

家用电器

2020 年 10 月 11 日

国庆掀起家电消费热潮，继续坚守长逻辑核心标的

—行业双周报

投资评级：看好（维持）

吕明（分析师）

孟昕（联系人）

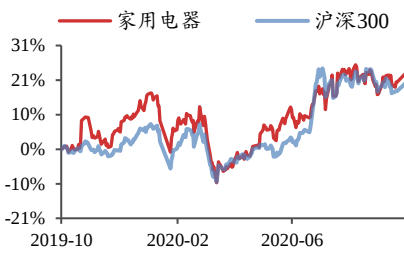
lvming@kysec.cn

mengxin@kysec.cn

证书编号：S0790520030002

证书编号：S0790120040004

行业走势图



数据来源：贝格数据

相关研究报告

《行业双周报-行业数据持续改善，新推荐跨境电商龙头安克创新》-2020.9.20

《行业周报-家电中报总结：Q2 业绩触底反弹，小家电表现亮眼》-2020.9.6

《行业周报-精装、竣工回暖趋势不改，看好地产后周期板块》-2020.8.16

● **核心组合：石头科技、安克创新、小熊电器、新宝股份、九阳股份、老板电器、格力电器、科沃斯；受益标的：美的集团、海尔智家**

1、**小家电龙头组合：**石头科技、小熊电器、新宝股份、九阳股份、科沃斯。2、**厨电龙头标的：**老板电器。3、**白电消费回暖组合：**格力电器，受益标的：美的集团、海尔智家。4、**跨境电商标的：**安克创新。

● **2020 年国庆假期消费热潮，拉动家电销售增长**

2020 年 10 月 8 日，苏宁易购发布十一消费大数据。1) 2020 年 9 月 28 日，苏宁易购提前启动 2020 年双十一，提供 50 亿全品类补贴额度，出台价保延长至 11 月 12 日等政策，提前打响补贴战。2) 国庆期间掀起高档家电消费热潮。2020 年 10 月 1~7 日，新能效空调销售额同比+452%，8K 超高清电视销量同比+243%，大容积智能冰箱销量同比+216%，洗烘一体机销量同比+225%。3) 十一期间，破壁机同比增长 250%，空气炸锅同比增长 229%，电烤箱同比增长 166%。

2020Week38/39（09/14-09/27）线下波动、线上稳定，厨电品类表现较为优秀。

1) 分品类看，厨电受益地产数据回暖，表现较好。预计伴随 2020Q4 商品房住宅销售数据持续回暖，厨电内销有望增长。因线上销售拉升，白电品类实现销量、销额双位数增长。2) 分渠道看，线下波动、线上稳定。线下增速虽在 Week38 短暂回正，但总体仍是负增长趋势，波动较大；线上基本保持双位数增长，较稳定。

● **建议关注热度较高的扫地机器人、厨电小家电及跨境电商龙头企业**

1) 小家电：根据奥维云网数据，2020Q3 小家电景气度环比 2020H1 有所下行，主要系淡季来临；因疫情影响部分消费需求前置，小家电近期表现平淡。随着 2020Q4 双十一大促来临，小家电消费有望迎来新一轮高潮。另外，扫地机器人自有品牌海外业务持续超预期。石头科技 2020H1 境外收入约 5.6 亿(+210.64%)，预计 2020H1 实际外销同比约+40%，2020H2 境外收入有望保持快速增长。推荐持续较高热度的扫地机器人龙头：石头科技、科沃斯；推荐线上表现较好的厨房小家电龙头：小熊电器、新宝股份、九阳股份。2) 跨境电商：行业发展至平稳增长期，品牌型出海企业具备更强竞争优势。推荐国内跨境出海龙头：安克创新。

● **建议关注业绩持续改善的高性价比白电龙头及地产精装回暖下的厨电龙头**

1) 白电：空调新国标落地后，行业迎来新一轮洗牌，龙头有望受益能效标准的提升。此外，由于疫情影响白电企业低价促销，行业均价走低。随着行业低能效库存出清及疫情缓解后消费回暖，2020H2 白电基本面改善较为确定。白电板块估值仍处低位，性价比优势凸显。推荐大力进行渠道改革的白电龙头：格力电器；建议关注美的集团、海尔智家。2) 厨电：2020 年 1-8 月，商品房住宅销售面积累计同比-2.5%；住宅精装新开盘房间累计 158 万套，同比-24.9%，环比均收窄。预计 2020H2 整体地产及精装修市场持续回暖，厨电有望增长。虽然 2020 年 9 月，恒大资金链相关新闻引发市场担忧，但厨电基本面趋势未改，该事件性影响有望减弱。推荐受益精装修市场回暖、工程渠道表现较好的厨电龙头：老板电器。

● **风险提示：**疫情缓和不及预期，全球经济衰退，行业竞争格局恶化等。

目 录

1、 行业更新：本周家电板块整体强于大盘	5
1.1、 行业交易数据更新：家电板块本周收盘上涨 2.17%	5
1.1.1、 行业涨跌公司及原因：家电个股整体表现较好	5
1.1.2、 行业核心公司的估值：白电龙头企业估值仍处于低位	6
1.2、 行业重要信息：国庆假期消费热潮，拉动家电销售增长	7
1.2.1、 2020Week38/39 线下波动线上稳定，厨电品类表现较为优秀	7
1.2.2、 十月装修季“家装热”，带动大家电销售	8
1.2.3、 十月黄金周国美大促，家电全渠道销售额环比增长	8
1.2.4、 苏宁易购发布十一消费大数据，场景零售全面飘红	9
2、 推荐组合及逻辑：推荐小家电龙头，关注白电厨电消费回暖	9
2.1、 核心推荐：石头科技、安克创新、小熊电器、新宝股份、九阳股份、老板电器、格力电器、科沃斯	9
3、 行业数据更新：原材料价格略有波动，零售端线上优于线下	10
3.1、 原材料：原材料价格略有波动	10
3.2、 大家电终端零售表现	11
3.2.1、 空调：销量销额同比增长显著，但线下表现依然疲软	11
3.2.2、 冰箱：销量销额同比上涨，线下表现依旧疲软	13
3.2.3、 洗衣机：销量销额同比有所上涨，线下表现依旧疲软	14
3.2.4、 彩电：销量销额同比均有所下滑，线下表现依旧疲软	16
3.3、 厨电终端零售表现	17
3.3.1、 油烟机：销量销额同比上涨显著，线下表现优于线上	17
3.3.2、 燃气灶：销量销额同比上涨显著，线下表现依旧疲软	19
3.3.3、 厨电套餐：销量销额同比上涨显著，线上表现优于线下表现	20
3.4、 小家电终端零售表现	22
3.4.1、 电饭煲：销量销额同比有所下滑，线下表现依旧疲软	22
3.4.2、 料理机：销量销额同比有所下滑，线下表现依然疲软	23
3.4.3、 扫地机器人：线上表现优异，带动销量销额同比上涨	25
4、 2020 年内重点限售股解禁公司时间表	27
5、 沪深股通数据更新：近 10 日北向资金增持格力电器、华帝股份较多	28
6、 风险提示	29

