

小家电进入存量时代 企业盈利分化加剧

本报记者 蒋翰林 深圳报道

2022年上半年,小家电行业承接2021年的态势,未能有明显起色。奥维云网数据显示,2022上半年,厨房小家电零售额同比下降4.9%,零售量同比下降13.2%。

市场降温的同时,小家电企业的业绩也加剧分化。《中国经营报》记者留意到,从上半年业绩来

业绩增长放缓

市场进入冷静周期下,小家电企业上半年业绩表现喜忧参半,分化进一步加剧。

在某二手交易平台小家电这一热门品类下,不少破壁机、豆浆机、养生壶等厨房小家电正在低价转卖。2020年疫情以来,居家生活刺激了人们对小家电的需求,但如今,小家电似乎陷入到负增长的困局中。

奥维云网数据显示,上半年厨房小家电零售额共计263.8亿元,同比下降4.9%;零售量11136万台,同比下降13.2%。实际上,今年小家电市场的表现已经略有好转,零售额跌幅仅4.9%,相较于去年同期14.1%的跌幅已收窄,但仍未能改变量额双降的局面。

据艾媒咨询数据,小家电市场规模从2016年的620亿元增长到2021年的1557亿元。但近两年增速减缓,尤其在2020年,更是出现了大幅下滑。

市场进入冷静周期下,小家电企业上半年业绩表现喜忧参半,分化进一步加剧。从营收来看,苏泊尔以百亿元规模领跑,新宝股份、科沃斯则紧随其后,在60亿元规模以上;九阳股份和莱克电气则在50亿元规模附近冲击;小熊电器、爱仕达等则在20亿元、10亿元不同区间。

但不论是苏泊尔、九阳两家传统头部企业,还是小熊电器这样体

量较小的玩家,均呈现出增长放缓的态势。苏泊尔上半年营业收入约为103.24亿元,同比下降1.05%,归属于上市公司股东的净利润约为9.33亿元,同比增长7.77%。而2021年同期,苏泊尔营收、净利润均有两位数的同比增速。

九阳股份则在上半年录得营收、净利同比双降。其营业收入约为47.10亿元,同比下滑0.7%,归属于上市公司股东的净利润约为3.45亿元,同比下滑23.27%。

“创意小家电第一股”小熊电器上半年业绩营业收入约为18.48亿

元,同比增长13.15%,归属于上市公司净利润约为1.47亿元,同比增长6.65%。而在2020年疫情时,其营收达到36.6亿元,同比增长36.16%。2021年小幅下跌1.46%至36.06亿元。

对于小家电市场降温的原因,产业观察家、钉科技创始人丁少将分析认为,一是因为前两年疫情原因导致宅经济爆发,高基数下今年的增长幅度必然下降;另外,厨房小家电正逐渐趋于饱和,新品类创新乏力;此外,直播带货这样的新营销方式热度已逐渐趋弱。

以下简称“小熊电器”),规模和营收增长则更加明显。多位受访的业内专家向记者表示,传统小家电市场趋于饱和,新冠肺炎疫情期间激发的需求已逐渐回调,高基数以及高成本下难以持续高增长,小家电应着重于挖掘消费者需求,做出差异化创新,满足消费者个性化需求。

实际上,A股厨房小家电上市公司布局境外业务的占比差异较大。小熊电器、九阳股份和苏泊尔的境外收入占比最多不足三成,面向C端用户,业绩主要受国

外销逆势增长

平台数据显示,近3个月国产智能小家电在海外的出货量增长达150%。

记者留意到,在全球疫情的背景下,同时布局国内和海外市场成为小家电企业经营规模稳定增长的利器。

8月31日,中国跨境出口B2C平台速卖通发布2022年下半年“国货出海六大趋势”,包括国产平板电脑、智能小家电、创意萌宠、户外运动、车库经济、家用新能源。其中,平台数据显示,近3个月国产智能小家电在海外的出货量增长达150%。

实际上,A股厨房小家电上市公司布局境外业务的占比差异较大。小熊电器、九阳股份和苏泊尔的境外收入占比最多不足三成,面向C端用户,业绩主要受国



消费者对小家电产品的青睐度在增加,各种品牌为迎合消费者,在设计方面推陈出新,小家电市场也越来越饱和。 本报资料/图

利好政策频出 头部房企成西安楼市“压舱石”

