



Growth  
from  
Knowledge

# 解码全球消费科技市场

GfK-2021H1全球家电市场发展概览

2021年9月 蔡凌 Charlie

GfK中国 | 家电事业部总监

# 疫情叠加中美博弈造成核心部件缺货、原材料上涨、物流紧张、汇率波动加大企业全球经营挑战



均价  
同比



2门下冷冻  
冰箱



机器人吸尘器



笔记本电脑  
超薄



显示器  
≥ 21"



多功能打印机



July 20-Jun 21

+9%

+17%

+9%

+14%

+24%



Jul 19-Jun 20

-3%

+2%

-10%

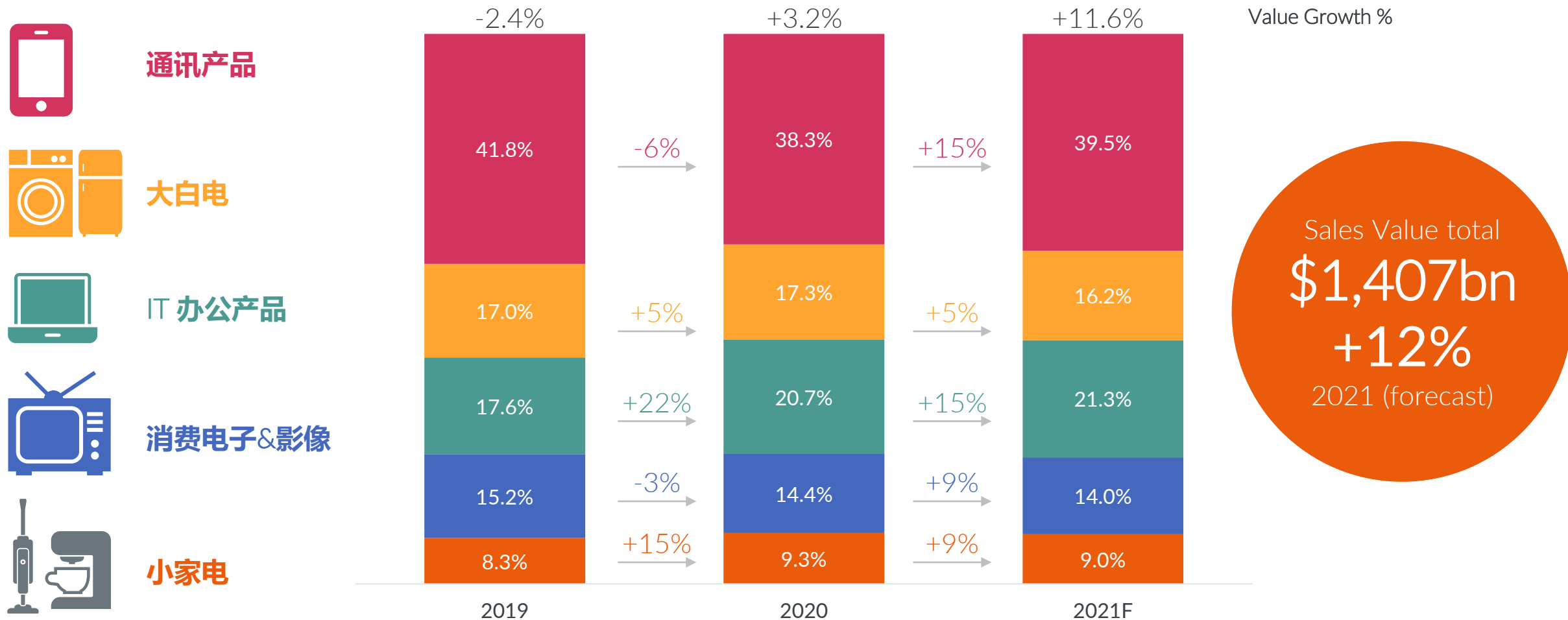
-3%

-1%

# 预计2021年全球技术消费电子产品零售规模同比增长12%；居家经济推动小家电和IT办公产品持续增长



规模预估含北美，预估时间2021年6月，基于没有进一步lockdown情况



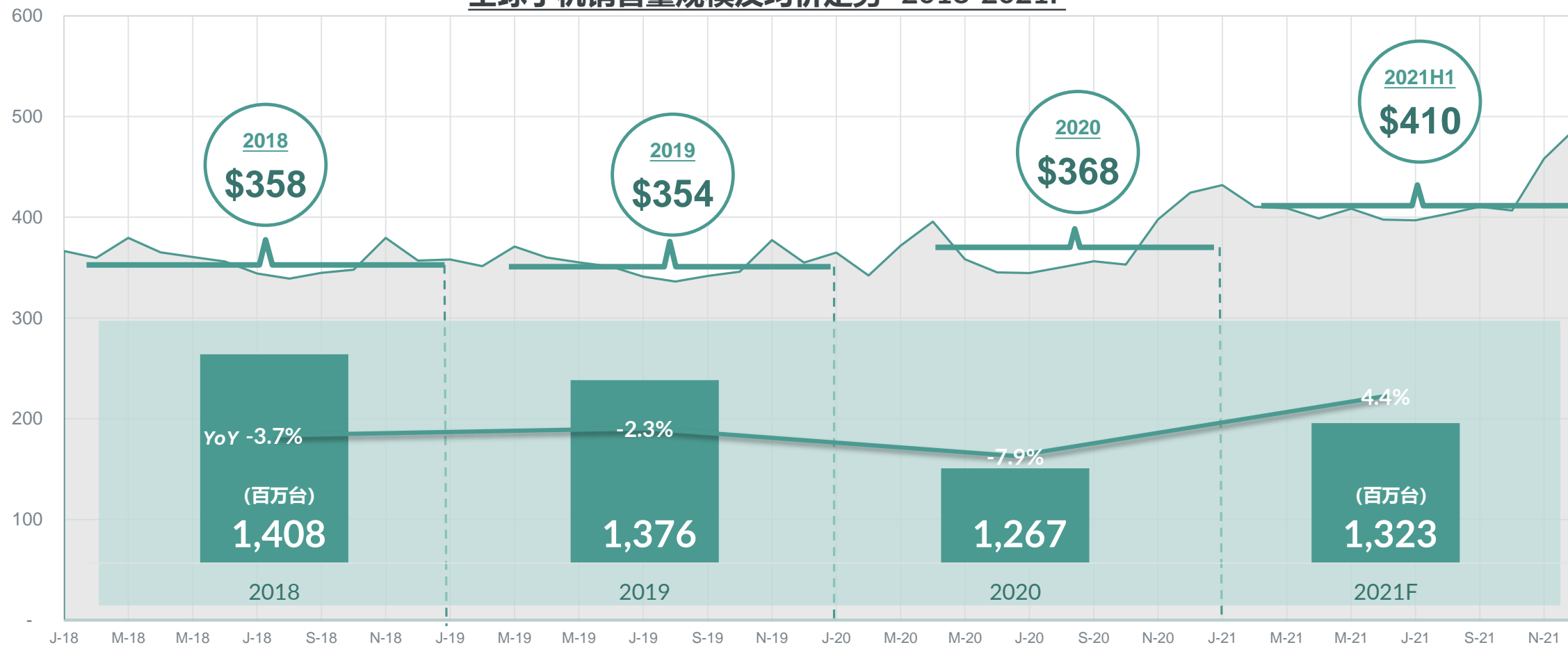
Source: GfK Market Intelligence and total market estimation incl. North America, based on USD  
Forecasting date: June 16, 2021, not assuming further lockdowns

# 全球体量最大的手机市场进入更长周期的存量替换阶段



(ASP: USD)

