

洗衣机行业数据报告

行业增长放缓，龙头份额提升

袁浩然 分析师

电话：0755-82784042

eMail: yhr@gf.com.cn

SAC执业证书编号：S0260511030001

内销拖累增速放缓，6月全行业增长4%

6月行业增速整体放缓，全行业实现销量382万台，增长4%，内销出现首度负增长，单月销229万台，增速下滑1%，出口153万台，维持13%增速。增速放缓主要由于年初厂商大批量出货挤压库存未能消化，预计7月份增速仍有下滑。关注8月份后旺季来临或恢复部分增速。

美的系单月销79万台，同比增4%，海尔销量78万台，同比增7%。合肥三洋独立于行业增长，延续4月份来30%以上增长，当月增39%，实现销量23万台。龙头企业保持行业以上增速。

上半年行业累积增长15%

上半年洗衣机全行业实现销量2644万台，同比增15%。其中内销1774万台，同比增18%，出口870万台，同比增9%。

美的系小天鹅和荣事达，合计销量585万台，同比增26%，超行业增长，市占率已达22%，内外销分别增长32%和3%。海尔累积销量594万台，同比增长19%，市占率22.5%，内外销分别增长19%和14%。合肥三洋累积销108万台，同比增25%，市占率提升到5%。

滚筒增速5/6月大幅下滑，主要由于出口库存积压

滚筒方面，上半年累积销580万台，占总销量22%，同比增20%，内销增长更为迅猛，累积增51%，实现销量286万台，占比已接近50%，出口295万台，略增1%。5、6月滚筒销量增速几乎为零，主要受累出口放缓。

各品牌上看，小天鹅总销量119万台，同比增57%，内销增178%，出口下滑21%。海尔累积销67万台，同比增23%，内销增39%，出口下滑2%。合肥三洋上半年销17万台，同比增24%。包括LG、三星、西门子等主要外资品牌合计销量300多万台，同比增10%左右，内销增18%，出口增6%，除西门子外，其他外资品牌主要做滚筒海外市场，出口增速20%以上。

风险提示

出口持续低迷，内销增长不足。

重点公司业绩预测与估值

简称	股价	EPS			PE			PEG	目标价	评级
		10	11E	12E	10	11E	12E			
青岛海尔	12.82	0.75	1.01	1.29	17.09	12.69	9.94	0.37	18.36	买入
小天鹅A	15.13	0.80	1.05	1.55	18.91	14.41	9.76	0.46	21	买入
合肥三洋	13.35	0.57	0.78	1.00	23.42	17.12	13.35	0.46	15.6	买入

数据来源：公司报表，广发证券发展研究中心

行业评级

无评级

前次评级

行业走势

日用电器制造业(0103070620)指数走势图



市场表现	1个月	3个月	12个月
行业指数	-0.52%	-5.44%	16.23%
沪深300	-1.93%	-7.22%	6.51%

目录索引

一、当月数据（11年6月）	3
（一）2011年6月当月数据历史同比	3
（二）2011年6月当月数据分品牌分析	3
二、累积数据（11年1-6月）	4
（一）累计数据同比：内销增长18.4%，出口增长9.2%	4
（二）分月度数据比较	5
（三）分品牌比较	5
（四）滚筒销售情况	6

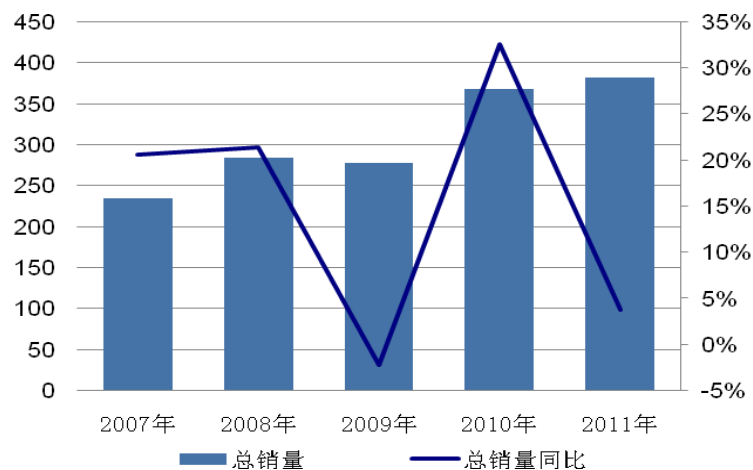
图表索引

图 1：当月产销数据历史同比（单位：万台，%）	3
图 2：当月内外销数据历史同比（单位：万台，%）	3
图 3：当月数据分品牌分析	4
图 4：各品牌市占率变化趋势	4
图 5：总销量月度数据（单位：万台，%）	5
图 6：内外销月度数据（单位：万台，%）	5
图 7：1-6月分品牌总销量占比（单位：%）	5
图 8：分月各品牌总销量同比增长（单位：%）	5
图 9：1-6月分品牌总销量占比（单位：%）	6
图 10：分月各品牌总销量同比增长（单位：%）	6
表格 1：年度数据和累积数据同比增长（单位：万台，%）	4
表格 2：分产品累积数据（1-6月累积）（单位：万台，%）	6

