

# 2021中国白电市场“双11”总结报告

奥维云网（AVC）

2021年11月

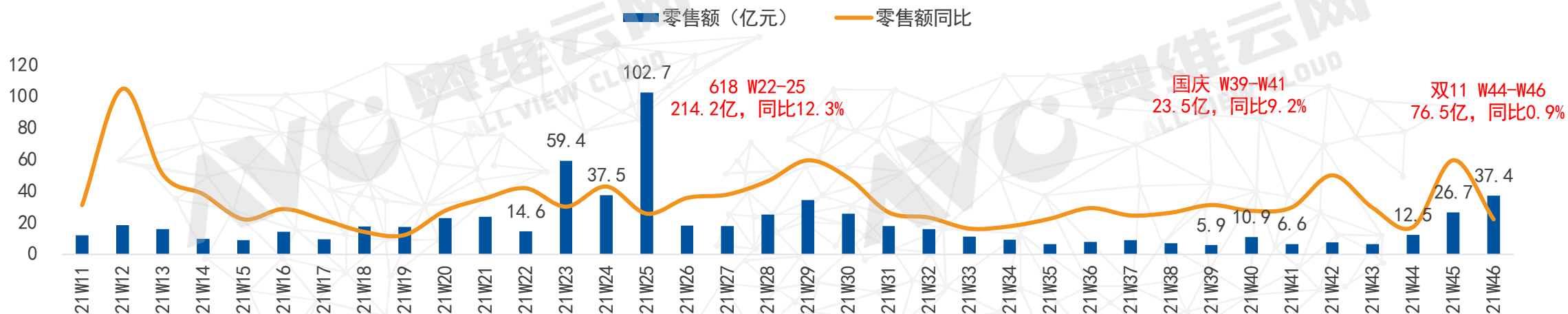




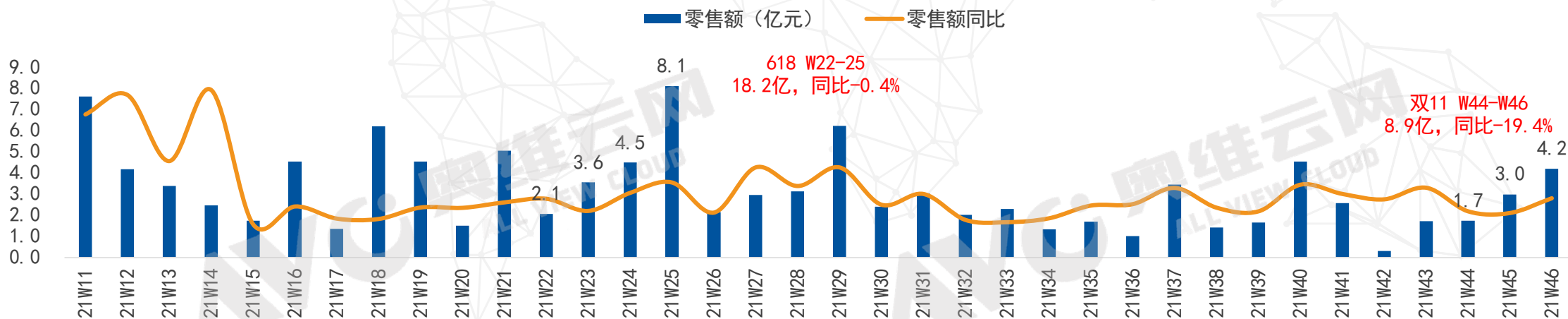
## 空调篇

# 远处看全年电商节，双11线上规模同比增长0.9%，低于618增速

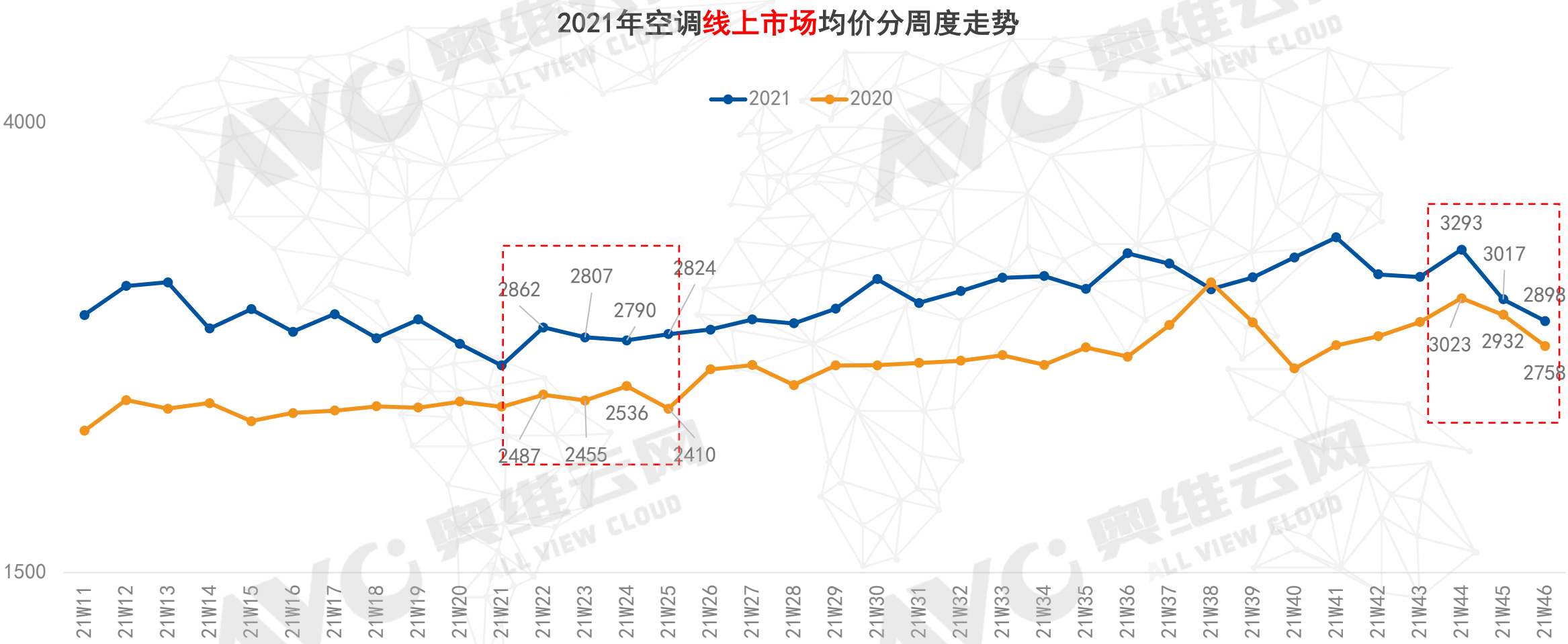
## 2021年空调线上市场零售额及同比走势



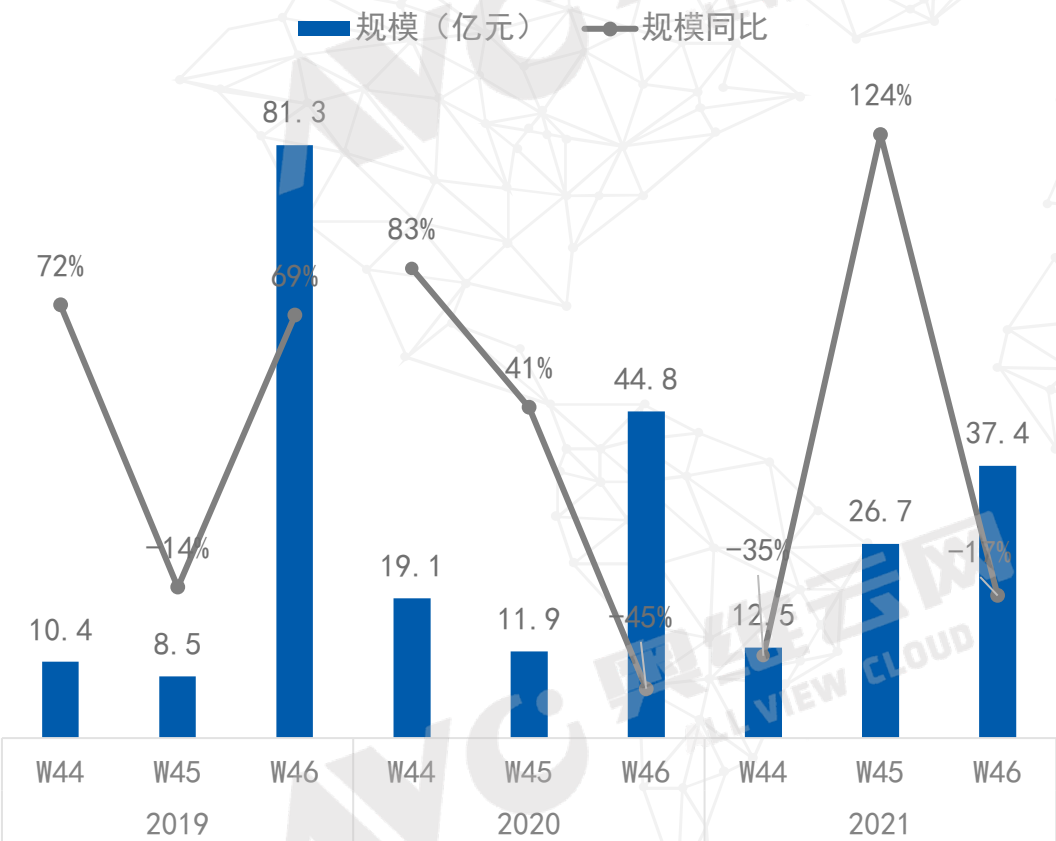
## 2021年空调线下市场零售额及同比走势



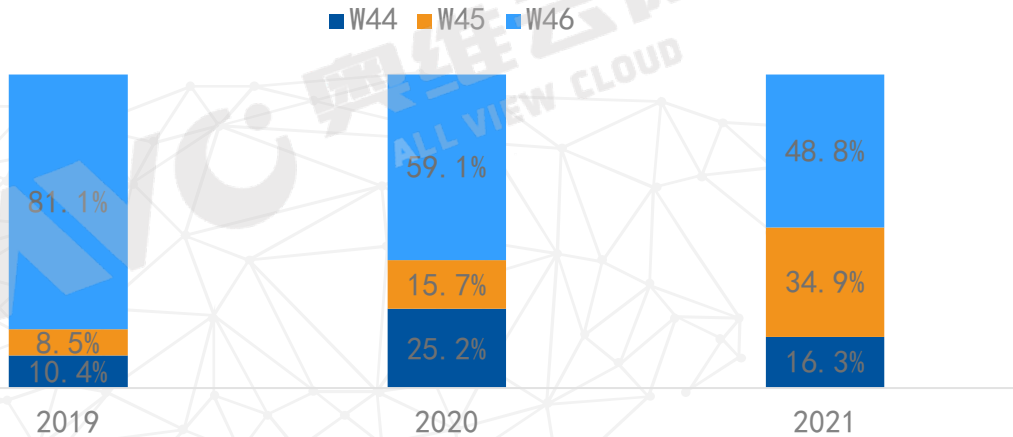
# 远处看全年均价，双11均价分周度高于旺季618，增长却不如618



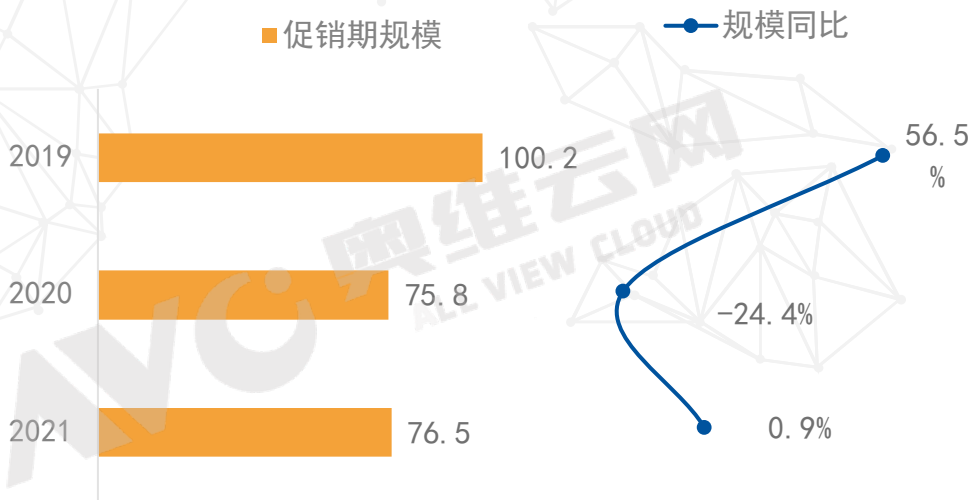
