

# 市场简报：大宗商品价格上涨对中国家电行业影响几何？

Briefing Report: China Home Appliance Industry Impact Analysis of Commodity Price rise

市場速報：大口の商品価格の上昇は中国の家電業界にどのぐらい影響しますか？

报告标签：货币政策、房地产、家电下乡、供需失衡、空调价格战

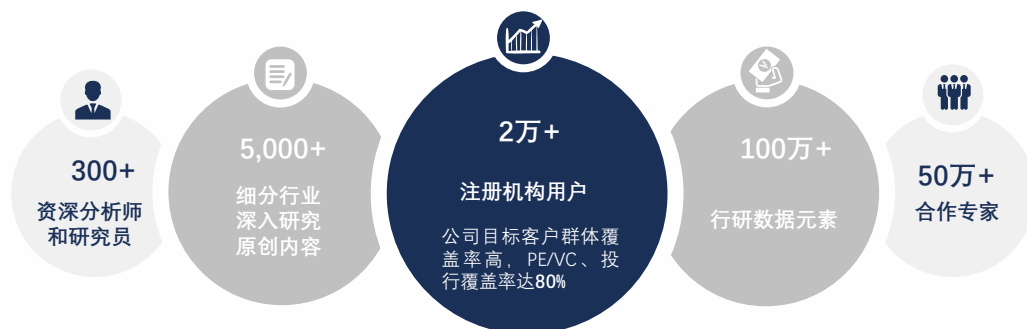
主笔人：彭琪瑶



报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

## 头豹研究院

- ◆ 头豹是国内领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



### 四大核心服务：

#### 企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

#### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

#### 云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

#### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

## 报告阅读渠道



图说



表说



专家说



数说

头豹科技创新网 —— [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



### 详情咨询



客服电话

400-072-5588



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



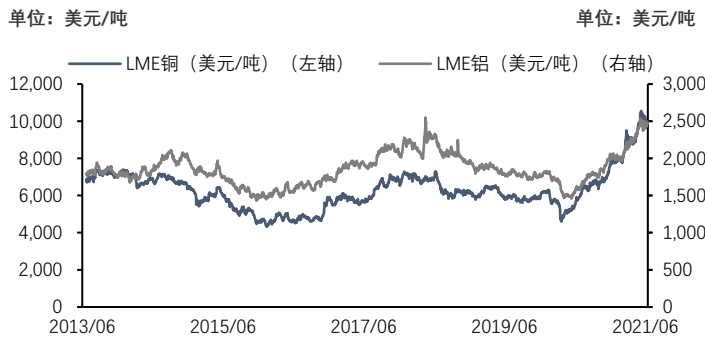
深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451

Q1: 2020年大宗商品价格上涨的起因是什么? 大宗商品在家电行业有哪些应用?

