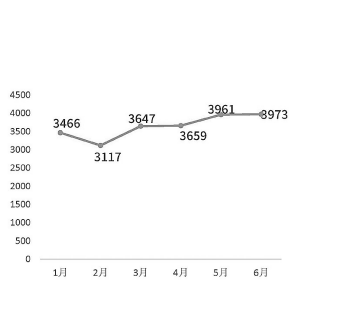
上半年，相较传统厨电功能更多元、占地面积更小的嵌入式复合一体机，占据了压倒性的市场优势。蒸烤、微蒸烤、微烤、微蒸等嵌入式一体机为消费者提供了更多的功能和容积段选择，渗透率提升很快。上半年，嵌入式复合一体机零售额为25亿元，同比上涨53%，产品升级重点从容积和内胆材质，转移到提升烹饪智能化和健康化体验上。在线上，凯度电烤箱、苏泊尔蒸烤箱蒸烤一体机嵌入式烤箱电蒸箱、老板48L大容量多功能电蒸箱电烤箱二合一蒸烤一体机等成为高增长明星产品。

厨电均价上升

受原材料价格上涨的影响，厨电各品类均价有一定上升。奥维云网数据显示，上半年油烟机全渠道均价同比上涨11%，消毒柜同比上涨16%，洗碗机同比上涨13%，集成灶同比上涨11%。

产品技术的快速迭代让厨电市场持续活跃，市场促销活动节奏密集。从1月初的年终大促、2月的年货节、3月的春季家装节，到之后的厨卫品质盛宴、“嗨购五一”、“6·18”大促等，厨电促销正走向日常化。此外，抖音、快手等直播电商平台及薇娅、李佳琦直播带货KOL纷纷发挥效力，为厨电品牌创造新增量。

当下，厨电行业正在由过去的“普及”切换到“换新”赛道，厨电新品的结构性占比进一步提升，新品迭代提速。在Z世代消费者更青睐的“颜值经济”基础上，厨电产品聚焦于形态革新，如燃气灶的可调节底盘设计、油烟机的双腔和国潮联名设计、电热水器的纤薄设计、洗



生活家电：市场两极分化

上半年，生活家电的销售继续回暖的同时，加速向线上迁移，零售额达到1048亿元，同比上升15%。线上市场零售额828亿元，渗透率进一步提升，达到79%。

新兴生活家电规模持续增长

生活家电市场呈现两极分化趋势。一方面，传统生活家电在去年高基数影响下，销售承压，特别是生命周期步入成熟阶段的部分传统品类的销量走低，市场规模出现负增长；另一方面，随着消费者对健康、养生、品质和智能等需求的逐渐提高，个护类、美容健康类、清洁类等新兴生活家电市场规模持续增长。

奥维云网全渠道推总数据显示，上半年，厨房类生活家电（包括电饭煲、电磁炉、电压力锅、豆浆机、破壁机、搅拌机、榨汁机等品类）的零售额共计250.8亿元，同比下降8.6%；零售量11911万台，同比下降8.2%。其中，料炸类厨房小家电的零售额和零售量下降幅度较大。如豆浆机的零售量和

零售额分别同比下降21.0%和28.7%；榨汁机的零售量和零售额分别同比下降39.7%和31.8%。

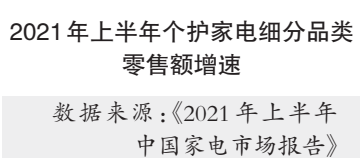
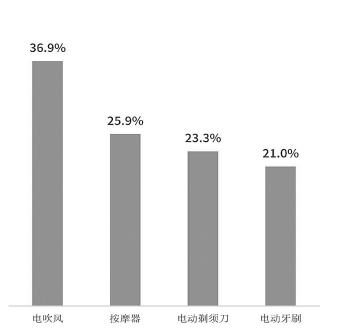
作为改善生活环境、提高生活品质的重要家电品类，净水器、吸尘器、清洁电器、智能马桶等环境清洁类生活家电取得了不俗的表现。扫地机器人、清洁电器等多个细分品类均实现线上线下双增长。值得一提的是，在“6·18”大促期间，净饮机、饮水机、空气净化器的零售额增长幅度均超过30%，智能马桶的线上零售额及零售量同比增幅均超过40%。

“高端”和“高价”正成为清洁类家电的主旋律。其中，扫地机器人产品均价超过2400元，较去年同期上涨40%；蒸汽拖把和电动拖把均价上涨约12%，价格分别为630元、930元；洗地机作为均价最高的品类，均价超过3200元，涨幅超过5%。

