

“以旧换新”激发家电消费新动能

本报记者 王伟

“多地政府补贴10%”“电视买一送一”“品牌补贴20%，最高补贴2000元”“收旧换新一站式搞定”……当“6·18大促”遇上“家电以旧换新”，一整月(5月20日—6月20日)促销期内，家电销售一路狂飙——“6·18”期间，京东平台超700个家电家居品牌成交额同比增长超过100%，超70个家电家居品牌的成交额突破亿元大关。在天猫平台上，国产家电销售额破亿元的速度再创纪录，美的、海尔、小米、格力等品牌跻身“10亿元俱乐部”。苏宁易购数据显示，6月8—10日，万元以上高端彩电销量同比增长126%，绿色节能空调销量增长98%。

多重促销让家电价格更实惠

随着《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》的印发，多地政府结合实际推出以旧换新补贴。商务部最新数据显示，2024年1—5月，我国主要电商平台家电以旧换新销售额同比增长81.8%。

各省市的“家电以旧换新补贴”本就热闹的“6·18”家电市场再添一把火——不少家电促销力度较往年更大，实实在在的低价也让百姓大呼“真香”。

在“6·18”这个电商平台的促销主战场，各平台拿出诚意满满的补贴政策——天猫平台在“6·18”启动前追加了2亿元补贴“以旧换新”，折旧金额可在下单时立减，手机、电脑、相机等家电数码旧品估值涨幅普遍超15%。京东联合多地政府发放以旧换新补贴，当地消费者在京东“6·18”优惠权益基础上叠加再减10%起，以旧换新补贴单件上限为1000元。苏宁易购携手超30家家电企业签署《以旧换新行动联合公告》，消费者可以在成交价格的基础上享受立减10%的补贴优惠，单件商品最高补贴1000元，单个用户最高补贴5000元。

在“6·18大促”期间，家电销售在线下卖场也同样火热。走进北京线下家电卖场，记者发现“家电以旧换新”的字样出现在卖场的多个显眼位置，每个家电产品上面都被贴上了多个折扣标签。在空调销售区，记者看到



一台原价4500元的空调上的四个促销降价标签，分别是“6·18门店换新补贴10%”“政府以旧换新补贴10%”“品牌补贴2%”“旧机折扣300元”……在上述四项促销及补贴后，该产品的价格低至2500元，相当于原价六折的促销力度。在冰箱销售区，记者看到一款原价6699元的一级能效智能冰箱产品的打折历程——门店的“6·18促销价”为4199元、品牌补贴再减270元，政府“以旧换新补贴”再减去410元，消费者最终到手价为3600元，降价幅度接近50%。

“在经历了多重促销补贴的叠加效应之后，今年的‘6·18’促销政策力度确实比以往更大。”GfK中怡康白电事业部总经理王宏吉在接受《中国电子报》记者采访时表示，得益于前期的促销政策积累及政府、企业和平台方对于“6·18”大促节点的重视程度加深，促销补贴后的家电产品价格相较而言具备更强的市场竞争力和消费者吸引力。

双重政策刷新空调历史低价

空调作为夏季畅销的家电产品，成为今年“6·18”家电促销的主力“卷王”——空调价格已经刷新至最低位。

“‘6·18’期间空调价格已经是历史最低，比2019年的价格战还低。”产业在线分析师龙飞在接受《中国电子报》记者采访时表示，“空调降价集中于中低端产品，降幅在8%~10%，小米、长虹、海尔、TCL等品牌的1.5匹一级能效变频空调，集中在1600~1800元，几乎就是厂商的成本价。”

在空调促销中，“以旧换新政策”起到推波助澜的作用。“以旧换新对空调销售起到了一定的支撑作用，空调品牌和渠道平台都在积极践行‘以旧换新政策’，例如京东平台给空调挂机的补贴为300元、空调柜机的补贴为600元。”龙飞给记者算了一笔账，“一台某品牌1.5匹新一级变频空调挂机在京东平台

上的‘6·18’Plus会员促销价为1433元，叠加300元的收旧补贴后，1071元就能买到一台一级变频空调，可以说是从未有过的低价。”

不仅是京东平台，多个电商平台和线下卖场都推行“以旧换新”补贴，旧空调按使用年限、能效等级分类，其收旧价格区间集中在150~600元。

同时，畅通的收旧流程也打消了消费者的后顾之忧——销售平台多数可提供上门收旧的配套服务，方便消费者“购新”。京东消费及产业发展研究院院长刘琦表示，大家电和电子设备是以旧换新服务中被熟知的品类，超过八成的受访者认为，以旧换新服务激发了他们换新的想法。

对于“6·18”期间空调市场的表现，龙飞表示，虽然今年“6·18”空调价格已经十分优惠，但是促销期恰逢南方大雨，部分南方消费者的需求可能还未完全释放，因此他推断，在“以旧换新政策”持续的背景下，各品牌空调促销期至少会持续至8月底。

