

破局增长·智胜有数

——数字化赋能，突围家电新赛道

鼎捷软件出品



导读

目前，家电行业已从“增量市场的分享型竞争”全面过渡到“存量市场的掠夺性竞争”，一边是传统家电品类新增长点迟迟未现，价格战连年累月，家电行业发展陷入僵局；一边是互联网企业靠着AI、5G、物联网等技术迅速入局，家电行业竞争加剧，中小企业加速出清。

随着Z世代的崛起，家电行业的传统零售模式已不能完全跟紧消费者的需求，线上线下深度融合的全渠道新零售模式将成为家电行业的新常态，产品竞争转为用户竞争。而伴随着国家双碳战略目标的提出以及家电终端消费需求的分化和升级，智能化、个性化、健康化、高端化的家电产品也已经成为家电行业发展的重要驱动力。

在此背景下，家电行业的数字化转型已经如箭在弦，龙头家电企业早已排兵布阵，加速驶入“数字化建设”快车道，呈现强者恒强态势。





- 01 存量市场下，解码家电行业掠夺性竞争的成长曲线**
- 02 聚焦家电行业产业链，深剖细分行业核心赛道**
- 03 数字化赋能行业拐点，家电企业如何扶摇直上？**



存量市场下，解码家电行业 掠夺性竞争的成长曲线

- 从困境到回暖，2020年家电行业市场回顾
- 后疫情时代，家电行业的发展现状及趋势
- 新变革下，家电行业的竞争及产业格局

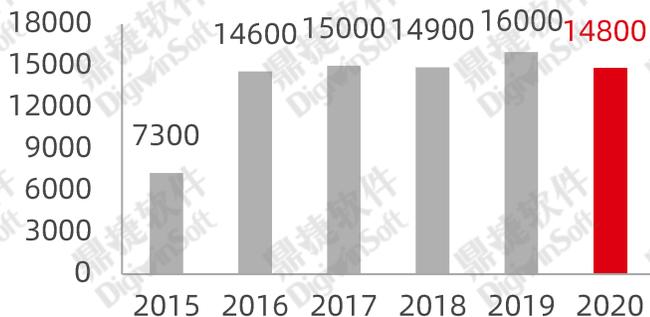




2020年家电行业市场：从困境到回暖，行业韧性逐步显现

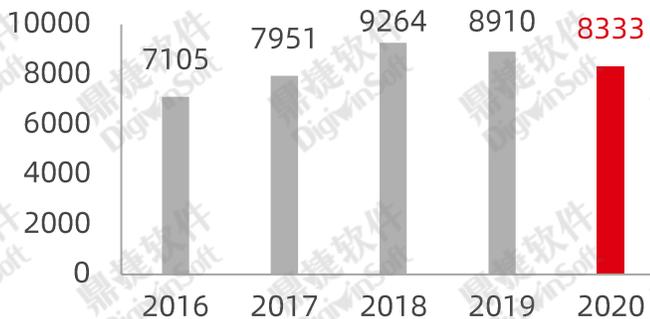
图：2015-2020年我国

家电行业主营业务收入（单位：亿元）



图：2016-2020年我国

家电行业市场零售额收入（单位：亿元）



2020年，我国家电市场先抑后扬

受疫情影响，第一季度以**35.8%**的降幅大规模收缩，随后逐渐好转，到第四季度，线上线下市场全面恢复。

2020年我国家电行业实现主营业务收入**1.48万亿元**，市场零售额规模达**8333亿元**，在疫情冲击之下显示出较强的韧性。



困境

- 家电行业内需疲软，外需受阻，前端地产销售低迷，后端成品库存高起，再加上原材料价格上涨，行业生产活动受阻、物流滞缓，在短期内对供应链的稳定性造成了一定的威胁，宏观环境恶劣；
- 居民可支配收入大幅降低，消费趋于理性，未来收入增长预期不足；
- 新增消费需求严重不足，更新消费需求短期难以支撑，总体消费需求大幅萎缩。



