



厨电企业抢占集成灶新风口

本报记者 卢梦琪

根据奥维云网(AVC)数据,今年第一季度,新兴厨电中的集成灶销售额取得了19.5%的增长,成了为数不多的销售额增长的家电品类之一。集成厨电近几年成为明星品类,老板电器2019年发明集成油烟机,2020年推出集成洗碗机,今年3月底,发布全新一代高性能集成灶,正式入局集成灶。方太也曾在2019年发布集成烹饪中心“新物种”。至此,厨电行业的两家头部品牌都进入了集成灶赛道。

业内人士指出,按照目前发展趋势判断,集成灶未来仍有2~3年的稳定成长期。但专业厨电品牌企业、综合家电企业与集成灶专业厂商的同台竞技,以及集成灶与套系化、分体化产品的分庭抗礼,也让集成灶行业多了一些看点和不确定性。

集成灶进入新的发展时期

近年来,“集众为一”的集成灶在厨房中的地位持续强化,销量也从2016年的100万台增长至2021年的426万台。奥维云网(AVC)推总数据显示,集成灶零售额在整体厨房电器(集成灶+油烟机+燃气灶+消毒柜+嵌入式)中的占比,从2015年的6%增长至2021年的29%,2022年第一季度更进一步达到30%。按照目前趋势判断,集成灶未来仍有2~3年的稳定成长期。

今年第一季度,集成灶行业高歌猛进,4家上市公司均取得亮眼业绩。浙江美大营业收入和净利润分别取得了12.15%和20.92%的增长,火星人营业收入和净利润分别取得了29.22%和35.92%的增长,帅丰分别取得了23.34%和10.31%的增长,亿田则分别取得了

63.08%和51.48%的高增长。

集成灶的亮眼表现吸引了越来越多的行业参与者,市场上的集成灶品牌由2016年的131个增长到了2021年的298个。

当企业逐渐进行市场渗透,让消费者越来越认可集成概念,并愈加期待产品功能的持续升级时,厨电头部品牌老板电器在3月底正式发布了全新一代高性能集成灶产品。

老板电器集成产品线总经理张瑄在接受《中国电子报》记者采访时表示,集成灶经历了近20年的发展,目前处在新的发展时期,集成概念被消费者接受,是市场和用户真正需要的时间点。老板电器趁势而为,推出了自主研发、自主生产的集成灶产品。

张瑄表示,老板电器看中的是

集成灶和套系化产品各有优劣

集成灶的性能优势是在有限的空间里,集合了油烟机、燃气灶、蒸烤炸、消毒柜等多个功能于一体,而且多功能的趋势还会继续发展。由于具有统一联动的天然优势,在很多人眼里,集成灶有望成为未来厨房的控制中心。

不过,这一构想还需要接受家电套系化趋势和分体化产品的挑战。当下,家电套系化发展趋势方兴未艾,成为满足消费者一站式购

买需求的优先方案。

GfK中怡康调查数据显示,“性价比高,成套优惠”“与整体家居风格一致”等是居民购买套系化家电的主要原因。在厨房场景中,“套系化”产品不再是单一的烟灶套装,而是加入了洗碗机、嵌入式烤箱、嵌入式蒸箱等多品类,这些色调一致、风格统一的套系化厨电,在功能性之外还能打造统一的家居风格。而油烟机、燃气灶、消

留给专业品牌的时间不多了?

产业在线研究认为,经过10多年的市场竞争,集成灶行业已经形成了二强并列、群雄争霸的市场格局。美大和火星人凭借先发优势和资金优势,处于明显的市场领先地位。亿田、帅丰、森歌等形成了第二梯队品牌。新入局的品牌中既有美的、海尔等综合性家电品牌,也有老板、方太、万和、华帝等专业厨电品牌。

与面前的这些对手相比,美大、火星人等专业品牌具有先发优

势,掌握了优质经销商,在专业口碑和服务网络等方面都有积累,但在企业规模上却与厨电头部企业相距甚远。目前集成灶行业,火星人和美大遥遥领先,2021年营收分别是23亿元和21亿元,但腰部品牌缺失,大部分品牌规模都不大。而厨电头部品牌方太和老板的年营收均已超过百亿元,美的、海尔更是数千亿元体量的综合集团。另外,集成灶虽然在功能组合多样性上具有优势,但单个产品的技术厚

集成品类的技术、方式、形态被行业接受的契机,至此,老板电器成为行业拥有集成吸油烟机、集成洗碗机、集成灶等集成厨电全技术路线布局的品牌。

更早出手的方太,2019年发布了集成烹饪中心。虽然方太将其称为“新物种”,但也是看准了集成灶快速增长的风口。

面对厨电头部品牌的大举进入,业内集成灶企业给予了极高的关注度。浙江美大在4月22日投资者关系活动中指出,厨电龙头企业推出集成灶产品,说明认可集成灶产品和集成灶行业,对集成灶市场看好。市场是开放的,竞争是正常的,市场也是在竞争中不断发展壮大的。

