任海田報

家电产业景气指数解

销售遇冷难改行业基本面

格力电器员工在进行空调组装。

景气监测结果显示 二季度中经 家电产业景气指数为96.2 ,比上季度 下降 0.5点。这是在此前连续 3 个季 度家电业景气度持平的情况下出现 的明显回落 下行压力导致家电业运 行进入本年度内的低谷。这突出表现 在二季度家电业主营业务收入增速 大幅放缓(比上季度放缓6.7个百分 点) 各品类销售出现分化。

今年以来,冰箱、洗衣机市场表 现不容乐观。1至5月 电冰箱产量同 比增长 0.3% ,洗衣机产量同比下降 3.8% 国内市场冰箱累计零售量同比 下降12.38%,洗衣机累计零售量同 比下降5.9%。冰洗行业出现这种状 况 ,既与宏观经济大环境有关 ,又与 房地产市场调整、前几年的家电消费 刺激政策透支需求等因素有关。冰 箱、洗衣机等产品作为耐用消费品, 使用寿命至少8至10年 更新换代较 慢。彩电市场与冰洗市场类似 在经 历了平板电视大规模替代显像管电 视的高峰期之后 也出现了增长乏力。

由干城乡市场冰洗、彩电等部分 大家电产品的家庭保有量非常巨大, 市场基本饱和 我们认为未来部分大

家电市场销量将从高增长转入低速增 长 低增长将成为常态 今后的发展主 要靠产品结构调整 而不是靠冲量。

今年销售比较好的产品是空调 1至5月增长了11.2%。究其原因,首 先,空调在三、四级市场的普及率较 低 消费者在彩电、洗衣机、冰箱配置 齐全之后 开始购买空调 淇次 极端 天气频频出现,有的地区持续高温, 拉动了空调的销量 第三 空调使用 面广 ,学校宿舍、民工宿舍等大量安 **装空调的热潮在兴起。**

需要指出的是 二季度 家电业 在主营业务收入增长明显放缓的不 利情况下 生产、库存、就业等指标平 稳增长、利润大幅增长、价格跌幅明 显收窄、投资增速加快,行业基本面 仍是正常的。据我们分析,近期家电 业销售收入与其他多项指标表现相 背离的主要原因在于 随着家电业国 际化、市场化程度的提高 ,企业运用 两个市场、两种资源的能力增强,着 力推进结构调整和产业升级 行业保 持了正常平稳的生产经营态势 发展

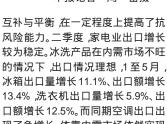
比如 家电业通过内外需市场的

本报记者 周 雷摄

风险能力。二季度,家电业出口增长 较为稳定。冰洗产品在内需市场不旺 的情况下,出口情况理想,1至5月, 冰箱出口量增长11.1%、出口额增长 13.4%,洗衣机出口量增长5.9%、出 口额增长12.5%。而同期空调出口出 现了负增长 依靠内需市场依然实现 了较快增长。

再比如,1至5月家用电器行业主 营创造利润297.9亿元 增长23.3%。 这主要得益于家电企业坚持转型升 级 创新能力有了很大提升 产品结构 初步改善 冲高端产品的比例增加。中 怡康数据显示,1至5月洗衣机市场 中 波轮全自动、滚筒占市场89%的份 额,其中滚筒洗衣机市场份额占比 31%;变频洗衣机市场份额占比为 24%。一些杂牌企业及产品被市场逐 渐淘汰 家电产业集中度进一步提高。

尽管今年家电行业面临市场销 量下降的困难 但我们对干行业发展 依然充满信心。我们预计 随着不利 因素被逐渐消化 下半年家电行业运 行有望止跌企稳。建议企业收缩战 线 谨慎经营 加速变革创新。



台 高档家电的网络销售占比有所扩大。 免费送货上门安装服务。 在以上因素的共同作用下 ,电商成 为家电销售渠道不可或缺的一环。奥维 咨询数据显示 2012年 家电线上销售占 整体家电市场比例为3.6%;2013年线上 业务规模为716亿元,占到家电整体市场