本报记者 王金龙 西安报道

“金九银十”曾经是房地产开发商最为期盼的时间节点,然而,今年的楼市却遇到了楼市调整大周期。

对此,中秋节期间,多地楼市开展促销活动。如西安采取打折、送物业费、精装包等方式进行促销,青岛购房折扣、送车位、送金条、教职工购房享专属补贴等,北京推出特价房源等。

事实上,除了楼市促销之外,各地还纷纷出台利好政策激活市场。《中国经营报》记者注意到,近期,西安就推出“西安青年人才驿站”计划,只要是研究生以上学历的就可以申请加入西安青年人才驿站,入站后就可以获得西安市购房指标,不需要社保、纳税、户口。

“自2022年以来,随着全国楼市大调整,西安楼市也相应地作出了调整,例如5月28日开始实施的‘以租换购’政策,就对西安楼市健康发展起到了积极作用。”西安某房企负责人向记者表示,房地产不仅牵扯到经济发展,还涉及民生,西安的房价相对于其他一线城市中并不高,因此,“稳”是西安楼市的主基调。

利好政策频出

“西安是中国高校密度和受高等教育人数最多的城市,在全国具有重要地位,是我国五大教育、科研中心之一,每年研究生毕业的学生有数万人。如果这些研究生一毕业就能拥有在西安购房的资格,不仅对房地产市场是一种利好,对于西安的人才储备也是有益的。”西北大学副教授向记者表示,适当地放开高学历人才购房资格,有利于城市建设与发展。

其实,西安此次对研究生以

摘地以头部房企为主

随着商品房成交面积的下降,土地供应市场也在悄然发生变化,过去那种百轮竞价甚至“熔断”的场景已经一去不复返。

“既然房子卖得慢了,当然拿地的人也少了。”西安当地一家房产平台公司高管袁斌(化名)向记者表示,虽然西安房价相对于郑州等城市降幅较小,但是如同其他城市一样,购房者意愿并不强烈,观望者众,入市者寡。因此,作为地产商而

释放理性购房需求

近年来,为落实中央支持合理住房需求的政策导向,全国各地都因城施策,不断推出一些创新性政策,放松调控政策的同时,释放潜在合理的刚需及改善需求。

作为新一线城市,西安的房价相对于成都、郑州等城市并不算太高,因此,在遇到楼市大调整之时,其价格也没有多少泡沫可挤。不过,在多项利好政策的刺激之下,却给那些刚需以及改善型购房者带来了机会。

上学历的人才“零门槛”购房,不仅仅可以留住西安当地高学历人群,甚至还可以吸引其他城市的高学历人群落户西安。于2021年研究生毕业的王亮(化名)向记者表示,自己毕业之后,本想定居西安,但是由于没有西安户口以及社保,所以不能在西安购房。此次西安购房政策调整之后,自己将考虑在西安买房,同时也将工作迁至西安。

事实上,在楼市大环境的变化之下,西安楼市也进行了多次微

调。其中影响较大的一次为今年5月28日的调整,被业内称之为“5·28楼市新政”。

5月28日,西安市住房和城乡建设局、西安市金融工作局等四部门联合印发《关于调整商品住房交易政策有关问题的通知》,放松了对房地产市场的限购限售政策,同时降低了首次申请住房公积金贷款的首付比例,提高了公积金贷款额度。

“5·28楼市新政的确缓解了西安楼市下行的速度,但是下行

的趋势并没有改变,因为全国楼市都在往下走,只不过看谁走的稳而已。”上述房企负责人向记者表示,相对于其他一线城市,西安房价基数小,因此房价下行的空间也小。

中指研究院发布的数据证实了上述房企负责人的判断。今年1~8月,西安商品住宅成交面积为543.3万平方米,同比下降14.3%;商品住宅成交套数为40096套,同比下降18.4%。其中,8月份,西安商品住宅成交面积

为87.13万平方米,同比下降14.5%;商品住宅成交套数为6509套,同比下降13.44%。

另外,西安市调整随着全国楼市的变化,也在持续更新。继5·28楼市新政之后,西安又实施了“以租换购”的政策,即在限购区内,自愿申请将存量住房纳入保障性租赁住房,住房被纳入保障性租赁住房管理并正式签订租赁合同后,出租人家庭可在限购区域获得新增购买一套住房的资格。