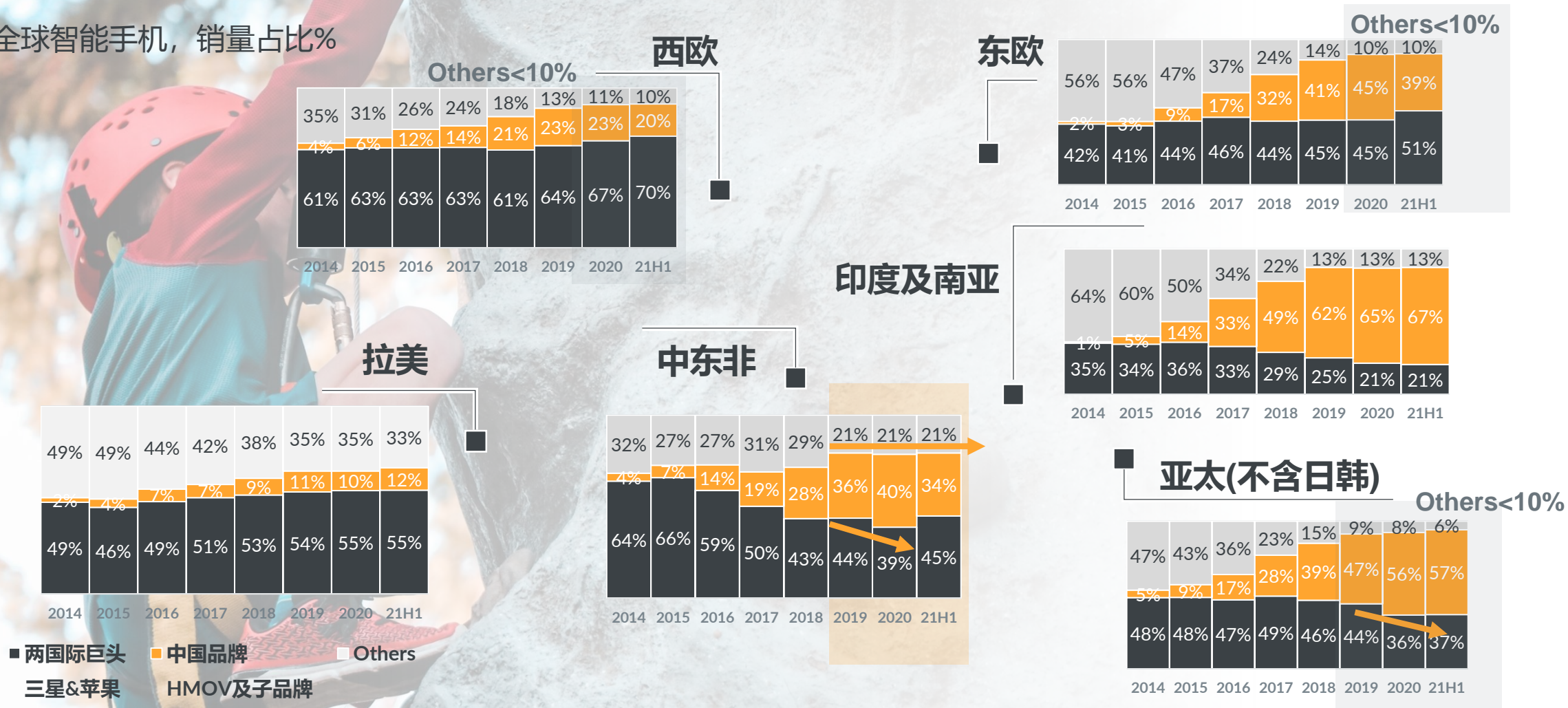
## 全球手机销售量规模及均价走势 2018-2021F



# 从粗放竞争向创新和品牌驱动竞争，需直面全产业链和全生态比拼



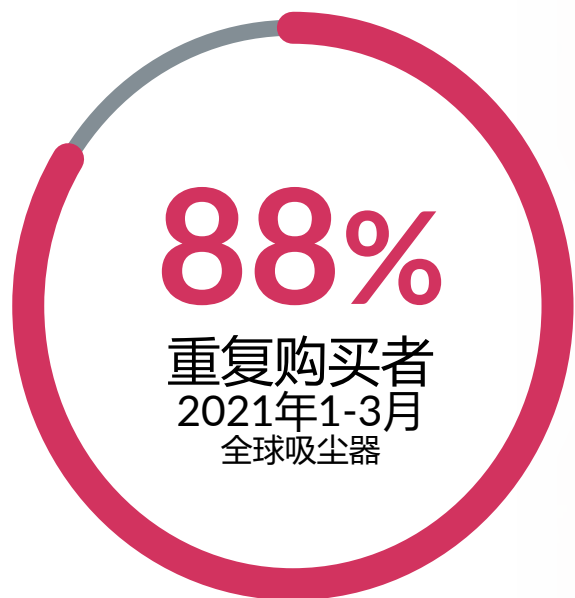
全球智能手机，销量占比%



# 满足消费者需求的创新是消费科技市场增长的源动力



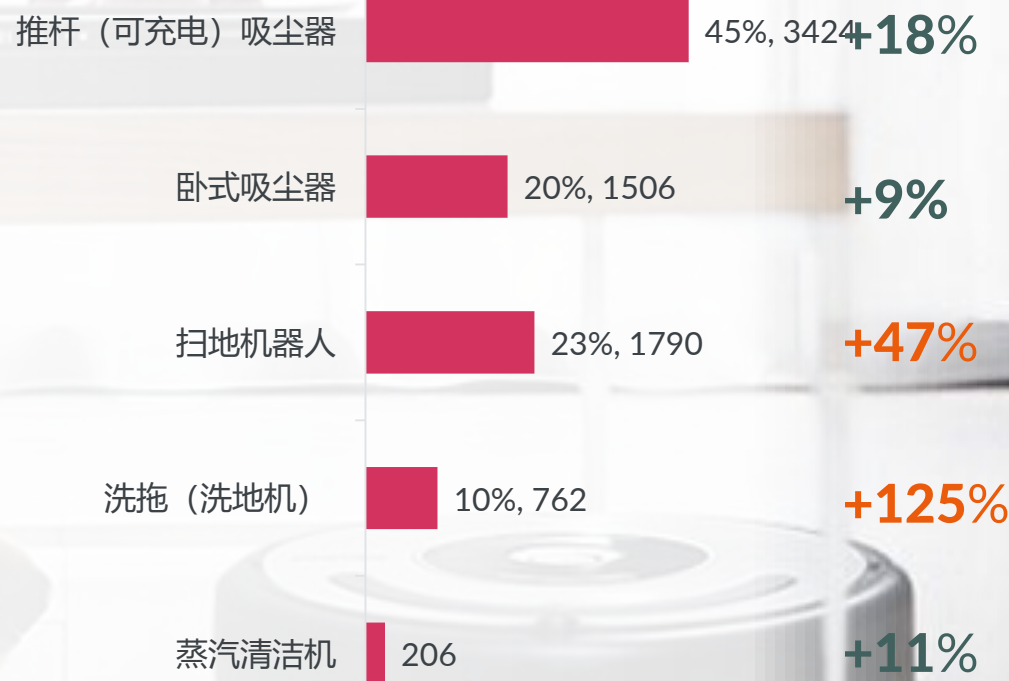
以**吸尘器**为例多数吸尘器的购买者是替换产品或者额外多购；  
洗地机和集洗拖自动清洗拖布的多功能扫地机器人成为爆款。



**37%** 被看到和听到的  
新技术产品鼓舞

**47%** 对于现有产品不  
太满意

吸尘器 & 蒸汽清洁机(销售额 %, 百万美元)



