

## 餐具行业

# 不锈钢餐具研究——高端化已成行业主流发展趋势

### 行业走势图



### 工业研究团队

赵锐 分析师

邮箱：  
cs@leadleo.com

### 相关热点报告

- 有色金属系列分析概览——  
2019年中国粉末冶金行业概览
- 有色金属系列分析概览——  
2019年中国铂金首饰行业概览
- 有色金属系列分析概览——  
2019年中国黄金首饰行业概览

### 报告摘要

随着中国劳动力成本逐年上升，不锈钢厨具产业逐渐向劳动力成本更低的东南亚国家迁移，部分大型不锈钢厨具企业通过开创自主品牌，将业务延伸至下游销售环节，参与到全球厨具市场的竞争行列，如苏泊尔集团、凌丰集团等。受此影响，一方面，开创自主品牌可拓宽企业业务分支，弥补企业代工业务损失的产能；另一方面，自主品牌产品溢价空间更高，进而提升企业毛利率。

#### 热点一：旋压成型工艺逐渐普及

相较冲压工艺，旋压工艺在生产效率、安全性、产品性能等方面均具备优势。旋压工艺模具外形较为简单，具有更高的材料利用率以及更短生产时长，避免了冲压工艺因形变次数过多而导致模具生产效率较低等问题；旋压工艺的生产过程中机器震动幅度较小，减低因震动而导致工人误伤的风险，具有较高的安全性；旋压工艺改进了生产技术，产品表面具有更高的强度。

#### 热点二：儿童餐具细分市场的需求充分释放

目前，中国儿童餐具产品主要由儿童用品品牌生产，该市场竞争较为激烈，行业集中度较低，尚未出现占据明显优势品牌，目前业内领先品牌包括 Babycare、Hoy Bell（好伊贝）、Pigeon（贝亲）等。相较传统不锈钢餐具生产企业，儿童用品品牌针对婴幼儿年龄段消费者，在选材方面更为谨慎。部分儿童餐具品牌采用医用级不锈钢生产餐具，如 Sharecare（雪卡尔）选用 316 不锈

#### 热点三：产品向高端化发展

不锈钢餐具产品同质化严重，消费者难以辨识品牌，因此产品外观为不锈钢餐具的核心竞争力，生产企业主要通过改善产品外观以提升竞争力。不锈钢原色种类较为单一，部分生产企业通过采用电镀工艺，在餐具表面镀上锌、镉、黄铜、金等金属，使餐具颜色更加多样，以吸引消费者目光，促进产品销量。

---

## 目录

1	方法论.....	5
1.1	研究方法.....	5
1.2	名词解释.....	6
2	中国不锈钢餐具行业市场综述.....	6
2.1	不锈钢餐具的定义与分类.....	6
2.2	中国不锈钢餐具行业的市场规模.....	8
2.3	中国不锈钢餐具行业发展历程.....	8
2.4	不锈钢餐具产业链分析.....	10
2.4.1	上游分析.....	10
2.4.2	中游分析.....	12
2.4.3	下游分析.....	13
3	中国不锈钢餐具驱动及制约因素.....	14
3.1	驱动因素.....	14
3.1.1	城市化进程加快、居民收入上升，推动行业发展.....	14
3.1.2	经营模式的转变为不锈钢餐具国内外市场带来强大推力.....	15
3.1.3	自动化生产的普及推动行业发展.....	15
3.2	制约因素.....	16
3.2.1	部分产品存在安全隐患.....	16
3.2.2	不锈钢粗钢行业整合力度加大，粗钢成本上升.....	17
3.2.3	产品同质化严重，产品竞争力不足.....	18
4	中国不锈钢餐具行业政策分析.....	19

---

5	中国不锈钢餐具行业市场趋势 .....	20
5.1	旋压成型工艺逐渐普及 .....	20
5.2	二胎政策释放需求，儿童餐具细分市场增长迅猛 .....	24
5.3	产品向高端化发展.....	24
6	中国不锈钢餐具行业竞争格局 .....	25
6.1	竞争格局分析.....	25
6.2	不锈钢餐具行业企业分析 .....	26
6.2.1	凌丰集团.....	26
6.2.2	双喜电器.....	28
6.2.3	上海冠华.....	29

---

图表目录

图 2-1 不锈钢餐具分类.....	7
图 2-2 不锈钢类型对比.....	7
图 2-3 中国不锈钢餐具行业市场规模，2014-2023 年预测.....	8
图 2-4 中国不锈钢餐具行业发展历程.....	9
图 2-5 中国不锈钢餐具行业产业链.....	10
图 4-1 不锈钢餐具相关政策.....	20

---

# 1 方法论

## 1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从消费品，金融，新能源等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

头豹研究院本次研究于 2019 年 5 月完成。

## 1.2 名词解释

- **粗钢**：指铁水经过加工、添加合金、碳等元素浇注成型后的成品，是全国钢铁行业可以向社会提供的最终钢材加工原料。
- **OEM (Original Equipment Manufacturer)**：即委托制造，指托厂商按原厂之需求与授权，所有的设计图等完全依照上游厂商的设计来进行制造加工。
- **ODM (Original Design Manufacturer)**：即原始设计制造商，指厂商根据客户所需产品样式及规格，自行设计、生产产品。

**头豹** LeadLeo

**沙利文** FROST & SULLIVAN

# 招聘 行业分析师

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程!