家拿地均是提前设定了底线,只要超过底线,则选择放弃,不会再出现那种势在必得的情形。相应供应地块也少了很多限制,例如,挂牌土地不再对保障房或者公租房的配比有要求。

因此,房企高管人士认为,以西安目前的房价以及市场,对于刚需购房者来说是机会,对那些资金链良好的房企来说也是拿地的好时机。

联合发布了《关于防范商品房延期交房增量问题工作措施》,对于商品房预售资金,要求包括定金、首付款、购房贷款及其他形式的全部房款,应全部直接存入专用监管账户进行监管,开发企业不得直接收取或另设账户收存购房人的购房款。

西安的头部房企也将“保交楼”作为提升品牌影响力的重要手段。据不完全统计,截至目前,西安总共有14个房企,超过30个楼盘完成预期交付。

西安的头部房企也将“保交楼”作为提升品牌影响力的重要手段。据不完全统计,截至目前,西安总共有14个房企,超过30个楼盘完成预期交付。

西安的头部房企也将“保交楼”作为提升品牌影响力的重要手段。据不完全统计,截至目前,西安总共有14个房企,超过30个楼盘完成预期交付。

土地待开发。这样的企业,在西安并不是个例,像它们根本不可能拿地,只要能把手里的土地按期开发就已经不错了。

另外,该人士还透露,政府在集中供地之前,除了对市场调研之外,还要征求地产商的意见,以此保证挂牌地块不至于流拍。

除此之外,采访中多位房企高管向记者坦言,相对于去年同期,今年西安土拍市场要理性得多,大

量较小的玩家,均呈现出增长放缓的态势。

苏泊尔上半年营业收入约为103.24亿元,同比下降1.05%,归属于上市公司股东的净利润约为9.33亿元,同比增长7.77%。而2021年同期,苏泊尔营收、净利润均有两位数的同比增速。

九阳股份则在上半年录得营收、净利同比双降。其营业收入约为47.10亿元,同比下滑0.7%,归属于上市公司股东的净利润约为3.45亿元,同比下滑23.27%。

“创意小家电第一股”小熊电器上半年业绩营业收入约为18.48亿元,同比增长13.15%,归属于上市公司净利润约为1.47亿元,同比增长6.65%。而在2020年疫情时,其营收达到36.6亿元,同比增长36.16%。2021年小幅下跌1.46%至36.06亿元。

对于小家电市场降温的原因,产业观察家、钉科技创始人丁少将分析认为,一是因为前两年疫情原因导致宅经济爆发,高基数下今年的增长幅度必然下降;另外,厨房小家电正逐渐趋于饱和,新品类创新乏力;此外,直播带货这样的新营销方式热度已逐渐趋弱。

以下简称“小熊电器”),规模和营收增长则更加明显。多位受访的业内专家向记者表示,传统小家电市场趋于饱和,新冠肺炎疫情期间激发的需求已逐渐回调,高基数以及高成本下难以持续高增长,小家电应着重于挖掘消费者需求,做出差异化创新,满足消费者个性化需求。

实际上,A股厨房小家电上市公司布局境外业务的占比差异较大。小熊电器、九阳股份和苏泊尔的境外收入占比最多不足三成,面向C端用户,业绩主要受国

外销逆势增长

平台数据显示,近3个月国产智能小家电在海外的出货量增长达150%。

记者留意到,在全球疫情的背景下,同时布局国内和海外市场成为小家电企业经营规模稳定增长的利器。

8月31日,中国跨境出口B2C平台速卖通发布2022年下半年“国货出海六大趋势”,包括国产平板电脑、智能小家电、创意萌宠、户外运动、车库经济、家用新能源。其中,平台数据显示,近3个月国产智能小家电在海外的出货量增长达150%。

实际上,A股厨房小家电上市公司布局境外业务的占比差异较大。小熊电器、九阳股份和苏泊尔的境外收入占比最多不足三成,面向C端用户,业绩主要受国

外销逆势增长

平台数据显示,近3个月国产智能小家电在海外的出货量增长达150%。

记者留意到,在全球疫情的背景下,同时布局国内和海外市场成为小家电企业经营规模稳定增长的利器。

8月31日,中国跨境出口B2C平台速卖通发布2022年下半年“国货出海六大趋势”,包括国产平板电脑、智能小家电、创意萌宠、户外运动、车库经济、家用新能源。其中,平台数据显示,近3个月国产智能小家电在海外的出货量增长达150%。

实际上,A股厨房小家电上市公司布局境外业务的占比差异较大。小熊电器、九阳股份和苏泊尔的境外收入占比最多不足三成,面向C端用户,业绩主要受国

外销逆势增长

平台数据显示,近3个月国产智能小家电在海外的出货量增长达150%。