

上半年家电行业企业利润同比增长 20.2%

家电转型升级 激发消费潜力

权威发布

精准规划路径叠加拖布自清洁,升级版扫地机器人让日常清洁更轻松;搭载全新传感器的空气净化器,不仅噪声小、耗能低,还能远程一键除醛送风;实时视频引导、自动蒸汽清洁,新式蒸汽烤炸一体机让厨房新手爱上下厨……在家电卖场走上一圈,不同品类琳琅满目,新意扑面而来。

各大家电品牌的持续上新,映射着家电产业的涌动活力。作为我国传统优势产业,家电产业也是工业稳增长、促消费的重要引擎。今年以来,家电产业呈现出哪些新特点?更好激发家电市场对促消费、扩内需的作用,应从何处着手?部分行业专家及家电企业负责人谈了自己的看法。

提升创新能力
发展全屋智能

数据显示,今年1至6月,家电行业企业实现营收9145亿元,同比增长7.1%;实现利润674.9亿元,同比增长20.2%。

家电行业的增长韧性从何而来?来自迈向中高端的持续创新。

“今年以来,高端产品订单需求旺盛。二季度,智能空气净化器线上销售额同比增长8.6%,增长主要由3000元以上中高端机型贡献。”小米环境电器产品经理鲁毅介绍。

“当前,我国家电市场已进入以高端化为特点的更新换代阶段。”海信视像科技股份有限公司有关负责人表示。

在中国家用电器协会副理事长徐东生看来,今年以来,中国家电产业结构转型升级趋势更加明显,以绿色智能为特点的高端产品供给充足有效,带动产业运行稳中有进。

走进华为方舟壹号空间智能开放实验室,借由一块手持智能中控屏,全屋家电实现互联互通:看电视时,一键开启观影模式,享受沉浸影音;睡觉时,语音唤醒AI助手,远程控制灯光、空调……

“从智能家电到全屋智能,家电产业增长空间在不断拓宽。”华为终端有限公司全屋智能产品线总裁邵洋说,依托鸿蒙生态,将居住空间内的各个智能设备有机连接,更好满足了人们对智能生活的需求。截至今年6月底,华为全屋智能全国门店已超过200家,5800多件智能单品可以接入全屋智能。

海尔创立全屋智能场景品牌“三翼鸟”,美的发布“美的美家”全屋智能产品体系……“多种智能产品展开协作,更强大的智慧能力被整合,正在让智能家电变得更懂用户。”徐东生说,全屋智能的转变,在为用户带来个性化、定制化体验的同时,也成为拉动家电行业增长的新引擎。

推动存量更新
完善应用生态

数据显示,1至6月,家用电器和音像器材类销售4270亿元,同比增速从去年全年的下降3.9%转为增长1.0%。“主要家电企业效益水平显著改善,但进一步扩大家电消费仍有空间。”徐东生说。

“我国成熟家电品类渗透率较高,行业需求更多来自存量更新。”中国宏观经济研究院产业所研究员徐建伟说,在家用产品耐用性不断提高的情况下,产品更新周期较长,倘若产品新功能无法有效改善消费痛点,更新换代的需求便会萎缩。

以空气净化器为例,“随着空气质量不断改善和建材甲醛释放的管控更加严格,产品除醛需求逐渐减弱。”鲁毅说,目前公司正在研发更多种类的气体传感器及过滤技术,同时增添智能待机功能,减少滤芯更换频次,从而降低使用成本。

更多品牌正以集成化让传统家电产品焕发新活力。卡萨帝星云空调集成了空调、加湿器、净化器、消毒机、空气扇等功能,实现一机四季可用;海信在原有产品基础上集成超声波洗眼镜装置,产品既能洗衣服还能清洗眼镜、首饰……“功能的集成化不是家电单品随意的组合,而是根据特定场景下用户的操作习惯,最大限度满足用户需求。”徐东生说,集成化正在让传统家电释放出更多增长空间。

“持续拓宽的新品类、新场景和新应用,是家电行业增长的潜力所在。”徐建伟表示,目前家电领域智能化创新活跃,但不同品牌的家电产品应用生态上缺乏衔接甚至不够兼容,成为阻碍家电消费的一个短板。

各类智能化设备越来越多,连通生态孤岛、实现跨品牌互联互通,成为智能家电发展的必然。“全屋智能的构建,离不开家电、家居、通信、互联网、内容服务商等多方的参与。”徐东生介绍,今年6月,中国家用电器协会和中国通信标准化协会联合发

布了《中国智能家居互联互通白皮书(2023年)》,进一步推动智能家居互联互通标准从“有”到“好”。

扩大优质供给
拓展农村市场

家电消费作为传统消费的主要领域,也是恢复和扩大消费的重要发力点,如何看待其增长前景?

