

# 全渠道零售额将达 221.2 亿元 集成灶发展背后： 产品同质化、外观千篇一律等痛点待解

受去年疫情影响,在不少传统厨电产品面临市场下滑的情况下,集成灶却逆势上扬。据奥维云网预测,2021年我国集成灶线上市场将继续保持高速增长,全渠道增长率均超过20%,全渠道零售额将达221.2亿元,同比增长21.4%,零售量将为294.7万台,同比增长23.9%。但有不少业内人士指出,目前集成灶行业仍处于成长期,在产品质量与创新、服务等方面仍存在各种问题。这些对于中小企业而言,尤为明显。

■新快报记者 梁茹欣

## A 增势不减 企业应主打差异化产品

2020年,对于集成灶行业而言,仍是一路高扬的一年。根据前瞻产业研究院,2015年至2019年集成灶行业零售额年复合增长率达34.98%,零售量年复合增长率达32.08%,行业呈现快速上升的趋势。据奥维云网(AVC)推送数据显示,2020年我国集成灶市场整体零售额为182.2亿元,同比上涨13.9%;零售量238.0万台,同比上涨12.0%,成为厨电行业第三个规模过百亿的厨电产品,预期2021年集成灶市场整体零售额将达221.2亿元,零售量将为294.7万台。

去年年末,帅丰电器、亿田智能、火星人厨具等三家公司相继登陆深交所。相较之下,浙江地区的企业风头正劲,广东近年却表现平平。天眼查专业版显示,全国销售生产集成灶的企业共有1034家。其中浙江省以641家,占比62.11%,领跑全国;广东省仅有133家,占比12.89%,位列第三。广东

省内,中山市共有117家企业,占比87.97%,稳居全省第一。

“广东集成灶企业确实起步较晚。与浙江集成灶企业相比,无论企业数量还是产品的市占率方面,都是落后的。但广东也有自己的优势,比如深圳是设计之都,也是智能产品的研发高地。广东的企业完全可以借助这些优势,从产品的差异化入手,改变目前集成灶产品同质化和外观千篇一律的问题,增加智能元素和时尚元素实现反超。”深圳市凯度电器总经理傅平接受新快报记者采访时表示。



■VCG图

## B 多维品牌入场 线上销售渠道占比提高

《2021年中国集成灶行业市场前景及投资研究报告》指出,集成灶的销售渠道主要集中在三四线城市,并逐步向一二线城市过渡聚拢。以浙江美大为例,1月相关券商的调研显示,浙江美大在一二线城市的营收占比为25%,三四线城市的营收占比为75%。

集成灶为何长期以来并未在一二线城市畅销呢?有业内人士提到,相对于传统主流烟机厂商来说,现有的多数集成灶厂商的资金实力和规模效应不强,故长期以来盘踞在主流品牌不易覆盖的空白区域即三四线城市和农村地区。同时,

基于产品形态成熟时间较晚,一二线城市对集成灶的认知度不高。

值得一提的是,目前集成灶行业已经初步形成专业垂直品牌、家电综合品牌、厨卫品牌、跨界品牌、电商品牌等不同类型的企业相互竞争的局面。集成灶品牌数量也水涨船高。奥维云网(AVC)数据显示,线上2020年监测品牌数量达到193个,机型数量达到1537个;线下零售渠道新进品牌数量有21个,新进机型数量也达到237款。

对此,傅平深有体会,“过去几年,集成灶的渠道主要以自营专卖店、加

盟店、橱柜等渠道为主。在营销方式上,通过展销、团购、博览会等方式进行销售。但是近两年,随着越来越多的品牌进入这一行业,渠道逐渐走向多元化,电商等开始成为主要销售渠道之一。线上家电市场也逐渐加大了对集成灶的支持力度。”他补充道,“未来考验的是企业的综合渠道运营能力。除了专卖店渠道,在前置渠道的工程、精装和家装,以及线上电商、线下O2O、家电零售门店等方面,企业也要有节奏、有策略地进行布局,并做好针对性的精细化运营,提升单点效率。”

