

# 聚焦核心品类，业绩逆风翻盘！科沃斯稳高端、抢中端，持续创新、降本增效，打出组合拳

导语：业绩重回增长轨道。

作者：市值风云 App：木盒

2024年8月30日晚，科沃斯（603486.SH）公布了半年报业绩：营业收入为69.76亿，略微下降2.35%，但扣非净利润为5.57亿，同比增长10.18%。

其中第二季度扣非净利润，同比增长23.07%。

报告期		2024-06-30	2024-03-31	2023-12-31	2023-09-30	2023-06-30	2023-03-31
报表类型		第二季度	第一季度	第四季度	第三季度	第二季度	第一季度
		合并报表(单季度)	合并报表(单季度)	合并报表(单季度)	合并报表(单季度)	合并报表(单季度)	合并报表(单季度)
营业总收入	nl	35.02	34.74	49.71	33.87	39.08	32.36
同比(%)	nl	-10.39	7.35	-4.42	2.58	7.92	1.09
环比(%)	nl	0.80	-30.11	46.74	-13.33	20.77	-37.77
营业总成本	nl	31.52	31.76	49.38	33.66	36.50	29.31
营业利润	nl	3.38	3.13	-0.11	0.00	2.90	3.58
同比(%)	nl	16.66	-12.58	-101.92	-99.89	-43.17	-23.78
环比(%)	nl	8.05	2,819.68	-4,308.17	-99.91	-19.03	-40.35
利润总额	nl	3.48	3.17	-0.08	0.07	2.94	3.60
净利润	nl	3.11	2.98	0.08	0.19	2.58	3.26
同比(%)	nl	20.70	-8.66	-98.64	-92.07	-43.19	-23.17
环比(%)	nl	4.48	3,695.62	-59.75	-92.44	-20.93	-43.38
归属母公司股东的净利润	nl	3.11	2.98	0.08	0.20	2.58	3.26
同比(%)	nl	20.67	-8.71	-98.54	-92.00	-43.10	-23.01
环比(%)	nl	4.53	3,449.73	-57.23	-92.40	-20.92	-43.40
扣非后归属母公司股东的净利润	nl	2.71	2.87	-0.38	0.16	2.20	2.86
同比(%)	nl	23.07	0.26	-107.38	-93.93	-52.26	-24.96
环比(%)	nl	-5.49	847.72	-337.94	-92.68	-23.00	-44.95

作为长期跟踪科沃斯的分析师，风云君深知在国内消费市场整体复苏乏力、叠加行业竞争加剧价格内卷的大环境之下，科沃斯上半年依然取得业绩持续增长，实属难得，这主要得益于经营策略的正确应对。

## 一、保持战略定力，调整产品策略

### (一) 进一步战略聚焦核心品类

经过 20 多年的发展,科沃斯已经成为全球全球家用服务机器人和智能生活电器行业的引领者,形成了两大“平分秋色”的自有品牌支柱业务,在自有品牌命名上,服务机器人业务的品牌为科沃斯品牌,智能生活电器业务的品牌为添可品牌。

2024 年上半年,科沃斯品牌服务机器人业务收入为 33.97 亿,占营业收入比例为 48.69%;

添可品牌智能生活电器业务收入为 33.59 亿,占营业收入比例为 48.15%。

单位: 万元

项目	营业收入	营业收入占比 (%)	营业收入较上年同期变化 (%)
科沃斯品牌服务机器人	339,665.10	48.69	-3.07
服务机器人业务合计	339,665.10	48.69	-4.43
添可品牌智能生活电器	335,909.05	48.15	2.42
清洁类电器 OEM/ODM	14,824.74	2.13	-35.13
智能生活电器业务合计	350,733.79	50.28	-0.03
其他业务收入	7,206.55	1.03	-11.89
合计	697,605.44	100.00	-2.35

(2024 年半年报)

近年来的发展,科沃斯发展战略也聚焦在这两个自有品牌上,特别是在科沃斯品牌的扫地机器人、添可品牌的洗地机两大核心产品上。

2024 年上半年,科沃斯的两大核心产品依然保持增长活力,以绝对的市场份额牢牢占据霸主地位,品牌影响力持续提升:

(1) 添可 (悠尼品牌) 洗地机在国内市场线上零售额份额为 41.4%，线下零售额份额为 61.0%，2020 年-2023 年连续 4 年全国销量第一，2024 年上半年出货量同比增长 16.4%至 168 万台；

