首个厨电“千亿元”品牌花落谁家？

本报记者 王伟

近日，方太宣布推出集成烹饪中心和净水机两大新品类，在进一步拓展经营范围抵御行业“寒冬”的同时，也被外界视作为其实现千亿元目标铺路。

2017年，在方太宣布成为我国厨电行业首家销售收入突破百亿元大关企业的同时，方太集团董事长兼总裁茅忠群宣布，方太2030年的目标是达到千亿元规模。为此茅忠群在接受媒体采访时透露，方太不排除将触角伸向冰箱等大家电。

那么10年后的厨电市场能否容纳千亿级品牌的存在？厨电类的首个“千亿元”品牌未来将花落方太、老板、华帝这样的垂直厂商，还是海尔、美的这样的综合性巨头？

厨电孕育“千亿”品牌还需扩容

2015年起，受房地产销售情况向好拉动，厨电进入高速发展期，厨电行业品牌数量一度增长到400余家。随着各级政府的房地产政策出台和实施，2018年厨电市场发展开始放缓。奥维云网数据显示，2018年中国厨电市场零售额为640亿元，同比下滑6.4%。在去年整体零售额不足千亿元的情况下，厨电市场10年后孕育出一个厨电“千亿元”品牌的概率有多大？对此，业内人士指出，市场继续扩容和品牌竞争格局演变将成为两大决定性因素。

家电行业观察人士刘步尘在接受《中国电子报》记者采访时表示，未来一段时间内，厨电产业将会持续增长，不能因某一两年增长放缓，就断定厨电发展持续放缓的大趋势。毕竟厨电市场发展与百姓不断提高的生活水平息息相关，而且厨房电器是我国所有家电产品中户均拥有量最低的品类。因此，他认为10年后厨电行业肯定会诞生“千亿元”品牌，至于花落谁家还未可知。

据了解，相比冰箱、洗衣机和空调这些普及度较高的大家电，我国厨房电器市场普及率较低，目前仍处于成长阶段。根据前瞻产业研究院数据，我国大中城市微波炉的家庭普及率约为10%，而欧美国家的普及率已超过80%；美、德、法、英等国家洗碗机家庭普及率已达70%，而我国大中城市洗碗机家庭普及率不到1%。厨房电器市场规模仍有进一步增长的空间。

奥维云网厨卫事业部总经理战旗对《中国电子报》记者说，厨电品类10年间的变化非常大，因此难以预测。他个人判断，厨电市场长期走势仍将持续向好，市场容量仍将继续扩充。尽管短期房地产调控影响厨电市场增长，但是随着消费升级理念渗透，一线和二线城市仍然存在更新换代需求，三、四线城市市场也逐渐崛起，将成为各大厨电品牌争夺的重点。因此，他认为未来10年厨电市场仍将继续扩容，有机会容纳“千亿元”品牌的存在。

此外，战旗也指出，目前厨电市场还未形成强寡头垄断的格局，头部品牌差距并不明显，“群雄争霸”的竞争格局将延后“千亿元”品牌的出现。但若厨电市场出现1~2个寡头品牌，“千亿元”品牌可能会更早出现。

据了解，目前我国厨电市场优势品牌较多，除了如方太、老板、万和、华帝等垂直厨电企业外，近年来海尔、美的等综合型家电企业也在不断加码对厨电市场的布局，凭借其雄厚的资金实力，通过收购、合资等方式将海外高端厨电品牌引入中国市场，挤压了专业厨电品牌的市场占有率。例如，近年来，海尔收购新西兰斐雪派克、美国GE家电；美的与厨电品牌伊莱克斯成立了合资公司；海信去年也收购了欧洲老牌白电企业Gorenje的厨电业务，这些品牌先后进入国内市场，并取得较好的销售成绩。

光靠厨电撑起千亿元很难

如果未来的厨电市场足够容纳“千亿元”品牌的存在，那么它将是垂直厨电品牌还是综合厨电企业呢？在分析师看来，专业厨电企业想要扛起“千亿元”品牌大旗，难度不小，扩展新品类、拓展海外市场都是有效途径。现阶段看来，综合大厂扛起首个“千亿元”品牌的机会较大。

