

一季度家电零售线上占比预计突破70%

## 健康类家电或成新风口

新冠肺炎疫情的爆发，不仅刺激了消费者对于清洁、除菌等健康概念家电的选购，同时也改变了消费者的购物方式。奥维云网预计，2020年一季度家电零售线上占比或突破70%。而苏宁大数据显示，近期消毒柜、洗碗机、洗菜机等产品的销量暴涨133%，爆款商品供不应求，与健康相关的净水机、垃圾处理器、蒸汽拖把、除菌洗衣机等产品也在防疫期间走俏。不过，受疫情整体影响，有机构预测今年一季度家电行业整体销售额将出现大幅下降。

■新快报记者 陈学东



### “沙发购物”需求高涨

与冷清的线下渠道不同，家电的线上营销依旧火爆。京东、苏宁和国美等各大电商平台都推出多种“春节不打烊”的物流配送方案，线上购买、年货送到家成为今年春节家电消费新趋势。根据奥维云网发布的《新冠肺炎疫情对中国家电市场影响报告》，因出行受阻，“沙发购物”需求高涨，2020年一季度家电零售线上占比或突破70%。

奥维云网认为，疫情导致了家电线下销售渠道的阻塞，使传统家电代理商、渠道商需要重新审视线上营销的价值，寻找更多的销售渠道。目前的困境，也极有可能倒逼传统经销商加速转型，加快布局新零售，寻求新的销量增长点。

“线上渠道的发展离不开三条高速公路，一是互联网，二是支付体系，三是物流。现在这三条路都发展得比较完备，是家电企业发展线上渠道的充分条件。除此之外，现在线上渠道更加多元化了，除了京东、淘宝这些传统的电商平台，二类电商也开始逐渐成长，比如社交电商、直播电商等等，这些都在倒逼企业重新思考线上渠道的发展路径。”产业观察人士洪仕斌表示。

### 健康家电或成新风口

值得一提的是，目前小家电、健康类家电备受消费者宠爱。记者查阅京东和苏宁等网上商城的商品，发现巴氏除菌、对抗病毒、高温除菌等关键词高频出现，且不少品牌还适时推出了299—499元的小型消毒柜。苏宁易购厨卫电器品类负责人表示，目前苏宁已经全面补货供应洗碗机、消毒柜等产品，并承诺疫情期间，“服务不打烊”。

有行业分析师认为，此次新冠肺炎疫情对清洁健康类产品的产品研发和终端接受度都产生了正向刺激，从单品看，具备空气洗、高温洗涤、消毒除菌、抑菌功效和结构的洗衣机产品将受到欢迎并具备一定议价权。

### 一季度“大盘”将受影响

对于此次疫情对家电产业的影响，奥维云网在疫情报告中指出，受开工延后、物流运输受阻、原材料供应不足的影响，2020上半年，家电全行业将面临短暂停产不足的情况，中小型家电企业将面临较大的资金考验，行业将迎来新一轮的大洗牌。奥维云网预计，今年一季度家电“大盘”大幅下滑，空调、冰箱、洗衣机全渠道零售额同比将分别为-35.2%、-28.3%、-25.1%。

奥维云网(AVC)总裁郭梅德直言：“本该是有所作为的春节促销，现在由于疫情影响，半数以上的门

苏宁大数据显示，苏宁平台多款健康除菌类家电销售增长超200%。其中，消毒柜销量同比增长205%，洗碗机搜索量同比增长283%，壁挂新风及新风系统同比销售增长304%，净水机、垃圾处理器等健康小家电的销量也实现大规模上升。

京东统计数据显示，春节期间，京东平台扫地机器人的成交额同比增长超过60%，且2000元以上的中高端机型走热；口腔护理新兴品牌在大年初一和初二成交额同比增长了150%，按摩器成交额同比增长54%。截至大年初四，空气净化器成交额同比增长超过了300%，净水器成交额同比达到100%以上；空气炸锅、厨师机等新兴产品成交额同比增长超过100%。

店都处于停业状态，即便有一些尚在营业的卖场，也是门可罗雀，何谈销量？”在郭梅德看来，受交通管制、小区村庄封锁，以及快递、物流和上门安装等条件限制，即便线上订单量也明显减少，主要集中在一些带有清洁杀菌功能无需安装的电器产品上。

