

补齐乡村市场短板 持续释放消费潜力

家电下乡利农惠民空间广



扩内需、补短板 为县乡家电市场提供更高水平供给

作为居民消费的重要组成部分,促进家电消费,特别是激活农村市场消费潜能,既是扩内需稳增长的重要举措,也是满足人民群众日益增长的美好生活需要的有效途径。

前不久召开的国务院常务会议提出在全国开展家电以旧换新和家电下乡;商务部等13部门近日联合印发《关于促进绿色智能家电消费的若干措施》(以下简称《若干措施》),推出9条具体举措全面促进绿色智能家电消费,新一轮家电下乡有望加快推进,更好释放家电消费潜力。

推进家电下乡有何重要意义,当前还面临哪些问题,如何切实增强人民群众的获得感和幸福感?近日,记者在陕西、贵州等地进行了调查采访。

满减补贴、以旧换新 新一轮家电下乡惠及百姓

“既能参加以旧换新,还能拿到满减补贴,太划算了!”近日,贵州省毕节市七星关区梨树镇90后小伙刘峰准备给父母换台新款冰箱,结账时在销售人员的提醒下,一下享受到两笔优惠。“每满1000元能享受80元政府补贴,再加上旧冰箱抵扣的190元,一共优惠了510元!”

这份实打实的优惠得益于毕节市启动的“家电下乡·焕新消费季”活动。

“通过政银企协同发力,我们推出了近年来最大力度的家电补贴。”毕节市商务局副局长余龙介绍,市里统筹银联、建设银行以及海尔等家电企业,对全市范围内参加家电下乡活动的销售企业和消费者给予补贴。“除了购买出资企业产品可享受8%的满减补贴外,消费者购买其他19个品牌产品也能享受5%的普惠补贴,让政策红利最大程度惠及群众,以进一步激发消费需求。”

政策红利更普惠,家电品类更聚焦。最近,家住陕西省西安市长安区的居民龚英华在国美电器线下门店添置了一台“降碳又降价”的全新智能空调。原来,今年7月,陕西国美电器推出了节能补贴活动,对一、二级能效家电给予分档补贴。

“一台按照总价的10%进行补贴,省了800元。”龚英华告诉记者,家里的旧空调用了好几年,噪声大、制冷差,新款空调则可以自动调温降低能耗。

“从近一年来平台销售情况看,县乡市场对家电产品的需求跟大城市已相差不多,对绿色智能家电的升级需求更加旺盛。”陕西国美电器总经理李海鹰说,以冰箱为例,以前消费者更在意容量和质量,近年来智能控温、节能低耗等新功能更受青睐。“目前补贴活动已持续三周时间,带动绿色智能家电产品销售额超4200万元。”

联动平台商家、连接广袤县乡,新一轮家电下乡正在全国开展,各地纷纷出台相关举措。山东发放2亿元消费券,消费者在购买电视、冰箱、洗衣机和空调四类产品时,可按照单件商品销售发票金额发放相应消费券;浙江发布家电企业优惠促销方案,浙江苏宁易购联合银联云闪付面向消费者发放2500万元消费券……

当前,为何要推动新一轮家电下乡?

中国家用电器协会执行理事长姜风表示,开展新一轮家电下乡有利于改善家电消费市场环境,激活巨大内需潜力。

中国电子信息产业发展研究院发布的《2021年中国家电市场报告》显示,2021年,占人口70%的下沉市场在家电零售额中占比为31.5%,市场规模达2775亿元,同比增长8.9%。京东平台数据显示,2021年农村市场高端家电的零售额增幅达到61%,远超一线城市35%的增幅,下沉市场已成为家电行业最富潜力的增长极。

姜风认为,自上一轮全国推广家电下乡后,如今这批老旧家电已逐渐到了更新换代的年限。“迈入存量市场阶段,以旧换新是主要方向。农村消费者从‘有没有’到‘好不好’的需求转变,将释放可观的增长空间。”

此外,开展新一轮家电下乡,还将助力家电市场补齐短板,推动农村消费提档升级。

“售后服务不健全、服务网络不完善是制约三线城市及县乡市场家电消费的重要因素。”专家表示,乘着新一轮家电下乡的东风,统筹用好相关资金改造提升乡村家电销售、配送、维修、回收网点,加大用电用水用气用网保障,短期看有助于持续释放消费潜力,长远看也将促

进家电市场补短板强弱项。

10年来,县乡市场环境发生的新变化,为新一轮家电下乡拓展出更为广阔的空间。

家电企业的供给水平更高。

通过手机远程控制,家里的电饭煲自动运行,热水器进入加热模式……在福建省龙岩市永定区湖雷镇弼都村,90后小伙徐瑞航过上了“一键驱动、家电联动”的智能生活。“趁着有平台补贴,最近刚刚更换了一台智能电视,只需语音便能唤醒,父母用着也很方便。”

