

去年多项业绩指标创新高

## 家电巨头玩“跨界” 主业副业两手抓

在房地产行业出现调整、家电需求预期下降的背景下，多家家电龙头企业近期却发布了喜人的业绩。在2023年，美的集团、格力电器、海尔智家三大巨头部分财务指标创下史上最佳，海信家电、长虹美菱等企业也实现了业绩大幅增长。

中国证券报记者在采访和调研中发现，家电巨头能取得不俗业绩的关键原因是充分利用良好的智能制造根基，开拓第二增长曲线，从家电主业延伸出其他相关业务，积极进军新能源汽车、储能、医疗等热门领域，逐渐淡化“纯家电企业”标签。

● 本报记者 万宇



TCL华星车载屏

本报记者 万宇 摄



创维在AWE(中国家电及消费电子博览会)上展示新能源汽车及光伏业务

## 多家龙头企业业绩创新高

近期，美的集团、海尔智家、海信家电等公司相继发布2023年年报，格力电器等公司发布了2023年业绩预告，这些家电龙头都在2023年取得了不俗的业绩，部分指标创下历史最佳。

美的集团年报显示，2023年公司实现营业收入3720.37亿元，同比增长8.18%；实现归属于上市公司股东的净利润337.20亿元，同比增长14.10%，其中归属于上市公司股东的净利润实现2019年以来最大增幅。“2023年，公司取得了历史上最好的经营业绩和显著进步，展现了美的经营韧性的高质量增长的长期态势。”美的集团在年报中表示。

海尔智家年报显示，2023年，海尔智家全球营业收入达到2614.28亿元，同比增长7.3%，归属于上市公司股东净利润达到165.97亿元，同比增长12.8%，扣除非经常性损益后的归母净利润达到158.24亿元，同比增长13.3%。“海尔智家坚定执行高端创

牌战略并推进数字化变革，再次交付历史最好业绩。”

格力电器2023年年报将于4月30日披露。根据此前格力电器发布的业绩预告，公司2023年预计实现收入2050-2100亿元，同比增长7.8%-10.4%，归属于上市公司股东的净利润270-293亿元，同比增长10.2%-19.6%，全年营收、净利或创历史新高。

海信家电、长虹美菱、奥马电器(TCL智家)等家电企业也在2023年实现了业绩的大幅增长。比如海信家电2023年实现了营收和利润的持续强劲增长，营收达856亿元，同比增长15.5%，归属于上市公司股东的净利润达28.37亿元，大幅增长97.73%，国内外市场份额再创新高。

不过也有一些公司掉队了，深康佳2023年年报显示，公司去年实现营业收入178.49亿元，同比下降39.71%，归属于上市公司股东的净利润为-21.64亿元。

## 积极探寻新增长点

根据奥维云网数据，2023年国内家电零售市场规模达到8498亿元，同比增长3.6%；据海关总署数据，2023年中国家用电器累计出口金额6174.2亿元，同比增长9.9%。不少头部家电企业去年盈利的增速都高于上述增长率，龙头家电企业在现有体量较大的情况下仍能再创佳绩受到市场关注。

一位家电行业研究员对中国证券报记者分析指出，这一方面是因为行业的马太效应，头部企业供应链体系、制造业基础更为扎实和完善，具有规模优势，在激烈的竞争中能够抢占更多的市场份额，另一方面是因为在原有的市场份额基础上，大型企业善于利用良好的智能制造根基，围绕家电主业延伸出其他相关业务，积极开拓第二增长曲线，保持盈利的持续增长。

以家电业务起家的TCL，现已布局智能终端、半导体显示、新能源光伏三大核心产业。“经过四十多年的发展，TCL已成为具有全球竞争力的智能科技产业集团，深耕高科技、重资产、长周期的战略性新兴产业。未来我们将以战略目标为牵引，在技术、资本、人才和经营管理等领域建立竞争力。”TCL创始人、董事长李东生表示。