✉ 邮箱: [fs.recruitment@frostchina.com](mailto:fs.recruitment@frostchina.com)

📍 工作地点: 北京、上海、深圳、香港、南京、成都

QR Code 1

QR Code 2

## 2 中国不锈钢餐具行业市场综述

### 2.1 不锈钢餐具的定义与分类

根据《不锈钢和耐热钢牌号及化学成分》(GB/T 20878-2007)，不锈钢是以不锈、耐腐蚀性为主要特征，且铬含量至少为 10.5%，碳含量不超过 1.2%的钢。不锈钢的主要成分为

铁、铬、镍，且含有锰、钛、钴、钼和镉等微量元素，其中金属铬可防锈，金属镍可防腐蚀，众多金属元素的组合使不锈钢性能稳定，且具有防锈及耐腐蚀性。

不锈钢餐具，即以不锈钢为原料，通过一系列工序加工而成的餐具产品。不锈钢餐具种类较多，主要包括勺、叉、刀、碗、碟等餐具类型（见图 2-1）。

图 2-1 不锈钢餐具分类



来源：头豹研究院编辑整理

用于餐具用品的不锈钢对产品表面及机械性能要求较高，主要的不锈钢类型为 304、430、202 等（见图 2-2）。不同的不锈钢类型在成分、价格、性能上均有所区别，一般而言，不锈钢餐具厂家使用 202 和 304 不锈钢生产叉勺，430 不锈钢生产不锈钢餐刀。

图 2-2 不锈钢类型对比

	金属含量	特性
<b>202不锈钢</b>	锰：5.5%-12% 镍：1%-6% 铬：10.5%-20%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 锰蒸汽对人体危害较大，不利于环保；</li> <li>• 性能比304差，但具备价格优势，且与304区别不大；</li> <li>• 难以回收再利用</li> </ul>
<b>304不锈钢</b>	锰：不高于2% 镍：6%-22% 铬：15%-25%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 具有抗氧化性、耐腐蚀性、耐高温性，在不锈钢中用途最为广泛</li> </ul>
<b>430不锈钢</b>	锰：不高于1% 镍：不高于0.75% 铬：不高于10.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 具有304的耐蚀性、抗氧化性；</li> <li>• 价格上具备优势，但对生产技术要求较高</li> </ul>

来源：头豹研究院编辑整理

## 2.2 中国不锈钢餐具行业的市场规模

近五年，中国城镇化率逐年增长，2018 年城镇化率达 59.6%。城镇化进程的持续推进促使人口结构的变化以及居民生活方式的转变，助推不锈钢餐具规模增长。此外，随着不锈钢餐具生产企业经营模式的转变，自主品牌销售额不断攀升，进一步推动不锈钢餐具市场规模增长。

头豹数据显示，中国不锈钢餐具市场规模从 2014 年的 40.6 亿元增长至 2018 年的 63.6 亿元，年复增长率达 11.9%。随着二胎政策带来的人口红利，未来儿童不锈钢餐具市场需求将得以充分释放，促使不锈钢餐具市场规模稳步上升，2023 年有望接近百亿规模（见图 2-3）。

图 2-3 中国不锈钢餐具行业市场规模，2014-2023 年预测



来源：头豹研究院编辑整理

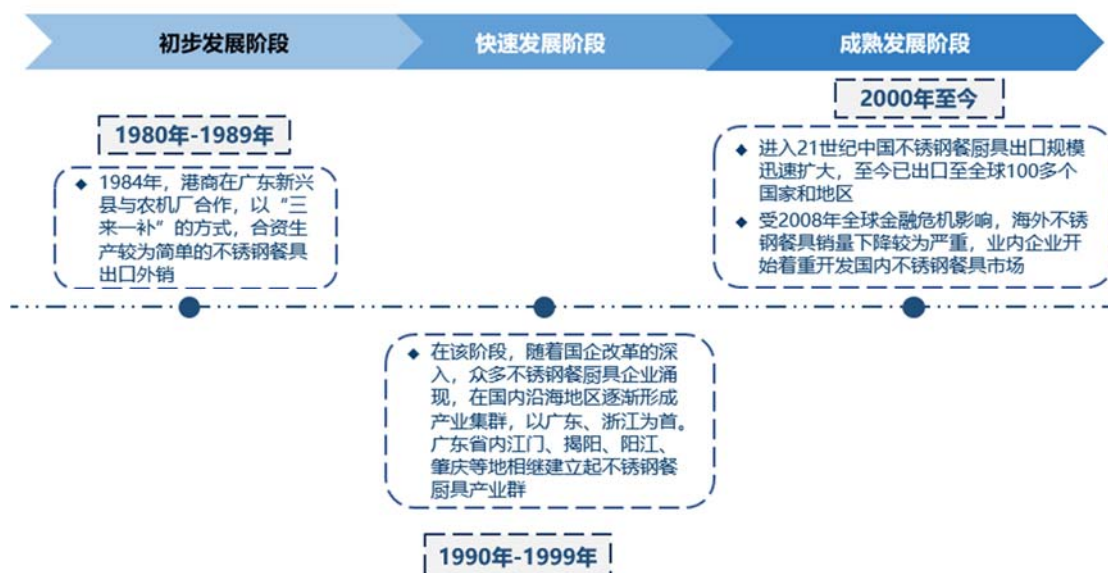
## 2.3 中国不锈钢餐具行业发展历程

20 世纪 60 年代以前，受技术和生产能力的限制，中国餐厨具市场主要以简单的铁质餐厨具为主。20 世纪 80 年代，市场上逐渐出现铝制餐厨具，但难以满足市场需求，不锈钢



餐厨具行业获得发展契机。因此，不锈钢餐厨具行业始于 20 世纪 80 年代，经历了初步发展阶段、快速发展阶段、成熟发展阶段（见图 2-4）。

图 2-4 中国不锈钢餐厨具行业发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

1980年至1989年为初步发展阶段，伴随着改革开放，居民生活水平提高，国外先进加工技术的涌入，中国不锈钢餐厨具行业逐渐得到发展。由于不锈钢制品在耐用性上的优势明显，不锈钢生产的各种炒锅、汤锅等厨具以及餐具在中国市场得以普及。1984年，港商在广东新兴县与农机厂合作，以“三来一补”的方式，合资生产较为简单的不锈钢餐厨具出口外销。随后，新兴县不锈钢餐厨具产业迅猛发展，百利丰、联合、凌丰、粤兴华等不锈钢企业先后成立。该阶段，中国劳动成本较低，不锈钢餐厨具企业主要以小规模代工生产的方式，将产品销往国外。

