家电行业的失速与分化

○ 记者 蔡淑敏

一年一度的 A 股年报刚刚落下帷 幕,各大上市公司的业绩值得聚焦。

近几年来,家电行业承压前行,2022 年也不例外。由中国家用电器研究院指 导、全国家用电器工业信息中心编制的 《2022年中国家电行业年度报告》显示, 2022 年家电行业出口和内销规模均出 现下滑,其中家电行业出口规模为 5681.6 亿元,同比下降 10.9%,家电行业 国内销售规模为 7307.2 亿元,同比下降 9.5%。

尽管家电销售整体增长失速,但消 费升级并未减速,市场竞争越发激烈之 下,上市公司的业绩表现各有不同。

根据同花顺提供的数据,按照申万 行业分类,所属申万一级行业家用电器 的上市公司共计88家,又细分为白色家 电(9家)、黑色家电(11家)、厨卫电器(9 家)、小家电 (20家)、照明设备 Ⅱ(10 家)、家电零部件Ⅱ(26家)、其他家电Ⅱ (3家)共七大二级行业。

以说是基本门槛,88家上市公司营收全 部过亿。其中,处于"千亿俱乐部"的仍 是"白电三巨头":美的集团、海尔智家、 格力电器。美的集团以 3439.18 亿元营 收位居榜首,营收最低的是照明设备行 业公司*ST雪莱,其2022年营收为 1.56 亿元。营收变动方面,2022 年,这 88 家上市公司中,有46 家的营收同比 上一年出现下滑,占比过半,其中营收下 滑最多的是厨房小家电 ST 德豪,该公 司 2022 年营收 11.85 亿元, 同比下滑

在净利润方面,"白电三巨头"依然 是唯三盈利超百亿公司,美的集团以净 利润 295.54 亿元继续霸占榜首,格力电 器以 245.07 亿元排名第二。此外,在这 88 家上市公司中,有82 家实现盈利,仅 6家亏损,其中亏损额最大的是深康佳 A,2022年巨亏 14.71亿元。

过去的一年,备受外界关注与巨头 林立的白电、黑电以及近几年流行的小 家电究竟发生了怎样的变化?记者试图 通过具体公司的业绩表现,来揭示家电 行业的"危"与"机"。

白电:三巨头业绩稳定

由于有三巨头坐镇, 白电是整个家 电板块中营收和利润额最大的行业。根 据财报数据,在2022年全球家电行业承 压的背景下, 白电三巨头依然实现了营 利双增。

2022年,美的集团营收3439.18亿 元,同比增长 0.79%; 归母净利润 295.54 亿元,同比增长3.43%。海尔智家营收 2435.14 亿元,同比增长 7.22%;归母净 利润 147.11 亿元,同比增长 12.48%。格 力电器营收 1889.88 亿元,同比增长 0.6%; 归母净利润 245.07 亿元, 同比增

三巨头业绩表现各有千秋:论规模, 美的集团营收和净利润规模均位于第 一;但在业绩增长方面,海尔的营收同 比、净利润同比增速均优于另外两家;要 论"赚钱能力",格力电器的利润率长期

需要注意的是,虽然按照申万行业 分类,美的、海尔、格力被划分在"白色家 电"行业,但其实他们的业务范畴早已不 局限于白电行业,在传统家电业务之外, 三巨头近年来都在探索新的增长点。

分产品来看,2022年,美的集团暖 通空调业务收入 1506.35 亿元, 同比增 长 6.17%, 占营收比重 43.80%; 消费电 器业务收入 1252.85 亿元, 同比下降 整体来看,在营收规模方面,过亿可 4.99%,这也是影响整体业绩增速放缓

> 海尔智家 2022 年营收结构中,冰 箱、洗衣机、空调分别排前三,收入分别 为 776.38 亿元、577.22 亿元、400.59 亿 元,厨电业务也创造了387.41亿元的收 人。相比另外两家的多元化布局,海尔 智家更专注于家电业务,不过其近年来 重点发展高端市场、智慧家庭和全球化 布局。2022年,海尔智家的中国智慧家 庭业务实现收入 1263.79 亿元, 较 2021 年增长 4.6%;海外家电与智慧家庭业务 实现收入 1254.24 亿元,较 2021 年增长

> 相比之下,格力电器对空调的依赖 程度最重。2022年,格力空调业务营收 1348.59 亿元,同比增长 2.39%,占比依 旧超过七成。除了空调,格力多元化的生 活电器、工业制品、智能装备、绿色能源 和其他主营收入均未超过百亿,占比均 在5%以下。

