

所属行业 家电
发布时间 2021年09月01日

美的集团 (000333.SZ)

空调龙头地位稳固, Q2 净利润增速连续两年为负

核心观点:

随着国内市场进一步复苏以及出口的持续强劲, 美的集团实现营业收入 1748.47 亿元, 同比增长 25.14%。净利润为 152.16 亿元, 同比增长 8.17%。其中公司 Q2 实现营业收入 918.30 亿元, 同比增长 12.86%。净利润为 86.47 亿元, 同比下滑 6.59%, 连续两年二季度净利润出现负增长。

我们认为, 公司二季度净利润再次出现负增长, 主要有以下三点原因: (1) 受到行业大环境下行影响, 整体营业收入增长相对缓慢; (2) 公司主要的原材料价格上涨明显, 拉高了公司的营业成本; (3) 在直营政策推广的环境下, 部分代理商费用由总部承担, 叠加海运费用上升的影响, 公司销售费用上升明显。

分品类来看: 暖通空调的营业收入达到了 764.08 亿元, 同比增长 19.33%。公司原有的核心品类暖通空调的线下和线上的市占率均名列第一, 分别为 36.5%和 37.6%。消费电子的营业收入达 649.64 亿元, 同比增长 22.49%。得益于全球经济复苏、下游客户工业自动化投入增加以及自身效率提升的变革, 机器人业务的营业收入达 125.90 亿元, 较 2020 年同期增长 32.20%。其中, 子品牌库卡新获商机数量同比提升近 50%, 新客户订单占比提升至 15%。

渠道端, 公司通过直营零售变革, 不断推进线下渠道的“垂直效率提升”, 超过 90%的线下专卖体系零售商可向美的直接下单采购, 使得美的全渠道库存水平不断优化, 存销比降幅达到 20%; 公司精准切入用户消费场景, 在区县级市场布局超过 2550 家旗舰店, 在乡镇级市场建成超过 8320 家多品类店, 分别较 2020 年同期增加 220 家、550 家和 5320 家, 渠道持续下沉。

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

周小龙

Eziochou (微信号)

zhouxiaolong@ehconsulting.com.cn

2021年8月31日,美的集团披露公司中报。中报显示,2021H1美的集团实现营业收入1748.47亿元,同比增长25.14%。净利润为152.16亿元,同比增长8.17%。其中公司Q2实现营业收入918.30亿元,同比增长12.86%。净利润为86.47亿元,同比下滑6.59%,连续两年二季度净利润出现负增长。

一、营业收入增长势头稳健, Q2 净利润增速连续两年为负

随着国内市场进一步复苏以及出口的持续强劲,美的集团实现营业收入1748.47亿元,同比增长25.14%。净利润为152.16亿元,同比增长8.17%。其中公司Q2实现营业收入918.30亿元,同比增长12.86%。净利润为86.47亿元,同比下滑6.59%,连续两年二季度净利润出现负增长。

我们认为,公司二季度净利润再次出现负增长,主要有以下三点原因:

(1) 受到行业大环境下行影响,整体营业收入增长相对缓慢。根据全国家用电器工业信息中心编制的《2021年中国家电行业半年度报告》的数据测算,二季度我国家电行业国内市场零售额累计达2163.3亿元,同比下滑1.33%。其中,空调产品受天气影响、铜铝等原材料涨价影响,今年恢复性销售受挫,上半年虽呈现增长但与疫情前相比仍有较大差距。尽管公司同期的增长跑赢行业,但作为行业的龙头企业,仍然不可避免的受到行业环境变化的影响;

(2) 公司主要的原材料价格上涨明显,拉高了公司的营业成本。各种等级的铜材、钢材、铝材和塑料等价格有一定程度的上涨。2021年4-6月长江有色市场平均铜价为70572.50元/吨,同比上涨60.25%,原材料价格上涨明显;