1990年至1999年为快速发展阶段，随着国企改革的深入，众多不锈钢餐厨具企业涌现，在中国沿海地区逐渐形成产业集群，以广东、浙江为首。广东省内江门、揭阳、阳江、肇庆等地相继建立起不锈钢餐厨具产业群。广东凌丰集团、广东万事泰、广东三A集团等大型不锈钢餐厨具企业逐渐涌现。

2000 年至今为成熟发展阶段，进入 21 世纪，中国不锈钢餐厨具出口规模迅速扩大，至今已出口至全球 100 多个国家和地区。该阶段，不锈钢餐厨具仍以代工生产为主，但中国劳动力成本优势逐渐减弱，代工生产订单减少，同时本土生产企业生产技术日趋成熟，产品质量逐步提高，本土企业逐渐开始建立自主品牌开拓全球市场，自主品牌销售占比不断提高。受 2008 年全球金融危机影响，海外不锈钢餐具销量下降较为严重，业内企业开始着重开发中国不锈钢餐具市场。

近十年，随着中国居民生活水平提升，对不锈钢餐具外形设计等方面要求提升，促使餐具产品形式、大小、规格不断丰富。同时，受西方餐饮文化的影响，刀叉等不锈钢餐具的销售不断增加，推动行业发展。

## 2.4 不锈钢餐具产业链分析

不锈钢餐具产业链上游环节为矿产开采加工业、不锈钢加工生产业；中游环节为不锈钢餐厨具生产企业；下游环节为销售渠道以及终端消费者（见图 2-5）。

图 2-5 中国不锈钢餐具行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

### 2.4.1 上游分析

处于不锈钢餐具产业链上游环节为矿产开采加工业、不锈钢生产加工业。矿产开采加工业以铁矿石、镍矿石、铬矿石、锰矿石等原料开采以及对原料进行初步处理和提炼为主；不

---

锈钢生产加工业以生产不锈钢卷材、带材、管材等不锈钢初级产品为主。不同种类的不锈钢在元素配比上存在一定差异，其中 200 系和 300 系为不锈钢餐具行业较为常用的种类。

### ➤ 矿产开采业

铬元素具有耐腐蚀的特性，因此金属铬常被加工成铬铁用作不锈钢生产的原料，90%以上的铬铁用于不锈钢和超级合金的生产，添加铬铁可增强不锈钢的硬度和抗腐蚀性。在较为常用的 200 系和 300 系不锈钢中，铬含量都较高，其中以 300 系的铬含量最高，约占总成分的 15%至 25%。

中国铬资源产地主要分布于西藏、新疆、内蒙古等西部边远地区，经济发展欠发达，交通不便，矿产开发难度大，且中国铬资源保有量较为缺乏，难以满足下游不锈钢企业需求，因此很大程度上依赖于进口。海关总署数据显示，2018 年中国铬矿砂及其精矿进口量为 1,429 万吨。在全世界范围内，铬矿主要分布在南非、哈萨克斯坦、津巴布韦等国家，其中南非、津巴布韦为中国铬矿的主要进口国。

此外，镍元素也为不锈钢 300 系的主要组成元素之一，其能让不锈钢产生高度耐腐蚀性，并增强钢的韧性。以 304 不锈钢为例，镍合金含量约为 8%至 11%之间。目前，300 系为中国目前消费量占比最大的不锈钢系列，因此镍价格的波动对不锈钢生产成本影响较大。由于中国不锈钢行镍的需求量较大，主要通过向印度尼西亚、菲律宾等国家进口。

### ➤ 不锈钢加工生产业

不锈钢加工生产环节主要是为对矿石的冶炼以及对其进行混合、加工和压延等过程，最终形成不同类型的不锈粗钢。根据客户不同的需求，不锈粗钢可分为板卷、型材、管材、带材四种形式，中游不锈钢餐具企业通过购置不同规格的板卷原料，优先将其用于不锈钢厨具的生产，随后利用不锈粗钢的边角料再生产成不锈钢餐具。

---

随着中国不锈钢消费量不断增长，不锈钢行业的生产能力也随之增加。中国不锈钢生产企业产量规模差异较大，以太钢、宝钢、酒钢、张浦等为代表的国企具有国际先进设备，产能较大、生产效率高，促使不锈钢产品在价格、质量上具备优势；同时业内还有大量以中频炉为冶炼装备的中小型生产企业，该类企业生产工艺以及生产设备较为落后，具有能源消耗高、产品质量差、资源浪费严重等特点。随着国家环保政策趋严，业内大量中小型企业因环保评测不达标而停产，甚至退出行业，行业集中度不断提升，以国企为代表的上游不锈钢生产企业议价能力提升，致使不锈钢粗钢价格上升。

#### **2.4.2 中游分析**

不锈钢餐厨具生产企业处于不锈钢餐具行业中游环节。由于不锈钢餐具市场规模有限，只经营不锈钢餐具业务难以产生规模经济效应，因此大部分业内企业不仅从事不锈钢餐具业务，同时参与其他不锈钢厨房用具的生产。

不锈钢厨具生产企业的生产工艺相对单一，主要通过冷冲压成型的方式生产不锈钢餐具产品。冷冲压是通过压力机上的模具，在室温下对板卷型不锈钢施加压力使其变形或分离，从而获得具有一定形状、尺寸的餐具雏形。一方面，冷冲压工艺效率高，在高速冲压下，每分钟可生产上千件小型餐具制件；另一方面，冷冲压工艺材料利用率高，其主要采用生产大件厨具后的板卷边角余料生产餐具制件，实现材料利用率最大化，节省生产成本。

中国不锈钢餐具行业运营模式主要分为自主品牌生产以及代工生产（OEM）两种。目前，中国不锈钢厨具多以代工生产为主，由于不锈钢厨具生产技术主要以冷冲压成型以及人工表面处理为主，技术含量较低，且产品同质化严重，因此大部分企业主要为海外知名品牌代工生产不锈钢餐具产品，导致产品溢价空间较小。近十年，随着行业生产规模和技术水平

