

8. 家电

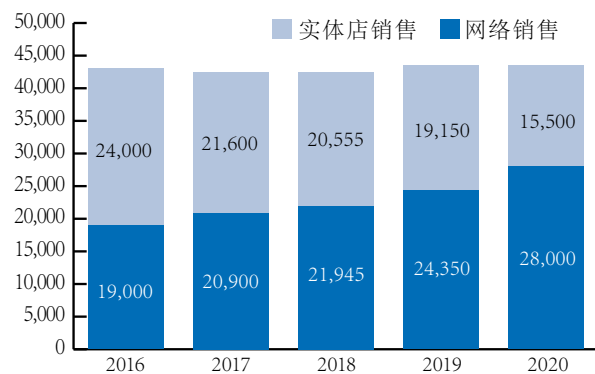
2020年, 中国家电国内市场总销售额为5,113亿元, 较上年的5,613亿元减少8.9%, 连续两年同比下降。受新冠肺炎疫情的影响, 许多商业设施被要求暂停营业, 物流配送也受到了限制, 在这种情况下, 截至疫情已基本得到控制的5月份, 主要产品类别的线下销售额还不到去年同期的一半。特别是冰箱、洗衣机等大型白色家电的销量受到了严重冲击, 同比下降逾10%, 创历史新低。线上销售方面, 包括发放优惠券等刺激消费政策在内, 在政府推出的一系列提振经济政策的作用下, 4月份的线上销售同比增长111%, 此后也继续保持着增长态势, 但由于线下销售降幅过大, 全年的家电需求总体上低于上一年的水平。家电销售呈现出明显的向线上转移的趋势, 线上渠道销售额占比达到51%, 与2019年的42%相比, 增幅高达9%。自新冠肺炎疫情爆发以来, 人们的生活习惯随之发生了改变, 宅家消费持续升温, 厨房家电以及平板电视的需求相应出现了增长, 健康和美容类产品的销量也在激增。此外, GfK的预测数据显示, 2021年全国家电市场将重新恢复正增长, 销售额将达到5,557亿元, 同比增长6%。

主要商品概况

平板电视

2020年电视销量为4,350万台, 同比基本持平。受新冠肺炎疫情的影响, 居家电视节目视听需求呈增长态势, 弥补了年初的市场下滑。2020年平板电视市场呈现出以下几个特点: 1) 疫情下消费者的购买行为发生了变化, 线上销售比例进一步提升; 2) 不断朝着大型化发展, 60英寸以上的大屏电视带动了市场的增长; 3) 由于LCD面板的供应短缺, 下半年价格跌势得到抑制, 各企业平均单价出现回升。

图1: 电视销量 (单位: 1,000台)



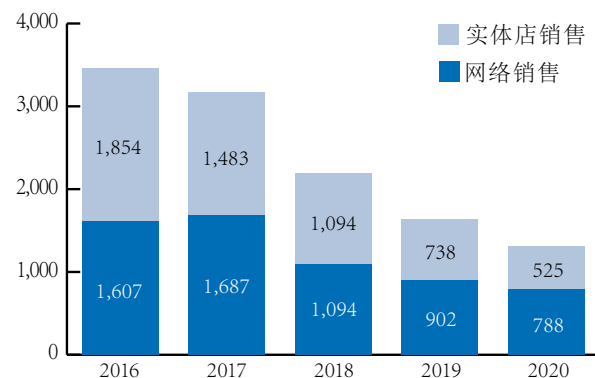
资料来源: GfK

数码相机

受新冠肺炎疫情的直接影响, 2020年数码相机的需求继续走低, 市场规模缩小到130万台左右。预计随着高性能智能手机的不断渗透, 较低端数码相机的需求今后仍将继续走低。另一方面, 可换镜头高级相机方面, 无反光板的所谓无反相机成为主流, 各公司引入新商品的积极性进一步高涨, 在下半年到来之前整个市场已恢复到上年同期水平。