图表目录

图 1： 家用电器板块周度涨幅高于上证指数 0.49pct	5
图 2： 家电板块本周收盘上涨 2.17%	5
图 3： 奥佳华、天际股份、东方电热涨幅居前三	5
图 4： 苏泊尔、莱克电气跌幅居前二	5
图 5： 20W39 中国塑料价格指数略有上涨	11
图 6： 20W39 钢材综合价格指数略有下跌	11
图 7： 20W39 铝材价格指数略有下跌	11
图 8： 20W39 铜材价格指数略有上涨	11
图 9： 20W39 空调销量同比上涨 18.41%	12
图 10： 20W39 空调销售额同比上涨 10.26%	12
图 11： 线下 20W39 空调销量同比下滑 11.96%	12

图 12: 线下 20W39 空调销售额同比下滑 17.53%	12
图 13: 线上 20W39 空调销量同比上涨 52.12%	13
图 14: 线上 20W39 空调销售额同比上涨 53.05%	13
图 15: 20W39 冰箱销量同比上涨 18.87%	13
图 16: 20W39 冰箱销售额同比上涨 17.02%	13
图 17: 线下 20W39 冰箱销量同比下滑 17.05%	14
图 18: 线下 20W39 冰箱销售额同比下滑 14.73%	14
图 19: 线上 20W39 冰箱销量同比上涨 37.42%	14
图 20: 线上 20W39 冰箱销售额同比上涨 57.52%	14
图 21: 20W39 洗衣机销量同比上涨 20.58%	15
图 22: 20W39 洗衣机销售额同比上涨 16.08%	15
图 23: 线下 20W39 洗衣机销量同比下滑 9.64%	15
图 24: 线下 20W39 洗衣机销售额同比下滑 11.58%	15
图 25: 线上 20W39 洗衣机销量同比上涨 31.45%	16
图 26: 线上 20W39 洗衣机销售额同比上涨 41.48%	16
图 27: 20W39 彩电销量同比下滑 17.72%	16
图 28: 20W39 彩电销售额同比下滑 9.78%	16
图 29: 线下 20W39 彩电销量同比下滑 25.65%	17
图 30: 线下 20W39 彩电销售额同比下滑 25.84%	17
图 31: 线上 20W39 彩电销量同比下滑 14.28%	17
图 32: 线上 20W39 彩电销售额同比上涨 5.02%	17
图 33: 20W39 油烟机销量同比上涨 21.73%	18
图 34: 20W39 油烟机销售额同比上涨 7.26%	18
图 35: 线下 20W39 油烟机销量同比下滑 14.56%	18
图 36: 线下 20W39 油烟机销售额同比下滑 13.34%	18
图 37: 线上 20W39 油烟机销量同比上涨 35.22%	19
图 38: 线上 20W39 油烟机销售额同比上涨 24.55%	19
图 39: 20W39 燃气灶销量同比上涨 18.89%	19
图 40: 20W39 燃气灶销售额同比上涨 15.21%	19
图 41: 线下 20W39 燃气灶销量同比下滑 13.61%	20
图 42: 线下 20W39 燃气灶销售额同比下滑 10.73%	20
图 43: 线上 20W39 燃气灶销量同比上涨 28.47%	20
图 44: 线上 20W39 燃气灶销售额同比上涨 33.34%	20
图 45: 20W39 厨电套餐销量同比上涨 5.00%	21
图 46: 20W39 厨电套餐销售额同比上涨 5.33%	21
图 47: 线下 20W39 厨电套餐销量同比下滑 21.41%	21
图 48: 线下 20W39 厨电套餐销售额同比下滑 16.30%	21
图 49: 线上 20W39 厨电套餐销量同比上涨 11.48%	22
图 50: 线上 20W39 厨电套餐销售额同比上涨 15.14%	22
图 51: 20W39 电饭煲销量同比下滑 2.02%	22
图 52: 20W39 电饭煲销售额同比下滑 10.73%	22
图 53: 线下 20W39 电饭煲销量同比下滑 34.93%	23
图 54: 线下 20W39 电饭煲销售额同比下滑 38.27%	23
图 55: 线上 20W39 电饭煲销量同比上涨 1.40%	23
图 56: 线上 20W39 电饭煲销售额同比下滑 3.29%	23

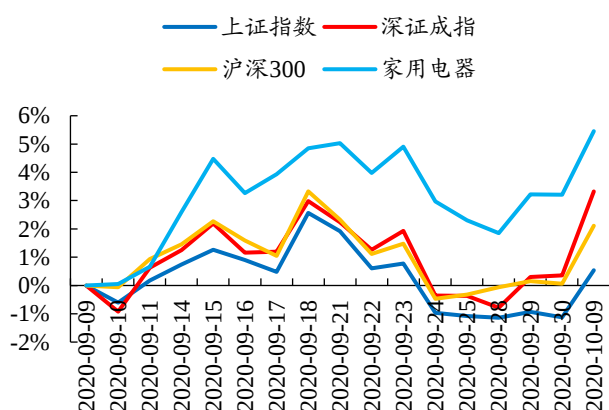
图 57: 20W39 料理机销量同比下滑 16.80%	24
图 58: 20W39 料理机销售额同比下滑 5.61%	24
图 59: 线下 20W39 料理机销量同比下滑 17.40%	24
图 60: 线下 20W39 料理机销售额同比下滑 30.83%	24
图 61: 线上 20W39 料理机销量同比下滑 16.78%	25
图 62: 线上 20W39 料理机销售额同比上涨 0.15%	25
图 63: 20W39 扫地机器人销量同比上涨 18.02%	25
图 64: 20W39 扫地机器人销售额同比上涨 49.46%	25
图 65: 线下 20W39 扫地机器人销量同比下滑 46.25%	26
图 66: 线下 20W39 扫地机器人销售额同比下滑 42.53%	26
图 67: 线上 20W39 扫地机器人销量同比上涨 21.65%	26
图 68: 线上 20W39 扫地机器人销售额同比上涨 56.69%	26
 表 1: 白电龙头企业估值仍处于低位	 6
表 2: 20W38/39 (9 月 14 日~9 月 27 日) 线下销售波动较大, 线上表现较为稳定	7
表 3: 2020 年内重点限售股解禁公司时间表	27
表 4: 近 10 日北向资金增持格力电器、华帝股份较多	28

1、行业更新：本周家电板块整体强于大盘

1.1、行业交易数据更新：家电板块本周收盘上涨 2.17%

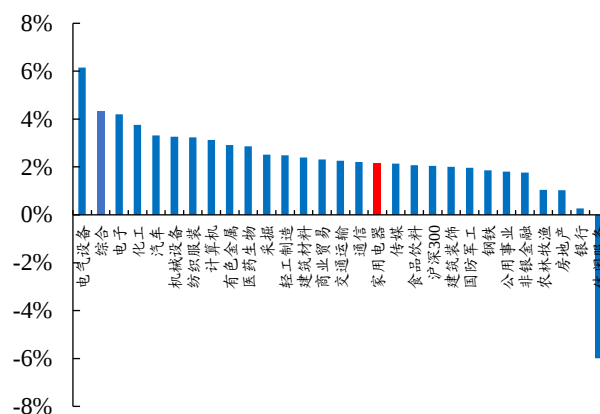
本周（2020年9月28日至10月9日）上证指数收于3,272.08点，较上周（2020年9月21日至9月25日）收盘上涨1.68%；深证成指收于13,289.26点，较上周收盘上涨2.96%；沪深300收于4,681.14点，较上周收盘上涨2.04%；家用电器板块收于8,562.43点，较上周收盘上涨2.17%。

