

探访集成灶产业带

行业进入爆发期 传统厨电龙头布局千亿赛道

嵊州，是浙江省绍兴市所辖的一个县级市，中国每卖出100台集成灶就有65台产自于此。中国证券报记者到达嵊州后，一路上看到大大小小的集成灶广告牌和厂房。粗略计算，嵊州拥有厨具及相应配套企业450多家，从业人员超过4.5万人。

从2003年我国第一台集成灶诞生至今，集成灶市场进入爆发式增长期。尤其是2021年三季度，集成灶领域四大上市公司——浙江美大、帅丰电器、火星人及亿田智能发布财报后，业绩亮眼引起市场关注。集成灶市场吸引了包括传统厨卫行业和其他中小企业在内的大批入局者，竞争加剧。中国证券报记者调研发现，尽管行业高速增长，但仍存在品牌集中度低、同质化竞争和销售渠道融合等诸多挑战。

多位业内人士对中国证券报记者表示，传统厨电龙头入局是一个信号，集成灶行业将进入新的发展阶段。未来，集成灶的品类红利将逐渐向龙头企业集中。

● 本报记者 杨烨



视觉中国图片

增长态势惊人

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。自上世纪80年代开始，浙江绍兴嵊州慢慢形成了独特的集成灶产业集群，但由于消费者认知不足、行业标准缺失和安全生产技术存在缺陷，前后十余年时间发展均较缓慢，并未被大多数市场认知。

“刚开始对于厨电行业来说，集成灶是一个很小的品类，经过十几年的培育，随着国内消费者对油烟健康意识的提高，加上集成灶的技术升级迭代，更符合中国

烹饪习惯的集成灶才被消费者认知并逐步接受。”帅丰电器董事长商若云在接受中国证券报记者专访时表示，在城镇化步伐加快的背景下，三四线城市对于集成灶的普及度开始成倍提升，特别是爆炒烹饪多的地区，越来越多的消费者开始选择集成灶。应该是从2015年开始，行业进入高速增长期。

根据前瞻产业研究院数据，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。奥维云网(AVC)推总数据显示，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%；零售量为238万台，同比上涨12%。集成灶成为厨电行业第三个规模过百亿的厨电产品，也是百亿规模厨电产品中唯一正增长的品类。

即便是在大环境承压的2021年，集成灶也依旧坚挺、逆势上扬，成为厨电板块中增长最为强劲的品类之一。亿田智能前三季度净利润为1.56亿元，同比增长

62.80%，帅丰电器前三季度净利润为1.84亿元，同比增长47.42%。

在国内几家集成灶龙头公司负责人看来，目前集成灶行业刚刚从导入期步入成长期，还有很大的发展空间。亿田智能董事长孙伟勇在接受中国证券报记者专访时表示，从相关数据上来看，集成灶在烟灶市场的占有率增长很快。有数据预测，今年市场占有率可以达到10%—15%左右，但和传统油烟机和燃气灶相比，份额并不大，还有很大增长空间。

传统厨电巨头纷纷入局

中国证券报记者调研时了解到，因为其传统品牌具有替代性，一直以来传统厨电龙头企业对集成灶都持排斥态度。2018年，有投资者在互动平台上询问老板电器是否会布局集成灶时，老板电器明确表示否定。在2021年举行的中国家电流通大会上，老板电器副总裁何亚东曾公开“炮轰”集成灶，称集成灶每个产品都不完善，功能不够，做集成灶的都是小企业。

与其“炮轰”形成鲜明对比的是，2018年老板电器就以收购的金帝及其子品牌悄然布局集成灶行业。而方太则推出集成烹饪中心应对集成灶市场。2021年9月23日，老板电器在投资者互动平台也表示，公司控股子公司名气及金帝目前生产和销售集成灶产品。

