

海内外市场两手抓 家电企业发展动能足

今年以来,各地以旧换新相关政策相继出台,其中,对家电行业的支持力度颇大。家电企业也以真金白银参与以旧换新中来。上半年,美的集团、格力电器、苏泊尔等家电企业都取得了不错的业绩。在把握国内以旧换新政策机遇的同时,家电企业也凭借技术和产品优势,抓住海外市场回暖的有利时机,力推家电产品外销。

● 本报记者 万宇



美芝科技产业园生产线



本报记者 万宇 摄

今年以来,与以旧换新相关的政策支持陆续出台,家电行业从中受益。3月,国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,7月,国家发展改革委等部门印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》,均提出支持家电产品以旧换新。8月24日,商务部等4部门办公厅发布关于进一步做好家电以旧换新工作的通知提出,对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电

脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品给予以旧换新补贴。

北京、上海、广东、湖北等地纷纷制定了关于家电以旧换新落地地的具体政策。9月3日,上海市发展改革委、上海市财政局联合印发的《上海市关于进一步加大力度推进消费品以旧换新工作实施方案》中提及,上海落实国家家电产品以旧换新政策,对个人消费者购买冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类1级能效产品按照销售价格的20%予以

补贴,2级能效产品按照销售价格的15%予以补贴。

广东省政府办公厅8月22日印发的《关于用好超长期特别国债资金加力支持消费品以旧换新的实施方案》显示,广东对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品给予补贴,补贴标准为产品销售价格的15%。对购买1级及以上能效或水效标准的产品,额外再给予产品销售价格5%的

补贴。

家电企业也投入真金白银积极参与。在新一轮以旧换新中,美的集团启动高达80亿元的补贴计划,同时在实施过程中,不仅关注补贴发放,更重视用户在换新全过程中的感受与体验。以湖北省为例,美的集团入驻湖北省消费品以旧换新公共服务平台,简化补贴领取使用流程。格力电器也于近日宣布补贴加码,9月11日-12月31日期间,家电以旧换新单件最高补贴3000元。

值高股息,维持对该行业“强于大市”的评级。

不过也有一些家电企业在上半年表现不佳,比如小熊电器上半年主要经营指标出现不同程度的下滑,公司上半年实现营业收入约21.31亿元,同比下降8.97%;实现归属于上市公司股东的净利润约1.61亿元,同比下降32.01%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润约1.23亿元,同比下降40.4%;经营活动产生的现金流量净额约为-1.68亿元,同比下降175.75%。

受益于消费复苏与产品升级趋势,以及以旧换新落地持续催化,上半年,家电行业上市公司业绩实现稳健增长。以深市为例,Wind数据显示,深市62家家电行业(申万一级)公司上半年合计营业收入达5160.47亿元,同比增长6.97%,归属于上市公司股东的净利润达456.79亿元,同比增长9.15%,营收净利双增长。

两大家电龙头美的集团和格力电器都交出亮眼的成绩单。美的集团上半年营业总收入达2181亿元,同比增长10%,继一季度营收1065亿元

创单季新高后,又在二季度收获1116亿元,首次实现连续两个季度突破千亿元;公司上半年归属于上市公司股东的净利润达208亿元,同比增长14%。格力电器上半年营业总收入也突破千亿,达1002.87亿元,同比增长0.5%,其中空调业务营收为779.61亿元,同比增长11.38%;归属于上市公司股东的净利润达141.36亿元,同比增长11.54%,盈利能力不断提升。

小家电器领域代表企业也表现不俗,苏泊尔上半年实现营收109.65亿

元,同比增长9.84%;实现归属于上市公司股东的净利润9.41亿元,同比增长6.81%。

“以旧换新政策对公司上半年业绩有所拉动,预计对下半年业绩拉动效果将更明显。”海信家电IR负责人马腾飞表示,分季度看,预计政策对四季度业绩拉动将比三季度更明显。国联证券也表示,2024年上半年家电行业收入稳健增长,盈利能力持续改善,龙头业绩韧性凸显。近期以旧换新政策落地,补贴力度比肩家电下乡,内销正逢更新大周期,叠加出口景气、低估

得益于企业自身的技术优势,外贸导向型厨房小家电企业鸿智科技在美洲、欧洲、日韩等地均建立了销售网络,并进入了国际一线知名小家电品牌商及大型连锁零售商的供应链体系。公司表示,将继续抓住海外市场回暖的有利时机,不断精进产品与技术,持续驱动其各项竞争优势转化为业绩的增长。

TCL智家总经理兼财务总监王浩介绍,TCL智家坚定实施全球化战略,加强海外市场开拓。今年上

作为最早走向海外市场的行业之一,家电行业近几年出海成绩相当不错。今年以来,家电外销景气度延续,国家海关总署近期发布的2024年1-8月全国进出口数据显示,家用电器1-8月出口数量同比增长23.6%至29.53亿台,出口金额为4735.8亿元,出口金额较上年同期的4041.8亿元同比增长17.2%;8月份单月出口数量为4.19亿台,出口金额为644.1亿元。