创维集团2020年进军光伏新能源赛道，凭借在家电领域30多年的品牌优势，近年来，创维集团分布式光伏

电站装机规模持续快速增长，已发展成为分布式光伏行业的龙头之一。创维集团董事会主席林劲表示，公司将坚定不移推进新能源业务发展，持续扩大在新能源市场的规模化优势。

美的集团是较早提出拓展家电以外业务的家电企业，通过内部孵化和收购等方式，涉足机器人、智能建筑、储能、医疗等多个领域。去年，美的集团在推动ToC产品向高端化、智能化升级的同时，继续坚定点燃第二引擎，形成ToC与ToB并重发展的业务结构，B端业务取得了较快增长，美的新能源及工业技术、机器人与自动化、智能建筑科技三大ToB业务收入分别为279亿元(同比增长29%)、311亿元(同比增长12%)、259亿元(同比增长14%)。近期，美的集团在ToB业务上动作频频，4月11日，美的集团举办美的医疗战略升级发布会，宣布通过5个医疗相关的业务实体和2个集团平台研究院，从源头突破核心技术和关键部件，并将硬件创新与AI技术深度融合，推出适用于不同应用场景的解决方案。

对于美的集团未来的发展，美的集团董事长兼总裁方洪波表示，美的集团将坚定产业升级，ToC和ToB业务均衡发展，多元产业形成周期互补，进一步加大ToB产业投入，坚定ToB转型，把握市场机遇。

年来，TCL旗下TCL华星发力车载屏，小米SU7的中控生态屏就由TCL华星提供。TCL华星副总裁刘小兰表示，TCL华星进入车载领域时间不长，虽然去年出货量不算大，但增幅较大，实现了翻倍增长。“过去我们只是在高端车载屏上发力，那时候我们还没有非晶硅的产线，2022年t9产线量产以后开发了非常多的非晶硅车载显示屏，我们以非常快的速度追赶。”刘小兰说。

格力电器同样也在谋求家电以外的业务，转型多元化、科技型的全球工业集团。2013年起，格力电器相继进军智能装备、通信设备、模具等领域，已经从专业空调生产延伸至多元化的高端技术产业。格力电器通过收购格力钛以及盾安环境，打造从基础核心零部件到终端产品的全链条新能源产业生态。去年底，格力电器增持格力钛股份，使格力钛的战略重要性、持股比例更加匹配。格力电器表示，未来将继续深化新能源领域的战略布局，挖掘更多的成长空间，格力钛将作为重要的发力点加速产业协同，为格力电器的多元化注入新动能。

## 看好行业景气度

## 机构密集调研产业链公司

● 本报记者 张兴旺

东方财富Choice数据显示，今年以来，机构密集调研苏泊尔、飞科电器、九阳股份、长虹美菱、美的集团等30多家家电产业链公司。机构分析称，当前阶段家电内外销均维持高景气度。未来，随着人工智能、物联网等技术在家电产品融合，智能产品大量涌现，用户需求将保持增长。

## 发力海外市场

苏泊尔是厨房炊具、小家电研发制造商及领先品牌。东方财富Choice数据显示，今年以来，兴业证券、太平洋证券、国信证券等130家机构调研苏泊尔。4月初，在接受机构调研时，苏泊尔表示，随着消费者使用习惯、使用场景及对产品功能需求的变化，未来小家电行业规模及消费需求仍存在一定增长空间。

国联证券研报称，预计小家电行业2024年有望维持平稳景气度。苏泊尔表示，未来，公司希望能够继续深耕炊具与厨房小家电等传统优势品类，持续进行产品创新及迭代，推出更多小容量、智能化、多功能的产品以适应不同消费人群和场景的需求。同时，公司将在家居清洁、个人护理等新品类中挖掘潜在的市场空间，以保持可持续发展态势。

飞科电器产品包括个人护理电器、生活电器及厨房电器三大类。东方财富Choice数据显示，今年以来，汇添富基金、博时基金、招商基金等118家机构调研飞科电器。飞科电器表示，公司已进一步优化海外市场策略，重点聚焦在东南亚、非洲、中东等新兴市场，已组建新的海外业务团队，全面布局重点海外市场的渠道建设，针对当地市场特性与经销商共同制定产品和营销策略，实现海外市场新的突破。

中信建投证券称，当前阶段家电内外销均维持高景气度。国信证券研报称，一季度小家电外销景气度环比走高。随着去库存进入尾声，海外小家电需求出现好转，在低基数下预计小家电出口增长强劲。