战旗指出，海尔、美的厨电产品的国际化之路启程相对更早更成熟，目前专业厨电企业的国际化进程相对较为缓慢。若想实现千亿元规模，厨电企业确实需要加强出口外销的比例。尽管我国饮食习惯特殊，厨房电器使用习惯与国外差异较大，厨电企业可以选择为海外市场量身定制产品，将差异化产品出口海外，获得更多规模拓展机会。在此维度上衡量，在突破千亿元规模上，综合大厂较专业厨电更具优势。

刘步尘也认为，海尔等大型综合型家电企业，厨电业务营收率先超千亿元的可能性大很多，因为综合电器企业全球布局、多品牌布局、多产品品类布局，更容易实现营收规模的突破。在他看来，专业厨电企业在厨电之外的产业营收很少，单靠厨电单一产业实现千亿元营收难度较大。但他预计，未来几年专业厨电企业将启动外围多元化布局，即向非厨电产品延伸。未来若干年内，若方太等专业厨电企业能培育出几个新的骨干产业，也有可能拿下首个千亿元规模目标，关键是看未来新产业的培育发展情况。茅忠群谈及千亿元目标时坦言，“目前方太的国际市场比例还很小，未来会逐步扩大占比”。

尽管如此，一位家电资深分析师指出，方太想要10年翻十倍、在2030年实现千亿元规模还是比较困难的。对此，茅忠群也表示，光靠厨电做到千亿元很难，实现千亿元目标主要还是靠主业，但是可能有一些新产品延伸。

不久前，方太推出净水机和集成烹饪中心两类新产品，借道进入净水和集成灶领域。在业内人士看来，这一方面是为了应对低迷的厨电市场，另一方面也是为方太实现千亿元梦想铺路。不过仅凭横向扩张，方太完成自己设定目标的难度也很大。

茅忠群近日接受媒体采访时表示，会考虑向冰箱等大家电领域拓展，这也意味着，未来通过拓展新品类和开拓市场，方太或将逐渐发展成综合电器厂商。对此，有业内人士并不看好，他们认为，厨电出身的方太进入冰箱等科技含量较高的大家电品类，其技术积淀相对较弱。毕竟大家电品类市场更为成熟、技术壁垒较高、品类龙头的品牌影响力较强，除非方太提出颠覆式技术，否则很可能是“竹篮打水一场空”。

因此，对于厨电企业提出千亿元规模的目标，一位不具名的家电资深分析师表示怀疑。他指出，厨电企业追逐“千亿元”品牌之名无可厚非，但那些长期专注于某些特定细分产品市场，生产技术或工艺国际领先，单项产品市场占有率位居全国前列的单项冠军企业也是令人尊敬的存在。如今，方太、老板、华帝等品牌都是市场占有率较高的专业厨电企业，企业决策者应该尽量避免追逐“海市蜃楼”和追求数字上的增长，“专而美”也许是厨电企业更好的发展选择。

2019世界数字经济大会暨第九届智博会将于9月在宁波开幕

近年来，浙江省提出实施数字经济“一号工程”，全面推动数字浙江建设。宁波市在全国率先系统推进智慧城市建设和智能经济发展，全面贯彻实施浙江省数字经济“一号工程”，以推动数字产业化、产业数字化、城市智能化为路径，启动“246”万千亿级产业集群培育建设，加快创建特色型中国软件名城，努力打造“数字中国”建设示范城市。

自2011年起，宁波连续成功举办了8届中国智慧城市技术与产品博览会。智博会已经成为了国内智慧城市、智能经济领域展示、交流、合作的重要平台。今年，为进一步贯彻落实党中央和浙江省委省政府决策部署，加快发展数字经济，促进国际化交流合作，经浙江省人民政府批准，第九届智博会同期将举办更高层次的2019世界数字经济大会。宁波市委、市政府将以此次大会为契机，加快推进实施数字经济“一号工程”，深化数字技术与经济社会的融合，努力打造全国产业数字化升级引领区、新型智慧城市建设示范区、数字经济创新先行区，为数字中国建设和全球数字经济发展贡献智慧和力量。本次大会将于9月6日在宁波开幕，由浙江省经济和信息化厅、宁波市人民政府联合国家信息中心、中国电子行业联合会、中国电信集团有限公司、中国移动通信集团有限公司、中国联合网络通信集团有限公司、中国电子学会共同主办。即日起可登录大会官方网站（https://www.cnsce.net/）、智博会官方微信公众号，了解大会更多精彩详情，积极报名参观参会。

