经济日报

家电产业景气指数解读

家电业发展加快创新驱动

为了抢占细分市场，空调企业推出儿童空调新品。 本报记者 周 俞摄

专家解读

今年以来，家电市场下行压力较大，企业运行难度加大，但是广大企业牢牢把握提质增效的主基调，产品结构调整和产业结构调整继续向前推进，消费升级和创新驱动则为行业持续健康发展注入新动能

中国家用电器协会理事长 姜 风

当前，家电行业面临的突出问题是市场增长动力不足。一方面，内销市场低迷，一些家电产品销量下降。中怡康的监测数据显示，今年前5月，冰箱零售量下降5%，空调零售量下降1.8%，洗衣机零售量下降0.2%，烟机、灶具、热水器等实现微增长。即使是五一黄金周，家电厂商线上线下促销频繁，也收效不大。另一方面，家电出口出现负增长。家电业出口在经历了1至2月超乎预期的增长后，3月出口额大幅下跌，4、5月份降幅虽有收窄但仍不能扭转下降局面。1至5月，家电业出口额240亿美元，同比下降0.8%，进出口总额254亿美元，同比下降1.1%。

低迷的市场行情对于家电业运行产生了明显影响，部分家电产品产量出现零增长或负增长，库存压力则持续上升，1至5月家电业产成品资金占用达到759亿元，创出历史新高。

根据我们分析，当前市场承压运行有多方面的原因。首先，消费周期的影响。前几年消费刺激政策引发了一轮超常规消费高峰，短期内总计3.4亿台、8800亿元的大家电消费集中释放，对于平稳发展的市场构成冲击。购买力提前释放后市场进入消费波谷期，消费透支的影响将在今后几年持续左右着市场。预计2015年及今后一个时期大家电市场将延续需求总量没有变化、零增长甚至有所下降的局面，直至2017-2018年下一个消费周期的到来。其次，住宅市场低迷抑制了家电消费。当前虽有局部回暖，但楼市的整体走势仍需谨慎观察。第三，汇率、地缘政治风险等不确定因素上升。美国退出QE，欧盟、日本实施量化宽松政策，欧元、日元贬值而美元进入上升周期。俄乌局势则导致卢布暴跌。人民币对主要国家货币的汇率走势，直接影响着家电业出口形势。

尽管遭遇了一些困难，但是家电业前景依然看好，提质增效已成为行业发展的主旋律，消费升级、创新驱动仍将持续推动家电业发展。

当前，家电消费升级态势良好。代表升级方向的多门/对开、大容量冰箱市场进入快速上升期。多门/对开、大容量冰箱零售量合计比重由2014年的19%升至今年1-5月的24%；全自动洗衣机零售量比重从去年的89.5%升至今年1-5月的91%。变频产品加快普及。变频空调零售量比重从2013年的54%升至今年1-5月的64%；变频洗衣机比重从2013年的约20%升至32%；变频冰箱比重从2013年的12%升至18%。产品高端化带动了企业发展质量和效益的提升。1至5月，家电业主营业务收入5614亿元，增长2%，利润总额315亿元，增长6.6%；销售利润率达5.62%，高于去年同期0.21个百分点。

为适应新形势，家电企业加快转向创新驱动，提升核心竞争力。家电业的研发投入力度达到前所未有的水平，企业的创新能力大幅提升，科技成果大量涌现。纵观近年来家电协会“科技进步奖”和“艾普兰”奖的获奖项目，最显著的特点就是每项科技成果都有大量专利技术做支撑，科技成果的含金量明显上升。

在家电业转型升级稳步推进的情况下，我们预计，到“十三五”末，我国大有希望进入家电强国行业。当前的市场调整，也可视作对家电企业的一种磨砺。在市场倒逼作用下，企业优胜劣汰将加剧，缺乏竞争力的企业退出市场，积极主动推进转型升级的企业则获得更大空间，产业集中度将上升，家电业发展的后劲将更加充足。