---

逐渐提升，部分业内领先企业通过开创自有品牌的方式开拓中国市场，依靠品牌影响力，进而增加产品溢价以及利润空间。

下游不锈钢餐具销售量呈现一定的季节性。一般而言，7月至12月为不锈钢餐具的销售旺季，部分大型不锈钢厨具企业通过在上半年与大型钢厂签订期货协议的方式，锁定不锈钢价格，以规避钢价因季节因素而上涨的风险。然而，由于期货协议规定中游企业需向钢厂购买较大量级的不锈钢，通常在1000吨以上，因此不锈钢厨具企业需具有较大的资金规模以及产品销量。小型中游企业则主要通过原料零售市场以及原料批发商购置不锈钢。相较于大型不锈钢厨具企业，小型企业具有更高的周期性风险以及更低产品溢价，在企业数量众多、产品溢价较低的不锈钢餐具行业，小型企业竞争力不足。

### 2.4.3 下游分析

不锈钢餐具产业链下游环节主体为销售渠道以及终端消费者，中游生产企业通过家居卖场、商超等线下渠道以及自营网站、电商平台等线上渠道将产品销售至终端消费者，其中线上渠道为不锈钢销售的主流渠道。

不锈钢餐具餐具有品体积小，单品价格低、功能单一等特点，因此更适合线上渠道推广及销售，同时电商渠道具有购买方便、效率高等优势，节约消费者时间成本，提升消费体验。头豹通过对业内拥有十年以上销售经验的不锈钢餐厨具行业专家的访谈得知，目前中国不锈钢餐厨具线上渠道销售额占比超70%，不锈钢餐具品牌均在电商平台开设自有品牌专营店，由于不锈钢餐具单价较低，品牌商主要通过批量销售的方式，以提升产品销量，同时消费者可享受较线下渠道更低的产品单价，从而实现双赢。此外，部分中游生产企业与家居卖场合作，通过开设直营店的方式，入驻家居卖场，与家具、家电等产品配套销售，但由于线下渠道人力、租金等运营费用较高，产品价格不具备优势，销售额占比逐年下降。

---

消费者为不锈钢餐具产业链的终端环节。由于不锈钢餐具产品使用周期较长，复购率较低，随着居民收入水平的提高，消费者更注重产品的外观设计、色彩等方面，因此不锈钢餐具产品逐渐向高端化、个性化方向发展。

### **3 中国不锈钢餐具驱动及制约因素**

#### **3.1 驱动因素**

##### **3.1.1 城市化进程加快、居民收入上升，推动行业发展**

得益于中国城市化进程加快、居民收入水平的提高，不锈钢餐具需求平稳增长，推动行业不断发展。

近五年，受城镇区域扩张、城镇人口自然增长、乡村人口迁移等因素影响，中国城镇人口数量以及城镇化率逐年提升。国家统计局数据显示，中国城镇人口总数从 2014 年的 7.5 亿人增长至 2018 年的 8.3 亿人，年复增长率达 2.6%；2018 年中国城镇化率为 59.6%，相较 2014 年提升 4.8 个百分点。2014 年 8 月，国务院发布的《国家新型城镇化规划（2014-2020）》提出中国将大力推动城镇化水平和质量的稳步提升，力争到 2020 年城镇化率达到 60%左右。随着国家战略的实施，大量农民进城务工就业，城镇化不断加速，该趋势在中国三四线城市尤为明显。随着中国城镇化进程加快，城镇家庭数量上升，居民新置餐厨具需求上升，进而提升不锈钢餐具销量。

中国居民收入逐年攀升。国家统计局数据显示，中国居民人均可支配收入从 2014 年的 20,167 元增长至 2018 年的 28,228 元，年复增长率达 8.8%。随着中国消费者可支配收入的增加，消费者对自身健康的关注提高，促使其对不锈钢餐具制品质量要求提升，带动中国不锈钢餐具行业的发展。

---

### 3.1.2 经营模式的转变为不锈钢餐具全球市场带来强大推力

20 世纪 90 年代来，由于大部分中国不锈钢餐具企业在生产技术、资金规模等方面不具优势，尚未建立自有餐具品牌，主要采用 OEM 模式为国外企业进行代工生产，通过代工生产赚取低廉的加工费用，利润水平较低。

近十年，受益于长期代工积累的经验，本土企业对全球餐具市场的了解不断深入，逐渐原来的 OEM 模式逐渐向“OEM+ODM”模式转型。在“OEM+ODM”模式下，代工企业一方面可根据客户的需求，参与设计、生产两个环节或仅参与生产一个环节，从而扩大客户群体；另一方面，ODM 模式可增强代工企业的产品研发能力，为开创自主品牌提供支持。

此外，随着中国劳动力成本逐年上升，不锈钢厨具产业逐渐向劳动力成本更低的东南亚国家迁移，部分大型不锈钢厨具企业通过开创自主品牌，将业务延伸至下游销售环节，参与到全球厨具市场的竞争行列，如苏泊尔集团、凌丰集团等。受此影响，一方面，开创自主品牌可拓宽企业业务分支，弥补企业代工业务损失的产能；另一方面，自主品牌产品溢价空间更高，进而提升企业毛利率。

随着部分不锈钢餐具企业经营模式由 OEM 逐渐向 ODM 以及自主品牌生产延伸，该类企业产品设计能力增强，产品溢价能力提升，成为不锈钢餐具行业发展的一大驱动因素。

### 3.1.3 自动化生产的普及推动行业发展

过去，中国不锈钢餐具企业自动化程度较低，大部分工序主要依靠人工完成。因此，企业竞争存在以下劣势：①以人工为主的生产线效率较低，且生产过程中安全隐患较多；②近年来中国制造业人工成本不断攀升，不锈钢餐具生产成本随之增加，生产企业利润空间遭到挤压。

---

国家统计局数据显示，中国规模以上制造业企业的生产制造人员年均薪资从 2014 年的 41,245 元增长至 2017 年的 49,354 元，年复增长率为 6.2%。

