

节前促销季变涨价季 家电业开启新一轮涨价“接力赛”

■新快报记者 陈学东

彩电涨、彩电涨完空调涨,空调涨、空调涨完冰箱涨,冰箱涨、冰箱涨完洗衣机又涨,热水器、油烟机、燃气灶还要接着涨……临近春节促销季,家电行业正悄然开启新一轮涨价“接力赛”。

对于习惯了家电降价的消费者而言,岁末年初本是家电产品的集中打折促销季,但今年,家电行业却没有按“套路”出牌,家电企业不仅没降价,反而或明或暗地发布涨价通知。

原材料价格上涨是这一轮家电涨价“接力赛”的直接“导火索”。对企业而言,受到上游原材料价格的持续、大幅度上涨所致,企业原本的利

润空间贴补之后,还是解决不了成本上涨的经营成本压力,涨价成为唯一的选择。

除了原材料上涨,家电厂商们“看得见”和“看不见”的经营成本也是助推这次家电涨价的原因之一。

突如其来的疫情打破了原有产业链以及国内外物流运输业的正常运营体系,导致家电企业的人力成本、运输成本、管理成本等都有所增加。疫情还使得产业链原有的一些配套企业减产或倒闭,致使家电产品配件阶段性短缺。疫情防控也限制了人员的流动,导致人力与管理成本的增加。在物流运输上,国外疫情的蔓延,致使国际相关进出口都受到很大的影响。国外疫情短时间内还难以控

制,国内疫情在冬季很多地方也出现了散发性的反复,这些不确定因素,对家电业的未来走势都产生了较大的影响。

短期来看,这一轮原材料上涨现在才“棋至中盘”,并不会很快结束。多位家电业内人士对记者表示,这一轮的上涨,力度之大、持续时间之久,超出预期。2021年一季度,甚至整个上半年,这种上涨将会很普遍,而且会持续。

尽管影响因素复杂,但从长远来看,家电产品价格将逐渐回归稳定水平。2021年家电行业高质量发展步伐将加快,市场进一步优胜劣汰,头部企业及创新力强、有特色的企业更有可能成为赢家。

