

谋划走出厨房 小家电如何“闯出”新天地?

本报记者 段楚婷 王金龙 深圳报道

近日,多家小家电上市公司相继发布2021年度报告,令小家电行业“回归”聚光灯下。

回溯近年来的发展历程,厨房小家电曾在2020年走上行业“巅峰”,攀升的消费需求令部分企业盈利颇丰。但相较于2020年取得的高基数,厨房小家电在2021

厨房小家电“退烧”

相关企业要面对原材料价格持续上涨、芯片紧缺、汇率变动等外部挑战。

2021年,“宅经济”热潮“冷却”令厨房小家电市场“退烧”。

奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示,2021年,电饭煲、电磁炉、电压力锅等共计12个品类的厨房小家电零售额为514亿元,同比下降14.1%;零售量为2.37亿台,同比下降13.5%。其中,线上市场零售额同比下降9.7%,线下市场零售额同比下降22.7%。

在厨房小家电市场遭遇零售额与零售量齐跌的背景下,相关企业还要面对原材料价格持续上涨、芯片紧缺、汇率变动等外部挑战,为2021年业绩平添压力。

小熊电器股份有限公司(002959.SZ,以下简称“小熊电器”)近日发布的2021年度报告显示,公司实现营业收入36.06亿元,同比下降1.46%;实现归属于上市公司股东的净利润(以下简称“归母净利润”)2.83亿元,同比下降33.81%。

小熊电器也在上述年度报告中表示,“为适应复杂而多变的环境,原材料价格大幅上涨,公司积极主动变革,由依靠行业高速增长、外部机会抓取到内部能力构建、内部驱动增长。”

广东新宝电器股份有限公司(002705.SZ,以下简称“新宝股份”)此前披露的2021年度业绩快报显示,企业全年取得营业总收入149.12亿元,同比增长13.05%;实现归母净利润7.92亿元,同比下降29.15%。

年呈现出“偃旗息鼓”之势,市场遭遇零售额与零售量双双下跌。

《中国经营报》记者注意到,步入2022年一季度,厨房小家电行业发展依然承受压力,只有“顶流”空气炸锅取得零售额同比增长。面临市场“冷却”与诸多外部挑战,厨房小家电还能“回春”吗?走出厨房战场,小家电企业还将祭出哪些“秘密武器”?

“押注”细分赛道

随着空气炸锅在零售市场的热销,其价格也逐渐“透明化”。

继2021年经受零售量下降与诸多外部挑战后,厨房小家电在2022年能续写“辉煌”吗?

奥维云网小电大数据事业部高级研究经理严乐雨向记者分析指出,“今年一季度,全国多地出现的疫情使厨房小家电线上销售渠道的物流受到一定影响。其次,厨房小家电零售量在2019年~2020年持续增长,这部分产品本身还未到更新迭代期,因此也很难在2022年带动销量增长。”

结合奥维云网发布的数据来看,2022年一季度,电饭煲、电磁炉等共计13个品类的厨房小家电取得零售额135亿元,同比下降11.1%;零售量5957万台,同比下降13.4%。其中,空气炸锅是唯一在2022年一季度取得线上零售额与线下零售额均同比增长的品类,堪称厨房里的新“顶流”。

在资本市场,有“空气炸锅第一股”之称的浙江比依电器股份有限公司(603215.SH)已于2022年2月18日正式在上交所主板挂牌上市,而主营电饼铛、空气炸锅

“抢占”新渠道流量

营销方式转变背后,不同年龄层消费群体获取信息的渠道也在发生变化。

随着小家电市场出现细分品类发展不均,企业侧重的营销方式也在发生转变。

“我们注意到,传统电商平台本身的流量已经达到‘顶峰’状态。对消费者而言,电商平台提供的信息和选择过多,也会影响购买。”严乐雨向记者分析指出,现阶段,新兴营销方式,例如明星、KOL主播主推,短视频等形式必然会分流电商平台的流量,也吸引了众多企业布局。

