



头豹
LeadLeo

2024年 头豹行业词条报告

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。

Copyright © 2024 头豹

企业竞争图谱：2024年家用电器出海 头豹词条报告系列



文上 · 头豹分析师

2024-11-01 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：制造业/电气机械和器材制造业/家用电力器具制造

消费品制造/家电家用

词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>家用电器出海是指家用电器生产商将家电产品出口到...</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照产品功能特点、使用环境和外观特点分类方式，...</p>	<h3>行业特征</h3> <p>家用电器出海行业的特征包括：1.出海模式优化升级...</p>	<h3>发展历程</h3> <p>家用电器出海行业目前已达到 3个阶段</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p>	<h3>行业规模</h3> <p>家用电器出海行业规模评级报告 1篇</p> <p>SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>家用电器出海行业相关政策 7篇</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>数据图表</p>

摘要 中国家用电器出海行业依托制造优势，通过多元化模式拓展国际市场，规模持续扩大。尽管面临宏观经济波动，但行业复苏迹象明显，新兴市场成为增长点。头部企业占据市场优势，但其他企业仍有提升空间。预计未来，随着全球经济复苏和新兴市场发展，家电出海行业将保持增长态势，中长期增长前景稳定。

行业定义^[1]

家用电器出海是指家用电器生产商将家电产品出口到海外市场，或通过海外并购、自建基地等方式拓展国际市场的产业。该过程不仅包括产品的输出，还涉及品牌、技术、管理和资本的国际化运作。在全球化的背景下，中国家电企业依托自身制造能力、完整产业链供应链等优势，通过出海战略开拓新的市场空间，提升自身竞争力和市场份额。

[1] 1: <https://kns.cnki.net/> | 2: 中国电子报

行业分类^[2]

按照产品功能特点、使用环境和外观特点分类方式，家用电器出海行业可以分为如下类别：

基于产品功能特点、使用环境和外观特点分类



[2] 1: 证券时报, 家用电器 (...)

行业特征^[3]

家用电器出海行业的特征包括：1.出海模式优化升级，呈高质量出海趋势。2.行业规模扩张迅速，未来有望保持增长。3.垄断竞争格局，头部企业优势明显，其他企业行业地位存在变化空间。

1 出海模式优化升级，呈高质量出海趋势。

中国家用电器出海行业发展过程中，从“制造出海”模式向“品牌出海”、“资本出海”、“全产业链出海”和“市场多元化出海”等模式转变，从过去的贴牌代工方式，转向为贸易出口、海外自建品牌和生产基地、收并购海外品牌等方式。目前家用电器出海行业全球化布局加快，部分实现海外本地化生产和运营，体现为产品本地化、供应链本地化、团队本地化等特征，提高了行业内竞争力和出海质量。

2 行业规模扩张迅速，未来有望保持增长。

中国家用电器出海行业发展迅速，2019-2023年出海规模呈增长态势，其中2020年增速尤为突出，但2022年受国际宏观经济环境影响，家电出口承压，规模下降10.98%。但随后市场逐渐复苏，年规模恢复

至高峰，2023年和2024年1-7月份分别同比增长8.67%和18.1%。未来随市场进一步修复和发展，结合家电出海行业良好基本面，市场仍具增长空间。

3 行业呈现垄断竞争格局，头部企业优势明显，其他企业行业地位存在变化空间。

家用电器出海行业发展前景带来激烈竞争，家电出海成为家电企业的普遍业务。家电行业CR4在2018-2023年均值64.81%，结合第一梯队企业和二三梯队企业内部海外业务收入比重平均值相近，分别为36.69%和33.96%，推断家用电器出海市场份额结构相似，头部企业市场规模庞大，但其他企业存在竞争空间。具体而言，头部企业存在绝对的规模优势和核心竞争力，部分二三梯队企业海外业务重视程度高，增长迅速，在梯队内地位提升空间大。

[3] 1: <https://kns.cnki.net>

2: 中国电子报, 海关总署...

发展历程^[4]

家用电器出海的发展过程可分为三个阶段。第一阶段（1980-2001年）为“制造出海”阶段，中国家电行业初步引进国外资金、设备和技术并初步发展，产能过剩后以贴牌生产和代工方式出口。第二阶段（2001-2013年）为“品牌出海”和“资本出海”阶段，家电出海行业依靠家电产品出口、海外建厂、品牌并购等方式扩张。第三阶段（2013年-至今）为“全产业链出海”和“市场多元化出海”阶段，家电出海行业形成本地化特点，全球零售量市占率攀升，进一步扩大市场优势。

萌芽期 · 1980~2001

在改革开放政策影响下，80年代家电行业开始引进先进技术、设备与资金，中国家电制造业开始走向正规化。1983年广州电冰箱厂引进第一条冰箱生产线。1985年日本洗衣机双缸技术、德国冰箱生产线进入中国家电制造业。90年代家电行业进一步发展，松下、三星、西门子等外企纷纷来华建厂。家电行业的产能提高和制造水平的发展，促使家电产品规模提升，价格下降，成为日常用品，在中国家庭间普及。90年代后家电行业产能过剩，**家电企业尝试海外市场扩展，以贴牌生产(OEM)和代工(ODM)开始家用电器出海，但未形成规模，属于“制造出海”阶段。**

启动期 · 2001~2013

2001年，中国加入世界贸易组织(WTO)，依托高性价比等优势，五年内家电产品出口额平均增长29.8%。此外，通过海外建厂、品牌并购等方式，进一步扩大国际市场，增强品牌竞争力。2008年

金融危机后，家电行业国际市场格局重构，日本企业衰退，欧美企业增长受限，同时期中国家电业总产值和出口额均有所提升，2011年家电业工业总产值较2001年增长370%，年均增速23%。2005年，海尔以自主品牌进入美国市场，2012年，海尔收购日本三洋的冰箱业务。2007年-2010年，美的先后在越南、白俄罗斯、埃及建立生产基地。

该阶段内，中国家电行业发展迅速，中国成为全球家电的最大生产国。家用电器出海行业以家电产品出口为主，同时**海外自主品牌增多，并加强海外投资建厂和收购，进入“品牌出海”和“资本出海”阶段。**

高速发展期 · 2013~2024

2013年后，中国家电全球零售量市占率持续攀升，2019年后市占率超越欧美企业。美的、格力、海尔等大型家电企业带动供应链上其他企业一起“走出去”，形成强大的产业集群效应。家电终端产品和上游零部件均具备全球领先力。

此外，中国家电海外市场关注细分市场特殊需求，推出针对性产品和服务，例如盾安环境的制冷元器件针对海外市场，优化市场产品结构。

中国家用电器出海行业在生产制造、品牌矩阵、组织管理等、资金投入等多方面形成优势，形成产品本地化、供应链本地化、团队本地化特点，**进入“全产业链出海”和“市场多元化出海”阶段。**