出海也成了众多家电企业的“必

课”。目前,格力电器产品已经遍布全球190多个国家和地区,自主品牌占出口销售总额的近70%,彰显了格力电器在全球市场的品牌影响力。上半年,格力电器外销营业总收入为148.25亿元,同比增长15.64%。公司表示,将继续加强同跨境电商卖家、海外经销商的合作,推进空调、小家电产品在海外主流B2C电商平台的上线销售,同时,利用跨境B2B平台和社交媒体等多渠道开发新客户,挖掘更多新兴市场潜力。

深圳市场实探:

“以旧换新”带动家电全产业链

● 本报记者 齐金剑

9月上旬,深圳启动新一轮“以旧换新”支持政策,真金白银补贴消费者。连日来,中国证券报记者走访深圳多个商圈发现,在补贴政策持续发力下,家电市场的消费热度得到提升。业内人士表示,随着消费端需求被激活,产业端的发展信心也将得到提振,进而带动整个产业链条向好发展。

消费得到明显提振

在华强北京东电器、顺电、苏宁易购等多个家电卖场里,记者发现,这些卖场都在显眼的位置张贴了“以旧换新”补贴及打折优惠的海报。以一款某品牌的双开门冰箱为例,该产品标价为5599元,商场优惠活动打折后售价为4699元,叠加“以旧换新”补贴20%后,最终消费者仅需支付3700余元。

京东电器华强北店的销售人员介绍,该门店针对电脑、手机等电子产品,以及冰箱、洗衣机、电视、空调等家电推出“以旧换新”活动,吸引了不少消费者前来咨询。中秋假期,店铺内热门款的笔记本电脑甚至出现了卖断货的情况。

同样热销的场面也出现在苏宁易购。来自苏宁易购方面的统计数据表示,自9月6日以旧换新国家补贴上线后,苏宁深圳大区整体销售额同比增长168%,其中电脑产品同比增长199.61%,空调同比增长119.74%。

记者注意到,深圳新一轮家电“以旧换新”购置补贴政策比上一轮力度更大,覆盖范围更广。其中,家电产品最高补贴比例达20%,单件商品最高补贴金额达2000元,补贴比例是上一轮活动的2倍,单品最高补贴金额是上一轮的4倍。此外,消费者上一轮活动最多只能补贴4件,本轮活动补贴产品达17类,每位消费者每类产

品都可补贴1件。

来自深圳官方的统计数据表示,9月6日至9月22日,深圳家电补贴活动销售数量为14.9万台,销售金额为7.51亿元,核销补贴金额为1.14亿元;汽车置换更新申请数量为5330辆,销售金额为15.5亿元,预计补贴资金为7051.5万元。

产业发展信心提升

今年9月初,深圳市人民政府办公厅印发《深圳市超长期特别国债资金加力支持消费品以旧换新实施方案》。《实施方案》提出,深圳将统筹安排好中央向地方直接下达的超长期特别国债资金和市级财政配套资金,聚焦汽车、家电、家装等领域,全力推进消费品以旧换新工作。到2024年底,深圳将实现汽车以旧换新约7万辆、家电产品销量约100万台、家装等产品改造换新约5.1万户、电动自行车

更新约25万辆、营运货车和城市公交车更新约1300辆,持续释放投资消费潜力。

记者观察发现,在本轮消费刺激政策中,深圳依据本地消费市场和产业链特色,把一系列智能化产品纳入消费支持范围,覆盖手机、平板电脑、智能穿戴设备、消费级无人机、消费级机器人、3C服务器、投影仪、智能运动装备(含运动相机)、咖啡机等多品类。

深圳市零售智能信息化行业协会会长李洪明认为,本轮“以旧换新”政策效果明显,可以有力拉动需求,促进产品更新换代,让消费者以更少的支出买到性能更好的产品。同时,该政策对本地优势产业的发展也能起到刺激作用。“有效的市场需求可以把上中下游供应链都带动起来,为产业发展增添信心,从而吸纳更多就业,增加收入来源,形成进一步激活消费的全链条促进机制。”

美的集团伏拥军：家电核心零部件企业前景可期

● 本报记者 万宇

近期,美的集团工业技术事业群旗下GMCC美芝的第10亿台空调压缩机下线,标志着美芝成为全球空调压缩机累计产销量最多的企业。日前,美的集团副总裁、美芝威灵总裁伏拥军接受中国证券报记者采访时表示,在家电产品结构升级以及空调、冰箱压缩机产能进一步向中国转移的背景下,压缩机等家电产业核心零部件企业还有较大的增长空间。同时,作为掌握核心技术的家电产业上游企业,美芝威灵把全球化作为今年市场战略的重中之重,除向海外市场出口产品,在海外布局工厂外,在研发和技术服务方面,美芝威灵也在进行本地化投入,在不同地区都有相应的人才储备。