图1：家用电器板块周度涨幅高于上证指数 0.49pct



数据来源：Wind、开源证券研究所

图2：家电板块本周收盘上涨 2.17%

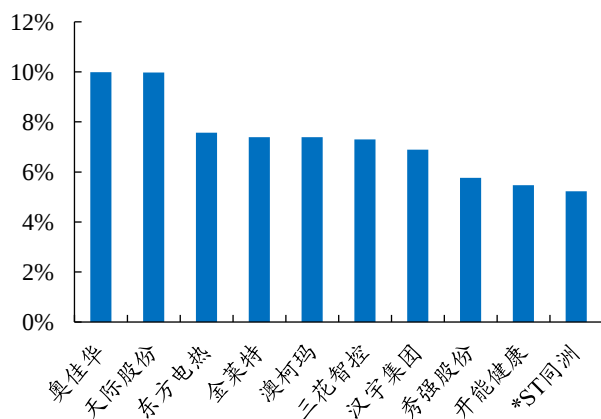


数据来源：Wind、开源证券研究所

1.1.1、行业涨跌公司及原因：家电个股整体表现较好

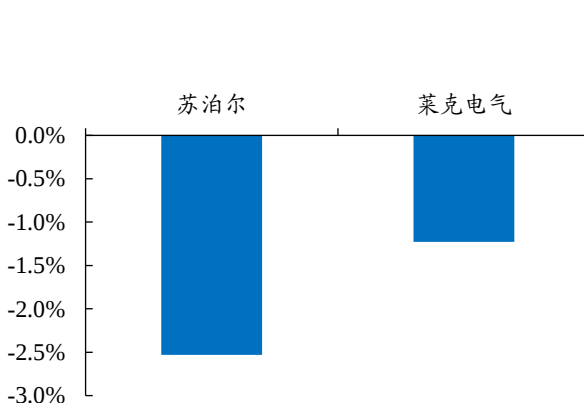
个股方面，奥佳华、天际股份、东方电热涨幅居前三。苏泊尔、莱克电气跌幅居前二。整体来讲，家电个股表现较好，除少数个股下跌外，其余个股基本全部上涨。

图3：奥佳华、天际股份、东方电热涨幅居前三



数据来源：Wind、开源证券研究所

图4：苏泊尔、莱克电气跌幅居前二



数据来源：Wind、开源证券研究所

1.1.2、行业核心公司的估值：白电龙头企业估值仍处于低位
表1：白电龙头企业估值仍处于低位

证券简称	PE			净利润（百万元）			净利润增长率			2019-2021	总市值 （亿元）
	2019A	2020E	2021E	2019A	2020E	2021E	2019A	2020E	2021E	预测净利润 CAGR	
白电											
美的集团	21.28	20.81	18.10	24211.22	24762.20	28477.73	19.68%	2.28%	15.00%	8.45%	5153.30
格力电器*	13.34	16.05	13.00	24696.64	20525.00	25332.00	-5.75%	-16.89%	23.42%	1.28%	3293.61
海尔智家	17.72	19.21	16.41	8206.25	7568.67	8863.22	10.30%	-7.77%	17.10%	3.93%	1454.08
海信家电	9.50	12.06	10.30	1793.67	1414.11	1655.47	30.22%	-21.16%	17.07%	-3.93%	170.48
澳柯玛	30.69	22.35	18.51	192.97	265.00	320.00	176.06%	37.33%	20.75%	28.77%	59.22
小家电											
苏泊尔	32.93	31.91	27.56	1919.91	1981.07	2294.06	14.97%	3.19%	15.80%	9.31%	632.23
九阳股份*	39.60	34.43	29.35	824.11	948.00	1112.00	9.26%	15.03%	17.30%	16.16%	326.35
石头科技*	52.16	45.33	36.00	782.86	900.73	1134.25	154.52%	15.06%	25.93%	20.37%	408.33
新宝股份*	50.48	33.43	26.94	687.34	1038.00	1288.00	36.73%	51.02%	24.08%	36.89%	346.96
飞科电器	31.43	31.02	28.21	685.82	694.89	764.13	-18.83%	1.32%	9.96%	5.55%	215.53
小熊电器*	72.24	37.99	31.10	268.18	510.00	623.00	44.57%	90.17%	22.16%	52.42%	193.74
科沃斯*	226.03	70.14	43.37	120.71	389.00	629.00	-75.12%	222.27%	61.70%	128.28%	272.83
莱克电气	28.30	26.53	23.55	502.27	535.74	603.56	18.73%	6.66%	12.66%	9.62%	142.15
奥佳华	35.09	26.10	21.44	288.98	388.44	472.90	-34.19%	34.42%	21.74%	27.92%	101.40
厨电											
老板电器*	19.61	18.07	15.91	1589.81	1725.00	1959.00	7.89%	8.50%	13.57%	11.01%	311.75
华帝股份	11.52	12.50	10.49	747.77	688.98	821.10	10.46%	-7.86%	19.18%	4.79%	86.14
浙江美大	26.39	23.74	19.91	460.01	511.24	609.79	21.85%	11.14%	19.28%	15.13%	121.39
万和电气	10.18	10.13	9.01	598.08	601.00	676.00	22.33%	0.49%	12.48%	6.31%	60.90
家电零部件											
公牛集团*	39.68	37.85	30.90	2303.72	2415.00	2958.00	37.38%	4.83%	22.48%	13.31%	914.07
三花智控	60.20	57.25	45.95	1421.20	1494.42	1861.88	9.97%	5.15%	24.59%	14.46%	855.62
天银机电	53.30	43.19	34.64	141.55	174.68	217.82	45.46%	23.41%	24.70%	24.05%	75.44
黑电											
兆驰股份	25.65	19.14	15.86	1134.73	1520.87	1835.42	154.77%	34.03%	20.68%	27.18%	291.08
海信视像	31.37	21.35	17.96	556.07	816.88	971.24	41.71%	46.90%	18.90%	32.16%	174.42
四川长虹	222.58	15.53	323.17	60.56	868.23	41.71	-81.26%	1333.64%	-95.20%	-17.01%	134.79

数据来源：Wind、开源证券研究所

备注： 1）截至时间 2020 年 10 月 9 日； 2）表中标*为重点覆盖标的，盈利预测来源于报告；未标*公司盈利预测均来源于 Wind。

1.2、行业重要信息：国庆假期消费热潮，拉动家电销售增长

1.2.1、2020Week38/39 线下波动线上稳定，厨电品类表现较为优秀

从奥维云网统计数据看，Week38/39（09/14-09/27）线下波动、线上稳定，厨电品类表现较为优秀。

- （1）从品类来看，厨电整体受益于地产数据持续回暖，表现较好。根据奥维云网数据，2020年1-8月，住宅精装新开盘房间累计数量158万套，同比降幅收窄至24.9%。预计伴随2020Q4商品房住宅销售面积数据持续回暖，厨电内销有望迎来增长。由于线上销售的拉升，白电中空冰洗品类均实现销量、销额双位数正增长。
- （2）从渠道来看，线下波动较大，线上表现较为稳定。根据奥维云网数据，线下渠道虽然在Week38增速短暂回正，但总体仍然是负增长趋势，波动较大；线上渠道基本保持双位数正增长，较为稳定。