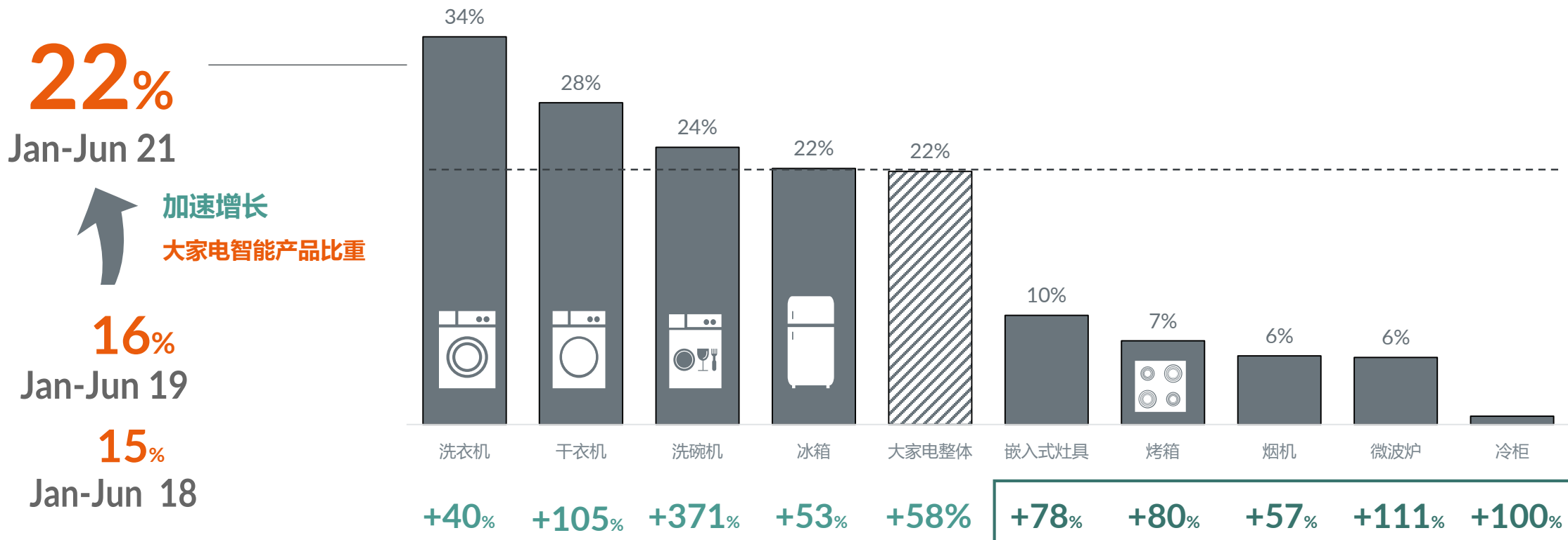
# 智能化向全屋和场景化纵深发展，消费者对于便利生活的本质需求是企业创新的着力点



智能: 在通往全屋智能的路上

## 智能大家电

智能连接产品比重 (Sales Value %)