记者发现,小熊电器即在2022年品牌提升策略中提到,“聚焦小红书、抖音、B站、知乎等年轻人聚



近日,多家小家电上市公司相继发布2021年度报告,令小家电行业“回归”聚光灯下。

视觉中国/图

的北京利仁科技股份有限公司则拟于深交所主板上市,正在IPO进程中。

随着空气炸锅在零售市场的热销,其价格也逐渐“透明化”。有小家电代工厂相关负责人向记者介绍,从大客户渠道购买3~5人使用的空气炸锅,每台价格在百元出头,其售价远低于电商平台销售的同品牌产品。

据上述负责人所述,空气炸锅

市场已经出现低价竞争现象。“现在空气炸锅竞争太激烈了,这个市场价格下价格比较透明,不压低价格就卖不出去。一般来说一台产品厂家也就赚几元钱。”

一方面是继续“深挖”厨房小家电细分赛道价值,另一方面,小家电企业也持续“押注”新品类。

记者注意到,北鼎股份即围绕电器产品探索用品及食材类产品的拓展方案。2021年度报告显示,

北鼎股份自主品牌电器类产品实现营业收入4.44亿元,同比增长10.11%;而用品及食材类产品实现营业收入1.88亿元,同比增长92.56%。

新宝股份也在2022年2月28日的投资机构线上交流时提到,“目前,公司业务主要分为厨房电器、家居电器、个护美容电器三个大类;近三四年个护美容电器和家居电器发展比厨房电器快。”

保障性租赁住房 REITs驶入快车道

本报记者 蒋翰林 赵毅 深圳报道

近日,保障性租赁住房发行基础设施REITs产品取得突破性进展。4月中旬,深圳市人才安居集团项目报送到国家发展改革委,成为全国首单正式申报的保障性租赁住房REITs项目。

《中国经营报》记者注意到,此次深圳市人才安居集团选取了4

深圳市人才安居集团“尝鲜”

从2019年至今,保障性租赁住房已经成为完善住房市场体系和住房保障体系的重要发力点,但在保障性租赁住房的发展过程中,相关企业的融资模式一直以传统债务融资为主。

去年6月29日,国家发展改革委印发《关于进一步做好基础设施领域不动产投资信托基金(REITs)试点工作的通知》,将保障性租赁住房纳入基础设施REITs发行的行业范围。

“发行基础设施REITs可以盘活沉淀的保障性租赁住房资产,降低相关企业资产负债率,形成‘投资建设住房—REITs盘活资产—回收资金再投资’的可顺畅流转的发展格局。”中指研究院指数事业部研究副总监徐跃进表示。

今年3月18日,证监会表示正在会同相关部门,进一步深入推进基础设施REITs试点,完善制度机制,拓宽试点范围。证监会指出,推动基础设施REITs健康发展,是“十四五”规划作出的一项重要部署,对于有效盘活存量资产、创新投融资机制、拓宽权益融资渠道、增强资本市场服务实体经济能力等具有十分重要的意义。

记者了解到,此次深圳市人

个位于核心区域或核心地段的项目参与保障性租赁住房REITs试点,共涉及保障性租赁住房1830套,资产评估值约为11.58亿元。本次项目募集的资金将投资于深圳的保障性租赁住房建设,预计可新增保障性租赁住房2000余套。

ICCRA住房租赁智库分析认为,在推动建立租购并举的住

房制度下,保障性租赁住房REITs通过增量资金,盘活存量土地和资产,可以有效增加保障性租赁住房的供给。同时,保障性租赁住房REITs可以改善企业融资结构,随着保障性租赁住房REITs的正式发行,也能为更多企业提供指标参照和模型,为市场提振信心。

记者梳理数据时注意到,2021年,新宝股份、北鼎股份均在海外市场取得较显著的营业收入增长。其中,新宝股份国外营业收入实现116亿元左右,同比增长约14%;而北鼎股份自主品牌在海外实现营业收入5874万元,同比增长95.63%。

新宝股份还在2021年度业绩快报中指出,“2021年,外销需求仍然比较旺盛,但受全球疫情影响,国际物流紧张,公司客户下单及出货的节奏受到一定程度的干扰。”

记者梳理数据时注意到,2021年,新宝股份、北鼎股份均在海外市场取得较显著的营业收入增长。其中,新宝股份国外营业收入实现116亿元左右,同比增长约14%;而北鼎股份自主品牌在海外实现营业收入5874万元,同比增长95.63%。

新宝股份还在2021年度业绩快报中指出,“2021年,外销需求仍然比较旺盛,但受