“相对于其他的人局者来说，像老板电器、方太这样的传统厨电龙头可能更加

矛盾，因为一旦主品牌推出集成灶，就会有替代效应，给他们传统烟灶产品带来很大损害。然而，现在集成灶异军突起，增长速度惊人，市场正在倒逼他们必须思考转型。”国内一家大型集成灶企业负责人对中国证券报记者表示。

值得关注的是，集成灶良好的发展态势及高产品利润率正吸引着众多传统厨电、综合家电及跨界企业的目光，包括海尔、美的、TCL、奥克斯、帅康、万和等在内的国内知名品牌都纷纷推出了集成灶产品。

据中怡康数据，截至2020年，全渠道集成灶品牌数已达到211个，相较2015年的83个品牌，五年间增加了128个。按照集成灶相关企业分布看，除了之前的浙江嵊州市和海宁市外，广东、江苏及安徽等地也有集成灶产业聚集，全国集成灶格局迅速开花。

红利将向头部企业集中

不少专家认为，近年来集成灶产品的普及成长，推动行业由微末扩张至新兴高成长赛道，且可预期的未来市场空间将进一步释放。伴随着赛道扩张成长，竞争格局将由初期导入到众玩家入场，再逐步过渡到分化格局，最终形成头部梯队。

商若云告诉中国证券报记者，目前行业高速发展期才刚刚开始，并未形成真正

的头部企业，后续几年内一些具备研发能力、销售渠道完善的大企业竞争优势将会凸显。孙伟勇也判断，后期行业集中度将会向头部企业集中，会形成3至4家龙头企业。

多位接受记者采访的集成灶行业人士均表示，尽管会面临竞争，但是相比广阔的市场空间，市场认知度更重要。一些

传统厨电巨头进入集成灶领域，他们强大的品牌效益和营销网络会加速集成灶这个品类在国内的普及力度，特别是可以弥补此前集成灶在一二线城市认知度不高的劣势。

记者在调研中也发现，尽管已形成完整产业体系，但集成灶行业企业众多，市场格局相对分散且竞争激烈，特别是集成灶企业的核心技术优势并不明显，产品同质化正在趋于严重。虽然一些企业不断创新，但别的企业模仿速度也很快。一些品牌善于绕开他人的专利壁垒，侵蚀其他品牌的成果。

此外，由于产业分散，越来越多的企业入局是否会形成无序竞争和产能过剩，也令很多业内人士担忧。

此外，由于产业分散，越来越多的企业入局是否会形成无序竞争和产能过剩，也令很多业内人士担忧。

此外，由于产业分散，越来越多的企业入局是否会形成无序竞争和产能过剩，也令很多业内人士担忧。

贺岁档迎“好戏上演”
多家上市公司有望获益

● 本报记者 于蒙蒙

12月17日，贺岁档角逐进入白热化阶段，票房热门《误杀2》《雄狮少年》开始在全国公映。其中，《误杀2》票房预期最高或达14亿元。自12月3日开始，今年的电影贺岁档正式开启，率先上映的《古董局中局》打开战局，已收获3.7亿元票房。截至目前，已有近40部影片定档将陆续在贺岁档上映。

中国证券报记者梳理发现，区别于去年档期的平淡，今年储备了较多优质影片，且观影情绪进一步回暖，多家上市公司以出品方或者联合出品方参与其中，有望获益。

观影需求回暖

近年来贺岁档票房表现摇摆不定。从2016年—2020年贺岁档票房来看，2017年与2018年贺岁档票房表现最好，档期内票房分别为56亿元、49亿元，分别有26部、25部票房过千万的影片，均有12部票房过亿；档期内最高票房电影分别为《芳华》《海王》，票房分别为11.14亿元、17.14亿元。表现相对平淡的是2019年和2020年，档期内票房分别为44.3亿元、42.7亿元。虽然票房过千万及破亿的影片数量与过往年份相近，但头部影片票房表现明显低于过往年份，2019年和2020年贺岁档的票房冠军《误杀》《拆弹专家》分别录得7.62亿元、5.5亿元，特别是2020年贺岁档，明显缺乏重磅的头部影片。