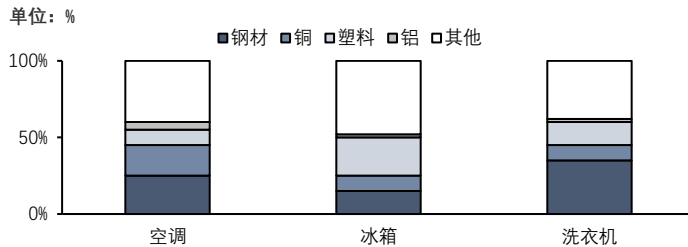
图表1: LME铜及LME铝期货价格, 截至2021年6月14日



图表2: 长江1#铜及长江A00铝现货价格, 截至2021年6月11日



图表3: 空调、冰箱及洗衣机生产成本构成



受供需失衡及货币政策宽松等因素影响, 全球大宗商品价格自2020年第二季度起大幅上涨

■ 受新冠疫情影响, 2020年全球主要经济体均遭受明显冲击, 大宗商品供给侧因停工停产导致产能下滑, 叠加全球最大铜生产国智利的铜矿罢工事件及全球最大铁矿石供应商巴西淡水河谷公司减产等因素, 大宗商品供给收紧。需求侧方面, 随着中国经济率先复苏及疫苗接种进展提速, PMI指数持续上涨, 且全球经济复苏超预期增长, 工业生产对大宗商品的需求出现短期激增。供给侧虽因新冠疫情好转而产能提升, 但受限于前期对工业复苏预期不足而导致排产计划低于实际需求, 大宗商品产能恢复较慢, 供需失衡致使大宗商品价格上涨。此外, 全球多个国家为刺激国内消费而实施宽松的货币政策, 推动大宗商品价格进一步攀升

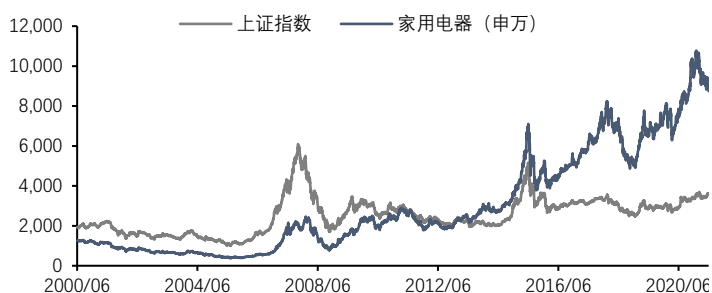
■ 中国家电行业上游参与主体为原材料及零部件供应商, 原材料及零部件成本是家电生产成本的主要组成部分, 占比超80%: 中国家电企业成本控制及经营策略受原材料及零部件价格波动影响较大, 家电原材料主要包括铜、钢材、塑料、铝等, 其中冰箱生产成本中压缩机及塑料占比最大分别约为25%及20%, 洗衣机生产成本中钢材占比达35%, 而空调生产成本中压缩机及铜材占比分别约为30%及20%。随着家电生产制造所需的铜、铝、钢材等原材料价格大幅提升, 产品包装费用及物流成本亦呈现上涨态势, 中国家电行业盈利能力的市场关注度显著提升

来源: Choice, 东亚前海证券, 头豹研究院编辑整理

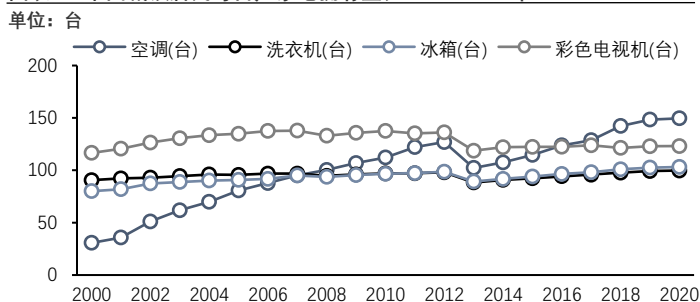


Q2: 大宗商品价格上涨对中国家电行业的长期发展有哪些影响? 中国家电行业发展的主要驱动因素是什么?