国务院于 2015 年 5 月印发《中国制造 2025》，提出着力发展智能装备和智能产品，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平。为响应《中国制造 2025》的号召，不锈钢餐具企业生产工序自动化程度不断提高，部分企业冲片、拉伸、切片、抛光等工序均实现自动化生产。例如，2016 年，凌丰集团自主研发、设计、安装调式的自动化生产线正式投入运营，为中国不锈钢餐具行业第一条完整的自动化生产线。相较于以人手操作为主的传统生产线，自动化生产线的优势主要体现在生产效率、人力、环境污染等方面：①生产效率方面，不锈钢餐具产能由原来的每天 1,000 件增加至每天 3,000 件，促使订单完成时间缩短，客户满意度得以提升；②人力方面，自动化生产线生产工人使用量从原来的 130 人降至 30 人，一定程度减少人工成本；③环境污染方面，为避免产生粉尘，自动化生产线抛光工序为全封闭操作，一方面减少抛光过程中对工人造成误伤的风险，改善工作环境；另一方面，封闭环境提升粉尘的可控性，减少餐具生产的污染。

## **3.2 制约因素**

### **3.2.1 部分产品存在安全隐患**

受生产原料抗腐蚀性较差、监管难度大等因素影响，中国不锈钢餐具产品品质参差，部分产品不符合国家食品安全规定，存在较大安全隐患。由于刀、叉、匙等不锈钢餐具在使用时直接接触食品，因此不锈钢餐具的生产标准在《食品安全国家标准食品接触用金属及制品（GB4806.9-2016）》（简称“《标准》”）规定范围内。



---

相较炊具而言，餐具在使用过程中温度较低，因此不锈钢餐具企业生产餐具类不锈钢制品通常使用防腐蚀能力相对较弱的奥氏体-铁素体钢材。由于盐、酸等物质具有较强腐蚀性，部分不符合《标准》规定的不锈钢餐具存在被腐蚀的风险，使餐具中的重金属元素溶解，消费者日常使用不锈钢餐具期间，重金属被腐蚀物将伴随食物进入人体。长期摄入重金属被腐蚀物，对人体将产生不同程度的危害。以重金属镉为例，长期摄入镉对人体的骨骼、肾脏造成危害，且排除体外难度较大，因此国家对镉含量要求较高。根据《标准》，每公斤不锈钢餐具产品镉含量不得超过 0.02 毫克。

目前，市面上销售的不锈钢餐具均没有按照标准对不锈钢的材质种类和镍铬含量进行标识，不便于监管部门以及消费者的监督，部分企业为节省生产成本，采用品质较差的不锈钢生产餐具，导致产品不符合国家食品安全标准，存在较大安全隐患。

### **3.2.2 不锈钢粗钢行业整合力度加大，粗钢成本上升**

受限于国家加紧对钢厂产能审核、环保高压政策等因素，部分不合规、环保基础较差的产能逐渐退出行业，促使业内整合力度加大，行业集中度提升，不锈钢粗钢生产商议价能力加强，致使不锈钢粗钢价格提升，不锈钢餐具生产成本增加，成为行业一大制约因素。

炼钢工业属于重污染行业，不同生产环节产生的污染物形态不一。其中，烧结和炼焦环节主要产生硫化物、氮氧化物和烟尘等废气；炼铁及炼钢环节主要产生炉渣等固体废弃物；轧钢环节产生的污染物则主要是冷却水等废水污染。因此，生产企业在环保方面投入较大，以处理各种污染物，部分规模较小的企业难以承担相应的环保治理费用，偷排漏排等现象频发。为规范业内排污措施，环保部于 2016 年 7 月印发《关于进一步强化钢铁行业环境保护转向执法检查的紧急通知》，要求对重点企业进一步加大现场检查频次，重点排查主要污染

---

物达标排放情况、自动监控设施安装和运行情况等。行业环保政策趋严，有助于具备完善环保体系的大规模生产企业进一步扩大产能，市场份额逐渐向该类企业聚拢。

此外，国家严格审查产能标准，不符合资质的产能将逐步关停乃至退出。2016年11月，工信部印发《钢铁工业调整升级规划（2016-2020年）》，要求全面取缔生产“地条钢”的中频炉、工频炉等产能，全年关停并拆除400立方米及以下炼钢高炉、30吨及以下炼钢转炉、30吨及以下电炉等落后生产设备。落后产能的加速退出，有效地提升现有产能利用率，行业集中度上升，炼钢企业议价能力增强，不锈钢价格提升，致使不锈钢餐具企业生产成本攀升，制约行业发展。

### **3.2.3 产品同质化严重，产品竞争力不足**

过去，不锈钢餐具生产企业凭借劳动力成本优势，通过为国际餐具品牌代工生产不锈钢餐具的方式，仅赚取产品加工费用，利润空间较小。

随着中国劳动力成本逐年攀升，生产企业面临进退两难的困境。劳动力成本的提升，致使本土代工企业竞争力下降，国际品牌的代工生产需求逐渐向劳工更为低廉的东南亚国家迁移，本土企业代工订单量减少，部分本土生产企业谋求转型，通过建立自主品牌的方式开拓全球市场，但该模式的发展过程中受到了较大的阻力，根源为：一方面，这些品牌建立时间较短，知名度较低，品牌影响力仍需较长时间的积累；另一方面，长期的代工生产使本土生产企业缺乏自主创新意识，大部分企业对研发的投入不足，导致核心技术和研发能力的缺失，目前业内企业主要依靠互相模仿产品设计的方式推出新品，一定程度上抑制了企业创新的积极性。

基于此，现阶段不锈钢餐具行业产品样式较为单一，产品同质化严重，本土企业主要集中在中低端餐具市场，大部分企业对生产成本的把控放在首要位置，主要通过生产“基本款”

---

产品，以满足消费者基本的用餐需求。然而，随着消费者生活水平提升，其消费偏好趋向高端化、个性化，致使样式单一的中低端餐具市场逐渐萎缩，本土生产企业竞争力较弱，制约行业发展。