表2：20W38/39（9月14日~9月27日）线下销售波动较大，线上表现较为稳定

		整体		线下		线上	
		销量同比 (%)	销额同比 (%)	销量同比 (%)	销额同比 (%)	销量同比 (%)	销额同比 (%)
Week39 (9/21-9/27)	白电	空调	18.41%	10.26%	-11.96%	52.12%	53.05%
		冰箱	18.87%	17.02%	-17.05%	37.42%	57.52%
		洗衣机	20.58%	16.08%	-9.64%	31.45%	41.48%
	厨电	油烟机	21.73%	7.26%	-14.56%	35.22%	24.55%
		燃气灶	18.89%	15.21%	-13.61%	33.34%	28.47%
		厨电套餐	5.00%	5.33%	-21.41%	11.48%	15.14%
Week38 (9/14-9/20)	白电	空调	32.51%	34.12%	-14.29%	69.30%	87.98%
		冰箱	39.43%	53.73%	3.52%	49.39%	78.57%
		洗衣机	41.38%	48.69%	-3.82%	50.58%	71.13%
	厨电	油烟机	44.07%	38.39%	16.04%	45.90%	37.63%
		燃气灶	29.67%	39.25%	8.51%	38.83%	30.53%
		厨电套餐	36.47%	42.54%	6.62%	31.46%	33.76%
Week37 (9/7-9/13)	白电	空调	22.73%	14.67%	-19.40%	61.08%	67.42%
		冰箱	17.31%	18.46%	-3.06%	25.52%	31.63%
		洗衣机	6.14%	8.23%	-1.79%	8.45%	12.46%
	厨电	油烟机	26.99%	13.39%	-1.58%	35.44%	21.05%
		燃气灶	16.09%	14.67%	-7.52%	25.78%	22.01%
		厨电套餐	6.52%	4.11%	-14.24%	10.42%	10.01%
Week36 (8/31-9/6)	白电	空调	40.57%	23.41%	-41.31%	90.51%	81.53%
		冰箱	29.47%	13.31%	-41.73%	50.94%	50.01%
		洗衣机	0.66%	-7.28%	-45.74%	11.75%	12.58%
	厨电	油烟机	3.54%	-18.72%	-33.36%	8.93%	-15.82%
		燃气灶	4.05%	-2.36%	-30.80%	4.30%	8.73%
		厨电套餐	-24.34%	-30.93%	-38.39%	-23.45%	-31.04%
Week35 (8/24-8/30)	白电	空调	19.39%	14.62%	-12.64%	41.85%	42.40%
		冰箱	12.77%	7.24%	-23.73%	29.82%	35.54%

	洗衣机	3.39%	0.06%	-25.73%	-18.52%	15.01%	17.08%
	油烟机	28.94%	13.24%	-10.91%	-7.54%	43.77%	30.97%
厨电	燃气灶	26.52%	17.31%	-12.20%	-9.21%	37.13%	37.72%
	厨电套餐	21.94%	16.21%	-13.49%	-9.33%	30.10%	27.22%

数据来源：奥维云网、开源证券研究所

1.2.2、十月装修季“家装热”，带动大家电销售

正值金秋十月装修季，不少新业主趁着黄金周装修新居，线上选购线下体验。10月1~3日，天猫线上家装品牌引导至线下门店的成交额同比提升50.5%，其中新品牌占比35%。线上成交增长较强劲，定制整体衣帽间同比+2536%，智能家居套装同比+377%，可视门铃同比+1831%。2020年9月的京东家装节以来，装修服务同比增长300%以上。广东苏宁易购天河店店长冯孟晓表示，从2020年5、6月开始，卖场销售逐步增长。十一期间，冰洗、手机通信、电脑是热销前三类产品。传统大家电例如：冰箱、洗衣机、空调、彩电等，2020年以来，平均客单价有所上涨。

广东省家具协会会长王克表示，往年的传统家装五一前后是一个小高潮，十月前后是一次中高潮，元旦前后进入大高潮。但是2020年因疫情推迟了，所以十月叠加了五一的小高潮，增长较为显著；该趋势有望延续至2021年元旦前后。

（摘自：中国家电网）

1.2.3、十月黄金周国美大促，家电全渠道销售额环比增长

在国庆长假促销活动中，国美APP爆品迭出，智能家电、厨卫电器受热捧，其中，干衣机成众多消费者家居电器首选，销售额同比增幅达140%；蒸箱成为厨电黑马，销售同比增长106.2%；大屏电视持续走俏，销售额环比增长28.7%。

大促期间，外观时尚、节能环保的高端家电深受消费者青睐，尤其是作为健康家电产品的典型代表，干衣机的高端套购比例在国美占到了32%以上。空调套购消费趋势较明显，十一期间国美空调套购实现150%的增长，占比达35%。同样备受关注的还有新能效空调。自空调新能效标准2020年7月1日实施以来，近几个月，美的、海尔、海信、卡萨帝等品牌纷纷推出高性价比的新一级变频空调，新能效空调逐渐占据市场主流，十一大促国美新能效空调销售占比达30%。

同时，“懒人厨卫”类家电在十一长假期间需求又迎来新一波的上扬趋势。自动洗碗机、扫地机器人等作为解放双手的居家神器，受到上班族与居家主妇们的青睐。十一期间，国美厨卫产品联合方太、老板、海尔、美的、西门子等头部品牌，全线产品满千降百，释放大额优惠力度，特别是在洗碗机等“懒人厨卫”产品上，消费者可享受6~7折的促销福利，洗碗机销售同比增长45%。

随着单身人口增多、家庭规模缩小，厨房料理、家居清洁类的小家电产品成为十一长假期间销量增长较快的家电品类。国美线下店的小熊、美的厨房小家电体验区在十一期间人流不断。截止10月5日，国美小家电品类销售环比增长35%。

（摘自：中国家电网）

1.2.4、苏宁易购发布十一消费大数据，场景零售全面飘红

2020年10月8日，苏宁易购发布十一消费大数据。8天长假，50亿补贴，1亿件超低好货，助推场景零售全面飘红。十一期间，苏宁各类门店整体客流大幅增长至58%，家电、家装、手机等品类旺销，带动苏宁易购线上订单同比增长157%。苏宁家乐福到店客流及成交额均创新高，互联网+门店零售模式激活国庆消费市场，不仅提升了国内经济内循环的活力，还有望带来零售板块的新商机。

50亿补贴带火大件消费。苏宁易购已于2020年9月28日提前启动了2020年双十一，砸出50亿全品类补贴额度，投入1亿件超低热销爆款产品，出台了价保延长至11月12日等政策，提前打响补贴战。

国庆期间掀起高档家电消费热潮。2020年10月1~7日，新能效空调新品上架突破千款，新一级能效空调销售额同比增长452%；8K超高清电视销量同比增长243%，70寸及以上大屏销量同比增长96%；大容积高档智能冰箱销量同比增长216%，洗烘一体机销量同比增长225%，网红新品容声T型对开门冰箱成为消费者新宠。

“宅经济”拉动直播消费大幅增涨23倍。十一期间，苏宁直播的订单量同比增长1854%，销售额增长2383%。

黄金周期间，破壁机同比增长250%，空气炸锅同比增长229%，电烤箱同比增长166%，半成品销量也迎来143%的增长。

（摘自：苏宁易购）

2、推荐组合及逻辑：推荐小家电龙头，关注白电厨电消费回暖

2.1、核心推荐：石头科技、安克创新、小熊电器、新宝股份、九阳股份、老板电器、格力电器、科沃斯

- **小家电龙头组合：**石头科技、小熊电器、新宝股份、九阳股份、科沃斯
- **厨电龙头标的：**老板电器
- **白电消费回暖组合：**格力电器，受益标的：美的集团、海尔智家
- **跨境电商标的：**安克创新

