

三部委印发实施方案,推动重点消费品更新升级

汽车家电手机 迎来新的商机



我国消费市场规模位居世界前列,随着新技术蓬勃发展,新产品不断涌现,更新消费潜力巨大。日前,国家发改委、生态环境部、商务部印发《推动重点消费品更新升级 畅通资源循环利用实施方案(2019—2020年)》,推动汽车、家电、消费电子产品更新升级。



鼓励使用节能、智能型家电

“将促消费的重点放在家电产品的更新需求上,符合现阶段家电行业发展趋势。”中国家用电器协会副理事长徐东生认为。

目前,我国城市家庭的冰箱、空调、洗衣机、吸油烟机、热水器普及率均超过70%,其中,冰箱和洗衣机接近饱和,空调正向着多联机方向发展。据测算,2018年冰箱、空调、洗衣机的更新量分别为3496万台、4863万台、3263万台,占2018年各自内销量的比重分别为84.2%、57.1%、75.3%,更新换代需求明显已经占据主导。

“我国家电产品消费市场已经呈现出普及率高和更新换代需求量大的特

点。”徐东生说,方案鼓励有条件的地方对消费者购置节能、智能型家电给予适当支持,将对家电行业的转型升级带来有效支撑,进一步优化市场供给。

方案也鼓励智能家居行业发展,推动行业升级。目前,智能家居产业处于初步发展阶段,呈现高速增长态势,整个行业正在快速拓展。

徐东生表示,成套的智能家居产品目前还处于成本高、落地难的阶段,方案鼓励深入开展智能家居跨行业应用试点,将促进与智能家居相关的家电、安防、照明等多个行业协同发展,进而给消费者带来更多、更优质的智能家居产品。

汽车

各地不得对新能源汽车限行限购

方案提出,大力推动汽车产业电动化、智能化、绿色化,积极发展绿色智能家电,加快推进5G手机商业应用,努力增强新产品供给保障能力。

其中最受关注的,当属新能源汽车消费。中国汽车技术研究中心首席专家吴松泉认为,方案提出发展成本低、电池和充电技术先进、经济性和便利性结合、车电分离消费模式的新能源汽车产品、关键技术及服务模式,将有利于大幅降低新能源汽车成本,提高用户购买新能源汽车的意愿。同时,方案也明确,禁止各地出台新的限购规定,各地不得对新能源汽车实行限行、限购,已实行的应当取消。鼓励有条件的地方在停车费等方面给予新能源汽车优惠。

吴松泉分析,当前,一些地方出于缓解交通拥堵考虑,实施了小汽车限购政策,方案特别针对无车家庭的用车需求,鼓励地方对无车家庭购置首辆家用新能源汽车给予支持。同时,借鉴国内外经验,推动地方结合实际探索优化道路交通管理方式,为限制购买转向引导使用打下坚实基础。

针对在用车老旧产品占比较高情况,方案提出,研究制定促进老旧汽车淘汰的更新政策,大力推进国Ⅲ及以下排放标准营运柴油货车提前淘汰更新;加快推动新增或更新公交、邮政、出租、通勤、轻型物流配送等城市公共领域用车使用新能源或清洁能源汽车,到2020年底前大气污染防治重点区域使用比例达到80%。推动农村消费升级,将组织开展“汽车下乡”促销活动。

“金融产品创新、新能源汽车停车费优惠、财政继续支持‘充换电’设施建设等,一揽子看得见、摸得着的保障措施,将营造更低成本、更加便利、更好体验的消费环境,提高消费者买车用车积极性。”吴松泉说,在当前外部环境深刻变化、国内汽车市场面临下行压力情况下,方案释放出支持消费的强烈信号,将对汽车市场稳定发展、产业转型升级、经济平稳运行起到积极作用。



