

2月空调内/外销同比+129%/+30%

华泰研究

2021年3月19日 | 中国内地

行业月报

家用电器

增持 (维持)

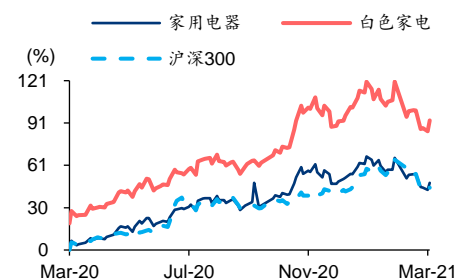
白色家电

增持 (维持)

研究员 林寰宇
SAC No. S0570518110001 linhuanyu@htsc.com
SFC No. BQO796 +86(755)83213674

研究员 王森泉
SAC No. S0570518120001 wangsenquan@htsc.com
SFC No. BPX070 +86-755-23987489

行业走势图



资料来源: Wind、华泰研究

重点推荐

股票名称	股票代码	目标价 (当地币种)	投资评级
格力电器	000651 CH	72.93	买入
海信家电	000921 CH	17.08	增持

资料来源: 华泰研究预测

出口规模已经好于2019年同期,内销同比回升但规模仍低于2019年同期
空调行业在2020年2月低基数影响下,内外销均有明显增长,但内销表现依然弱于2019年同期表现。根据产业在线数据,2021年2月家用空调总销量875.9万台,YOY+58.5%,内销369万台,YOY+128.6%;出口506.9万台,YOY+29.6%,但较2019年2月分别-7.3%、-25.3%、+12.5%。同时,我们认为2020H1空调内销、外销基数均较低,出货表现值得期待,且出口拉动作用依然明显,后续出口表现有望好于2019年同期。

2021年2月空调内销表现仍弱于2019年2月,美的内销份额提升明显

根据产业在线数据,2021年2月内销同比+128.6%,较2019年2月-25.3%,2021年1-2月内销同比+50.9%,较2019年1-2月-20.3%。从单月表现来看,龙头企业均实现低基数下的同比高增长,其中美的表现好于行业,带动美的内销份额明显提升,整体来看CR3内销份额同比+2.0pct。原材料涨价压力增大,空调内销零售价格竞争明显减弱,在中高端产品上更具优势的龙头企业份额有望继续巩固,但内销出货量的回暖节奏仍依赖于全年经济恢复、地产后周期需求以及夏季气温的拉动影响。

出口产业优势依然明显,增长红利继续释放,但出口盈利压力仍较大

2021年出口新增订单表现或弱于2020年Q3、Q4期间,但出口仍受益于海外产能不足,出口量表现已经好于2019年同期。根据产业在线数据,2021年2月出口同比+29.6%,较2019年2月+12.5%,2021年1-2月出口同比+44.8%,较2019年1-2月+12.9%。我们认为空调产业链优势依然存在,海外订单短期回流压力并不明显。从单月表现上看,海信出口增速较快,出口份额获提升。而面对人民币汇率与原材料成本提升的影响,空调出口盈利或继续承压。

零售表现虽弱于2019年同期,但价格继续回升,或驱动内销出货价格增长

2021年2月,国内空调零售市场表现为量降额增,但零售量、额规模均弱于2019年2月。而空调零售数据显示,2月线上、线下空调零售均价继续回升,分别同比回升24.5%、26.8%左右,延续2020年11月以来的零售均价提升态势,在零售端价格企稳回升的情况下,有望驱动内销出货价格提升。

行业库存量继续同比高增长

产业在线数据显示,截至2021年2月空调在库量为1947万台,同比+40%/环比-0.2%。行业库存同比继续提升,即源于内外销的旺盛需求驱动,同时原材料涨价压力下,企业或更有动力加快生产,提升相对低价库存,减少高价库存压力。随着库存结构的变化,部分企业或存在更大的出货端提价压力。