“高性价比的智能家电能更好满足改善型消费需求,近两年来广受县乡用户追捧。”小米集团中国区总裁卢伟冰介绍,2015年以来,集团已在全国近90%的县城开设“小米之家”,通过强大的生态链体系,让县城乡村的消费者可以体验丰富的全屋智能产品,感受智能家电带来的舒适便利。

销售网络的覆盖范围更广。

“2016年,京东家电开始在全国县级市以下开设专卖店,并依托自有物流体系进行配送。”京东家电事业部总裁谢帆介绍,截至目前,已在2.5万个乡镇、60万个行政村开设超过1.5万家门店,帮助下沉市场消费者享受到同大城市一样的送货速度。

越来越密集的网点,打通了农村市

场货运不畅的痛点。“以前,一件普通大家电要经拉萨到林芝,最后到米林县,至少需要1个月时间。”西藏自治区林芝市米林县京东家电专卖店店主刘婷婷说,去年6月,线下专卖店在林芝实现全覆盖,下单后2至3天就能送达。今年“618”期间,米林县京东家电专卖店家电成交额超过150万元,同比增长1.5倍。

基础设施的支撑作用更强。

立杆、放线、进线……浙江省杭州市萧山区浦阳镇十三房村,65户村民家的供电半径从310米缩小到210米,供电能力更强。国网杭州萧山区供电公司负责人说:“随着村民家用电器越来越多,用电负荷不断攀升,及时实施农网改造提升工程,能够更好满足农村地区日益增长的用电需求。”

用电有保障,用网更快捷。继全国行政村“村村通宽带”后,5G网络也进一步向县乡深化覆盖,今年6月“县县通5G”落地成真。“信息基础设施的不断完善,为智能家电下乡、优化消费者体验筑牢坚实的网络支撑。”工信部消费品工业司司长何亚琼说。

“近年来,随着家电消费市场规模持续扩大,一批千亿级家电生产企业快速崛起,建立的渠道更通畅,推出的品类更齐全、功能更丰富,创造的体验更多元,促进了供需的有效衔接。”在姜风看来,供给侧的优化升级将为激发新一轮家电下乡的消费潜力提供有力支撑。

完善售后服务体系 让农村消费者买得到用得好



云南省昭通市巧家县京东家电专卖店店主刘平来给村民配送购买的电器。

朱冠宇 摄(人民视觉)

尽管潜力大基础好,但在调研采访中,记者发现,新一轮家电下乡过程中还存在一些堵点难点,仍需补短板强弱项,让消费者既买得省心,又用得安心。

一方面,县乡市场亟须完善售后服务体系,进一步提升家电消费体验。

“家电售后配套服务是下沉市场的一个薄弱环节。”姜风介绍,目前家电售后服务在保修期内一般由企业负责,保修期后的售后问题成为消费者的一大痛点。无病乱修、小病大修、漫天要价……一些家电售后维修的套路让消费者苦不堪言,也让企业信誉受到损害。

“线上购买家电虽然更便宜快捷,但售后不太方便,安装维修比较困难。”龚英华说,有些家电品类不支持跨区域销售,有时跨区域购买产品得不到相应的

售后服务,用着心里没底。

随着智能家电升级换代越来越快,可以预见,消费者对家电售后服务体验的需求将会更强。对此,《若干措施》明确提出,实施家电售后服务提升行动,通过培育售后服务领跑企业,推动售后服务进社区、进商场、进平台等举措,有效改善目前乱象,让消费者享受到更优质、更贴心的售后服务。

另一方面,推动新一轮家电下乡,还需要在废旧家电的回收利用上持续发力,消除家电更新的后顾之忧。

“家里的旧家电想用不好用,想卖又只能当废品处理,太不划算。”刘峰告诉记者,虽然想更换更新家电,但家中的旧家电怎么处理,一直令人头疼。

数据显示,2021年,我国主要电器电

子产品理论报废量约为2.08亿台,但废弃电器电子产品的总体回收处理量仅为8700万台,回收处理面临较大压力。

新一轮家电下乡,以旧换新是主力。“旧家电处理难的问题,一定程度上影响了消费者的换新意愿。”姜风分析,过去家电生产企业主要通过缴纳基金来履行生产者责任,家电生产企业基本不参与回收工作,不利于形成家电绿色生态闭环。《若干措施》强调开展回收目标责任制行动,要求家电制造商直接参与到废旧家电的回收拆解过程中,这将进一步畅通家电生产、消费、回收和利用,形成闭环,为激发家电更新消费提供强大支撑。

据介绍,2022年,海尔、格力、TCL、长虹、美的、海信等6家企业共申报规范回收电视机、电冰箱、空调、洗衣机大多数达到1700万台,约占我国全年报废拆解量的1/5。

“《若干措施》印发后,各地在实施过程中可能会出现不同的补贴力度、操作模式和运作标准。”姜风建议,有关部门应及时出台配套举措和具体指南,持续完善绿色智能家电标准体系,推进安装维修服务标准化、健全操作补贴规范等,让利好政策切实惠及消费者,有效促进家电消费扩容升级。

(韩鑫 程焕 原稿雄) 据《人民日报》