长虹美菱拥有冰箱、冰柜、空调、洗衣机、厨电、小家电、生物医疗等多条产品线。在接受机构调研时，

长虹美菱表示，2024年，面向全球需求结构升级，公司将坚持品牌优先，加强升级型产品策划和差异化产品设计，强化效率提升。冰洗产品方面将打造冰洗双轮驱动；持续发力欧洲市场，深耕亚非拉市场，不断提升产品性价比、产品质量、运营效率、客户服务能力以及客户满意度，扩大市场份额。空调方面将聚焦优势渠道，深耕亚非拉等根据地市场，进一步开拓欧美市场，紧跟市场趋势。

天风证券认为，在国内市场已经逐步成熟后，海外市场将成为未来龙头企业的发力方向。中国家电企业凭借完善的供应链、先进的生产技术及快速迭代产品的能力，有望逐渐打开海外市场。

## 智能技术赋能产品创新

中国银河证券认为，随着数字经济蓬勃发展，家电行业供需两端将迎来多维度、深层次的变革。龙头企业“智”造优势明显，逐步实现数字化升级的正向循环。智能家电渗透率将由2022年的50%提升至2027年的57%，对应万亿元级的市场空间。

在接受机构调研时，美的集团表示，公司通过大数据工具持续赋能，深入融合科技创新与家用电器，基于用户需求和消费趋势，结合美的自有产品及生态合作产品，为用户提供“智能家电+智能家居”深度融合的差异化全屋智能解决方案。长虹美菱表示，公司在智能化方向上，将持续围绕“智汇家”智能战略，打造创新单品、优质服务和场景化系统解决方案。在创新单品方面，通过智能技术持续提升家电的人机交互体验和性能特性，致力于打造行业领先的智慧家电产品。

苏泊尔表示，在智能互联技术高速发展的背景下，公司将进一步强化智能设备、物联网战略，以智能互联技术赋能产品创新，为消费者带来更便捷的产品使用体验。

四川长虹表示，智能化方面，公司发布了长虹云帆AI平台，率先将生成式人工智能应用在电视终端，为用户带来更有想象力的产品和服务。

## 以旧换新政策持续出台

## 上市企业迅速响应

● 本报记者 万宇 张鹏飞

商务部等14部门日前联合发布《推动消费品以旧换新行动方案》后，广东、湖南、山东等多地也出台政策鼓励家电等消费品以旧换新，一些消费者的热情已经被点燃，美的集团、海尔智家等企业相继推出相关举措，积极寻求在这一轮家电以旧换新中的机会。与此同时，家电企业也十分关注旧家电的回收，力争做好废旧家电绿色循环利用工作。

## 政策相继落地

商务部等14部门日前联合发布《推动消费品以旧换新行动方案》，组织在全国范围内开展汽车、家电以旧换新和家装厨卫等消费品以旧换新。此后，多地陆续发文开启新一轮以旧换新。4月13日，广东省发布的《广东省推动大规模设备更新和消费品以旧换新的实施方案》提到，鼓励家电生产、销售、回收等企业联合开展家电以旧换新促销活动，对以旧家电换购节能家电的消费者给予优惠。

广东省内各地政策随之出台。4月15日，《广州开发区 黄埔区推动大规模设备更新和消费品以旧换新实施方案》发布。该方案提出，开展家电产品以旧换新。鼓励京东、苏宁等龙头家电销售企业联合创维、乐金、华星光电等生产企业以及回收企业开展以旧换新促销活动，通过直接补贴、优惠促销等方式鼓励消费者换购节能产品。

4月14日，湖南省政府新闻办召开新闻发布会，专门解读4月11日印发的《湖南省推动大规模设备更新和消费品以旧换新实施方案》。湖南将聚焦十大领域，实施设备更新、消费品以旧换新、回收循环利用、产品供需对接行动四大行动。在家电以旧换新方面，湖南将对活动期间消费者通过服务机构在家电零售企业交售电视机、空调、冰箱、洗衣机等旧家电，购买一级能效新家电(范围同上)的，按照成交价格的一定比例享受一次性购买补贴。

