

# 洗衣机行业细分市场积蓄新动能 开辟新跑道

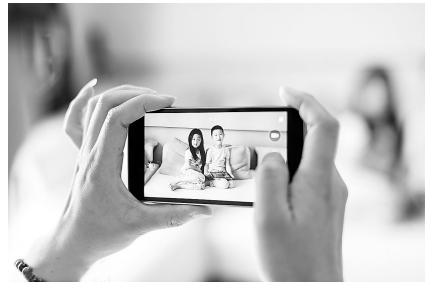
据中怡康最新数据显示,1-8月以来,我国洗衣机市场零售量为2338万台,同比增长10.4%;零售额420亿元,同比增长13.1%。洗衣机在大家电中增速仅次于空调。

根据家电上市企业发布的2017年中期业绩报告,2017年上半年海尔洗衣机业务实现营业收入138.45亿元,同比增长59.02%;小天鹅实现营业收入105.68亿元,同比增长32.35%;TCL上半年洗衣机销量达到86.6万台,同比增长15.8%。



## 资讯

### 中国消费者换手机频率下降 华为用户忠诚度最高



美国科技新闻网站ZDnet 25日援引最新研究报告显示,2017年,中国用户更换手机的频率明显下降,智能手机市场增速回落。其中,iPhone用户在2017年选择换机的比例从去年的27.8%降至16%。

报道称,《2017中国手机消费与品牌引力指数报告》通过对约7万多名中国智能手机用户的调查发现,约一半的用户选择每两年更换一部新手机。

报告称,安卓手机用户的换机频率高于iPhone用户。在从未使用过iPhone的安卓用户中,至少一年一换的用户占比为23.5%,低于去年的34.7%,而iPhone用户中每年换机的占比约为16%。

在安卓阵营中,不同手机品牌的用户也有着不同的换机频率。其中,小米用户购买新手机最为频繁,其中约32.3%的用户每年都会换机。其次是OPPO用户的28.2%,vivo的25.9%以及华为的23.5%。

调查发现,华为用户展现出最高的品牌忠诚度,72.8%的用户表示将下一次换机时还将考虑华为。其次是苹果的65.7%和小米的54.9%,而三星的用户中只有24.9%的人表示会继续使用三星。(环球时报)

## 1 行业细分 产品力撬动市场

今年我国洗衣机市场出现明显好转,既得益于宏观经济和市场环境的利好,更离不开行业自身的转型升级努力。

中国家用电器协会副理事长徐东生指出,今年洗衣机行业能取得相对较好的业绩,与近几年各主流厂家致力于产品创新、通过自身的产品力撬动市场密不可分,免清洗、自动投放、分区和分类洗涤、烘干、直流无刷电机和变频电机、智能化等技术的应

用,契合了当下的消费升级趋势。

事实上,随着人们生活水平与消费能力的提升以及健康意识的增强,消费者对洗衣机的功能需求也越来越“苛刻”:一方面,消费者对于洗衣机传统“洗”的功能提出了更高的要求,希望洗衣机能够针对不同面料材质衣物和不同使用人群提供专属的洗衣解决方案;另一方面,消费者对于洗衣机“干”和“净”的功能需求也越来越迫切。

## 2 干衣机快速崛起 未来增长前景可期

近年来,我国干衣机逐渐受到消费者的青睐,呈现出爆发式增长的势头,其市场规模正在不断扩大。

中怡康预计,2017年我国干衣机市场规模有望达到19.2万台,同比增长42%,由于线下渠道发力,干衣机在线下市场的增长势头

将更为迅猛。

徐东生指出,在消费升级的背景下,居民收入持续增长,尤其是快速崛起的新中产阶级,他们更注重追求健康和高品质的生活方式,谁的产品能获得这个群体的关注,必将会获得更大的市场回报。

## 相关新闻

### 企业加码布局复式洗衣机 抢食10亿蛋糕

据奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示,2017年复式洗衣机零售量将达3.5万台,零售额达3.8亿元,到2020年,预计零售量、零售额将分别增至9万台及10亿元。复式洗衣机已然成为经济新常态下,中国家电行业最具潜力的品类。

