

疫情带动消费者健康理念升级 消毒除菌类小家电迎来红利期

新冠肺炎疫情爆发,给社会生产生活造成了巨大的影响,但同时也是一次提高全民健康卫生意识的集体公开课。近日,不少电商平台的大数据显示,“除菌”“消毒”类产品的搜索量增长明显。京东家电的数据显示,空气净化器、消毒柜和清洁机等健康类家电迎来了爆发式增长,销售同比达到3倍。甚至之前一直默默无闻的蒸汽拖把都咸鱼翻生成为网红家电。有业内人士表示,每一次安全危机过后,消费者的消费理念都会迎来一次升级。

■新快报记者 陈学东

销量大增

2003年“非典”过后,消费者购买家电最关心的因素是该产品是否具有除菌、消毒功能,人群占比高达40.9%。其间,一些具有除菌、消毒、健康功能的家电产品乘势而起,微波炉、消毒柜、洗碗机、空气净化器等逐渐被人们熟知和追捧。

今年也不例外,突如其来的新冠肺炎疫情,让消费者对于一切具有除菌、杀病毒功能的产品需求大增。京东、苏

宁、国美等电商平台均上线了个人防护专场,产品除了空气净化器、消毒柜等常见的除菌消毒类家电以外,还售有蒸汽拖把、紫外线灭菌灯等新型商品,“除菌”和“消毒”都被写在商品首页最显眼的位置。

市民林小姐最近网购了一台紫外线灭菌灯,她说:“之前在报纸上看到关于紫外线杀菌的防控科普,如果只是偶尔需要用到口罩,每次用完我会拿灯照

一下,就可以重复利用几次,节约口罩资源。”“主要是买来对口罩消毒用的,碗筷常消毒也好,健康第一。”一买家在某品牌消毒柜网店评论区留言。

据奥维云网(AVC)线上监测数据显示,新冠肺炎疫情爆发后,线上清洁品类中的蒸汽拖把2020年第一周到第五周累计销量6.9万台,电动拖把3.4万台,而2019年监测数据显示电动拖把的销量领先于蒸汽拖把。

逆势增长

受疫情影响,今年我国的春节家电市场上,彩电、空调、冰箱、洗衣机等大家电销售同比下滑严重。截至2月18日,奥维云网白电销售统计数据显示,从2020年1月1日累积至当天,空调全渠道累计零售量147.8万台,同比下滑19.1%;冰箱零售量199.5万台,同比下滑16.8%;洗衣机零售量272.6万台,同比下滑16.1%。

“春节是家电业第一个销售旺季,3-4月开启家装季,受疫情影响,这两个节点现在基本废掉了。如果4月份疫情能够结束,消费者消除心理因素重返卖场也需要一个时间,行业整体会比较

期待“618”。从目前看,家电行业上半年整体情况不容乐观,大概率要看下半年能否出现报复性消费。”在谈到新冠肺炎对家电行业的整体影响时,奥维云网总裁郭梅德预判说。他认为,“目前家电行业已经从蓝海步入红海阶段,而疫情造成了家电内销一片‘死海’,疫情过后的一段时间是‘苦海’,行业要做好吃苦准备。”

不过,带有除菌、净化、过滤等关键词的健康化、品质化家电产品获得了逆势增长。奥维云网发布的《新冠肺炎疫情对中国家电市场影响报告》中指出,洗手机、蒸汽拖把、除菌洗碗机等新兴

品类可以有效解决疫情期间消毒洗手需求,获得了较快发展。传统除菌洗衣机、消毒柜、空气净化器在湖北部分地区基本处于脱销状态。最新周度数据显示(2.10-2.16),消毒柜全国线上销量同比增长高达91.49%,销售额增长达57.44%。

可以预见的是,消费者的健康意识将进一步加强。对于家电品类来说,带有健康、清洁、除菌、消毒等属性的品类仍会持续放量。产业观察家洪仕斌也认为,在疫情过后,这些智能化健康产品将迎来消费者的更多关注。

