

# 厨电行业开启“新”赛道

## 智能化、多功能集成化成新机遇

房地产红利渐去,厨电行业结束了近十年的高增长态势,自去年下半年开始进入减速换挡期。在10月25日于佛山举办的“2019中国厨电行业高峰论坛”上,奥维云网(AVC)披露的数据显示,前9个月,厨电市场零售量增,零售额降,其中线下销售更是量价齐降。尽管随着基数攀升,厨电市场增速逐渐放缓,并且自去年开始接连出现负增长,但不可否认的是,厨电仍然被视为最具投资前景与增长潜力的行业,这从厨电龙头企业加大投资力度、跨界巨头以及新兴品牌不断进军厨电领域就可见一斑。

■新快报记者 陈学东



### 低迷的是烟灶

不过,多家厨电企业负责人认为,如果这样就“妄断”厨电市场低迷是不准确的。从总的市场数据来说,低迷的是烟灶,而不是其他厨房电器,在消费升级带动的产业升级趋势下,厨电市场发展状况并没有那么差。

“在没有政策刺激的情况下,未来厨电行业或将不会再有高增长的行情出现。”华帝股份相关人士表示,在这样的形势下,厨电企业需要不断加大创新研发,在技术、设计、绿色智能、协同性上全面升级,以迎合厨电市场趋势。

博西家电相关负责人表示,消费者真正需要的是更具高端功能并为生活带来更多便捷的厨电产品,产业转型升级是必然趋势。高端化、智慧化、品质化成为行业新常态下厨电市

场发展方向。

老板电器代表认为,新常态下,对厨电企业来说,品牌能力、差异化能力打造变得尤为重要,企业需要站到一个整体厨房空间的层面去考虑问题,要扮演一个为消费者提供解决方案的角色去运作和设计产品。

### 智能化集成化是机遇

对于未来厨电企业的创新,智能化、多功能集成化等智慧厨房场景类消费需求正逐渐成为厨电行业的新机遇。中国家用电器协会副理事长徐东生表示,中国厨电行业很好地将现代科技和中国烹调技法结合起来,更好的满足了消费者的需求。“尤其是近几年厨电产品的智能化、时尚化、整体化趋势越来越明显,大幅提高了用户的使用体验。”

“一个烤箱很简单,没有什么按钮,懒人推动科技进步,现代人工作这么忙,在家里做菜也希望成功率高一些,我觉得预设一些懒人的按钮也是非常重要的。”知名美食达人TATA认为,站在消费者的角度考虑,智能化厨电产品卖点更强,在家里做菜也希望成功率高一些,因此厨电产品预设一些针对懒人的智能化按钮也是非常重要的。

智能化之外的集成化方面,以近几年新兴的集成灶市场为例,数据显示,近两年来集成灶市场始终保持了每年30%以上的复合增长率。对此,相关厨电企业负责人认为,这是传统厨房电器精致化、集成化发展趋势所向,也是厨房消费升级的一种表现。集成灶市场发展对提振厨电产业发展是有积极作用的。

### 鲸灵集团CEO邬强强:

## 甩甩宝宝携手腾讯云构建社群新零售

新快报讯 记者 陈学东 实习生

张苗报道 高增长和高潜力往往伴随着泥沙俱下,时下火热的社群新零售领域也概莫能外。从“实体店流量共享”模式,到各种云仓,再到借助宝妈群体等的个人时间进行卖货及分享获取佣金的模式,社群新零售目前正经历欣欣向荣,同时也是摸着石头过河的过程。

在当下传统电商被头部公司把控,而互联网流量已经见顶,增长放缓的今天,社群新零售如何在传统电商和线下零售业之间走出自己的康庄大道?10月27日,在广州长隆召开的鲸灵甩甩宝宝大市场战略计划及电商转型峰会,或许可以给我们一些启发。

在这次峰会上,我们可以通过甩甩宝宝的系列动作,看到社群新零售的脉络和趋势。其一,多方面夯实平

台,携手腾讯云合作,构建社群新零售的信用体系;其二,赋能掌柜,升级甩宝宝学院;其三,开启产业直播间2.0计划,助力县域产业腾飞。

峰会现场,鲸灵集团创始人&CEO邬强强(鬼谷)在演讲中说道:“随着5G的到来,短视频的崛起和直播工具会成为新一代电商的基础设施。过去是文字版电商、图片版电商,未来的电商会是短视频、直播和朋友间的信任以及好友的分享,我们看到新一代的电商体系正在构建,2019年是改变的开始,是新电商的元年。”

