今年一季度家电行业零售额下降三成，但小家电板块却扛住了疫情冲击——

小家电何以逆势飘红

本报记者　**徐佩玉**

中国电子信息产业发展研究院日前发布的《2020年第一季度中国家电市场报告》（以下简称《报告》）显示，一季度，中国家电市场零售额规模达1204亿元，同比下降35.8%。在全行业不景气的情况下，小家电板块却成功逆势突围，扛住了疫情的冲击，实现“开门红”，其中不少品种销量增长1倍以上。

小家电为何能一枝独秀？背后有怎样的消费需求？行业未来发展空间如何？

上图：最近，在合肥市滨湖世纪金源商圈，京东之家门店的员工正在通过网络直播销售产品。
张大岗摄（**人民视觉**）

左图：5月23日，浙江省金华市区兰溪街上，家电零售商组团设摊，叠加消费券利好，为市民打造家电销售的“小黄金周”。
李建林摄（**人民视觉**）

年轻人青睐小家电

《报告》指出，受疫情影响，一季度多数家电企业业绩下滑甚至亏损，例如格力、海信等大企业预计营收均有不同程度下降。但在全行业受冲击时，小家电企业却逆势上扬。一季度，专做小家电的小熊电器预计净利润在8978.24万元至1.07亿元之间，增长60%-90%。

中国家用电器协会相关负责人对本报记者表示，根据企业的反馈，近期多个小家电产品的国内销售情况均有小幅增长。2月份，电饭煲、电磁炉、电压力锅、豆浆机、料理机、榨汁机、电水壶等小家电线上市场零售额均有所上升；3月，台式电烤箱、料理机销售增长超过100%。此外，一季度与健康相关的小家电产品也增长较多，如消毒柜线上销售增长51%，空气净化器增长25%，吸尘器增长38%。

“厨房小家电类产品增长的主要原因在于疫情抑制了消费者外出就餐的需求，一些人转而在家做饭，带动了相关产品的销售。”该负责人表示。

即热式饮水机、万能锅、早餐机、空气炸锅、扫地机器人……“北漂”了5年的小陈现住在60平方米的出租屋里，为了提高生活品质，她给自己添置了不少小家电。“这些小家电搬家的时候都可以带走，价格也不贵，还能让我感受到家的温暖。”

像小陈一样的年轻人是小家电的主要用户群体。小熊电器方面数据显示，小熊电器的主要消费群体为“95后”的职场新人和“90后”的新家人群，其中女性用户占多数，基本聚集在一、二线城市。“该群体有较强的个性需求，对新兴产品接受度高，同时也注重产品的颜值、社交性以及便利性。”小熊电器相关负责人分析。

“近年来尤其是疫情期间，人们普遍更加关注居家生活体验，与家电产品的互动频繁，对品质生活需求提升。而小家电产品类型丰富，符合中国家庭的使用习惯和需求，因此受到消费者的欢迎。“中国家用电器协会负责人说。

未来还有很大成长空间

小家电为何卖得俏?

线上渠道做支撑。小家电普遍价格偏低、体型较小且无需安装，正适合线上渠道销售。小熊电器相关负责人介绍：“我们线上业务占九成，因此在防疫期间，整体品类销售出现了显著增长。”《报告》显示，今年一季度网上零售额占家电市场零售总额比重达到55.8%，线上渠道首次撑起家电市场“半边天”。在整个行业受疫情影响的背景下，线上渠道最先恢复活力，3月初线上家电市场开始回归常态。

搭上了直播快车。近年来，直播成为新风口，尤其是今年受疫情影响，直播带货的风越刮越猛。6月1日，格力电器董事长董明珠在快手和京东两大平台直播，分别交出了3.1亿元和7.03亿元的成绩单。在董明珠的直播间里，净化器、榨汁机、电饭煲等小家电产品受热捧。“95后”小辛在各大平台的直播间里买过不少东西，在她看来，“比起空调洗衣机等大家电，小家电产品价格不高，在直播过程中比较容易激发我的购物欲，形成即兴消费。”疫情防控期间，小熊电器每日直播长达8至12小时，实现了直播日常化。“我们将在今年形成品牌的直播生态，除了官方旗舰店之外，还会联合各大经销商一起打造直播生态环。”小熊电器相关负责人表示。

市场环境发生变化。业内人士指出，每年有超500万大学毕业生进入职场，租房的生活令他们更青睐小家电。在一线城市打拼的年轻人平均居住面积也让他们更偏好体型较小、功能多样、满足细分需求的小家电。消费升级，城市家庭特别是中等收入群体，更看重便利生活、精致生活，带热新型小家电。