2019-2021年“双11”空调销售节奏变化走势



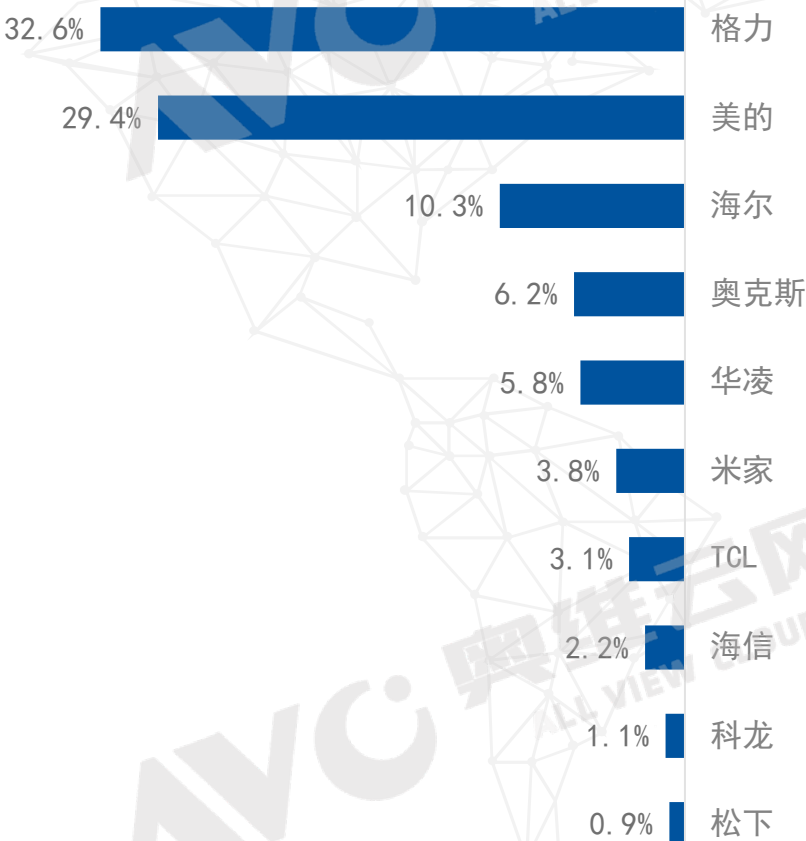
2019-2021年“双11”空调销售三周销售额结构



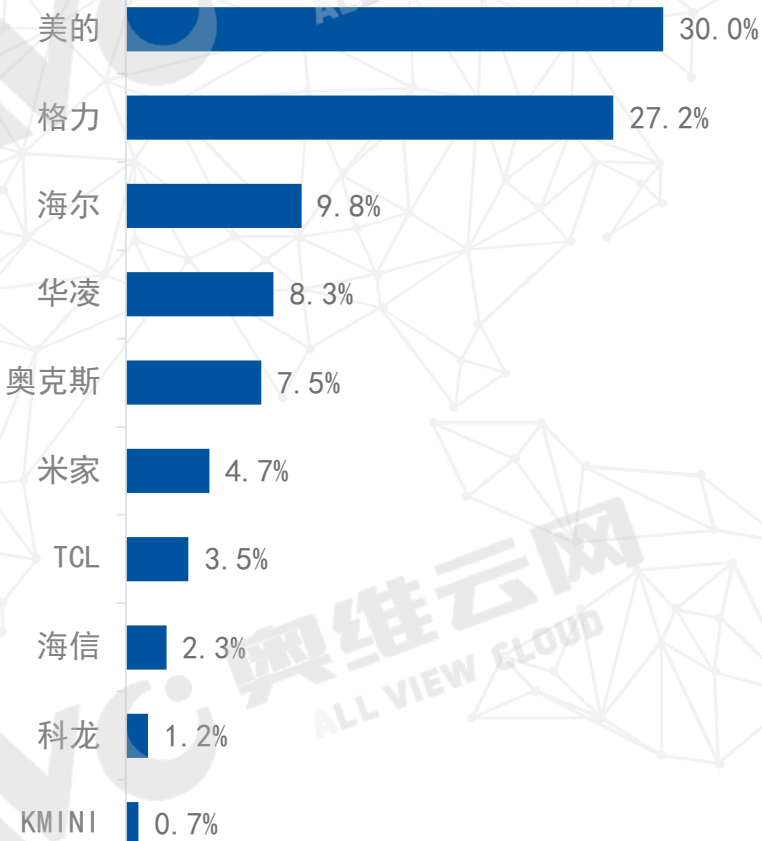
2019-2021年“双11”空调销售额及同比



2021年“双11”空调线上TOP品牌零售额份额

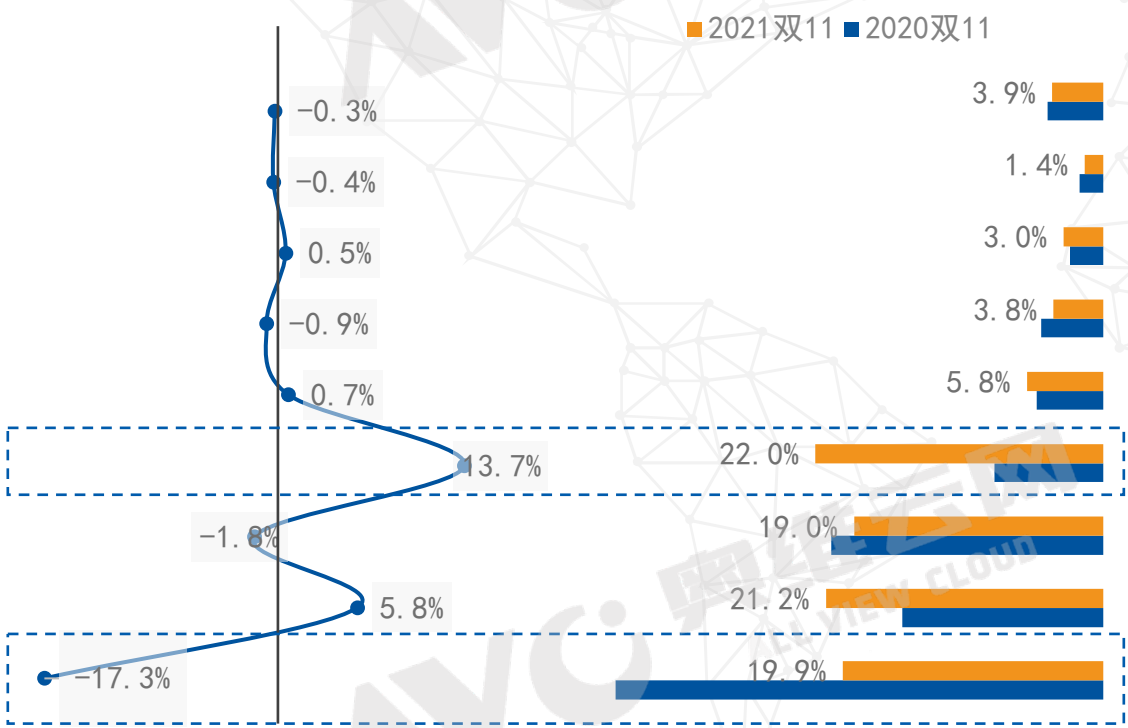


2021年“双11”空调线上TOP品牌零售量份额

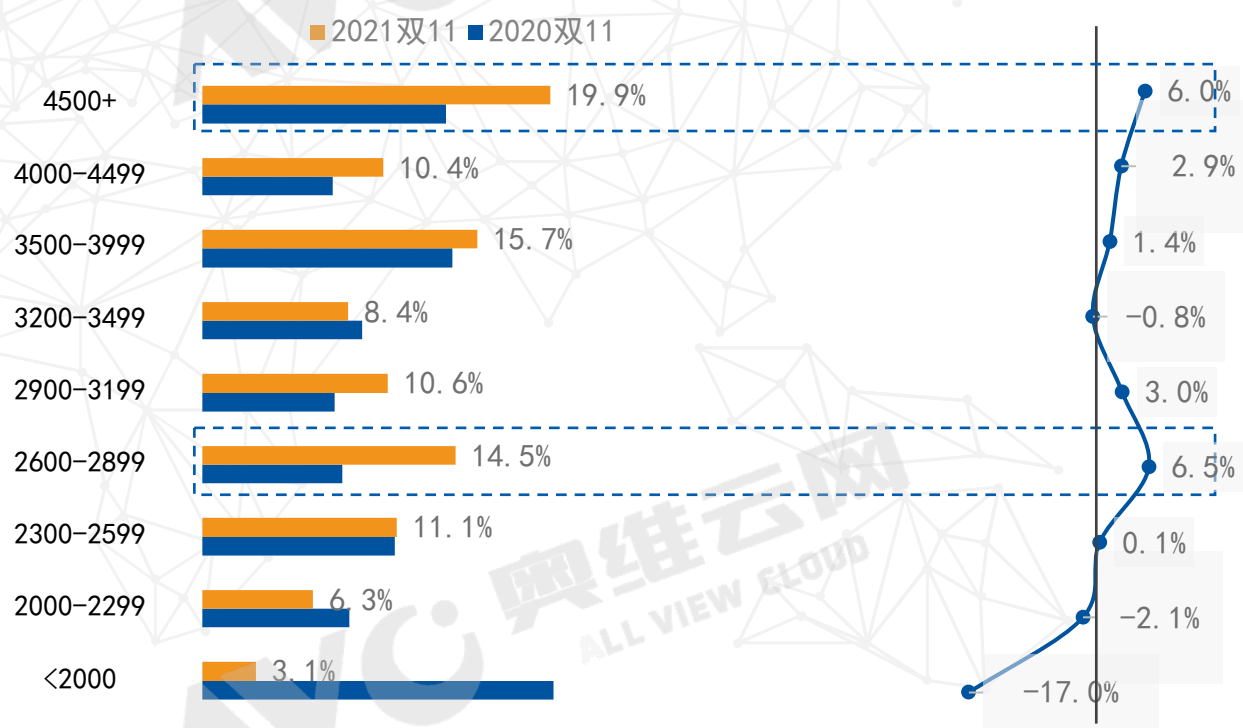


2021双11挂机各价格段销额占比及变化

线上：2600-2899价位段份额提升明显

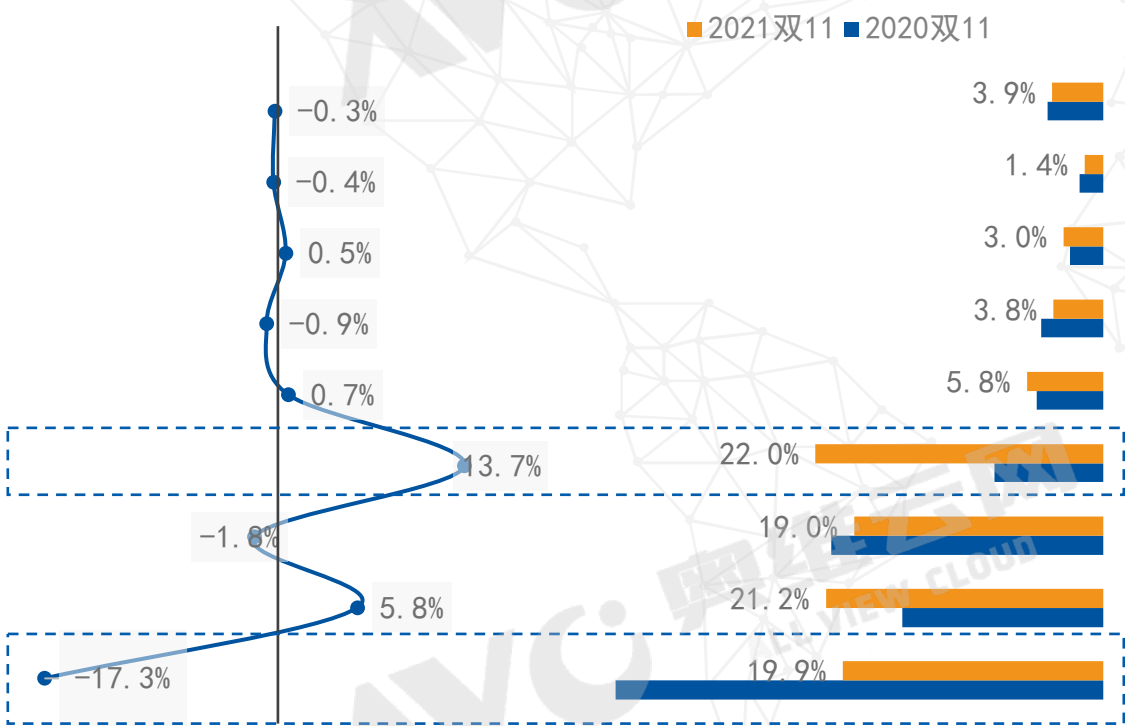