今年贺岁档则有不小改观，从12月的电影片单来看，不乏多元的题材与亮眼的阵容，包括爱情、剧情、悬疑犯罪和喜剧。爱情片方面有《以年为单位的恋爱》，剧情片方面有《误杀2》《忠犬八公》，悬疑片方面有《反贪风暴5》，喜剧片方面有《李茂换太子》。

与之相呼应的是，观影需求进一步回暖。今年档期票房集中趋势明显，优质影片票房表现力佳。数据显示，今年五一档票房超过疫情前2019年同期表现，而今年国庆档票房与2019年同期近乎持平。国庆档电影《长津湖》成为我国影史票房冠军，截至目前累计票房达57.6亿元。在今年11月上映的影片中，以《扬名立万》为代表的5部影片当月票房均破亿。而去年同期，当月上映且当月票房破亿的影片只有两部。

中泰证券认为，观众对于优质内容影片消费需求高，高质量影片票房表现力有望进一步提升。

头部分化明显

在众多贺岁档影片中，头部效应明显。灯塔专业版数据显示，12月17日，《雄狮少年》《误杀2》《古董局中局》《扬名立万》的排片率分别为25.7%、23.7%、18.6%、13.1%。而在18日，几部影片的排片份额“大变脸”，《误杀2》异军突起，排片率高达46.8%，《雄狮少年》《古董局中局》《扬名立万》的份额萎缩至24.3%、14.8%、5.6%。

《误杀2》被广泛看好，同IP的上部作品《误杀1》于2019年底上映，为贺岁档票房冠军，最长连续8日获得日票房冠军。《误杀1》在2020年7月重映后25天内又收获1亿元票房，累计收获票房13.3亿元。《误杀2》综合猫眼和淘票票的想看人数超过76.4万，两大数据平台对于该片的票房预期存在差距，猫眼专业版预期为9.77亿元，而在灯塔专业版平台，影评机构给出的预期范围在10.25亿元—14亿元之间。截至12月17日晚，《误杀2》上映首日票房超5000万元。

国漫电影《雄狮少年》讲述了留守少年阿娟和好友阿猫、阿狗在退役狮王咸鱼强的培训下参加舞狮比赛，经过重重磨砺，从病猫变成雄狮的成长故事。12月6日，有三家影评机构给予较高的评价。

但《雄狮少年》亦存在争议。《雄狮少年》的主角长相有着很大的共同点，就是“眯眯眼、宽眼距”，这一人物造型设计近期受到众多影迷的不满。有观点认为的人直言这一设定有较大风险，后期如果舆情发酵，票房肯定会受到影响。

《雄狮少年》票房预期近期急转直下，灯塔专业版数据显示，早前看好《雄狮少年》的机构下调预期，目前该片的票房预期为5.5亿元—10亿元。

作为系列电影的收官之作，《反贪风暴5》人气颇高。综合猫眼和淘票票的想看人数合计达98万，抖音话题播放量高达5.9亿，距离上映还有14天，但预售票房就高达1219万元。该片市场预期较为接近，两家影评机构给出的票房预期分别为10亿元和11.6亿元。

选择在跨年上映的两部爱情片在宣发上做足功夫，《穿过寒冬拥抱你》《以年为单位的恋爱》的抖音话题播放量分别为11.3亿、13.2亿，片方试图通过短视频平台吸引年轻观众。

新老玩家角逐

梳理贺岁档影片背后出品方，相关上市公司占据重要位置。《误杀2》作为票房大热门，背后出品方备受瞩目，涉及上市公司包括万达电影、中国电影和光线传媒，万达电影拥有主要份额。中国电影则在贺岁档布局最多，其还主要参与了电影《穿过寒冬拥抱你》和《李茂换太子》，光线传媒则主控出品《以年为单位的恋爱》。

《反贪风暴5》出品方涉及上市公司为华策影视。作为剧集龙头的华策影视逐步发力院线电影，该公司在今年3月披露，在未来三年将投资、制作和发行30部以上电影，以最快的速度达成100亿元以上的票房目标，片单包括《翻译官》《寻秦记》等。