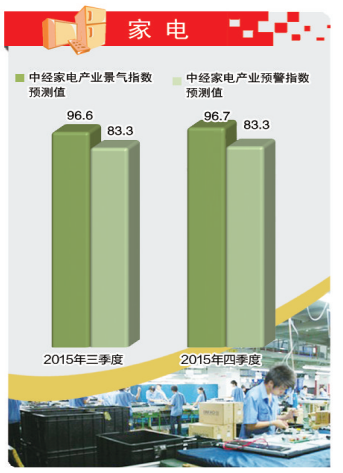
前瞻

下半年运行有望企稳

经模型测算，预计2015年三季度和四季度中经家电产业景气指数分别为96.6和96.7，中经家电产业预警指数分别为83.3和83.3。

二季度，家电行业企业景气调查结果显示，家电行业企业家对三季度企业经营状况预测的预期指数为125.4，比对本季度企业经营状况判断的即期指数高5.6点，比上季度的预期指数低9.5点。二季度接受调查的家电行业企业中，77.5%的企业订货量“增加”或“持平”，比上季度低1.3个百分点；83.1%的企业用工需求“增加”或“持平”，比上季度低4.0个百分点；76.9%的企业投资“增加”或“持平”，比上季度低2.3个百分点。

现阶段，家电行业景气度继续走低。由于宏观经济下行压力较大，大部分二三线城市房地产市场低迷，制约着国内家电需求的提升；受发达国家制造业回归以及部分发展中国家依靠劳动力低成本优势抢占市场的影响，家电出口大幅回落，部分家电产品出口继续负增长。从供给方面看，依靠规模扩张和价格竞争的增长模式难以持续，国家出台针对家电行业的刺激性政策的可能性较小，企业仍需主动转型升级，提升增长动力。下半年，家电行业运行有望企稳，但能否持续回升仍有待进一步观察。



产业观察

家电升级态势明显

工行投资银行部研究中心 许 琳

进入今年二季度，家电行业运行虽然出现增速下滑、库存走高等问题，但是消费升级、产品结构调整依然保持良好势头，家电智能化和节能环保性能提升成为突出亮点

从黑色家电来看，电视市场延续激烈的竞争态势，规模增长放缓。据奥维云网（AVC）推总数据显示，2015年上半年彩电市场零售量达2211万台，同比增长5.6%；零售额达744亿元，同比增长6.9%。在整体市场高增长不再的情况下，电视智能化发展趋势明显。目前，智能电视累计保有量达8580万台，智能电视激活率达82%；OTT盒子累计保有量达5210万台。

在各家彩电企业力推下，智能电视产品销售保持快速增长，并且活跃用户逐步增加，为彩电市场长远发展增添动力。根据TCL集团公布的销售数据，6月份智能网络电视销量同比增长13.7%，远高于当月LCD电视产品销量1.83%的增速。6月TCL国内智能网络电视销量为30.0万台，销量占比超过50%。此外，TCL通过欢网运营的智能网络电视终端累计激活用户已达1503.3万，日均活跃用户数551.7万。创维也在推动内部产品的智能化落地以及产品、技术、软件、系统等层面的对接，努力做大智能电视客户基数。截至2015年6月19日，创维智能电视激活用户数达1054万台，日均活跃用户数超313万，日增加激活用户数16517。

对于白色家电来说，消费者对于产品的节能环保性能要求日益提高。以空调为例，根据中怡康的统计，今年1至4月变频空调销售占比达到64.85%，同比增长7.37%，而变频空调4274元的均价远远高于定频空调的2537元。价格优势已经不是消费者选择家电的唯一重要指标，节能环保性能也成为人们选购家电考虑的重点。

家电节能环保性能的提升，符合市场需求和产业发展方向，得到了国家有关部门的大力推动和引导。以冰箱为例，目前正在使用的冰箱能效标准自2009年5月1日起实施，经过企业的努力，国内市场上85%的冰箱现已达到一级能效。为了进一步促进能效升级，新版《家用电冰箱耗电量限定值及能源效率等级》已递交国家标准化管理委员会报批。新版冰箱能效标准要求冰箱耗电量大幅降低，新1级比老1级耗电量要下降40%左右。耗电量测试方法也有变化，新版要求的冰箱综合耗电量更接近用户实际使用耗电量。新能效标准实施后，预计市场上新1级产品占比仅5%左右，新2级产品占比10%-20%。我们认为，政府定期提高家电产品的能效标准将成为常态。提高家电能效标准，将在一定程度上增加家电产品的成本，也将引导从配件企业到生产企业整个产业链的升级，有利于家电产业集中度提高。