业内还有观点认为，疫情带来的只是家电需求的短期停滞，消费需求并未因此消失，短期线上线下家电需求承压，但未来刚性需求将会释放。因此，从全年来看疫情对家电需求影响不大，家电消费长期趋势不变。

### | 相关报道 | 智能电视开机率大幅提升11%

新快报讯 来自奥维云网的数据，春节期间智能电视开机率整体和平时相比提升了11%。延长假期内也未出现回落。受疫情影响，今年一线城市日活回落减少，春运迁徙拉动三线以下城市活跃增长。对比去年春节，累积开机超过五天以上的占比超七成，累计开机10天比例的达43%。

受疫情影响，全民积极响应国家号召，减少返乡、拜年和探亲。从智能电视开机率表现看，一线城市开机率虽略有下降，但与去年同期相比下降幅度明显减少。“居家假期”让智能电视成为家人获取信息的重要媒介，各城市开机率均有明显提升。在传统的7天假期中，累计7天连续开

机的家庭占比高于去年同期12.4%，每天醒来打开电视已经成为近半数家庭的假期习惯。

在延长的3天假期中该习惯依旧保持，累计10天连续开机的家庭高达43%。由此可见，智能电视对家庭来说的必要性，加上其资讯影音娱乐综合一体，在这个“居家假期”中大大满足用户的消遣需求。

### 中移动短信小程序投入使用

助力社区疫情管理

新快报讯 “能不能开发一个服务社区抗疫的软件，这比捐十个亿还管用”。在2月10日的国务院联防联控机制新闻发布会上，民政部基层政权建设和社区治理司司长陈越良发出号召。

对此，中国移动互联网公司2月11日宣布已开发“移动短信小程序”助力网格化管理，为社区人员健康动态信息的收集提供定制化解决方案，并且已经投入使用，有效支撑多地政府精准防控。移动短信小程序主要通过短信+交互小程序的方式进行社区网格化管理，短信可以全面、及时、有效触达居民，无需登录即可填报，全面助力社区网格管理初始化及成熟网格的运营。

截至目前，移动短信小程序已支撑24个省94个地市的政府防疫机构、企事业单位等开展网格化健康管理，累计设计60套短信小程序解决方案，为235万用户下发416万条健康情况收集、疫情实况通知。  
(郑志辉)

疫情下的电商消费：

### 宅经济盛行 防疫物资需求激增

新快报讯 新冠肺炎疫情突袭，广大网民被迫宅在家中，度过了一个特殊的春节。返利网以春节前后一周为基准，对疫情下的电商消费数据做了一次盘点。

数据显示，疫情之下，宅经济盛行，速食类食品消费需求旺盛，方便面同比增长了133.34%，自热米饭也有显著增长，同比增长高达257.09%。疫情期间，大家更倾向于自己做饭，减少外出就餐，蔬菜、休闲零食同比上涨了19.65%和14.67%。宅在家里，看视频成了今年热门的娱乐消遣方式。

与火热的宅经济需求交相辉映，防疫物资需求也空前旺盛。从品类上看，相较于2019年，今年口罩品类整体同比增长了58.41倍，其中一次性使用医用口罩增幅高达482.23倍，N95口罩增幅高达378.04倍。此外，消毒用品也增幅明显，消毒喷雾同比增长了34.72倍，消毒液同比增长了18倍。  
(郑志辉)

### 平安好医生 2019 年 营收增长 51.8% 亏损 7.47 亿元

新快报讯 2月11日，平安好医生发布了2019财年业绩，公司实现总收入50.65亿元人民币，同比增长51.8%，超市市场预期；公司核心业务在线医疗贡献收入达人民币8.58亿元，增速达到108.9%，其占公司整体收入的比重从2018年的12.3%上升到2019年的16.9%；全年净亏损7.47亿元人民币，市场预期亏损8.619亿元。

互联网平台的核心运营指标方面：截至2019年12月31日，公司注册用户数达到3.15亿人，较2018年末增长18.9%；期末月活跃用户数和期末月付费用户数分别达6690万人和300万人，同比分别增长22.3%和26.0%；随着商业模式变现能力的增强，报告期内平均付费用户转化率达到4.0%，较2018年同期的3.6%提升0.4个百分点。  
(郑志辉)