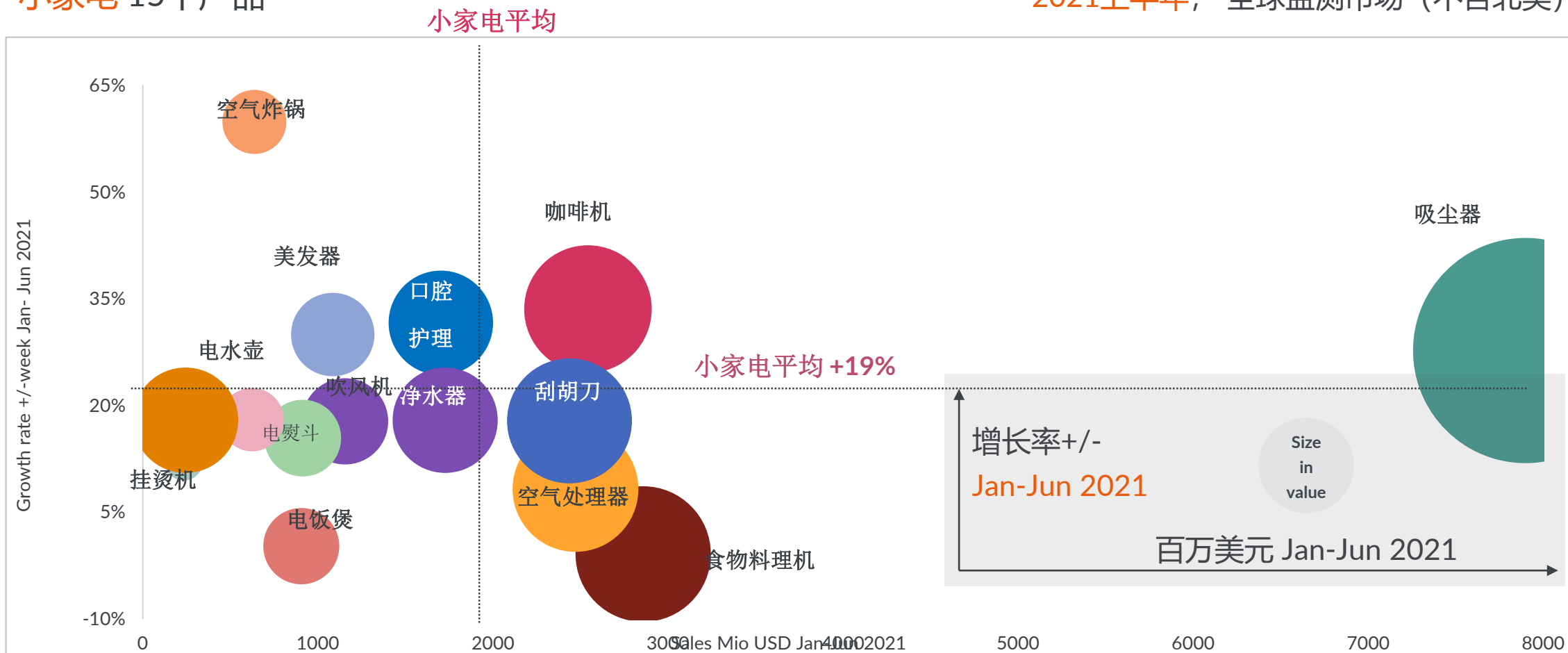


# 疫情下消费者对于品质生活追求趋势未改变



小家电 15个产品

2021上半年，全球监测市场（不含北美）



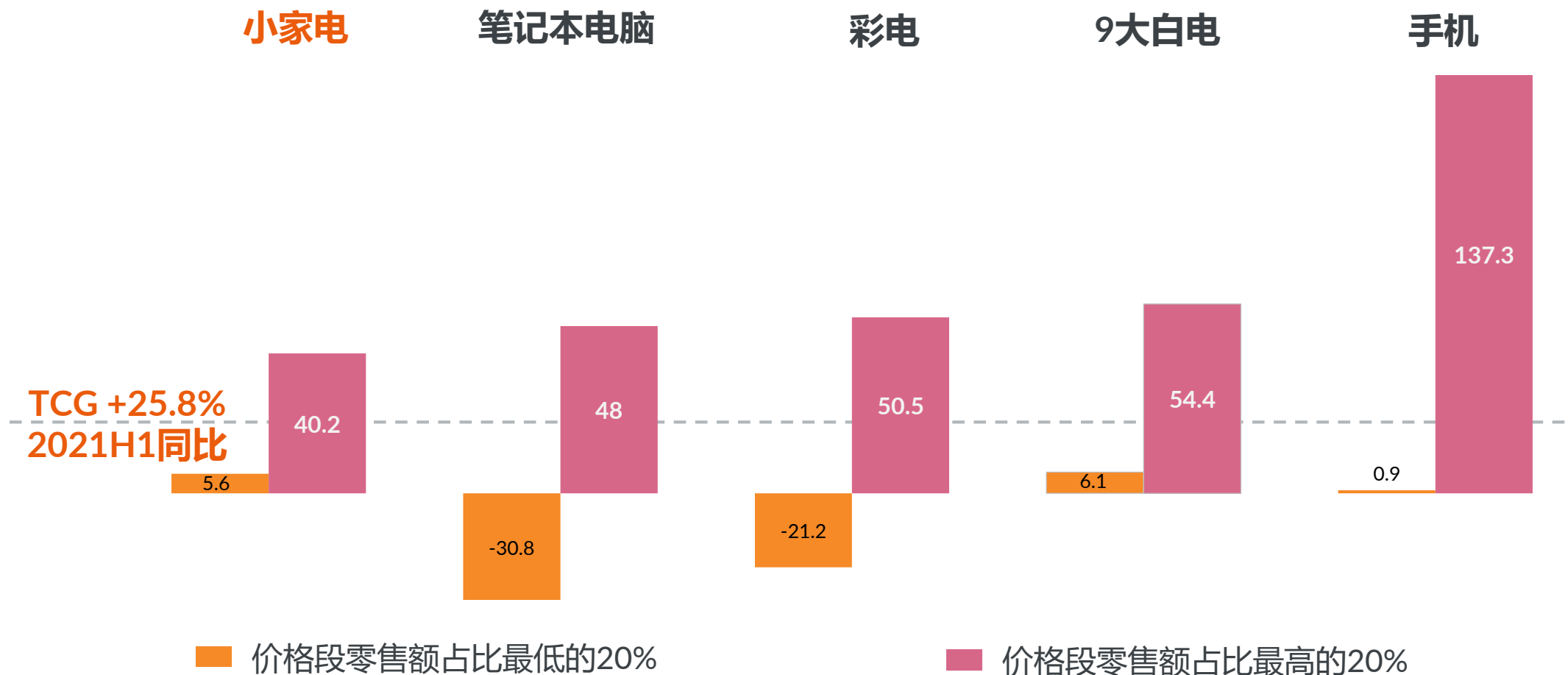
Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, comparison Jan-Dec 2021 to 2020; sales value USD of all tracked product groups for countries



# 高端消费市场未受疫情抑制



2021年上半年同比销售增长率% ,全球不含北美



Source from: GfK panel market retail tracking, global without North America

TCG Conference Deck 1HY 2021 - Global Strategic Insights

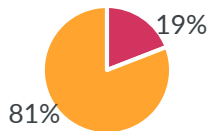
# 经营品牌是全球化发展重要着力点，通过创造高附加值获取额外受益



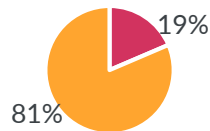
全球 上半年/ 大白电九大产品\*

