

创新赋能增长，走出“竞争内卷”泥潭

——2024中国清洁电器产业和消费洞察趋势

奥维云网（AVC） 郭梅德

从“躺赢”到“躺平”，家电产业正在经历一场“没有硝烟”的战争

家电产业的四大推力逐渐成为现在的四大阻力

家电环境：长期且不可控的挑战（三座大山）与确定性的机遇（三个机会）并存

新质 赋能 数链 未来
2024第四届中国清洁电器产业峰会

人口下降：全国总人口数走低

-208万 ↓

2023年140967万人，较22年下降208万；介于2018-2019年之间水平，连续两年负增长

消费降级：消费者信心指数低迷

-32.8 ↓

2024年3月 (89.4) VS 2021年3月 (122.2)

新增减少：房地产新开工施工面积累计同比下滑

-56.0% ↓

2024年1-3月 (-27.8%) VS 2021年1-3月 (+28.2%)

VS

优胜劣汰：大鱼吃小鱼，快鱼吃慢鱼

32.2% ↑

家电相关上市公司营收变化：2023年 VS 2019年
家电零售大盘：2023年VS2019年-700亿！

需求升级：产品创新驱动的机会

30%+ ↑

新品比重：彩电2022、2023新品规模占比均超30%

存量庞大：以旧换新破局的机会

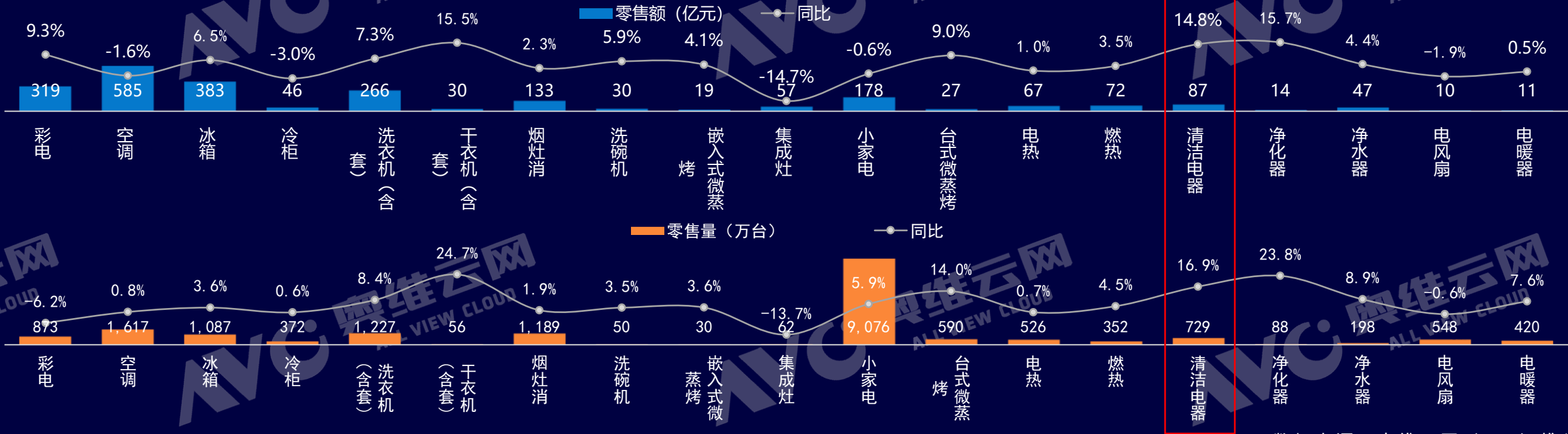
30亿台+ ↑

家电保有量：彩电、冰箱、洗衣机、空调、
油烟机、热水器合计超30.4亿台
计算逻辑：百户保有量*家庭户数/100

大多数品类呈现修复式弱增长，清洁电器领涨家电大盘

2024年1-4月中国家电市场分品类规模及同比情况

家电整体
3.3%



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/487135062155006113>