从细分到高端,从健康到智慧

家电十年 过去聚焦单品,现在智慧联动

家电行业,是一个与生活息息相关的行业。十年来,为满足人们对美好生活的向往,家电企业开始了一次次技术创新和产品升级,家电产品也逐渐向绿色、智能、健康的高端方向进行转型,满足了消费者的高品质需求。如今,各种各样的家电产品融入了家居生活的方方面面,用智慧联动不断为人们的日常生活带来改变和惊喜。

正观新闻·郑州晚报记者 李冬生/文 周甬/图

卖场中的家电产品越来越高端、越来越细分

品质化:突围高端赛道

“这已经是我这十年来第三次购买电视了,是一台具备‘智慧大脑’的电视。”陈先生在电视消费上的需求,在一定程度上代表了消费者对家电产品需求的转变,“第一次购买电视,看重的是画质和尺寸;第二次是因为有了孩子,看重的是健康;第三次是换了大房子,需要买一台‘聪明’的电视。”

近年来,传统家电行业整体增速放缓,由增量市场步入存量市场,但人们对美好生活的向往,对智能、高端、健康等消费升级的需求,进一步助推着家电产品结构升级。

自2012年开始,在多方压力之下,以自我纾困为主观动机的高端之风开始吹起。家电企业抓住消费升级的契机,积极进行供给侧改革,尤为重视提升产品质量、改善产品功能、丰富产品种类,重点突围高端赛道,以适应市场消费升级的需求。

如今,走进苏宁易购、五星电器等大型家电卖场可以发现,无论是电视、空调还是冰箱、洗衣机,主打健康、智能、节能等概念的高端家电已不在少数。

在4K电视、OLED电视、大尺寸电视等带来更好观影体验的同时,创维、海信、康佳、长虹、TCL等企业纷纷加码Mini LED赛道,OLED、8K、激光电视、卷轴屏等多元显示技术和形态大露锋芒,搭载各类护眼技术的产品层出不穷;智能空调、新风空调、新一级能效空调也为消费者带来了更好的舒适体验以及节能效果;智能大屏冰箱、保鲜冰箱、十字四门冰箱等可以满足消费者对健康、智能以及更多、更细分的储存空间的需求;健康杀菌洗衣机、洗烘一体洗衣机、智能洗衣机可以带来更好的洗衣和穿着体验,也已成为消费者选择的主流。

细分化:挖掘消费潜力

“功能新颖齐全、品质靠谱的家电可以减少很多做家务的烦恼,而且还能增添一点生活的乐趣。”90后消费者赵女士最近给家里添置了几件新家电,“今年在我的坚持下,家里终于买了吸洗拖一体的洗地机,又减少了因做家务而产生的矛盾。最近这两年还换了新的电饭煲,入手了空气炸锅和破壁机,也是为了提高生活品质。”

“每一个家电产品都有其独特功能,要根据实际需求来购买。”赵女士说,她虽然新购买了破壁机,但厨房里还有榨汁机、原汁机等,“制作不同的餐食时,要使用相应的家电产品”。

日前,京东家电联合奥维云网打造的《2022中国洗地机趋势洞察白皮书》等一系列小家电白皮书指出,洗地机品类出现细分化,聚焦品质、母婴、养宠、科技一族等成为新机会赛道;而吹护机方面,消费者对于高速、护发等进阶品质的需求,催生了整个电吹风行业的二次升级,在此强劲需求的拉动下,行业均价呈现上扬态势,一片欣欣向荣;空气炸锅、低音免手洗破壁机、咖啡一体机、果蔬净化清洗机等厨房小家电百花齐放……

新功能、新品类、新蓝海,细分赛道不仅为企业打开了一片新天地,更为拉动消费、挖掘潜能提供了支撑。前不久,格兰仕就聚焦预制菜,发布了行业首创的预制菜微波炉,用户通过一次操作即可“快速解冻+快速烹饪”。在家电卖场中也可以发现,同一品牌、同一品类的家电产品,往往都会有好几款,只是主打的功能有所区分。

智能化:智“绘”家庭生活

打开家门,扫地机器人专注工作、新风系统自动打开;做饭时,厨房中精确设计的高端电器提升你的做饭乐趣……如今,随着物联网、5G、人工智能、大数据、云计算等新一代信息技术和智能技术的快速发展,各种各样的高端智能家用电器融入了家居生活的方方面面,打造了家庭生活的多个智慧场景。

在过去,家居和家电分处两个不同赛道,而随着消费升级,系统化、成套化的产品成为市场需求主流,家居与电器的融合已成为趋势,二者的边界变得模糊。从2014年开始,TCL发布“智能+互联网”与“产品+服务”重大转型战略;美的布局智能家居,与阿里共建物联网开放平台;海尔智家旗下三翼鸟品牌开启智慧场景布局新篇章,创造定制化家居体验,让家庭物联网走进生活……

多年发展下来,我国家电产品已逐渐从家电自动化和单品智能化阶段迈入了全品类智能化阶段,智能家电的AI能力和无感服务能力正在不断提升。业内人士表示:“如今,全屋智能化体验的配套已经形成,构建家庭互联互通的家电产品已经成为大势所趋,家电产品的智能使用场景将得到更多的应用和开发。家电企业的智能化战略布局,不仅能满足用户对消费升级和美好生活的需求,更能积极推动小家电行业的升级,促进行业转型发展。”

现在的家电产品可以满足消费者审美和情感需求,不再是冷冰冰的摆设。如今,品质化、细分化和智能化正使得家电产品变得越来越有“温度”,越来越像家庭生活的伙伴而非机器。在“万物互联”的智能时代,家电产品将迎来新的发展机遇,我们的家庭生活也必将因此而变得更加智慧起来。