

家电业进入慢增长周期 产品出口仍为主要带动力

文 | 曹雅丽

国家统计局数据显示，2024年上半年，国内生产总值(GDP)61.7万亿元，同比增长5.0%。经济运行总体平稳，稳中有进。其中，一季度GDP同比增长5.3%，二季度增长4.7%。社会消费品零售总额23.6万亿元，同比增长3.7%。中国市场消费增速放缓，其中家用电器和音像器材类零售额同比增速有所减缓。

中国家电市场已经走过了快速增长和高质量增长期，整体家电行业进入了以产品迭代升级为主的慢增长周期，奥维云网(AVC)推总数据显示，2024年上半年，白电市场整体市场呈现出结构和价格双双下行特征，上半年大家电市场总体承压，这既与行业内外部环境息息相关，同时也是行业发展周期下的必经之路，但上半年中国家电出口实现稳步增长。

预计2024年中国家电零售市场规

模将达到8222亿元，其中品需类电器市场将保持稳步增长，洗碗机、嵌入式微蒸烤作为品需类电器代表增速明显，零售额同比预计增长4.3%和3.8%。

白电市场结构和价格双双下行

在需求不足背景下，产业升级路径缺乏有效支撑，头部企业的市场出清和主动竞争行为加大，奥维云网预判，2024年白电产品结构会有进一步回调。

据奥维云网推总数据，上半年白电市场零售额2319亿元，同比下滑7.0%，零售量7774万台，同比下滑3.6%。618线上市场零售量2271万台，同比增长5.2%，零售额490亿元，同比下降2.5%。在消费降级和空调品类价格大幅下降带动下，整体市场呈现出结构和价格双双下行特征。

面对相同的外部环境，空冰洗产业

表现各有不同。奥维云网认为，要以产业周期的视角去看待某一市场的增长与下滑。

据了解，空调行业经历了2022~2023年市场大年，2023年下半年进入补库阶段，但在补库空间消耗完毕后，2024年整体零售端需求疲软，叠加今年天气因素影响较大，尤其是华南、华东主力区域长期阴雨。虽然行业企业在年初都一致预判今年市场会回调，对市场走势有心理预期，但旺季不旺，进入4月份行业进入急速调整周期，库存高企动销周转下降以及618期间头部企业主动发起价格竞争给整个行业带来巨大焦虑和压力。

奥维云网表示，冰冷产业依然在换新需求驱动通道，在以旧换新驱动政策下需求逐步释放，市场整体稳健，今年值得关注的是，在消费降级背景下，冰箱市场供给端驱动的结构升级遭遇瓶

颈，需求端和供给端错配造成行业整体结构和价格都在回调，且这种回调可能会持续相当一段时间，对高端产品和高端品牌驱动增长的行业逻辑带来新挑战。

洗护产业方面，2020 ~ 2022 年新冠肺炎疫情期间，消费者的出行受限，居家时间居多，因而对衣物的洗护需求降低，消费需求压制明显，换新升级滞后明年，洗护产业在 2020 ~ 2022 年相对低迷。2023 年市场有所恢复，但由于头部企业的策略调整，市场整体竞争压力有增无减。进入 2024 年节奏调整后的洗护产业，消费端洗烘套的提前爆发和整体结构向下明显，竞争层面行业龙头今年策略稳健，洗护市表现整体优于行业。

奥维云网指出，在现实消费趋势的大背景下，白色家电各品类的结构升级均遭遇了瓶颈，同时，今年是渠道分化和博弈最明显的一年，线上市场尤为明显。各电商平台都在以低价占领用户心智，线下也是特价机横行，品牌方的市场秩序和价格秩序在 618 期间基本上被冲击的七零八落。

记者了解到，618 期间，在空调行业，龙头企业主动降价，小米、华凌、奥克斯、TCL 等品牌加速跟进；冰箱行业，海尔加速调整货品结构，加大了流量机，低价产品的供给。行业其他企业也快速调整策略，纷纷调低主销型号的零售价格。在需求不足背景下，产业升级路径缺乏有效支撑，头部企业的市场出清和主动竞争行为加大，奥维云网预判 2024 年白电产品结构会有进一步回调。

品需厨电市场呈现稳中有进态势

分品类看，洗碗机零售额同比增长 4.6%，消毒柜零售额同比增长 1.5%，嵌入式整体零售额同比增长 2.2%，预计下半年品需厨电市场继续稳中有进。

2024 年上半年厨卫品需类（洗碗机、消毒柜、嵌入式微蒸烤）受益于结构性增长带动，品需厨电整体平稳增长。奥维云网推总数据显示，品需厨电上半年累计零售额为 111 亿元，同比增长 3.6%；累计零售量为 333 万台，同比增长 2.3%；分品类看，洗碗机零售额同比增长 4.6%，消毒柜零售额同比增长 1.5%，嵌入式整体零售额同比增长 2.2%，预计下半年品需厨电市场继续稳中有进。