> 除了三巨头, 二线白电品牌过去一 年呈现出了净利润大涨的共性。2022 年,海信家电和长虹美菱归母净利润分 别为 14.35 亿元、2.45 亿元,同比增长分 别为 47.54%、371.19%;惠而浦和奥马电 器在营收下滑的情况下, 归母净利润分 别同比大增 104.74%、630.18%。

但各家净利润大增的情况各不相 同。海信家电 2020 年、2021 年净利润均 出现下滑, 虽然 2022 年净利润增长到 14.35 亿元,但仍低于 2019 年和 2020 年 的水平。长虹美菱净利润大增超三倍一

所属申万二级行业	证券代码	证券名称	营业收入		归属于上 市公司股 东的净利 润(元)	股东的净和
白色家巾	000333.SZ	美的集团	3439.18亿	0.79%	295.54亿	3.43%
	600690.SH	海尔智家	2435.14 亿	7.22%	147.11 亿	12.48%
	000651.SZ	格力电器	1889.88亿	0.60%	245.07亿	6.26%
	000921.SZ	海信家电	741.15 亿	9.70%	14.35 亿	47.54 %
	000521.SZ	长虹美菱		12.10%	2.45亿	371.19%
	600983.SH		42.64亿	-13.53%	2794.26万	104.74%
	002668.SZ	奥马电器		-22.52%	4.24{Z	630.18%
	600336.SH		95.67 亿	10.91%	1.46 亿	-18.93%
	600854.SH			19.49%	1.23亿	23.81%
黑色家电	600060.SH	海信视像		-2.27%	16.79{Z	47.58%
	000016.SZ	深康佳A		-39.71%	-14.71亿	-262.52%
	002429.SZ	Sec. 15 65		-33.32%	11.46亿	244.13%
	600839.SH	兆驰股份		-7.18%		
					4.68亿	64.39%
	688696.SII	D. 1 - 1 1 D. 4		4.57%	5.01亿	3.72%
	000810.SZ	创维数字		10.71%	8.23亿	95.13%
	002519.SZ	银河电子		-8.01%	1.96亿	1263.97%
	002052.SZ	*ST同洲	2.55亿	82.99%	-4756.81万	74.39%
	688609.SH	九联科技		-14.06%	6033万	-38.66%
	000801.SZ	四川九洲		9.61%	1.98亿	36.55%
	002848.SZ	高斯贝尔	3.79亿	-34.23%	-540.14万	95.68%
厨卫电器	002035.SZ	华帝股份	58.19亿	4.13%	1.43亿	-30.98%
	002508.SZ	老板电器	102.72亿	1.22%	15.72亿	18.07%
	002677.SZ	浙江美大	18.34亿	-15.24%	4.52亿	-31.97%
	300894.SZ	火星人	22.77亿	-1.81%	3.15亿	-16.29%
	300911.SZ	亿田智能		3.75%	2.10亿	0.08%
	605336.SH			-3.20%	2.14亿	-13.08%
	603366.SH	71 1 Lim		-7.33%	2.59亿	21.94%
	603551.SH			-8.64%	2.40亿	673.21%
		ZCHAOH				
	002543.SZ	万和电气		-11.95%	5.50亿	53.53%
小家电	002032.SZ	苏泊尔	201.71亿	-6.55%	20.68亿	6.36%
	002242.SZ	九阳股份		-3.45%	5.30亿	-28.98%
	002959.SZ	小熊电器		14.18%	3.86亿	36.31%
	300824.SZ	北鼎股份		-4.98%	4697万	-56.71%
	001259.SZ	利仁科技	6.57亿	0.26%	5152万	-21.83%
	002005.SZ	ST德豪	11.85亿	-42.97%	-3.69亿	30.38%
	002403.SZ	爱仕达	29.40亿	-16.20%	-7872.86万	11.05%
	002705.SZ	新宝股份	136.96亿	-8.15%	9.61亿	21.32%
	003023.SZ	彩虹集团	11.77亿	2.85%	9466万	-14.62%
	300272.SZ	开能健康	16.61亿	9.87%	9273万	-11.57%
	603215.SH			-8.23%	1.78亿	48.52%
	603219.SH	11 - 0 - 10 -		5.53%	3.47亿	49.76%
		莱克电气		12.14%	9.83亿	95.56%
	603486.SH		153.25亿	17.11%	16.98%	-15.51%
	605555.SH			-31.80%	2.99亿	-0.71%
		石头科技		13.56%	11.83亿	-15.62%
	301187.SZ					
		200		-2.34%	7002元	39.10%
	870199.BJ	倍益康	3.91亿	18.84%	7002万	-12.27%
	603868.SH	211 000		15.53%	8.23亿	28.45%
照明设备Ⅱ	688793.SH	1177 Jane Jane	8.96亿	-24.69%	-1.24 _[Z]	-235.46%
	000541.SZ	佛山照明		0.39%	2.30亿	-23.10%
	603303.SH	得邦照明		-11.69%	3.40亿	3.89%
	002076.SZ	*ST雪莱	1.56亿	0.43%	2461万	114.21%
	831641.BJ	格利尔	7,21亿	43.16%	6322万	73.49%
	873339.BJ	恒太照明	6.50亿	-15.28%	1.32亿	64.94%
	600261.SH	阳光照明	37.31亿	-12.50%	1.84亿	-41.78%
	603515.SH	欧普照明	72.70亿	-17.82%	7.84亿	-13.59%
	605365.SH	立达信	75.57亿	16.68%	4.94亿	64.04%
	002723.SZ	小崧股份		30.58%	1002万	-44.29%
	300625.SZ	三雄极光		-16.42%	95232万	261.31%
其他家电Ⅱ	603579.SH			-23.26%	1.64亿	-30.51%
	002614.SZ	奥佳华	60.24亿	-24.00%	1.02亿	-77.74%
大阪かでリ		THE RESERVE	4.63亿	-12.00%	1.26亿	421.87%
	300247.SZ	融捷健康				

