

年终盘点

高端当道 品牌升华 竞争激烈

2013年中国厨电业呈现三大亮点

本报记者 许意强

2013年对于中国厨电产业来说，什么都在变，唯一不变的就是高端依旧红火。

梳理2013年中国厨电产业的发展历程，整体市场规模、盈利能力继续保持稳步增长势头，成为中国家电产业最耀眼的领域。以方太为首的高端厨电品牌市场份额继续扩大，并推动了整个行业向上高端化的发展进程。同时，伴随着高端化发展势头趋强，隐藏在方太高端背后的的品牌内涵也呈现了全新升华，跨越单一手段比拼，彻底回归到用户产品使用体验后的全新生活方式引导和培养。更为重要的是，整个厨电产业品牌竞争格局也悄然生变，大品牌领导的“马太效应”继续上演，行业份额迅速向高端品牌靠拢。

战略论： 高端化仍大势所趋

中国五金协会吸油烟机分会理事长、方太集团董事长兼总裁茅忠群指出，“随着行业发展步入成熟期、产品技术创新步伐加快、产业转型浪潮到来，中国厨电产业已经于2013年步入了一个全新的发展阶段，这也让方太坚定地在追求‘让家的感觉更好’道路上，建立了一个全球化的高效节能绿色环保厨房新标准。”

提及高端，就无法回避高端厨电的开创者和领导者方太。正是在以方太为首的中国本土企业持续推动下，经过10多年时间的高端化战略推动和实施，最终让中国厨电产业于2013年迎来了全面高端化的发展新浪潮。

以油烟机为例，来自第三方市场监测机构中怡康的市场报告显示：自2009年以来，高端油烟机市场占比从26.8%一路上涨，2011年、2012年、2013年前三季度，高端市场占比分别为35.9%、39.9%、46.5%。

进入2013年以来，《中国企业报》记者看到，方太推动的厨电高端化浪潮相继获得了来自西门子、美的、海尔、华帝等众多企业的追捧，一段时间内整个行业都呈现出“向上走”的高端化竞争新趋势。高端市场的销售增长率在过去三年均保持在20%—30%基础上，今年则取得同比超45%的增速。

高端成为拉动厨电业快速发展的新引擎，并进一步提升整个行业的品牌集中度。就在2013年第三季度，方太吸油烟机在高端市场以45.3%的零售量和45.2%的零售额双双位居首位，领先第二名1.5倍多。去年同期，方太在高端油烟机市场的占有率为36.53%。这也意味着，作为高端领导者的方太在这一领域的领先优势呈现继续扩大态势。

方太集团副总裁孙利明表示，“方太非常高兴看到整个厨电产业在2013年的高端化发展，这不仅不会挤



回归用户使
用体验，使方
太在高端厨
电领域的份
额不断扩大。

压方太在高端市场的份额，反而会通过做大高端市场的蛋糕，推动方太在这一领域市场份额占比的扩大。更为重要的是，整个产业聚集高端化正是中国企业核心竞争力提升的一个重要体现。”

让方太等高端品牌感到高兴的是，今年以来的城镇化转型和消费需求升级，让越来越多的家庭对于高品质生活和洁净空气环境的需求全面释放。与此同时，消费群体的年轻化和居室审美的国际化，以80、90后为主的新生代对中式敞开式厨房、健康厨房、低碳厨房表现出更强的喜爱。这些正是高端厨电品牌所期待和推动的。

中怡康测算，2012年至2016年，中国厨电市场将保持10%的年均复合增长率，较整体家电市场增速要高出4—5个百分点。这意味着，2013年开启的厨电业全面高端化浪潮还将继续保持稳步发展。

品牌论： 赋予生活文化内涵

品牌正成为高端厨电企业在中

国给消费者建立的一个全新“图腾”。

对于中国消费者来说，高端厨电首选品牌并不是西门子等洋品牌，而是方太这样的中国本土企业。这是因为，中国企业迅速通过超越单一的产品技术、工业设计、使用性能、安装服务等手段竞争，直击用户产品使用体验，以一种全新的文化和生活方式开始赋予高端品牌全新的内涵。

2013年11月底，在中国国际五金展上，高端厨电领导者方太以一场“品味高端设计、体验艺术生活”产品品鉴、美食艺术暨设计师沙龙主题活动，展示一种前所未有的厨电艺术与艺术食物交融的高端生活方式，吸引了社会的广泛关注。

通过将充满设计感的全新一代风魔方吸油烟机及嵌入式恒温电蒸箱、电烤箱这些亮眼的厨电明星，与西兰花做成的手拎包、带着大葱领带的模特、蔬菜制作的插花进行混搭，让各种艺术食物打开人们的想象空间。

在业内人士看来，“方太的聪明

之处就在于，对于高端品牌的定义和标准，没有停留在技术先进、产品设计、服务贴心等标准能力上，而是走出了一条厨电艺术与美食艺术、厨房烹饪与美食文化的融合之路，通过给现代家庭的人们提供一种全新的生活方式和体验内涵，从而赋予高端品牌以文化和生活方式的新内涵。”