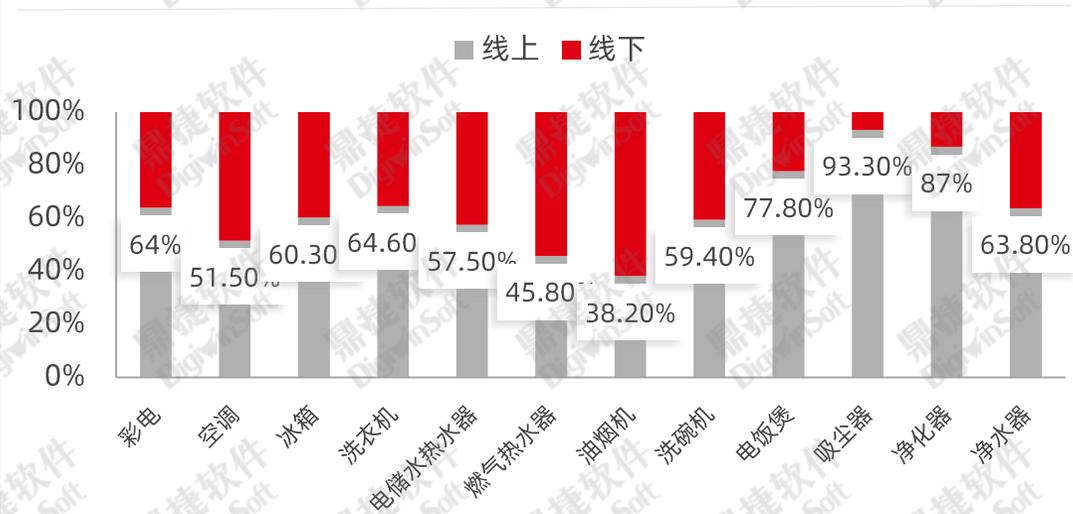
机会

- 疫情防控态势向好发展，各项促增收、扩消费**政策落地生效**，家电市场逐渐回暖；
- **直播电商**崛起加速线上业态的裂变和创新，线下需求向线上转移；
- **海外需求释放**，全产业链优势促使家电出口市场出现“V”型反转；
- 家电行业渠道数字化变革加速，**数字化转型**助力家电企业逆势增长。



2020年家电行业市场：渠道变革加速，线上消费成主力

图：2020年我国家电行业线上线下零售量占比（单位：%）



同比增长14.48%



同比下21.13%



用户需求向线上转移，网络零售作用进一步提升

新冠疫情改变了人们的消费方式，也加快了家电行业渠道变革的步伐。

2020年，我国家电市场线上产品零售额年度渗透率首次超过50%。在电商崛起/KA下沉下，家电行业销售渠道由线下主导全面过渡到线上主导。



原因

“宅”经济拉动家电行业加速“触网”，家电企业与渠道平台深化合作，在渠道创新、模式创新和渠道数字化变革中不断摸索，通过直播电商、社区团购等新型营销方式，促进线上消费发力。



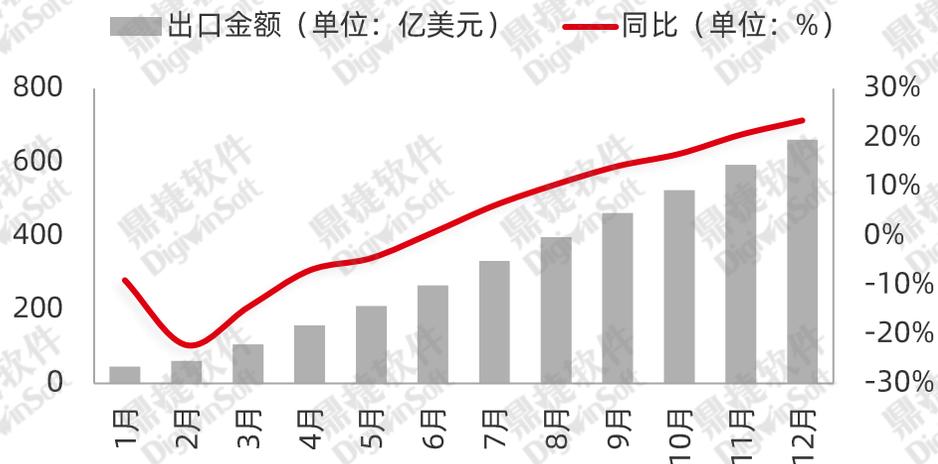
影响

后疫情时代，线上线下深度融合的**全渠道新零售**模式将成为家电行业新常态，**产品竞争转为用户竞争**，围绕消费者全生命周期的**全链路数字化运营**将成为提升企业效率和竞争力的关键，数字化转型势在必行。