上一代电商企业的使命是“让天下的企业没有难做的生意”,关注的是生意和企业;未来新电商和新经济的企业,像鲸灵甩甩宝宝,它关注的更多是个人,未来的社群和互联网,给所有愿意努力的人提供了一个白

手起家和草根创业的机会。

“我觉得未来是个人崛起的时代,是服务于个人的时代,未来是让每个人都有平等机会赢得自己的财富和找到自己在社会上地位和尊重的时代,所以我们把甩宝的使命定义为‘让每个想要改变的人赢得财富和尊重’。”邬强强说。

社群新零售是什么?有人说它像微商,同样是具有社交属性进行卖货,但其实却有着天壤之别。社群新零售并不仅仅在移动网络里进行商品交换,实际上是打造商品流的重新塑造。如甩宝宝掌柜以及网红IP在分享购物体验、向朋友推荐商品,然后在朋友圈或小程序里进行营销,这体现了用户及渠道的概念。通过前端的业务,反向推到后端的生产和设计,然后再到渠道的变化以及物流、仓储、整体供应链重新塑造的过程。

### 2019中国家电创新零售峰会: 用新技术为零售行业赋能

新快报讯 记者陈学东报道 10月24日,由中国家用电器协会指导,中国家电网主办的2019中国家电创新零售峰会在广东(潭洲)国际会展中心召开。会上,来自家电、零售、科技等企业和行业组织的代表,就当下家电零售行业的新趋势、新思路、新技术等进行了经验分享。

今年,我国家电产业生产端与销售端观望氛围渐浓。新零售在哪里?其变革内在动因是什么?中国家用电器协会理事长姜风在致辞中表示,这是一个消费者大权在握的时代,但丰裕的物质产品和广泛的可选范围让消费者越来越难“取悦”。随着经济发展带来的居民购买力提升,大家更加注重商品“自我实现”的价值,产品必须能够满足消费者的情感寄托,也就是大家开始花钱买“体验”,这就要求厂商必须精确抓取消费心理,快速满足其个性化、差异化需求。

如今,消费价值观的改变推动着零售模式的创新。中国商业联合会副会长王耀认为,驱动零售创新模式出现的根本原因,是中国消费者价值观念的变化。这一变化导致其消费行为的变化,了解并理解不同消费群体的区别性诉求是做好零售创新的前提。

当前,家电零售行业需要制造商和零售商的共同努力。以新技术丰富购物场景、提升购物体验,研究并挖掘消费需求、创造更大用户价值,成为未来家电零售行业突破压力的关键。

### 智能家电全屋联动 海信AI智慧家居生态 亮相GIHE

新快报讯 记者陈学东报道 10月24日,中国(广东)国际家用电器博览会(GIHE)在广东潭洲国际会展中心启幕。海信集团集合旗下海信、科龙、容声等品牌,携电视、冰箱、空调、洗衣机、油烟机、商冷等全品类产品亮相会场1号馆,向参观者展示前所未有的智慧生活体验。

本次展会,海信以“海信AI·智慧家居新生态”为主题,将厨房餐厅、客厅影音、衣帽间、商冷场景等相互开放的6大体验区还原家庭物理空间,并匹配给出6大智慧生活方案,让参观者直观感受智能家电所带来的智慧生活体验。

从智能单品到全屋联动,从单一使用场景到全品类家电套系,人们对于智慧家居愿景的整体畅想在海信展馆得到充分满足。可以看出,海信依托自身电视、空调、冰箱、洗衣机、厨卫等全品类产业构建起AI智慧家居生态,不仅把智能便捷的生活送入家庭,还扩展到社区。

海信的工作人员介绍,海信的智慧家居项目致力于智慧酒店、智慧公寓、智慧学校、智慧养老等系统解决方案的设计研发。未来,海信将凭借涵盖全品类家电产品的AI智慧家居,将智慧家居新生态所带来的美好,送入全球更多用户的生活。