中国五金制品协会吸油烟机分会副秘书长张晓钟在接受《中国电

集成灶与分体产品长期来看会达到一个动态平衡点,集成灶性价比高,而分体套系更加高端化。

毒柜、嵌入式蒸烤箱等分体厨电产品目前也更加多元化,其中的智能联动也越来越丰富。

在张晓钟看来,集成灶和套系化产品各有优劣,集成灶有空间集成的优势,但也受家庭厨房面积、是否有安装空间等客观要素限制,这将对其大规模普及形成阻碍。

或许正是意识到这点,集成灶企业积极与房地产商进行强强联合,打造精装修的高端楼盘,

在推进集成灶产业发展的过程中,集成灶专业品牌怎样坚守传统优势并扩大市场是目前的当务之急。

厨电产品的认可和信任,此外他们在已有厨电产品上的经验也有利于他们在开发集成灶产品时,可以针对消费者现有的使用痛点提供更优异的解决方案,提高消费者的使用体验。

张晓钟指出,在众多企业共同推进集成灶产业发展的过程中,集成灶专业品牌怎样坚守传统优势并扩大市场是目前的当务之急,因为“留给集成灶专业品牌的时间不多了”。

厨电品牌的进入,有利于集成灶行业在产品创新、规范化、标准化等方面发展。

子报》记者采访时表示,厨电企业的加入,能促进集成灶市场“蛋糕”做得更大,对消费者的认知有引领作用,但同时带来了更加激烈甚至残酷的竞争。

GfK中怡康厨卫事业部总经理施婷在接受《中国电子报》记者采访时表示,厨电品牌的进入,有利于集成灶行业在产品创新、规范化、标准化等方面发展,扩大集成灶在一、二级市场以及KA/电商渠道的影响力,且品牌效应也有利于消费者对集成灶这个品类的认知和认可。整体而言,厨电品牌整合资源,将有力地推动集成厨电乃至集成厨房的发展。“厨电品牌和家电品牌加入竞争,短期内必然会给集成灶企业带去压力,也会淘汰一些低劣品牌,长期看有利于行业良性发展。”施婷说。

集成灶与分体产品长期来看会达到一个动态平衡点,集成灶性价比高,而分体套系更加高端化。

这样不仅顺应了全装修和精装修的趋势,也成为企业未来的一个增长点。

奥维云网(AVC)厨卫大数据事业部研究总监刘冀元在接受《中国电子报》记者采访时表示,从技术上看,集成灶产品目前与主流分体产品相差不大,集成灶与分体产品长期来看会达到一个动态平衡点,集成灶性价比高,而分体套系更加高端化。

在推进集成灶产业发展的过程中,集成灶专业品牌怎样坚守传统优势并扩大市场是目前的当务之急。

厨电产品的认可和信任,此外他们

产业观察

家电消费表现出强劲韧性

邱江勇

前不久,冷柜火了!根据奥维云网(AVC)的数据,3月28日至4月24日近1个月的时间里,冷柜需求持续坚挺,线上和线下零售量分别同比增长了46.6%和28.3%。

冷柜走俏部分得益于囤货情绪下消费的提前释放,但还是给家电市场注入一股暖意。令人欣喜的是,在刚刚过去的“五一”小长假,家电市场也给出正向反馈,在疫情管控得力的区域,甚至出现一波集中购买家电的小高潮。显然,这不仅以来自新晋“网红”冰柜的加持。

今年以来,政府多次提及稳增长、促消费,其中家电消费被列为重点领域。作为我国传统消费的“四大金刚”,家电产业辐射能力强,家电消费热起来和家电市场火起来,对于畅通国内大循环和稳定消费内需具有标志性意义。从这个角度而言,家电消费有基础、有韧性、有动力,反弹亦在情理之中。

首先,政策落地稳住家电消费。4月13日,国务院常务会议部署促进消费的政策举措,鼓励汽车、家电等大宗消费。4月25日,国务院办公厅印发了《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》,提出以汽车、家电为重点,引导企业面向农村开展促销,鼓励有条件的地区开展新能源汽车和绿色智能家电下乡。据不完全统计,2022年以来,广东、四川、陕西、湖北等20余个省份相继发布了鼓励家电消费的多项举措。促家电消费政策加速出台,对于稳定家电消费基本盘、鼓励居民主动消费、缓解企业经营压力起到了关键作用。

其次,真金白银投入升级家电消费。4月18日,北京第一批绿色节能消费券开始发放,覆盖包括洗碗机、净水机等新兴品类在内的20类电器,并对产品能效等级设置了门槛。截至目前,广东珠三角9市均已出台了与消费相关的政