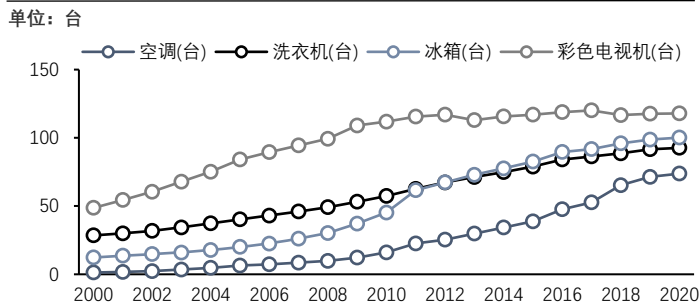
图表4: 家电板块指数走势, 2000-2021年6月



图表5: 中国城镇居民每百户家电拥有量, 2000-2020年



图表6: 中国农村居民每百户家电拥有量, 2000-2020年



2016-2020年家电板块增幅超98%，年复合增长率超19%，家电板块指数走势远超上证指数，家电板块整体发展向好

2000年以来，中国家电行业历经三次原材料上涨周期，前两次分别为2009年Q1-2010年Q1及2016年Q1-2017年Q4：2009年原材料价格上涨主要受金融危机后经济复苏超预期导致原材料供需失衡影响，2016年则受中国房地产、汽车制造及基建投资热潮影响，叠加供给侧改革，导致原材料供需失衡。原材料价格上涨对家电企业毛利率影响较大，但对净利润影响有限，从长期来看，原材料价格上涨对中国家电行业影响较小

房地产销量的增长成为中国家电销售额增长的主要驱动因素之一：2004-2009年，中国家电销售额变动趋势与同期商品房销售面积变动趋势基本一致，2009年，受房地产行业上行及家电政策的双重刺激，中国家电销售额增速达**143.38%**。2009-2019年，居民购房能力及购房预期下降、银行按揭利率紧缩等因素导致商品房销售面积增速波动下降，同期家电销售额增速整体缓慢下行

随着房地产市场回落，家电行业增速放缓，逐渐迈入以产品更新需求为主的发展阶段：2020年新冠疫情突发，为提振消费及稳定经济增长，中国政府发布多项政策鼓励消费者进行产品更新换代，中国家电保有量已超**21亿台**，2020年约**1.8亿台**家电产品达到安全使用年限，受益于本轮政策性刺激叠加家电产品周期性更新影响，中国家电产品需求量有望提升

来源: Choice, 头豹研究院编辑整理

Q3: 大宗商品价格上涨对中国家电行业产业链下游零售端有哪些影响?

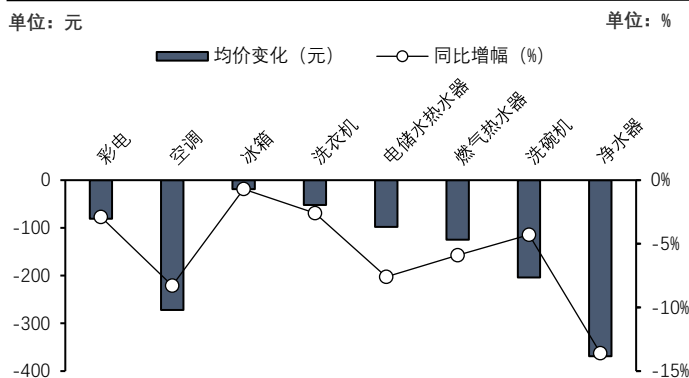
图表7: 中国家电行业零售额规模及增速, 2016-2020年



原材料价格上涨影响由家电产业链上游传导至零售端, 大幅压缩家电行业可进行价格战的空间, 加速价格战的结束

- 2020年新冠疫情突发, 中国家电市场整体规模下降9.8%, 其中空调具有较强的安装属性, 受新冠疫情影响最大, 零售额规模下降约21.9%, 自2019年开始的空调行业价格战基本宣告结束: 2019年2月, 美的集团凭借低库存优势率先降价10%, 以阻碍格力电器去库存及压制奥克斯市场份额的扩张, 随后2019年“双十一”期间格力电器通过“30亿元补贴”活动将产品均价下探超30%。2020年新冠疫情对空调行业产销及均价造成极大的压力, 空调产品均价同比持续下降, 家电行业整体需求低迷, 空调价格战逐渐蔓延至全品类。自2020年Q2起, 大宗商品价格持续上涨, 家电行业上游原材料成本自2020年Q3起呈上涨态势, 对家电企业可进行价格战的空间进行显著压缩, 加速家电行业价格战的结束