主题鲜明，强化融合发展

大会以“数字驱动、智能发展”为主题，紧扣数字经济发展这一主线，把握数字技术、数字产业发展趋势，举办大会论坛、展览展示、产业对接、项目签约、创新创业大赛等主题活动，致力打造数字经济、新型智慧城市、智能制造展示、交流、合作的国际化大平台。希望通过大会的成功举办，广泛汇集全球的智慧和力量，构建起数字技术、数字经济、数字社会治理深度融合发展的支撑平台，助力经济和社会高质量发展。

规格升级，强化高端引领

数字经济大会暨第九届智博会将举办1个大会主论坛、14个专题论坛和1个专家咨询会，论坛会议规格层次全面提升。其中包括工业软件国际合作高层论坛、新型智慧城市论坛、工业互联网长三角一体化论坛、“5G时代，新一代信息技术设施建设大会”、2019年电子信息行业自主创新成果推广暨企业数据管理能力成熟度评估宣贯大会、2019国际消费物联网发展高峰论坛等6个国家级论坛。数字经济大会主论坛以“创新驱动 数字赋能——共创数字经济发展新时代”为主题，专题分论坛关注数字经济、新型智慧城市两大领域，研讨议题广泛涵盖人工智能、5G、大数据、云计算、工业互联网、区块链等技术前沿、应用和产业化，专家咨询会将围绕宁波数字经济和制造业高质量发展重大议题筹谋划策。届时，将有诺贝尔物理学奖得主、中国科学院院士、中国工程院院士、挪威科学院院士、加拿大两院院士等世界级学界泰斗，和来自华为、中国电子集团、浪潮、诺基亚等知名企业的一批企业家参加。

企业主导，强化专业展示

本次大会，展览总面积近3万平方米，较历年进一步扩大，设数字经济馆、智能制造馆、智慧应用馆、新一代信息技术馆和智能产品馆等5大主题馆。其中，数字经济馆展现前沿科技成果和产业实践；智能制造馆集中展现智能技术与制造业的融合应用实践；智慧应用馆划分数字化政府、智慧健康、智慧交通等专题展区；新一代信息技术馆集中展现人工智能、5G、区块链等新技术、新应用；智能产品馆重点展现机器人、智能可穿戴设备等终端产品。截至目前，已有400多家数字经济企业和机构踊跃参展，其中全球500强、中国500强、互联网百强企业、央企、上市公司总数达到120余家。

对接广泛，强化国际合作

本届大会“立足长三角、辐射全国、对接全球”，围绕“合作国际化、影响全球化”的目标，打造高效务实的数字经济发展国际合作平台。大会主论坛邀请的境外演讲嘉宾包括美国、德国、加拿大、瑞士、挪威、印度等多个国家的专家学者和企业家；展览展示中来自德国、法国等10多个国家的超70家境外企业参展，还有挪威驻上海领事馆、欧美工商会、台湾物联网协会等近10个组织和机构组团参展。大会同期，还将筹备举办欧美工商会项目对接会、中欧智慧交通企业对接会、5G产业对接会等专题对接会，为境内外企业搭建合作对接平台。大会还将举办重大项目签约仪式，重点聚焦高端装备、智能制造、人工智能等热点领域，推动一批重大合作项目签约落地。此外，2019中国科技创业计划大赛暨天使中国科技创新大赛、2019百度（宁波）云智基地创新创业大赛总决赛等“双创”活动以及10多场新产品发布会活动也将同期举办，进一步促进交流合作。

海信家电上半年实现营业收入189.5亿元

本报讯 8月22日，海信家电发布2019年半年报，报告期内实现营业收入189.50亿元，同比下降6.97%，实现主营业务收入173.29亿元，同比下降6.02%。

其中冰洗业务收入占主营业务收入44.20%，收入同比下降3.32%；空调业务收入占主营业务收入51.44%，收入同比下降7.60%；内销业务实现主营业务收入109.96亿元，同比下降11.47%；外销业务收入实现主营业务收入63.33亿元，同比增长5.23%；实现归属于上市公司股东的净利润9.60亿元，同比增长21.24%。

报告认为，严峻的市场环境对海信家电造成了不利影响。根据中怡康推总数据，截至2019年6月，冰箱行业累计零售量同比增长1.3%；空调内销市场表现惨淡，规模增速由正转负，根据中怡康推总数据，截至2019年6月，空调行业累计零售量同比下降5.6%。出口市场方面，市场规模保持增长态势，但贸易摩擦等因素仍存，出口市场环境日趋复杂。 （文 编）