家用电器板块上市公司 2022 年业绩情况

方面与上一年基数较低有关,2017年至 2021年, 长虹美菱净利润均未过亿, 2022年更是亏损超8000万元;另一方 面,虽然空调行业销量连续三年下滑,但 长虹美菱 2022 年空调业务实现收入约 97.82 亿元,同比增长 42.44%。

惠而浦和奥马电器在 2022 年均实 现了扭亏为盈。惠而浦在财报中表示, 2022 年收入同比下滑主要原因在于加 大了品牌投入,以及下半年受欧美市场

经济疲软影响,公司外销收入同比下滑; 但由于公司加强了应收账款管理,外贸 类的客户及时回款,持续开展降本增效

工作以及汇率的影响,2022年实现了净

制表/蔡淑敏

奥马电器归母净利润实现扭亏为盈 的一大原因在于,2021年内完成金融科 技板块全部资产处置;2022年9月,公 司控股股东TCL家电主动承担该业务 约 3 亿元历史隐性债务的兜底偿付责

任,公司股票自 2022 年 9 月 23 日撤销 亿元,同比下滑 31.19%。 其他风险警示。

黑电:业绩分化明显

相比白电普遍实现盈利, 黑电的整 体表现则稍显逊色。2022年,国内黑色 家电行业共有 11 家 A 股上市公司披露 年报,其中深市主板7家、沪市主板2 家、科创板2家。11家公司中,有7家营 业收入同比出现下滑;另外,有3家出现 亏损,在数量方面占到了亏损家电的一

需要注意的是,与白电行业不同,黑 电行业下的公司业务范畴涵盖彩电、投 影仪、机顶盒、半导体等各类终端,各家 业务有一定的差异性。

仅从业绩数据来看,这11家黑电上 市公司中,四川长虹营收924.82亿元, 再度蝉联榜单 TOP1,是排名第二的海信 视像营收的两倍。不过,从公司业务构成 来看,四川长虹纳入财报的业务更多,包 括电视、空调冰箱、ICT产品、中间产品、 机顶盒等, 而海信视像的业务主要是智 慧显示终端。

虽然卡塔尔世界杯的火热短期内带市公司披露年报。 动了电视采购热潮,但2022年全年,电 视行业整体继续下行。根据洛图科技 (RUNTO)《2023 年全球高端电视及显示 器市场发展趋势》,2022年全球电视品 牌出货规模 2.04 亿台,同比下降 5.3%; TrendForce 集邦咨询数据亦显示,2022 年全球电视出货量 2.02 亿台, 创下近十 年电视出货量新低。

