

清洁电器迎巨大潜力

洗地机成为行业新赛道

资讯



“懒人经济”来袭,家居清洁电器行业迎来巨大增长潜力,洗地机更是成为行业里的“明星品类”。有数据显示,2022年我国家电市场下滑7.4%,而清洁电器却实现了4%的增长,尤以扫地机和洗地机增长最为明显。其中,洗地机三年规模破百亿元,成为拉动行业增长的强大驱动力。

逆势奔跑 洗地机保持增长

几年前,洗地机还不多见。如今,无论是走进家电卖场,还是在线上电商平台“闲逛”,可以看到,各种品牌的洗地机琳琅满目,给予消费者更多的选择空间。据统计,2019年至2022年,洗地机零售额从0.7亿元增长到100亿元,零售量从2.6万台增长到了348万台。

短短三年时间,越来越多的企业入驻洗地机这个备受关注的赛道,品牌持续渗透,推动行业持续增长。洗地机成为继扫地机器人之后崛起的一匹“黑马”,清洁电器赛道增长的新引擎。

今年“6·18”期间,洗地机便展露了其强劲的增长动力。苏宁数据显示,今年“6·18”期间,洗地机销量同比增长72%,超越扫地机器人。奥维云网数据也显示,今年“6·18”期间,清洁电器增速有所放缓,而洗地机却依旧领先,销售量和销售额同比分别上涨37.5%和12.1%。

业内人士表示,国内有48.48%的家庭每周清洁地面1到3次,而使用传统拖把、扫帚等工具耗时耗力,因此,更为方便的清洁工具成为大多数家庭的追求。集吸、拖、洗等功能于一体的洗地机的出现,恰好满足了人们的清洁需求,精准高效解决了长期以来的清洁痛点,这也是洗地机行业能在家电大盘下滑背

景下,仍保持上涨态势的关键。值得一提的是,目前洗地机渗透率还相对较低,相比其他清洁家电品类,或还有数倍的增长空间。

痛点仍存 需以“进化”破局

纵观每一个家电新品类,都能发现相似的发展轨道。从野蛮增长到乱序竞争,再到回归理性,创造出差异化价值。洗地机同样遵循着这条铁律。

不可否认,如今竞争日趋白热化的洗地机市场,其高速增长的背后有着均价下降的一部分推力。洗地机上市之初,其价格让大多数人“不敢直视”,而到今年主流产品价格已近乎“腰斩”。适当下调价格不仅是洗地机企业提高竞争力的决策选择,更是行业逐渐走向成熟的一种现象。在大多数行业中,技术进步带来成本下降是正常且合理的趋势。无论线下卖场还是线上电商,如今,很多洗地机的价格完全在消费者的接受范围内。

业内人士认为,价格下行有利于洗地机普及,进一步做大市场蛋糕,然而,过度关注价格因素,容易陷入低价竞争循环中,最终会影响洗地机技术性能和用户体验,损害整个行业的公信力。事实上,洗地机也已经出现不少消费者吐槽的痛点,如自身的防缠绕和切割头发功能不够强大,仍需手动清理;也有消



资料图片

费者表示,使用后并不能达到预期中的“解放双手”,试错成本过高;还有面临重度油污或者污渍颜色比较深的场景时,洗地机的清洁力度不够理想等。

对此,业内人士表示,均价下调不是洗地机企业提升竞争力的唯一抓手。洗地机品牌在找寻突围路径的同时,更应该思考如何将洗地机的生命周期变得更长一些。洗地机企业应将战略眼光放长远,持续在产品、技术、服务上赋能,依托用户需求持续创新。同时,优化售后服务等方面,让消费者在使用时减少检修顾虑,更好地保障消费者权益。

(李泉)

中国空调 “热”销全球

随着气候变暖的加剧和“厄尔尼诺”卷土重来,高温天气正在席卷全球。在各地频频处于高温天气的情况下,人们对空调的需求飙升。

据了解,空调销售在近期延续了今年以来同比量价齐升的态势。最新数据显示,今年上半年,空调产品的全渠道销售额同比增长了20.9%,成为大家电中增长最快的品类。为满足需求,目前空调厂商普遍在扩大产能并提高库存水平。仅7月份,全国空调企业的总产量就达到1483万台,同比增长了22.6%。不仅是国内市场,中国空调出口海外也很火热。根据中国机电进出口商会的数

据,今年4月、5月,空调出口量分别为807万台和707万台,比去年同期分别增长了6%和2%。

中国机电进出口商会的数

据,今年4月、5月,空调出口量分别为807万台和707万台,比去年同期分别增长了6%和2%。