图表8: 中国家电行业产品均价变化及同比增幅, 2020年



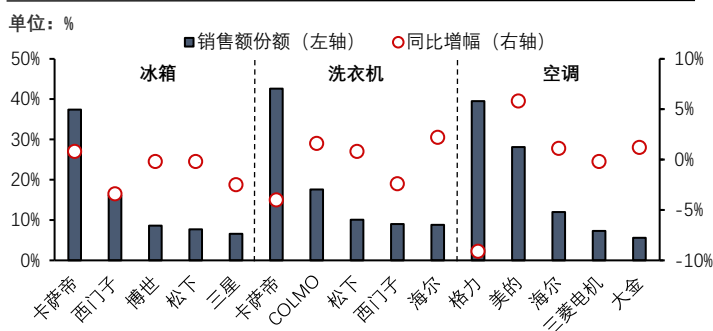
- 家电行业价格战结束后, 受原材料价格上涨及库存水平有效降低等因素影响, 预计短期内再次出现价格战的概率较低, 且头部企业发起价格战的动力较弱: 美的集团及格力电器在空调领域出货份额的差距逐渐缩小, 空调行业集中度进一步提升, 中国空调格局逐渐向双寡头局势持续集中。其中, 美的集团收入业绩持续领先, 受损幅度相对较小, 股价保持家电板块领涨地位

来源: 奥维云网, 头豹研究院编辑整理

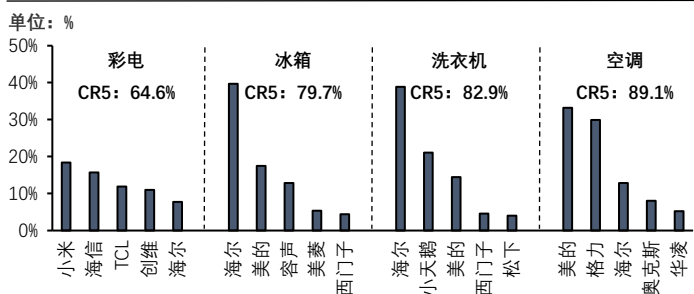


Q4: 大宗商品价格上涨背景下, 中国家电企业采取的应对措施有哪些?

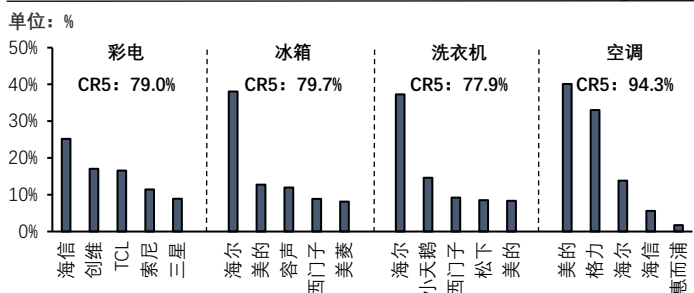
图表9: 中国家电行业线下市场高端品牌零售额份额及增幅, 2020年



图表10: 中国家电行业线上市场品牌零售额集中度, 2021年Q1



图表11: 中国家电行业线下市场品牌零售额集中度, 2021年Q1



原材料价格上涨背景下, 家电行业头部企业凭借自身品牌、渠道及规模优势, 可通过上调价格转嫁成本, 亦可通过压缩运营成本、调整产品结构等方式控制成本

- 中国家电行业头部企业具有较完整的产品及核心零部件生产能力, 可在产业链中转移及平滑风险, 拥有相对较好的盈利能力及较小的周期波动, 抗风险能力强, 企业整体竞争优势显著。部分市场认可度较低、采取低价竞争策略的中小企业承受压力较大, 促使中国家电行业集中度进一步提升

- 上调价格转嫁成本方面: 家电企业通过制定价格政策调整零售价格, 如美的集团、奥克斯等家电企业相继上调空调、洗衣机等产品价格约5%-10%。通过多层级渠道模式, 价格涨幅逐步传导至下游过程中, 由家电企业、经销商及终端消费者三方共同承担成本涨幅