## 全球 (不含北美)

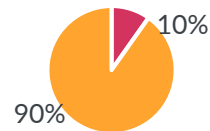
销售额比重 % (美元)



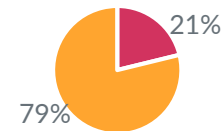
## 中东非



## 拉美



## 亚洲

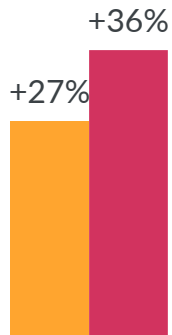


**高端品牌:**  
品牌价格指数 >150\*\*

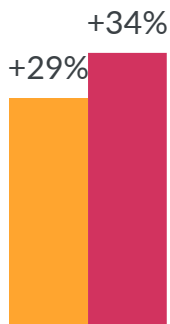


**其他品牌:**  
品牌价格指数 <=150\*\*

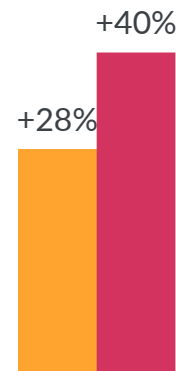
销售额同比增长率 % (美元)



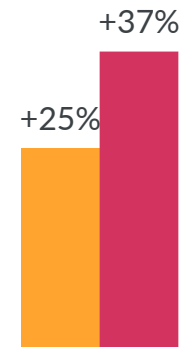
J-Jun 2021



J-Jun 2021



J-Jun 2021



J-Jun 2021

大家电九大产品：冰箱、冷柜、洗衣机、干衣机、烟机、嵌入式灶具、洗碗机、烤箱、微波炉

Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, International Coverage (excl. North America), USD (NSP) Value & growth 2020 vs 2019