线下：借助线上节点，高端市场持续扩容

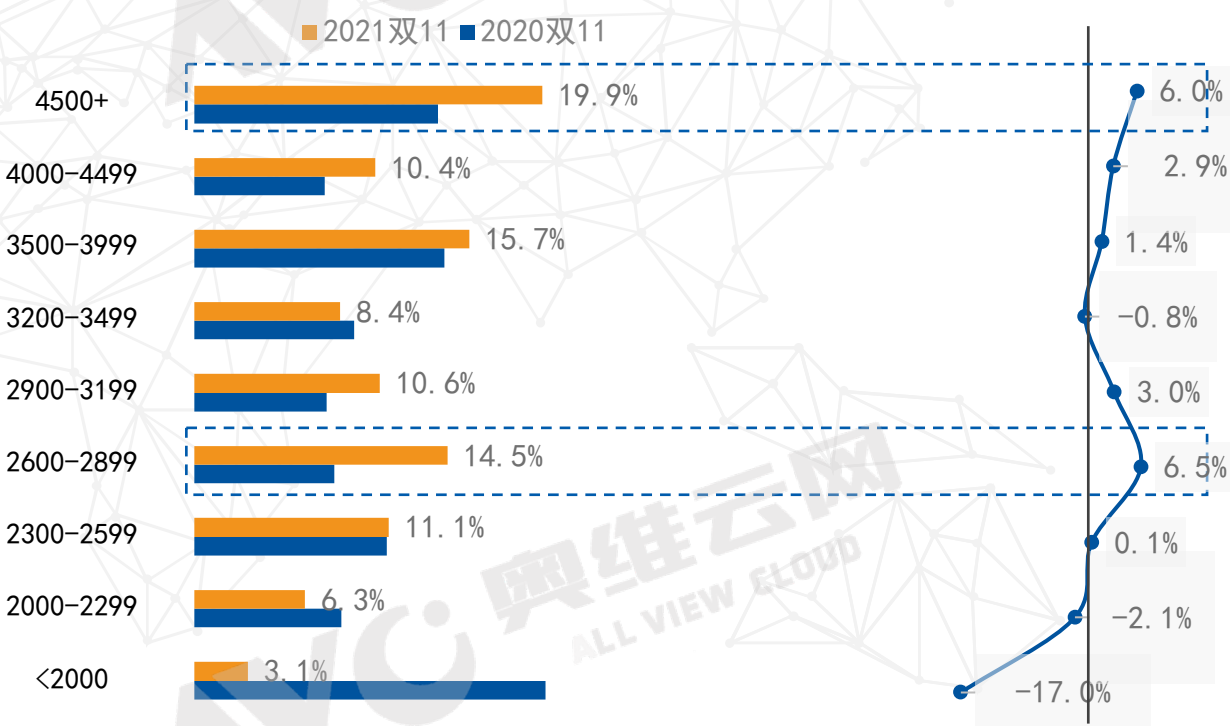


2021双11挂机各价格段销额占比及变化

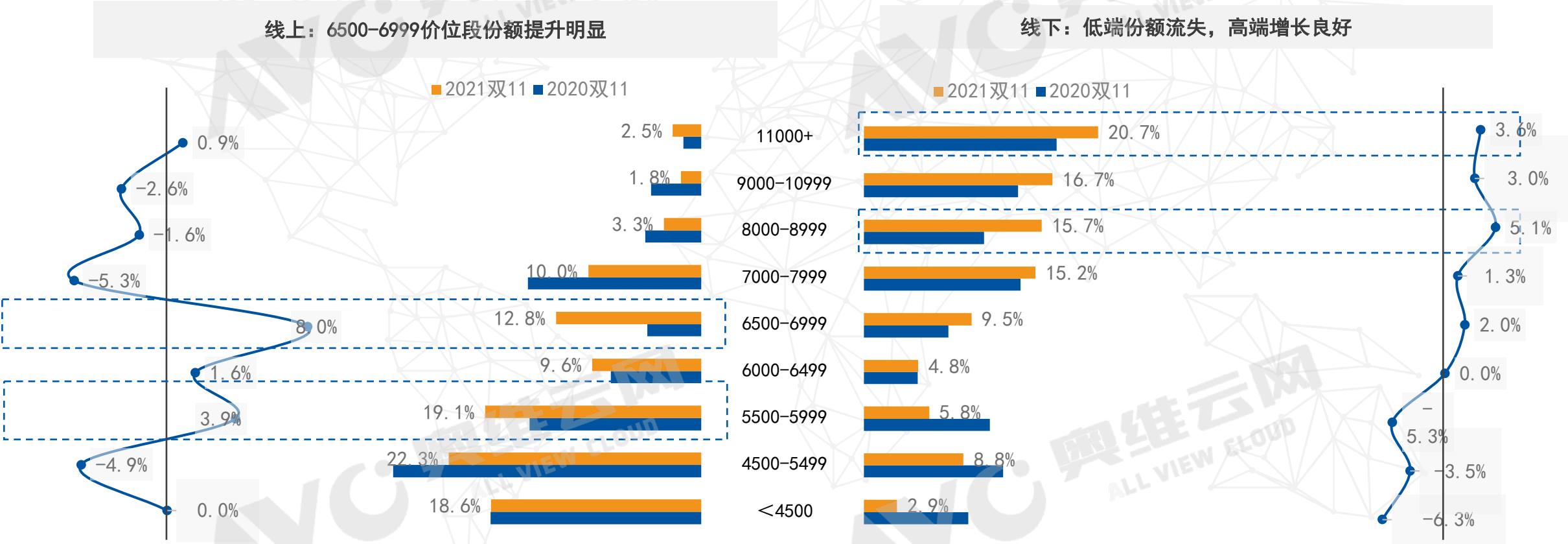
线上：2600-2899价位段份额提升明显



线下：借助线上节点，高端市场持续扩容

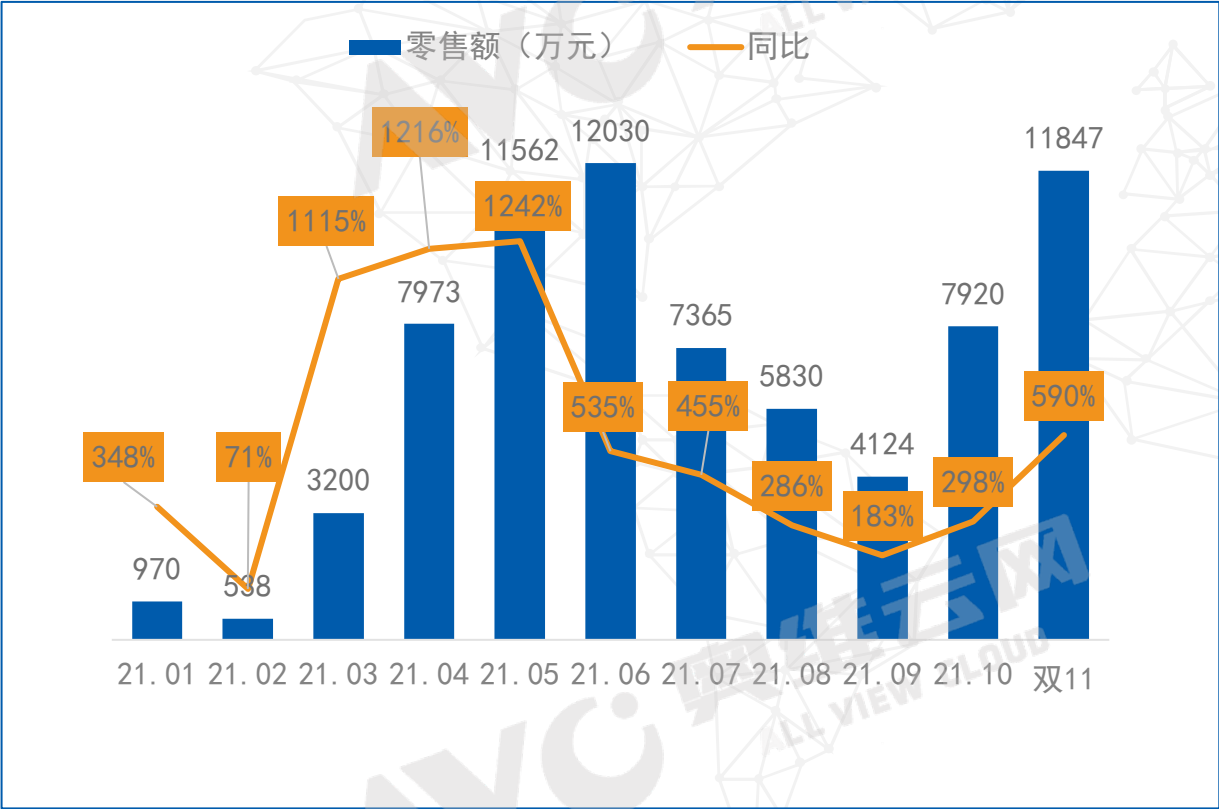


2021双11柜机各价格段销额占比及变化

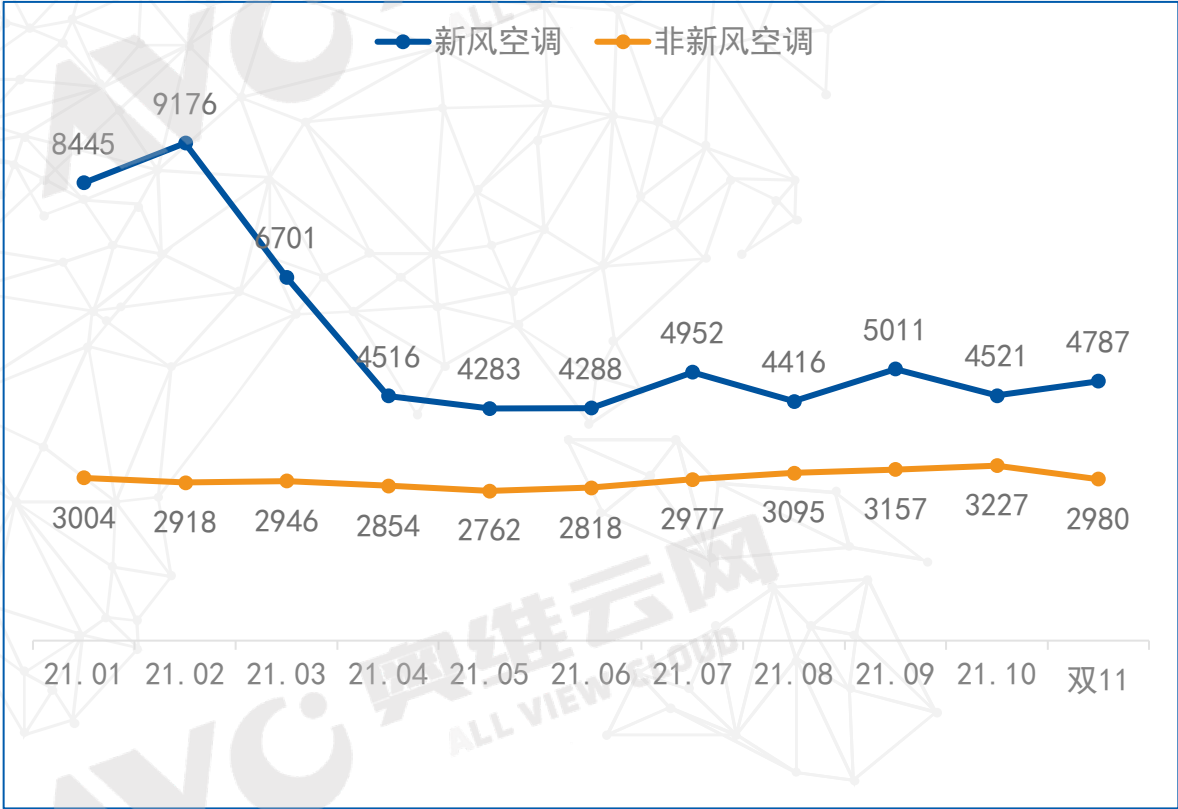


# 新风空调：除新年月份，每月增长都超100%，线上扩容速度极快

线上-连续月度新风空调规模（万元）及同比



线上-连续月度新风空调均价表现



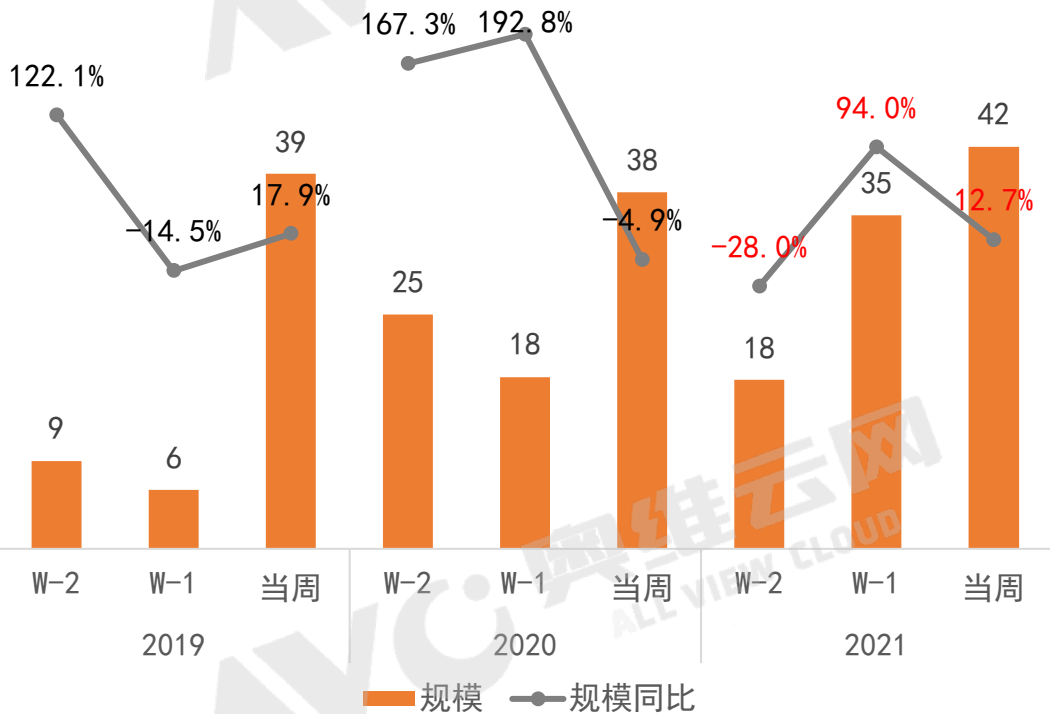