## 4 中国不锈钢餐具行业政策分析

不锈钢餐具行业相关政策较少，涉及不锈钢制品行业标准等方面；上游不锈钢生产行业主要为限制政策，涉及环境保护、产能减压、置换产能等方面（见图 4-1）。

2011 年 11 月，卫生部发布了《食品安全国家标准不锈钢制品（GB9684-2011）》，对不锈钢制品范围、生产技术、标签标示、金属元素含量等方面做出了明确规定。2016 年 10 月，国家卫计委发布《食品安全国家标准食品接触用金属材料及制品（GB4806.9-2016）》（简称《标准》），替代了《食品安全国家标准不锈钢制品（GB9684-2011）》，对不锈钢制品定义、原料要求、特殊使用要求等方面进行了修改。根据《标准》，不锈钢食具容器及食品生产经营工具、设备的主体部分应选用奥氏体型不锈钢、奥氏体-铁素体型不锈钢、铁素体型不锈钢等不锈钢材料，不锈钢餐具主体部分也可采用防腐蚀性更差的马氏体型不锈钢材料，因此不锈钢餐具相较不锈钢炊具在选材方面要求较低。

2016 年 11 月，工信部发布了《钢铁工业“十三五”规划》，提出以降低能源消耗、减少污染物排放为目标，全面实施节能减排升级改造，不断优化原燃料结构，大力发展循环经济，积极研发、推广全生命周期绿色钢材；到 2020 年，钢铁工业供给侧结构性改革取得重大进展，实现全行业根本性脱困，产能过剩矛盾得到有效缓解，粗钢产能净减少 1 至 1.5 亿吨。根据《规划》，未来不锈钢行业环保压力将逐渐增大，产能将逐步下降，行业集中度进一步提高。

2017年12月，工信部印发《钢铁行业产能置换实施办法》《简称“办法”》，提出京津冀、长三角、珠三角等环境敏感区域置换比例不低于1.25:1，其他地区实施减量置换。随着《办法》落实，产能置换将成为钢铁行业降产能的另一途径，促使钢铁产能进一步下降。

2018年5月，环境部发布《钢铁企业超低排放改造工作方案（征求意见稿）》，提出力争2020年底前、22年底前、25年底前分别完成钢铁产能超净排放改造4.8亿吨、5.8亿吨、9亿吨左右；淘汰重点区域1,000立方米以下高炉。

图 4-1 不锈钢餐具相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《食品安全国家标准不锈钢制品 (GB9684-2011)》	2011-11	卫生部	对不锈钢制品范围、生产技术、标签标示、金属元素含量等方面做出了明确规定
《食品安全国家标准食品接触用金属材料及制品 (GB4806.9-2016)》	2016-10	卫计委	替代了《食品安全国家标准不锈钢制品 (GB9684-2011)》，对定义、原料要求、特殊使用要求等方面进行了修改
《钢铁工业“十三五”规划》	2016-11	工信部	提出以降低能源消耗、减少污染物排放为目标，全面实施节能减排升级改造，不断优化原燃料结构，大力发展循环经济，积极研发、推广全生命周期绿色钢材；到2020年，钢铁工业供给结构结构性改革取得重大进展，实现全行业根本性脱困，产能过剩矛盾得到有效缓解，粗钢产能净减少1至1.5亿吨
《钢铁行业产能置换实施办法》	2017-12	工信部	提出京津冀、长三角、珠三角等环境敏感区域置换比例不低于1.25:1，其他地区实施减量置换
《钢铁企业超低排放改造工作方案（征求意见稿）》	2018-05	环境部	提出力争2020年底前、22年底前、25年底前分别完成钢铁产能超净排放改造4.8亿吨、5.8亿吨、9亿吨左右；淘汰重点区域1000立方米以下高炉

来源：头豹研究院编辑整理

## 5 中国不锈钢餐具行业市场趋势

### 5.1 旋压成型工艺逐渐普及

过去，不锈钢餐具主要采用冲压成型工艺生产，使卷板不锈钢在不破裂的情况下产生塑性形变而获得不同形状以及尺寸的餐具成品。随着炼钢工业技术的不断发展，旋压成型工艺日益成熟，并逐渐在不锈钢碗、碟等环形餐具的生产中得以普及。旋压工艺的流程是将毛坯陶在芯模上，通过液压装置顶紧芯模，并以一定的速度维持旋转，在旋轮推力的作用下产生摩擦力，而后经过工件壁传递扭矩形成餐具产品锥形。旋压工艺综合了挤压、拉伸、环扎、

---

横扎、滚压等工艺，使形状和壁厚得以改变，从而制成餐具产品，其生产准备的周期较短，适用于外形复杂且中小批量环形不锈钢餐具产品的生产。

相较冲压工艺，旋压工艺在生产效率、安全性、产品性能等方面均具备优势：①旋压工艺模具外形较为简单，具有更高的材料利用率以及更短生产时长，避免了冲压工艺因形变次数过多而导致模具生产效率较低等问题；②旋压工艺的生产过程中机器震动幅度较小，减低因震动而导致工人误伤的风险，具有较高的安全性；③旋压工艺改进了生产技术，产品表面具有更高的强度，减少产品表面被划伤的概率，从而降低餐具的破损率。

---

旋压工艺的普及，促使不锈钢碗、碟等餐在生产效率、安全性、产品性能等方面均有一定程度的提升，逐渐成为不锈钢碗、碟生产的主流工艺。

# 前哨 2020 | 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利  
Insights into Tech and the Future

直播时间  
每周四20:00-21:00

全年50次直播课程  
+私享群互动

随报随听

## 王煜全

海银资本创始合伙人  
得到《全球创新260讲》主理人



## 扫码报名

微信咨询: InnovationmapSM  
电话咨询: 157-1284-6605

---

## 5.2 二胎政策释放需求，儿童餐具细分市场增长迅猛

国家开放二胎政策，新生儿数量上升，儿童餐具细分市场需求充分释放，不锈钢儿童餐具新品成为行业新趋势。

2015 年，中共全会公报指出，全面实施一对夫妇可生育两个孩子政策（简称“二胎政策”），促进人口均衡发展。二胎政策的出台为推动新生儿数量增加的最主要原因，其中，2017 年二孩及以上占总出生人口比重超过 50%。随着二胎政策不断深入落实，中国新生儿数量持续攀升。国家统计局数据显示，中国新生儿数量从 2015 年的 1655.0 万增长至 2017 年的 1723.0 万，庞大的儿童群体促使中国儿童餐具需求得以释放。