过去一年,受上游面板价格下行影 响,终端电视产品的价格不断下降,严峻 的价格竞争下,行业马太效应愈发明显。 洛图科技数据显示,2022年,中国电视 市场前七大传统主力品牌合计占到全市 场出货量的份额高达 90.6%, 同比增长 了 0.7 个百分点。其中小米(含红米)市 占率 22.2%, 第一阵营的海信、TCL、创 维这传统三大品牌(含子品牌)合并市占 率较上一年大幅提升 5.2 个百分点,达 到 51.4%;第二阵营的长虹、海尔、康佳 三大品牌全年出货总量约680万台,同 比下滑 17.6%。

小米、TCL、创维的电视业务均属于 相应的港股上市公司,仅从 A 股上市的 四川长虹、海信视像、深康佳A对比来 看,根据财报,2022年,海信视像的智慧 显示终端主营业务收入 352.59 亿元(中 国境内同比提升1.89%,中国境外同比 下降 12.87%); 四川长虹的电视业务实 现营业收入约135.28亿元,同比下降约 2.27%; 康佳集团的彩电业务营收 50.23

更为严峻的是,2022年, 康佳彩电 业务的毛利率营业成本高于收入,毛利 率为-1.17%。除了彩电业务亏本外,康 佳的其他业务也表现低迷。分产品来看, 2022年,康佳的彩电、PCB、公猫、环保、 半导体业务营收均下滑, 其中占比过半 的工贸业务营收同比下滑 45.92%,毛利 率仅 0.65%。2022 年,康佳仅白电业务 同比增长 6.22%, 但这一业务营收 39.30 亿元,与"白电三巨头"相差甚远。

2022年,康佳归母净利润为-14.71 亿元, 在黑电行业乃至整个家电板块中 净利润垫底,在家电板块6家出现亏损 的上市公司中, 仅康佳一家的亏损额便 占到了七成。

小家电:行业回归冷静

近几年,受懒人经济、智能家居、年 轻一代成为消费主力军等因素影响,小 家电行业迅速崛起,给进入存量市场的 家电行业带来勃勃生机,得益于此,小家 电行业也迎来了一波"上市潮"。2022 年,国内小家电行业共有20家A股上

细分来看,20家上市公司中,有11 家厨房小家电,6家清洁小家电,3家个 护小家电。从业绩数据来看,各家业绩有 喜有忧,20家中有一半出现营收同比下 滑,有11家出现净利润同比下滑;有4 家出现营利双降,分别是九阳股份、北鼎 股份、德昌股份、倍轻松。

全球经济环境震荡、消费需求低迷、 原材料价格上涨等因素影响下,小家电市 场承压前行。此外,经过了快速增长期,小 家电行业增长空间也逐渐触顶,以竞争最 为激烈的厨房小家电为例,奥维云网数据 显示,2022年厨房小家电12个品类的总 零售量 23733 万台,同比下降 13.5%;总 零售额 514 亿元,同比下降 14.1%。

不过亦有四家公司营利双增,分别 是小熊电器、富佳股份、莱克电气、飞科 电器。业绩分化或许更多与企业自身的 产品创新、渠道变革、营销费用、研发支 出等相关。

以营利双降的公司为例, 北鼎股份 净利润腰斩除了受外部大环境影响外, 公司自主品牌海外业务处于初期培育阶 段,各项费用的投入均处于较高水平也 是原因之一。倍轻松由盈转亏,业绩大幅 下滑,除了地缘危机冲突影响下,公司俄 罗斯 OEM 客户订单大幅减少外,公司 增加了新媒体渠道开拓相关渠道费用、 推广费用以及加大了研发投入亦是影响 因素。

【个例拆解】

◎ 记者 马云飞

作为小家电领域的龙头企业,九阳 股份业绩颓势明显。3月底,九阳股份 披露 2022 年年报,报告期内,公司实现 营收 101.77 亿元,同比下降 3.45%;归 属于上市公司股东的净利润 5.30 亿 元,同比重挫 28.98%;扣非归母净利润 亦同比下降 8.3%至 5.47 亿元。

这是继 2021 年之后, 九阳股份再 次出现营收净利双双下滑。《国际金融 报》记者查询过往年报发现,2022年九 阳股份的营收虽仍保持着百亿规模,但 5.30 亿元的净利润已跌回至其 2014 年 的盈利水平。