目前有31.7%的家庭存在增加一台洗衣机的需求,主要为了将大人和婴幼儿的衣物分开洗涤,以及将内衣与外衣、袜子等不同类别的衣物分类洗涤,但是碍于摆放空间受限、进排水设施限制,无法形成购买。分区复式洗衣机的出现,迎合了这部分人的需求。

产经观察家洪仕斌指出,复式洗衣机大容量、上下双洗的特点,既能呵护洗涤健康,又节约空间,将成为未来洗衣机市场的主流。

市场导向面前,中外洗衣机企业纷纷加码复式洗衣机细分领域,小天鹅、海尔、海信、三星、LG等品牌均有相关产品问世。在洗衣机企业的大力推广下,“分区洗”的概念愈发流行。“分区洗仅仅是复式洗衣机的初级阶段。”

洪仕斌表示,“真正的复式洗衣机,除了分区洗外,还应该具备大容量、智能化等特点,这才是复式洗衣机的核心价值。”(综合)

### 用完洗衣机后, 一个动作让细菌减少!

洗完衣服后洗衣机的盖子要不要打开?如果不注意这一点,小心细菌滋生、衣服越来越脏!

很多人用完洗衣机后,就会立即随手盖上洗衣机的盖子,有的人还喜欢套上洗衣罩,这恰恰是最不可取的做法。洗衣机的原理,是通过旋转,让衣服和洗衣机的桶壁摩擦,带走污渍。洗衣机盖上盖子本身就不利于水气蒸发,用完后盖子总是关着,在潮湿的环境下会滋生大量细菌,再加上洗衣罩的遮挡就更容易滋生细菌了。这也是用洗衣机洗完衣服穿着身上痒的原因,严重的还可能会导致皮肤过敏。

所以建议大家洗完衣服后打开盖子通风30分钟至1小时,等水气散去干燥后再盖上盖子。

### 洗衣机清洁妙招

洗衣机用久了会很脏,为避免洗衣机成为细菌源,建议每隔1-2个月清洁保养一次。如果刚洗完的衣服上面就有棉絮、小黑渍,甚至发出异味,就意味着你的洗衣机该清洗了。

清洁需两步走,只要用上白醋和小苏打。第一步:洗衣槽放满水,加入1杯(约100~120克)小苏打粉,让洗衣机搅动3~5分钟后,静置浸泡1小时,脏东西就会浮现出来。把脏水放掉后,再开启一般清洗程序,用清水再过一遍。

第二步:洗衣机清洁干净之后,放满水,加入1小瓶白醋(约300毫升),或1杯柠檬酸。让洗衣机搅动几分钟之后,浸泡半小时以上,再用清水清洗一次即可。(综合)

## 我国空气净化器年销售500万台 30%不合格!



“我国空气净化器市场每年有500万台的销量,年增长率达20%至30%,其中有30%的产品不合格。”中国消费者协会副秘书长刘清日前在中消协举办的“室内空气净化消费教育研讨会”上说,空气净化器产品质量参差不齐,产品宣传五花八门,增加了消费者的选择难度。

针对空气净化器的产品质量,中国消费者协会对消费者反映比较强烈的问题进行了梳理:

一是企业众多庞杂,有的企业昙花一现,已经出现购买产品后买不到滤网等耗材的“净化器孤儿”;

二是产品一哄而上,宣传不实,消费者购买此类产品如同鸡肋;

三是售后服务滞后,消费者购买净化器产品得不到售后服务,有的甚至成为二次污染源。中国家用电器研究院副总工程师鲁建国说,我国家电产品很少有3C认证,空气净化器同样也没有3C认证标准。随着空气净化器新国标的出台和实施,行业鱼龙混杂的现象得到了一定程度缓解,产品指数的虚标、乱标有一定程度改善。

消费者如何选购净化器产品?中消协建议:

应当购买执行新国标的产品,选择明确标注CADR(洁净空气输出比率)、CCM(净化器累积净化量)、高效率,低噪音的产品;

注意识别商家宣传的去除甲醛有效率、医用级别、抗菌、除菌等,商家应当出具第三方专业机构的检测报告;

选择空气净化器产品,并非越贵越好,标注值越高越好,要根据实际需求,如适用面积以及净化需求来选择。

很多标称除霾空气净化器产品不一定具备去除甲醛的功能,如果为了去除因装修导致的甲醛等污染,建议消费者选择CCM数值尽可能高的除甲醛空气净化器产品。(据新华社)