[4] 1: <https://www.theipa...> 2: <https://kns.cnki.ne...> 3: 澎湃新闻, 中国电子报

产业链分析

家用电器出海行业产业链上游为原材料及零部件供应商，主要产品为塑料、电子元器件、电机等；产业链中游为家电制造和品牌运营，主要进行家电产品的生产研发以及品牌的运营推广；产业链下游为销售渠道和消费者，依靠电商平台和实体零售进行销售，并兼顾客户关系管理。^[7]

家用电器出海行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

上游：主要原材料和零部件供给自主化水平高，可实现国内供给，且产能增长迅速且市场扩大，有利于中游产业规模增长和控制成本。但部分零部件生产存在技术壁垒，由外国企业垄断。

中国拥有较完整的家电产业链供应链，主要原材料及零部件可实现国内供给，如初级形态塑料、电子元器件、电机等，产能不断扩大，满足下游企业生产需求。2024年上半年，中国初级形态塑料产量达6,285万吨，同比增长5.9%。2023年，中国电子元器件产量达10,803.6亿只，同比上升13.2%。产量提升的同时，品质也有所提升，利于中游产品提高质量和丰富功能性。但部分零部件如玻璃基板、液晶材料和偏光片仍然由外国企业垄断，存在技术壁垒，市场进入难度大。

[13]

中游：家电制造呈现智能化生产、大力度研发和差异化设计特点，且出海企业重视品牌运营与推广。

家电制造业逐渐向自动化、智能化发展。海尔、美的等大型家电企业已经实现生产线的自动化改造，利用机器人技术和智能制造系统提高生产效率和产品质量，并建成众多海外生产基地。家电制造商不断加大在研发上的投入，以适应全球市场上对智能家电和环保家电的需求。美的、海尔、格力和海信持续增长研发投入，以保持产品技术的领先，2023年研发费用分别同比增长15.57%、7.51%、7.65%和21.41%。同时，为了更好地适应海外市场，中国家电企业引入国际化的设计理念，聘请外国设计师参与产品设计，使得产品更符合当地消费者的审美和使用习惯，且出海产品针对不同地区的市场需求，进行产品差异化设计。

下游：销售渠道主要为国际电商平台和实体零售合作，兼顾客户关系管理与服务。

电子商务的迅猛发展，家电产品通过国际电商平台如亚马逊、eBay和阿里巴巴国际站等进行销售，可迅速触达全球消费者。以美国为例，大家电和小家电线上销售占总销售比重分别为26%和48%，线上渠道愈发重要。此外，家电品牌常与全球性的零售巨头如WAL-MART、Costco和等建立合作关系，利用这些线下渠道广泛的分布和丰富的零售经验，将产品直接带入国际市场。此外，出海家电企业国际售后服务提供多语言支持，以适应不同国家和地区用户的需求，并定期收集和分析客户的反馈信息，对产品和服务进行持续改进。通过有效的客户关系管理策略，维护与客户的长期关系，促进二次购买和口碑传播。^[7]

上 产业链上游

生产制造端

原材料及零部件供应商。原材料和零部件主要为塑料、电子元器件、电机、集成电路、压缩机、玻璃基板、液晶材料等。

上游厂商

[宝山钢铁股份有限公司 >](#)

[武钢集团有限公司 >](#)

[美的集团股份有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链上游说明

主要原材料和零部件供给自主化水平高，可实现本土供给，且产能增长迅速且市场扩大，有利于中下游规模增长和控制成本。

初级形态塑料：包含乙烯聚合物、丙烯、苯乙烯聚合物等各种塑料原料，在家电制造中用途广泛，主要用于生产产品外壳、零部件等。2024年上半年，中国初级形态塑料产量达6,285万吨，同比增长5.9%。**初级形态塑料易加工、质量轻、价格低，相较于其他材料更利于家电产品表面材料的成本控制，是未来上游原材料的发展趋势。**

电子元器件：电子元器件是家电产品的基本组成单元，受不断增长的电器设备需求和技术进步影响，电子元器件市场近年来不断扩大，数量上，2023年中国电子元器件产量达10,803.6亿只，同比上升13.2%，旺盛产地迎合中游企业需求。**价格上，受供需等多方面因素影响，MCU、SoC等家电领域核心电子器件价格走低，2023年MCU价格降幅达到5%-20%，SoC价格降幅达到5%-15%，电子器**

件价格下降促使家电产品生产成本低。质量上，中国电子元器件行业将逐渐从低成本优势向高端产品优势转变，技术进步促进家电产品更新升级。

电机：电机广泛应用于家电产品中，随着电机市场需求的扩张，电机产量也实现增长，五年年均复合增长率1%-2%，增速较缓慢；此外，技术和性能的提升提高家电产品的功能质量，如高效能电机可提高吸油烟机吸烟效率，无刷电机提高电风扇稳定性和降噪能力，智能变频电机增加榨汁机功能多样性等，提高了产品竞争力。

部分零部件生产存在技术壁垒，由国际企业垄断。

玻璃基板：黑色家电产品中，玻璃基板是液晶面板的核心部件，**生产难度大，存在工艺壁垒、配方壁垒和装备壁垒。**玻璃基板主要由行业现有厂商研发，外部竞争者进入难度大，目前主要由美国康宁、日本旭硝子等企业垄断。其他黑色家电主要原材料如液晶材料、偏光片也多被欧美和日企垄断，短期内市场进入难度大。

中 产业链中游

品牌端

家电制造和品牌运营

中游厂商

[美的集团股份有限公司 >](#)

[珠海格力电器股份有限公司 >](#)

[TCL科技集团股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

中游家电制造呈现智能化生产、大力度研发和差异化设计特点。

在生产技术方面：海尔、美的等大型家电企业已实现了生产线的自动化改造，利用机器人技术和智能制造系统提高生产效率和产品质量，并建成众多海外生产基地，例如海尔推行全球化网络布局，全球范围内建成35个工业园和143个制造中心。**在研发投入方面：**家电制造商不断加大在研发上的投入，以适应全球市场上对智能家电和环保家电的需求。美的、海尔、格力和海信持续增长研发投入，以保持产品技术的领先，2023年研发费用分别同比增长15.57%、7.51%、7.65%和21.41%。**在设计创新方面：**为更好地适应海外市场，中国家电企业开始引入国际化的设计理念，聘请外国设计师参与产品设计，使得产品更符合当地消费者的审美和使用习惯。**在市场适应性方面：**出海产品针对不同地区的市场需求，家电企业会进行产品差异化设计。例如，面向欧洲市场的家电产品会更加注重节能性能，而面向亚洲市场的则更侧重于产品的实用性。

出海家电制造企业重视品牌运营与推广。

品牌认知：中国家电品牌如海尔、TCL等积极通过海外并购、赞助国际赛事等方式提升品牌国际知名度。例如，美的推行“OBM优先战略”，旗下海外品牌已拓展至包括东芝、美的、Comfee等三大全品类品牌，以及开利、Eureka等13个细分市场的专业品牌。海尔智家在2016年收购GEA并大幅增长外销收入，并在后续并购多个海外品牌。海信通过赞助2018年俄罗斯世界杯，提升其品牌的全球认知度。**市场策略：**企业通过深入研究目标市场的消费习惯和偏好，制定相应的市场进入策略。包括产品定价、促销方式、服务承诺等。