（1）小家电：2020Q3进入淡季，双十一促销有望迎来新一轮消费高潮

根据奥维云网数据，2020Q3小家电景气度环比2020H1有所下行，主要系淡季的来临；另外，由于疫情影响，部分小家电消费需求前置，小家电近期表现较为平淡。随着2020Q4双十一大促活动来临，小家电消费有望迎来新一轮高潮。另外，扫地机器人自有品牌海外业务持续超预期。石头科技2020H1境外收入约5.6亿(+210.64%)，预计2020H1实际外销同比约+40%，2020H2境外收入有望保持快速增长。

推荐持续较高热度的扫地机器人行业的龙头企业：**石头科技、科沃斯**；推荐线上渠道表现较好的厨房小家电龙头企业：**小熊电器、新宝股份、九阳股份**。

（2）厨电：受益地产数据回暖、精装修市场发展，厨电销售有望提升

从整体地产市场看，根据国家统计局数据，2020 年 1-8 月，我国商品房住宅销售面积累计同比下滑 2.5%，环比持续收窄；从精装修市场看，根据奥维云网数据，2020 年 1-8 月，我国住宅精装新开盘房间累计数量 158 万套，同比降幅收窄至 24.9%。预计伴随 2020H2 整体地产及精装修市场数据的持续回暖，厨电内销有望迎来增长。虽然 2020 年 9 月，恒大资金链相关新闻引发市场担忧，但地产及厨电基本面趋势未改，该事件性影响也有望减弱。

推荐受益精装修市场回暖、工程渠道表现较好的厨电龙头：**老板电器**。

（3）白电：基本面环比改善较为确定，板块性价比优势凸显

2020 年 7 月 1 日空调新国标落地后，空调行业迎来新一轮洗牌，龙头有望受益能效标准的提升。除此之外，由于 2020H1 疫情影响，白电企业低价促销，行业均价走低。随着能效标准的提升后行业低能效库存出清，以及疫情缓解后消费的回暖，2020 年下半年白电基本面环比改善较为确定。另外，相比小家电板块，白电板块估值仍处于低位，性价比优势凸显。

推荐大力进行渠道改革的白电龙头：**格力电器**；建议关注美的集团、海尔智家。

（4）跨境电商：行业发展至平稳增长期，品牌型出海企业具备更强竞争优势

根据 Kantar 预计，2021 年中国跨境电商零售出口规模约 2880 亿美元，当前出口跨境电商发展已进入平稳发展期。品牌型跨境出海企业在提升溢价率、复购率的基础上逐步形成可持续性经营，相较于贸易型、平台型企业具备较强的竞争优势。

推荐扩品类、扩渠道、扩市场的国内跨境出海龙头企业：**安克创新**。

3、行业数据更新：原材料价格略有波动，零售端线上优于线下

3.1、原材料：原材料价格略有波动

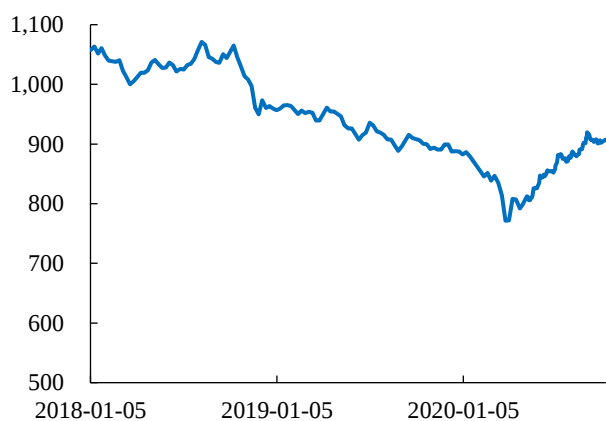
2020 年第 39 周，以下简称为 20W39。

中国塑料价格指数(中塑指数): 10 月 9 日为 907.47, 较上周五(9 月 25 日)上涨 0.60%, 较 2020 年初上涨 2.85%;

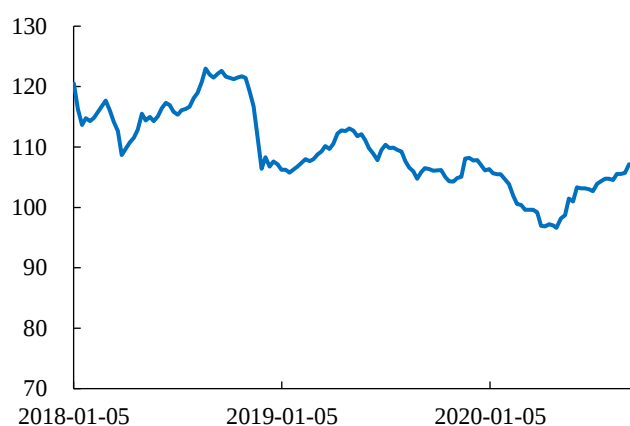
钢材综合价格指数: 9 月 18 日为 106.55, 较上周(9 月 11 日)下跌 0.49%, 较 2020 年初上涨 0.20%;

铝材价格指数: 9 月 25 日为 95.63, 较上周(9 月 18 日)下跌 0.46%, 较 2020 年初上涨 3.07%;

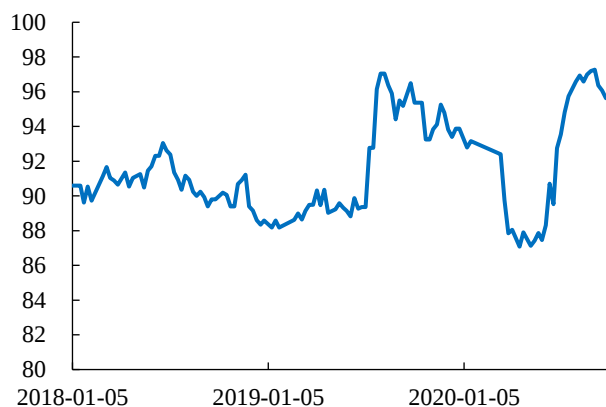
铜材价格指数: 9 月 25 日为 84.29, 较上周(9 月 18 日)下跌 0.51%, 较 2020 年初上涨 11.11%。