一、当月数据（11年6月）

（一）2011年6月当月数据历史同比

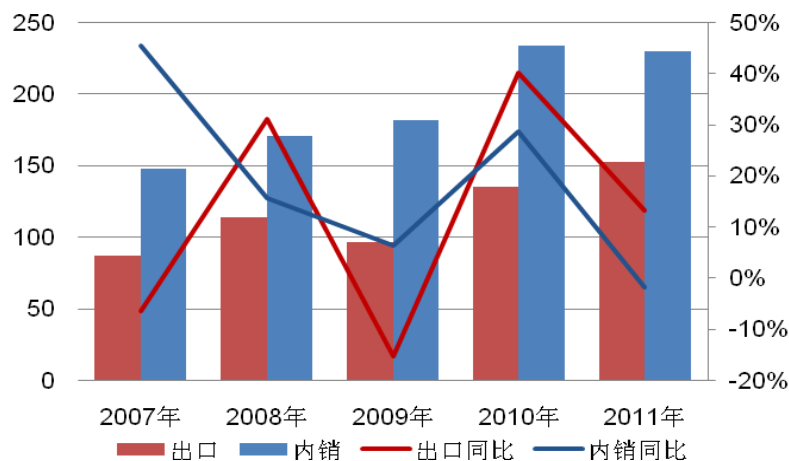
图 1: 当月产销数据历史同比（单位：万台，%）



数据来源：产业在线，广发证券发展研究中心

行业增速整体放缓，全行业实现销量382万台，增长4%。

图 2: 当月内外销数据历史同比（单位：万台，%）



数据来源：产业在线，广发证券发展研究中心

6月行业增速整体放缓，全行业实现销量382万台，增长4%，内销09年后出现首度负增长，单月销229万台，增速下滑1%，出口153万台，维持13%增速。增速放缓主要由于年初厂商大批量出货挤压库存未能消化，预计7月份增速仍有下滑。关注8月份后旺季来临或恢复部分增速。

（二）2011年6月当月数据分品牌分析

图 3: 当月数据分品牌分析

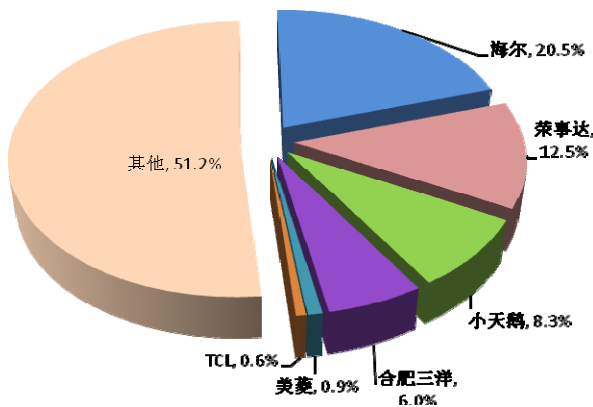
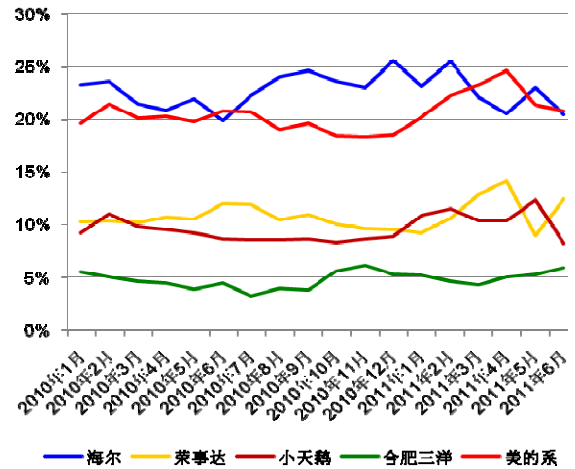


图 4: 各品牌市占率变化趋势



数据来源: 产业在线, 广发证券发展研究中心

当月分品牌来看, 美的系单月销79万台, 同比增4%, 海尔销量78万台, 同比增7%。合肥三洋独立于行业增长, 延续4月份来30%以上增长, 当月增39%, 实现销量23万台。