这正是方太领跑高端市场的差异化能力。正如孙利明所说的，“尽管方太并不生产美食，但我们为生产美食提供最好的厨电产品和烹饪环境，使厨房环境变得洁净、健康、绿色，使烹饪过程变得轻松、愉悦和有趣。因此，从某种意义上讲，我们不只是提供好产品，我们还传承并激活传统烹饪、美食文化，倡导一种健康有品位的生活方式。”

2013年4月上市的方太全新一代风魔方油烟机，通过给消费者带来的“油烟不上脸、不怕炒辣椒”等吸油烟效果，成为当年市场销售的“机王”，多次在市场上遭遇被抢购一空的情况。这款产品正是抛开了单一的产品技术、大风量参数等比拼，回归用户对于健康绿色厨房环境需求的满足，从而上演“高端逆袭”。

近年来，方太已经在高效静吸、共用烟道、近吸吸烟等产品技术方面取得了重大突破。其中，高效静吸科技，这项荣膺国家大奖“中国轻工业联合会科技进步一等奖”技术，正是方太联手国内数十位承担“十一五”国家科技支撑计划项目课题的顶尖专家历时3年的心血结晶，成功催生了油烟机行业的两代“机王”（登顶全国十大畅销油烟机榜首的产品）——方太高效静吸II代EQ01T，方太全新一代风魔方JQ01T。

“厨房事关千家万户，厨房环境的洁净环保程度直接决定着人们生活品质的高低。作为高端厨电领导者，方太将继续行使第一品牌的领导力，引领整个行业回到消费本位的轨道上，让绿色健康的高品质厨房梦早日实现。”茅忠群如是说。

中国五金协会理事长张立东指出，“高端品牌已经成为中国厨电业在整个经济领域的代名词，不仅推动了整个厨电产业的良性竞争和转型升级，还让一大批本土企业在技术创新、产品升级等方面获得了丰厚的回报。目前在中国的众多市场化产业领域，只有厨电行业的高端市场份额掌握在方太等本土企业手中。”

面对2013年众多企业围绕高端市场展开的较量，《中国企业报》记者看到，整个市场呈现出“参差不齐”格局：有的企业在比拼风量大小、噪音高低、免拆洗等单一技术参数；有的企业则比拼综合技术实力和产品定义能力，从多个维度定义全新的产品

标准；有的企业则跳出技术、服务和营销，开始直击家庭对厨房环境的需求和心声，从而定义全新的厨房环境标准。

在中国家电商业协会副秘书长吴咸建看来，“不同企业的不同竞争手段反映出整个产业还处在一个从发展向成熟的更迭阶段，这也正是大企业利用新的发展坐标淘汰中小企业的最佳时机。对于中国厨电产业未来发展和竞争来说，当前所有围绕技术参数、产品性能的竞争都属于摸索过程，最终所有企业都将面临厨电吸油烟好效果的结果博弈。”

“技术创新步伐加快、消费需求持续升级，以及国家产业政策的绿色环保驱动，可以预见，未来中国厨电产业的较量和发展，最终将聚焦于好效果的博弈。”孙利明认为，任何的单一技术指标和性能参数的较量，最终都要面临用户在使用过程中的好效果这一体验式竞争，这将会成为今后几年产业发展的主导。

近年来，方太已经在高效静吸、共用烟道、近吸吸烟等产品技术方面取得了重大突破。其中，高效静吸科技，这项荣膺国家大奖“中国轻工业联合会科技进步一等奖”技术，正是方太联手国内数十位承担“十一五”国家科技支撑计划项目课题的顶尖专家历时3年的心血结晶，成功催生了油烟机行业的两代“机王”（登顶全国十大畅销油烟机榜首的产品）——方太高效静吸II代EQ01T，方太全新一代风魔方JQ01T。

“厨房事关千家万户，厨房环境的洁净环保程度直接决定着人们生活品质的高低。作为高端厨电领导者，方太将继续行使第一品牌的领导力，引领整个行业回到消费本位的轨道上，让绿色健康的高品质厨房梦早日实现。”茅忠群如是说。

中国五金协会理事长张立东指出，“高端品牌已经成为中国厨电业在整个经济领域的代名词，不仅推动了整个厨电产业的良性竞争和转型升级，还让一大批本土企业在技术创新、产品升级等方面获得了丰厚的回报。目前在中国的众多市场化产业领域，只有厨电行业的高端市场份额掌握在方太等本土企业手中。”

“厨房事关千家万户，厨房环境的洁净环保程度直接决定着人们生活品质的高低。作为高端厨电领导者，方太将继续行使第一品牌的领导力，引领整个行业回到消费本位的轨道上，让绿色健康的高品质厨房梦早日实现。”茅忠群如是说。

中国五金