策,发放专项消费券总额在300万元至5亿元不等,重点鼓励加大绿色智能家电的让利力度,推动家电升级换代。与以往不同,本轮地方政府牵头的资金补贴主要是定向家电绿色消费,从促销政策利好产品品类来看,食品储存类、健康杀菌类家电更具优势。这既适应了消费结构升级的需要,也让家电消费稳步增长更具持久力。

最后,多方联动壮大家电消费。京东方面的数据显示,4月29日至5月2日,北京市手机销售额同比增长53%,扫地机器人增长68%,空气炸锅增长392%。“五一”期间,苏宁易购门店家电换新订单环比增长87%,消费电子以旧换新业务环比增长65%;广州国美大屏彩电、洗碗机、洗拖一体机、净水器等健康智能家电受到青睐。“五一”小长假点燃家电消费主引擎的背后,是“政企携手、多方联动”进一步放大了刺激政策的乘数效应。北京发放绿色节能消费券吸引了京东商城、苏宁易购、物美、真快乐等10家平台企业参与;苏宁易购零售云携手1800多个主流品牌举办“5.1嗨购家电节”;老板电器、长虹、华帝等企业通过高管携手明星线上促销、8K焕新补贴、“半价购”等多种形式向消费者让利。

“五一”前夕,家电三巨头海尔智家、美的集团、格力电器齐齐交出第一季度财报,营业收入分别增长10.0%、20.2%和6.24%,亮眼的成绩单成为家电消费政策提振市场的生动注解。政策助力、企业发力、市场表现给力,家电市场激荡的暖意也让行业蹙紧的眉头得以舒展。

同时还应当看到,这种家电消费意愿的迸发具有阶段性特点,主要受益于新一轮政策落地引发的存量消费需求释放叠加假日经济的拉动。疫情背景下,怎样更有效地释放被抑制的消费潜能,如何更持续地激发市场消费活力,将短期刺激作用转化为长期效果,仍是考验家电行业的一道重要命题。

同时还应当看到,这种家电消费意愿的迸发具有阶段性特点,主要受益于新一轮政策落地引发的存量消费需求释放叠加假日经济的拉动。疫情背景下,怎样更有效地释放被抑制的消费潜能,如何更持续地激发市场消费活力,将短期刺激作用转化为长期效果,仍是考验家电行业的一道重要命题。

同时还应当看到,这种家电消费意愿的迸发具有阶段性特点,主要受益于新一轮政策落地引发的存量消费需求释放叠加假日经济的拉动。疫情背景下,怎样更有效地释放被抑制的消费潜能,如何更持续地激发市场消费活力,将短期刺激作用转化为长期效果,仍是考验家电行业的一道重要命题。

同时还应当看到,这种家电消费意愿的迸发具有阶段性特点,主要受益于新一轮政策落地引发的存量消费需求释放叠加假日经济的拉动。疫情背景下,怎样更有效地释放被抑制的消费潜能,如何更持续地激发市场消费活力,将短期刺激作用转化为长期效果,仍是考验家电行业的一道重要命题。

同时还应当看到,这种家电消费意愿的迸发具有阶段性特点,主要受益于新一轮政策落地引发的存量消费需求释放叠加假日经济的拉动。疫情背景下,怎样更有效地释放被抑制的消费潜能,如何更持续地激发市场消费活力,将短期刺激作用转化为长期效果,仍是考验家电行业的一道重要命题。

同时还应当看到,这种家电消费意愿的迸发具有阶段性特点,主要受益于新一轮政策落地引发的存量消费需求释放叠加假日经济的拉动。疫情背景下,怎样更有效地释放被抑制的消费潜能,如何更持续地激发市场消费活力,将短期刺激作用转化为长期效果,仍是考验家电行业的一道重要命题。

同时还应当看到,这种家电消费意愿的迸发具有阶段性特点,主要受益于新一轮政策落地引发的存量消费需求释放叠加假日经济的拉动。疫情背景下,怎样更有效地释放被抑制的消费潜能,如何更持续地激发市场消费活力,将短期刺激作用转化为长期效果,仍是考验家电行业的一道重要命题。

策,发放专项消费券总额在300万元至5亿元不等,重点鼓励加大绿色智能家电的让利力度,推动家电升级换代。与以往不同,本轮地方政府牵头的资金补贴主要是定向家电绿色消费,从促销政策利好产品品类来看,食品储存类、健康杀菌类家电更具优势。这既适应了消费结构升级的需要,也让家电消费稳步增长更具持久力。