## 冰箱篇

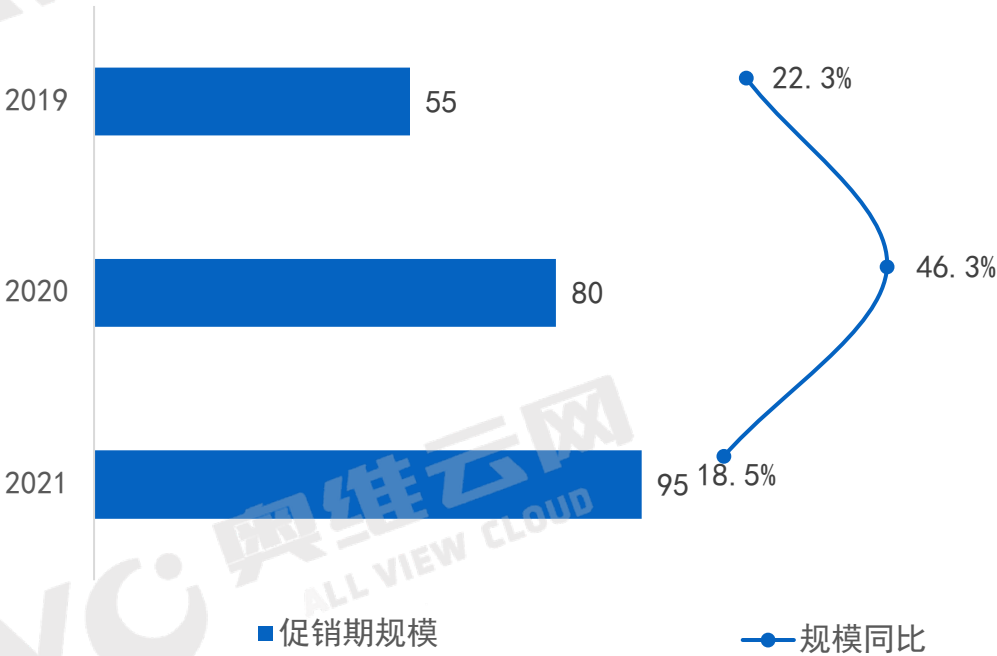
# 高基数下双11冰箱增速放缓，整体实现稳健增长

□ 双11冰箱销售节奏呈现后移趋势，45周规模同比突破90%，双11当周小幅回落，整体增长18.5%，需求稳健。

2019-2021年“双11”冰箱销售节奏变化走势



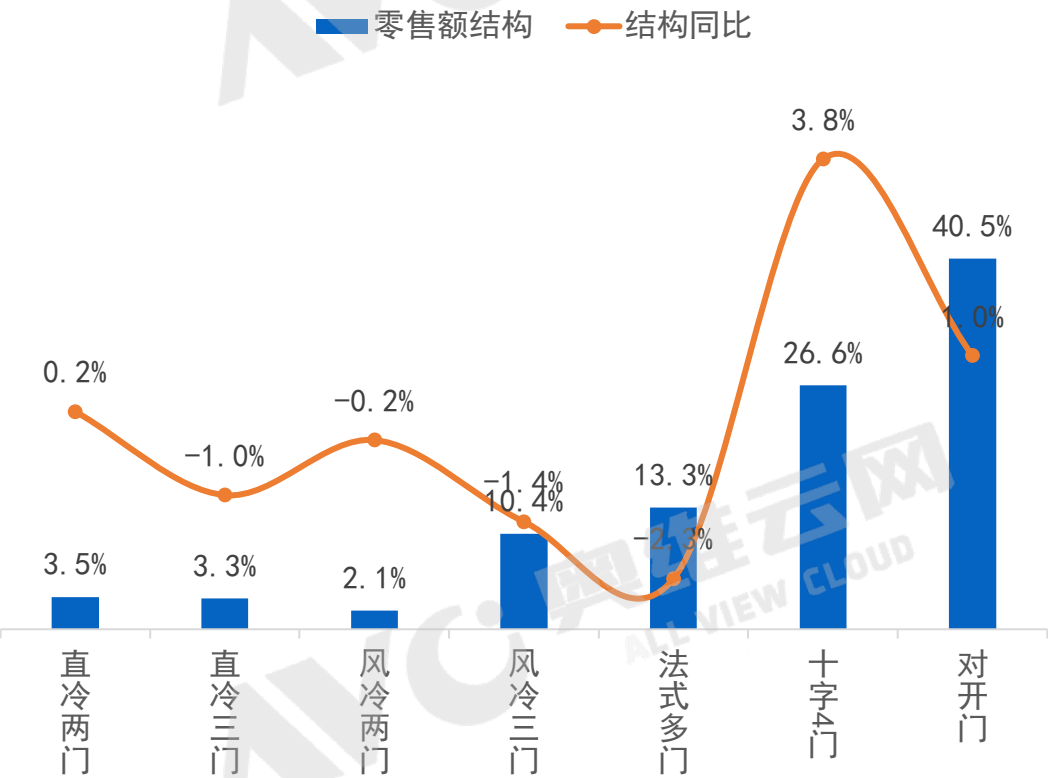
2019-2021年“双11”冰箱销售规模对比



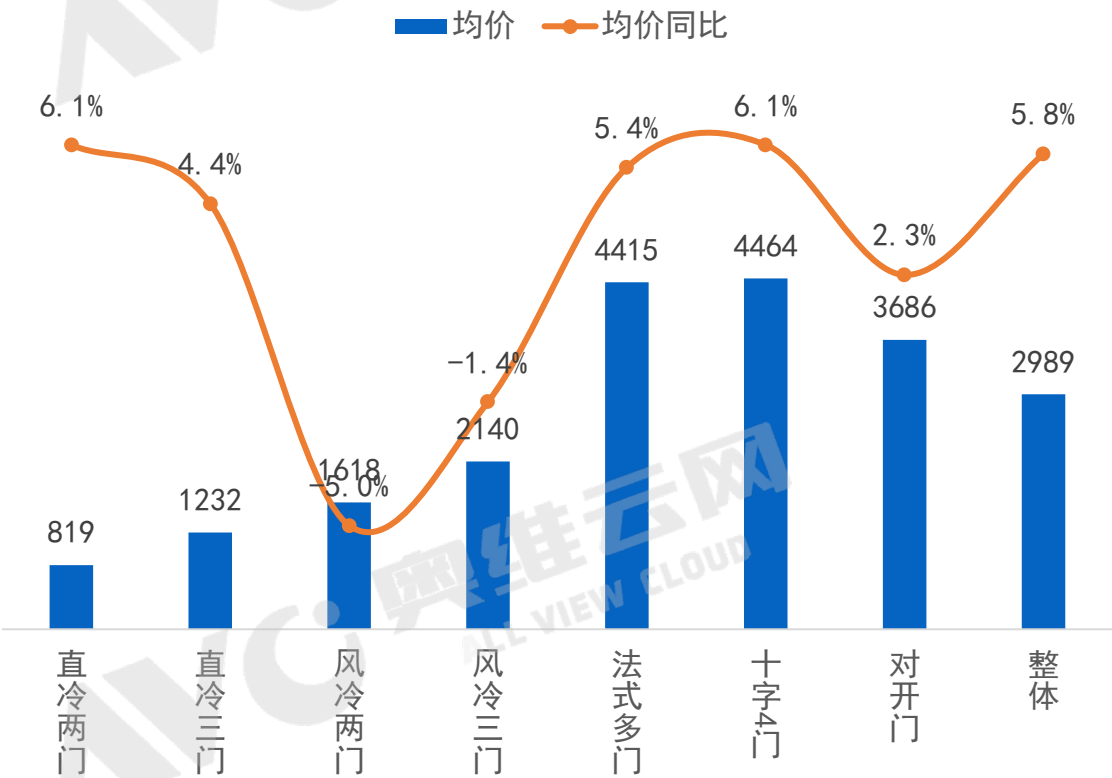
# 多温区大容积趋势不变，推进产品结构升级

- 双11延续多温区大容积、结构升级的大趋势不变，其中十字、对开表现亮眼，结构同比分别增长3.8%、1.0%。
- 细分市场除风冷两门、三门外，其他品类均价皆小幅增长，其中直冷两门、十字均价涨幅超行业整体水平。