美芝第10亿台空调压缩机下线

在位于广东佛山市顺德区杏坛镇的美芝科技产业园,记者看到,工厂车间干净整洁,工人不多,但机器人不少,机械臂在“工位”上舞动,快速而准确地组装配件,AGV(自动导向车)装载着零部件来回穿梭。在数智运营中心里,铺满整面墙的大屏幕显示着整个工厂各个角落的实时数据。

不久前,美芝第10亿台空调压缩机正是在美芝科技产业园下线的,这也让美芝获得吉尼斯世界纪录——“转子式压缩机累计销售量纪录”。美芝科技产业园是继广东顺德、安徽芜湖、印度浦那的工厂后,美芝在全球布局的又一家智能化工厂,也是目前行业中最大的空调压缩机生产基地。美芝科技产业园占地面积410亩,规划产线20条,年产空调压缩机等家电核心部件3600万台,产值超100亿元。产业园构建了钣金黑灯工厂、总装高质量示范区、卷线高端数智区、机加工μ级(微米级)精密区四个高端数智车间,以及能源管理中心、智慧厂区、智慧实验室、智能物流四个赋能中心。

“美芝科技产业园自动化水平达67%,万人机器人保有量3350台,打造了10万平方米全流程不断点智能物流工厂,减少了线边物料面积,实现快速流转,顺应行业柔性化、多元化的供货趋势,工厂整体交付周期缩短至6天内。”伏拥军介绍。

与此同时,美芝科技产业园聚焦绿色产品研发、绿色工艺突破,全面推进用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化的“五化地图”,打造低碳、智能、高效、绿色可持续的零碳工厂。例如,在能源使用上建立统一的能源管理中心,美芝科技产业园加强重点能耗设备管控,并通过光伏、储能等清洁能源应用实现绿色节能。如今,美芝科技产业园生产一台压缩机的耗电成本已经大幅下降。

行业仍有增长空间

据介绍,压缩机是空调的“心脏”,全球一年空调压缩机的产量在2.5亿台左右,美芝一年空调压缩机的产量约1.25亿台,美芝空调压缩机占率接近一半,稳居全球第一,同时,美芝冰箱压缩机全球市占率排名位居第二。

在压缩机行业下游空调、冰箱等产品都进入存量市场的情况下,未来的增量空间在哪里?“中国家电行业,至少从量的角度来看,确实已经进入存量市场。”伏拥军坦言,但从全球来看,空调、冰箱市场仍有不少增长空间。据全球五大市场研究集团之一的GfK数据,2024年上半年,全球市场大家电产品(含空调)的销量自2021年以来首次出现提升,达到1.95亿台,同比增长2%,其中,拉美、中东、印度的空调销量分别同比增长38%、37%和29%。GfK认为,未来三年全球空调的增长潜力相对可观,受到气候变化、节能减排政策等因素的影响,变频家电的市占率提升幅度会更加明显,这也给变频压缩机带来了市场机遇。

伏拥军表示,在空调领域,东南亚、印度、中东、拉美等地区空调的渗透率还不高,同时这些地区人口基数大,环境温度高,是非常需要空调的地方,这些地区的潜在空间会给空调行业带来很大的增长市场,这也将拉动美芝空调压缩机的增长。

在冰箱领域,虽然全球冰箱市场也进入存量阶段,但在消费电器个性化、智能化、绿色化发展趋势下,冰箱压缩机仍然有两个机遇:一是来自家电产品的结构性升级,家电便民化趋势会对压缩机、电机产品提出新的升级要求,二是来自全球冰箱压缩机发展重心进一步向中国转移,过去几年,冰箱压缩机领域的中资品牌在全球的份额不断上升。“未来产品结构性升级,中资品牌市场份额扩大以及部分发展中市场的增长,将为我们带来进一步的增长空间。”伏拥军说。

积极布局海外市场

“美芝历经近三十年的发展,不仅是中国家电产业历史的缩影,也向全球市场展示了中国家电企业的实力与信心,是中国家电抓住时代机遇的生动写照。”中国家用电器协会秘书长王雷表示。

压缩机被认为是家电产业“金字塔尖”的核心科技,站在当前的时点,作为掌握核心科技的上游核心部件供应商,美芝也和其他家电行业上下游的企业一样,把目光投向全球广阔市场。

伏拥军表示,中国家电行业经历了从无到有、从跟随到领跑的转变,美芝的成长赶上了中国家电市场发展的大潮,现在布局海外市场是必然选择。

“全球化是今年市场战略的重中之重,”他表示,美芝的出海也不仅仅是产品的出口,美芝威灵将在技术、产品、制造工艺几个方面进行海外布局。目前,美芝威灵在全球布局了14个工厂和11所研发中心,还在巴西等地筹建新的威灵电机工厂等工厂,其中,印度浦那的美芝空压机工厂和泰国大城美芝威灵冰压及电机工厂,已经成为美芝威灵全球化战略的“桥头堡”。

伏拥军还表示,在研发和技术服务方面,美芝威灵也在进行本地化投入,在不同地区都有相应的人才储备。例如,在日本有空调压缩机领域的人才,在欧洲有冰箱压缩机的技术人才。此外,计划在美国开设实验室、设置专门的技术支持服务人员。”