图5: 20W39 中国塑料价格指数略有上涨


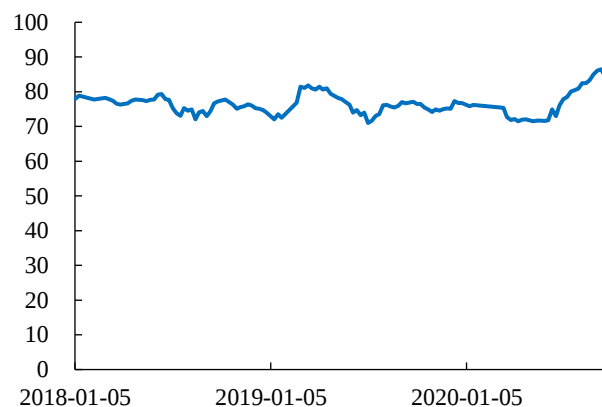
数据来源: Wind、开源证券研究所

图6: 20W39 钢材综合价格指数略有下跌


数据来源: Wind、开源证券研究所

图7: 20W39 铝材价格指数略有下跌


数据来源: Wind、开源证券研究所

图8: 20W39 铜材价格指数略有上涨


数据来源: Wind、开源证券研究所

3.2、大家电终端零售表现

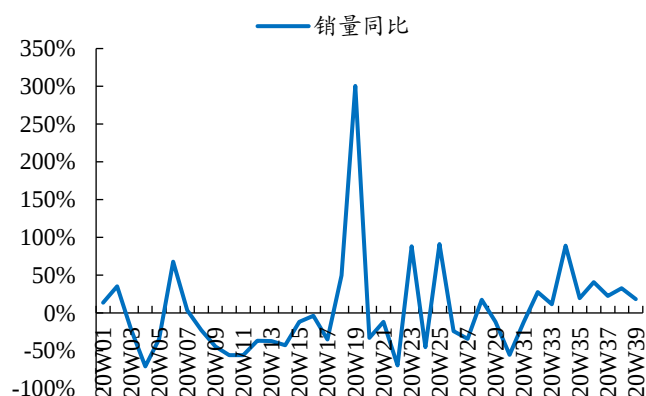
3.2.1、空调: 销量销额同比增长显著, 但线下表现依然疲软

2020 年第 39 周, 以下简称为 20W39。

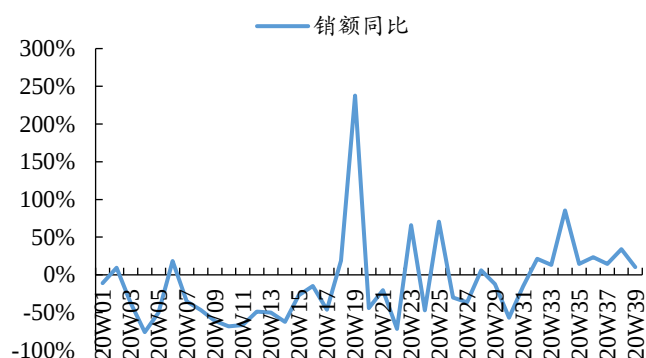
20W39 空调销量约 30.54 万台 (18.41%), 全年累计 3066.22 万台 (-2.31%);

20W39 空调销额约 10.01 亿 (10.26%), 全年累计销售额 832.87 亿 (-15.19%);

20W39 空调均价 3279 元 (-5.38%), 全年累计均价 2716 元 (-12.51%);

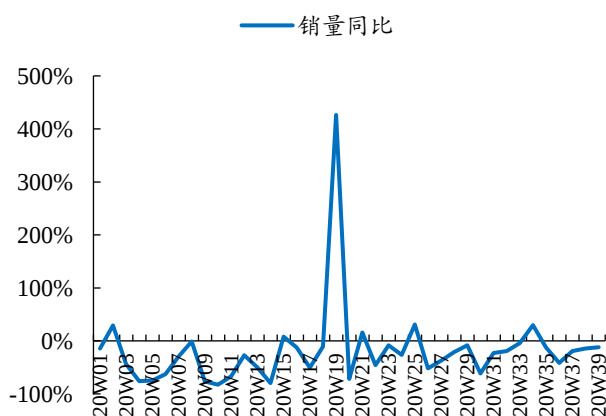
图9: 20W39 空调销量同比上涨 18.41%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

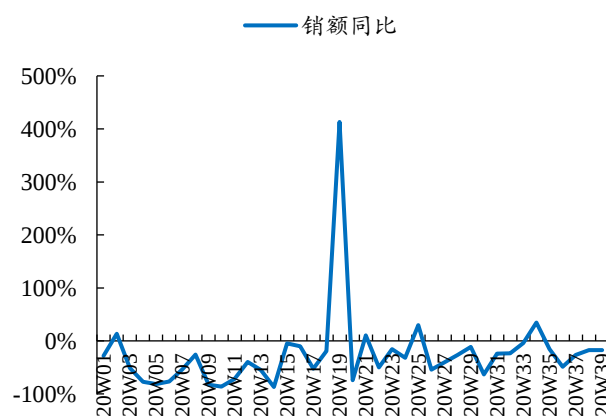
图10: 20W39 空调销售额同比上涨 10.26%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

线下 20W39 空调销量约 13.01 万台 (-11.96%), 全年累计 711.77 万台 (-29.59%);
 线下 20W39 空调销额约 4.95 亿 (-17.53%), 全年累计销售额 243.32 亿 (-35.42%);
 线下 20W39 空调均价 3803 元 (-4.18%), 全年累计均价 3419 元 (-7.68%);

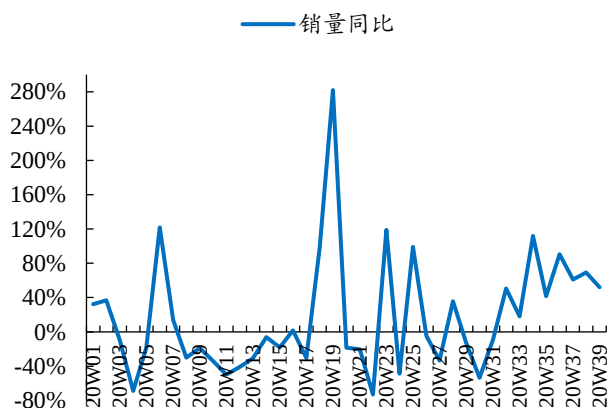
图11: 线下 20W39 空调销量同比下滑 11.96%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

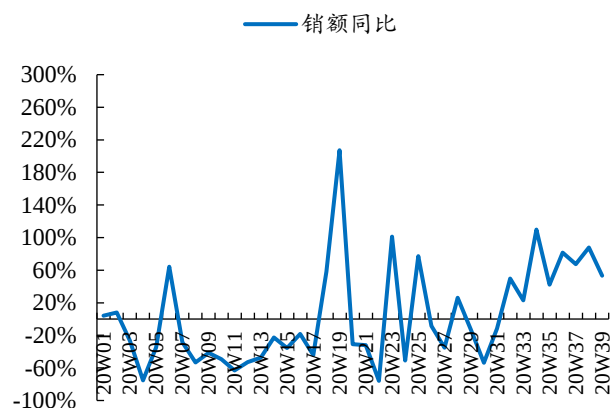
图12: 线下 20W39 空调销售额同比下滑 17.53%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

线上 20W39 空调销量约 17.52 万台 (52.12%), 全年累计 2354.46 万台 (8.35%);
 线上 20W39 空调销额约 5.06 亿 (53.05%), 全年累计销售额 589.53 亿 (-4.89%);
 线上 20W39 空调均价 2890 元 (0.61%), 全年累计均价 2504 元 (-12.22%);

图13: 线上 20W39 空调销量同比上涨 52.12%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图14: 线上 20W39 空调销售额同比上涨 53.05%


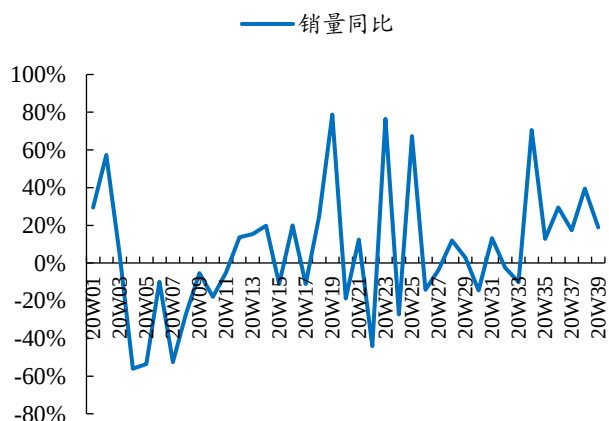
数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

