

## 2021年火星人半年报：竞争格局演化将是核心研究点

作者：鲁光远 张威 黎轲

电话：010-58352887

邮箱：luguangyuan@xinhua.org

火星人发布的2021半年度报告显示，上半年实现营业收入9.22亿元，同比增长79.73%，较2019年上半年增长94.93%，实现归母净利润1.39亿元，同比增长178%，较2019年上半年增长148.21%。二季度实现营业收入5.73亿元，同比增长47.55%，实现归母净利润0.95亿元，同比增长61.15%。

编辑：杜少军

审核：张 骐

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



## 目录

一、营收高速增长 净利率大幅提升 .....	3
二、渠道体系构建顺利推进 .....	3
三、推进数字化转型 提升企业管理效率.....	4
四、集成灶行业增长趋势确定性强 竞争格局的演化将是核心研究点.....	4

## 2021年火星人半年报：竞争格局演化将是核心研究点

火星人发布的2021半年度报告显示，上半年实现营业收入9.22亿元，同比增长79.73%，较2019年上半年增长94.93%，实现归母净利润1.39亿元，同比增长178%，较2019年上半年增长148.21%。其中，二季度实现营业收入5.73亿元，同比增长47.55%，实现归母净利润0.95亿元，同比增长61.15%。

### 一、营收高速增长 净利率大幅提升

2021年上半年，公司实现营业收入92200.11万元，同比增长79.67%，高于行业增长水平。上半年，公司集成灶整体市场零售规模119万台，同比增长49.9%，零售额96.8亿元，同比增长66.6%。而分渠道来看，线上、线下、新兴渠道占比分别为54.5%、41.6%、3.9%，增速分别为72.5%、73.7%、1384%。占比较小的新兴渠道高速增长。

报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用分别为2.38亿、0.42亿、0.33亿元，同比增幅分别为55.56%、90.91%、37.5%，销售费用率、管理费用率、研发费用率分别为25.81%、4.56%、3.58%，同比分别变动-4.01、0.27、-1.1个百分点。公司销售毛利率为49.84%，同比提升0.96个百分点；销售净利率为15.11%，同比提升5.35个百分点。

### 二、渠道体系构建顺利推进

2021年上半年，公司渠道建设顺利推进，取得了一系列进展。

线下渠道方面，公司已在国内市场建立经销门店近1900家，公司经销门店已遍布全国31个省、自治区、直辖市，构建了从重点城市到乡镇级市场的全国性经销网络。公司组织总部招商会及区域招商会超过10场，新增加盟商超过100家，同时公司营销队不断为经销商赋能，组织联盟会销等各类活动超过6000场次，开展各类培训，门店总学习时长超过2万小时。

电商渠道方面，电商渠道超额完成任务，营业收入同比增长73.66%。公司连续六年蝉联集成灶行业线上“6.18”集成灶品类第一名，取得了全网接单2.68亿元、热销约3万台的好成绩。电商渠道的稳健发展将助力公司实现产品销售和品牌效应的双赢。

此外，公司在工程渠道、整装渠道、KA渠道，下沉渠道等新兴渠道全面布局。工程渠道方面，公司参与制定的《房地产集成灶招标采购与应用作业指引》在上半年正式发布，这也是公司继参与国家集成灶标准、浙江制造集成灶标准等多项标准制定后，再次参与集成灶领域重要标准制定，有

助于集成灶行业全面开启与房地产行业的深度合作。整装渠道方面，公司已与国内主流装修公司、家居定制公司、燃气公司等建立合作，共同推广火星人品牌，带动了设计师、用户、工程等各项的销售资源。KA渠道方面，公司与苏宁、国美等KA卖场达成合作，并鼓励、支持经销商进入当地优质的苏宁、国美卖场或地方性KA家电卖场，现有KA卖场门店超过400家。下沉渠道方面，截至报告期末，公司在京东小店、天猫优品和苏宁零售云等布局超过4000个网点。公司还积极拓展海外渠道，布局东南亚市场，目前已在泰国开设2家经销门店。

### 三、推进数字化转型 提升企业管理效率

2021年上半年，公司持续加强企业数字化和信息化建设，信息化部门进行了组织调整，外聘行业专家进行企业数字化和信息化规划和重构工作。公司将着力于数字化全领域平台能力建设，打造智慧厨房生态品牌，通过以用户为中心的市场策略，打造三个数字化转型：全渠道营销数字化转型、智能制造数字化转型、智慧生态物联网数字化转型；企业在营销数字化转型中将实现全渠道的用户交互、全渠道运营、全渠道订单可视化数字化功能服务于用户、渠道和经销商；智能制造数字化转型将实现从生产计划、采购管理、生产过程、仓储管理、设备和质量管理全面提升为数字化运营，打造供应链全流程可视，并拉通产销协同环节；“智慧生态+IOT物联数字化”将打造智慧厨房全系智能产品，收集产品运行数据，结合打造的数字营养菜谱生态，为用户提供更全面的使用服务升级，数字化运营体系将成为链接用户和公司的桥梁，通过工业互联网智能平台全面拉通全产业链上下游资源协同，通过智能数字化的生产规范流程的同时，达成优化管理效率，使生产更加柔性。

### 四、集成灶行业增长趋势确定性强 竞争格局的演化将是核心研究点

根据奥维云网数据，2020年我国集成灶行业市场规模为182亿元，渗透率达到9.4%，且近年来保持高速增长态势，2015-2020年行业年均复合增速为30.12%。未来，随着小户型住宅的增加以及消费群体对多种厨房电器的需求增强，具有空间节约优势的集成类电器将会继续保持较高的增速，契合此概念的集成灶未来的增长具有较高确定性。

在行业格局演化层面则存在变数。当前的市场参与者主要可分为三部分：传统的综合家电企业，如美的、海尔；传统的厨电企业，如老板、华帝、方太；专注于集成灶业务的企业，如美大、火星人、亿田等。我们认为，具体火星人而言，美的、海尔的竞争压力相对较小，因为其品牌定位及战略与火星人有较大差距，两者将会形成错位竞争，真正对其有压力的将会是其余两类企业，其中明确推行高端化路线且规模体量较大的老板和方太预期未来将会与火星人产生正面竞争。火星人的优势在于针对集成灶市场的品牌影响力超越老板、方太，其劣势在于在整个厨电领域，其品牌、渠道

等综合实力稍显落后，一旦老板、方太大力转型集成灶，仍然能够对火星人造成一定冲击。如何在当前行业快速发展的阶段，充分扎实的构建自己的品牌以及与品牌战略相匹配的渠道体系，将会是以后火星人对抗行业竞争的关键。

## 重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。