最后,多方联动壮大家电消费。京东方面的数据显示,4月29日至5月2日,北京市手机销售额同比增长53%,扫地机器人增长68%,空气炸锅增长392%。“五一”期间,苏宁易购门店家电换新订单环比增长87%,消费电子以旧换新业务环比增长65%;广州国美大屏彩电、洗碗机、洗拖一体机、净水器等健康智能家电受到青睐。“五一”小长假点燃家电消费主引擎的背后,是“政企携手、多方联动”进一步放大了刺激政策的乘数效应。北京发放绿色节能消费券吸引了京东商城、苏宁易购、物美、真快乐等10家平台企业参与;苏宁易购零售云携手1800多个主流品牌举办“5.1嗨购家电节”;老板电器、长虹、华帝等企业通过高管携手明星线上促销、8K焕新补贴、“半价购”等多种形式向消费者让利。

“五一”前夕,家电三巨头海尔智家、美的集团、格力电器齐齐交出第一季度财报,营业收入分别增长10.0%、20.2%和6.24%,亮眼的成绩单成为家电消费政策提振市场的生动注解。政策助力、企业发力、市场表现给力,家电市场激荡的暖意也让行业蹙紧的眉头得以舒展。

同时还应当看到,这种家电消费意愿的迸发具有阶段性特点,主要受益于新一轮政策落地引发的存量消费需求释放叠加假日经济的拉动。疫情背景下,怎样更有效地释放被抑制的消费潜能,如何更持续地激发市场消费活力,将短期刺激作用转化为长期效果,仍是考验家电行业的一道重要命题。

同时还应当看到,这种家电消费意愿的迸发具有阶段性特点,主要受益于新一轮政策落地引发的存量消费需求释放叠加假日经济的拉动。疫情背景下,怎样更有效地释放被抑制的消费潜能,如何更持续地激发市场消费活力,将短期刺激作用转化为长期效果,仍是考验家电行业的一道重要命题。

中小学生要学煮饭修家电安全是底限

本报讯 记者谷月报道:今年9月起,中小学生要学煮饭修家电。“五一”刚过,教育部的一份文件引起广泛关注。在新印发的《义务教育课程方案和课程标准(2022年版)》中,根据不同学段制定了包括烹饪与营养、家用器具使用与维护等日常生活劳动在内的学段目标。文件一出,热度持续发酵。

上述新标准将从今年秋季学期起施行,这也意味着中小学生很快就要开始学习使用各种家电来培养基本生活技能了。

记者在采访中了解到,家长们普遍认为,让孩子学习和掌握一些劳动技能当然是好的,但最担心的是孩子使用家电时的安全问题。对此,家电领域专家指出,对于学生来说,使用和维修家电过程中的安全问题要远超过学会使用家电。

奥维云网(AVC)研究创新部总经理赵梅梅介绍,中小學生能够使用的家电首先要满足的特点就是安全,例如不能漏电,避免烫伤、划伤等。其次应考虑到中小学生的体力、身高、智力和经验等因素,尽量让孩子们使用方便操作的“懒人”家电。例如,做菜可以用自动料理机、免洗豆浆机;清洁工作可以使用洗地机、扫地机器人等。

全国家用电器标准化技术委员会清洁器具分技术委员会秘书长鲁建国表示,中小學生使用电器要加强安全教育。他认为,首先,学校应做好学生的教育工作,使学生从小懂得安全使用家用电器的的重要性,最大程度保护使用者的身体及环境安全。其次,家电产品使用说明书的编写要通俗易懂、醒目,使

学生能够看得懂、记得住,可以依据说明书正确使用。

记者了解到,中国质量检验协会正在起草《校园家用电器》的相关标准,将对原有的家电使用标准进行修订,配合教学改革。据悉,新标准不仅要求学生学会用家电,甚至还提出初中生要通过阅读产品说明书,了解家庭常用电器的基本结构、工作原理和保养方法。要求学生能用螺丝刀、扳手等工具对家用电器进行简单的拆卸、清理、维修等,如空调滤网的清洗,饮水机的清洗、消毒,家用电器小故障的判断与维修等。

在接受《中国电子报》记者采访时,中国家用电器服务维修协会理事会主席团副主席郭赤兵给出两点建议:第一,学校应该先教会学生认识电器和安全使用电器。在使用电器之初,要有老师或者家长在场。保证孩子能熟练掌握电器使用方法和安全规范后,再独立操作电器,并逐渐从使用简单电器向复杂电器过渡。第二,学校教会学生如何识别家电故障和危险因素即可,尽量避免孩子使用工具拆卸,甚至维修家电。

郭赤兵强调,一方面,大部分家用电器是用电力电源,难免在维护维修过程中出现安全问题;另一方面,现在的家电普遍智能化,工艺比较复杂,很容易造成损坏。如果确定要让孩子对家电进行维护甚至维修,一定要先进行断电,并在专业人士的指导下操作。

业内人士告诉记者,为两亿多名中小學生提供服务或许将成为家用电器制造企业的发展重点。在保证安全的前提下,集聚简单便捷的操作、符合人体工程学的设计、智能化功能的家电,将更受市场欢迎。