3.2.2、冰箱: 销量销额同比上涨, 线下表现依旧疲软

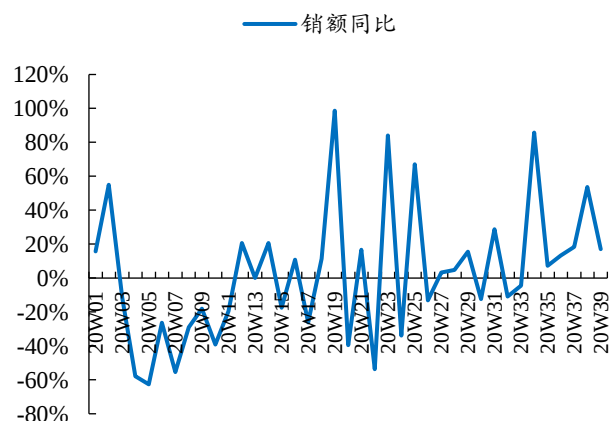
20W39 冰箱销量约 51.97 万台 (18.87%), 全年累计 2065.44 万台 (7.36%);

20W39 冰箱销额约 15.89 亿 (17.02%), 全年累计销售额 504.08 亿 (2.99%);

20W39 冰箱均价 3058 (0.73%), 全年累计均价 2441 元 (-2.92%);

图15: 20W39 冰箱销量同比上涨 18.87%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

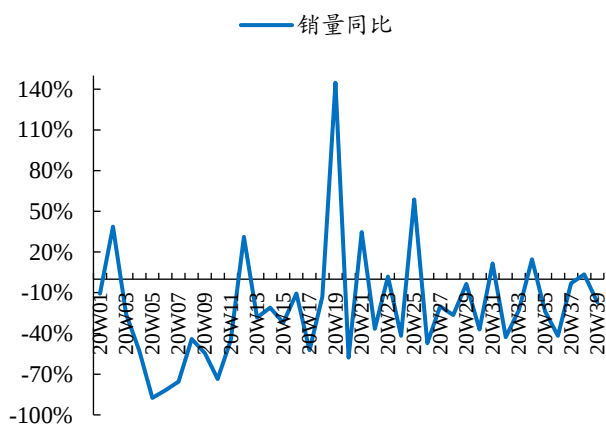
图16: 20W39 冰箱销售额同比上涨 17.02%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

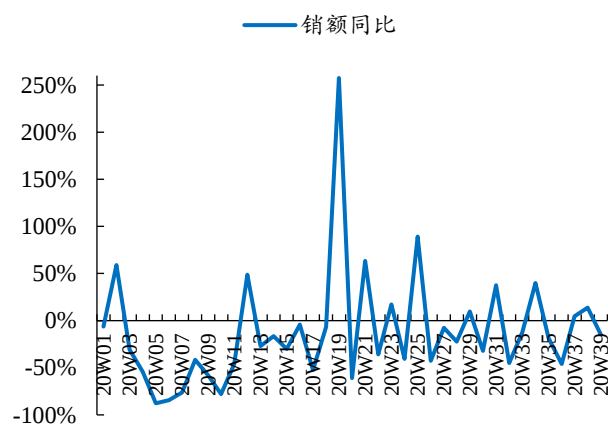
线下 20W39 冰箱销量约 13.97 万台 (-17.05%), 全年累计 399.65 万台 (-23.48%);

线下 20W39 冰箱销额约 7.12 亿 (-14.73%), 全年累计销售额 184.88 亿 (-17.93%);

线下 20W39 冰箱均价 5136 元 (4.63%), 全年累计均价 4626 元 (7.32%);

图17: 线下 20W39 冰箱销量同比下滑 17.05%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

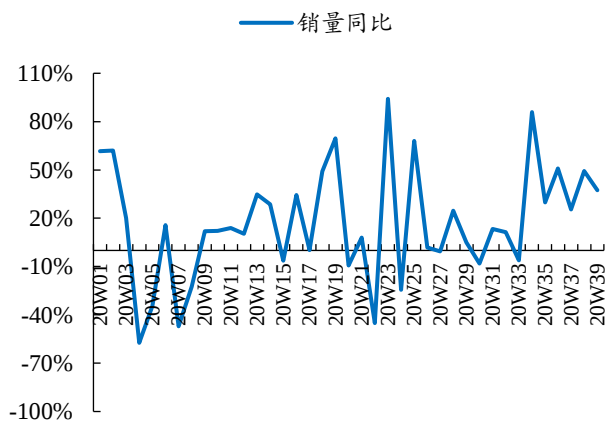
图18: 线下 20W39 冰箱销售额同比下滑 14.73%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

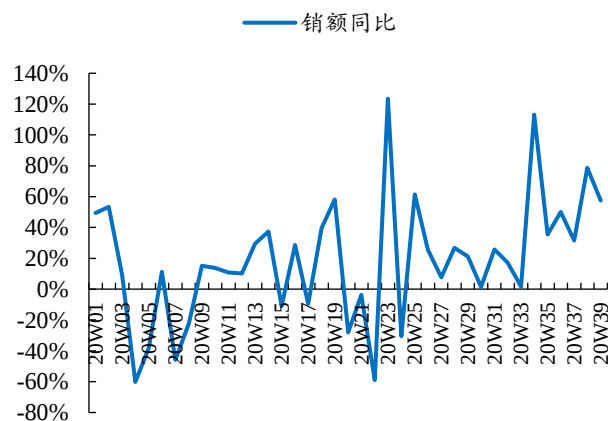
线上 20W39 冰箱销量约 38.11 万台 (37.42%), 全年累计 1665.79 万台 (16.97%);

线上 20W39 冰箱销额约 8.77 亿 (57.52%), 全年累计销售额 319.20 亿 (17.95%);

线上 20W39 冰箱均价 2301 元 (14.63%), 全年累计均价 1916 元 (0.83%);

图19: 线上 20W39 冰箱销量同比上涨 37.42%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图20: 线上 20W39 冰箱销售额同比上涨 57.52%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

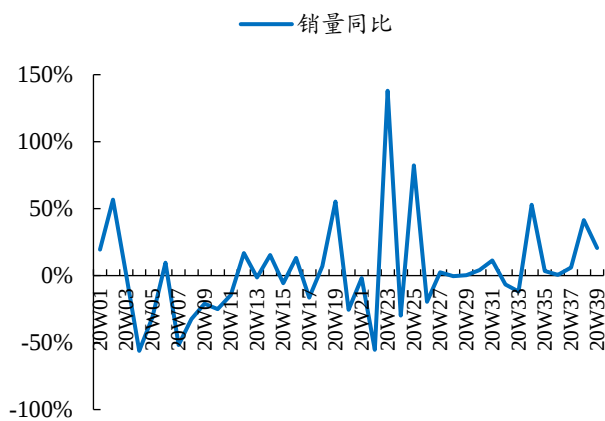
3.2.3、洗衣机: 销量销额同比有所上涨, 线下表现依旧疲软

20W39 洗衣机销量约 70.13 万台 (20.58%), 全年累计 2088.79 万台 (3.81%);

20W39 洗衣机销额约 13.29 亿 (16.08%), 全年累计销售额 368.52 亿 (-2.12%);