产业链下游

渠道端及终端客户

销售渠道和消费者

渠道端

"Amazon Web Services, Inc." >

WAL-MART STORES, INC. >

BESTBUY NET LIMITED >

查看全部 v

产业链下游说明

销售渠道主要为国际电商平台和实体零售合作。

1) 国际电商平台：电子商务迅猛发展，家电产品通过国际电商平台如亚马逊、eBay和阿里巴巴国际站等进行销售，可迅速触达全球消费者。以美国为例，大家电和小家电线上销售占总销售比重分别为26%和48%，线上渠道愈发重要。家电企业通常针对不同地区的消费者习惯和偏好，制定差异化营销策略，以提升在线销售的转化率。

2) 实体零售合作：家电品牌常与全球性的零售巨头如WAL-MART、Costco和等建立合作关系，利用这些渠道广泛的分布和丰富的零售经验，将产品直接带入国际市场。**相比线上，线下渠道进入周期长且流程复杂，并对品牌知名度要求更高。**以Costco为例，需验资验厂后方可商议上架产品。

全生命周期的客户关系管理与服务。

1) 售后服务体系服务网络建设：建立高效的售后服务网络，提供快速响应和问题解决方案，是提升客户满意度和品牌忠诚度的关键。出海家电企业国际售后服务提供多语言支持，以适应不同国家和地区用户的需求。

2) 客户反馈与持续改进反馈收集：定期收集和分析客户的反馈信息，对产品和服务进行持续改进。通过有效的客户关系管理策略，维护与客户的长期关系，促进二次购买和口碑传播。

- [5] 1: <https://data.stats...> | 2: <https://www.sohu...> | 3: <https://zhuanlan.z...> | 4: <https://new.qq.co...>
5: 国家统计局, 搜狐, 腾...
- [6] 1: <https://zhuanlan.z...> | 2: <https://m.21jingji.c...> | 3: 知乎, 21财经, 东方财...
- [7] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <https://baike.baid...> | 3: 莱特美特, 解码Decode
- [8] 1: <https://new.qq.co...> | 2: <https://www.sohu...> | 3: <https://data.stats...> | 4: 国家统计局, 腾讯网, ...
- [9] 1: <https://zhuanlan.z...> | 2: 知乎, 中国电子报
- [10] 1: <https://m.21jingji.c...> | 2: 21财经
- [11] 1: <https://gushitong....> | 2: <https://www.haier...> | 3: <https://www.gree...> | 4: 百度股市通, 海尔集团...
- [12] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: 莱特美特
- [13] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <https://baike.baid...> | 3: 莱特美特, 解码Decode

行业规模^[14]

2019年—2023年, 家用电器出海行业市场规模由4,505.87亿元增长至6,166.75亿元, 期间年复合增长率8.16%。预计2024年—2028年, 家用电器出海行业市场规模由7,330.68亿元增长至9,609.81亿元, 期间年复合增长率7.00%。^[18]

家用电器出海行业市场规模历史变化的原因如下:^[18]

中国家电出海行业优势明显, 存在高速增长的内在推动力。

自2008年全球金融危机以来, 全球家电行业格局开始重构, 中国家电企业发展迅速, 成为全球最大的家电生产基地。凭借强大产能和完整产业链等优势, 中国家电产品迅速占据海外市场份额, 行业规模持续扩大, 2020年, 家电出口同比增长24.20%, 在此基础上2021年同比增长39.29%, 规模和增速创近十年新高。行业发展速度提升的同时, 发展质量也有所提高, 除贸易出口之外, 海外本地化生产经营体系也日趋完善, 部分企业积极建立海外当地品牌、生产基地、营销网络和售后服务体系, 深化竞争优势。

受宏观环境和国际经济形势等因素影响, 出口渠道和市场供需水平短期受损。

2022年, 家用电器出海行业规模明显下降, 主要受全球经济复苏乏力等影响, 国际消费能力降低, 家电行业需求减少, 2022年行业规模下降10.98%。尤其是北美、欧洲等传统市场国家, 受高通胀、高库存、高基数等因素影响, 市场需求锐减。以白色家电为例, 2022年对北美市场出口下降7.7%, 对欧洲市场出口下降14%, 同时, 对拉美和非洲市场出口规模不及2021年水平, 对亚洲市场出口增速也大幅放缓。此外, 宏观环境和俄乌危机等系统性风险导致家电行业原料价格上升, 生产成本增加, 加之全球航运拥堵带来的运输成本上升, 导致家用电器出海供给端承压。^[18]

家用电器出海行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[18]

受益于全球市场复苏，新兴市场发展增长强劲、传统市场需求回暖。

2023年开始，家用电器出海行业已出现复苏迹象，对中东、非洲和拉美地区出口规模保持增长，但对发达经济体的家电出口仍然下降，尤其北美市场下滑11.1%。2024年全球家电销售复苏明显，中国家电产品月度出口额创历史新高。北美市场受政策变化、补库存、低基数等因素影响，1-5月出口规模102.5亿美元，同比增长4.3%，欧洲市场同样有所复苏，1-5月同比增长7.9%。此外，新兴市场尤其是“一带一路”市场发挥主要增长点的作用，同时期内对中东累计出口47.8亿美元，同比增长15.1%，对东盟、拉美、非洲市场累计出口分别增长27.7%、32.9%和16.8%。预期未来传统市场经济形势调整，通胀回落，补库存需求增加，有望进一步改善市场需求；预计未来新兴市场经济发展、基础设施建设增加、家电渗透率提升，加之政策支持等因素，有望继续保持强劲增长态势。

行业基本面良好，支持行业中长期增长。

相较于规模难以大幅增长的中国本土家电市场，海外市场发展空间较大，且中国家电出海行业自身具有众多竞争优势，包括完整的产业链和供应链体系及产能优势和技术创新优势等，同时，家电出海行业所处发展阶段仍为上升阶段，企业在产品研发、品牌建设和市场拓展等方面仍存在较大发展空间，例如海尔智家的制造产销协同、数字化采购管理等方面还有大量的项目正在实施，同时计划在暖通空调、热水等业务板块增加全球布局，仍面临较大发展机遇。综合来看，家用电器出海行业基本面良好，中长期增长较稳定。^[18]