在社交网站(SNS)短视频热潮的带动下, 视频拍摄需求日益增长, 今后有望以年轻人为中心创造出新的相机需求。

图2: 数码相机销量 (单位: 1,000台)

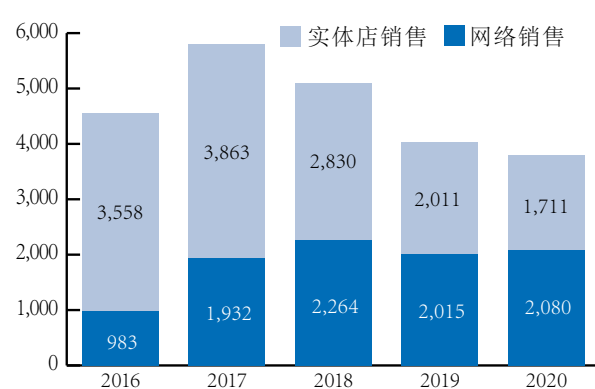


资料来源: GfK

空调

2020年家用空调的总需求量为3,791万台。新冠肺炎疫情造成了经济衰退, 受此影响, 空调需求陷入低迷, 近年来呈现良好增长势头的线上销售同样处于放缓状态, 整个空调市场的销售量同比下降5.8%。随着2020年7月新的能效等级国家标准(房间空气调节器能效限定值及能效等级)的实施, 各企业纷纷停止低能效等级的定速模式的空调的生产, 变频比例以及新制冷剂(R32)的使用比例开始激增。智能IOT以及空气净化功能已成为标准配置, 并且有越来越多的空调产品具备了换气功能, 特别是受新冠肺炎疫情的影响, 消费者对于除菌及换气两项功能的关注度正在不断提升。

图3: 家用空调销量 (单位: 万台)

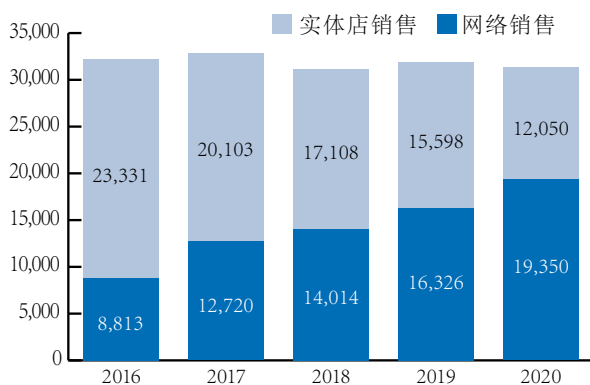


资料来源: CMM

冰箱

2020年, 冰箱销量为3,140万台, 销量数字同比减少1.6%, 金额数字为915亿元, 同比减少3.5%, 呈现负增长。受新冠肺炎疫情影响, 线下店铺纷纷暂停营业, 购物中心也处于持续关闭状态, 冰箱销量持续下滑。在需求下降的情况下, 各大品牌特别是国内品牌展开了激烈的价格竞争。此外, 随着向线上转移步伐的加快, 线上渠道的销量占比达到62%, 较上年提升了11个百分点。除了性能与设计上的个性化和差异化外, 随着人们健康清洁意识的提升, 市场上有望出现更多注重杀菌和保鲜功能的产品。

图4: 冰箱销量(单位: 1,000台)

