

产能过剩持续内卷,多家陶企净利润“腰斩”

专家建议:差异化创新、开辟新赛道或是未来出口

2024年以来,陶瓷行业的“寒冬”还在持续。近日,多家上市陶瓷企业发布了三季度业绩报告,新快报记者梳理东鹏控股、蒙娜丽莎、箭牌家居、帝欧家居、悦心健康等5家陶企的相关数据发现,受房地产销售景气度、建陶行业需求减弱,竞争日趋激烈等多重因素影响,下滑、亏损成为陶企三季度财报的关键词。业绩大跌背后,陶瓷行业停窑率高,产能过剩问题亟待解决。

■新快报记者 谢佳嫚

5家上市陶企前三季度营收利润双降

从披露的数据来看,2024年前三季度,上述5家上市陶企的营收和利润均下滑。其中,东鹏控股前三季度实现营业收入46.84亿元,同比减少18.27%;归属于上市公司股东的净利润约3.09亿元,同比减少50.95%,净利润“腰斩”。蒙娜丽莎的营收和净利润同样双降,公司前三季度实现营业收入35.72亿元,同比下降21.41%;归属于上市公司股东的净利润1.41亿元,同比下降57.85%。

单看第三季度数据,在统计的5家上市企业中,箭牌家居、帝欧家居、悦心健康等3家陶企归属于上市公司股东的净利润均为亏损。其中,箭牌家居第三季度实现营业收入17.44亿元,同比下降5.55%;

净利润亏损600.6万元,同比大跌105.17%。悦心健康第三季度实现营业收入约3.3亿元,同比下降10.95%;净利润亏损约3550.17万元,同比增长40.53%。帝欧家居第三季度营收为6.58亿元,同比下降32.14%;净利润亏损8565.25万元,同比下降1751.85%,亏损大幅增加。

对于业绩的变动,部分陶瓷企业在财报或投资者关系活动记录表中披露了相关原因。东鹏控股表示,2024年前三季度,房地产市场尚待止跌回稳,建陶行业需求减弱,竞争日趋激烈。此外,净利率承压的主要原因在于受外部环境影响,整体营收规模下降,引起利润端下滑,固定成本如人员、租金、仓库折旧摊销成本比

较大,即使费用总额有所下降,但整个费用率还是有所上升。

蒙娜丽莎则表示,建筑陶瓷市场有效需求整体偏弱,竞争进一步加剧,价格战进入白热化;报告期内加强工程业务风险管控,主动放弃了部分账期长、收款风险大、毛利水平低的工程订单;深化落实多项提质增效措施,但仍未能覆盖销量及售价变动带来的影响。帝欧家居表示,一方面公司主动放弃部分回款慢、风险高的工程渠道业务,故报告期内工程渠道业务同比大幅下滑。另一方面,市场整体需求不足,行业持续内卷,公司在坚持产品品质标准的前提下,整装渠道销售受到一定影响,故经销渠道业务在第三季度也出现了一定比例下滑。

一周资讯

趣睡科技遭监管函警示

10月30日,深圳证券交易所发布公告显示,趣睡科技及相关当事人李勇和钟兰因违规行为收到监管函。此监管函是基于中国证监会四川监管局的决定,该决定涉及对趣睡科技的多项违规行为进行责令改正及警示。

具体而言,趣睡科技存在三项主要违规行为:首先,募集资金现金管理超出审批额度,实际使用金额超出审议额度300万元;其次,募集资金使用不合规,使用自有资金垫付相关费用后再用募集资金置换,金额为980万元;最后,募集资金专户设立未履行审议程序,子公司新设立的两个募集资金专项账户未经董事会审批。

顾家家居前三季度净利同比下滑9.49%

10月27日,顾家家居发布三季度报告显示,公司前三季度实现营业收入138.01亿元,同比下滑2.37%;归属于上市公司股东的净利润13.59亿元,同比下滑9.49%。其中,公司第三季度实现营业收入48.93亿元,同比下滑6.94%;归属于上市公司股东的净利润4.63亿元,同比下滑19.92%。

曲美家居前三季净利亏损1.45亿元

10月30日,曲美家居发布三季度报告显示,公司前三季度营收约26.37亿元,同比减少10.03%;归属于上市公司股东的净利润亏损约1.45亿元。其中,公司第三季度实现营业收入8.34亿元,同比下降15.24%;归属于上市公司股东的净利润亏损约2074.44万元。