- 压缩运营成本方面: 中国家电行业主产区为长三角、环渤海地区和珠三角地区, 约占据中国空调总产能的85%、冰箱总产能的70%、洗衣机总产能的75%。随着中西部地区城市化进程加快及配套设施不断完善, 部分家电产业逐渐开始向中西部地区转移以降低人工成本

- 调整产品结构方面: 家电企业通过提高低端促销机型价格、降低高端机型促销力度、加快推出新款机型及升级套系化高端机型等方式降低涨价影响。待大宗商品价格上涨周期结束, 家电企业仍可享受零售价格上涨带来的利润溢价空间, 长期来看可降低因原材料上涨对家电企业造成的不利影响

来源: 奥维云网, 头豹研究院编辑整理

## 方法论

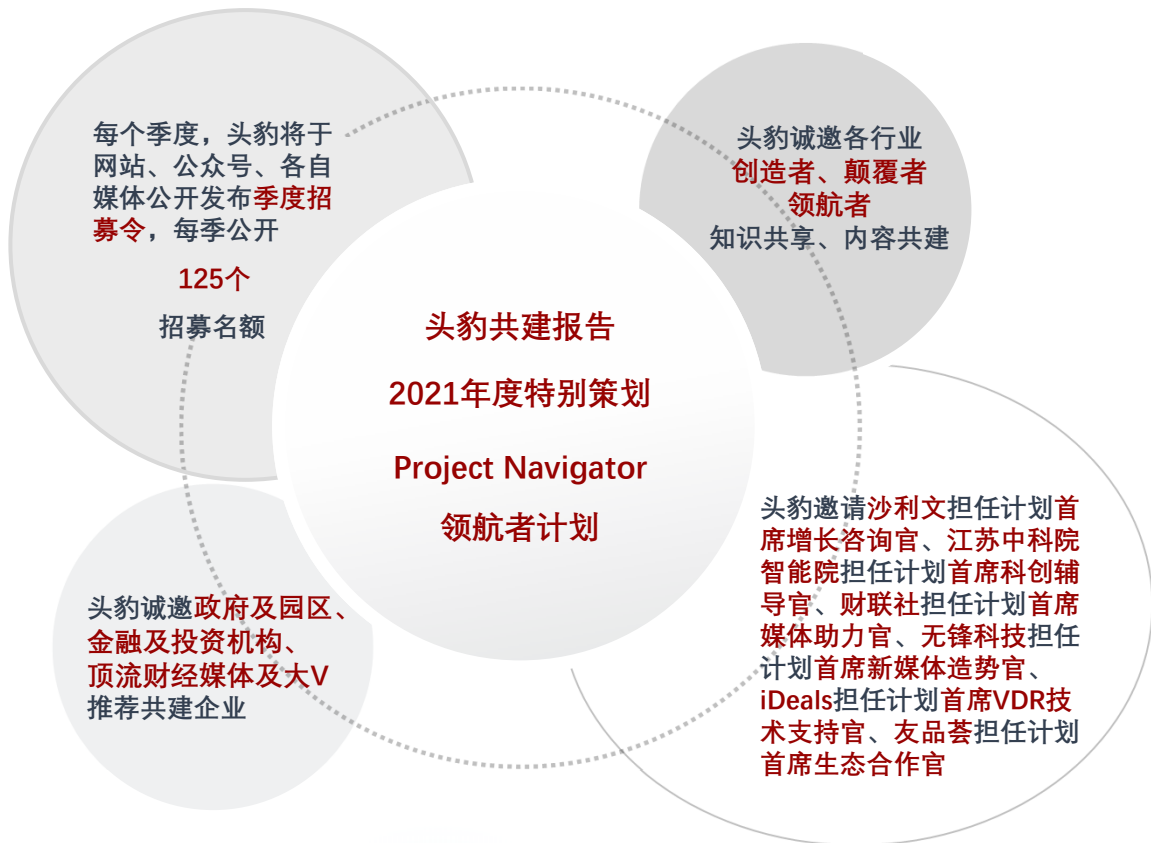
- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从货币政策、房地产等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。



