

所属行业

房地产

发布时间

2021年08月10日

## 浙江美大 (002677.SZ)

### 二季度集成灶增长承压，利润水平略有

#### 上行

#### 核心观点：

2021年8月9日，浙江美大披露2021年中期报告：浙江美大营业收入为9.09亿元，同比增长40.69%，营业收入维持高增长。归母净利润为2.54亿元，同比增长49.15%。

从单季度来看，公司二季度营业收入达5.41亿元，同比增长1.19%，增速较为缓慢。我们认为公司增长缓慢有以下两点原因：（1）受到疫情影响，2020年部分市场需求集中在二季度释放，导致去年二季度的基数相对较高；（2）公司上半年加大了对线下经销商的优化力度，而新开门店尚在培育期，销售趋缓。

经销商渠道方面，公司继续通过优化、加商、整合等措施进一步完善和优化线下经销商渠道，并从资金投入、门店建设等多方面引导经销商开大店、开好店。2021上半年公司新增一级经销商170多家，累计拥有一级经销商1800多家，在行业内仍处于领先地位。电商渠道方面，公司强化线上线下相互引流、增加线上专用款产品等有力措施，使业务取得翻番增长。KA渠道方面，2021上半年公司新增国美、苏宁连锁家电卖场门店200个，新增红星美凯龙、居然之家等连锁建材卖场门店150个。

公司加速推进双品牌运营战略，持续开展招商和销售门店的开设工作，天牛品牌新签约经销商50多家，新开设终端门店40多个，为公司带来新的业绩增长点。

面对不锈钢板、冷轧板等原材料价格的大幅上涨，公司及时调整产品结构，促进公司产品结构向高端化，公司毛利率不降反升，净利润率则由2020年同期的26.38%上升至27.97%，同比上行1.59个百分点。

#### 相关研究：

2020年第四季度策略报告：房住不炒下行业空间仍在，锚定资源是未来竞争关键	20201026
2020年9月地产月报：多地出台调控政策，金九悄然来临，但成色稍显不足	20201006
2020年8月地产月报：土地供应与成交同环比均下行，“三道红线”短期抑制投资力度	20200906
2020H1年报综述：规则已定，房企的空间还有多大？	20200911
月度数据点评：住宅成交连续两月正增长，土地成交创2020年新高（2020年1-6月）	20200716
2020年报综述：四类指标全面放缓，地产告别高速增长时代	20200509

#### 研究员

于小雨

rain\_yxy (微信号)

yuxiaoyu@ehconsulting.com.cn

姜晓刚

18516525402 (微信号)

jiangxiaogang@ehconsulting.com.cn

周小龙

Eziochou (微信号)

zhouxiaolong@ehconsulting.com.cn

2021年8月9日,浙江美大披露2021年中期报告:浙江美大营业收入为9.09亿元,同比增长40.69%,营业收入维持高增长。归母净利润为2.54亿元,同比增长49.15%,上半年整体仍然维持高增长。

### 一、线上市场份额小幅下行,二季度集成灶增长承压

2021年上半年,浙江美大营业收入为9.09亿元,同比增长40.69%,较2019年同期增长29.11%,营业收入维持高增长。归母净利润为2.54亿元,同比增长49.15%,较2019年同期增长39.65%。

从单季度来看,公司二季度营业收入达5.41亿元,同比增长1.19%,增速较为缓慢。按照中怡康监测的数据,2021年上半年集成灶的销售额增速达66.60%,高于公司上半年增速,集成灶业务增长承压。此外,市场份额方面,公司线上的品牌份额为6.5%,尽管仍然居于前列,但市场份额较2020年同期略有下行。我们认为公司增长缓慢有以下两点原因:(1)受到疫情影响,2020年部分市场需求集中在二季度释放,导致去年二季度的基数相对较高;(2)公司上半年加大了对线下经销商的优化力度,而新开门店尚在培育期,销售趋缓。

### 二、拓展多元化销售渠道,加速推进双品牌运营战略

面对日益激烈的市场竞争环境,公司及时有效地调整营销策略,持续推进线上线下融合发展。2021年上半年公司新增营销终端500多个,累计拥有营销终端3400个。

具体来看,经销售商渠道方面,公司继续通过优化、加商、整合等措施进一步完善和优化线下经销商渠道,并从资金投入、门店建设等多方面引导经销商开大店、开好店,提高经销商单店产出能力。2021年上半年公司新增一级经销商170多家,累计拥有一级经销商1800多家,在行业内仍处于领先地位。

电商渠道方面,上半年公司大力推进电商渠道建设,进一步加大电商推广和营销投入,推进渠道下沉、强化线上线下相互引流、增加线上专用款产品等有力措施,使业务取得翻番增长。KA渠道方面,2021年上半年公司新增国美、苏宁连锁家电卖场门店200个,新增红星美凯龙、居然之家等连锁建材卖场门店150个。截至2021年上半年,公司在国美、苏宁、红星美凯龙、居然之家等家电KA卖场、建材KA卖场的门店累计近2000个。KA渠道业务快速提升同比增长达85%。

2021年上半年,公司加速推进双品牌运营战略,持续开展招商和销售门店的开设工作,天牛品牌新签约经销商50多家,新开设终端门店40多个,为公司带来新的业绩增长点。双品牌战略的实施,将有利于带动公司销售收入和市场份额的大幅上行,进一步巩固公司在集成灶行业的领军地位和厨电行业的领先地位。

### 三、毛利润率不降反升，销售费用有所上行

2021 年上半年，面对不锈钢板、冷轧板等原材料价格的大幅上涨，公司及时调整产品结构，促进公司产品结构向高端化，同时利用与供应商建立良好的战略合作关系，有效控制成本费用，带动公司毛利润率提升 2.25 个百分点至 53.58%，毛利润率不降反升。费用方面，由于公司加大了广告宣传的力度，销售费用率小幅上行 0.34 个百分点至 14.90%。净利润率则由 2020 年同期的 26.38% 上升至 27.97%，同比上行 1.59 个百分点。

现金流方面，“先款后货”模式下公司经营质量相对良好，经营性净现金流实现同比增长 30.72%。应收账款周转天数则下降至 5.8 天，同比下滑 5.8 天，且低于 2019 年同期的 7.17 天。

## 【免责声明】

本报告是基于亿翰智库认为可靠的已公开信息进行撰写,公开信息包括但不限于公司公告、房管部门网站、互联网检索等多种途径,但亿翰智库不保证所载信息的完全准确和全部完整。由于时间和口径的原因,本报告所指的内容可能会与企业实际情况有所出入,对此亿翰智库可随时更改且不予特别通知。

本报告旨在公正客观地反应企业经营情况。在任何情况下,本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何机构或个人的任何建议。任何机构或个人应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况,若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考。

本报告产权为亿翰智库所有。亿翰智库以外的机构或个人转发或引用本报告的任何部分,请严格注明相关出处及来源且不得修改报告任何部分,如未经亿翰智库授权,传播时私自修改其报告数据及内容,所引起的一切后果或法律责任由传播者承担,亿翰智库对此等行为不承担任何责任,亿翰智库将保留随时追究其法律责任的权利。

## 【关于我们】

亿翰智库是一家以房地产行业的数据分析、行业研判、企业研究为核心的研究机构,隶属亿翰股份,其专注于行业趋势、企业模型以及资本价值等多维度研究及应用;定期向业内、资本市场等发布各类研究成果达数千次,亿翰智库力求打造中国房地产企业与资本的高效对接平台。



亿翰智库二维码