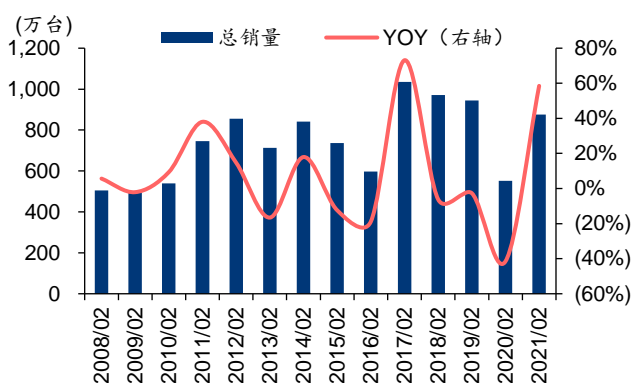
风险提示:空调行业景气度下行幅度超预期;行业竞争加剧;出口订单下滑风险。

低基数下，2月空调总销量同比+58.5%，仍低于2019年2月 2月内外销分别同比+128.6%/+29.6%，出口已经好于2019年2月

空调内销市场依然偏弱，但2020年2月同期基数较低，内销同比增速表现较好，但内销规模仍明显低于2017-2019年间2月表现。对比来看，2021年2月家空调海外订单仍维持饱满状态，不但实现同比高增长，同时出口规模表现均好于2018-2019年间2月出口，我们继续看好2021H1的空调出口表现。

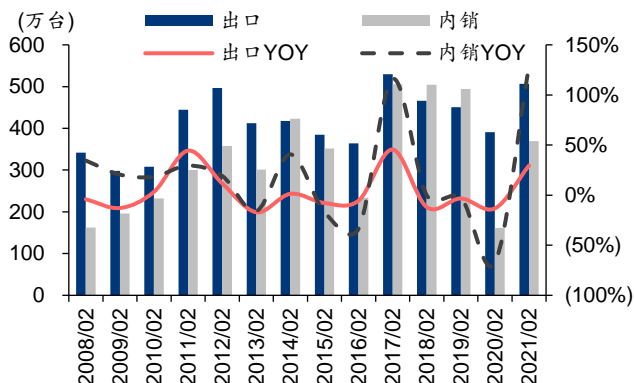
整体来看，2021年2月家用空调总销量875.9万台，YOY+58.5%，内销369万台，YOY+128.6%；出口506.9万台，YOY+29.6%，较2019年2月分别-7.3%、-25.3%、+12.5%。

图表1：空调总销量2月数据同比情况（单位：万台，%）



资料来源：产业在线、华泰研究

图表2：空调内销、外销2月数据同比情况（单位：万台，%）



资料来源：产业在线、华泰研究

2021年1-2月空调内销在春节前销售有明显回温，但仍明显低于2019年1-2月间表现。而出口订单维持饱满状态，国内出口占比较高的空调企业明显受益，带动总出货量维持高速增长，出口表现也好于2019年1-2月。2021年1-2月累计家用空调销量2281.9万台，YOY+47.4%，内销985.5万台，YOY+50.9%；出口1296.4万台，YOY+44.8%，较2019年1-2月分别-4.3%、-20.3%、+12.9%。

图表3：1-2月空调总销量同比大幅提升（单位：万台，%）

1-2月累计	销量	其中内销	其中出口	内销占比	出口占比
2021年	2281.9	985.5	1296.4	43.2%	56.8%
同比增长	47.4%	50.9%	44.8%		
2020年	1548.2	653.0	895.3	42.2%	57.8%
同比增长	-35.1%	-47.2%	-22.1%		
全年累计	销量	其中内销	其中出口	内销占比	出口占比
2020年	14146.4	8028.1	6118.4	56.7%	43.3%
同比增长	-6.1%	-12.9%	4.7%		

