



家用电器行业：新一轮竞争 新一个起点



行业逆势成长，新一轮竞争也在悄然开启

集成灶最早诞生于 2003 年，至今历经三次技术升级，产品性能和外观设计持续优化。而产品的量变带来销售的质变，2021 年集成灶迎来新一轮成长，零售规模于 2021 年底达 256 亿元，2014 年-2021 年零售额 CAGR 达 26.64%，增速可观。在行业高增长的吸引下，传统厨电企业、综合型家电企业等多方势力争相布局。新玩家的入局在推动行业蓬勃发展的同时，也加速行业洗牌期的到来，集成灶行业正开启新一轮竞争。重点推荐：火星人（300894CH）、亿田智能（300911CH）。

产品营销二次共振，集成灶认知拐点到来

作为从传统烟灶中细分出来的一个品类，集成灶自诞生之日起就面临着和传统烟灶争夺市场空间的发展局面，并且还面临着消费者认知度低的“先天劣势”。

但尽管如此，在近 20 年的发展过程中，集成灶依旧凭借 2 轮产品和营销共振不断突破发展，尤其是后疫情时代头部品牌加码线上营销，全社会的产品认知度快速提升。进入 2022 年，老板、方太等品牌的入局将进一步推动集成灶走向主流消费群体。从存在技术争议到多方加速布局，行业成长拐点到来。

站在新的发展起点：夯实渠道根基是在新一轮竞争中胜出的关键随着产品和营销短板在过去几年得到补齐，行业出现过两轮成长周期。我们认

为，补齐渠道短板或将开启新一轮成长周期。集成灶的销售渠道偏单一，夫妻店一直是主要销售渠道，2020 年其销售占比仍超过 70%。随着行业经销商数量的增加及传统烟灶龙头的入局，渠道的转型升级日趋重要。一方面，针对夫妻店，从渠道扩张转向渠道管理，夯实渠道根基是关键。另一方面，产品认知拐点的到来让渠道多元化成为可能，面向 C 端的新零售、家装渠道和面向 B 端的工程渠道都有望成为行业发展的新引擎。

投资建议：新一轮竞争，新一个起点

1) 火星人 (300894CH, 增持, 目标价: 38.1 元): 作为业内最早一批加码电商营销的企业，公司已逐步建立起一套成熟的线上线下销售联动机制，大商计划、渠道多元化稳步推进，长期看公司先发优势带来长期业绩弹性。

2) 亿田智能 (300911CH, 增持, 目标价: 71.25 元): 2021 年初公司组建新销售团队，升级营销理念，管理团队变革焕发动力，多元化销售网络和品牌营销两者并行，快速打开市场，营收实现高增长。公司渠道改革效益持续释放，业绩具备较高弹性。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_40998

