行业观察——2019 年聚焦“走出去”与“深挖用户需求”

文 | 刘明星、李建、王思杰

2018年即将过去，中美贸易战疑云密布、中国汽车销量首次出现下滑给本来脆弱的“中国制造”打上了一个“问号”，“中国质造”和“中国智造”尚未成型，制造业前进的动力来源嘎然而止，如何在困境中生存，“走出去”与“深挖用户需求”的确是2018年的一道曙光。

国家能源局：11 月全社会用电量 5647 亿千瓦时 同比增长 6.3%

12 月 20 日，国家能源局发布 11 月份全社会用电量等数据。数据显示，11 月份，全社会用电量 5647 亿千瓦时，同比增长 6.3%。1 ~ 11 月，全社会用电量累计 62199 亿千瓦时，同比增长 8.5%。

2018 年 1 ~ 11 月份全国规模以上工业企业利润增长 11.8%

2018 年 12 月 27 日，国家统计局发布了 2018 年 1 ~ 11 月份，全国规模以上工业企业实现利润总额 61168.8 亿元，同比增长 11.8%，增速比 1 ~ 10 月份放缓 1.8 个百分点。

1 ~ 11 月份，规模以上工业企业中，国有控股企业实现利润总额 18087 亿元，同比增长 16.1%；集体企业实现利润总额 191.5 亿元，增长 4.6%；股份制企业实现利润总额 43176.8 亿元，增长 15.9%；外商及港澳台商投资企业实现利润总额 15386.8 亿元，增长 4.2%；私营企业实现利润总额 15815.5 亿元，增长 10%。

1 ~ 11 月份，采矿业实现利润总额 5270.4 亿元，同比增长 45.1%；制造业实现利润总额 51978.9 亿元，增长 9.9%；电力、热力、燃气及水生产和供应业实现利润总额 3919.5 亿元，增长 4%。

1 ~ 11 月份，在 41 个工业大类行业中，34 个行业利润总额同比增加，7 个行业减少。主要行业利润情况如下：煤炭开采和洗选业利润总额同比增长 9.2%，石油和天然气开采业增长 3.3 倍，农副食品加工业增长 2.3%，纺织业增长 4.9%，石油、煤炭及其他燃料加工业增长 15.7%，化学原料和化学制品制造业增长 19.1%，非金属矿物制品业增长 44.2%，黑色金属冶炼和压延加工业增长 50.2%，通用设备制造业增长 10%，专用设备制造业增长 21%，电气机械和器材制造业增长 3.1%，电力、热力生产和供应业增长 3.2%，有色金

属冶炼和压延加工业下降 16.9%，汽车制造业下降 6%，计算机、通信和其他电子设备制造业下降 0.4%。

中汽协预测：2019 年中国汽车市场将停止增长

2019 中国汽车市场发展预测峰会于 2018 年 12 月 13 日在长沙召开，本次会议由中国汽车工业协会、长沙市人民政府共同主办。

会上，中汽协预计 2019 年中国汽车市场将停止增长，全年新车销量为 2800 万辆，与 2018 年持平。其中 2019 年乘用车销量为 2360 万辆，与 2018 年持平。截止 2018 年 11 月，中国汽车销量已连续 5 个月同比下滑，导致前 11 个月总销量比去年同期下滑 1.7% 至 2540 万辆。据此，中汽协预计 2018 全年销量为 2800 万辆，比 2017 年减少 3%，出现 1990 年以来首次年销量的负增长。

预计 2019 年工程机械销量将保持同比增幅 10%

2018 年 12 月 25 日，记者从中国工程机械工业协会了解到，2018 年工程机械行业整体运行情况很好，预计 2019 年工程机械行业也将延续增长，预计同比增幅为 10%，略低于 2018 年。

2018 年 1 ~ 11 月，全行业营业收入同比增长 12%，超过了 2018 年预期同比增长 10% 的目标，达到历史最高水平。增幅较大的产品主要集中在挖掘机和起重机两大类。

分析近两年高速增长的主要原因主要有以下几点：⑴自然增长，即保有量的增长，出口产品也同比增加；⑵目前用户领域正处在存量更新期，部分设备寿命到期，需更换新设备。这个周期大约会持续 3 ~ 5 年；⑶国家相关政策项目的带动；⑷用户领域产业升级带动工程机械的更新换代，新增购置技术含量更高的设备。

2018 年全年厨电消费特点

彩电：大尺寸电视成彩电销售主力

2018 年的黑电市场相较 2017 年有所回暖，但是仍然不景气。可仍有值得关注的地方：虽整体销量下滑，但大屏尤其是 65 寸以上的电视销量是上升的。电视中高端产品例如 OLED 电视的销量是上升的，大家现在购买电视越来越注重电视的影音以及综合体验。

冰洗空：整体涨价，市场份额仍集中在巨头

2018 年白色家电整体涨价，其中空调最为明显。但白电行业上半年仍保持稳定增长态势，是家电格局最稳定的一环。2018 年白色家电的高端需求明显，各大厂商在差异化细分市场发力，空调主要表现在定频到变频，而洗衣机主要突出表现在大容量以及洗烘一体。

厨房电器：今年首次出现负增长，整体销售略显疲态

数据显示，2018 年上半年厨电零售额为 311 亿元，同比下滑 1.6%。这是最近 10 多年来，中国厨电市场首次出现负增长。主要原因是从 2017 年 3 月开始，中国经历了多轮房地产调控，2017 年房产总成交面积下滑 16%，一线城市更是下滑 37%。而目前新装与换装厨电对行业的整体贡献率约为 65:35，随着新装用户的减少，短期内行业出现较大幅度下滑在所难免。

生活电器：健康家电增长迅猛，空净却“死”了近三成厂商

随着人们对健康意识的重视，像吸尘器、扫地机器人、除螨仪等产

品销售额增长迅猛，前三季度均保持40% ~ 50% 的增长率。但另一方面，关乎呼吸健康的空净行业今年交出了不太理想的成绩单，相比往年呈一蹶不振之势。空气净化器应该是未来家庭的标配产品，相信随着技术提升和消费理念的提升，国人的观念会有所改观。

个人护理：消费群体年轻化，销售火爆

提升人们生活幸福感的往往来自小而美的家用电器，而今年在家电市场整体放缓的形势下，个护小家电的增长逆袭而上，市值涨幅在各大产品线中位居前列。在大家电市场接近饱和的状态下，具有多样功能的小家电逐渐受到消费者的热捧。随着追求个性的 90 后中青年成为消费主力军，追求品质、生活情趣促进了个护家电的火爆销售增长。

家庭影音：智能微投加速普及，激光电视占据高端市场

数字化技术的迅速推广和数字电视的逐步普及，激发了人们对新一代家庭影院产品的需求，成为拉动中国家庭影院市场发展的强劲动力。家庭影音市场呈现出了稳定增长的态势。从目前的市场分布来看，智能微投凭借较低的价格、便携性以及超大的画面，受到了越来越多消费者的认可，已经占据了过半的市场份额，而激光电视这个新物种，已经可以到到 4K 分辨率、150 吋超大画面，成为超大屏电视高端市场的领军者。

MFC