二、累积数据 (11年1-6月)

(一) 累积数据同比: 内销增长18.4%, 出口增长9.2%

表格 1: 年度数据和累积数据同比增长 (单位: 万台, %)

1-6 月累计	销量	其中内销	其中出口	内销占比	出口占比
2010 年	2644	1774	870	67%	33%
同比增长	15.2%	18.4%	9.2%		
2009 年	2294	1498	796	65%	35%
全年数据					
2010 年	5082	3390	1692	67%	33%
同比增长	28.8%	28.1%	30.2%		
2009 年	3946	2646	1300	67%	33%
同比增长	5.3%	11.1%	-4.8%		
2008 年	3,749	2,382	1,366	64%	36%
同比增长	11.0%	11.7%	9.9%		
2007 年	3,376	2,133	1,243	63%	37%
同比增长	16.7%	25.9%	3.6%		
2006 年	2,894	1,694	1,200	59%	41%
同比增长	5.7%	-7.6%	32.6%		
2005 年	2,739	1834.07	904.93	67%	33%

数据来源: 产业在线, 广发证券发展研究中心

上半年洗衣机全行业实现销量2644万台, 同比增15%。其中内销1774万台, 同比增18%, 出口870万台, 同比增9%。

短期来看，内外销增速均有下降，主要由于1)受前期出货较多渠道积压库存、去年高基数等因素影响。2)出口市场受人民币相对升值、原材料成本等影响，价格上升较多，影响部分出货。

中长期来看，近几年洗衣机国内市场增长较为温和，竞争相对成熟。国内随着洗衣机产品的逐渐普及，洗衣机在城镇保有量已达96%以上，农村保有量超50%预计2010年接近60%。相比其他白色家电产品，在农村市场也有较高的保有量。未来洗衣机增长更多来自于：

1)内销市场更多来自消费升级下的更新需求。随着居民收入的不断提高，更新速度加快，洗衣机经过多年发展已进入大批量更新阶段，预计未来3年有1300-1500万台洗衣机更新。

2)目前日本已完成传统制造转移，大多数家电产能并不在日本本土。但像微控制器、芯片等核心部件依然在日本国内生产。从另一角度讲，家电业本身壁垒并不高，也给了其他配件企业争夺市场份额的机会。伴随着洗衣机行业的成熟，全球洗衣机产业转移仍在持续，特别是滚筒方面。目前中国洗衣机产量占全球产量35%左右，其中大部分出口到亚洲地区（50%左右），对欧美的出口还不多，未来外销发展空间巨大。在内销增长趋于平稳后，外销增长将成为未来洗衣机行业的重要增量。

（二）分月度数据比较

图 5：总销量月度数据（单位：万台，%）

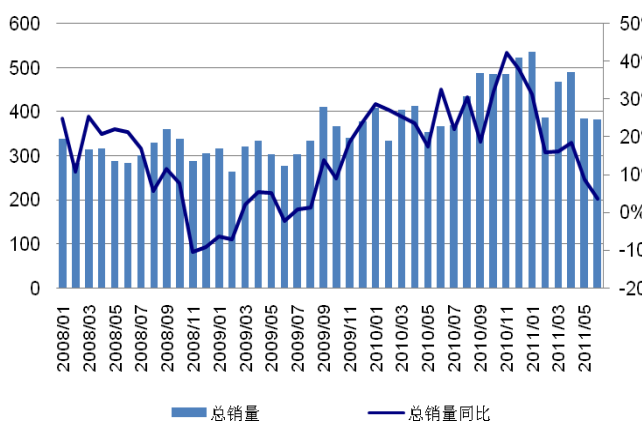
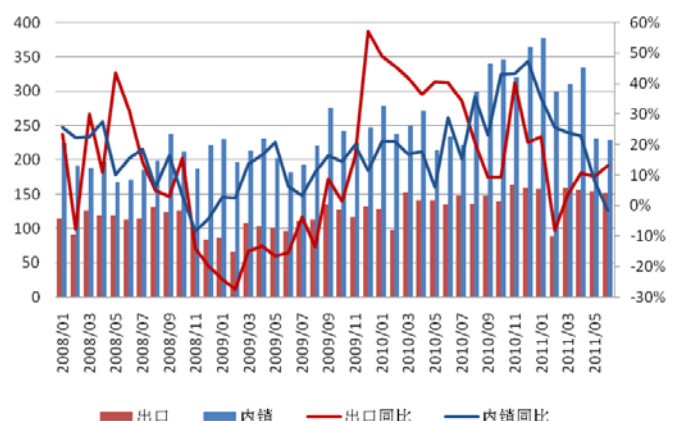


