

家电企业经营状况持续改善

本报记者 杨鹏岳

中国家电市场在2023年经历了第一季度的低谷、第二季度的复苏之后,第三季度发展稳定向好,家电企业经营状况持续改善,这是近日多家家电企业发布的第三季度财报所呈现的情况。业内人士分析认为,预计今年第四季度市场外部因素积极向好,2023年行业总体出现回弹。

“白电”盈利,“黑电”分化

从国内主要家电厂商公布的2023年第三季度财报来看,家电市场整体态势向好,亮点颇多,但黑、白电市场分化趋势明显,白电市场表现仍优于黑电。

白电是整个家电行业中营收和利润额最大的板块。海尔智家、美的集团、格力电器三大企业在今年第三季度,营收和净利润均保持增长。根据三家企业公布的财报数据,美的集团2023年前三季度的总营收是三者中最高的,达到2911亿元,海尔智家和格力电器前三季度总营收分别为1986.57亿元、1558.12亿元。从规模来看,美的集团的总营收已经接近格力电器的两倍。

2023年第三季度,美的集团营收为941亿元,同比增长7.32%,归母净利润为95亿元,同比增长11.93%;海尔智家营收为670.3亿元,同比增长6.1%,归母净利润为41.85亿元,同比增长12.9%;格力电器营收为560.22亿元,同比增长6.63%,归母净利润为74.19亿元,同比增长8.50%。

业内人士指出,在市场高度成熟的白电领域,虽然总体市场规模增长有限,但头部企业的盈利能力在持续改善。从第三季度数据来看,三大家电企业的利润增速均超过营收增速。其中,海尔智家第三季度归母净利润增速最快。而格力电器虽然第三季度营收最低,但其归母净利润却并不低。

黑电方面,在市场竞争之下,头



部品牌份额持续提升,“马太效应”凸显。

海信视像2023年前三季度实现营收392.26亿元,同比增长20.65%,归母净利润为16.28亿元,同比增长47.08%。其中,第三季度营收为143.51亿元,同比增长16.71%,归母净利润为5.91亿元,同比增长15.19%。海信表示,报告期内,公司在主要原材料价格大幅上涨、经济环境压力较大的背景下,主营业务收入同比增长23.3%,中国境内海信系电视零售额市占率同比提升3.8个百分点,突破30%。

此外,四川长虹前三季度营收为700.6亿元,同比增长4.39%;归母净利润为4.79亿元,同比增长111.69%。TCL电子前三季度智屏(电视)全球出货量同比上升6.6%,至1772万台。

与此同时,在前三季度彩电行业承压之下,也有企业的市场表现不及预期。根据创维数字发布的第三季度业绩公告,公司2023年前三季度营收约为76.28亿元,同比减少15.52%,归属于上

市公司股东净利润约为4.48亿元,同比减少36.65%。深康佳2023年前三季度实现营收148.77亿元,同比下降39.52%,归母净利润由盈转亏。

多元化布局成效逐步呈现

传统家电企业经过多年转型发展,在传统优势业务之外的多元化布局方面成效逐步呈现。

美的集团董事长方洪波在今年5月举办的2022年度股东大会上曾指出,美的集团的“第二曲线”是To B业务,未来美的将在楼宇科技、新能源和工业自动化三个方向坚定地走下去。美的在第三季报中指出,公司新能源及工业技术年初至报告期末收入为213亿元,同比增长25%;智能建筑科技年初至报告期末收入为212亿元,同比增长19%;机器人与自动化年初至报告期末收入为229亿元,同比增长17%。

四川长虹的To B业务也成为其财报亮点。长虹第三季报显示,公司前三季度营业收入为700.6亿元,同比增长4.39%,归母净利润为4.79亿元,同比增长111.69%。长虹表示,