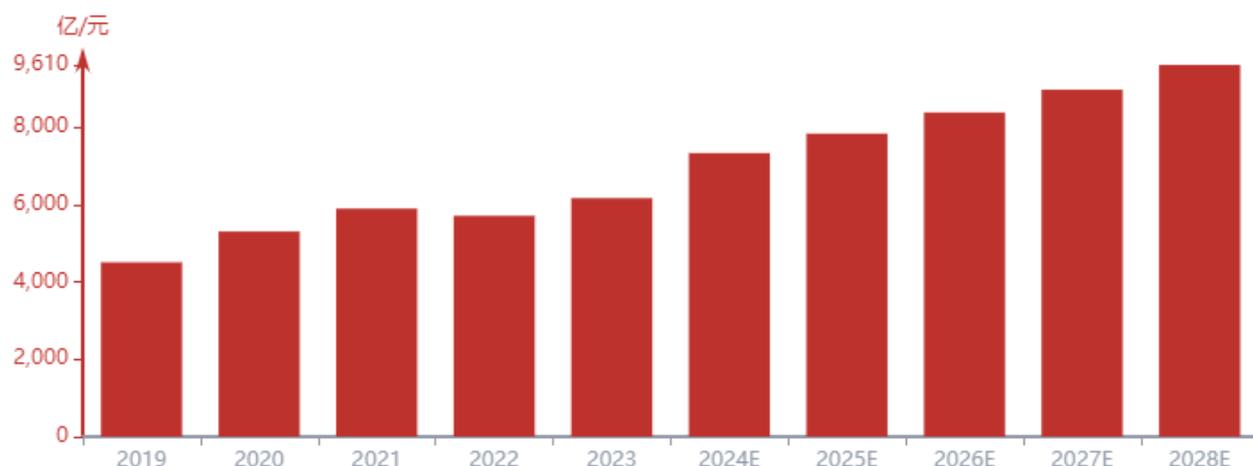
企业VIP免费

中国家用电器出海行业规模

★★★★★ 4星评级

家用电器出海行业规模

家用电器出海行业规模



数据来源：海关总署，Wind，1688全球

- [14] 1: <http://gdfs.custom...> | 2: <http://gdfs.custom...> | 3: <http://gdfs.custom...> | 4: <http://gdfs.custom...> | 5: <http://gdfs.custom...> | 6: 海关总署
- [15] 1: <https://kns.cnki.ne...> | 2: <https://m.21jingji.c...> | 3: 海关总署, 中国电子报...
- [16] 1: <https://www.cccm...> | 2: <https://www.cccm...> | 3: 海关总署, 机电商会家...
- [17] 1: <https://www.cccm...> | 2: <https://www.cccm...> | 3: 海关总署, 机电商会家...
- [18] 1: <https://kns.cnki.ne...> | 2: 中国电子报, 海尔智家2...

政策梳理^[19]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推进国际产能和装备制造合作的指导意见》	国务院	2015-05-13	8
政策内容	该意见强调了推进国际产能和装备制造合作的重要意义, 认为其有利于中国优势产能对外合作, 增强企业核心竞争力, 推动经济结构调整和产业转型升级。			
政策解读	该政策鼓励国内企业通过海外并购、合资合作等方式推进国际产能和装备制造合作, 为家电企业提供了海外市场拓展的指导方针。帮助企业通过国际合作提升技术实力和品牌影响力, 开拓国际市场。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于扩大进口促进对外贸易平衡发展的意见》	国务院	2018-07-02	9
政策内容	该意见基本原则包括坚持深化改革创新、进口出口并重、统筹规划发展和互利共赢战略。政策措施涵盖四个方面: 优化进口结构、优化国际市场布局、积极发挥多渠道促进作用以及改善贸易自由化便利化条件。			
政策解读	该政策旨在优化进口结构, 促进贸易平衡, 有利于支持家电企业引进国外先进设备和技术。也利于家电企业提高产品质量和技术水平, 增强在国际市场上的竞争力。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》	国务院	2019-11-11	9
政策内容	该意见强调创新驱动、优化贸易结构、促进均衡协调、培育新业态，夯实产业基础，增强贸易创新能力，优化贸易结构，积极扩大进口，大力发展服务贸易，培育贸易新业态。			
政策解读	该政策鼓励家电等传统产业转型升级，培育外贸新优势。提供了转型升级的方向和支持，使家电企业在国际市场中保持竞争优势，促进出口增长。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”商务发展规划》	商务部	2021-06-30	8
政策内容	“十四五”商务发展规划提出要加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，推动内贸和外贸协调发展，加快建设贸易强国，提升对外贸易质量，培育外贸竞争新优势，促进内需和外贸、进口和出口、引进外资和对外投资协调发展。			
政策解读	“十四五”规划提出了家电产业国际化发展的目标和措施，支持企业加强国际市场布局。为企业提供了长期发展方向，帮助企业规划未来国际化战略，增强国际市场份额。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》	国务院	2021-07-09	10
政策内容	该意见强调利用数字技术推动外贸发展，支持跨境电商、海外仓等新业态，优化市场采购贸易政策，提升传统外贸数字化水平。该意见还提出创新监管方式，加大政策支持力度，营造良好的发展环境，以促进外贸综合服务企业健康发展，推进外贸服务细分领域发展。			
政策解读	该政策鼓励家电企业利用跨境电商等新业态拓展国际市场，为企业提供了新的销售渠道和市场机会。促进了企业通过新兴模式进入国际市场，增加了出口动力。			

政策性质	鼓励性政策
------	-------

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国务院办公厅关于推动外贸稳规模优结构的意见》	国务院	2023-04-11	8
政策内容	该意见旨在更大力度推动外贸稳规模优结构，确保实现进出口促稳提质目标任务。强调强化贸易促进拓展市场、稳定和扩大重点产品进出口规模、加大财政金融支持力度、加快对外贸易创新发展和优化外贸发展环境。			
政策解读	政府提出加强外贸企业的金融服务支持，减轻企业资金压力，提升国际市场竞争力。为企业提供了金融支持，降低了经营成本，增强了国际市场的竞争能力。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《轻工业稳增长工作方案（2023—2024年）》	工业和信息化部、国家发展改革委、商务部	2023-07-19	10
政策内容	该方案重点提及家用电器行业，要求组织国家高端智能化家用电器创新中心加快智能技术、关键零部件、新材料应用等关键共性技术突破。实施家居产业高质量发展行动方案。			
政策解读	该政策鼓励家电产业加强技术创新和品牌建设，稳定出口市场，支持企业提升产品附加值。帮助企业提升技术水平和品牌形象，增强出口竞争力。			
政策性质	鼓励性政策			

[19] 1: <https://www.gov.c...> 2: <https://www.gov.c...> 3: <https://www.gov.c...> 4: <https://www.gov.c...>
5: <https://www.gov.c...> 6: <https://www.gov.c...> 7: <https://www.gov.c...> 8: 中国政府网

竞争格局

家电出海成为家电企业的普遍业务，出海行业良好发展前景带来激烈竞争。家电行业CR4在2018-2023年均值64.81%，结合第一梯队企业和二三梯队企业内部海外业务收入比重平均值相近，分别为36.69%和33.96%，

推断家用电器出海市场份额结构相似，行业内存在竞争空间，但头部企业存在绝对的规模优势和核心竞争力。

[23]

家用电器出海行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有美的集团股份有限公司、海尔智家股份有限公司、海信家电集团股份有限公司、珠海格力电器股份有限公司等头部企业，其中美的和海尔智家海外业务规模具有绝对领先优势。第二梯队公司有四川长虹电器股份有限公司、浙江三花智能控制股份有限公司、广东新宝电器股份有限公司、广东TCL智慧家电股份有限公司等。第三梯队公司有上海荣泰健康科技股份有限公司、爱仕达股份有限公司、极米科技股份有限公司等出海业务规模较小的公司。 [23]