“她经济”推动个护家电井喷

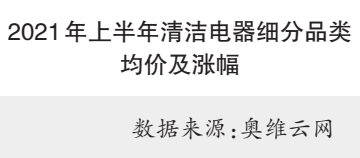
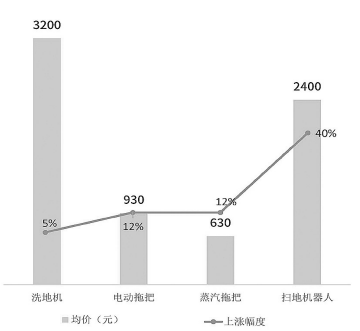
在“她经济”新业态下，人们更

加注重健康和自我护理，个人护理类和美容健康类生活家电持续井喷式增长。其中，电吹风、电动剃须刀、美容仪、美发器、女士脱毛仪、美肤面罩、小气泡去黑头洁面仪等美容个护产品销量持续提升。今年上半年线上个护类产品零售额同比增长18%，其中电动牙刷、美容仪、电吹风、电动剃须刀、按摩器的零售额分别增长了21%、30%、36.9%、



23.3%、25.9%。

当前，生活家电的细分市场正迎来爆发式增长，产品呈现多元化趋势。之所以生活家电在近几年颇受追捧，产品功能多、迭代快、单价低等是其中不可或缺的因素。在消费升级的背景下，生活家电未来的发展空间依然很大。未来，生活家电领域将在智能化、高端化中寻求更大的市场空间。



问诊汽车“芯事”

（上接第1版）

缺芯将持续至明年年中，受到汽车芯片产量短缺影响，各大汽车厂商均不同程度上遭到冲击。根据7月至今的消息，全球排名前几位的汽车厂商仍然不同程度存在因芯片供应不足缩减产量甚至停产现象。8月2日至6日，丰田位于日本爱知县丰田市的丰田汽车高冈工厂部分产线停产5天；本月，一汽丰田和广汽丰田也因芯片短缺而暂停部分产线生产。本月3日，通用汽车因芯片短缺关闭了北美几家工厂，停产高利润皮卡车型，旗下雪佛兰SILVERADO、GMC SIERRA的生产亦受到芯片短缺影响。

根据7月29日Auto Forecast Solutions(AFS)数据，受全国缺芯影响，中国汽车工厂7月减少了约35.5万辆汽车计划产量。AFS估计，截至目前，芯片短缺已导致全球汽车产量减少560万辆，并预计今年内该数字将攀升至690万辆。彭博社在文章中指出，持续性芯片短缺带来的不确定性将使汽车制造商今年损失1100亿美元的销售额。鹿文亮认为，几乎所有品牌都会受到芯片短缺影响，若芯片不足，厂商将根据市场销量、产品储备降低生产速度。

相比之下，新能源汽车的缺芯状况更为严峻。根据Sievers数据，电动汽车的半导体占比（包括混动汽车）是传统燃油车的两倍。电动汽车的电池、电动机和监控系统，全新的娱乐、安全和驾驶辅助功能等都需要半导体。由此，芯片短缺可能将延缓各大品牌汽车向电动汽车转型的速度。

面对市场现状，各市场主体对汽车芯片供需矛盾缓解的预估均不乐观。瑞萨首席执行官柴田秀敏估计，供需状况需要到明年年中才能开始缓解。英飞凌首席执行官莱因哈德·普洛斯表示，全球汽车市场的回暖正受到供应限制的严重制约，市场要想重新达到供需平衡尚需时日，依照当下局面判断，该情况肯定会持续至2022年。英特尔总裁帕特·基辛格在7月22日的财报电话会议上表示，全球芯片短缺将再持续一两年。恩智浦企业代表亦表示，汽车芯片供需不平衡将会持续到明年年中。

业界普遍认为，全球汽车芯片短缺预计将持续到2022年第二季度。

芯片厂商 产能增量有限

本轮汽车缺芯很大程度上延续了去年下半年开始的全行业“缺芯”：一是，受到新冠肺炎疫情影响，各大芯片厂商产能受限；二是，居家办公使得PC消费电子需求量上涨，一定程度上挤占了汽车芯片产能；三是，2020年，汽车需求量反弹；四是，2019年及之前，汽车厂商缺乏芯片备货意识，这使汽车厂商在2020年芯片产能不足、交付期拉长的情况下，无法实现芯片库存及时补货，进而导致汽车芯片出现供需紧张。

要想缓解“缺芯”，业界将目光投向了产量占据全球前几位的芯片厂商，希望通过提升产能补足市场需求缺口。Strategy Analytics数据显示，英飞凌、恩智浦、瑞萨电子、德州仪器和意法半导体为全球前五大汽车芯片厂商，五家企业在2020年共占据汽车半导体市场近49%的份额。