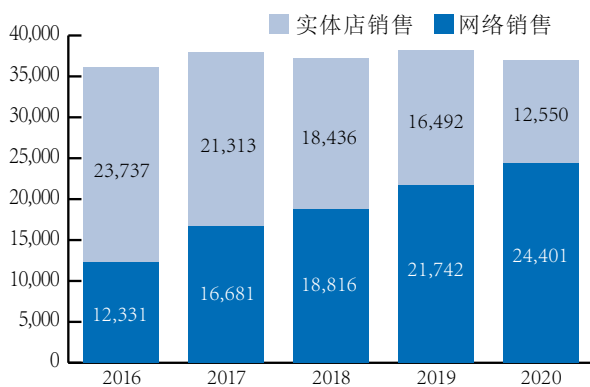


资料来源: Gfk

洗衣机

2020年, 洗衣机销量为3,695万台, 同比减少3.4%; 金额数字为720亿元, 同比减少6.6%。受新冠肺炎疫情的影响, 线下销量大幅缩水, 需求低于上年水平。2020年, 随着向线上转移步伐的加快, 线上渠道销售占比达到66%, 较上年提升了9个百分点。此外, 随着消费者的需求日益多样化, 大容量洗烘一体机的销量占比有所提升, 除菌消臭等清洁需求以及紧凑嵌入式等高附加值产品的销量均实现了增长。而另一方面则面临着原材料价格上涨导致生产成本增加的课题。

图5: 洗衣机销量(单位: 1,000台)



资料来源: Gfk

渠道环境

2020年, 家电市场的线上渠道销售额占整体销售额的比例达到51%, 首次突破了50%。阿里巴巴、京东商城两大电商网站拉动线上交易市场, 2020年“双十一”商战期间的零售总额达到4,982亿元, 相比2019年的2,684亿元实现了大幅增长。“双十一”商战的开始日期正在逐年提前, 消费者在此期间可以以全年最低的价格购买到所需商品, 但另一方面, 商战过后需求会出现明显的回落。除两大电商外, 以二三线城市为核心, 融入了游戏及娱乐元素的社交电商——拼多多正在迅速崛起, 该企业的市场份额从2017年的2.0%增长至2019年9.5%, 平台营业额高达10,066亿元。另一方面, 线下市场则呈逐年缩小的趋势, 2020年, 受新冠肺炎疫情的极大冲击, 销售额出现大幅回落, 降至2,511亿元, 同比下降23.5%。

直播电商

直播电商作为近年来快速发展的一种在线购物形式, 其市场规模正在迅速扩大。2019年全年的市场规模为4,437亿元, 2020年则达到9,712亿元, 实现了2倍以上的增长。特别是2020年, 创业者和CEO等企业高管亲自参与直播电商成为了社会上的热议话题。在家电行业, 小米的雷军总裁、全国最大的空调企业——格力空调的董事长董明珠等企业高管也曾亲自参与直播电商。其中, 董明珠创下了65.4亿元的惊人直播销售业绩。目前已有60%的电商通过直播电商的形式来进行产品和服务的宣传, 预计2021年的市场规模将超过2万亿元。企业和店铺开展的直播电商已经成为一种重要的销售渠道, 市场营销方式正在加速升级。

新冠肺炎疫情对家电市场的影响

在新冠肺炎疫情下, 人们的健康理念和生活习惯发生了巨大变化。在家电领域, 与健康生活相关的小型家电深受消费者青睐, 具备除菌功能的洗衣机、消毒柜、净水器、空气净化器等产品的销量均实现了大幅增长。特别是对于除菌功能的关注度正在不断提升。外出就餐受限推动了外卖服务的发展, 另一方面, 随着食品安全意识的提升, 有越来越多的人开始自己动手下厨, 厨房家电的销量出现较大增长。打蛋器、食物料理机、蒸烤箱以及厨余垃圾处理器等能够减轻下厨负担的产品受到了人们的广泛欢迎。虽然家电市场已连续两年低于上一年, 但有些小型家电产品依然保持着两位数的增长。此外, 高涨的爱国消费热情带动“国潮”热持续升温, 许多具有设计和性价比优势的新兴国产品牌开始进入市场, 与已经趋于饱和的大型白色家电市场相比, 小型家电市场仍有很大的上升空间, 有望实现进一步的增长。