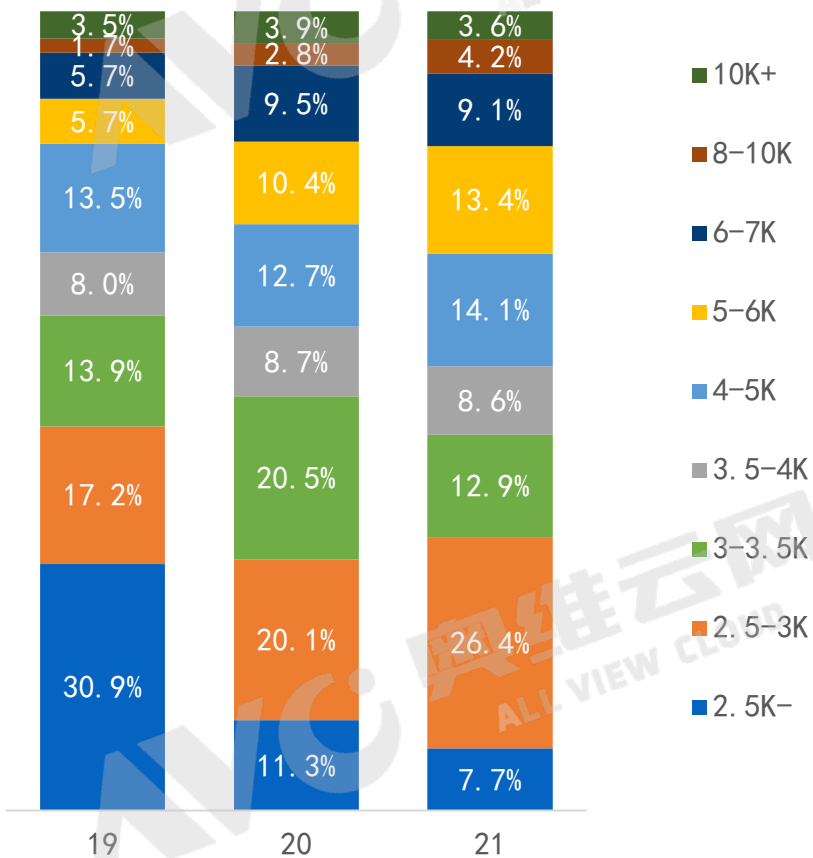
2021年“双11”冰箱产品结构及同比



2021年“双11”冰箱产品均价及同比



2021年“双11”线上对开分价格段  
零售额结构及变化



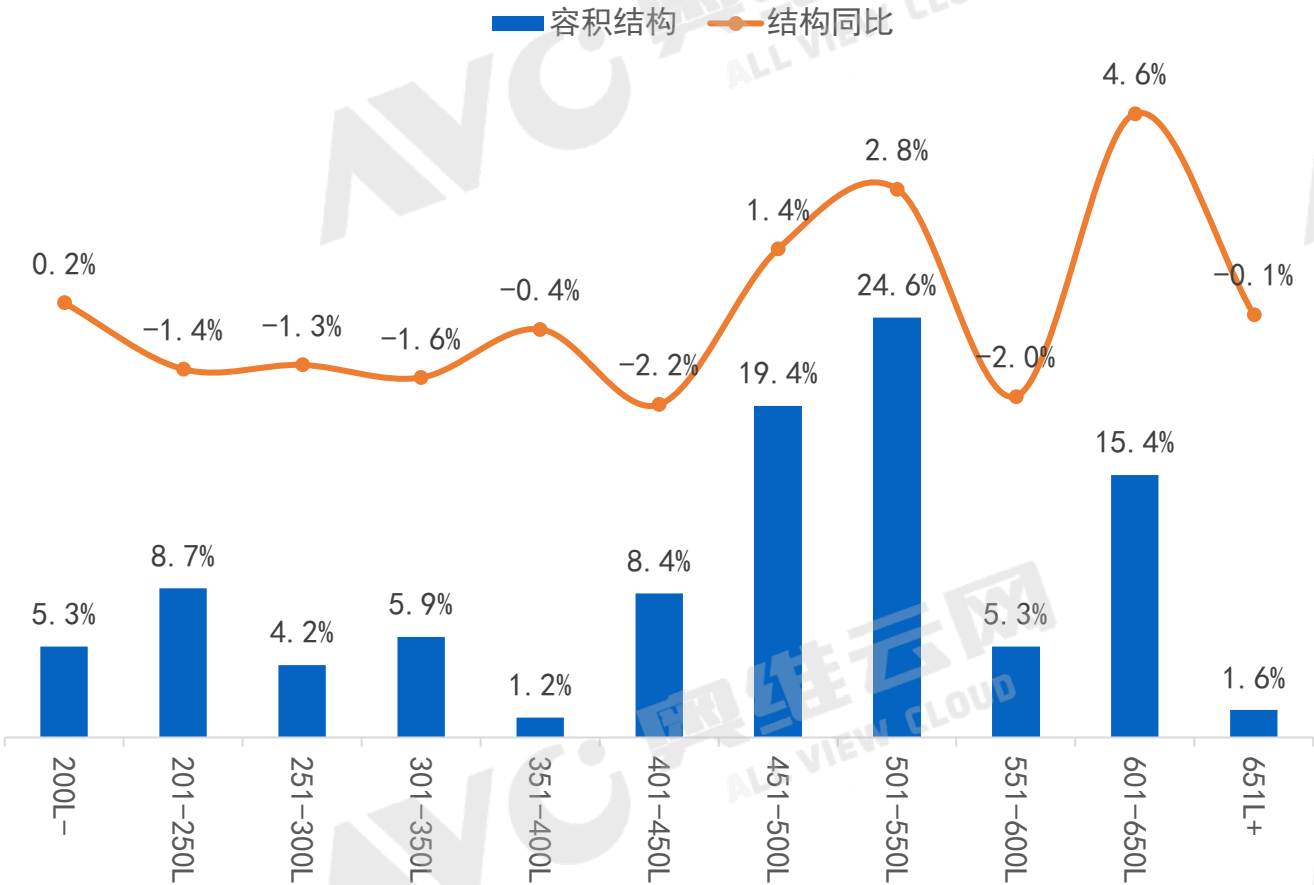
2021年“双11”线上对开3K以下各品牌表现

| 品牌 | 份额    | 均价   | 价格指数 |
|----|-------|------|------|
| 海尔 | 29.6% | 1767 | 99   |
| 美的 | 19.2% | □    | □    |
| 容声 | 17.4% | 2215 | 125  |
| 美菱 | 5.5%  | 2097 | 118  |
| 海信 | 3.8%  | 1749 | 98   |

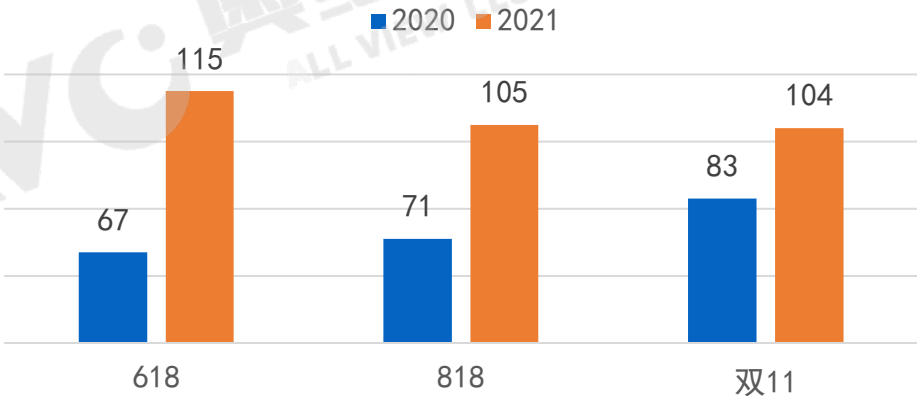
2021年“双11”线上对开5K+各品牌表现

| 品牌  | 份额    | 均价   | 价格指数 |
|-----|-------|------|------|
| 西门子 | 44.9% | 6146 | 94   |
| 海尔  | 14.4% | 6323 | 96   |
| 卡萨帝 | 9.9%  | 9091 | 139  |
| 博世  | 9.0%  | 7079 | 108  |
| 容声  | 7.3%  | 6874 | 105  |

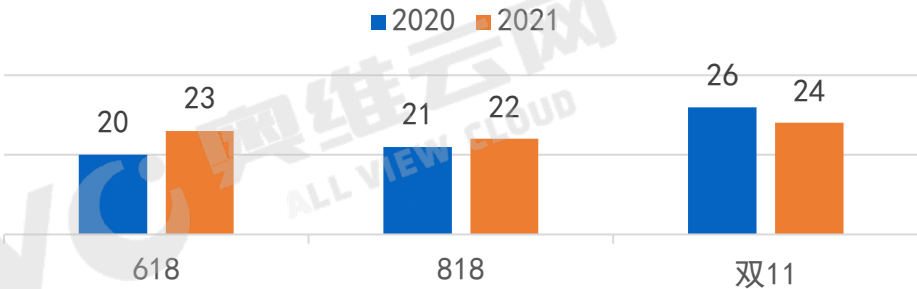
2021年“双11”冰箱线上容积零售额结构及变化



2021年“双11”冰箱线上异型门SKU对比



2021年“双11”冰箱线上异型门品牌数对比



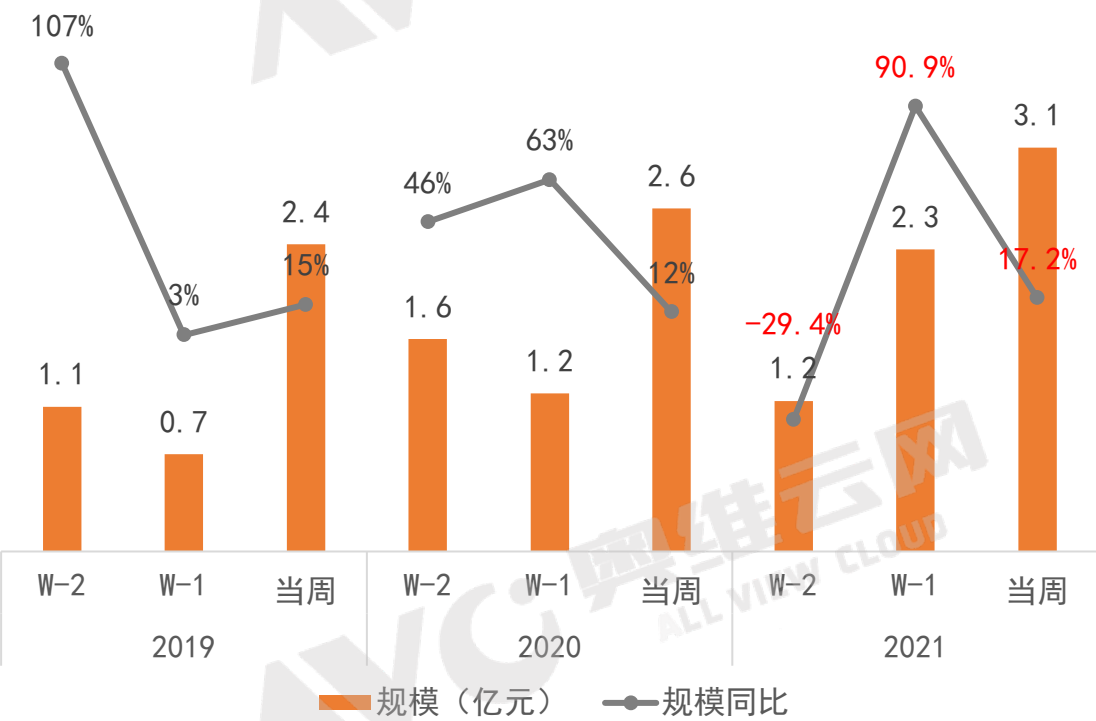


## 冷柜篇

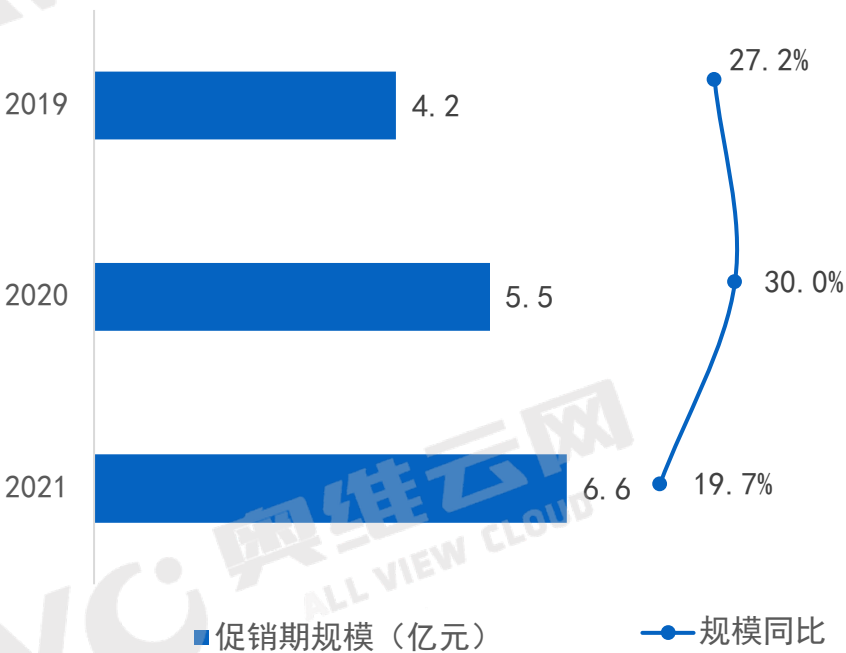
# 消费节奏低开高走，冷柜整体需求平稳，规模实现稳定增长

- 今年双11冷柜销售节奏呈现“中间高两头低”的趋势，45W冷柜零售额同比增速超过90%，而在双十一当周增速则明显回落。
- 电商大促期间，冷柜需求平稳，冷柜零售额实现19.7%的增长。