\*COOLING, WASHINGMACHINES, FREEZERS, TUMBLE DRYERS, DISHWASHERS, COOKING, BUILT-IN HOBS, MICROWAVE OVENS, HOODS

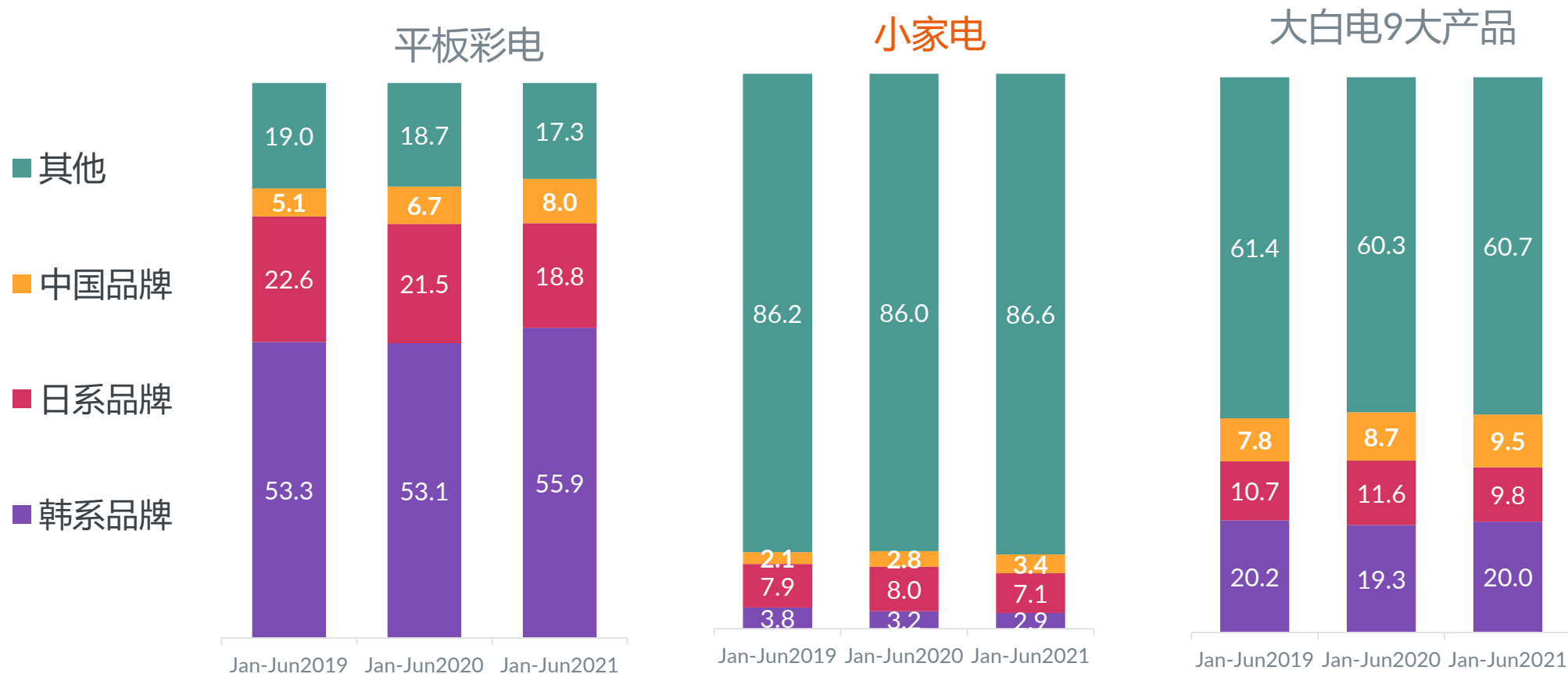
PRJ 82721 - RG 5670422 - RP 40364897 - ID 589843788

\*\*Price Index per brand is aggregated up from a country/product group level to use comparable price index information within one country and product group. E.g. price index of Bosch in Germany/fridges is used for the analysis, not price index of Bosch across all product groups (to avoid bias)