图 6：内外销月度数据（单位：万台，%）



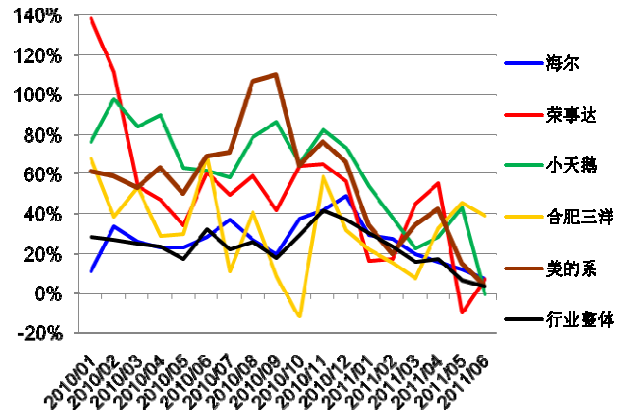
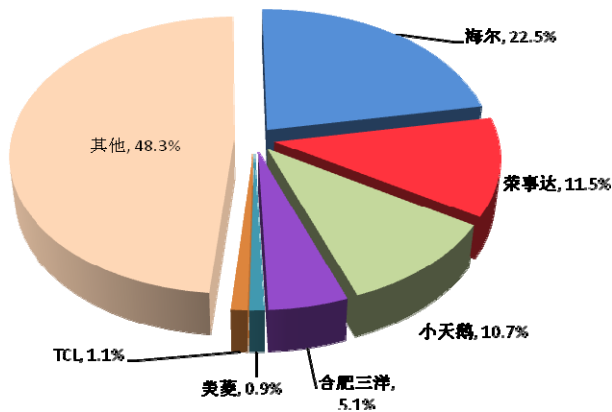
数据来源：产业在线，广发证券发展研究中心

洗衣机销售的季节特征并不很明显，受中国的传统消费习惯影响，国内销量下半年一般会多于上半年。洗衣机总销量08年底触底反弹，09年底开始，单月销售保持了20%-30%左右的同比增长。2010年10月份后旺季来临，同比增长保持35%以上，全年实现29%的增长。2011年洗衣机销量增长呈现高开低走，预计7月份销量仍较为低迷。关注8月份后旺季增速能有所回升。

（三）分品牌比较

图 7：1-6月分品牌总销量占比（单位：%）

图 8：分月各品牌总销量同比增长（单位：%）



数据来源: 产业在线, 广发证券发展研究中心

国品牌中, 海尔和美的洗衣机占据鳌头, 二者市占率合计在44%左右, 对市场有重大影响。

美的系小天鹅和荣事达, 合计销量585万台, 同比增26%, 超行业增长, 市占率已达22%, 内外销分别增长32%和3%。海尔累积销量594万台, 同比增长19%, 市占率22.5%, 内外销分别增长19%和14%。合肥三洋累积销108万台, 同比增25%, 市占率略有提升到5%。

(四) 滚筒销售情况

表格 2: 分产品累积数据 (1-6 月累积) (单位: 万台, %)

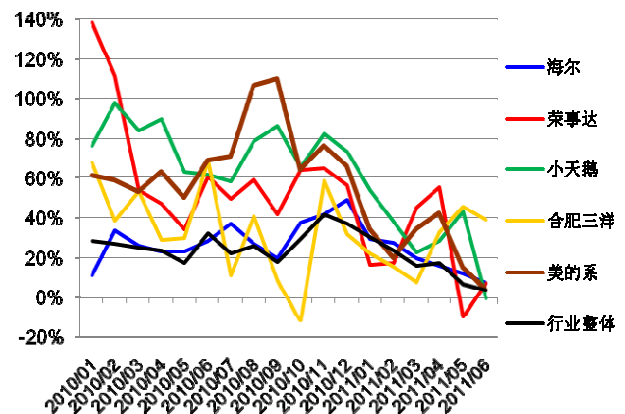
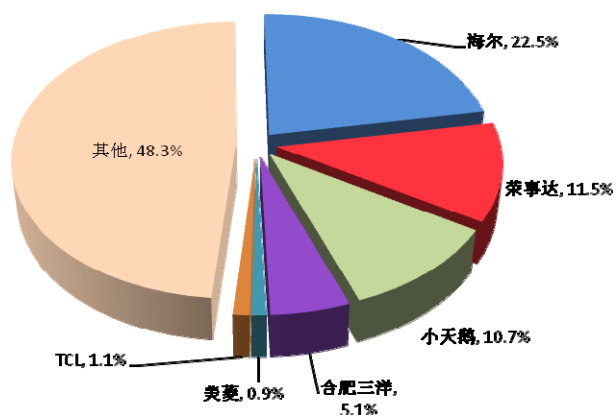
		销量(万台)			占比	
		2011 年	2010 年	同比增长	2011 年	2010 年
内外销分类	销量合计	2644	2294	15.2%	100.0%	100.0%
	其中内销	1774	1498	18.4%	67.1%	65.3%
	其中出口	870	796	9.2%	32.9%	34.7%
产品类型分类	其中滚筒	581	482	20.5%	22.0%	21.0%
	其中波轮	2063	1813	13.8%	78.0%	79.0%
外销按产品分类	出口合计	870	796	9.2%	100.0%	100.0%
	其中滚筒	295	292	0.9%	33.9%	36.7%
	其中波轮	575	504	14.0%	66.1%	63.3%
内销按产品分类	内销合计	1774	1498	18.4%	100.0%	100.0%
	其中滚筒	286	189	50.7%	16.1%	12.6%
	其中波轮	1489	1309	13.8%	83.9%	87.4%