四川长虹上半年机顶盒业务净利润大幅增长

本报讯 四川长虹8月22日晚间发布半年度报告，2019年上半年营收为399.67亿元，同比增长3.45%；净利为5113万元，同比下降68.2%。

公司2019年半年度营业成本351.9亿元，同比增长3.8%，高于营业收入3.5%的增速，导致毛利率下降0.3%。期间费用率为10.6%，同去年相比变化不大。经营性现金流大幅下降414.2%至-11.7亿元。非经常性损益合计9712.6万元，对净利润影响较大。扣除非经常性损益后归母净利润为-4599.8万元，同比降低150.7%。

报告显示，从收入结构看，以冰箱/空调、IT产品为核心的家电业务贡献了主要的收入增量。从利润结构看，产业盈利能力出现较大的下滑：彩电业务受行业零售价格下行加剧的影响，净利润大幅下滑；冰箱（柜）业务表现稳定，白电整体利润同比微增。冰箱压缩机业务受原材料上涨、终端售价竞争激烈等因素影响，净利润同比出现轻微下滑。机顶盒业务受益于采购降本、经营提效，净利润同比出现大幅增长。 （文 编）

2019中国蒸箱行业高峰论坛在北京举行

本报讯 8月22日，由中国家用电器协会指导、中国家电网主办的“恣意美味 全靠蒸箱——2019中国蒸箱行业高峰论坛”在北京举行。会上，博世家电、凯度、方太、格兰仕、老板、华帝等主流蒸箱、蒸烤箱品牌与论坛数据支持单位中怡康、奥维云网等企业、机构齐聚一堂，共话厨房经济的发展变革，探讨电蒸箱、蒸烤箱产品在中国市场的机会。

在消费升级换挡提速大背景下，国人对生活品质的需求越来越高，以前烹饪为了解决温饱，现在更多地想要健康、想要烹饪轻松。特别是80、90后年轻消费群体逐渐成为当下厨房烹饪主力，他们对烹饪的理解与父母一辈不同，更想要通过烹饪传达自己的情感和需求，这也就构成了蒸箱产品相对稳定的主力消费人群。

上半年蒸箱板块市场表面数据不错，但实际上也正在发生微妙的转变。根据中怡康2019年上半年厨卫数据，蒸汽炉零售额为12亿元，同比微降7.1%；嵌入式一体机零售额为10亿元，同比却增长27.2%。虽然蒸汽炉的零售额相对较高，但嵌入式一体机增速却非常明显。

回归到产品功能来看，行业也普遍认为，蒸功能更能被中国消费者接受，使用频率更高。而复合机在“蒸”的性能上和单机并没有差异，甚至性价比更高，自然而然愈发受到青睐。有相关蒸箱企业判断，“蒸”是中国本土传统文化，它将会一直被需要并且传承下去，但蒸箱产品未来可能会变成附带“蒸”功能的如蒸烤一体机等产品，而不是作为单独形态存在，因为人们追求更全面、更智能、更人性化的厨电。

目前相关蒸箱企业都进行了嵌入式蒸烤一体化产品布局，比如方太的灶蒸烤烹饪机，老板电器的第四代蒸箱代表产品C906，格兰仕的两款微蒸烤一体机新品Q3、Q5C，华帝的50L和70L的蒸烤一体机，凯度的主打智控蒸汽技术的蒸烤箱，博世家电的蒸汽辅助的蒸烤一体机等。

尽管近两年蒸箱品类增长势头良好，但仅就蒸箱在中国市场的普及率而言依旧很低，不过也预示着中国蒸箱市场蕴藏巨大发展潜力，随着80、90后主力消费人群渐趋稳定，他们追求健康、品质生活的诉求也会增加蒸箱的市场需求。

中国家用电器协会副理事长王雷强调，蒸箱、蒸烤箱这样的新兴厨电在国内的渗透率仍然不高，前景还非常可期。它很可能成为冰箱、洗衣机之后的另一个家庭必备电器。相关厨电企业在看好中国蒸箱市场的同时也纷纷表示，企业需要充分认识到蒸箱市场发展仍然处在消费普及阶段。作为企业更需要切实做好消费者教育，提升消费者使用体验，告诉消费者蒸箱有什么样的好处，进而推动蒸箱行业的发展与快速普及。