在这样的背景下，小家电行业未来还有很大发展空间。前瞻产业研究院预估，中国小家电行业2019至2023年年均复合增长率将达到12.63%，2023年市场规模或超6400亿元。据有关专家分析，虽然中国小家电市场已经突破千亿元，但每个家庭保有量仍在10种以下，中国小家电行业至少还有三四倍的成长空间。

“小而美”，好品质是基础

近几年，小家电行业一直保持了快速增长，呈现出百花齐放的状态。

京东有关负责人对本报记者表示：“京东平台小家电销售情况呈现出比较明显的高端化、智能化、个性化趋势。今年上半年消毒杀菌类的健康小家电和宅家适用的小家电受到追捧，尤其是健康类小家电，热度持续不减。”

在今年京东“6·18”预热活动上，小家电销售喜人。6月1日零点刚过10分钟，京东平台600G通量净水器和空气消毒机的成交额便实现同比增长8倍，美容仪器成交额同比增长5倍。6月1日至2日，高端吸尘器成交额同比增长260%，颈部按摩器成交额同比增长6倍，电磁加热电饭煲成交额同比增长超150%，电烤箱、空气炸锅、多用途锅、厨师机等成交额同比增长超200%。

该负责人分析，小家电快速发展的背后，体现出人们的消费理念正日益朝着追求健康、舒适、高颜值和满足个性化需求的方向转变。

消费升级是小家电行业发展的重要内驱动力。“随着物质生活水平的提高，消费观念日新月异。尤其是新一代伴随互联网成长起来的消费群体，更加注重个性需求，更加看重产品品质。作为生活优化品，小家电可以满足个性化的美好生活需求，符合当下的消费潮流和消费习惯。我们预计小家电行业会迎来更好的发展。”小熊电器相关负责人表示。

“小而美”也要建立在好品质的基础上。以小熊电器为例，内功修炼是小熊电器稳健发展的内核。“小熊电器之所以能逆势突围，是经过14年的积累，不断丰富产品品类，给消费者带来全新的消费体验，同时构建了完善的线上销售渠道，这才使得小熊电器30多个品类中绝大部分都能在市场上占据领先地位。”上述负责人表示。

“线下市场逐渐复苏并加速调整，以‘6·18’为契机，线上线下融合的新消费模式加速形成。受疫情影响，第二季度销售主战场仍在线上。”《报告》认为，随着促进消费政策效力逐渐显现，各级市场逐渐复苏，市场环境整体向好。但因全球疫情不确定、国内疫情防控不松懈，市场恢复有限，运行谨慎乐观。

“随着家电产业升级、技术创新不断加强，不论大小家电产品，都在功能性、使用感受甚至娱乐属性上帮助消费者更好地享受优质生活。”中国家用电器协会相关负责人表示。

涉及卫生防护、绿色可持续、婴童用品等领域——

236项新标准护航居民安康

本报记者　**孔德晨**

近日，国家市场监管总局（标准委）批准发布236项重要国家标准，涉及卫生防护、健康安全、绿色可持续、消费等诸多领域，以标准引领，让相关生产生活有规可循，护航居民安全。

在卫生防护领域，新修订的《醇类消毒剂卫生要求》等8项国家标准进一步完善了消毒剂标准体系，将在保证消毒剂质量、做好家庭卫生消毒及防止医院感染等方面发挥重要作用。

在健康安全领域，《强光源防护镜》等2项国家标准，可以提高强光源防护镜产品质量，有效保护强光源用眼从业人员眼面部安全；《悬空地板、踏步、步道及栈道玻璃》、《滑道通用技术条件》2项国家标准，可以规范景区悬空地板、玻璃栈道、滑道等设施的设计和制造，提升产品质量，保障游客生命财产安全；《机械安全 减小由机械排放的有害物质对健康的风险》国家标准，可以指导企业对机械排放的有害物质采取有效的风险控制措施，保护作业人员的安全与健康。

在绿色可持续领域，《节水型企业 多晶硅行业》、《游泳场所节水管理规范》、《可持续水管理评价要求》3项国家标准，将加强相关产业用水、节水管理，提高水资源利用效率；同时还发布了《绿色商场》国家标准，将在推动商贸流通企业绿色供应链建设、实施绿色服务、引导绿色消费与开展环保公益活动等方面发挥积极作用。中国商业联合会行业发展部处长韩秀伟表示，《绿色商场》国家标准发布实施后，原有的行业标准将废止。国标的发布可以推进商贸流通企业转型发展，为商贸流通企业绿色经营能力的自评及新店建设提供参考，为行业树立绿色标杆，引导绿色消费，促进商贸流通业可持续发展。