家用电器出海行业竞争格局的形成主要包括以下原因： [23]

头部企业出海业务起步时间早，规模积累水平高。

家电出海行业第一梯队的头部企业，主要为中国家电行业头部企业，其经营管理体系成熟且出海战略目标设立早、投入大。美的是中国最早开始出海业务的家电企业之一，1988年开始开拓海外市场，1997年开始在海外发布产品，2007年开始海外设厂，开启全球布局，截至2023年末美的已在全球拥有约200家子公司、33个研发中心和40个主要生产基地，业务遍布200多个国家和地区。再如海尔智家自1998年出海之初便自创品牌，1999年在多国设厂，推广自有品牌，截至2023年末在全球设立122个制造中心、108个营销中心和近23万个销售网点。

综合来看，头部企业多年来建设的庞大的产销体系使其在行业格局中占据着稳固的地位。

头部企业海外业务核心竞争力强，市场份额优势明显。

头部企业在品牌建设、技术创新等方面具有较强的实力。**品牌建设上**，海尔智家在全球不同市场采取差异化的多品牌策略，如在美国市场拥有六大品牌，覆盖中高低端细分市场的需求；海信推出八大品牌，并连续赞助多届世界杯和欧洲杯等世界顶级体育赛事，借助其提升国际市场品牌影响力；格力单年内海外社媒曝光量高达上亿次，并亮相全球多地展会，扩大品牌曝光度。**技术创新上**，美的近三年研发投入超过390亿元，在全球拥有研发人员超2.3万名，专利总数全球家电行业内排名第一；格力拥有全球最大的空调研发中心，累计申请专利超11万件；海尔智家是业内唯一覆盖IEC、ISO、IEEE、OCF、Matter等国际组织智慧家庭标准的企业。头部企业所拥有的品牌运营能力和技术研发能力等优势，利于稳固其在行业内的市场份额，2023年海尔智家洗涤业务在10个国家市场份额第一，空调业务在泰国等市场份额位居第一，其他若干业务海外市场份额均有所提升；再如美的为全球最大家电供应商，2022年家用空调和洗衣机电机产量位居全球第一，市场份额分别为39%和17.5%，家用空调压缩机业务市场份额44%，位居全球第一。 [23]

短期内第一梯队公司垄断地位难以发生明显变化，二三梯队内部分公司海外业务增长迅速，有望提升行业地位。 [23]

家用电器出海行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因： [23]

第一梯队公司规模具有绝对领先优势，短期内行业地位难以发生根本性变化。

第一梯队公司凭借各方面优势，海外业务规模较其他梯队公司领先幅度较大。2023年第一梯队公司海外业务收入均值为641.81亿元，是第二梯队的10.26倍，第三梯队的98.26倍，尤其是前2名的美的集团和海尔智家，海外

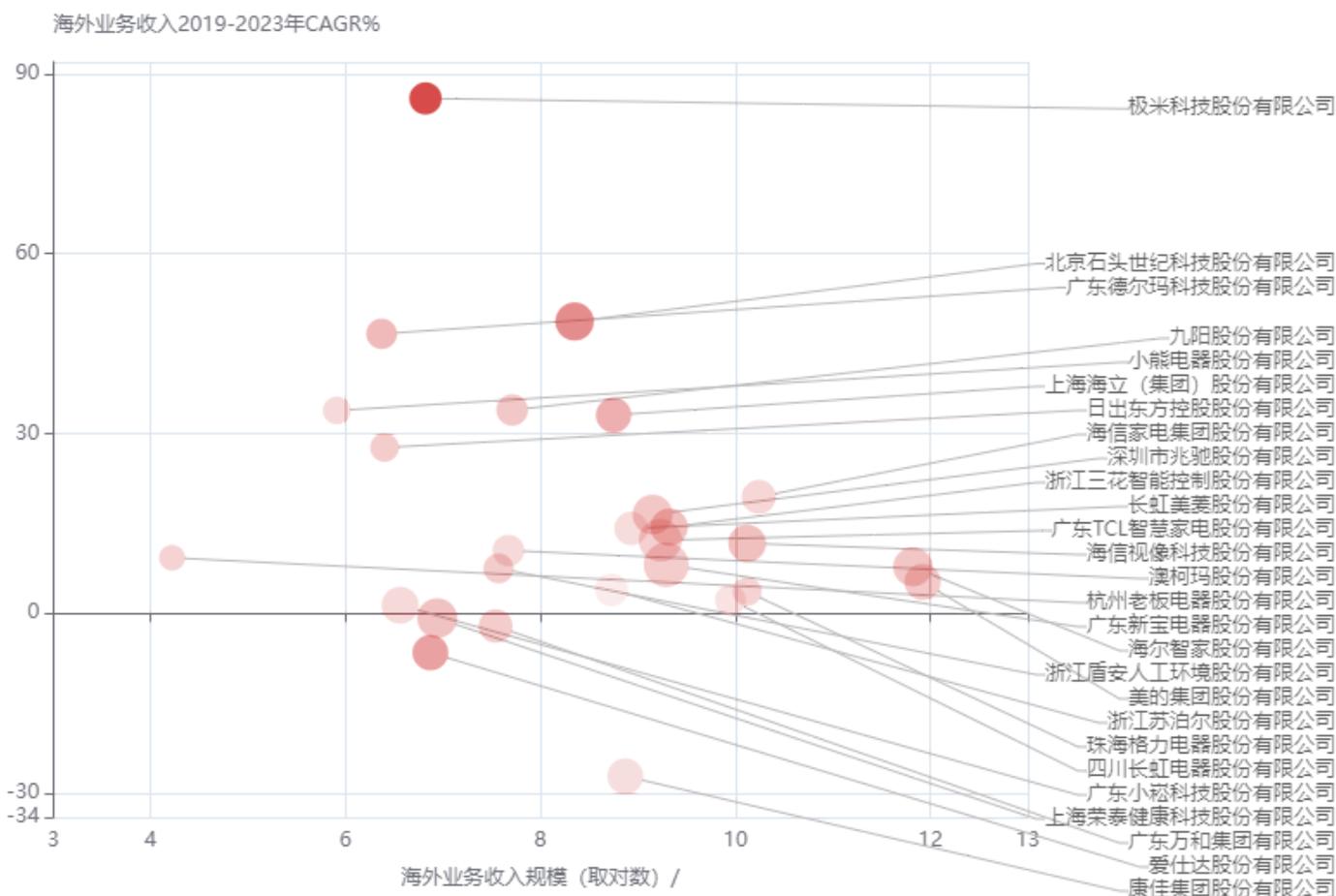
收入均值达到1,432.92亿元，是第二梯队的22.90倍和第三梯队的219.37倍。此外，第一梯队公司也保持海外业务增长态势，2019-2023年海外业务收入复合增长率为9.56%。**庞大的规模优势和持续增长态势使第一梯队公司的行业地位短期内较为稳固，难以被其他企业代替。**