2019-2021年“双11”冷柜销售节奏变化走势



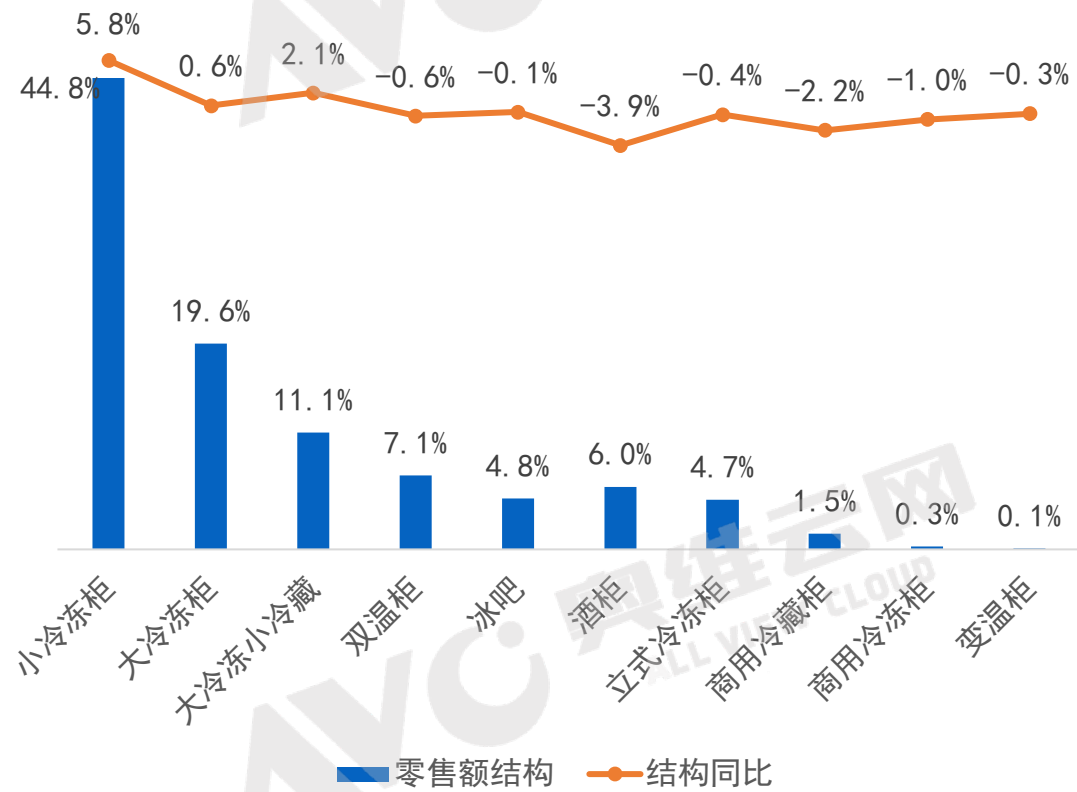
2019-2021年“双11”冷柜销售规模对比



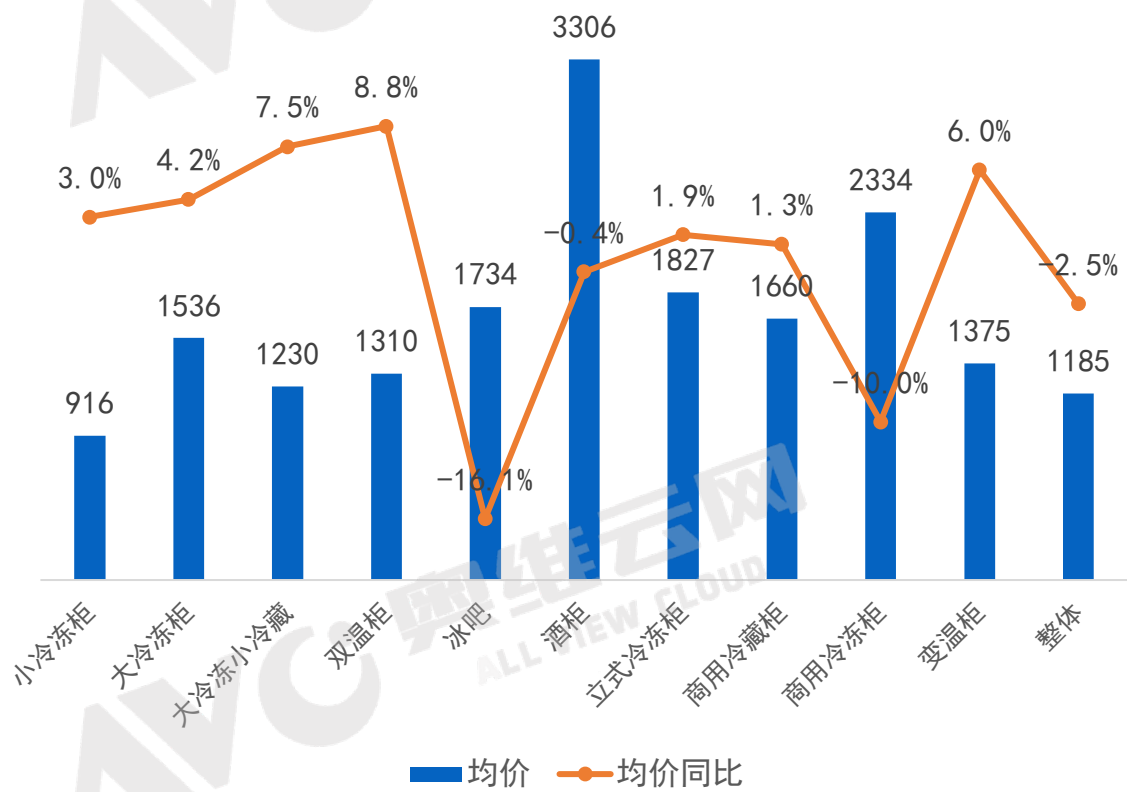
# 各品类表现延续结构性分化，小冷冻柜表现强势

- 在产品结构方面，冷柜主力产品大、小冷冻柜、大冷柜小冷藏延续增长，冰吧、酒柜、立式冷冻柜结构占比下降，不达预期。
- 均价方面，线上均价整体下滑2.5%，各产品类型表现分化，冰吧、酒柜均价下跌。

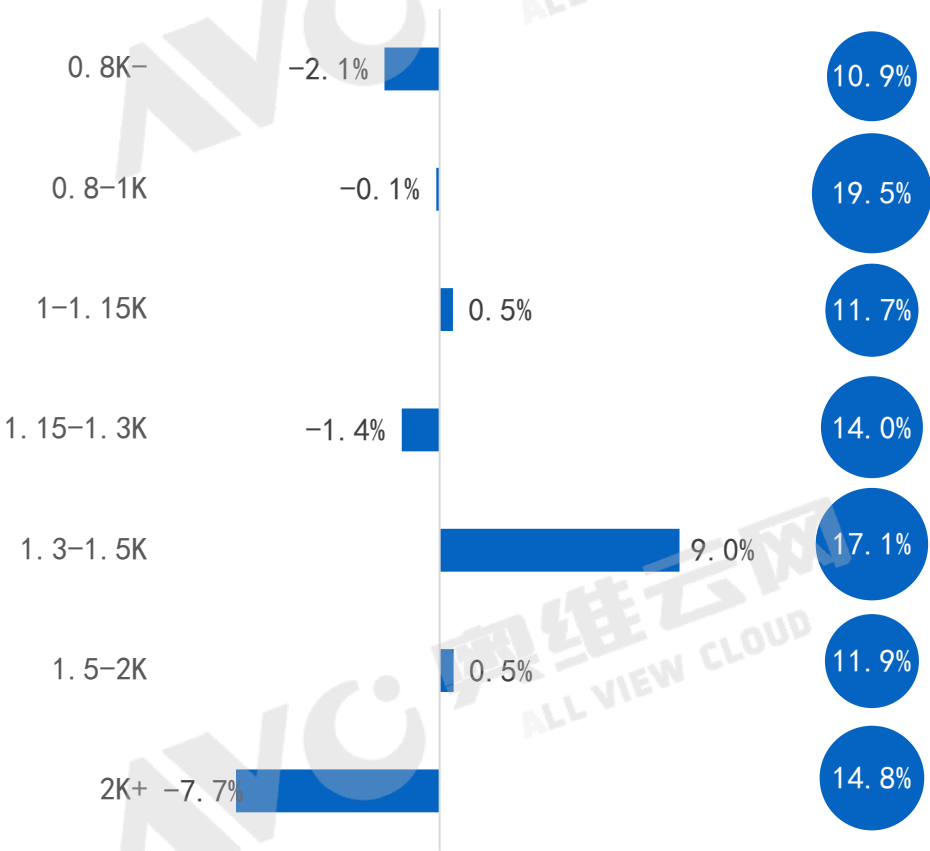
2021年“双11”冷柜产品结构及同比



2021年“双11”冷柜产品均价及同比



2021 “双11” 冷柜线上市场分价格段零售额结构及变化



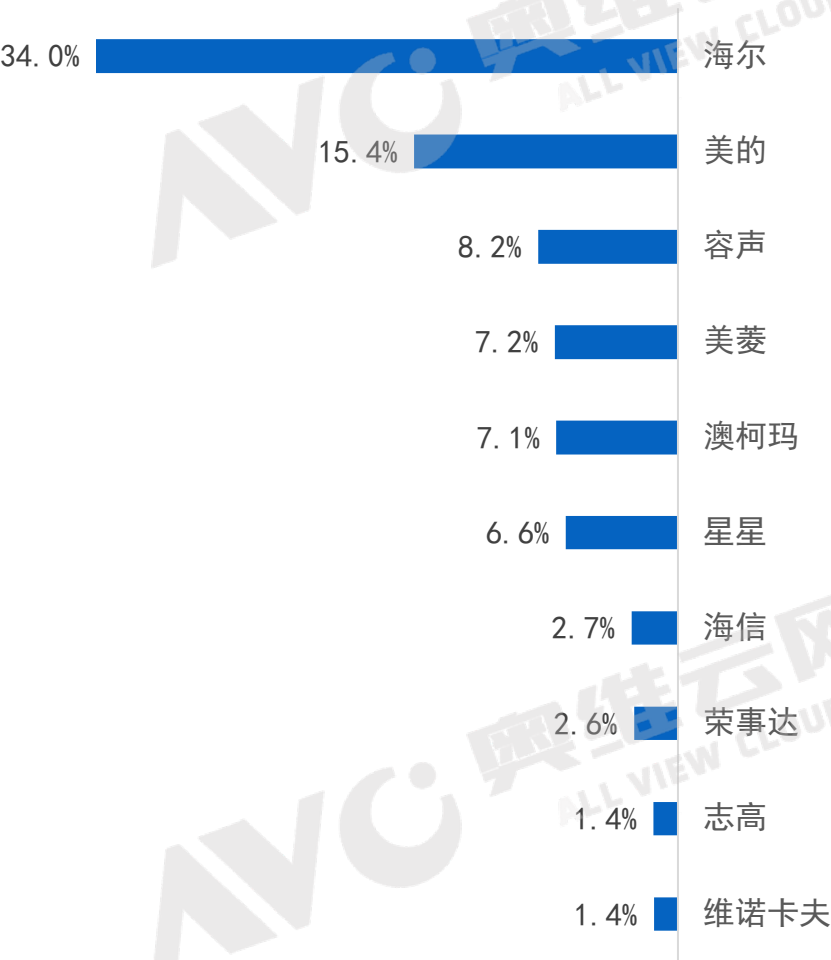
2021年 “双11” 冷柜线上市场1K以下各品牌表现

| 品牌 | 机型               | 市占   | 均价  |
|----|------------------|------|-----|
| 美的 | BD/BC-100KMD (E) | 5.8% | 865 |
| 海尔 | BC/BD-103HTD     | 5.5% | 914 |
| 美的 | BD/BC-143KMD (E) | 5.0% | 902 |
| 星星 | BD/BC-219E       | 5.0% | 978 |
| 容声 | BD/BC-205MB      | 3.9% | 979 |