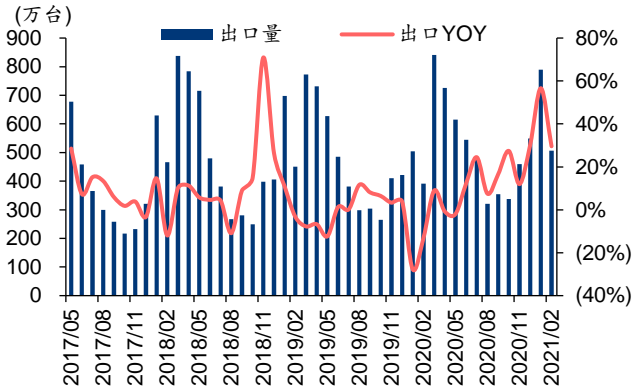
资料来源：产业在线、华泰研究

图表4：空调总销量月度同比数据（单位：万台，%）



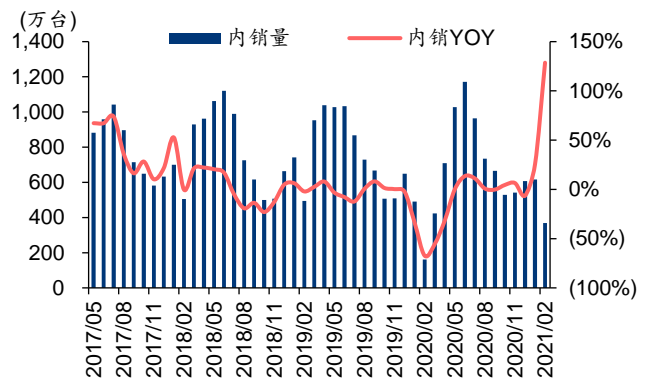
资料来源：产业在线、华泰研究

图表5：空调外销月度同比数据（单位：万台，%）



资料来源：产业在线、华泰研究

图表6：空调内销月度同比数据（单位：万台，%）

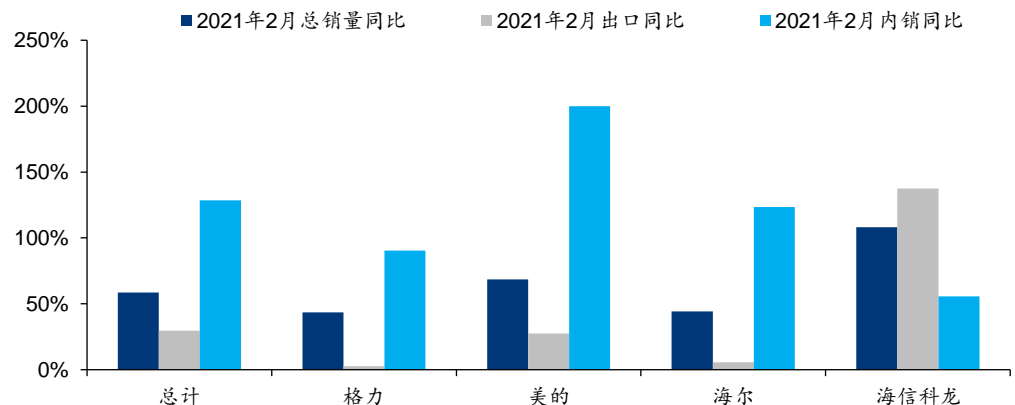


资料来源：产业在线、华泰研究

2月主要企业内销均继续回暖，出口表现差异较为明显

2021年2月单月，格力（000651 CH）总销量YOY+43.4%（内销YOY+90.5%、外销YOY+2.7%），总销量份额YOY-2.3pct；美的（000333 CH）销量YOY+68.4%（内销YOY+200%、外销YOY+27.6%），总销量份额YOY+2.1pct；海尔（600690 CH）销量YOY+44.2%（内销YOY+123.5%、外销YOY+5.7%），总销量份额YOY-0.8pct；海信（000921 CH）销量YOY+108%（内销YOY+55.6%、外销YOY+137.5%），总销量份额YOY+1.4pct。

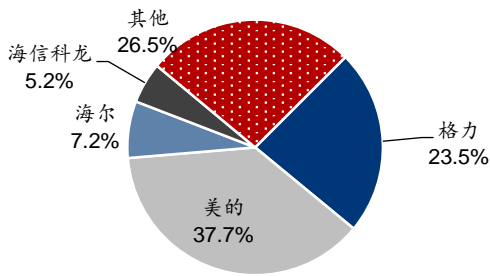
图表7：各品牌2021年2月销量同比数据



资料来源：产业在线、华泰研究

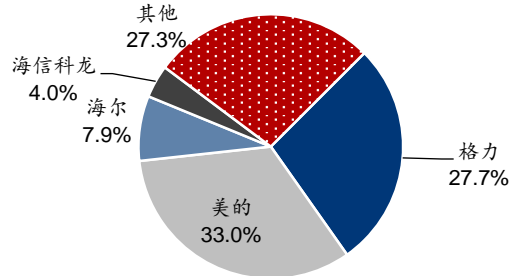
2021年继续保持出口大幅增长态势，美的空调在出口带动下，份额得到较大提升，2021年1-2月累计来看，美的总销量份额达到37.2%，居行业第一，份额同比+4.7pct。

