



大公国际：2022 年家电行业信用风险回顾与 2023 年展望



2022 年以来，国家出台多则政策，细化家电行业发展标准，全面、综合的引领家电消费和生产制造继续朝向智能、低碳、绿色、高质量方向升级发展。2022 年前三季度总体需求下降，家电企业的业绩表现分化程度有所加深。预计 2023 年随着国家行业发展政策的不断落实，叠加产业联动和创新来寻求突破，家电行业总体消费量有望逐渐恢复，行业信用状况仍将以稳定为主。

行业政策：2022 年以来，行业政策全面、综合的引领家电消费和生产制造继续朝向智能、低碳、绿色、高质量方向升级发展。预计 2023 年主要以促改和稳经济增长为核心的政策长效促进行业持续恢复消费。

行业环境：随着新技术新需求不断涌现，家电行业进入了数智化和全面绿色转型升级的新阶段，未来需要通过上下游产业联动和技术、产品、管理创新来寻求突破与发展。

经营概况：从家电行业业绩情况来看，2022 年前三季度提质扩容成为家电企业经营分化的焦点；整体看，业绩增长率较去年同期有所下降。预计 2023 年家电企业的业绩表现分化程度可能继续加深，行业总体财务杠杆继续上扬。

债务压力：整体来看，2022 年以来，家电行业新发债券延续了去年的疲弱态势，但业内存续债券期限结构有所优化，预计 2023 年家电行业整体偿债压力有所下降。

信用质量：预计 2023 年家电行业发债主体及债项仍将集中于信用级别较高的企业，或可出现更多的融资产品和形式。

行业政策

2022 年以来，国家出台了全国家电“以旧换新”，推进绿色智能家电下乡，鼓励基本装修交房和家电租赁，拓展消费场景提升消费体验，优化绿色智能家电供给，实施家电售后服务提升行动，加强废旧家电回收利用，加强基础设施支撑，落实财税金融政策等多则落实规划纲领的行业政策，细化家电行业发展标准，全面、综合的引领家电消费和生产制造继续朝向智能、低碳、绿色、高质量方向升级发展。预计 2023 年主要以促改和稳增长为核心的政策，长效促进行业持续恢复消费。

“十四五”规划以来，国家相继出台了“十四五”能源发展规划、“十四五”工业绿色发展规划、“十四五”电子商务发展规划等多则规划纲领性行业政策，推动中国产业经济转型与发展。2022 年以来，国家出台了更多落实规划纲领的行业政策，细化家电行业升级发展，其中智能、低碳、绿色及高质量发展仍是主旋律。

2022 年 5 月 31 日，水利部办公厅、国家发展改革委办公厅发布了《关于开展 2022 年度用水产品水效领跑者遴选工作的通知》，其遴选对象是坐便器、智能坐便器和洗碗机等 3 类产品，涵盖了部分厨卫和小家电产品。从市场规模、节水潜力、技术发展趋势以及相关标准规范、检测能力等多方面对参选企业进行选拔，树立提升水效能和高质量标准的“领跑者”，

促进业内企业精准对标，发挥榜样精神，引领家电企业节水增效、提升质量性能。

7月28日，国家商务部、发展改革委、工信部等13部门联合发布《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，从开展全国家电“以旧换新”活动，推进绿色智能家电下乡，鼓励基本装修交房和家电租赁，拓展消费场景提升消费体验，优化绿色智能家电供给，实施家电售后服务提升行动，加强废旧家电回收利用，加强基础设施支撑，落实财税金融政策等九大方面，以满足人民群众对低碳、绿色、智能、时尚家电需求为目的促进消费升级和促进家电消费持续恢复，拉动家电及上下游关联产业发展。

10月9日，国家认证认可监督管理委员会发布《关于明确家用和类似用途器具耦合器强制性产品认证依据标准等要求的公告》，指出GB/T 17465.1—2022《家用和类似用途器具耦合器 第1部分：通用要求》、GB/T 17465.6—2022《家用和类似用途器具耦合器 第3部分：标准活页和量规》等2项新版国家标准将于2023年2月1日起实施，对2项旧版国家标准进行了修订整合，涉及家用和类似用途器具耦合器强制性产品认证依据标准，以保证强制性产品认证制度的有效实施。10月17日，国家发展改革委、市场监管总局联合发布《关于印发多联式空调（热泵）机组和电风扇两类产品能源效率标识实施规则（修订）的通知》，保障能源效率标识制度在提升产品能效、促进绿色消费等方面的积极作用。

行业环境

总体来看,2022 年前三季度房地产拉动需求下降,境外需求有所收缩,供需两端分化越发明显,新技术新需求不断涌现,家电行业进入了数智化和全面绿色转型升级的新阶段,未来需要通过上下游产业联动和技术、产品、管理创新来寻求突破。

2022 年以来,家电行业供需两端均产生较明显的变化,从供给端来看,家电行业上游原材料价格继续上涨,人工成本同比有所增加,行业制造成本上升;下游渠道方式的转型升级对家电行业也提出了新的要求,疫情加速了线上销售渠道的步伐,使其成为 2022 年家电行业下游渠道的主力之一,大数据、云计算、算力、AI、5G 等新技术对家电产品的兼容性、适配性、融合性,服务模式的场景化、体验感、个性化,提出了更高柔性生产要求。从需求端来看,2022 年 1~9 月,全国房地产开发投资累计 103,559 亿元,同比下降 8.0%。其中住宅投资累计 78,556 亿元,同比下降 7.5%。房地产开发企业房屋施工面积 878,919 万平方米,同比下降 5.3%,其中住宅施工面积 621,201 万平方米,同比下降 5.4%。房屋新开工面积 94,767 万平方米,同比下降 38.0%。其中住宅新开工面积 69,483 万平方米,同比下降 38.7%,房屋竣工面积 40,879 万平方米,同比下降 19.9%。其中住宅竣工面积 29,595 万平方米,同比下降 19.6%。前三季度房地产行业对家电行业需求拉动的力度有所下降。同期,家电行业总出口规模同比持续下降,境外需求也有所收缩。但是,家电消费品类产生明显变化,需求呈现个性化、智能化、健康化、绿色化的特点,经过多年发展大家电的市场已经成熟,未来需求程度降低,主要以市场存量更新为主;以洗地

机、吸尘器、集成厨电、烘干机等为代表的新生代产品，保持了较快的增长态势。未来，在国家双碳战略的推动下，家电企业逐步进入了全面绿色转型升级的阶段，绿色产品、绿色厂区、绿色供应链，产品碳核算、ESG体系的建立和推广，均需要家电行业上下游产业联动、甚至共享才能实现创新与突破。

经营概况

2022 年前三季度家电企业的业绩表现分化程度也加深，提质扩容成为家电企业的经营分化的焦点，满足升级需求的企业收入和利润空间均较好，也有些企业呈现微利，总体上，家电行业业绩增长率同比下降，资产负债率同比增长。预计 2023 年家电企业的业绩表现分化程度可能继续加深，行业总体财务杠杆继续上扬。

2022 年以来，政府逐步细化家电行业发展标准，引领家电消费和生产制造双升级，人民群众对低碳、绿色、智能、个性化家电的需求提升，家电企业前三季度业绩表现分化程度也随之加深，提质扩容成为家电企业的经营分化的焦点，一些品牌较好，产品竞争力较强，市场容量较大的企业

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_50588