(3) 在直营政策推广的环境下,部分代理商费用由总部承担,叠加海运费上升的影响,公司销售费用上升明显。公司二季度销售费用高达87.84亿元,较2020年同期上升25.95%,高于营业收入的同期增速。

我们认为,随着公司机器人等多元化业务的逐渐推进,以及铜等原材料价格趋于稳定,下半年公司的净利润有望持续改善。

二、空调龙头地位稳固, 机器人业务增长靓丽

美的坚持以科技领先为核心的四大战略主轴,实现ToB和ToC业务的并重发展,推动国内与海外业务的双重质变。分品类来看:暖通空调的营业收入达到了764.08亿元,同比增长19.33%。公司原有的核心品类暖通空调的线下和线上的市占率均名列第一,分别为36.5%和37.6%。线下家用空调的市占率由2020年的第二名上升至第一名,龙头地位进一步巩固。

相对于暖通空调的稳健增长,公司的消费电器和机器人业务亦取得了相对较快的成长,各项业务齐头并进,共同推进公司业务的大发展。消费电器的营业收入达649.64亿元,同比增长22.49%。得益于全球经济复苏、下游客户工业自动化投入增加以及自身效率提升的

变革，机器人业务的营业收入达 125.90 亿元，较 2020 年同期增长 32.20%。其中，子品牌库卡新获商机数量同比提升近 50%，新客户订单占比提升至 15%。在保持汽车领域领先地位的同时，库卡电子、机械、弧焊及激光等行业的订单与出货占比，上半年出货同比增长超过 80%。

海外市场方面，2021 年上半年美的建立以美国、巴西、德国、日本、东盟为突破口的全球突破战略，持续完善海外渠道布局，以用户为中心，推进海外市场渠道向零售终端转型，新增海外零售网点超过 18000 家，为后续销售增长提供有力支撑。公司海外业务录得营业收入达 739.59 亿元，同比增长 19.61%。

三、直营零售变革，渠道端持续下沉

渠道端，公司通过直营零售变革，不断推进线下渠道的“垂直效率提升”，超过 90%的线下专卖体系零售商可向美的直接下单采购，使得美的全渠道库存水平不断优化，存销比降幅达到 20%；随着疫情影响的减弱，美的电商销售占比继续保持在 45%以上，较 2020 年同期小幅下滑 4 个百分点。但整体线上与线下市场进一步融合的趋势明显，公司则围绕不同渠道的层次与特性以及用户需求和购买方式的变化，构建面向终端零售的用户直达。

具体来看，可以分为线上线下两个层面：（1）线下层面，公司精准切入用户消费场景，搭建起覆盖全渠道纵深的专卖店网络，在地市级以上市场的建材家装渠道累计建成逾 560 家智慧家门店，在区县级市场布局超过 2550 家旗舰店，在乡镇级市场建成超过 8320 家多品类店，分别较 2020 年同期增加 220 家、550 家和 5320 家，渠道持续下沉。此外，公司持续提升 To B 业务竞争力，2021 年上半年工程业务实现出货同比增长超过 60%；（2）线上渠道方面，美的全网销售规模超过 520 亿元，同比增幅超过 20%，在京东、天猫、苏宁易购等主流电商平台连续 9 年保持家电全品类行业第一。此外，在拼多多、抖音、快手等新渠道快速布局，实现新的销售与用户增长。

自 2018 年起，美的集团针对不同的用户群体陆续推出包括高端品牌 COLMO、互联网品牌布谷、年轻品牌华凌等多个品牌。其中，COLMO 品牌在渠道端已新建超过 300 家全品类体验合厅和 15 家体验馆，目前国内已累计布局近 7000 家门店及网点，较 2020 年同期增加 4000 家。上半年 COLMO 营业收入达 15.5 亿元，同比增长 380%。根据奥维云网监测数据，COLMO 的空调柜机、挂机、净水机、洗衣机、洗碗机在今年前五个月的线下高价位段市场占有率均有明显提升，其中在单价 15,000 元以上空调柜机线下市场份额占比超过 30%，市场份额不断提升。

【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