图表8：2021年1-2月累计空调分品牌总销量占比（单位：%）



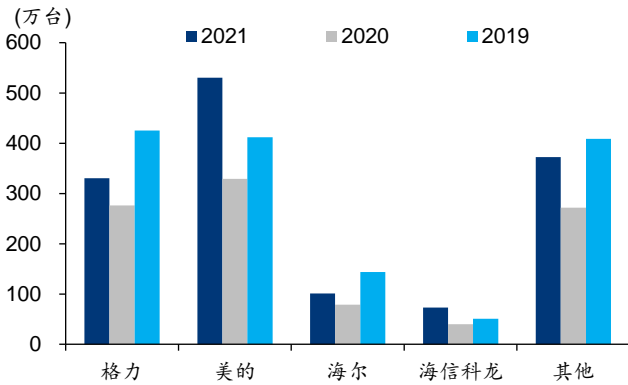
资料来源：产业在线、华泰研究

图表9：2020年1-2月累计空调分品牌总销量占比（单位：%）



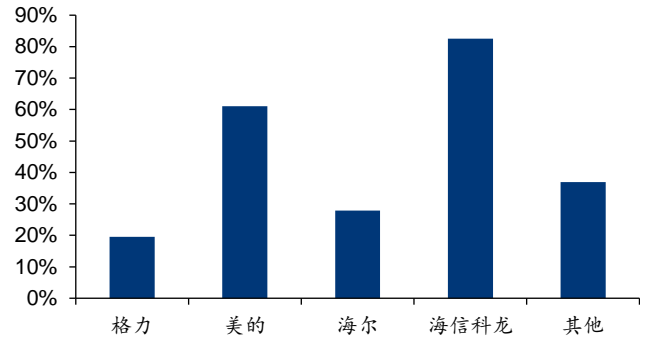
资料来源：产业在线、华泰研究

图表10：各品牌1-2月累计总销量对比



资料来源：产业在线、华泰研究

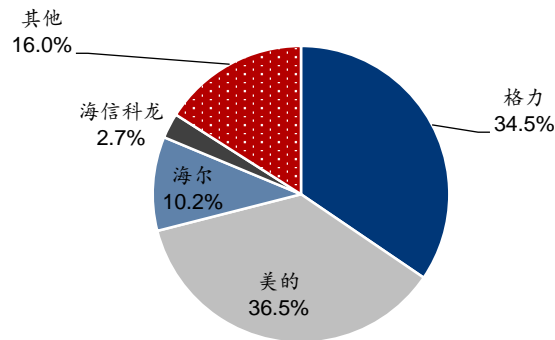
图表11：各品牌2021年1-2月累计总销量同比



资料来源：产业在线、华泰研究

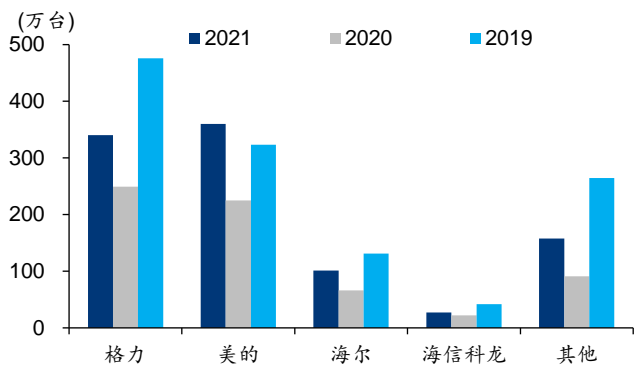
从内销数据来看，2021年1-2月龙头企业均实现内销出货同比增长，其中美的内销出货量已经好于2019年1-2月，内销出货量份额有较明显提升。2021年1-2月累计，格力内销量YOY+36.5%，内销量份额YOY-3.6pct。美的内销量YOY+60%，内销量份额YOY+2.1pct。海尔内销量YOY+53%，内销量份额YOY+0.1pct。