数据来源: 产业在线, 广发证券发展研究中心

滚筒方面, 上半年累积销580万台, 占总销量22%, 同比增20%, 内销增长更为迅猛, 累积增51%, 实现销量286万台, 占比已接近50%, 出口295万台, 略增1%。5、6月滚筒销量增速几乎为零, 主要受累出口放缓。

图 9: 1-6月分品牌总销量占比 (单位: %)

图 10: 分月各品牌总销量同比增长 (单位: %)



数据来源：产业在线，广发证券发展研究中心

各品牌上看，小天鹅总销量119万台，同比增57%，内销增178%，出口下滑21%。海尔累积销67万台，同比增23%，内销增39%，出口下滑2%。合肥三洋上半年销17万台，同比增24%。包括LG、三星、西门子等主要外资品牌合计销量300多万台，同比增10%左右，内销增18%，出口增6%，除西门子外，其他外资品牌主要做滚筒海外市场，出口增速20%以上。

风险提示

出口持续低迷，内销增长不足。

广发家电行业研究小组

袁浩然，分析师，复旦大学金融学硕士，CPA，3 年会计师事务所审计工作经验，3 年家电行业工作经验，4 年证券从业经历。2008 年、2010 年获得新财富评选最佳分析师第 5 名，2011 年进入广发证券发展研究中心。

王俊爽，研究助理，南京大学金融学硕士，2009 年进入广发证券发展研究中心。联系方式: wjs2@gf.com.cn, 020-87555888-615。

郝雪梅，研究助理，南京大学管理学硕士，2010 年天眼耐用消费品最佳分析师，2010 年新财富最佳分析师评选入围（团队），2011 年进入广发证券发展研究中心。联系方式: hxm5@gf.com.cn, 0755-23953620。

相关研究报告

广发证券——行业投资评级说明

买入（Buy）	预期未来 12 个月内，行业指数优于大盘 10% 以上。
持有（Hold）	预期未来 12 个月内，行业指数相对大盘的变动幅度介于-10%~+10%。
卖出（Sell）	预期未来 12 个月内，行业指数弱于大盘 10% 以上。

	广州	深圳	北京	上海
地址	广州市天河北路 183 号 大都会广场 36 楼	深圳市民田路华融大厦 2501 室	北京市月坛北街 2 号月坛大 厦 18 层 1808 室	上海市浦东南路 528 号 证券大厦北塔 17 楼
邮政编码	510075	518026	100045	200120
客服邮箱	gfyf@gf.com.cn			
服务热线	020-87555888-612			

注：广发证券股份有限公司具备证券投资咨询业务资格。本报告只发送给广发证券重点客户，不对外公开发布。

免责声明

本报告所载资料的来源及观点的出处皆被广发证券股份有限公司认为可靠，但广发证券不对其准确性或完整性做出任何保证。报告内容仅供参考，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价。广发证券不对因使用本报告的内容而引致的损失承担任何责任，除非法律法规有明确规定。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策。

广发证券可发出其它与本报告所载信息不一致及有不同结论的报告。本报告反映研究人员的不同观点、见解及分析方法，并不代表广发证券或其附属机构的立场。报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且不予通告。

本报告旨在发送给广发证券的特定客户及其它专业人士。未经广发证券事先书面许可，不得更改或以任何方式传送、复印或印刷本报告。