

多元化促消费 高质量促发展

石市消费市场“新家电时代”来临



2024年,石市家电消费市场将着力在多元化、智能化、绿色健康化、全场景化等方面发力,以满足消费者的多样化需求,挖掘消费市场新潜力,提振家电市场消费新活力。

□文/图 本报记者 杨琨



■北国电器怀特店打造“一站筑家超级品牌店”。

促消费多元化 激活消费潜力

“我们刚装修了新房,赶在春节前把家里的电器集中置办一下,今年一家人就可以在新房团聚过年了。”昨日,在石家庄京东 MALL,市民刘元庆一家正在挑选家电。刘元庆说,由于近期一些家电商场都有消费券补贴,像在石家庄京东 MALL 消费可获得补贴,十分划算。

为充分激发消费潜力,稳定和扩大居民消费,新华区联合石家庄京东 MALL 开展 2024 年新华区百万惠民补贴家电促消费活动。该活动自 1 月 6 日至 1 月 14 日举办,按照先到先得原则,补贴资金用完活动即止。

“在石家庄京东 MALL 现有优惠销售价基础上:单台家电价格满 1000 元(含)~5000 元(含),补贴 12%;单台家电价格满 5000 元(不含)以上,补贴 15%。”据石家庄京东 MALL 工作人员介绍,补贴对象为家电促消活动期间参与活动购置家用电器的个人消费者。此次活动品类主要包括彩电、冰箱、洗衣机、空调、厨卫、小家电等六大类电器商品。为此,今年 1 月份,石家庄京东 MALL 以优惠消费券和家电优惠补贴的促销举措,大大带动了商场销售额的提升,家电消费掀起了小高潮。

与此同时,石家庄 2024 年桥西区百万惠民补贴家电促消费活动也已同步开启。桥西区联合北国商城股份有限公司(北国电器事业部),开展 2024 年桥西区百万惠民补贴家电促消费活动。此次活动参与品牌有海尔、卡萨帝、美的、小天鹅、COLMO、海信、博世、西门子、创维、格力、TCL、三星、老板、方太、帅康、科龙、奥克斯、新飞、松下、万家乐、容声、美菱、九阳、苏泊尔、科沃斯、沁园、莱克等国内外家电品牌。

2024 年,家电市场多元化促消费,将以惠民补贴、消费券满减或返券、节日优惠等促消费活动让利消费者,刺激家电消费,为振兴家电消费市场起到拉动作用,也将大大增强消费信心,持续激活消费潜力。

家电全场景化 打造新消费体验

1 月 1 日,石家庄北国电器怀特店乔迁升级开业。北国商城股份有限公司电器事业部总经理韩国斌表示,乔迁升级后的北国电器怀特店将以“一站筑家超级品牌店”的姿态与使命,紧密接轨主流家电市场,把脉科技潮流趋势,追逐时尚智能最前沿,努力锻造引领未来智能市场的最新、最全、最智能化的家电情景,将休闲、购物、娱乐完美融为一体,构建新家消费时代最新最全的生活方式与体验。

据悉,石家庄苏宁卓达店也将在 1 月 26 日全新升级开业,将从产品升级、体验升级、品类丰富、打造家电全场景化等多方面服务于消费者。



■石家庄京东 MALL 营造家场景。

2024 年,基础化、单一功能的产品已经无法满足消费者多元且个性化的需求,将家电放在家居场景中考量,模糊二者界限的全场景化发展,成为家电行业发展的必然。

面对“上班族”越来越追求快速、便捷、全方位的家电新场景,全场景化能够使家电和家居、用户形成有机互动,并对消费者不断变化的需求打造贴合用户的体验空间,“用户+场景”正是今年家电市场的新发展。

在北国电器,场景下的套系套购、全屋定制等成为消费者的关注焦点。“现在来到每一个家电商场,你都会感受到家一样的温馨。很多品牌完全按照家装风格布置,在这种全场景化下,让人感觉家电摆放很美观、功能很全面、使用很便捷,就很想一站式购全家电。”正在北国电器购买家电的市民李尚梅表示,家电全场景化展示和体验,不仅让消费者有家的氛围感,更让消费者在对全屋家电的品质、功能、美学上有了融为一体的认知感和体验感。