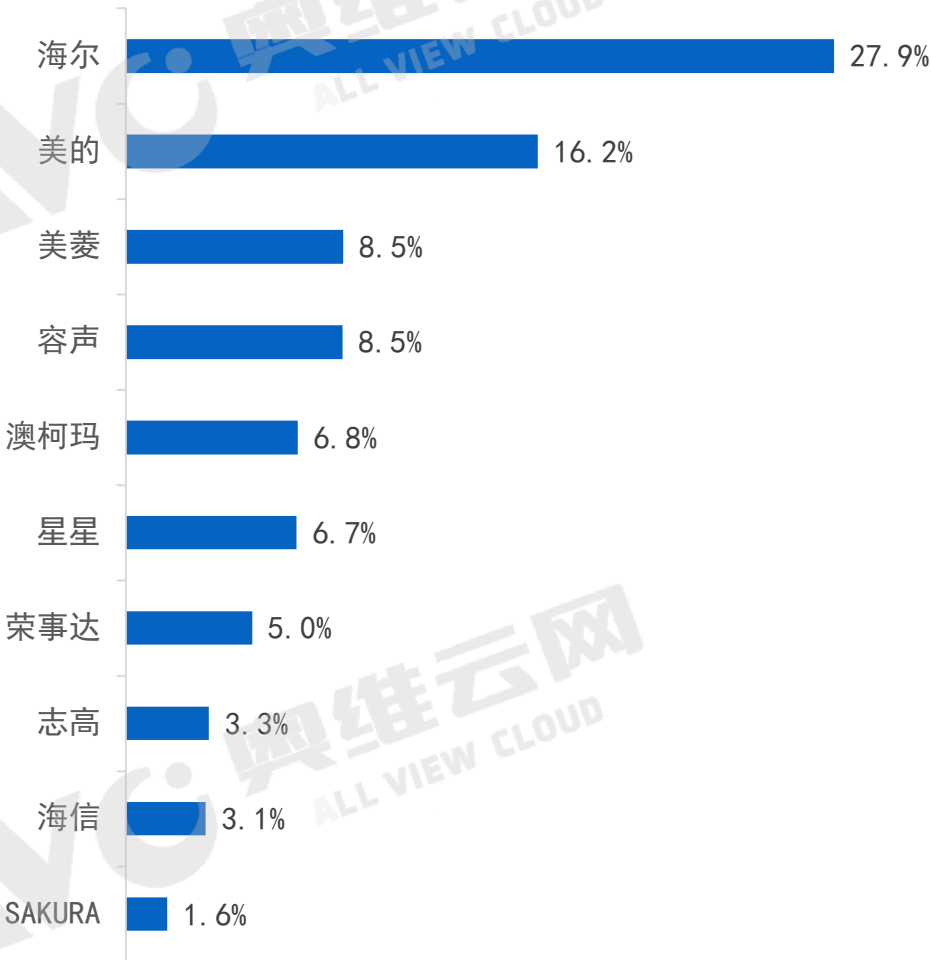
2021年 “双11” 冷柜线上市场2K以上各品牌表现

| 品牌 | 机型          | 市占   | 市占变化 |
|----|-------------|------|------|
| 海尔 | BC/BD-518HD | 3.5% | 2922 |
| 海尔 | BD-228WL    | 2.6% | 3256 |
| 新朝 | JC-260B     | 2.5% | 8341 |
| 海尔 | BC/BD-428HD | 2.4% | 2529 |
| 赛鑫 | SRT-128     | 1.7% | 5955 |