此前不久，山东省也印发了《山东省推动大规模设备更新和消费品以旧换新实施方案》，明确畅通消费品更新换代链条，让更多高质量耐用消费品进入居民生活，推动家电消费实现提档升级。在家电以旧换新方面，山东提出，按照省级奖补，各市采取发放促消费补贴、企业让利等方式，推动家电以旧换新。

## 上市公司积极行动

随着政策的出台，相关企业也积极行动。海尔集团在其2024年以旧换新促销政策中表示，将在全国投入10亿元，其中山东省投入2.2亿元；海信集团在山东省内以旧换新的补贴超过1亿元；青岛澳柯玛集团计划拿出3亿元以旧换新补贴，其中在山东投入六千万元。

美的集团以旧换新负责人叶颖诗介绍，美的全系列家电品牌都会参与到以旧换新行动中，通过自身让利以及政府支持，为消费者提供更大的优惠。同时，为了让更多消费者能便捷参与以旧换新活动，美的在官方小程序

内设置了以旧换新入口，为用户带来“高效、便捷、省心”的焕新产品服务。

渠道方面，自3月29日至5月5日，苏宁易购携手美的集团、海尔智家、创维集团、九阳股份、苏泊尔等逾30家家电行业上市公司开展家电以旧换新行动。在以旧换新促销活动期间，消费者在苏宁易购门店及线上渠道参加以旧换新活动，将在成交价格基础上享受立减10%补贴优惠，单件商品最高补贴1000元，单个用户最高补贴5000元，且可与其他优惠活动及政府补贴叠加使用。

记者在广州天河区、黄埔区多家家电线下门店看到，咨询了解“以旧换新”活动的消费者日渐增多。天河区一家苏宁易购销售人员介绍，总体来看，门店的客流量不算大，但近期确实有所增加，销量也有所提升，其中咨询以旧换新的顾客较多。一位正在选购冰箱的顾客告诉记者，家里现有的冰箱已使用较久，噪音较大，考虑到有补贴，打算趁这个机会换一台容量更大的冰箱。

## 规范废旧家电回收

除了换新，回收端同样也得到了业内的重视。中国家用电器协会执行理事长姜凤认为，废旧电器回收难是造成消费换新消费受阻的重要因素之一。“有的旧家电如空调、热水器、厨房电器等，消费者自己拆不了，需要专业人士上门拆除；有的家电体积大、重量重，很多冰箱、滚筒洗衣机重量都在100斤以上，搬运是一大困难。”姜凤建议，应加大对非法拆解的查处力度，鼓励和引导消费者把旧家电交给正规的回收商。

海信集团董事长贾少谦曾在两会期间提出建议，在国家层面推动全国合规网络站点的规范化建设，建设废旧家电回收网络，企业方在推动以旧换新工作的落地过程中，对于收集的废旧家电可就近交予合规站点，再由合规站点送至指定拆解企业进行绿色拆解处理。

海尔智家也建议，推动全行业共建全域赋能的再循环产业数字化平台，将回收体系、绿色拆解、循环利用等全产业链的数据信息上平台，推动循环行业规范化、高质量发展，并赋能碳可衡量、可交易、可分享。

叶颖诗表示，美的集团将践行“全国首批家电生产企业开展回收目标责任制行动企业”的责任，做好废旧家电绿色循环利用工作。“我们打造绿色引领的全链条以旧换新保障体系，与政府数字化平台、行业回收体系、拆解企业互联互通，实现全流程跟踪、追溯的机制，确保各个环节流转顺利、可控。”目前美的绿色回收体系共授权5000多家绿色回收网点，其中2200家具备“送-拆-装-回收”一体化服务能力，2023年共完成309.8万台废旧家电回收，实现资源的再利用，促进节能减排和绿色循环经济发展。

格力电器也积极布局废旧回收。4月11日，格力电器旗下珠海格力绿色再生资源有限公司与佛瑞亚集团旗下佛吉亚(中国)投资有限公司签署合作谅解备忘录，双方将于2024年年底成立合资公司，共同开发、制造、销售再生塑料，到2030年实现15万吨化合物销售目标，为汽车、家电以及其他行业打造可持续方案，赋能绿色循环经济发展。