儿童餐具市场主要针对 1 至 3 岁年龄段的儿童，该年龄段儿童身体较为脆弱，因此对在餐具要求上较为严格。一方面，不锈钢餐具易于擦洗，不容易滋生细菌；另一方面，相较于塑料以及仿瓷材料，不锈钢具有更加的耐热性，盛放高温食物时可防止有害化学物质溶解，以保证餐具的安全性。

目前，中国儿童餐具产品主要由儿童用品品牌生产，该市场竞争较为激烈，行业集中度较低，尚未出现占据明显优势品牌，目前业内领先品牌包括 Babycare、Hoy Bell（好伊贝）、Pigeon（贝亲）等。相较于传统不锈钢餐具生产企业，儿童用品品牌针对婴幼儿年龄段消费者，在选材方面更为谨慎。部分儿童餐具品牌采用医用级不锈钢生产餐具，如 Sharecare（雪卡尔）选用 316 不锈钢生产儿童进食餐具。

## 5.3 产品向高端化发展

随着消费者生活水平的提高，消费者对餐具外观、性能等方面提出更高的要求，不锈钢餐具产品逐渐向高端化、专业化方向发展。



---

在性能方面,不锈钢餐具具有表面光滑的特点,清洁便捷程度较高,且不易细菌的滋生。近年来,随着市场竞争愈发激烈,部分炼钢企业采用不同的工艺生产出具有抗菌特性的不锈钢粗钢,进一步提升产品的抗菌性。目前,炼钢企业主要通过在不锈钢内添加一定量铜、银、锌等抗菌金属元素,控制铸造、锻压、轧制及热处理过程,使抗菌金属元素在不锈钢机体中以均匀的大小以及形状析出,在不降低不锈钢的力学性能和抗腐蚀性能的情况下,提升其抗菌性能。

在外观方面,头豹根据对业内有着十年以上不锈钢厨具销售经验的行业专家访谈得知,不锈钢餐具产品同质化严重,消费者难以辨识品牌,因此产品外观为不锈钢餐具的核心竞争力,生产企业主要通过改善产品外观以提升竞争力。不锈钢原色种类较为单一,部分生产企业通过采用电镀工艺,在餐具表面镀上锌、镉、黄铜、金等金属,使餐具颜色更加多样,以吸引消费者目光,促进产品销量。此外,部分不锈钢餐具品还将彩色不锈钢与印刷术相结合,采用蚀刻、研磨、网点法相配合的工艺,生产出带有浮雕壁画、挂屏等高端产品,以提升产品溢价。

## **6 中国不锈钢餐具行业竞争格局**

### **6.1 竞争格局分析**

中国不锈钢餐具行业竞争较为激烈,企业数量众多,行业集中度较低。受生产技术以及品牌影响力等因素影响,中国不锈钢餐具企业长期以 OEM 贴牌方式为国际餐具品牌加工并实现出口销售,行业整体毛利率较差。随着中国劳动力成本不断攀升,代工生产企业竞争力下降,生存空间被逐渐压缩,规模较小、盈利水平差的企业面临退出压力,业内企业纷纷通过建立自主品牌的方式谋求转型。

---

目前，中国高端不锈钢餐具市场主要被 SEB、ZWILLING（双立人）、WMF（福腾宝）等国际不锈钢厨具品牌所占据，该类品牌发展时间较长，在生产技术、产品设计方面具有较大优势；中端品牌主要由苏泊尔、爱仕达、凌丰、万事达等本土不锈钢厨具企业占据，该类品牌过去主要以代工生产为主，近年来自主品牌生产占比逐渐上升，且在全球市场已具有一定规模；低端市场主要由规模较小的不锈钢餐具企业所占据，企业数量众多，且业务较为单一，在环保政策收紧的大背景下，该类企业面临关停甚至退出行业的风险，数量将呈下降趋势。

地域分布方面，中国不锈钢餐具企业主要分布在广东、浙江等地区。广东省的不锈钢餐具企业主要在佛山顺德、江门、揭阳及云浮新兴等地区。浙江嵊州市不锈钢餐具产业集群已形成，具备较大的产业规模。

## **6.2 不锈钢餐具行业企业分析**

### **6.2.1 凌丰集团**

#### **6.2.1.1 公司简介**

广东凌丰集团股份有限公司（简称“凌丰集团”）成立于 1993 年，总部位于广东云浮，是以不锈钢餐厨具、铝制品以及智能家电研发、制造、销售为主的国际化企业。凌丰集团现有多家专业化生产厂，在中国、美国、德国、澳洲等国家设立多家销售公司，主要产品包括不锈钢汤锅、炒锅、高速节能锅、餐具、及铝锅、小家电等五十多个系列、一千多个规格品种。凌丰集团年出口创汇超 1 亿美元，不锈钢餐厨具出口额连续十余年位于全国首位。凌丰集团拥有“LINKFAIR”、“凌丰”、“CS”、“1829”、“CHARTERHOUSE”、“MICHELANGELO”等多个自主品牌，并于国际知名不锈钢厨具企业及品牌合作生产，产品远销欧美、中东、俄罗斯、日本等 100 多个国家和地区。

---

### 6.2.1.2 竞争优势

#### ➤ 技术优势

2014年，凌丰集团征地300亩，总投资10亿元，以“工业4.0”和“中国制造2025”为标杆，建设集高档不锈钢厨具、不锈钢餐具、铝制品、电木、玻璃盖、小家电以及物流中心和研发中心于一体的“现代餐厨具产业升级基地”。该基地将建设10条自动化生产线、5条传统生产线、4条铝制品生产线和物流中心、开料中心、省级工程技术研发中心。项目全部建成达产后，将实现年产2400万套不锈钢锅、600万套铝喷涂产品，产值达18亿元，年出口额超2亿美元。