(2) 科沃斯品牌扫地机器人 (含一点品牌) 在中国市场线上零售额份额为 30.7%，线下零售额份额为 66.5%，上半年全能型扫地机器人出货量同比增长 8.8%至 73.1 万台。

根据 618 全周期的各个电商平台数据显示，添可洗地机在天猫、京东、抖音等平台销量/销额均稳居首位，斩获十余个平台榜单 TOP1，销额同比去年增长 26%。

## **(二) 持续产品创新**

风云君认为，科沃斯的优点是产品创新和用户需求把握上非常优秀，相继推出了全球第一台智能扫地机器人和全能型基站、全球首款会移动能主动寻找污染源的空气净化机器人、全球第一台擦窗机器人、洗地机.....

产品持续创新和品类扩充很重要，因为公司已经在核心产品上打出了品牌影响力，消费者买同一品牌其他产品是很自然而然的事。

风云君自己的亲身经历就是，用了科沃斯扫地机机器人和添可空间站洗地机，觉得很惊艳使用很方便，被吸粉了又陆续买了添可的净热一体机、吹护机摩万 2.0 的。

目前科沃斯已经拥有了较为丰富的产品品类：

(1) 科沃斯品牌有扫地机器人“地宝”、空气净化机器人“沁宝”、擦窗机器人“窗宝”和家庭服务机器人“亲宝”、割草机器人 GOAT 等;

(2) 添可品牌已经有洗地机“芙万”、净热一体机“饮万”、料理机“食万”、.....

智能洗地机

智能料理机

蒸烤炸一体

净热一体机

智能美发梳

智能吹护机

智能美眼仪

智能吸尘器

耗材专区



综合推荐

销量

价格



**新品** 芙万stretchPlus旋...

1.购机赠滚刷筒\*2+清洁液\*2

¥2890 ~~¥3390~~



**新品** 芙万wiperAI旋锋版

1.购机赠单滚刷筒\*2+清洁液\*2

¥2390 ~~¥2890~~



**新品** 芙万StretchComb...

1.购机赠单滚刷筒\*3+清洁液\*2

¥3290 ~~¥4990~~



**热销** 芙万StretchS

1.购机赠单滚刷筒\*1+清洁液\*2

¥2390 ~~¥2990~~



(添可 APP)

科沃斯也从最早科沃斯品牌的扫地机器人，创新延伸到后面添可品牌的洗地机、智能料理机，从 0 到 1 不断开辟新的赛道，其中洗地机已经成功闯出了一片蓝海新市场，智能料理机还在不断迭代中，目前市场反应火热。

今年 6.18 期间，添可食万 3.0 Pro 智能料理机近 30 天线上全平台销售额高居 TOP1，销额同比增长 44%。

### **(三) 坐稳高端，抢占中端**

在场景应用上，科沃斯也努力推动服务机器人从 C 端到 B 端的应用，比如推动了商用清洁机器人成为商业楼宇地面清洁标配设备。

在产品矩阵上，科沃斯做了丰富和优化，即持续强化高端市场的霸主地位，并优化中端市场的布局，推出更具创新性和竞争力的产品。

科沃斯品牌方面，今年扫地机器人 X5 系列，巩固并持续拓展了公司在高端市场的份额。

而 T30 系列产品，则弥补了之前在中端市场上的缺位，上市仅 15 天全渠道便实现超过 5 万台的销量。截至 2024 年 3 月，在国内市场 3000-4000 元价位段，科沃斯扫地机器人的销售占比已高达 48.5%，第二季度 T30 PRO 机型国内线上销售额占比位居品类第一。