<建议>

关于《废弃电器电子产品回收处理管理条例》

- ①《废弃电器电子产品回收处理管理条例》(中国版WEEE)于2009年2月25日公布, 自2011年1月1日起实施, 而《废弃电器电子产品处理基金征收使用管理办法》于2012年5月21日公布, 自2012年7月1日起实施。为确保生产者公平性和透明度, 对于处理基金的征收和使用情况, 希望公开按产品分类以及按国产产品和进口产品分类等的详细信息, 并定期对生产者和进口商的处理基金缴付额进行调整。
- ②2016年3月1日起, 将根据中国版WEEE对象产品第2批目录, 征收处理基金, 但尚未公布第2批目录产品的征收单价。希望今后在制定新的相关法律、政策时, 尽可能为企业设置较长的准备时间。
- ③废弃电器电子产品拆解处理补贴支付延迟, 希望加快支付流程, 尽可能降低对回收企业经营的影响。
- ④为确保废弃电器电子产品回收企业经营活动的正常与安全, 希望完善并强化废弃电器电子产品回收体制及拆解废物处理设施。
- ⑤根据生产者责任延伸制度, 不仅企业应承担责

任,政府、生产者、销售者、消费者等均负有责任,必须相互合作。因此,希望在制定相关规则时,应与企业充分沟通,在充分考虑企业经营成本等因素的基础上作出决定。

关于节能(能效标识制度)

- ①成为能效标识制度的对象产品后,生产者需履行能效限定值及能效等级的认证、检测、添加标识等繁琐的手续,成本增加。希望政府整理相关法规及标准,提高执行效率。特别是那些在上述制度正式实施之前便已上市销售的产品,很难对其进行追溯,因此希望将其排除在实施对象范围之外。
- ②制定国家标准时,希望接纳外资企业及生产商团体参与讨论,提高公开性,并在审查等执行方面确保企业间平等。

产品标识标注规定废弃后的应对

国家质量监督检验检疫总局在2014年第70号文件中公告了废弃《产品标识标注规定》。过去根据该规定进行标识标注的内容,今后将无法掌握标识标注的依据,以及无法判断标识标注内容的准确性。希望明确以下三点标识标注内容。

- 关于进口产品以及代工生产(ODM/OEM)产品的生产者名称的标注。按照过去的《产品标识标注规定》进行标识标注时有无问题。
- 关于进口产品质量合格证的标注。是否与过去一样可以不标注质量合格证。
- 关于标注进口产品符合规格的编号的必要性。进口产品由于无法在中国注册企业标准,目前处于无法进行标注的状态。

物流相关

①执行相关规定落实到书面

法律法规和通知是应遵守内容及规则的依据,但全国各相关部门在执法时,却并非都将执行的相关规定落实到书面,这给在全国范围内开展业务的企业带来极大的不便。例如:①2015年8月天津港发生爆炸事故后,多个地区的机场和港口停止了危险化学品的运输业务,但从禁运周期和禁运对象来看,各地的标准并不统一,而且并未发出明文通知;②2016年杭州二十国峰会以及2017年厦门金砖国家峰会期间均实施了交通管制,但是均未发布明文通告;③2020年初,由于新冠肺炎疫情,各物流枢纽(机场、铁路)均受到了实质性的影响,但有部分运行信息未能得到公布,企业只能通过货运代理、物流代理商等提供的不确定信息来进行应对。希望贯彻落实在执行时能够迅速且明确传达执行标准及解释的体制。

②关于统一全国保税加工贸易(手册、保税构件)执行规定

在保税加工贸易(手册、保税构件)方面,各地的操作规程并不统一,希望能够从长远的角度出发,作出统一的规定。

- 在手册核销时,对盘盈、盘亏的征税原则的差异(既存在要求对两者之差进行纳税的情况,也存

在要求仅对盘亏纳税的情况)。

- 在通过深加工结转销售成品时,国内采购材料的增值税抵扣(大多是不允许的,但也有部分允许的情况)等。
- 通过应用政府主导的“金关二期”系统,上述问题正在逐步得到改善,但是使用电子手册备案后核销前的通关BOM信息修改申报的受理结果依然存在差异(修改申报既有审批通过的情况,也有不予通过的情况)

其他

- ①关于保税交易,目前只认可保税区内销售公司或制造公司进行的保税加工交易。另一方面,由于出现顾客在免税进口限额内购买进口产品等交易方的需求,在外商投资性公司也出现了保税交易的必要性,希望酌情考虑批准外商投资性公司进行保税交易。