



换新国补、电商发力、AI东风： 智能家电跃上风口

没有一个年轻人不爱“解放双手三件套”。洗碗机、扫拖机器人、洗烘一体机借着以旧换新补贴的东风开始走入千家万户，不仅是这三件套，咖啡机、破壁机、空气净化器等智能小家电，也开始迅速在今年走红，俨然已经成为年轻人生活中的必备品。

甚至电商平台也成为智能家电升级的助推器，京东的国补专区，唯品会的小家电补贴专区，以旧换新补贴再加上平台优惠，让此前因为价格望而却步的年轻人，再也没有了拥抱家电智能时代的阻碍。

国家统计局公布的社零数据显示，自家电以旧换新开展以来，2024年9月、10月、11月连续三个月家电消费同比增长超20%，智能家电正在迅速成为消费新的增长极。



“解放双手三件套”

入手洗碗机以后，梁颖每天最头疼的家务，终于迎刃而解。

梁颖是人们眼中典型的独立女性：研究生毕业，在广州CBD珠江新城的一家互联网公司做产品经理，未婚，有自己的住房，爱好厨艺——她很享受每天自己做晚饭，但美食之后的杯盘狼藉，却每每让她头疼不已。

智能小家电某种意义上成为“救星”，在2024年双11中，梁颖没有买化妆品，反而趁着国补与大促优惠入手了“解放双手三件套”，洗碗机让她以后没了下厨的“后顾之忧”，扫拖机器人使每天定时清扫房间成为可能，洗烘一体机

更是替代了她原来那台洗衣服会发出轰鸣声的老式洗衣机。

合适的价格是吸引梁颖的关键，她之前也曾动心去看过小家电，但好一点的牌子，加起来至少要一万多元。而在这次国家补贴，她在某电商平台小家电专区盘算下来，小米米家免洗扫拖一体机机器人原价2000多元，如今只要1300多元即可拿下；还有洗碗机、洗烘一体机，一起到手下来，比之前省了近1500元。

事实上，智能小家电也不只是在北上广深流行，在这一次以旧换新里，四五线城市、县乡的消费者对智

能小家电同样青睐：在广州工作的陈力最近回了一趟四川老家巴中，他讶异地发现，家中很多家电已经变成了声控——不仅是电视、空调，甚至连燃气灶、饮水机都可以下指令。父母用的扫地机器人，比他在广州用的都智能。

电商平台同样也展示出低线城市的消费动力，京东数据显示，双11期间，全国超过90%的县域农村地区均有消费者进行以旧换新。而特卖电商平台唯品会上，四川、陕西、安徽、湖北等省份在以旧换新中销量位于前列。

智能化驱动家电消费

这次以旧换新的驱动力之一显然是家电更新迭代的必要性，用智能家电迭代过去的老式家电，不仅能够显著提升居民生活幸福指数，还蕴藏着巨大的消费潜力。

智能小家电对于生活质量的提升有目共睹，这两年，空气炸锅在周末逐渐取代了外卖，果蔬清洗机成了家庭的必备之选，高速吹风机已经替代了老式的吹风机，咖啡机也让年轻人即使在早晨和晚上也能实现咖啡自由。

甚至连冰空洗，智能化也在成为

主流，冰箱现在已经不仅仅能够冷冻与冷藏，其功能分区、智能化程度令人瞠目结舌：一台智能冰箱通过集成先进的传感器技术、互联网连接及人工智能系统，能够实现远程控制、食材管理、节能环保等一系列人性化功能。

更不用提现在AI大模型的加入，越来越多的家电甚至已经有了机器人化的趋势。

从更宏观的角度考虑，国补的意义也因此凸显：国补加快了家电换新的进程，这不仅仅是在释放家电市场的消费

潜力，更重要的是，智能化家电换新需求，又可以通过电商平台等大数据反作用于厂商，家电产品反过来根据用户需求升级品质和体验，推动产业升级。

更不用说智能家电在环保上的意义。有人计算过，一台空调如果使用10年以上，耗电量会上升20%，还会带来许多安全隐患。替换掉高能耗、高污染、有安全隐患的家电，取而代之的是更智能、更环保和更舒适的高端产品，显然更符合我国节能减排、绿色可持续发展的方针。