2020年家电行业市场：产业链优势凸显，出口额首破800亿美元

图：2020年1-12月我国
家电行业累计出口金额及累计同比增长情况



2019年
家电出口总额
709.2亿
美元



2020年
家电出口总额
837.0亿
美元

海外订单转移，家电市场出口暴增

2020年，随着家电市场海外需求释放，中国家电行业产业链优势开始显现，家电行业出口自6月份开始强劲反弹，出口暴增。

2020年我国家电行业全年累计出口额**837亿美元**，同比增长**18%**，出口额规模保持历史同期最好水平，且增速为近十年来最高。

原因

- 国内疫情得到有效防控，各行业快速恢复生产，国外疫情持续发酵，大部分海外订单转向国内。
- 中国家电企业积极开拓东盟新兴市场、政府加快出台稳外贸政策对中国家电业出口形成支撑。
- 家电企业积极开展线上业务，逐步完善全球电商运营体系，跨境电商和海外电商等快速发展。
- 家电行业探索数字化转型实践，全渠道、数字化的产业链优势开始凸显。



发展现状：市场竞争日趋白热化，行业新赛道转型在即

1

存量市场

家电行业从“增量市场的分享型竞争”全面过渡到“存量市场的掠夺性竞争”，海外市场蕴藏巨大机会，同质化竞争下的性价比产品大行其道，差异化的创新型产品成为行业发展新动力。

2

渠道变革

家电行业渠道变革层出不穷，除了线上线下的京东、天猫、苏宁，还有拼多多、抖音、快手，甚至小红书等新兴渠道的崛起，进一步分化家电厂商的零售体系布局和商业资源，也加深家电厂商的经营负担和压力。

3

行业竞争

家电行业规模经济日益明显，行业集中度进一步提高，当前场景新赛道的更迭加快了对老赛道巨头企业的直接对阵和正面竞争，龙头企业强者愈强，二三线品牌生存空间压缩。

4

跨界冲击

不止拥有硬件产品的互联网公司，甚至拥有互联网基因的电商也开始有意识地藉由自身基因涉足家电领域，受到互联网领域入局者的冲击，家电行业加速洗牌。



市场环境：家电行业迎来确定性增长，数字化趋势不可逆转



政治环境

- 新一轮“家电下乡”，拉动家电消费政策提前发力
- 大量传统家电步入报废或服务过期关口，“以旧换新”成为结构升级重要抓手
- 叠加政策引导行业向绿色智能化方向发展，健康品质家电需求有望持续释放



社会环境

- “Z世代以及银发经济”作为朝阳产业正在兴起，消费需求分化升级，家电市场规模加速扩大
- 双线渠道调整升级，渠道下沉推动低线城市消费增长
- 中国家电行业享有巨大的全球化市场，走出去 + 海外并购实现资产全球配置和品牌国际化布局



经济环境

- 我国经济稳定增长，居民收入水平提升，消费红利升级驱动消费需求增长
- 地产竣工回暖助力家电行业终端需求进一步向好
- 在“新基建”的带动下，“数字经济”趋势不可逆转，中国家电行业的数字化进程进一步加快