## 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

## 头豹 Project Navigator 领航者计划介绍

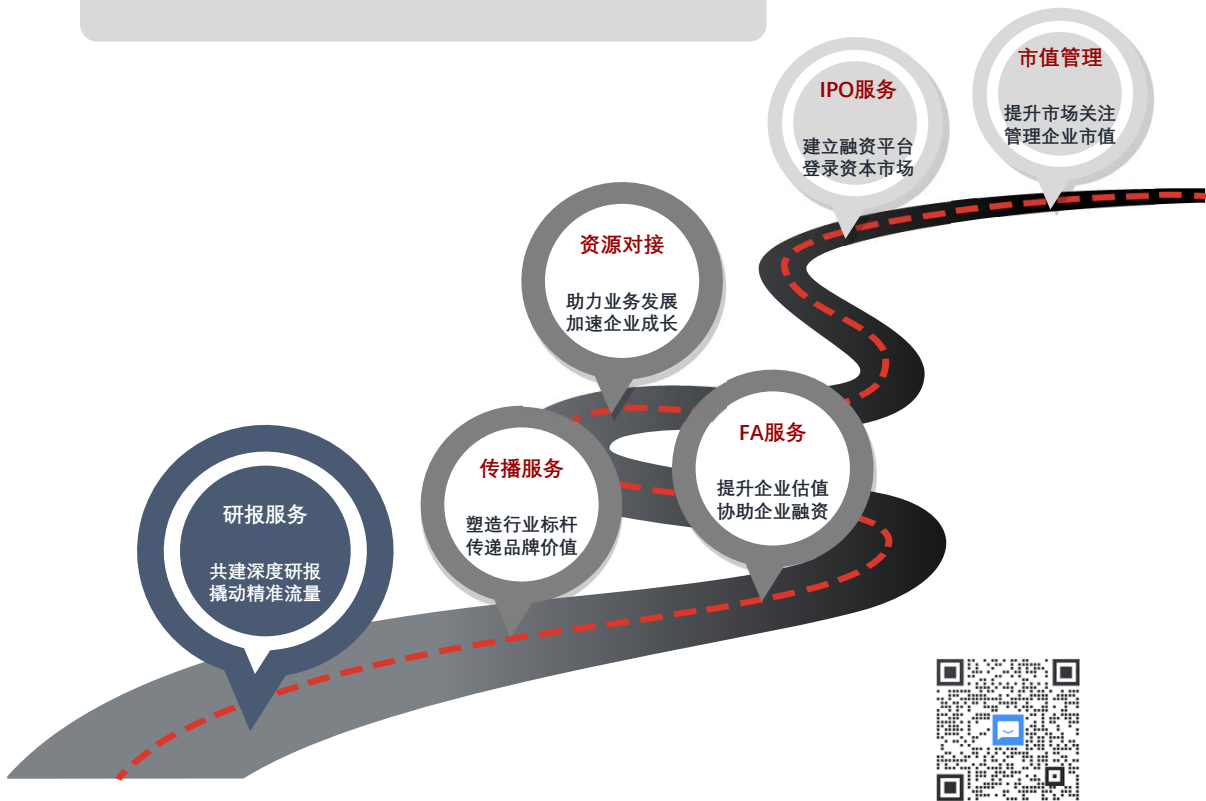


备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。



## 头豹 Project Navigator 领航者计划与商业服务

- 头豹以**研报服务**为切入点，根据企业不同发展阶段的资本价值需求，以**传播服务、FA服务、资源对接、IPO服务、市值管理**为基础，提供适合的**商业管家服务解决方案**



扫描上方二维码

**联系客服报名加入**

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

读完报告有问题？

快，问头豹！你的智能随身专家



扫描二维码  
即刻联系你的智能随身专家

