2020年中国家电市场发展现状分析 苏宁全渠道领先

原标题：2020年中国家电市场发展现状分析 苏宁全渠道领先
来源：前瞻产业研究院

全渠道领先

2019年国内市场家电市场遭遇瓶颈零售额规模下降2.2%

中国家电行业在经历了高速增长期后，产品普及率较高，市场已由增量市场转为存量市场。过去十年中国家电产业高速增长，全国家用电器工业信息中心数据显示，2019年国内市场家电零售额规模8032亿元，同比增长率为-2.2%(由于增加家电品类，全国家用电器工业信息中心将2018年家电规模从8104亿修正为8211亿元)。居民部门杠杆率的上升、食品价格上涨的压力、持续走低的结婚率与出生率、民营和中小企业的融资困难等问题，拖累了家电市场规模的进一步壮大。出口市场同比微增0.9%至3034亿元。

具体到不同品类的表现，传统大家电中，彩电、空调、冰箱都出现了下滑，尤其是彩电市场出现两位数的下滑；厨房电器进入下行区间；生活电器规模扩大、增速放缓，个护一枝独秀。

线上市场分流线下市场规模

家电市场早已进入了线上线下市场同时推进的阶段，而且两者的格局在不断趋向平衡和稳定，2019年，线上市场规模继续扩大，进一步分流线下市场的规模。全国家用电器工业信息中心数据显示，2019年，我国家电行业线上市场零售额规模3108亿元，同比增长4.2%，市场份额达到38.7%；线下市场零售额规模4924亿元，同比增长率-5.8%，市场份额61.3%。

苏宁领跑全渠道市场份额

2019年全渠道市场份额中，苏宁占比22.8%，位列第一。其次，京东(14.4%)、天猫(8.8%)、国美(5.8%)、五星电器(1.2%)分别位列二至五名。

线上市场京东拔得头筹多品类规模增长

2019年家电线上零售方面，苏宁、京东、天猫瓜分了90.8%的市场份额。其中京东份额占比37.3%，苏宁占比30.6%，天猫占比22.9%。国美市场份额相对较低，占1.4%，较上一年下降2.12个百分点。

线上市场中，空调、冰箱、洗衣机、厨卫以及生活家电这些重点品类均出现了不同程度的增长，其中生活家电增速相对较高，达7.7%。而彩电销售不尽人意，较上一年下滑了5.8%。

线下市场苏宁占绝对优势多品类规模缩小

2019年家电线下零售方面，苏宁份额占比17.9%，国美占比8.5%，五星电器占比2%。分品类来看，彩电、空调、冰箱等重点品类的市场规模均出现了萎缩，其中彩电市场规模下降幅度最大，达13.3%。

消费升级高端产品需求增加

我国的家电消费已经进入了更新换代期，产品升级被企业和渠道广泛接受，从长期的发展趋势来看，产品升级还是摆脱不了高端化、智能化和健康化的特点。

数据显示，市场均价10000元以上的彩电和冰箱、12000元以上的柜式空调、6000元以上的洗衣机、6000元以上的油烟机、2000元以上的吹风机，市场零售额份额进一步扩大。高端产品价格份额不断增长，反映了消费者对高品质家电需求的增长。

企业需要针对消费者需求，加快家电产品的更新换代，在外观、设计、工艺、材料、功能、适用性等多方面做到品质的整体提升。同样，在家电智能化方面，单单远程控制、摄像头监控已经不能满足消费者对智能家电的需求，家电企业需要针对消费者具体的智能化需求推出实用性更强的智能家电产品。而高端化和智能化最终的落脚点都是家电产品的健康化。企业不仅要创造出更多的健康功能，更要把健康家电的理念传递到消费中去，让消费者能够真实地感知和体验到。

2020年家电零售市场继续承压预计市场规模下降至7938亿元

2019年，在诸多不利因素的影响下，我国家电行业面临着前所未有的困难局面。2020年，全球贸易氛围将有所回暖，投资者和消费者信心也将得到提振。但2020年1月下旬开始爆发的新型冠状病毒肺炎疫情给2020年的中国经济前景又蒙上了一层阴影。这次疫情的影响波及全国及各行各业，对于家电等制造业行业，疫情的影响也比较明显，工厂复工推迟、物流运输滞缓、家电消费锐减。2020年家电零售规模仍保持负增长，全年预计为7938亿元。