电子产品

支持5G手机研制和上市销售

电子产品也是方案关注的消费领域。无论是着力推动绿色智能家电研发和产业化,还是不断丰富数字创意内容和服务,都是重要内容。

方案明确提出,鼓励5G手机研制和上市销售。促进手机、个人计算机更新换代,有条件的地方对消费者交售旧手机及电脑并购买新产品给予适当支持。

今年是5G商用元年。凭借

高速率、大连接、低时延的特性,5G将成为智能终端拓展新功能和形态的重要支柱,激发居民新一轮智能终端消费升级。中国信息通信研究院副院长余晓晖介绍,目前,我国虚拟现实产业市场规模超过100亿元。随着5G商用与人工智能技术逐渐

成熟,虚拟现实将以云化架构为引领,突破业界发展瓶颈。预计到2020年,我国虚拟现实产业市场规模有望突破500亿元。

此外,超高清电视也是消费热点。方案提出,增加4K超高清视频内容供给,全面实现彩电网络化服务,并开展5G+8K内容

传输试验。目前,我国超高清视频产业已形成终端先行、频道建设稳步推进、行业应用初步兴起的良好态势。

“建议下一步,地方政府及有关单位应以供给侧结构性改革为主线,贯彻落实政策举措,加快消费电子产品的智能化、品质化、个性化升级,做大做强消费电子产业。”余晓晖说。

(陆娅楠)

优惠促销吸引年轻人 物流便捷带热三四线

电商节折射中国消费活力



线上线下融合 成交再创新高

年年很火爆,年年有惊喜。在活力十足的消费需求支撑下,今年“6·18”成交额增速依旧惊人,多品牌、多品类交上一份亮眼的成绩单。

电子消费品和家电产品方面,京东商城6月11日手机品类促销活动期间,苹果产品成交额同比超120%;OPPO、vivo、三星、联想、努比亚成交额同比均超300%;6月10日家电品类促销活动期间,电饭煲、电水壶的销量在一个小时内就突破10万个。

随着物流基础设施的不断完善,三四线城市和乡村消费者也可以享受到“6·18”促销活动的种种优惠。京东商城数据显示,今年新增的网购消费人群,主要是年轻人和三四线城市居民,不少农村老乡开始在手机上下单购买心仪的家电、手机以及家居等产品。

促销活动带动线下的商场超市业务,他们由相互竞争加速向合作共赢转变。6月6日,在江苏省南京市新街口,一家8000多平方米的京东五星旗舰店正式亮相。在这家线下店,消费者可以买到家电、电脑、手机等各种产品。开业首日,门店即实现了5500万元销售额。

品牌商品受青睐 消费升级趋势明显

多样化、个性化、品质化的消费升级新趋势,在“6·18”成交额中得到充分体现。消费者越来越倾向于购买品牌商品,在一些品类中,国产品牌更受青睐。

6月18日零时起,美的、海尔、海信等家电品牌的产品受到消费者关注,下单量持续攀升。“零风感”功能空调、除菌功能加湿器、5挡可调节水压功能冲牙器

等新产品也十分吸睛,相关品牌成交额环比提升几倍甚至十几倍。

服务和健康消费的成长也在走高。

“6·18”首日,京东互联网医院的问诊量,内科同比增长120倍,眼科同比增长60倍,皮肤科同比增长34倍。6月1日—6月17日,京东平台家用血糖仪成交额同比增长超70%。

多样化品质化 释放消费潜力

京东通过大数据分析发现,对于不少游戏玩家来说,既要便携、又要更大的屏幕,是一个普遍的诉求。为此,京东联手电脑品牌雷神反向定制了16.6英寸的游戏笔记本电脑,上线后就迎来可观的销量,“6·18”期间成交额更是环比增长161%。

赵萍说,中国拥有全球最具潜力的消费市场,有将近14亿人,有全球规模最大、最具成长性的中等收入群体。未来,生产和流通企业的携手创新,将进一步增加商品和服务的有效供给,激发消费市场的更大潜力和活力,让消费继续成为我国经济的“压舱石”。(王珂)