图表12：2021年1-2月累计空调分品牌内销量占比（单位：%）



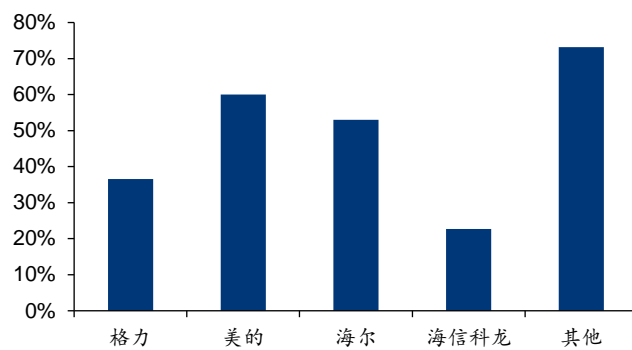
资料来源：产业在线、华泰研究

图表13: 各品牌1-2月累计内销量对比



资料来源: 产业在线、华泰研究

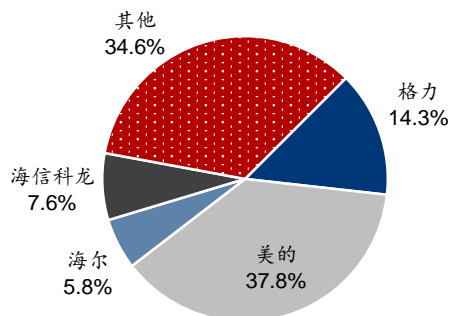
图表14: 各品牌2021年1-2月累计内销量同比



资料来源: 产业在线、华泰研究

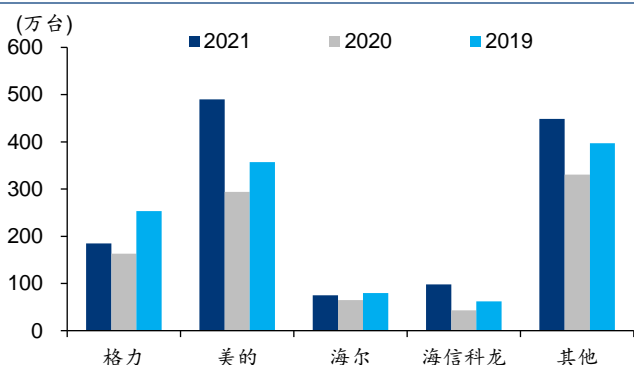
美的出口出货量同比表现较好, 同时持续好于2019年同期, 出口表现持续行业领先。2021年1-2月累计, 格力外销量YOY+13.5%, 外销量份额YOY-3.9pct。美的外销量YOY+66.7%, 外销量份额YOY+5.0pct。海尔外销量YOY+15.4%, 外销量份额YOY-1.5pct。

图表15: 2021年1-2月累计空调分品牌外销量占比(单位: %)