# 中国家电品牌在海外市场持续扩张，小家电自有品牌还有很大提升空间



销售额%，海外市场，不含北美和中国

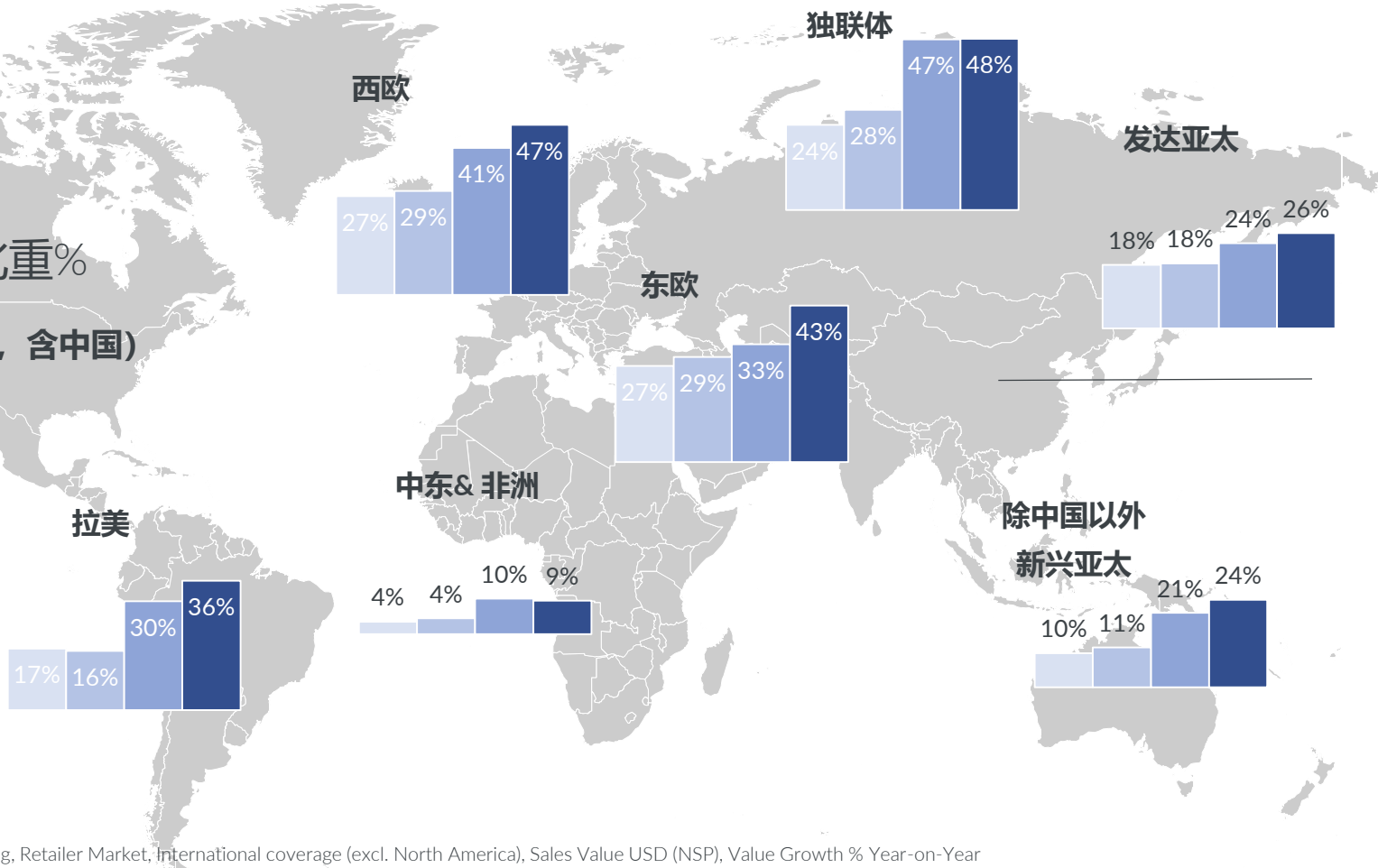


# 消费者因疫情养成的在线消费习惯在多数区域得到保持和提升，顺势而为



## 小家电在线零售额比重%

21年上半年全球 (不含北美, 含中国)  
: 49.6%



Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, Retailer Market, International coverage (excl. North America), Sales Value USD (NSP), Value Growth % Year-on-Year Small Domestic Appliances, Personal Diagnosis Devices  
PRJ 249348 - RG 5481054 - RP 37600691 YTD: Jan-Jun 2021 All tracking countries except NA, IN, SA, TR, GR  
Global SDA trend report July 2021: Global Strategic Insights -NF

成功的零售商和品牌企业可以通过在线渠道提供  
优于实体店的购物体验，进行品牌塑造

51%

of online buyers  
would recommend  
retailer

在线购物的消费者  
NPS值更高

42%

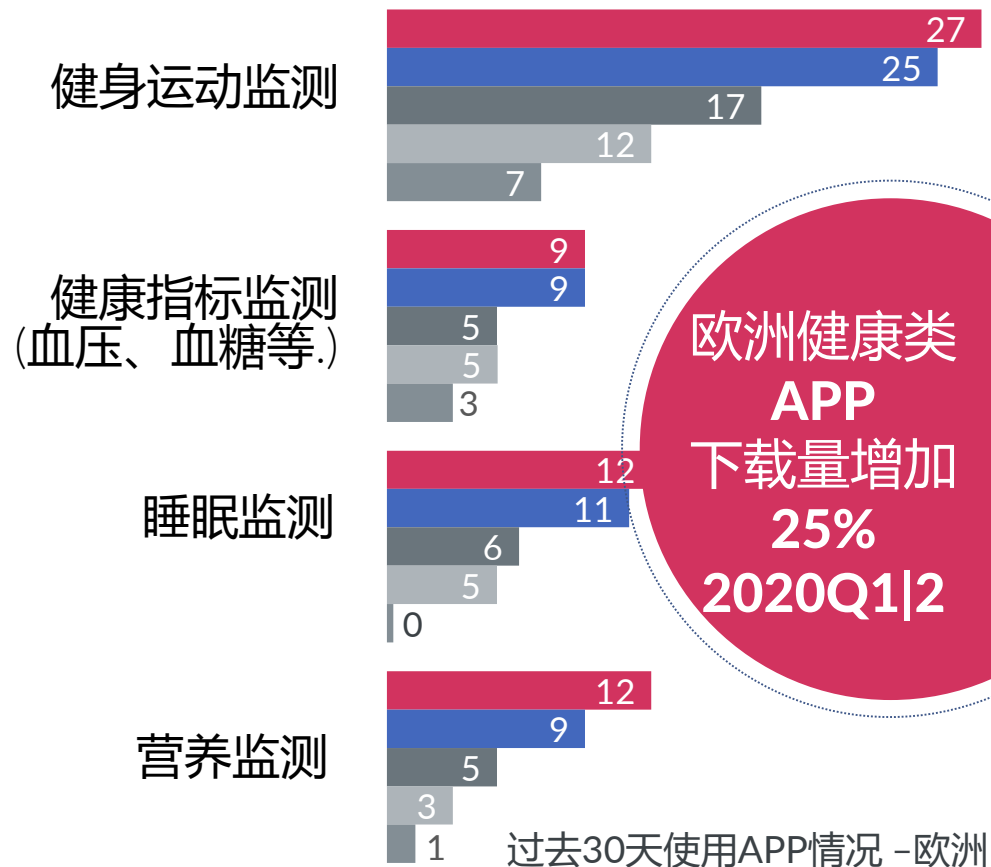
of offline buyers  
would recommend  
retailer