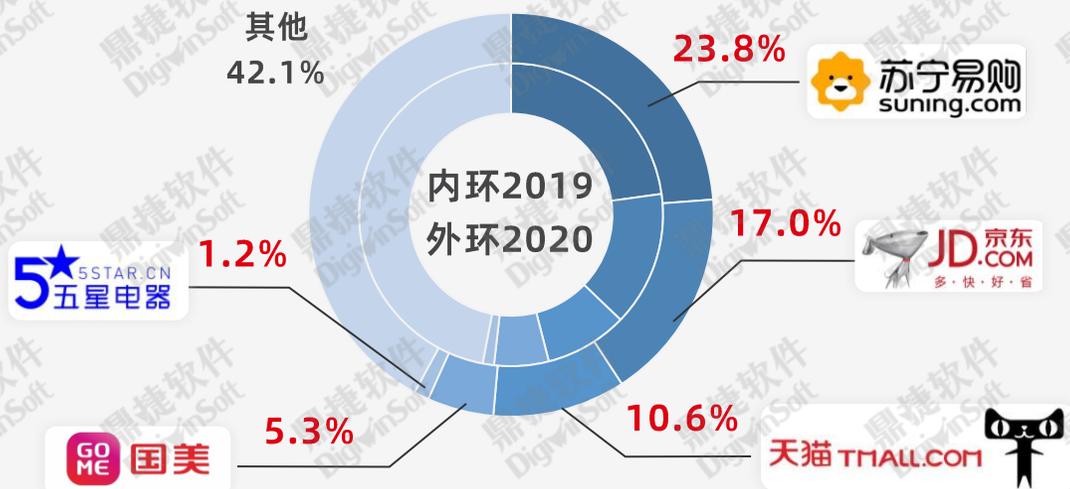


技术环境

- 工业互联网赋能，推动家电行业的管理营销模式和服务场景向数字化转型
- 5G、IOT以及人工智能等技术驱动家电行业更新换代，全屋智能场景化运营成为家电行业发展的新动力
- 电商渠道崛起，营销方式多样化，加速新品类、新品牌传播和销量转化

竞争格局：头部渠道优势扩大，寡头垄断格局延续

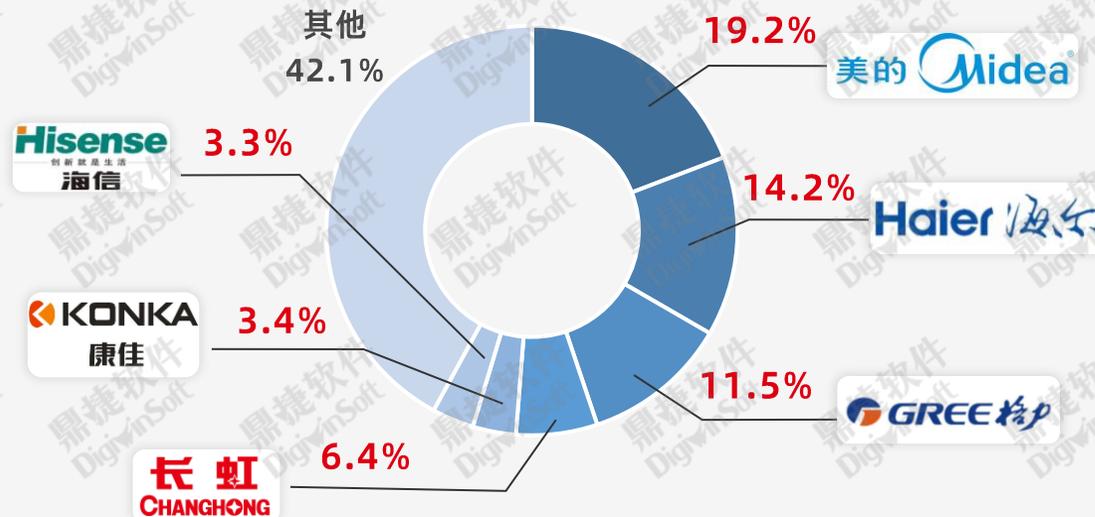
图：2020年我国家电行业
主要渠道零售额占比情况（单位：%）



从全渠道来看，由于电商平台加码，“线上+线下”多渠道并举，整体家电市场中，头部渠道优势扩大。

苏宁易购稳居第一，京东紧随其后，此外，天猫、国美、五星电器跻身前五。

图：2020年我国家电行业
上市企业市场营业收入占比情况（单位：%）



从2020年家电行业上市企业营业收入来看，美的、海尔和格力稳坐家电行业收入前三。家电行业CR3为44.9%，CR6为57.9%。

尽管线上渠道类型越来越丰富，碎片化的需求也从隐性转向显性，整体的市场份额却在不断向头部品牌快速集中。

产业格局：产业集群优势明显，行业领先品牌辈出



除了珠三角、长三角、环渤海湾已经形成的三大产业集群外，在智能化、高端化的消费浪潮之下，河南、湖北、四川、重庆，以及安徽等多地也建立了新的产业基地和集群，以巨大的产业积聚效应，形成了高度本地化的强劲竞争优势。