2021年“双11”线上TOP品牌零售额份额



2021年“双11”线上TOP品牌零售量份额

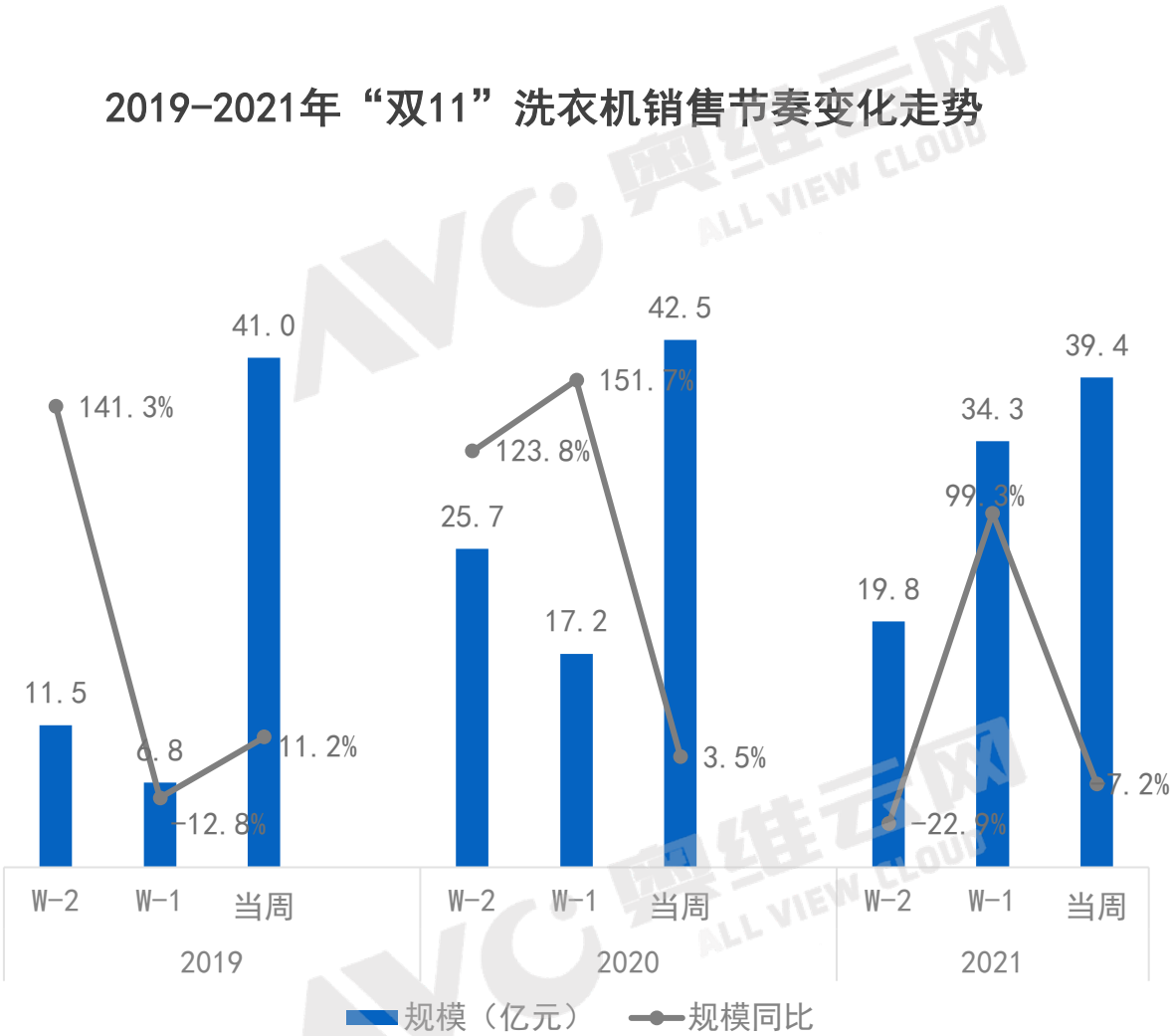




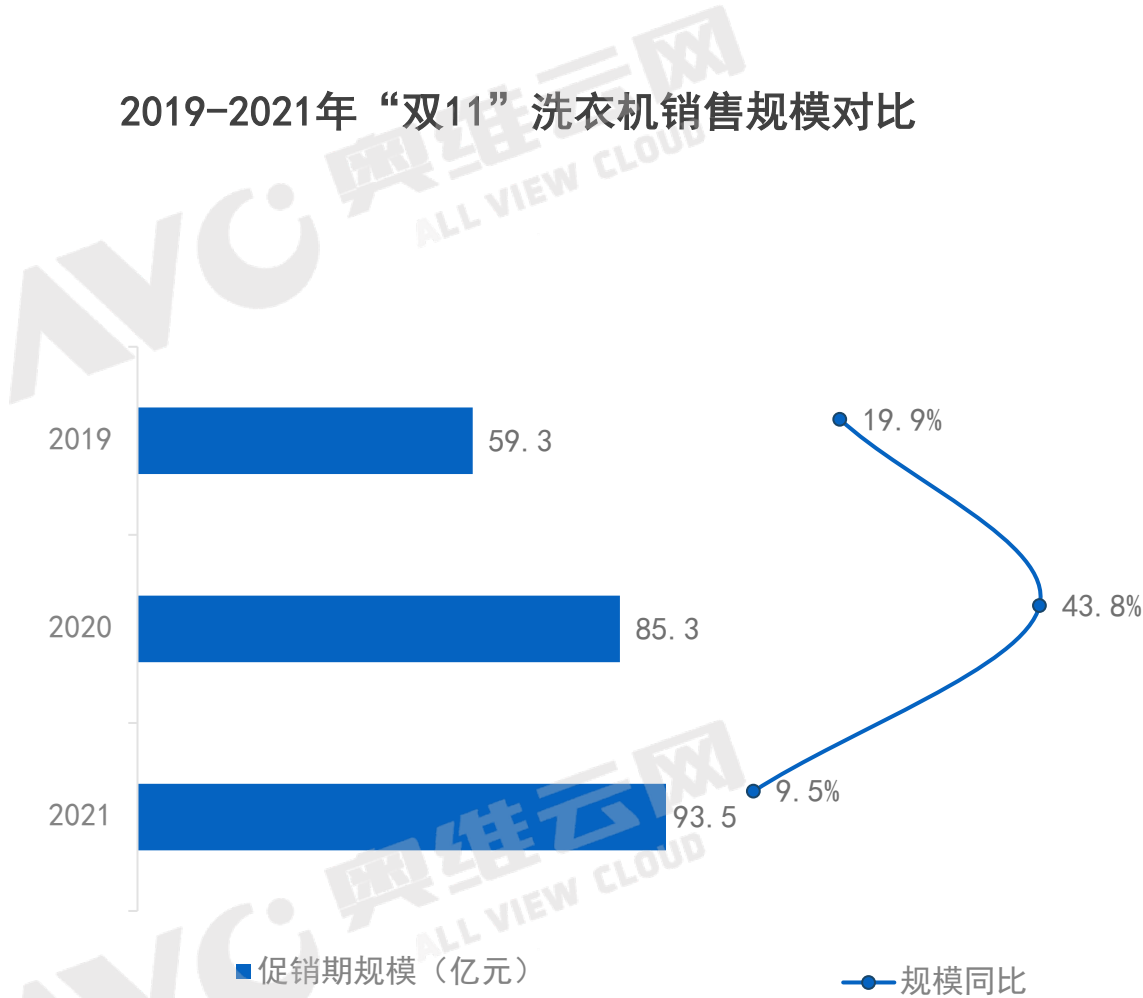
## 洗衣机篇

# 双11：洗衣机旺季表现不及预期，线上增速回调至个位数

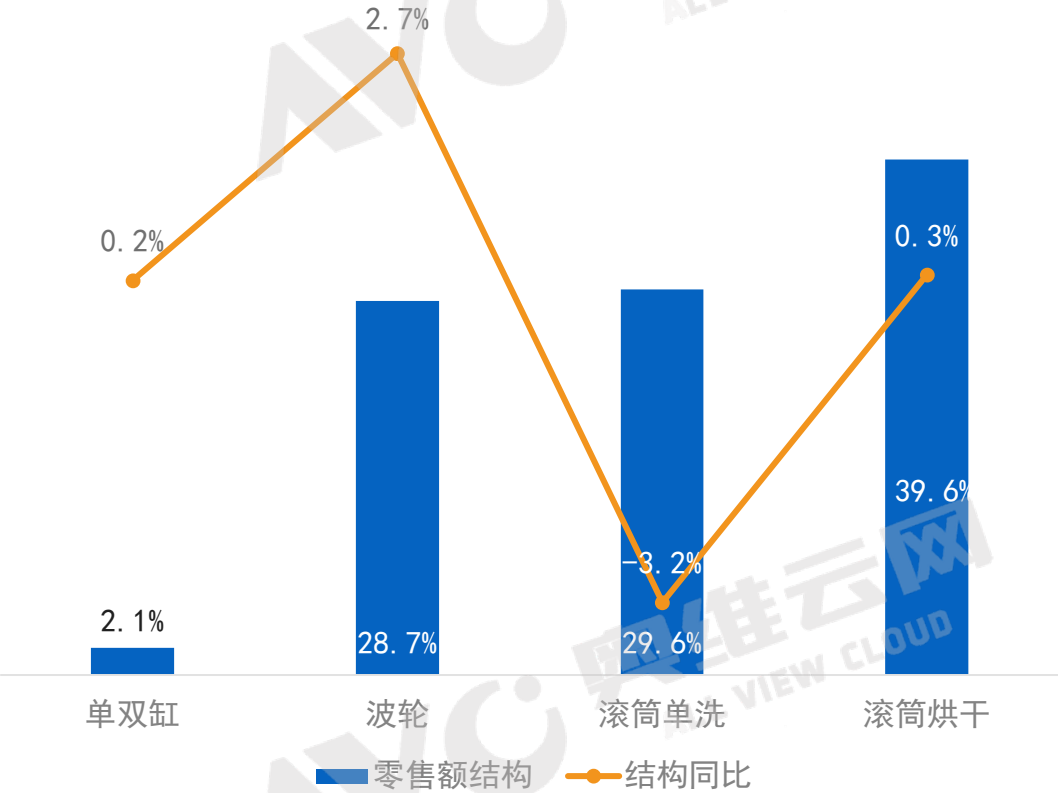
2019-2021年“双11”洗衣机销售节奏变化走势



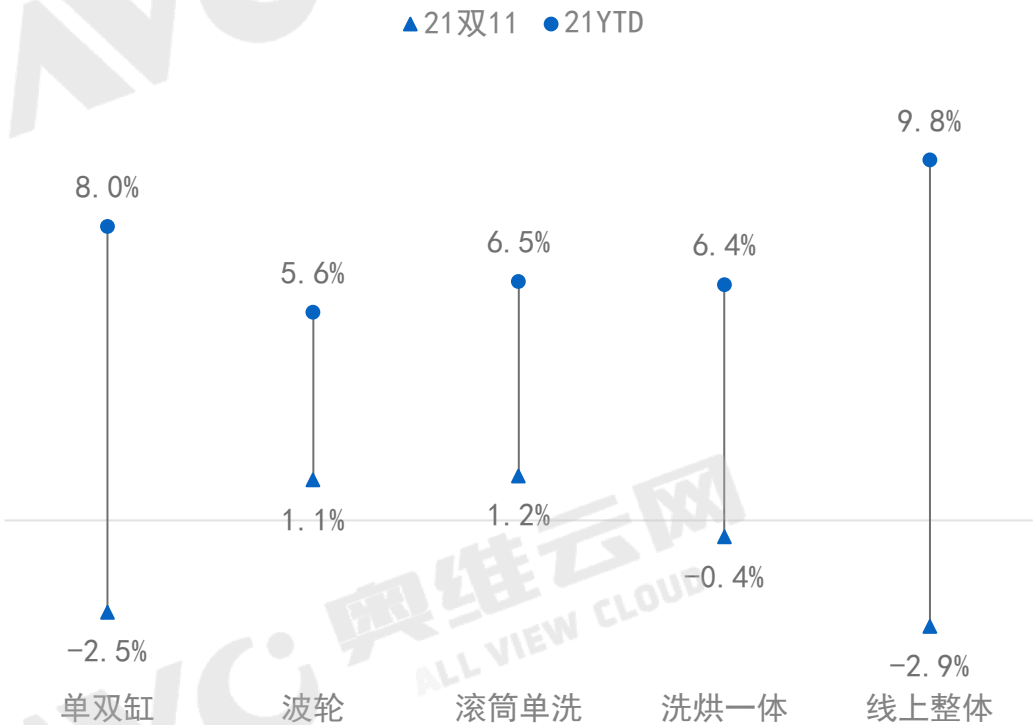
2019-2021年“双11”洗衣机销售规模对比



2021年“双11”洗衣机产品结构及同比

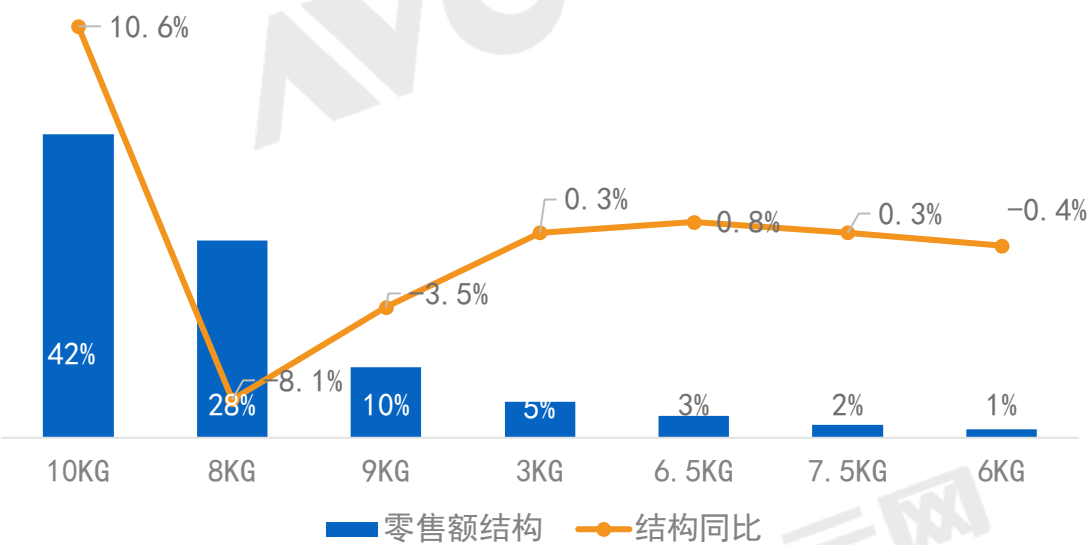


“双11”分产品类型价格同比对比



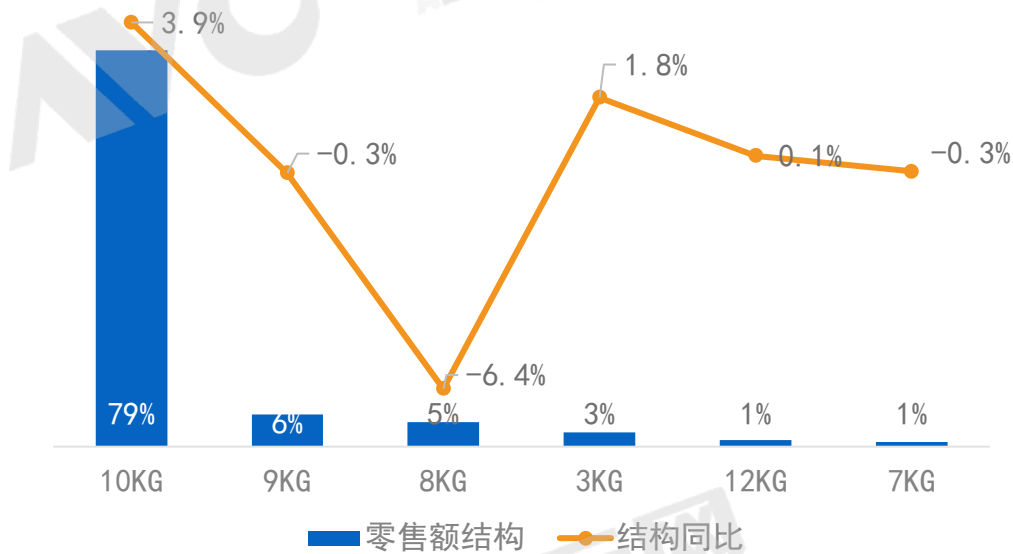
# 双11：8KG市场规模急剧收窄，10KG成各类型核心容量

2021年“双11”线上波轮洗衣机主要容量结构及同比



| 重点容量 | 10KG | 8KG  | 9KG    | 3KG    | 6.5KG  | 7.5KG | 6KG   |
|------|------|------|--------|--------|--------|-------|-------|
| 均价   | 1452 | 855  | 937    | 839    | 573    | 526   | 665   |
| 均价同比 | 0.0% | 0.2% | -14.3% | -20.7% | -14.1% | -5.7% | -2.1% |

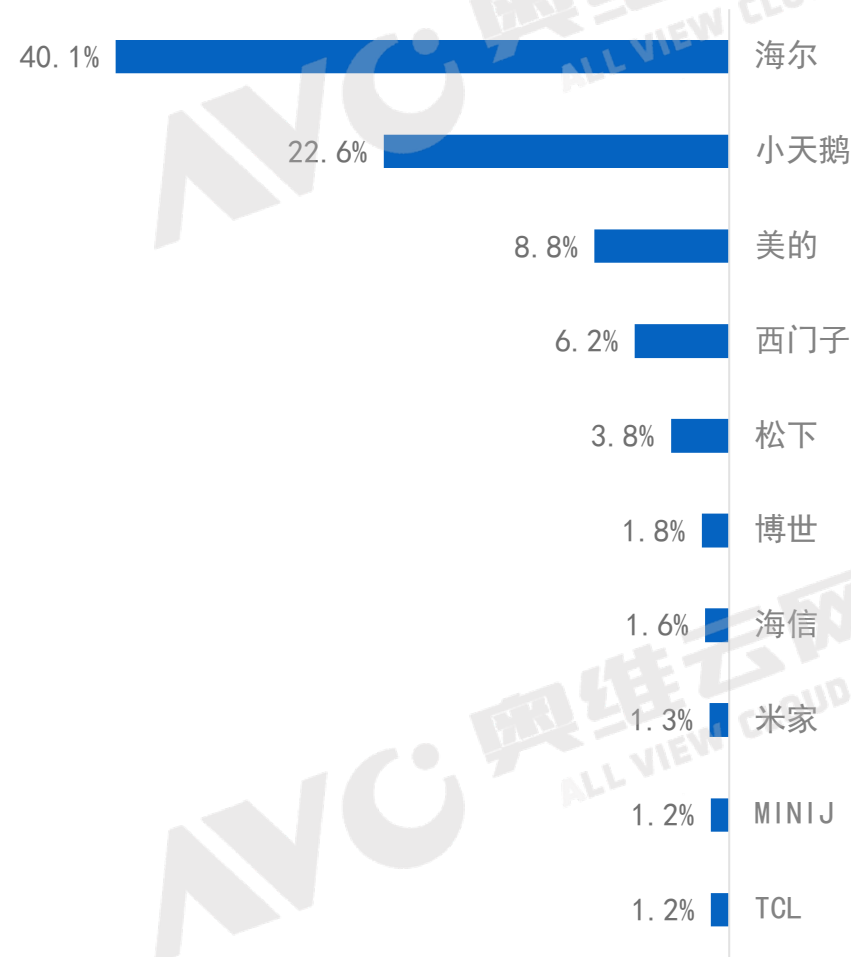
2021年“双11”线上滚筒单洗主要容量结构及同比



| 重点容量 | 10KG | 9KG  | 8KG   | 3KG  | 12KG  | 7KG    |
|------|------|------|-------|------|-------|--------|
| 均价   | 2362 | 2989 | 1888  | 2457 | 7888  | 1377   |
| 均价同比 | 0.8% | 4.2% | -6.0% | 3.4% | 67.8% | -19.8% |

# 双11：内资TOP品牌竞争白热化，促销期马太效应加剧

2021年“双11”洗衣机线上TOP品牌零售额份额



2021年“双11”洗衣机线上TOP品牌零售量份额