《雄狮少年》出品方涉及上市公司为华录百纳，联合出品方包括中文在线、中南文化。一位机构人士向中国证券报记者透露，《雄狮少年》的主要份额方为北京精彩，而华录百纳持有北京精彩51%股权，《雄狮少年》的总体成本不足1亿元，4亿元—5亿元便可收回投资成本。

值得注意的是，北京精彩曾是北京文化（现为“ST北文”）的参股公司，该公司法定代表人张苗也是北京文化电影业务的核心主创，《雄狮少年》在2019年曾现身北京文化的作品序列。随着北京文化去年中爆发的“内斗”事件，张苗等人选择出走，包括《雄狮少年》《铸剑少年》《逐日少年》在内的“少年三部曲”也“改嫁”华录百纳。华录百纳在今年5月曾表示，电影业务是公司未来两年重点发力板块，公司增资入股北京精彩便是重要体现。

国家药监局批准两个中药创新药上市

● 本报记者 吴勇 杨烨

12月17日，中国证券报记者从国家药品监督管理局（简称“国家药监局”）获悉，虎贞清风胶囊、解郁除烦胶囊的上市注册申请获批准，其均是在临床经验方基础上研制的中药创新药，将为临床相关疾病的患者提供新的治疗选择。

据中国证券报记者不完全统计，今年以来，国家药监局共批准了11个中药创新药上市，为近五年来获批中药创新药最多的一年。

11个中药创新药获批

国家药监局官网显示，虎贞清风胶囊开展的随机、双盲、安慰剂平行对照、多中心临床试验研究结果显示，该药可用于轻中度急性痛性风湿性关节炎中医辨证属湿热蕴结的治疗。药品上市许可持有人为一力制药。

解郁除烦胶囊的处方是根据中医经典著作《金匮要略》记载的半夏厚朴汤和《伤寒论》记载的栀子厚朴汤化裁而来的，



新华社图片

开展了随机、双盲、阳性对照药（化学药品）、安慰剂平行对照、多中心临床试验，临床试验研究结果显示可用于轻中度抑郁症中医辨证属气郁痰阻、郁火内扰证的治疗。药品上市许可持有人为石家庄以岭药业股份有限公司。

据中国证券报记者不完全统计，今年以来，国家药监局共批准了11个中药创新药上市，分别是3月紧急批准的清肺排毒颗粒、化湿败毒颗粒、宣肺败毒颗粒；9月

批准的益肾养心安神片和益气通窍丸；11月批准的银翘清热片、玄七健骨片、芪益肾胶囊、坤心宁颗粒，加上上述两款新获批的中药创新药，成为近五年来获批中药创新药最多的一年。

市场前景广阔

近年来，为鼓励中药创新，国家药监局先后出台一系列促进中药新药注册申报的

文件。2020年9月，国家药监局发布《中药注册分类及申报资料要求》，拓宽了改良型新药范畴，鼓励中药二次开发。

今年8月，国家药监局药品审评中心发布《按古代经典名方目录管理的中药复方制剂药学研究技术指导原则（试行）》，围绕按古代经典名方目录管理的中药复方的基本原则，明确了该类制剂药学研究的基本要求和相关要求。

业内人士表示，我国中药创新药领域正取得不断突破，按照目前中药创新药发展趋势，未来中药创新成果还将不断涌现，到2024年我国中成药市场规模有望达到11375亿元。

湘财证券指出，中医药利好政策频出，传承、创新、中西医协调发展与走出国门已上升为国家战略，处于政策红利期的中药行业有望迎来较大发展机遇。基药目录和医保目录中成药的持续扩容、分级诊疗的不断推进、中医诊所备案制的实施、经典名方临床应用以及发展中成药配方颗粒等政策对中药行业形成利好支撑。政策面存在的不确定性因素即中成药集采，预计对中成药的负面影响或远小于化药。