部分企业凭借自身全球化布局和海外业务的扩展，有望提升行业地位。

二三梯队内企业竞争激烈，部分企业出海战略倾向性明显，且增长速度较快，有较好的发展前景。其中，极米科技坚持品牌出海战略，在美国、日本、德国等地设立海外公司，在家用投影仪等领域扩大海外线上线下销售渠道，同时积极拓展东南亚等新兴地区，2019-2023年复合增长率高达85.92%；石头科技于2017年开始出海战略，建立全球分销网络，不断提高海外市占率，截至2023年末公司扫地机器人产品遍布170多个国家和地区，受众群体超过1500万家庭，2019-2023年复合增长率达48.71%；此外，小熊电器通过收购品牌拓展海外市场和增强协同效应，重点拓展小家电线上销售渠道，2023年海外业务同比增长率高达105.66%。此类业务增长可观的出海企业有望在一定时间内提升行业地位，改变梯队内竞争格局。^[23]

气泡大小表示：海外业务收入占营业收入比例(%)；气泡色深表示：研发支出总额占经营收入比例(%)

[27]



上市公司速览

美的集团股份有限公司 (000333)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
4.5千亿元	2.9千亿元	7.58	25.84

海尔智家股份有限公司 (600690)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
2.3千亿元	2.0千亿元	7.50	30.71

海信家电集团股份有限公司 (000921)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
336.8亿元	856.0亿元	15.50	22.08

珠海格力电器股份有限公司 (000651)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
2.2千亿元	1.6千亿元	5.03	29.25

海信视像科技股份有限公司 (600060)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
204.3亿元	392.3亿元	20.65	16.99

四川长虹电器股份有限公司 (600839)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
232.7亿元	700.6亿元	4.39	11.38

浙江三花智能控制股份有限公司 (002050)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
647.2亿元	64.4亿元	13.40	27.05

广东新宝电器股份有限公司 (002705)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
105.5亿元	107.5亿元	0.35	22.50

广东TCL智慧家电股份有限公司 (002668)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
97.0亿元	89.6亿元	24.74	22.98

深圳市兆驰股份有限公司 (002429)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
211.0亿元	126.9亿元	15.84	18.21

长虹美菱股份有限公司 (000521)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
86.6亿元	242.5亿元	19.95	13.94

康佳集团股份有限公司 (000016)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
66.7亿元	24.6亿元	-46.47	7.22

上海海立(集团)股份有限公司 (600619)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
54.8亿元	55.8亿元	29.72	10.47

浙江苏泊尔股份有限公司 (002032)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
399.2亿元	213.0亿元	5.62	26.30

北京石头世纪科技股份有限公司 (688169)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
417.6亿元	44.2亿元	30.90	53.81

九阳股份有限公司 (002242)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
74.6亿元	20.7亿元	9.15	26.92

澳柯玛股份有限公司 (600336)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
37.1亿元	72.1亿元	-0.71	13.81

浙江盾安人工环境股份有限公司 (002011)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
111.5亿元	84.5亿元	15.48	19.26

广东万和新电气股份有限公司 (002543)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
65.4亿元	38.1亿元	24.16	33.16

上海荣泰健康科技股份有限公司 (603579)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
21.9亿元	4.0亿元	3.86	35.88

爱仕达股份有限公司 (002403)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
22.6亿元	6.8亿元	16.17	31.28

极米科技股份有限公司 (688696)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
39.3亿元	16.0亿元	-1.66	29.08

广东小崧科技股份有限公司 (002723)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
15.9亿元	7.9亿元	-8.89	17.97

日出东方控股股份有限公司 (603366)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
30.7亿元	21.2亿元	3.10	28.40

广东德尔玛科技股份有限公司 (301332)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
39.7亿元	7.2亿元	7.69	30.86

小熊电器股份有限公司 (002959)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
61.3亿元	11.9亿元	-4.58	38.51

杭州老板电器股份有限公司 (002508)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
174.9亿元	22.4亿元	2.75	50.65

[20] 1: 东方财富choice金融终...

[21] 1: 东方财富choice金融终...

[22] 1: 东方财富choice金融终...

[23] 1: 东方财富choice金融终...

[24] 1: 东方财富Choice金融终端

[25] 1: 东方财富Choice金融终端

[26] 1: 东方财富Choice金融终端

[27] 1: 东方财富Choice金融终端

企业分析

1 珠海格力电器股份有限公司【000651】

^

· 公司信息

企业状态

开业

注册资本

601573.0878万人民币

企业总部	珠海市	行业	电气机械和器材制造业
法人	董明珠	统一社会信用代码	91440400192548256N
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1989-12-13
品牌名称	珠海格力电器股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	货物、技术的进出口；研发、制造、销售：泵、阀门、压缩机及类似机械，风机、包装设备... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.13	0.65	0.73	0.68	0.84	0.93	0.9	1.01	1.09	-
资产负债率(%)	69.9646	69.8834	68.9094	63.0963	60.4033	58.14	66.2309	71.3045	67.2205	-
营业总收入同比增长(%)	-28.171	9.4951	36.2413	33.332	0.2421	-14.9674	11.2357	0.2619	7.8188	-
归属净利润同比增长(%)	-11.4638	23.0484	44.8663	16.9742	-5.748	-10.21	4.0073	6.2561	18.4063	-
应收账款周转天数(天)	10.2031	9.7057	10.6517	12.278	14.7277	18.4619	21.6334	27.3088	27.3719	-
流动比率	1.0739	1.1264	1.163	1.2665	1.2583	1.348	1.1459	1.1792	1.1351	-
每股经营现金流(元)	7.3771	2.4702	2.7193	4.4784	4.6368	3.1981	0.3203	5.0908	10.015	-
毛利率(%)	32.4597	32.7018	32.8577	30.2282	27.5815	26.1417	24.2814	26.0355	30.5687	-
流动负债/总负债(%)	99.5525	99.5529	99.5663	99.4743	99.2065	97.623	93.1161	85.4723	81.2357	-
速动比率	0.9673	1.0252	0.9554	1.0174	0.9633	1.1721	0.9289	1.0021	0.973	-
摊薄总资产收益率(%)	7.9412	9.0242	11.3297	11.3166	9.295	7.9259	7.6257	6.822	7.6669	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-47.3274	-21.7851	-9.5533	-13.9053	-24.8618	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-44.367	-18.1709	-15.7756	-51.3949	-68.1107	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	27.31	30.41	37.44	33.36	25.72	18.88	21.34	24.19	26.53	-
基本每股收益(元)	2.08	2.56	3.72	4.36	4.11	3.71	4.04	4.43	5.22	0.85