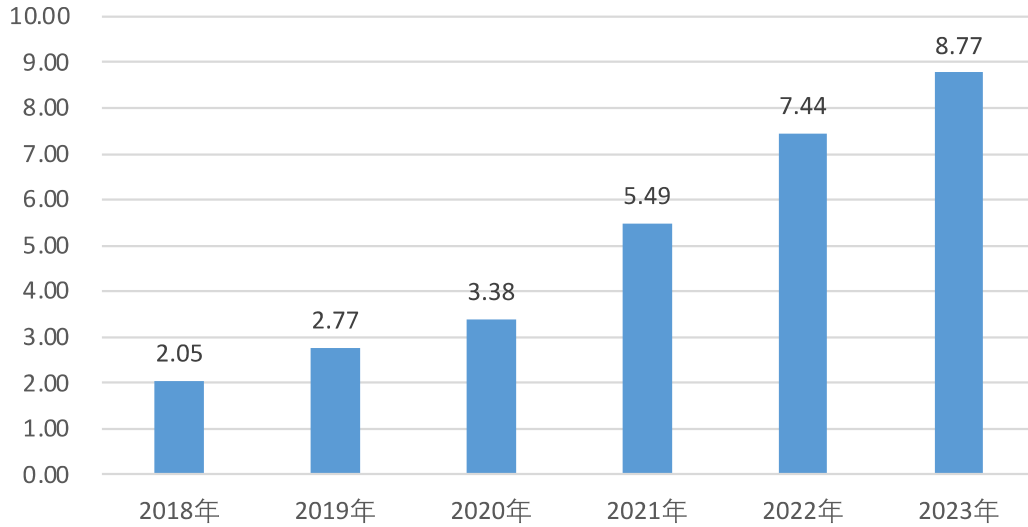


添可品牌方面，则是推出悠尼品牌，覆盖更广泛的消费群体，布局整个价格区间。

## 二、持续创新引领，赋能新产品

作为高新技术性企业，科沃斯重视创新研发，研发投入逐年增加：2024年上半年，研发支出为 4.46 亿，同比增长 14.22%。

## 研发支出金额（亿）



（数据来源：市值风云）

布局了很多前瞻技术，例如在机器人三维空间理解、交互及 AI 算力等方面，已提交专利申请 148 项，其中有 96 项为发明专利；在食万美味数字化、烹饪智能化及控制精细化等方面，已提交专利申请 208 项，其中有 95 项为发明专利。

在最近两年较火的 AI 大模型上，科沃斯也积极探寻应用的落地：

*(1) 去年科沃斯发布的的 DEEBOT X2 (地宝 X2) 上就推出首款大模型——AINA 大模型，使得 X2 拥有极强的学习能力，推动了扫拖地机器人迈入「AI 机器人」的时代；*

*(2) 今年添可食万 3.0 Pro 智能料理机与华为盘古大模型开展合作，强强联合，AI 赋能中餐数字标准化平台，完善食万 AI 数字菜谱，为中餐数字化烹饪这一千亿级赛道带来更广阔的想象空间。*



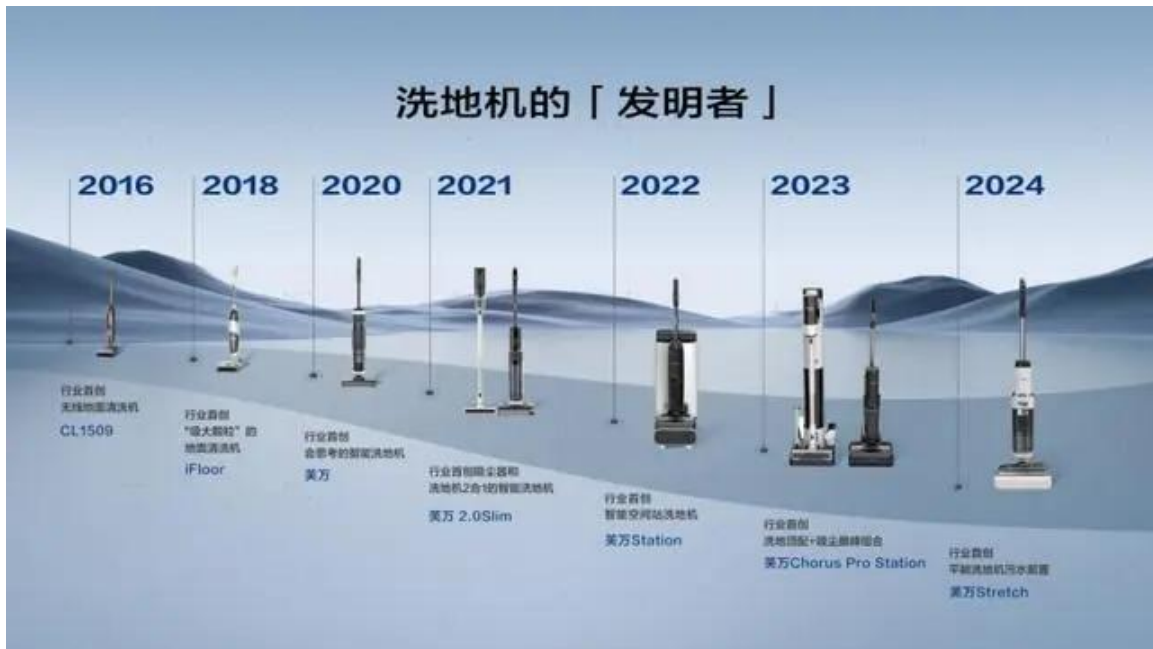


(华为开发者大会上食万智能料理机 AI 赋能下个性化烹饪演示)