数据显示，2024 年 1 ~ 5 月洗碗机、一体机配套率分别达到 55.6% 和 12.9%，较 2023 年分别提升 15.8% 和 3.7%。近年来居民对家电升级的需求旺盛，而洗碗机、一体机作为改善型厨电，品质化标签明显，预计洗碗机、一体机工程市场渗透率将持续向好。

受到整体市场需求放缓，消费信心低迷，我国房地产市场又处于调整震荡期的影响，进入 2024 年以来，被大众寄予厚望的洗碗机市场并没有取得更高速增长，但依旧延续了稳步正增长的行情。

奥维云网 (AVC) 推总数据显示，2024 年上半年洗碗机市场零售额规模 58 亿元，同比增长 4.6%。零售量规模 99 万台，同比增长 3.5%；随着企业资源的不断投入及产品创新加速，预计 2024 年下半年洗碗机市场依然会保持稳定增长。

随着消费者对健康生活的追求和对

消毒产品的需求增加，消毒柜市场规模逐渐触底反弹。奥维云网推总数据显示，2024 年上半年消毒柜零售额 16 亿元，同比增长 1.5%；零售量 173 万台，同比增长 1.2%，行业整体趋势平稳，持续向好。

家电出口实现稳步增长

中国家电行业的全球增长主要来自三个方面：提升存量市场份额、引入创新产品拓展欧美市场，以及新兴市场家电渗透率的提升。

自 2020 年以来，全球化、科技新品和产业跨界已成为推动家电行业增长的主要动力。中国家电企业在全球市场上展现出卓越的效率、研发能力和渠道优势，这使得它们能够灵活应对全球贸易政策的变动，并在长期保持竞争力。

灵犀投研认为，尽管 2024 年 9 月起家电出口同比增速可能放缓，但中国家电企业的全球化优势仍然明显。值得注意的是，中国家电行业的全球增长主要来自三个方面：提升存量市场份额、引入创新产品拓展欧美市场，以及新兴市场家电渗透率的提升。这种全球化战略不仅能够分散风险，还能为企业带来更广阔的发展空间，从而有望推动板块估值的长期提升。

海关总署及中国机电商会等机构数据显示，今年以来，在国际市场需求回暖的带动下，中国家电出口实现稳步增长。2024 年 1 ~ 5 月，中国家电（白色家电）出口金额为 531.7 亿美元，同比增长 11.9%。预计上半年家电出口规模将高于去年同期水平。

从区域出口表现来看，中国对全球多个主要市场出口家电金额均实现不同程度增长，对新兴市场出口增长势头最



为明显。中国对亚洲出口家电稳中有进。

据中国机电商会统计，2024年1~5月，中国对亚洲出口家电金额为205.2亿美元，同比增长13.8%。今年前5个月中国对欧洲出口家电金额为138.8亿美元，同比增长7.9%。今年前5个月中国对北美市场出口家电走势回暖。据中国机电商会统计，2024年1~5月，中国对北美市场出口家电金额为102.5亿美元，增速止跌回正至4.3%，比去年同期大幅提高了23个百分点。其中，中国对美国出口家电金额为93.8亿美元，同比微增3.2%。中国对非洲出口家电金额为24.2亿美元，同比增长16.8%。

从品类来看，今年前5个月，中国机电商会监测的六大家电品类及零件出口量齐升的良好态势，比去年同期有明显改善。其中，大家电、厨卫家电、生活家电、环境家电和个人护理类产品出口量增速均超20%，其余品类出口

量增速也在15%以上；从出口额来看，生活家电出口增速最高；此外，家电零件出口表现比去年同期也呈复苏态势，出口量额均有提升。

从具体产品来看，2024年前5个月大家电品类中的空调、冰箱和冷柜出口量走势延续回暖趋势，均有不同程度的增长。厨卫类家电（烟灶热）绝大部分产品出口量保持高位增长。环境家电多数产品出口规模相比去年有明显增长。生活类家电出口表现延续了去年的回暖态势，总体来看，大部分产品出口量平稳上升。

受海外通胀放缓、库存去化效果明显、消费趋势阶段性复苏等因素影响，全球市场对于厨房小家电的需求逐步回暖，多数产品出口表现亮眼。据中国机电商会统计，2024年1~5月，中国机电商会监测的10类厨房小家电中的8种重点产品出口额增速均在10%以上，其中，饮水机出口增幅高

达44.9%，出口583万余台，已超过去年全年出口规模的53%。

同时，个人护理类产品出口延续了去年整年增长走势。据中国机电商会统计，2024年1~5月，电推剪出口量为9998余万台，其他理发器具出口量为9500万台，剃须刀出口量为3244万台；电吹风出口量增长最为明显，已达去年全年出口总量的46.4%。

奥维云网表示，在整体市场需求放缓，消费信心低迷的大环境下，2024年下半年家电市场仍将面临增长的压力，在各种不确定的因素面前，产品创新力、服务能力依然是获得消费者认可的关键因素，通过以用户为中心、洞察消费者需求，为用户提供更能满足用户功能性需求与情绪价值的创新产品，长久来看依然可以助力市场稳健增长。

MFC