



家用电器行业专题研究：关注直播电商渠道家电增量



家电直播电商表现积极，新兴渠道成长可期

国内家电消费市场缓步恢复，春节错期影响逐步消化，奥维云网数据前 7 周线上整体家电零售额同比+1.9%（前 6 周-7%），对比而言，新兴直播电商表现仍较强势，在 4Q22 实现较高增长的情况下，23 年 1 月继续维持强势增长（生活电器/个护/大家电分别同比+85%/+97%/+173%）。一方面，直播电商家电销售规模仍较低，我们预计直播电商仍是销售渠道中内生景气度较高的细分赛道，另一方面，短平快的直播/短视频属性曾经更为适宜小家电品类的销售，随着直播电商平台成长为覆盖短视频、直播和货架场景的全域电商后，完善的体系将有利于更多家电品类销售，家电销售额有望维持高增速。

看好新兴直播电商渠道的品类推进

渠道上，我们认为以抖音电商为代表的直播电商成长速度依然领先，是值得深度发掘的方向，短平快的直播/短视频属性曾经更为适宜小家电销售，而随着直播电商不断迭代，直播电商与传统平台电商走向融合发展，短视频/直播的流量引导消费，再向平台货架引流，直播电商利好的家电品类也有望拓展。新的全域兴趣场景下，直播电商补全“人找货”的货架短板，同时不断完善商城体系、让消费链路闭环更为健全，让抖音电商等直播电商成为更适合耐用消费品的销售渠道，我们预计新的模式下，会有更多的家电品牌商发掘直播电商的潜力，希望在温和复苏的市场环境下获取更多的市场份额。

小家电受益新兴渠道拓展

根据奥维云网监测数据, 2022 年抖音渠道厨房小家电零售规模已经达到线上市场的 17.6%。随着稳消费、促消费措施的出台, 我们看好小家电的需求弹性。

且直播电商为新品投放试水的主要阵地, 叠加达人背书及新品种草, 新品发布具备优势, 有望继续带动行业增长, 结构性渠道优势有望延续。其中, 厨房小家电长尾化特征较为明显, 多品类增长潜力充足。清洁电器品类集中, 仍以高单价洗地机及扫地机器人为主, 规模效应提升或带来功能下沉, 而平台资源和流量的集中投放, 或能够产生集中成交势能。个护电器受益于“她经济”细分类目也迅速崛起, 依靠兴趣电商的强内容触达, 直播电商占比或持续提升。

新兴渠道的新竞争

直播电商渠道仍将有利于小家电品牌推广, 而短视频/直播的流量优势有望推动直播电商占比持续提升。头部小家电企业继续发力新兴直播电商

推送 我们关注新推送的产品也将加刷 小家电中 传统品牌基泊尔

预览已结束, 完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_52465

