

厨电业现拐点

巨头忙“探路”

今年上半年,厨电行业首现疲软趋势,行业整体下滑。多家品牌负责人向记者表示,“今年以来形势不好。”在这种情况下,行业格局或生变。

厨电市场首次遭遇负增长

奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示,今年上半年厨电零售额为311亿元,同比下滑了1.6%。

其中,油烟机的零售额为187.2亿元,同比下滑了3.0%,零售量为1280.7万台,同比下滑了3.4%;

燃气灶零售额为100亿元,同比微增0.9%,零售量为1500.2万

台,同比增长1.7%;消毒柜零售额为23.8亿元,同比下滑1.3%,零售量为265.8万台,同比下滑了1.0%;而据中怡康测算,2018年1—5月厨电市场(烟灶消微蒸烤洗嵌入式一体机)市场规模达到369亿元。

翻开过去十年厨电行业的发展史,厨电行业既迎来过近40%的

高速增长,也遇到过3%的弱增长,虽然有起伏,但总体上看,中国厨电行业一直稳步高速增长,但是在今年上半年,厨电行业整体首次遭遇了负增长。

值得注意的是,行业领先企业方太出现了疲软的表现。

今年上半年,面对竞争对手,方太在线上的销售成绩乏力,上半

年方太线上油烟机市场零售额、零售量分别为20%、13%,相较第一名的差距正在被拉大,在消毒柜和嵌入式厨电领域,方太的零售量占比只有4%和3%,在洗碗机方面,方太主打水槽式洗碗机,但由于水槽式洗碗机占整体市场盘子还很小,方太洗碗机的零售量市场份额仅为5%。

新兴市场新兴品类逆势上扬

尽管行业整体迎来负增长,但并非全是“一潭死水”。

据奥维云网(AVC)全渠道监测数据显示,今年上半年,新兴厨电(包含品类洗碗机、嵌入式微波炉、嵌入式蒸箱、嵌入式烤箱)零售规模达到了55亿元,同比增长了20.1%。

其中洗碗机零售额为24.3亿元,同比增长了38.2%,零售量为51万台,同比增长了37.8%;嵌入式电烤箱零售额为14.8亿元,同比增长了13.5%,零售量为22.5万台,同比增长了8.8%;嵌入式电蒸箱零售额为14.5亿元,同比增长

了5.9%,零售量为22.7万台,同比增长了5.9%;嵌入式微波炉零售额为1.6亿元,同比下滑了2.9%,零售量为5万台,同比上升了3.1%。

而中怡康数据则显示,今年上半年嵌入式厨电市场规模达33.5亿元,同比增长9.5%,零售量达56.4万台,同比增长8.6%。

分产品看,嵌入式微波炉市场规模达2.4亿元,同比下滑2.4%;嵌入式电烤箱市场规模达11.3亿元,同比下滑7.1%;嵌入式蒸汽炉市场规模达11.9亿元,同比下滑0.6%;嵌入式

一体机市场规模达7.8亿元,仍保持高速增长,同比增长103.9%。

业内人士同时指出,厨电经过近30年发展,城镇地区普及率已达到较高水平,需求来源从普及型逐渐转变为置换需求。乡村地区由于居住条件、配套设施等问题,厨房大家电普及率依然偏低,而乡村区域广、人口密度低也限制了厨电的普及速度。近年在国家的城镇化政策推动下,乡村地区的普及速度逐渐上升,成为推动厨电行业持续发展的重要动力。

巨头前瞻性布局欲“探路”

日前,老板电器与金帝电器战略合作签约,此次签约后,老板电器将以51%的持股比例战略控股金帝电器,布局集成厨房市场。

在市场战略上,近年来,老板电器不断加速布局新品类,以满足消费者丰富的需求。从传统的吸油烟机、灶具品类,到新品类烤箱、蒸箱、洗碗机,再到集成厨房。据了解,此次合作是老板电器首次以战略控股而非自建品牌的方式布局新的品类。

老板电器表示,此次携手金帝电器具有长远而重大的战略意义,老板电器将从产品集成开始,进一步布局集成厨房,使“集成、智能、高端”成为未来厨房的标签。

集成灶集吸油烟机、灶具和消毒柜为一体,其中烟灶还可与蒸箱、烤箱搭配,具有排烟效果好、节省空间、节能环保、美观时尚的特点。金帝电器是集成灶国家标准的主要起草者之一。

据统计,近年来集成厨房的发展速度飞快,以集成灶为例,去年增长接近40%~50%。而集成厨房今年上半年线上市场零售量、零售额分别同比增长97.7%、138.3%。

而相比于传统的厨电油烟机、燃气灶、消毒柜三件套近800亿元的市场规模,目前国内集成灶的市场规模还只有百亿元,基数低,使得集成灶今年获得高速增长。

业内人士表示,随着消费者认知度的提高,消费升级使得不少消费者开始关注集成厨房,以前不关注集成灶的领先企业也开始自我突破,这推动了该品类的快速增长。

除了老板电器,目前包括美的、万和、万家乐等家电企业纷纷推出集成灶,希望能在高速增长集成厨房市场获得更多市场份额。

(姚翀)
据《南方日报》

高增长行业或步入洗牌

实际上,过去的20年,由于厨电市场的高速增长,各类品牌一直在自身领域“有口饭吃”,厨电行业整体上是一个充分竞争的市场,没有谁取得明显的垄断地位。

而随着今年厨电市场的走势,这种局面有可能被打破。“今年上半年,厨电行业首度出现的负增长,释放了一个信号;从此厨电市场将步入增速转换期,行业告别高增长时代。未来2—3年,下探调整将成为发展主基调。”格兰仕厨电业务负责人王新标认为。

今年以来,短短几个月内,一些厨房电器重镇出现厨电产

品生产小企业或是破产,或是关厂,或是跑路的情况,没有发生如此糟糕情况的部分小企业,也打算改行,厨房行业投资逐渐遇冷,而一些知名品牌的从业人士也向记者坦言,今年情况不好,一时间业内悲观情绪渐生。

王新标则认为,此次厨电市场由增长到下滑的转换尽管突然,但并非全无征兆。首先,最近5年是中国经济高速发展,消费升级的关键期,而厨房作为提升家庭品质生活的区域,受到广泛关注。从2015年到2017年一季度,国内现房成交面积达到峰值,现房成交面积年均复合增长率约为14%—16%,现房销售的热度与品质生活升级共同带来了厨电市场的高增长。而从去年3月开始,中国经历了多轮房地产调控,去年房产总成交面积下滑16%,一线城市更是下滑37%,而目前新装与换装厨

电对行业的整体贡献率约为65:35,随着新装用户的减少,短期内行业出现较大幅度下滑。

据不完全统计,行业内存在400余品牌。“在过去一派向好的大环境中,厨电品牌数量增容迅猛。很多企业是将厨电项目作为风口投资对待,在高速增长环境下,大家都可以吃肉喝汤;一旦成长放缓甚至步入下滑,将影响很多品牌的决策。这会是一场良性的调整,也将是两股力量的博弈——跟风品牌与持续投入品牌的较量。未来,可以留下的定是专业做厨电的企业,这需要人力物力大量投入和产品的专门研发。”业内人士指出。

有分析人士预计,随着厨电调整期的到来,品牌集中度肯定会趋于集中化,未来规模在5亿元以下的小品牌,都可能会被洗牌,这一数字或占整个厨电品牌数量的7—8成。



资讯