净利率(%)	12.9149	14.3345	15.1791	13.3145	12.5293	13.2457	12.1531	12.1761	13.5891	-
总资产周转率(次)	0.6149	0.6295	0.7464	0.8499	0.7419	0.6065	0.6334	0.5637	0.5671	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-39.042	-13.1497	15.5227	-38.8329	-69.1759	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.0309	0.0305	0.0173	0.0155	0.0155	0.0203	0.0213	0.0881	0.2402	-
存货周转天数(天)	49.2773	45.6853	46.2701	47.6323	55.3131	75.4069	90.9481	107.2386	92.4998	-
营业总收入(元)	1005.64亿	1101.13亿	1500.20亿	2000.24亿	2005.08亿	1704.97亿	1896.54亿	1901.51亿	2050.18亿	365.96亿
每股未分配利润(元)	6.2731	7.3266	9.2657	13.6209	15.5916	17.0954	17.4953	16.2407	19.926	-
稀释每股收益(元)	2.08	2.56	3.72	4.36	4.11	3.71	4.04	4.43	5.22	0.85
归属净利润(元)	125.32亿	154.21亿	224.02亿	262.03亿	246.97亿	221.75亿	230.64亿	245.07亿	290.17亿	46.75亿
扣非每股收益(元)	2.05	2.59	3.52	4.25	4.02	-	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	7.3771	2.4702	2.7193	4.4784	4.6368	3.1981	0.3203	5.0908	10.015	-

· 竞争优势



创新优势：公司拥有全球最大的空调研发中心，现有16个研究院，152个研究所，1411个实验室，1个院士工作站等，累计申请专利119,261件，获得国家专利奖77项。

2 海信家电集团股份有限公司【000921】



· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	138814.737万人民币
企业总部	佛山市	行业	电气机械和器材制造业
法人	代慧忠	统一社会信用代码	91440000190343548J
企业类型	股份有限公司(港澳台与境内合资、上市)	成立时间	1997-04-21
品牌名称	海信家电集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般项目：家用电器研发；家用电器制造；家用电器销售；家用电器零配件销售；家用电器... 查看更多		

▪ 财务数据分析										
财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	0.58	0.8	0.72	0.72	0.77	0.8	0.85	0.85	0.85	-
资产负债率(%)	68.6989	72.0627	67.2004	63.8563	63.2815	65.5442	72.1329	70.603	70.5882	-
营业总收入同比增长(%)	-11.5428	13.8832	25.2799	7.561	3.9796	29.2094	39.6127	9.6985	15.4962	-
归属净利润同比增长(%)	-13.7021	87.4317	85.534	-31.7453	30.216	-11.9747	-38.4007	47.5356	97.7272	-
应收账款周转天数(天)	31.2191	32.4018	29.8768	29.6323	33.9498	39.2846	42.968	40.7898	37.3811	-
流动比率	0.9033	0.9731	1.0523	1.0585	1.1767	1.1314	1.0444	1.0073	1.0249	-
每股经营现金流(元)	0.3554	2.1471	0.3339	0.77	1.4716	4.3756	3.1656	2.9591	7.6458	-
毛利率(%)	21.4338	23.3577	19.4632	19.0121	21.4355	24.046	19.704	20.6868	22.0841	-
流动负债/总负债(%)	96.2007	97.3053	97.1678	96.9006	96.8787	97.4976	94.1899	93.0126	94.6116	-
速动比率	0.5955	0.6353	0.6846	0.743	0.8494	0.8052	0.8224	0.8271	0.8711	-
摊薄总资产收益率(%)	3.9498	6.8466	10.1903	6.5526	6.9885	7.5091	4.793	5.5141	7.8988	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-24.4288	-13.787	-19.2836	-14.5352	29.5686	-1.8318	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	113.4726	-30.0694	-65.7264	-50.9779	-41.4024	-23.1509	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	15.49	24.23	35.12	19.79	22.21	16.99	9.64	13.13	22.64	-
基本每股收益(元)	0.43	0.8	1.47	1.01	1.32	1.16	0.71	1.05	2.08	0.72
净利率(%)	2.3189	4.2708	6.1868	3.9508	5.2077	5.8811	3.4676	4.1412	5.5975	-
总资产周转率(次)	1.7033	1.6031	1.6471	1.6585	1.342	1.2768	1.3822	1.3315	1.4111	-
归属净利润滚动环比增长(%)	362.1513	-26.221	-72.723	-35.0983	14.2608	15.5721	-	-	-	-
每股公积金(元)	1.5818	1.5358	1.525	1.5238	1.5088	1.5129	1.5185	1.5221	1.5241	-

存货周转天数(天)	50.6208	43.3177	40.4313	39.2042	39.4854	38.1692	42.2783	45.9518	36.0837	-
营业总收入(元)	234.72亿	267.30亿	334.88亿	360.20亿	374.53亿	483.93亿	675.63亿	741.15亿	856.00亿	234.86亿
每股未分配利润(元)	0.2008	0.7954	1.9418	2.4506	3.4081	4.1272	4.4799	5.3188	6.7406	-
稀释每股收益(元)	0.43	0.8	1.47	1.01	1.32	1.16	0.71	1.05	2.08	0.72
归属净利润(元)	5.80亿	10.88亿	19.98亿	13.77亿	17.94亿	15.79亿	9.73亿	14.35亿	28.37亿	9.81亿
扣非每股收益(元)	0.17	0.73	0.74	0.85	0.9	0.8	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	0.3554	2.1471	0.3339	0.77	1.4716	4.3756	3.1656	2.9591	7.6458	-

竞争优势



技术优势：公司拥有国家级企业技术中心等20多个省部级以上的科技创新平台，并成立欧洲研发中心，在低碳节能等多领域取得重点突破。公司在家用空调等领域相关技术和科技成果被评为国际领先。

3 海尔智家股份有限公司【600690】



公司信息

企业状态	开业	注册资本	944625.3758万人民币
企业总部	青岛市	行业	其他制造业
法人	李华刚	统一社会信用代码	91370200264574251E
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1994-03-31
品牌名称	海尔智家股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	电器、电子产品、机械产品、通讯设备及相关配件、工业自动化控制设备、计算机软硬件及... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.24	1.15	1.03	1.03	1.02	0.99	1.14	1.06	1.05	-
资产负债率(%)	57.3434	71.3685	69.1344	66.9284	65.3303	66.5236	62.7135	59.8403	58.2004	-