## D 行业标准待完善 以消弭消费者痛点

在黑猫投诉上,新快报记者查询到多起消费者关于集成灶质量的投诉,包括产品设计缺陷、玻璃面板爆裂、灶盘变形等。自2003年面市,集成灶已经历了三代产品,从最初的第一代深井下排式,到2005年的侧吸下排式集成灶,再到现在主流的第三代模块化侧吸集成灶,技术不断升级,产品形态已经逐步稳定和成熟。但针对该类产品的各项标准还在持续完善中。经过查询发现,集成灶主要适用的是国家标准化管理委员会批准GB16410-2007《家用燃气灶具》,以及GB30720-2014《家用燃气灶具能效限定值及能效等级》等国家标准。

集成灶安装标准问题也困扰着许多消费者。由于集成灶涉及到燃气,有爆炸风险,相关管控较严格。一般的集成灶企业需要事先与政府部门签订申请办理安装灶具资质证书等手续,消费者在购买后可直接预约安装并开通燃气。但黑猫投诉上,有个别消费者投诉,某些品牌购买后未能提供相关检测报告,或者安装师傅无相关燃气灶具安装资质证书等。除此之外,还有消费者因为房屋构造而迟迟未能顺利安装。据新快报记者了解,目前国内各省份对于安装集成灶等相应建筑标准的落实进程不尽相同。

采访中,有集成灶生产商向记者表示,虽然集成灶已经纳入了3C认证体系,但现实中的产品质量参差不齐,有出现不少贴牌的情况,严重影响消费者对这个品类的认知。企业应该提高核心研发技术,设计出更贴合消费者的产品,并不断健全和完善安装、售后等服务体系,才能在行业内逐渐成为强有力的竞争者,并持续发展下去。

## C 功能叠加考验企业研发能力 智能化成发展趋势

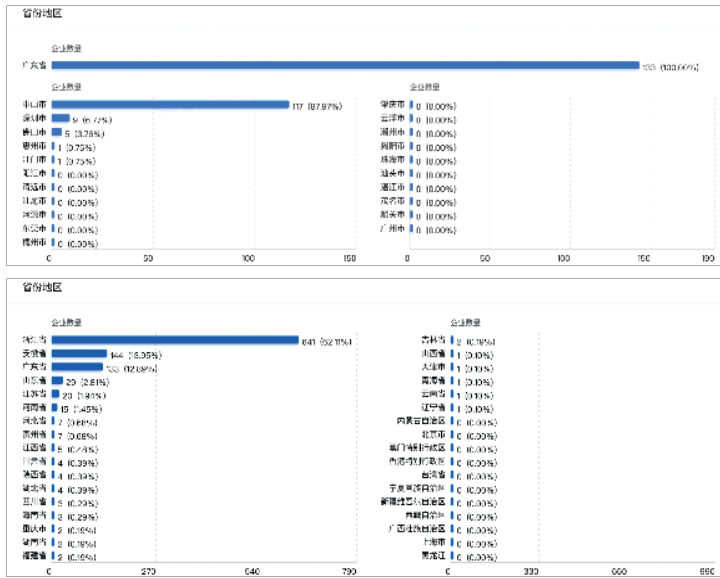
集成灶是一种集吸油烟机、燃气灶、消毒柜、储藏柜等多种功能于一体的厨房电器产品。市面上,企业往往使用“一台搞定多件套、节省空间美化厨房、烹饪流程化”等为卖点,但功能的叠加和堆积对产品生产要求较高,尤其对于研发能力较低的中小企业而言。

傅平向记者解释道,“集成灶的各个产品之间是相互影响的,像烟机、灶具、蒸烤箱甚至洗碗机集合到一起,就是把燃气、电、水结合到一起,一旦某一功能部分存在缺陷或瑕疵,或维护不当,就可能影响到整体产品的安全,企业一定要重视集成灶以后可能带来的新问题。同时,还要注意产品综合性负荷问题。如果集

成灶涉及了电灶和烤箱等功能,还要考虑到大功率用电以及供电网络匹配的问题,企业该重新用心去设计和克服。”

在他看来,集成灶并不是简单的功能堆砌和拼装,而是一定空间内更合理的功能组合。企业应该重点去探究,在保证安全性、可靠性前提下,如何更好地满足消费者多种烹饪方式的需求和使用体验。

此外,集成灶产品还呈现智能化发展趋势,云菜谱、智能调控、互联互通等功能更新迭代。美大、火星人等集成灶上市企业产品拓展呈现从集成灶到更多集成产品转型趋势。



一起了解更多  
“家·生活”资讯

■图片来源:天眼查