全球最大汽车功率器件提供商英飞凌表示，当前库存已经低至历史低点。根据英飞凌8月6日发布的2021财年第三季度(截至2021年6月30日)财报，第三财季增长相比第二财季仅有1%，这一是源于英飞凌位于美国德克萨斯州的制造厂商在冰风暴后一直未能恢复此前的产量水平；二是受到新冠病毒影响，英飞凌位于马来西亚马六甲的封测厂被迫关停，而位于马来西亚Kulim的晶圆制造厂部分员工感染了新冠肺炎，这使得英飞凌产能恢复的计划再次受阻。多种因素影响下，英飞凌的汽车半导体、传感器两大板块产能受到了很大的冲击。

意法半导体执行长Jean-Marc Chery称，意法半导体今年只能满足70%的客户需求。同时，全球最大的汽车芯片供应商恩智浦也表示，受到芯片短缺影响，芯片经销商库存当前处于历史最低水准。

在汽车芯片厂商产能增量有限的情况下，业界将希望寄托于代工

厂。作为全球最大的芯片代工厂，台积电在今年上半年实现汽车MCU芯片的产量同比增长30%，预计全年增长可达60%。据悉，台积电签署了多份合同，内容大致为提高产能、优先考虑生产汽车芯片，帮助缓解全球汽车芯片短缺问题。在7月的股东电话会议上，台积电亦表示公司目前优先生产汽车用芯片。有消息称，联合微电子和其他台湾代工厂也将效仿台积电做法，优先考虑晶圆厂汽车芯片客户。

然而，在宋长庚看来，台积电宣称的产能倾斜究竟能在多大程度上奏效还有待观察：“首先，芯片厂商有多少汽车芯片交给台积电代工，这是未知的。汽车芯片的量并不大，所以芯片厂商是有能力挤出产能来满足汽车芯片需求的。”此外，在当前缺芯的情况下，工厂产线处于满负荷运作的状态，向汽车产能倾斜并非易事，产能倾斜若要产生影响，“也需要至少三个月或更长的时间才能有所体现”。

在汽车缺芯成为全行业关注焦点后，网络上也传出芯片厂商的产线扩建消息。东芝在今年3月宣布在日本中部石川县的工厂建立一条新的功率半导体生产线，用于车用功率半导体生产；富士电机今年7月宣布，在2021会计年度下半年（即2021年10月份至2022年3月份）期间，会在日本青森县工厂设立一条新的8英寸晶圆生产线，着力生产车用功率半导体。这些看似对汽车缺芯“对症下药”的举措，其实无法缓解当前的汽车“缺芯”现状。

滕冉将其描述为“远水解不了近渴”：“芯片制造企业自建产线，包括产线规划、厂房建设、设备订购、产能爬坡、稳定出货等多个环节，从产线规划到最终出货至少需要12~18个月的时间。”即便是在既有厂房的基础上扩建产线，也不可能短期内实现汽车芯片供应。宋长庚认为，那些在现阶段扩建厂房、增建产线的企业，更多的是出于公司的战略考虑，而非非解决眼前的缺芯问题。

宋长庚认为，要提升芯片产量，新建厂不能解决短期内的芯片短缺问题，还是要提升既有产线的产出效率。宋长庚以中芯国际举例，该企业2021年第二季度财报显示，其产能利用率达到100.4%，实现174.52万片8英寸等值晶圆交付。“产能是一个计算值，如果企业的管理效率高、工厂设备使用效率高，那么最终实现的产能会比理论值更高。英飞凌、意法半导体是有能力将自己的产能利用率提升20%的。”

国内车规级芯片研发 进程加速

除提升产能外，畅通供需渠道也是缓解当前缺芯问题的关键。8月3日，国家市场监管总局发布消息，对涉嫌哄抬价格的汽车芯片经销企业进行立案调查，并将加大监管执法力度，严厉查处囤积居奇、哄抬价格等违法行为。“缺芯不单是产能的问题，还有供需匹配失衡、渠道不畅的问题。”鹿文亮在接受《中国电子报》记者采访时表示，“国家打击经销商囤货，主要是解决渠道不畅的问题。”

要缓解国有车厂的缺芯问题，寻找国产汽车芯片也是一条思路。在全球近500亿美元的汽车芯片市场规模中，中国仅占4.5%，车规级MCU芯片本土化率不足5%。全球汽车芯片短缺加速了国内厂商车规级芯片的研发进程。

7月16日，在2021中国集成电路设计创新大会暨IC应用博览会同期汽车电子论坛上，上海芯旺微电子有限公司FAE总监卢恒洋表示，芯旺最新32位汽车MCU产品CF32A156已经完成研发，即将进入量产阶段。国内汽车智能芯片科技企业地平线近日也正式发布了全新一代车规级产品——征程5，已经与上汽、长城、江淮、理想、长安、比亚迪、哪吒等多家车企达成首发量产合作意向。

“本次汽车芯片短缺给了国内芯片厂商进入整车厂商验证的机会”，滕再说。但国内芯片要真正进入产线还有很长的路要走。“车规级芯片的验证周期比较长”，鹿文亮表示，“现在还没通过车规验证的，短期内也没办法供货。”