家电换新已成新增长极

家电以旧换新、智能家电崛起，已经成为消费市场新的增长极。

数据显示，2023年，我国主要品类家电保有量超过30亿台。当前，我国正处于家电报废的高峰期，每年有1亿至1.2亿的废旧家电被淘汰，并以平均每年20%的幅度增长，家电更新换代需求潜力巨大。中国银河证券研究院预计，本轮以旧换新政策带动家电更新数量约为6000万台，带动家电消费总额近1000亿元。

这无疑继2009年之后，家电厂商与平台迎来的又一个春天——上一轮家电以旧换新政策是在2009年6月开始实施。商务部数据显示，2009年至2011年，中央财政累计向各地预拨家电以旧换新补贴资金约300亿元，全

国家电以旧换新共销售五大类（空调、冰箱、洗衣机、电视、电脑）新家电9248万台，拉动直接消费3420亿元。

事实上，家电以旧换新对消费的带动力已经初步显现，截至2024年12月19日，全国有超3330万名消费者购买相关家电以旧换新产品超5210万台，且换新消费仍处于加速之中，家电以旧换新销售额突破1000亿元用了79天，从1000亿元到2000亿元仅用40天。奥维云网推总数据显示，对比2024年1月到8月，2024年9月到10月国补对彩电、空调、冰箱、洗衣机、吸油烟机、燃气灶、热水器等刚需品类的拉动均在30%以上，对洗碗机、净水器、干衣机、清洁电器等品质家电的拉动普遍在40%以上。

更重要的是，家电消费也在拉动整个消费大盘不断向好。国家统计局公布的数据显示，自以旧换新开展以来，2024年9月、10月、11月三个月，限额以上单位家电零售额同比增长均超过20%，带动三个月的社零消费同比增长均超过3%。增速较2024年6月、7月、8月三个月有明显增长。

而据商务部消息，以旧换新的政策仍将在2025年延续。中央经济工作会议明确，加力扩围实施“两新”政策。商务部消费促进司司长李刚表示，商务部认真贯彻落实会议精神，正在与有关方面一道，抓紧研究制定相关政策，这也意味着，以旧换新或将长期成为消费的提振器，智能化家电时代也将随之加速到来。（据《羊城晚报》消息）

行业风向标

厨房产品消费 趋向便捷化多功能

当前，消费者烹饪需求不断向多样化、精细化方向升级，厨房不再只是烹饪食物的场所，而是成为展现生活品质的空间。随着厨房产品迭代升级路径愈发清晰，具有便捷烹饪、健康饮食、多功能集成的优质产品持续涌现，相关行业正迎来新一波发展高峰。

从厨房产品的功能性看，便捷烹饪是许多消费者关注的重点。数据显示，厨房小家电品类中的电炒锅、电煮锅销量同比增长均超10倍，三明治机/早餐机的销量同比增长3.5倍。这些产品之所以成为爆款，主要是其极大地节省了使用者的时间和精力，让消费者在短时间内享受到美味佳肴。

消费者对厨房产品的功能需求也日益多样化，打蛋工具、多功能刀等厨具产品销量增长均超2倍。嵌入式微蒸烤一体机、洗碗机等厨房电器产品持续热销，展现出消费者在追求厨房功能多样性的同时，更加注重节省空间与高效利用。

同时，消费者愈发注重生活细节，努力从细微处提升生活品质。在厨房电器中，电热水壶以12.1%的销量占比稳居榜首，养生壶和电热水器分别实现7.2%和6.6%的销量增长，反映出消费者对于能够迅速提供温暖饮品和生活热水设备的强烈需求。空气炸锅销量占比位居前10名，凸显出消费者更加注重低脂健康的烹饪方式以及健康的饮食习惯。

未来厨房品牌间的竞争将愈发激烈。各品牌需要深入挖掘真实需求，紧跟消费潮流。一方面，相关企业要以提升体验感为根本，研发更多能够提升烹饪效率、集多种功能于一体的产品，满足消费者对厨房产品便捷性和多样性的需求；另一方面，要针对不同群体、不同地域的饮食特色，不断创新产品与服务，打造个性化、差异化解决方案，以回应消费者日益多样化、个性化的饮食特点。

（据《经济日报》消息）