发展红利

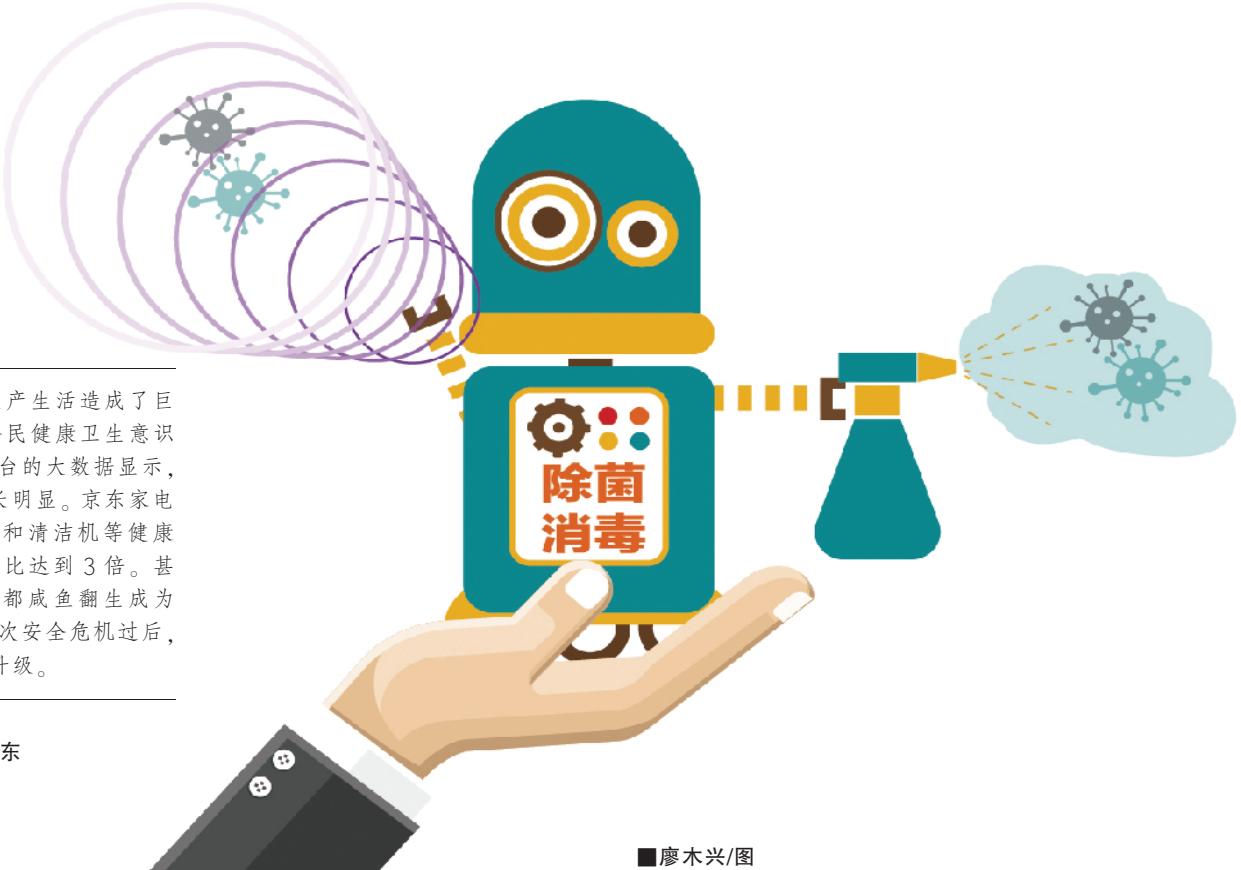
有家电业分析人士认为,人们生活理念的改变必然促进新需求的产生,如洁净健康的洗碗机、消毒柜、净化新风类油烟机,如提升饮食质量的蒸烤箱、厨房小家电等,有望为健康生活类家电带来一波增长红利。

根据京东和苏宁的销售数据,春节以来除菌小家电销量明显上涨,包括空气净化器、消毒柜、蒸汽拖把、扫地机等。苏宁大数据显示,平台上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%。

事实上,包括九阳股份、莱克电气、科沃斯、苏泊尔等在内的A股上市公司,在春节后都迎来“开门红”,推敲其具体原因,与公司生产清洁类小家电密不可分。尤其是九阳股份,股价从年前的23元左右冲至30元新高,与其布局鲨客清洁类产品密不可分;科沃斯刚刚发布了2019年度业绩预减公告,股价却从春节后开市逆势上扬了5元左右。

广发证券家电行业首席分析师曾婵表示,新冠肺炎疫情不会迅速转变家电产品的长期需求结构,但在消费升级的大背景下,疫情或将顺着“健康卫生+品质生活”两条主线从品类扩张、产品升级、消费场景三个方面影响消费者的选择与行为。在品类扩张方面,净化、卫生、厨房类家电或将受益;在产品升级方面,传统产品的除菌与净化功能或将受重视;在消费场景方面,分销渠道或将进一步多样化。



■廖木兴/图

或成“刚需”

招商证券研报指出,过去厨房是小家电爆款诞生的主要应用场景,诸如IH电饭煲、破壁机、多功能料理锅等。而肺炎疫情下,消费者的家居清洁诉求被动提升,在疫情结束后进一步提升相关产品的购置率。此外,在厂商端,疫情也会刺激厂商加大家居清洁类电器的研发。

事实上,近年来主打“健康”概念的家电产品形态日益丰富,已经不局限于消毒柜、微波炉、除菌洗衣机等传统品类。蒸汽拖把、抑菌洗碗机、除菌净水器、毛巾消毒机、牙刷消毒机、果蔬消毒机等更多结合不同场景的新兴品类正不断涌现。

奥维云网高级分析师李效先在接受采访时指出,健康类产品的功能也在趋于复合化。常见的杀菌消毒方式包括紫外线杀菌、高温杀菌、银离子杀菌、臭氧杀菌、草本杀菌、光触媒杀菌、离子场杀菌等,以往单一产品的消毒方式也比较单一,目前市场上已经可以看到很多产品都在主推复合消毒的概念。

从市场需求看,近年来消费者对于健康品质生活的要求越来越高,健康类家电销售呈现连年上涨的趋势。京东家电营销运营部综合传播负责人李洪涛认为,受此次疫情影响,消费者对于健康生活、家庭消毒除菌、日常防护保健的意识空前重视,将助推健康家电市场发展,催生出更多健康细分品类家电,优胜劣汰之后将形成更大的健康家电市场。

显然,此次新冠肺炎疫情对消费者和制造商双方的影响明显,家电产品的健康卖点已经从“亮点”转变为“刚需”。有业内人士认为,随着疫情的发展,改变人们生活理念的同时,这也必然会促进新的需求产生,这将有望带动健康类生活家电进入新一轮增长。