环渤海家电产业集群

青岛为中心，代表企业：海尔、九阳、海信、澳柯玛、皇明

长三角家电产业集群

以安徽（合肥、滁州、芜湖）、浙江（宁波、慈溪）、江苏为中心，代表企业：老板电器、苏泊尔、奥克斯、奔腾、帅康、方太、松下、德意

珠三角家电产业集群

佛山顺德为中心，代表企业：格力、美的、科龙、格兰仕、万和、华帝、万家乐

西部地区家电产业集群

绵阳为中心，代表企业：长虹集团

中部地区家电产业集群

湖北武汉为中心，代表企业：TCL

发展趋势：存量博弈市场，数字化转型成为必答题



竞争态势：“价格抢滩” → “价值升级”

以存量市场为特征的传统品类市场将逐步由价格战进入价值战，原材料价格上涨进一步加速价格到价值的竞争要素转换。



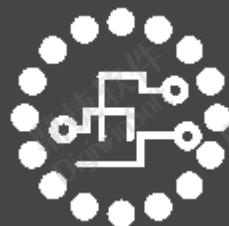
品牌格局：极端反差的快速集中与洗牌

行业洗牌加剧，优胜劣汰，头部企业领先优势继续放大，腰部企业成为行业承压的重中之重，尾部企业被快速洗牌出局，品牌集中度快速提升。



消费需求：消费分级与高端升级成为主导

行业需求动力换挡，消费需求两极分化，高端塔尖消费群体的总体规模稳中有升，高性价比的低线刚需成为消费主流，行业需求模型从哑铃型过渡到纺锤型，高端化成为企业的第二增长曲线。



后疫情时代，数字化转型已不再 是 家电企业的一道选择题，而是一道**必答题**。

数字化正在成为企业的核心资产、新资源，**数字化转型和数字化建设将成为未来3-5年的重要突破口**。



竞争重点：“产品竞争” → “用户竞争”

产品快速迭代与产业生态变化推动竞争重点从单纯的产品竞争转为用户价值与体验竞争，倒逼企业转型与商业模式重构。



产品趋势：改善叠加刚需推动新品类增长

传统家电品类增长受限，新兴品类快速成长，改善型需求叠加刚需属性的新兴品类迎来进一步发展。家电行业从追求规模和速度的粗放型发展模式升级到创新驱动发展模式。



渠道变革：三分格局重构后的主导权转移

前装、线上、线下呈三分格局，渠道由线下主导全面过渡到线上主导，渠道下沉速度加快，低线市场成为角逐的焦点。从渠道数字化模式来看，**全链路连接和全场景触达**将成为发展趋势。

创造客户数字价值

智能制造



全程价值服务



效益导向

★ 关于鼎捷

创新与专业的数字转型服务提供商

鼎捷软件1982年成立，2014年于深交所上市。历经39年深耕，鼎捷软件已发展成为立足中国大陆，辐射亚太，拥有36家集团分公司与子公司、33个国内分支机构、员工人数超3700余人的国际化运营集团企业。

秉持创新、尊重、专业的经营理念

鼎捷软件为制造、流通行业企业提供极具智能与创新的ERP、MES、PLM、设备云、智物流等专业服务。已帮助超过50,000家企业通过以效益为导向的价值服务，实现“智能+”转型与变革，提升企业数智管理能力及市场竞争力。

- 最新资讯
- 匠心严选
- 持续更新



长按识别二维码添加鼎捷小智
获得更多政策资讯与服务

免责声明

1. 本报告数据来源于各大官网公开信息整理，如有疑问，请联系我方。
2. 本报告所提供的信息，仅供参考之用，相关分析判断在任何时候均不构成对任何人的投资建议。
3. 本报告中所有内容的版权及最终解释权均为我方所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表或进行其他商用行为。