电商合作建立网销子品牌,会是市场上

的6%。线上家电销售中, 电视机、冰箱、空



企业预期稳中略降

经模型测算,预计2014年三 季度和四季度中经家电产业景气 指数和预警指数将稳中略降 ,景气 指数数值分别为96.1和96.0;预警 指数数值分别为80.0和76.7。

中国农用电器协会理事长

受多项因素影响,

二季度家电行业运行

趋缓。在市场面临下行

压力的背景下,家电业

坚持结构调整和转型

升级,布局内外需市

场 ,实现了利润的大幅

增长 ,行业运行较为平

稳。下半年家电市场有

望止跌企稳

企业景气调查结果显示 家电 行业企业家对 2014 年三季度企业 经营状况预测的预期指数为 133.0 ,比对二季度企业经营状况判 断的即期指数高4点,与上季度的 预期指数相比下降7.4点。表明家 电行业景气度仍有下行的压力。

二季度接受调查的家电行业企业 中 83.3%的企业订货量较上季度 增 加 或 持平 比上季度略降 0.2 个百 分点 86.2%的企业用工需求较上季 度 增加 或 持平 比上季度回落3.2 个百分点 企业用工需求增长基本保 持稳定 81.5%的企业投资较上季度 增加 或 持平 比上季度微降 0.5 个

百分点 企业投资意愿仍较强。

总体来看 ,二季度家电行业运 行稳中趋缓。此前的消费刺激政策 对家电需求的透支、房地产市场增 长放缓构成对家电业快速发展的制 约。但同时家电业也面临着城镇化 和消费升级的重要机遇。在有利因 素和不利因素的交织影响下,下半 年家电行业增长或将趋于稳定 ,大 幅波动的可能性不大。



🔁 产业观察

电商助力 家电销售

工行投资银行部研究中心

许 琳

随着网购的快速发 展,家电企业和电商的合 作日渐密切。上线快、大 数据分析、渠道下沉 消费者的购物体验越来越 便捷,电商已成为家电销 售不可或缺的渠道之一

国家统计局最新发布的数据显示 上半年,全国网上零售额11375亿元,同 比增长48.3%。而随着网购的流行、电 商在家电销售中的作用日益显现。今年 6.18 期间 京东等电商的家电促销就 引来了很多消费者的关注。

为适应市场的新情况,今年3月15 日起施行的《网络交易管理办法》要求, 网络商品经营者销售商品 消费者有权 自收到商品之日起七日内退货 月无需 说明理由 鲜活易腐、定作等四类商品除 外。七天无理由退货的规定 解决了消费 者网购退货的后顾之忧。

当前 家电企业与电商的合作更加 密切。一、二线家电企业纷纷在京东、天 猫开设旗舰店 ,家电厂商正是看中了电 商独特的营销价值:在传统渠道需要2到 3周的时间层层铺货,而企业将产品图片 和信息提供给电商后,只需要几小时产 品就可以上线展示。此外 电商运用大数 据技术,可以精准地分析出客户潜在的 需求,为厂商设计更好的营销方案。随着 市场的发展 消费者观念也逐渐成熟 企 业不再将网络作为低价产品的倾销平

除了平台功能,电商还加强物流建 设,推动配送环节下沉,以降低配送不便 对于家电网购的影响。截至今年3月底, 京东配送站已覆盖全国495个城市;4 月,京东华中物流基地项目一期工程在 武汉开工建设,计划于2015年底前建成 运营,业务范围覆盖整个华中地区。6 月,天猫宣布与海尔日日顺和菜鸟网络 打诵 .在全国 2600 多个区县提供大家电

调和洗衣机这四类大家电占比达到 45.7% 抽油烟机、燃气灶、热水器等厨房 电器占比为33.6%。2013年小家电线上市 场零售额占整体市场零售额三成以上。 面对线上销售的高速增长 线下渠 道受到的冲击将越来越大。可以预见的 是 随着年轻消费者逐渐成为消费主力 军 家电企业加大对线上市场的投入 与