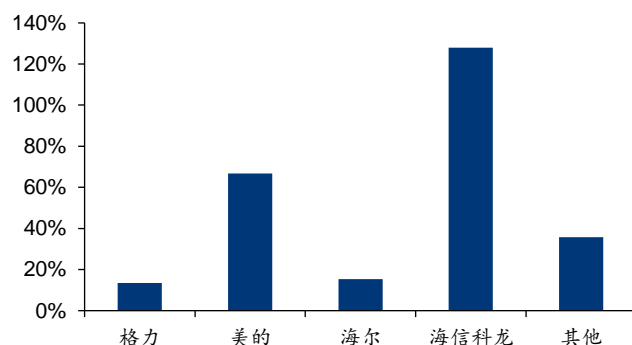
资料来源: 产业在线、华泰研究

图表16: 各品牌1-2月累计外销量对比



资料来源: 产业在线、华泰研究

图表17: 各品牌2021年1-2月累计外销量累计同比



资料来源: 产业在线、华泰研究

重点推荐标的

格力电器（000651 CH，买入，72.93 元）：渠道继续去库存，Q3 收入降幅收窄

公司披露 2020 年三季报，2020Q1-Q3 公司实现营业总收入 1274.68 亿元，同比-18.64%，归母净利 136.99 亿元，同比-38.06%，其中，2020Q3 总营收同比-2.52%，归母净利同比-12.32%。公司启动较大规模新零售模式改革、实施积极促销策略，驱动渠道去库存，提升产品竞争力，零售端表现好于出货端，且维持了零售市场的份额优势。在空调行业面临持续洗牌的情况下，公司主动调整，着眼长期可持续发展，仍有望维持市场份额领先。

我们维持 2020-2022 年 EPS 为 3.77、4.29、5.36 元的预测。公司在传统线下渠道有更强优势，但线上渠道布局偏晚，在消费流量转移的压力下，公司积极推动渠道及管理改革，加速渠道库存出清，为长期可持续发展做铺垫。短期来看，地产后周期影响逐步转正，零售高增带动公司库存逐步趋于良性，中长期来看，空调长期增长空间仍优于其他大白电品类，我们仍看好公司长期投资价值。截至 2020 年 10 月 30 日，可比公司 2021 年 Wind 一致预期平均 PE16.7x，认可给予公司 2021 年 17xPE 估值，对应目标价 72.93 元，维持“买入”评级。风险提示：疫情冲击及宏观经济下行。地产影响或超出预期。

海信家电（000921 CH，增持，17.08 元）：主营大幅好转，Q3 收入增超 70%

公司披露 2020 年三季报，2020Q1-Q3 公司实现营业总收入 348.66 亿元，同比+29.09%，归母净利 10.02 亿元，同比-25.70%，其中，2020Q3 营收同比+70.96%，归母净利同比+28.19%。公司家用空调业务虽受竞争影响明显，但其他各项业务均有看点，一方面，Q2 中央空调业务已率先恢复增长，且地产后周期正向拉动作用在 Q3 显现，并有望在 Q4 延续，另一方面，公司受益于海外订单转移，Q3 传统冰箱业务出口量同比增长明显。

我们维持公司 2020-2022 年 EPS 为 1.16、1.22、1.27 元的预测，截至 2020 年 10 月 28 日，根据 Wind 一致预期，行业可比公司 2021 年平均 PE 为 17x，随着国内地产回暖，中央空调需求有望呈现加速提升态势，我们依然看好海信日立业务全年表现，冰箱出口增长态势积极，公司传统主业 Q4 收入或继续实现同比增长。考虑到公司综合实力仍弱于三大白电龙头，且中央空调业务少数股东权益占比较高，归母净利润表现弱于收入。给予公司 2021 年 14x PE，对应目标价 17.08 元，维持“增持”评级。风险提示：原材料价格大升；地产回暖偏弱；疫情冲击及家装零售遇冷。

图表 18：家电重点公司估值表

公司代码	公司简称	评级	目标价 (元)	市值(亿元) 2021-3-18	EPS (元)					PE (倍)			
					2019	2020E	2021E	2022E	2019	2020E	2021E	2022E	
000651 CH	格力电器	买入	72.93	3,760	4.11	3.77	4.29	5.36	15.51	16.58	14.57	11.66	
000921 CH	海信家电	增持	17.08	185	1.32	1.16	1.22	1.27	12.77	13.02	12.38	11.89	

注：EPS 为华泰证券家电团队预测数据

资料来源：Wind、Bloomberg、华泰研究

风险提示

(1) 空调行业景气度下行幅度超预期。空调工厂及渠道库存均处于高位，同时内销需求依赖于经济恢复、地产后周期及夏季高温天气拉动，空调出货数据或存在出现低于预期的风险。