从风云君自身体验来看，科沃斯是从用户需求和痛点的出发，去解决技术创新，拿添可洗地机产品的迭代来说：

(1) 2022 年的添可空间站洗地机 (station) 简直是跨时代产品，基站可实现自动补水、排污、清洗污水桶、整机自清洁、离心风干、滚刷除菌、无线充电、收纳八大功能，真的解放双手，2024 年 2 月上市的 pro 机型还加了“5 分钟高温全链路速干以及 2 分钟热水洗滚刷”的新功能；

(2) 2024 年又出了躺平款洗地机芙万 Stretch 系列产品, 搭载 13cm 超薄机身、软包电池、5 分钟高温全链速干、恒压活水清洁系统, 以及红蓝环智能识污等 5 大添可核心洗地科技, 解决的是低矮空间的清洁难题。



风云君家里有一台添可空间站洗地机, 每天都要用好几次, 不用去倒污水, 也不用添加水, 拿起即用就能做到全屋一尘不染。

用户体验感绝棒! 可以毫不夸张地说, 一部添可洗地机的迭代史, 就是全球洗地机行业的进化史。

### 三、精益生产, 降本增效

今年上半年整个公司毛利率是 49.12%, 比去年同期 48.97%有所提高。

生活电器产品	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年半
收入 (亿)	27.5	60.1	73.1	76.6	35.1
毛利率(%)	36.4%	54.9%	59.4%	52.8%	54.1%
服务机器人					
收入 (亿)	43.0	68.3	78.7	77.4	34.0
毛利率(%)	48.0%	49.8%	44.9%	42.7%	44.8%

(数据来源：市值风云)

其中 2024 年第二季度，科沃斯品牌毛利率同比去年同期增长 5.3 个百分点，主要是更具竞争力成本结构的新产品推出。

由于科沃斯是自主生产模式，所以它对产品供应链的掌控力会更强。

科沃斯已经对电机、电池、激光雷达、塑胶材料等领域进行了布局，还投资了人工智能芯片公司地平线（也是科沃斯供应商），产品基本实现全部自产。

另外，科沃斯也通过缩减广告营销及平台服务费，降低了销售费用，2024 年上半年销售费用减少 2.5 个亿。

### 63、销售费用

√适用 □不适用

单位：元 币种：人民币

项目	本期发生额	上期发生额
广告营销及平台服务费	1,391,919,708.96	1,725,285,892.57
职工薪酬	358,399,266.48	283,999,781.81
售后及修理费	110,210,497.36	103,529,897.89
租赁及仓储费	109,707,264.70	82,225,535.79
差旅费	8,140,053.12	7,117,038.96
股份支付		1,931,214.55
其他	63,825,979.16	92,556,099.48
合计	2,042,202,769.78	2,296,645,461.05

(销售费用明细，2024 年半年报)

## 四、出海新动能

2024 年上半年，科沃斯持续发力国际市场，加大扩展力度，海外收入为 28.5 亿，已经占到四成比例，境外业务也是其业绩的亮点之一。

科沃斯品牌上，2024 年上半年海外业务收入同比增长 11.3%，新品类发展和渗透迅猛：

*(1) 通过首款无线擦窗产品 W2 OMNI，推动窗宝海外收入和销量同比分别增长 273%和 175%；*

*(2) 割草机通过产品迭代、扩宽价格档位和渠道，海外收入和销量同比分别增长 185%和 252%。*

添可品牌，则是深耕美国核心市场，强化竞争优势，巩固并扩大市场，欧洲业务也增长了 66.1%，2024 年上半年添可品牌海外收入增长高达 31.7%！

根据 Stackline 最新数据统计，添可品牌在亚马逊美国、加拿大、法国、意大利、澳大利亚、日本站点连续三年保持洗地机品类销售额第一的领先地位。

看来好的产品，是全球通用，科沃斯通过强大的技术实力，成功在海外开辟出另一块大市场，也对外树立了中国企业出海标杆的形象。

## 总结

上半年科沃斯业绩重回增长轨道，关键原因可用一段话总结：

战略聚焦地面清洁核心品类，持续产品创新和优化产品矩阵，深化扩展海外市场，在不断加大研发和技术创新基础上，积极推进降本增效。