# 消费者将追求更加健康的生活方式

## 欧洲健康设备呈现显著增长趋势



**14%** 欧洲消费者计划在1-2年内购买**智能健身设备**



**欧洲健康类  
APP  
下载量增加  
25%  
2020Q1|2**

■ Z世代 ■ 千禧一代 ■ Gen X ■ Boomers ■ Pre-Boomers

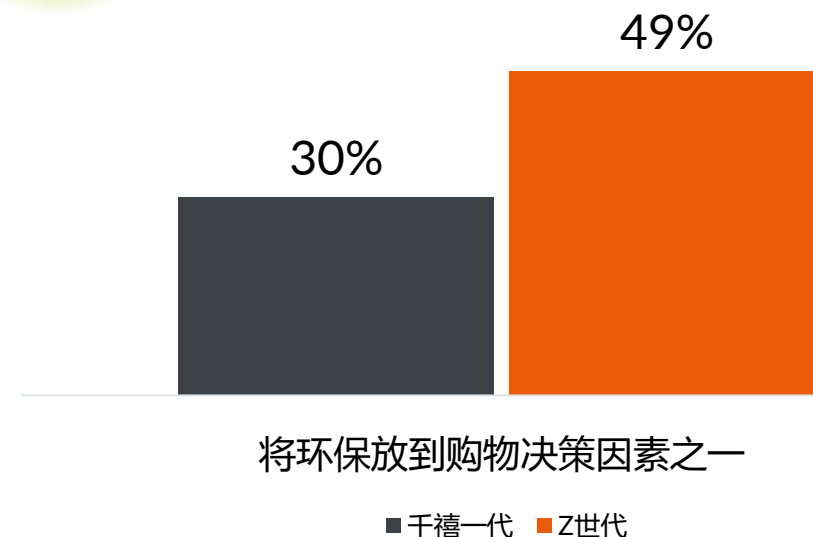
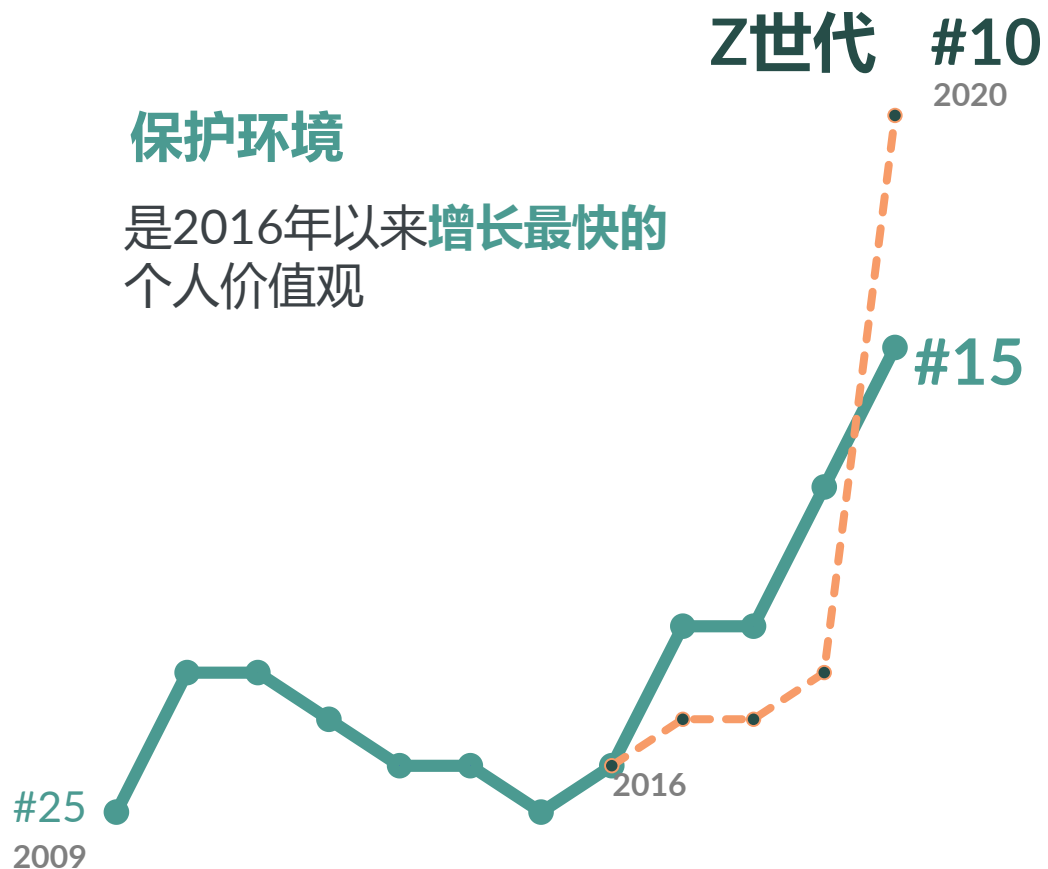
Source: GfK Consumer Life, Tech & Digital Lifestyle 2020 study (Europe = BEL, FR, GER, IT, ESP, SWE, UK); GfK Market Intelligence: Sales Tracking 2020

# 可持续发展将在Z世代的个人价值观中拥有越来越重要位置



## 保护环境

是2016年以来**增长最快的**个人价值观



# 疫情让家成为生活的链接中心，市场复杂性增加，但创新依然是家电市场发展核心驱动力





# 谢谢!



GfK官方微信公众号  
前沿洞见，尽在掌握