在消费品领域，市场监管总局（标准委）近日专门成立了全国婴童用品标准化工作组。近年来，人们对婴童产品的品类、功能、质量安全的要求不断增加，婴童用品行业顺应市场需求发展，逐渐形成一个针对特殊人群、跨学科领域、跨产品类别的产业。市场监管总局（标准委）会同教育部、工业和信息化部、卫生健康委等部门，共制定发布婴童用品相关国家标准120余项，其中强制性标准30项，较为全面地覆盖了安全座椅、纺织服装、家具、童车、饮用器具、学生用品等领域。婴童工作组由41名婴童用品领域的委员组成，涵盖了监管部门、行业协会、企业、高校、科研院所、检测机构、消费者等各界代表。工作组将联系纺织品、制鞋、家具、服装、塑料制品、涂料等近20个传统产业领域标准化技术委员会，广泛倾听社会各界的声音，更全面深入地开展国内外标准比对，更科学严谨地规范婴童用品的质量安全要求，加快构建协调统一的新型婴童用品标准体系，为保护广大儿童健康安全做好标准护航。同时，也将进一步联系对接国际标准化组织（ISO）和欧洲标准化委员会（CEN）等国际标准组织，做好婴童用品国内外标准化交流沟通、互学互鉴。

《全国住房公积金2019年年度报告》发布

去年超5000万人提取公积金

本报北京电（记者**赵展慧**）近日，住房和城乡建设部、财政部、中国人民银行联合发布的《全国住房公积金2019年年度报告》显示，2019年，住房公积金缴存额23709.67亿元；全年住房公积金提取人数5648.56万人，提取额16281.78亿元；发放个人住房贷款286.04万笔，发放金额12139.06亿元，各项业务运行平稳。

《年报》数据表明，住房公积金行业积极服务非公有制经济，非公有制经济缴存职工占比持续增加，服务缴存对象中非公有制经济缴存职工占比近半。2019年住房公积金制度惠及职工数量持续增长，全年住房公积金实缴单位322.40万个，实缴职工14881.38万人，分别比上年增长10.57%和3.08%。全国住房公积金缴存职工中，城镇私营企业、其他城镇企业、外商投资企业、民办非企业单位等非公有制经济缴存职工占比49.04%，比上年增加1.93个百分点。新开户职工中，非公经济缴存职工占比达73.97%，比上年增加1.05个百分点。

2019年，住房公积金支持缴存职工群体进一步扩大，支持租赁住房消费力度加大。全年共发放个人住房贷款286.04万笔、提取人数5648.56万人，分别比上年增长13.25%、8.72%。住房公积金贷款和提取人数占实缴职工人数接近40%。支持1013.82万人住房租赁提取住房公积金937.83亿元，支持人数比上年增长32.28%。

从满足职工住房需求方面看，住房公积金贷款重点支持了职工基本住房需求，努力减轻职工住房贷款利息负担。2019年发放的个人住房贷款中，首套住房贷款占86.96%。2019年，住房公积金个人住房贷款利率比同期商业性个人住房贷款基准利率低1.65—2个百分点，偿还期内可为贷款职工节约利息支出2617.14亿元，平均每笔贷款可节约利息支出9.13万元。

2019年，住房公积金行业管理和服务能力持续提升。一是信息化建设成效显著。应用区块链技术建成全国住房公积金数据平台，全年提供住房公积金贷款数据核验服务1258.77万人次。二是服务能力进一步提升。全国299个设区城市建成住房公积金综合服务平台，缴存单位和职工可依托12329服务热线、网上营业厅、手机APP等多种服务渠道，方便快捷地办理住房公积金业务。326个设区城市实现了与全国转移接续平台的直连，实现“账随人走，钱随账走”。三是住房公积金资金安全得到较好保障。截至2019年末，住房公积金个人住房贷款逾期率为0.03%，处于较低水平。个人住房贷款风险准备金余额2201.62亿元，能够充分覆盖个人住房贷款风险。

“扶贫百合”开了

近日，山东省临沂市临沭县玉山镇“七彩百合园”内的4000亩“扶贫百合”陆续盛开，吸引众多游客前来赏花品茶。据介绍，“七彩百合园”是使用国家200万元旅游专项扶贫资金扶持建设的田园综合体，种植的10余种百合花除供游客观赏外，还可以加工成“百合花茶”“百合脆片”等产品销往全国各地。　**房德华**摄（**人民视觉**）