2015年，凌丰集团产业升级基地一期工程建成投产，公司自主研发的中国首条不锈钢锅自动化生产线成功运营。该自动线按照“一体化、自动化、信息化、智能化”标准，把传统离散型生产整合成一体化流水式自动化生产，每小时生产400个不锈钢锅，一线工人比传统生产单线人数下降68%，产品在线生产效率比传统生产提升近40倍，综合成本下降10%以上。2017年，第二、三、四条自动化生产线相继建成投产。该自动化线的研发成功，填补了全球行业空白，具有较强的推广应用价值。

#### ➤ 科研优势

凌丰集团自主研发产品先后获得德国红点奖、IF奖、德国厨具创新奖、台湾金点奖、中国创新设计红星奖、中国优秀工业设计金奖、中国出口产品设计奖、中国好设计、省长杯等多项殊荣。公司现有国际专利3项，软件著作权3项，国家授权专利近400多项，其中发明专利17项，实用新型专利68项，拥有的专利数量位居于同行业前列。

目前，凌丰集团正积极创办“凌丰创新研究院”，将现有的省级企业技术中心、工程技术研发中心和工业设计中心的技术、人才和资源进行整合、提升，致力于新产品、新工艺、

---

新材料及智能厨房、厨电一体化、智能制造等研究创新，不断增强公司转型升级动力和提升公司核心竞争力。

#### ➤ 渠道优势

2011年，凌丰集团先后收购了德国CS集团以及MICHELANGELO品牌，并借助CS集团为核心的销售辐射区域，陆续将业务扩展至美国、澳大利亚、台湾、日本等国家和地区，通过设立海外仓库、自主品牌专卖店等方式不断提升销售额。

### 6.2.2 双喜电器

#### 6.2.2.1 公司简介

珠海双喜电器股份有限公司（简称“双喜电器”）成立于1956年，总部位于广东珠海，主要致力于明火炊具、电压力锅、电饭锅、炒锅等不锈钢餐厨具产品的研发、生产及销售，目前双喜电器旗下已有用150多个产品种类，450多个规格的单品，构成了集原材料供应、产品生产、产品销售、售后服务一条龙的炊具产业。

#### 6.2.2.2 竞争优势

##### ➤ 品牌优势

双喜电器至今已有60多年的发展历程，从1964年研制出中国第一口压力锅，1990年研制出中国第一口电压力锅，到2008年第一亿口压力锅下线，双喜电器已成为中国不锈钢餐厨具行业中知名品牌。2018年8月，双喜电器荣获“2018年广东省优秀自主品牌”称号；2018年12月，双喜电器荣获“广东企业文化名片”称号。

##### ➤ 技术优势

---

双喜电器技术门类齐全，拥有压力锅各个发展阶段的专业技术，在产品的更新换代和标准、工艺、材料、技术等方面均领先于同行业。双喜电器重视主导产品的研发，不断钻研创新。对产品精益求精，不断对产品进行设计改良，从功能、造型、技术等方面不断突破。目前，双喜电器拥有发明专利 93 项，实用新型专利 7 项，产品近 1,000 款。

#### ➤ 渠道优势

双喜电器市场网点布局密集，渗透力强。在全国各大主要城市均已设立营销中心和办事处，并进入了以沃尔玛为代表的国际国内大型连锁商超系统，在全国主要一级城市的部分大中型商场建立店中店和形象专柜，拥有一批高素质的导购员队伍，形成了覆盖全国的销售网络。产品行销全国 30 多个省市，并远销欧美、日本、中东、东南亚等 60 多个国家和地区。

### 6.2.3 上海冠华

#### 6.2.3.1 公司简介

上海冠华不锈钢制品股份有限公司（简称“上海冠华”）成立于 2000 年，总部位于上海，公司主营业务为中高端不锈钢锅具类厨房用品的研发、生产和销售，主要产品按生产工艺区分可分为不锈钢单底锅、复打锅、涂层锅及多层锅。上海冠华不锈钢炊具制造能力位居行业前列，其生产的不锈钢炊具 90%以上销往国外，主要为欧洲及亚洲，出口额一直处于行业领先地位。

上海冠华旗下拥有自主品牌“cizzle”（喜时），主打不锈钢餐厨具高端市场。目前，cizzle 品牌拥有雅致、厨神、心悦、巧思、乐煮等系列，涵盖奶锅、汤锅、煎锅、炒锅、火锅，压力锅等产品。

---

### 6.2.3.2 竞争优势

#### ➤ 渠道优势

目前，上海冠华在国际市场以 OEM 模式为主，结合 ODM 模式，为国际知名品牌商提供专业的研发和生产一体化服务，目前上海冠华主要合作客户包括 WMF, Silit, Berndes, FAGOR, Roesle, KUHN RIKON, Buffalo, IKEA, LiDL, Tchibo, 中山福株式会社等。其中，上海冠华是 WMF、BERNEDS 等品牌不锈钢餐厨具全球最大 OEM 供应商。

#### ➤ 技术优势

上海冠华拥有先进的大规模生产基地，占地面积 10 余万平方米，先进机械设备数千台，以及诸多全自动和半自动化生产线。上海冠华年产能可达 1000 万只不锈钢锅，拥有强大的交付能力，是世界各大著名厨具品牌的首选供应商之一。

上海冠华以质量为企业导向，以 ISO9001 质量管理体系和 GMP 良好作业规范为基础，推进全过程的标准化生产。上海冠华建立了完善的质量管理构架和体系，配备了先进的品质检测中心，不断追寻材料、工艺、设备、模具及管理流程等各方面的改善机会，并先后获得 ISO9001、BSCI 以及 SG 等机构认证。

## 头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 **B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



### 四大核心服务：

#### 企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

#### 云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

#### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

#### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



## 报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说

详情请咨询





### 客服电话

400-072-5588



### 上海

王先生： 13611634866

李女士： 13061967127



### 南京

杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521



### 深圳

李先生： 18916233114

李女士： 18049912451