今年前三季度,通用设备制造等To B业务稳步提升。长虹华意冰箱压缩机市占率稳居全球第一,欧洲市场占有率超40%,三菱冰箱整机一体化优势展现。

在高度成熟、竞争充分的家电市场,多品牌和高端市场布局为家电企业提供了增量空间。

海尔智家的报告显示,旗下品牌卡萨帝前三季度高端价位段的产品份额进一步提升。此外,财报显示,2023年1—9月,海尔旗下品牌三翼鸟的场景交易额达40亿元。

美的集团也在瞄准高端市场,并布局了双高端品牌战略。2023年前三季度,COLMO和TOSHIBA(东芝)两个高端品牌的零售收入合计超过86亿元,同比增长21%。

业内人士表示,目前,家电企业降本增效能力在逐步提升,大家电企业正处于成本的红利期。彩电市场产品结构虽然也在持续升级,但受上游影响,市场尚处于成本压力期。奥维云网分析指出,今年第四季度,市场外部因素积极向好,家电零售在全年低基数的背景下开始出现回弹。

多家家电企业入选 工信部《2023年5G工厂名录》

本报讯 11月12日,工信部信息通信管理局发布关于《2023年5G工厂名录》入选项目的公示。

经省级工业和信息化主管部门、通信管理局推荐及工业互联网战略咨询专家委评审,工信部核定,最终300个5G工厂项目入选此名录。其中,包含华凌5G工厂、格力电器5G工厂、美的智能厨热电器5G智慧工厂、美的5G+工业互联网智能工厂、美的电冰箱5G+智能工厂、海尔胶州空调5G工厂、海

尔冰箱5G工厂、天津海尔洗衣机5G工厂、海信5G工厂、西门子5G工厂、长沙惠科5G+工业互联网智能工厂在内的多家家电企业5G工厂入选。

根据工业互联网产业联盟通过“5G工厂种子项目”统计,截至今年9月,全国已有1800余个5G工厂项目,涉及29个省(区、市),已覆盖装备制造、电子设备制造、石化化工、港口等10个“5G+工业互联网”重点行业,以及有色金属、材料等其他行业。(谷月)

京东11.11约300个品牌销售额过亿元

本报讯 在11月11日举办的京东11.11媒体开放日上,京东宣布,截至目前,京东采销直播累计观看人数已突破3.2亿。同时,今年京东11.11累计已有约300个品牌销售额破亿元。其中,大量数码家电产品成交额实现了爆发式增长。10月31日晚8点开场10分钟,Apple、小米、荣耀、华为、OPPO等众多大牌手机成交额同比增长100%。京东11.11首周,超薄平嵌冰箱、新风空调、净热一体净水器等家电家居好物成交额同比增长超300%。

今年,京东商家增长表现同样抢眼。参与京东11.11的商家数量再破纪录,较去年同期增长超1.5倍。

在京东开放日上,京东零售CEO辛利军强调,京东把通过极致效率省下来的钱让利给用户和合作伙伴,让品牌厂商和产业链上下游获益的同时,也让消费者享受到实惠,这样才能真正促消费。

自2008年,京东在业内首创价保服务以来,持续优化服务体验,拓展商品覆盖范围,目前已累计为京东用户节省了近90亿元。仅在今年京东11.11期间,就节省了5.64亿元。此外,“只换不修”服务同样受到广大消费者青睐,换新商品价值达1.6亿元;使用“闪电退款”服务的用户数超533万;3C数码“以旧换新”订单量同比增长达5倍,家电家居“以旧换新”累计为消费者节省了3亿元。(谷月)

长虹美菱提出品牌新主张

本报讯 11月9日,长虹美菱在合肥举行40周年庆典,并提出“美好中国,新鲜美菱”的品牌新主张。

1983年,长虹美菱在创立之初,确立了专业制造冰箱的品牌发展定位。自2005年与长虹战略合作后,长虹美菱开启多元化进程,相继布局空调、洗衣机和小家电产业。从原发明“181大冷冻”冰

箱到“M鲜生”冰箱,从全无尘空调到“-180度”世界级医疗冰箱,从手洗滚筒洗衣机到茶吧机,长虹美菱始终坚持跨界融合创新。2022年,长虹美菱营收为202.15亿元,实现净利润2.77亿元,创历史新高。

长虹美菱董事长吴定刚表示,要让“新鲜”与“美菱”划等号,未来将坚决提升产品力,打造用户心目中的好产品。(卢梦琪)

奋力谱写新型工业化发展新篇章