(2) 行业竞争加剧。如果空调行业需求表现不及预期，各厂商为保持市场份额，或采取价格竞争的方式，存在影响市场均价以及厂商的盈利水平的风险。

(3) 出口订单下滑风险。海外产能逐步恢复，如果主要的空调贸易对象将订单大幅回流海外，可能影响行业整体出口表现。

免责声明

分析师声明

本人，林寰宇、王森泉，兹证明本报告所表达的观点准确地反映了分析师对标的证券或发行人的个人意见；彼以往、现在或未来并无就其研究报告所提供的具体建议或所表达的意见直接或间接收取任何报酬。

一般声明及披露

本报告由华泰证券股份有限公司（已具备中国证监会批准的证券投资咨询业务资格，以下简称“本公司”）制作。本报告所载资料是仅供接收人的严格保密资料。本报告仅供本公司及其客户和其关联机构使用。本公司不因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告基于本公司认为可靠的、已公开的信息编制，但本公司及其关联机构（以下统称为“华泰”）对该等信息的准确性及完整性不作任何保证。

本报告所载的意见、评估及预测仅反映报告发布当日的观点和判断。在不同时期，华泰可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。以往表现并不能指引未来，未来回报并不能得到保证，并存在损失本金的可能。华泰不保证本报告所含信息保持在最新状态。华泰对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本公司不是 FINRA 的注册会员，其研究分析师亦没有注册为 FINRA 的研究分析师/不具有 FINRA 分析师的注册资格。

华泰力求报告内容客观、公正，但本报告所载的观点、结论和建议仅供参考，不构成购买或出售所述证券的要约或招揽。该等观点、建议并未考虑到个别投资者的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对客户私人投资建议。投资者应当充分考虑自身特定状况，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，华泰及作者均不承担任何法律责任。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

除非另行说明，本报告中所引用的关于业绩的数据代表过往表现，过往的业绩表现不应作为日后回报的预示。华泰不承诺也不保证任何预示的回报会得以实现，分析中所做的预测可能是基于相应的假设，任何假设的变化可能会显著影响所预测的回报。

华泰及作者在自身所知情的范围内，与本报告所指的证券或投资标的不存在法律禁止的利害关系。在法律许可的情况下，华泰可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，为该公司提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务或向该公司招揽业务。

华泰的销售人员、交易人员或其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。华泰没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。华泰的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。投资者应当考虑到华泰及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一信赖依据。有关该方面的具体披露请参照本报告尾部。

本报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布的机构或人员，也并非意图发送、发布给因可得到、使用本报告的行为而使华泰违反或受制于当地法律或监管规则的机构或人员。

本报告版权仅为本公司所有。未经本公司书面许可，任何机构或个人不得以翻版、复制、发表、引用或再次分发他人（无论整份或部分）等任何形式侵犯本公司版权。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并需在使用前获取独立的法律意见，以确定该引用、刊发符合当地适用法规的要求，同时注明出处为“华泰证券研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。本公司保留追究相关责任的权利。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

中国香港

本报告由华泰证券股份有限公司制作，在香港由华泰金融控股（香港）有限公司向符合《证券及期货条例》及其附属法律规定的机构投资者和专业投资者的客户进行分发。华泰金融控股（香港）有限公司受香港证券及期货事务监察委员会监管，是华泰国际金融控股有限公司的全资子公司，后者为华泰证券股份有限公司的全资子公司。在香港获得本报告的人员若有任何有关本报告的问题，请与华泰金融控股（香港）有限公司联系。

香港-重要监管披露

- 华泰金融控股（香港）有限公司的雇员或其关联人士没有担任本报告中提及的公司或发行人的高级人员。更多信息请参见下方“美国-重要监管披露”。

美国

在美国本报告由华泰证券（美国）有限公司向符合美国监管规定的机构投资者进行发表与分发。华泰证券（美国）有限公司是美国注册经纪商和美国金融业监管局（FINRA）的注册会员。对于其在美国分发的研究报告，华泰证券（美国）有限公司根据《1934年证券交易法》（修订版）第15a-6条规定以及美国证券交易委员会人员解释，对本研究报告内容负责。华泰证券（美国）有限公司联营公司的分析师不具有美国金融监管（FINRA）分析师的注册资格，可能不属于华泰证券（美国）有限公司的关联人员，因此可能不受FINRA关于分析师与标的公司沟通、公开露面和所持交易证券的限制。华泰证券（美国）有限公司是华泰国际金融控股有限公司的全资子公司，后者为华泰证券股份有限公司的全资子公司。任何直接从华泰证券（美国）有限公司收到此报告并希望就本报告所述任何证券进行交易的人士，应通过华泰证券（美国）有限公司进行交易。