品牌与平台联合助攻家电消费

除了各地政府的“家电以旧换新补贴”，家电品牌与电商平台也使出浑身解数助攻家电消费——简化优惠活动、延长大促时间、电视买一送一、品牌“自掏腰包”补贴，可谓诚意满满。

在平台的促销机制上，京东、天猫等电商平台今年大幅简化了优惠活动——取消预售、补尾款、现场开售及纷繁多样的品类补贴券，阿里巴巴还首次打通旗下淘宝和天猫两个平台，两个平台的商品可以一起参加“300-50满减”。此外，多个电商平台均推出了“6·18”期间的价格保障功能，让消费者“该出手时就出手”，例如拼多多推出“自动跟价”系统，抖音电商使用“自动改价”功能。

此外，在营销力度上，阿里巴巴和京东也大规模使用社交APP进行带货。例如，淘宝在微信朋友圈、微博评论区发布商品促销广告，拼多多在小红书和视频平台哔哩哔哩(以下简称“B站”)进行推广和带货。根据B站公开的数据，数码家电成为今年B站带货成交额增幅最快的行业，同比高速增长152%。某国产净水器品牌从B站引导的新客率高达70%，且其商品客单价超2000元。

除了电商平台，今年家电品牌纷纷“自掏腰包”对商品给予2%~20%的企业补贴。海尔智家推出政企双补贴最高至20%，单台最高补贴至2000元。美的集团提供高达80亿元的消费者补贴。格力电器投入30亿元资金，最高补贴1000元，空调旧机拆运免费，不限品牌。海信通过其线上、线下店铺提供品牌补贴，平均补贴力度为成交金额的10%，单台最高补贴2000元。长虹电视推出了“买AI壁画+电视，送42英寸智能电视”等补贴活动。

“作为今年上半年最重要的促销节点之一，‘6·18大促’或将成为决定上半年家电销售业绩的‘关键战场’。在此背景下，各大企业厂商和电商平台纷纷投入了大量资源，通过提供优惠补贴、推出新品等方式，为消费者营造了极佳的购买时机。”王宏吉告诉《中国电子报》记者，“显然，今年叠加了‘以旧换新’政策的‘618大促’，对绿色和智能家电产品的销售起到了显著的促进作用。”

大力推进现代化产业体系建设 加快发展新质生产力

LG Display Tandem OLED笔记本电脑面板投入量产



本报讯 6月24日，全球领先的显示面板厂商LG Display宣布已完成业界首款13英寸Tandem OLED笔记本电脑面板开发，并于近期迈入了量产阶段。LG Display此举旨在利用Tandem OLED技术在提升性能和降低功耗方面的优势抢占笔记本电脑OLED市场。

2019年，LG Display首次将Tandem OLED成功实现了商用化。通过采用双层堆叠的RGB有机发光层结构，Tandem OLED面板相较于单层OLED，显著提升了使用寿命和亮度水平，展现出了卓越的耐久性和更高的性能表现。

由于Tandem OLED技术能实现OLED元件的能量分配，从而可长时间稳定工作，因此LG Display首次将该技术应用到了对品质要求非常高的车载OLED。同时，面向如笔记本电脑、显示器、平板电脑等需要长时间使用屏幕的IT产品，Tandem OLED也被公认为是最佳

的技术选择。

为了适应笔记本电脑的使用环境，LG Display对Tandem OLED技术进行了重新开发，使得该技术首次应用于笔记本电脑面板。与传统OLED面板相比，Tandem OLED笔记本电脑面板在使用寿命和亮度方面分别提高了两倍和三倍，同时功耗降低了40%。因此，除了普通笔记本电脑，Tandem OLED面板也成为AI笔记本电脑等高性能IT设备的最佳选择。

LG Display通过改进零部件设计和结构等，对比现有的笔记本电脑OLED面板，本次开始量产的13英寸Tandem OLED面板实现了超薄设计，其厚度和重量分别减少约40%和28%，大大提升了产品的便携性。此外，该产品还具备精准的色彩表现力，拥有WQXGA+(2880×1800)高分辨率，100%满足数字电影倡导组织(DCI)制定的

DCI-P3色域标准，能够清晰地显示出优秀画质的视频内容。

除此之外，基于每个像素可自发光的OLED独有特性而呈现出的无限对比度，该产品满足视频电子标准协会(VESA)推出的Display HDR(High Dynamic Range) True Black 500认证标准。HDR技术能够使画面中明亮的部分变得更加明亮，黑暗的部分变得更加黑暗，从而增强影像的立体感，最大程度地还原人眼所看到的真实场景。

通过将触控传感器内置于面板内部，并搭载高性能的高灵敏整体触控解决方案，这款产品为用户提供了精准的触控体验。

LG Display中尺寸产品企划部门常务张宰源表示：“LG Display将不断加强OLED在IT产品的竞争力，凭借Tandem OLED特有的长使用寿命、高亮度、低功耗等优势，为客户提供差异化的价值。”

(卢梦琪)