“从行业趋势看,主要家电品类如冰箱、空调、洗衣机,其智能产品市场渗透率在逐年提升。”徐东生说。相关数据显示,2021年我国智能家电市场规模突破5500亿元,2022年超过6500亿元,预计2023年将超7300亿元。

“相较一些发达国家,目前我国每百户智能家电拥有水平仍有差距,提高其渗透率有较大空间,家电消费成长潜力大、动力强。”徐建伟说。

步入存量市场,家电业如何从高速增长迈向高质量发展,更好激发家电消费潜力?

一方面,不断扩大优质供给,推动智能家电产品升级和附加值提升。

“随着家电行业竞争格局不断优化,行业集中度进一步提高,在领军企业、创新企业带动下,绿色智能家电产品占比大幅提高,为扩大家电消费提供了坚实支撑。”徐建伟提出,与家电消费升级相适应,需要在以旧换新、推广智能集成家电、废旧家电回收等方面精准施策。

工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼表示,下一步将支持家电行业以用户为中心推动定制化、精益化发展,实现需求实时响应、全程实时可视和资源无缝对接,不断推出更多场景化、智能化、系列化的家电产品。

另一方面,持续拓展农村市场,加快推动绿色智能家电下乡。

徐建伟提出,应加快建设多层次消费中心,大力推动绿色智能家电下乡,更好完善农村家电维修服务体系。

(据人民网)

教育部:
切实做好受灾师生
资助救助工作

据教育部消息,教育部近日印发《关于进一步落实落细各级各类学校防汛救灾措施的通知》(以下简称“通知”),要求各地各学校全力抓好防汛救灾各项工作,切实做好受灾师生资助救助和受灾家庭慰问工作,及时安排救灾物资,确保受灾师生有饭吃、有衣穿、有干净水喝、有安全住处、有病能医,保障受灾师生基本生活。

根据通知,各级教育行政部门要指导各级各类学校主动加强与应急管理、气象、水利、地震等相关部门的沟通配合,在灾情预警、灾情应对、应急救援、灾后重建工作中协同一致,凝聚学校防汛救灾工作最大合力;要第一时间报送灾情信息,进一步完善纵向联动、横向贯通的防汛工作机制;要按照“宁可备而不用、不可用而无备”的原则做好物资储备,必要时果断转移受威胁师生,牢牢守住不发生师生伤亡的安全底线。

(新华)

中汽协:
7月我国汽车出口
延续良好发展态势

据中汽协数据微信公众号消息,2023年7月,我国汽车出口延续良好发展态势。

数据显示,7月,我国汽车企业出口39.2万辆,环比增长2.7%,同比增长35.1%;1至7月,汽车企业出口253.3万辆,同比增长67.9%。

具体来看,7月,乘用车出口32.6万辆,环比增长4.4%,同比增长34.9%;1至7月,乘用车出口210.5万辆,同比增长77.5%。

7月,商用车出口6.6万辆,环比下降4.9%,同比增长36.2%;1至7月,商用车出口42.7万辆,同比增长32.5%。

7月,传统能源汽车出口29.1万辆,环比下降4.3%,同比增长23.2%;1至7月,传统能源汽车出口189.7万辆,同比增长51.5%。

7月,新能源汽车出口10.1万辆,环比增长29.5%,同比增长87%;1至7月,新能源汽车出口63.6万辆,同比增长1.5倍。

(王连香)

国家统计局:
七月居民消费价格指数
同比上涨

据国家统计局消息,1至7月,居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.5%。其中,7月份,CPI同比下降0.3%,环比上涨0.2%。1至7月平均,工业生产者出厂价格指数(PPI)同比下降3.2%。其中,7月份,PPI同比下降4.4%,环比下降0.2%,两者降幅均收窄。

“7月份,居民消费需求持续恢复,CPI环比由降转涨。扣除食品和能源价格的核心CPI明显回升,同比上涨0.8%,涨幅比上月扩大0.4个百分点。”国家统计局城市司首席统计师董莉娟说。

从环比看,CPI由上月下降0.2%转为上涨0.2%。其中,食品价格下降1.0%,降幅比上月扩大0.5个百分点,影响CPI下降约0.18个百分点。非食品价格由上月下降0.1%转为上涨0.5%,影响CPI上涨约0.4个百分点。

(李心萍)

山东青岛:前7个月外贸进出口增长7.8%



8月10日,在山东港口青岛港,集装箱货柜在装载货物。

据青岛海关统计,2023年前7个月青岛市外贸进出口5105.1亿元人民币,比去年同期增长7.8%。其中,出口2794.7亿元,增长3.5%;进口2310.4亿元,增长13.5%。

张进刚 摄