美国-重要监管披露

- 分析师林震宇、王森泉本人及相关人士并不担任本报告所提及的标的证券或发行人的高级人员、董事或顾问。分析师及相关人士与本报告所提及的标的证券或发行人并无任何相关财务利益。本披露中所提及的“相关人士”包括FINRA定义下分析师的家庭成员。分析师根据华泰证券的整体收入和盈利能力获得薪酬，包括源自公司投资银行业务的收入。
- 华泰证券股份有限公司、其子公司和/或其联营公司，及/或不时会以自身或代理形式向客户出售及购买华泰证券研究所覆盖公司的证券/衍生工具，包括股票及债券（包括衍生品）华泰证券研究所覆盖公司的证券/衍生工具，包括股票及债券（包括衍生品）。
- 华泰证券股份有限公司、其子公司和/或其联营公司，及/或其高级管理层、董事和雇员可能会持有本报告中所提到的任何证券（或任何相关投资）头寸，并可能不时进行增持或减持该证券（或投资）。因此，投资者应该意识到可能存在利益冲突。

评级说明

投资评级基于分析师对报告发布日后6至12个月内行业或公司回报潜力（含此期间的股息回报）相对基准表现的预期（A股市场基准为沪深300指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普500指数），具体如下：

行业评级

- 增持：**预计行业股票指数超越基准
- 中性：**预计行业股票指数基本与基准持平
- 减持：**预计行业股票指数明显弱于基准

公司评级

- 买入：**预计股价超越基准15%以上
- 增持：**预计股价超越基准5%~15%
- 持有：**预计股价相对基准波动在-15%~5%之间
- 卖出：**预计股价弱于基准15%以上
- 暂停评级：**已暂停评级、目标价及预测，以遵守适用法规及/或公司政策
- 无评级：**股票不在常规研究覆盖范围内。投资者不应期待华泰提供该等证券及/或公司相关的持续或补充信息

法律实体披露

中国: 华泰证券股份有限公司具有中国证监会核准的“证券投资咨询”业务资格, 经营许可证编号为: 91320000704041011J

香港: 华泰金融控股(香港)有限公司具有香港证监会核准的“就证券提供意见”业务资格, 经营许可证编号为: AOK809

美国: 华泰证券(美国)有限公司为美国金融业监管局(FINRA)成员, 具有在美国开展经纪交易商业业务的资格, 经营业务许可编号为: CRD#:298809/SEC#:8-70231

华泰证券股份有限公司**南京**

南京市建邺区江东中路228号华泰证券广场1号楼/邮政编码: 210019

电话: 86 25 83389999/传真: 86 25 83387521

电子邮件: ht-rd@htsc.com

深圳

深圳市福田区益田路5999号基金大厦10楼/邮政编码: 518017

电话: 86 755 82493932/传真: 86 755 82492062

电子邮件: ht-rd@htsc.com

北京

北京市西城区太平桥大街丰盛胡同28号太平洋保险大厦A座18层/

邮政编码: 100032

电话: 86 10 63211166/传真: 86 10 63211275

电子邮件: ht-rd@htsc.com

上海

上海市浦东新区东方路18号保利广场E栋23楼/邮政编码: 200120

电话: 86 21 28972098/传真: 86 21 28972068

电子邮件: ht-rd@htsc.com

华泰金融控股(香港)有限公司

香港中环皇后大道中99号中环中心58楼5808-12室

电话: +852-3658-6000/传真: +852-2169-0770

电子邮件: research@htsc.com

<http://www.htsc.com.hk>

华泰证券(美国)有限公司

美国纽约哈德逊城市广场10号41楼(纽约10001)

电话: +212-763-8160/传真: +917-725-9702

电子邮件: Huatai@htsc-us.com

<http://www.htsc-us.com>

©版权所有2021年华泰证券股份有限公司