业绩再双降

年报显示,营养煲系列、食品加工

机系列、西式电器系列、炊具系列是九 阳股份主要营收来源,四大板块营收 占比超过96%。2022年,除西式电器 系列外, 九阳股份其它三大板块营收 均出现下滑。其中,以豆浆机为代表的 食品加工机系列营收同比下降 7.5%至 32.7 亿元,第一大创收业务营养煲系 列同比下降 3.3%至 37.06 亿元, 炊具 系列营收更是同比下滑 15.6%至 6.34

主营业务不同程度的下滑,致使九 阳股份的毛利率和净利率大幅下滑。 同花顺数据显示,2019年至2021年, 九阳股份毛利率由 32.52%下降至 27.79%, 净利率由 8.62%下降至 6.65%。2022年, 其净利率更是降至 5.13%,毛利率虽上升至 29.09%,但在 行业内并不是最占优势的,同为小家电 龙头的小熊电器这一指标为 36.45%。

"2022年,国际大宗商品价格依然 处于高位,给行业内的公司带来了生产 成本居高不下的压力。"九阳股份在年 报中坦言,厨房小家电行业处于发展成 熟期,2022年,线下市场逐渐恢复、线 上市场变革加速、渠道流量碎片化已成

趋势,行业的快速变革给公司的发展带

来了较大压力和困难。

九阳股份为何掉队

不过根据业内人士给到记者的说 法,目前尽管中国厨房小家电市场极度 饱和,增速缓慢,依然有企业业绩取得 增长,但九阳的营业额和净利润却在下 降,这说明其在品牌竞争力、产品竞争 力及市场竞争力方面均存在问题,而这 主要是多元化发展缓慢及缺乏产品技 术创新能力所致。

根据九阳股份历年年报,2018年 至 2022 年,公司的研发费用分别为 2.98 亿元、3.30 亿元、3.46 亿元、3.57 亿

元及 3.9 亿元, 虽为逐年递增趋势,不 过与其近年来销售费用的支出仍有一 定差距。数据显示,2018年-2022年销 售费用依次为 13.77 亿元、14.77 亿元、 18.68 亿元、15.8 亿元及 15.93 亿元。

掉队明显

凭借豆浆机出圈的九阳股份,始创 于 1994年,成立于 2002年7月,2008 年5月于深交所中小板挂牌上市。目前 该品牌已逐渐发展了其他多种品类,主 要涵盖豆浆机、破壁机、电饭煲、空气炸 锅、炊具、净水机、电蒸锅、开水煲、面 条机等小家电产品。

值得一提的是,在此前经过了快速 增长期,小家电行业增长空间也逐渐触 顶,当前该行业已经是负重前行。

奥维云网传统渠道推总数据显示,

2022年厨房小家电(电饭煲、电磁炉、 电压力锅、豆浆机、破壁机、搅拌机、榨 汁机、电水壶、煎烤机、养生壶、电蒸炖 锅、台式单功能烤箱、空气炸锅)共计 13 个品类零售额 520.3 亿元,同比下降 6.7%; 零售量 22049 万台, 同比下降

行业萎缩但竞争加剧。与竞争对 手相比,九阳股份业绩增速掉队较为明 显。记者查询发现,作为小家电行业老 牌强企, 苏泊尔 2022 年实现营业收入 201.71 亿元,同比下降 6.55%;实现净 利润 20.68 亿元,同比增长 6.36%。虽 出现营收下滑,但自疫情以来,苏泊尔 的净利润已经连续三年实现增长。除 此之外, 主打创意小家电的小熊电器 2022年营收、净利润双双增长。以出口 业务为主的新宝股份减收不减利,净利 润同比增长超两成。

在家电行业专家刘步尘看来,九阳 股份 2022 年业绩不理想, 既有行业因 素也有九阳自身的因素,"从小家电市 场大环境看,过去两年是相对低迷的年 份,2020年市场出现过一次大爆发,随 后两年市场需求转向低迷,需求没有生 成新的增量。从小家电产品结构及品牌 格局看,也发生了变化,比如过去两年 扫地机器人、洗地机器人均由热趋冷, 空气炸锅的热度也下降了不少。与此同 时,一些新生代小家电品牌持续崛起, 对传统小家电品牌展开市场争夺战,并 抢走不少市场空间。"

"九阳作为小家电市场的传统大 品牌,总体看这几年产品创新力度有 所下降,爆款产品明显不足,加上在年 轻群体心目中品牌老化, 市场竞争力 下降了不少。"刘步尘进一步对记者分 析。