■越来越多的年轻人喜欢到家电商场体验互动活动。

2024 年,基于用户的需求,用户的生活方式、消费理念变化,倒逼着家电、家装和家居的融合发展,推动成套化、集成化的产品方案、施工顺序和周期融合,通过一站式主动协同去迎合用户需求的变化。

发展智能家电 提高生活品质

“高质量发展”“智能化家电”成为今年家电业热词。

小到 AI 音响、智能门锁,大到智能冰箱、智能电视,随着人工智能和物联网等技术的飞速发展,各式各样的智能家电层出不穷,在不知不觉间“登堂入室”,改变着人们的日常生活。

2024 年,智能家电将朝着多种智能化、产品之间互联互通等方向发展,市民家庭将更舒适、更智慧、更有颜值。如智能电视,不仅可以观看高清视频,还能连接互联网、支持语音控制和游戏互动。一些智能电视还配备了 HDMI 和 USB 等多种接口,可以满足消费者多样化的需求;智能空调能够通过手机 APP 或语音控制调节温度、湿度和空气质量,为消费者提供更加舒适的生活环境;智能冰箱可以通过手机 APP 或语音控制调节温度、查看冰箱内部状况和食物保鲜情况;智能洗衣机可以通过手机 APP 或语音控制选择洗衣模式、设置洗衣时间、查看洗衣进度等;智能吸尘器可以自动识别地面类型、自动调整吸力、充电时间短、续航时间长等优点。

由于家电产品的主流消费人群逐渐年轻化,家电的智能化、高端化将成为今后的发展趋势。智能家电在分担人们的家务劳动同时,还让人们腾出时间享受生活,从而提升人们的生活品质。

家电更新迭代 “以旧换新”成新增长点

伴随着人们环保意识的日益增强,消费者开始关注家电产品的能效、节能以及环保材料的使用,高效节能的家电产品越来越受到消费者的青睐。且在越来越重视健康的今天,消费者希望能在家中构建一个清新自然的健康生活环境,而在强烈需求的刺激下,“健康”“绿色”概念成为今年家电业创新和增长的一个重要方向。

2024 年,河北苏宁易购将在产品优惠、以旧换新、家电补贴等方面下足功夫,全力保障用户各类年货采购和服务体验。并通过短视频+直播的方式,邀请品牌商代表、金牌导购等作为“年货新探官”形成门店直播的“直播矩阵”,为消费者推荐新奇丰富的年货和更优惠的价格。为推动“春节焕新消费”、助力“乡村振兴”,今年 1 月份,苏宁易购开展“新家电下乡”交流交易大会暨年货节启动仪式,发布“产品迭代、渠道建设、服务优化、运营升级”2024 新家电下乡计划。

此前,中国家用电器研究院院长刘挺认为,我国是全球最大的家电生产基地和家电消费大国,在“双碳”战略驱动下,家电业加强科技和产品创新,加快向绿色低碳转型,是实现健康可持续发展的必然选择。家电行业绿色化发展,既是用户消费升级、制造业高质量发展的重要表现,也是中国实现“双碳”目标、助力扩大全球绿色版图的必然要求。

中国家用电器服务维修协会会长刘秀敏表示,随着家电市场高端用户新增需求逐步上升,以旧换新成为家电市场新的增长点。提高家电焕新效率,不是简单的换产品,而是用户“唤醒新理念、换新家电、焕新生活”的表现,是绿色智能、低碳环保、健康快乐等新生活方式的体现,是为了实现“智能制造、智慧场景、智享服务”的转型升级,是对“用户群体、品牌格局、家电产业生态”的重构。刘秀敏认为,2024 年,我国家电市场增长依然保持好于其他行业的态势,存量市场成为转增量市场的优势,以旧换新已经成为保持家电市场持续回暖的核心动能之一。



■河北苏宁易购“以旧换新”活动受关注。