营业总收入同比增长(%)	-7.4089	32.5942	33.6787	12.169	9.0455	4.4649	8.503	7.2247	7.3278	-
归属净利润同比增长(%)	-19.4243	17.0293	37.3679	7.7103	9.6555	8.1687	47.0995	12.4788	12.8096	-
应收账款周转天数(天)	22.9386	27.7994	27.9122	22.4653	19.2291	23.1267	45.9201	39.531	37.4444	-
流动比率	1.3792	0.9464	1.1487	1.1771	1.0516	1.0444	0.9905	1.099	1.1054	-
每股经营现金流(元)	0.9112	1.321	2.6383	2.9731	2.2923	1.9494	2.4609	2.1334	2.6766	-
毛利率(%)	27.9558	31.024	30.9975	29.0003	29.8331	29.6819	31.2334	31.329	31.5092	-
流动负债/总负债(%)	91.3333	78.4125	73.4335	71.7775	78.0715	80.8231	91.5091	84.0597	81.3603	-
速动比率	1.1135	0.695	0.8043	0.8268	0.67	0.7382	0.671	0.7489	0.7759	-
摊薄总资产收益率(%)	7.8455	6.4583	6.4033	6.1419	6.9656	5.7929	6.2801	6.4999	6.8403	-
营业总收入滚动环比增长(%)	14.7035	-2.2077	-6.1195	-5.3654	3.3003	-5.7422	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-18.5477	0.0519	1.1687	3.1105	-106.1203	55.3239	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	16.22	20.41	23.59	21	19.12	17.67	17.29	16.81	16.85	-
基本每股收益(元)	0.705	0.826	1.136	1.21	1.286	1.337	1.41	1.58	1.79	0.52
净利率(%)	6.5986	5.6199	5.6838	5.3299	6.1438	5.3988	5.8083	6.0498	6.4003	-
总资产周转率(次)	1.189	1.1492	1.1266	1.1523	1.1338	1.073	1.0812	1.0744	1.0687	-
归属净利润滚动环比增长(%)	1.6812	137.1081	2.0894	-4.3418	-83.0316	-26.8097	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.0136	0.0137	0.1356	0.3468	0.6742	1.6625	2.3992	2.5249	2.5177	-
存货周转天数(天)	44.8676	52.1573	60.1826	60.6857	64.6633	70.395	80.3805	88.2872	82.0681	-
营业总收入(元)	897.48亿	1190.66亿	1592.54亿	1833.17亿	2007.62亿	2097.26亿	2275.56亿	2435.14亿	2614.28亿	689.78亿
每股未分配利润(元)	2.271	2.8772	3.7382	4.2176	4.9347	4.2585	5.0972	6.1373	7.2616	-

稀释每股收益 (元)	0.705	0.823	1.088	1.182	1.212	1.306	1.4	1.57	1.78	0.51
归属净利润(元)	43.01亿	50.37亿	69.26亿	74.40亿	82.06亿	88.77亿	130.67亿	147.11亿	165.97亿	47.73亿
扣非每股收益 (元)	0.603	0.71	0.922	1.074	0.903	0.973	1.27	1.5	1.71	-
经营现金流/营 业收入	0.9112	1.321	2.6383	2.9731	2.2923	1.9494	2.4609	2.1334	2.6766	-

竞争优势



品牌优势：公司通过自主发展和并购形成七大品牌集群，适应全球各市场不同层次用户的需求，如在美国市场，通过Monogram、Café、GE Profile、GE、Haier、Hotpoint 等六大品牌，满足不同类型客户的喜好和需求。

4 美的集团股份有限公司【000333】



公司信息

企业状态	存续	注册资本	698011.5778万人民币
企业总部	佛山市	行业	通用设备制造业
法人	方洪波	统一社会信用代码	91440606722473344C
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2000-04-07
品牌名称	美的集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	生产经营家用电器、电机及其零部件；中央空调、采暖设备、通风设备、热泵设备、照明设... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营 业收入	0.91	0.96	0.81	0.81	0.86	0.84	0.91	0.92	0.96	-
资产负债率(%)	56.5113	59.5683	66.5768	64.9397	64.4	65.5263	65.2464	64.0464	64.1387	-
营业总收入同比 增长(%)	-2.0827	14.7076	51.3491	8.2262	6.7072	2.2654	20.1782	0.6838	8.0996	-
归属净利润同比 增长(%)	20.9908	15.5637	17.7014	17.0513	19.6752	12.4395	4.9615	3.4292	14.0979	-
应收账款周转天 数(天)	64.6458	49.9592	36.8394	41.8204	35.8289	32.7517	30.4389	32.6681	34.5463	-

流动比率	1.2967	1.3525	1.4259	1.4028	1.5	1.3123	1.1167	1.2654	1.1197	-
每股经营现金流 (元)	6.2726	4.1331	3.7254	4.1814	5.5351	4.2044	5.0227	4.953	8.2415	-
毛利率(%)	25.8438	27.306	25.0306	27.5356	28.8632	25.1148	22.4794	24.2438	26.4909	-
流动负债/总负 债(%)	98.8924	87.7588	72.0975	76.0488	74.2153	77.9818	88.0415	76.2445	80.595	-
速动比率	1.1516	1.1773	1.1786	1.1752	1.2752	1.1435	0.9107	1.0422	0.9313	-
摊薄总资产收益 率(%)	10.9376	10.5943	8.8898	8.4604	8.9373	8.3059	7.7547	7.356	7.428	-
营业总收入滚动 环比增长(%)	-6.3292	9.453	-13.7679	-14.5344	-14.583	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动 环比增长(%)	-20.9411	-59.7344	-59.6838	-40.9464	-64.8072	-	-	-	-	-
加权净资产收益 率(%)	29.06	26.88	25.88	25.66	26.43	24.95	24.09	22.21	22.23	-
基本每股收益 (元)	2.99	2.29	2.66	3.08	3.6	3.93	4.17	4.34	4.93	1.31
净利率(%)	9.8415	9.9733	7.7317	8.3378	9.0854	9.6779	8.5031	8.6678	9.0704	-
总资产周转率 (次)	1.1187	1.0676	1.1556	1.0231	0.9878	0.8627	0.9177	0.8531	0.8226	-
归属净利润滚动 环比增长(%)	-36.9555	-43.3379	-45.4121	-53.0454	-52.7606	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	3.4009	2.1051	2.4251	2.7692	2.8171	3.1989	2.9366	2.8144	3.0236	-
存货周转天数 (天)	44.6551	40.5971	44.9562	56.5256	56.4688	56.4564	57.201	69.2894	67.0878	-
营业总收入(元)	1393.47 亿	1598.42 亿	2419.19 亿	2618.20 亿	2793.81 亿	2857.10 亿	3433.61 亿	3457.09 亿	3737.10 亿	1064.83 亿
每股未分配利润 (元)	6.9208	5.8998	7.2591	8.8192	10.4295	12.3862	14.7401	17.1037	19.3978	-
稀释每股收益 (元)	2.99	2.28	2.63	3.05	3.58	3.9	4.14	4.33	4.92	1.31
归属净利润(元)	127.07亿	146.84亿	172.84亿	202.31亿	242.11亿	272.23亿	285.74亿	295.54亿	337.20亿	90.00亿
经营现金流/营 业收入	6.2726	4.1331	3.7254	4.1814	5.5351	4.2044	5.0227	4.953	8.2415	-

竞争优势



市场份额优势：按2022年销量及收入，美的是全球规模最大的家电供应商，家用空调和洗衣机全球市场份额为39.0%和17.5%。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

业务合作

- ◆ 头豹是中国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：**报告库、募投、市场地位确认、二级市场数据引用、白皮书及词条报告**等产品，以及其他以企业为基础，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。

合作类型

会员账号

阅读全部原创报告和百万数据

定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

白皮书

定制行业/公司的第一本白皮书

招股书引用

内容授权商用、上市

市场地位确认

赋能企业产品宣传

云实习课程

丰富简历履历

13080197867 李先生

18129990784 陈女士

www.leadleo.com

深圳市华润置地大厦E座4105室



诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