(谢佳嫚 据公开资料整理)

行业停窑率高,产能持续过剩

在发布2024年三季度财报同日,帝欧家居还发布了一则关于募集资金投资项目延期的公告。公告显示,根据公司募集资金投资项目的实际建设情况并经过谨慎的研究论证,公司董事会、监事会审议通过相关议案,同意将募投项目“欧神诺八组年产5000万平方高端墙地砖智能化生产线(节能减排、节水)项目二期”及“两组年产1300万m²高端陶瓷地砖智能化生产线项目”的预定可使用状态日期由2024年12月31日延期至2026年6月30日。

据了解,截至今年6月30日,“欧神诺八组年产5000万平方高端墙地砖智能化生产线(节能减排、节水)项目二期”累计已使用募集资金5.17亿元(未经审计),投资进度为72.66%;“两组年产1300万m²高端陶瓷地砖智能化生产线项目”累计已使

用募集资金8053.04万元(未经审计),投资进度为22.64%。

对于本次募集资金投资项目延期的原因,帝欧家居在公告中解释称,2024年建筑陶瓷产业依然面临着较为复杂的局面。一方面,房地产开发、销售数据持续下滑;另一方面,受宏观经济环境影响,居民装修消费动力不足,作为房地产行业下游产业的建筑陶瓷产业竞争白热化加剧。同时,基于市场需求的不足,行业整体开窑率降低,根据中国陶瓷网信息显示,截至今年7月全国陶瓷行业停窑率达到50%左右,国内主要陶瓷产区停窑期较去年提前,行业内部正在主动调节产能供给以匹配市场变化。

事实上,近年来,产能过剩已成为陶瓷行业最大的“包袱”。景德镇陶瓷大学材料学院兼职教授、中国建筑材料流通协

会首席专家(原广东宏宇集团市场总监)王勇告诉新快报记者,“乐观估计国内的瓷砖市场需求在50亿—60亿平方米左右,但保守估计当前行业产能有90亿平方米,多出来的产能企业只能去卷价格、降成本,形成了一个恶性循环。”大材研究首席分析师邓超明在接受新快报记者采访时亦表示,建筑陶瓷行业的产能早已过剩,竞争力不强的企业关停生产线甚至破产已是常态,有些产区已经提出禁止新建扩建陶瓷项目。

有业内人士认为,下半年市场压力或许会更大。选择停窑停产说明大家能看清目前的行业形势。对于陶企而言,调整发展策略和重新布局非常重要。业内人士认为,不需要闻停窑色变通过价格战或牺牲产品品质等方式提高产销率,主动减产或停产也许是一种更为理性、稳健的选择。

产品为王,差异化创新仍是出路

面对陶瓷行业史无前例的生存压力,不少陶企仍保持谨慎乐观。蒙娜丽莎表示,陶瓷行业告别增量时代,进入存量甚至缩量的激烈竞争时代,政府也在持续出台各项促进经济发展的政策;另一方面我国是一个人口大国,国内存量房地产市场规模很大,建筑陶瓷行业的市场需求依然会有一定的量。

箭牌家居则在季度报告中表示,四季度公司将继续加强对海外市场的人才、产品等资源投入,优化海外产品布局,并重点布局发达国家市场和“一带一

路”国家市场,实现海外市场的更快速增长。不过,对于布局海外市场,也有陶企认为,如果海外地区短时间吸引大量产业资本投资建产能,也会面临产能饱和的问题。

在邓超明看来,陶瓷企业未来还有几条路可以选择,一是价格路线,规模较大的企业,可以凭借规模优势、成本优势拼价格,突出性价比、大牌平价的卖点,以量取胜,这将获得很庞大的消费群体,只不过利润空间很薄,需要量力而行。二是偏高端的路线,从品牌形象、档次定

位、设计、服务、品质等全维度入手,塑造高端品牌认知,获得改善型、高净值客户的认可。三是特色路线,突出品牌、产品的某些特色,例如潮流的花色、前沿的概念或者是极致的性能等,打造网红品牌,沉淀特定客群的流量,这种做法适合一些中小品牌。四是从产品、渠道、终端、服务等关键经营环节入手,夯实建筑陶瓷业务的竞争力,持续深耕建陶市场,跑赢同行,剩者为王。五是考虑转型,跳出建筑陶瓷业务的范围,在更广的范围内寻找商机,开辟新赛道。



扫码了解更多
“极智家”资讯