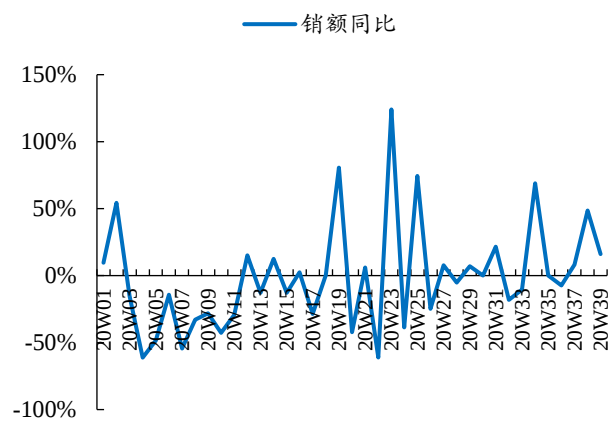
20W39 洗衣机均价 1896 元 (-1.46%), 全年累计均价 1764 元 (-4.57%);

图21: 20W39 洗衣机销量同比上涨 20.58%



数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图22: 20W39 洗衣机销售额同比上涨 16.08%



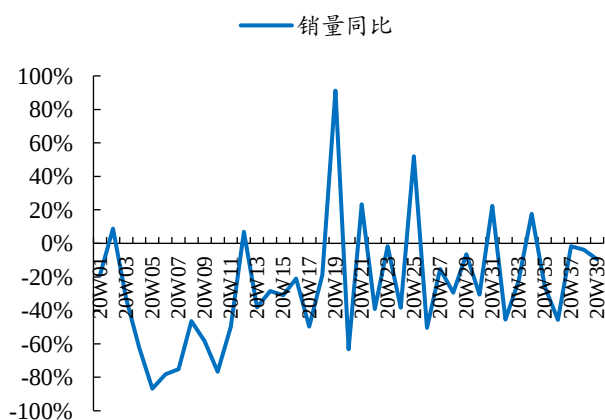
数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

线下 20W39 洗衣机销量约 15.91 万台(-9.64%), 全年累计 383.80 万台(-28.52%);

线下 20W39 洗衣机销额约 5.39 亿(-11.58%), 全年累计销售额 127.32 亿(-22.41%);

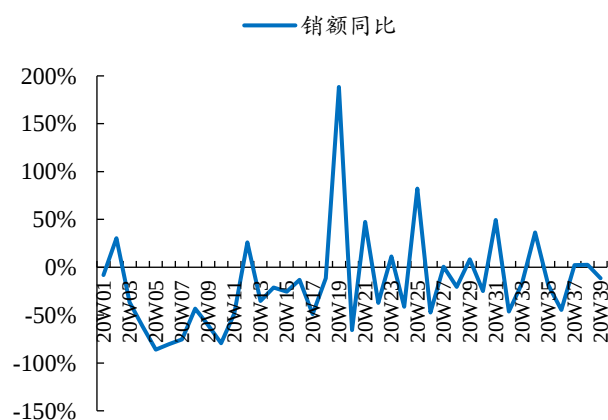
线下 20W39 洗衣机均价 3385 元(-1.00%), 全年累计均价 3317 元(8.82%);

图23: 线下 20W39 洗衣机销量同比下滑 9.64%



数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图24: 线下 20W39 洗衣机销售额同比下滑 11.58%

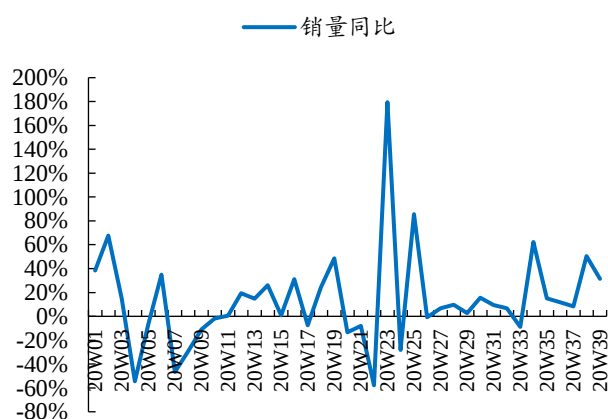


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

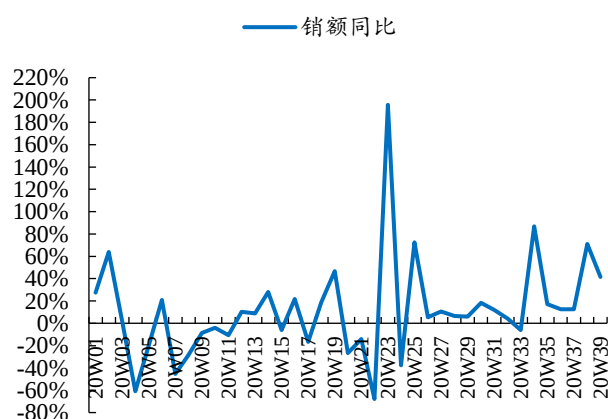
线上 20W39 洗衣机销量约 54.21 万台(31.45%), 全年累计 1704.99 万台(13.67%);

线上 20W39 洗衣机销额约 7.91 亿(41.48%), 全年累计销售额 241.20 亿(11.09%);

线上 20W39 洗衣机均价 1459 元(7.63%), 全年累计均价 1415 元(-2.27%);

图25: 线上 20W39 洗衣机销量同比上涨 31.45%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图26: 线上 20W39 洗衣机销售额同比上涨 41.48%


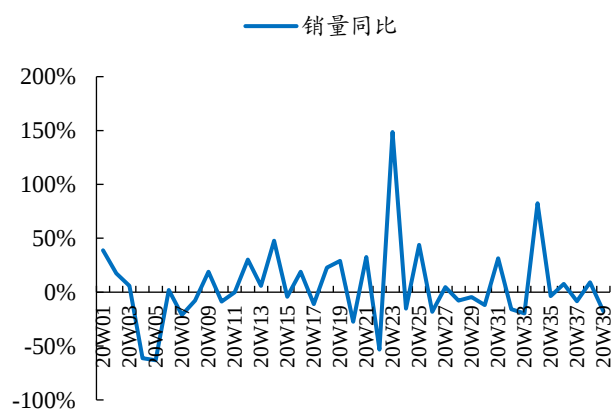
数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

3.2.4、彩电: 销量销额同比均有所下滑, 线下表现依旧疲软

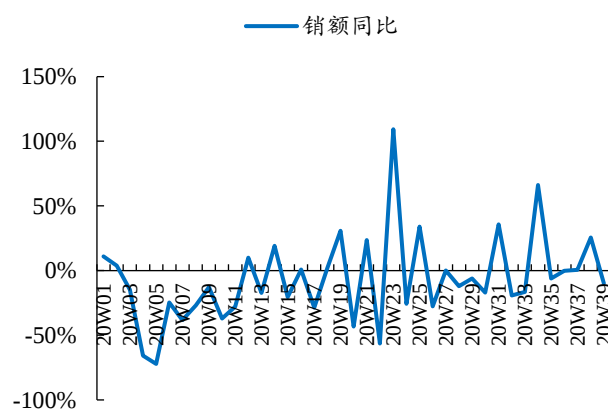
20W39 彩电销量约 57.07 万台 (-17.72%), 全年累计 2310.46 万台 (3.28%);

20W39 彩电销额约 16.87 亿 (-9.78%), 全年累计销售额 532.08 亿 (-8.22%);

20W39 彩电均价 2956 元 (9.66%), 全年累计均价 2303 元 (-11.54%);

图27: 20W39 彩电销量同比下滑 17.72%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

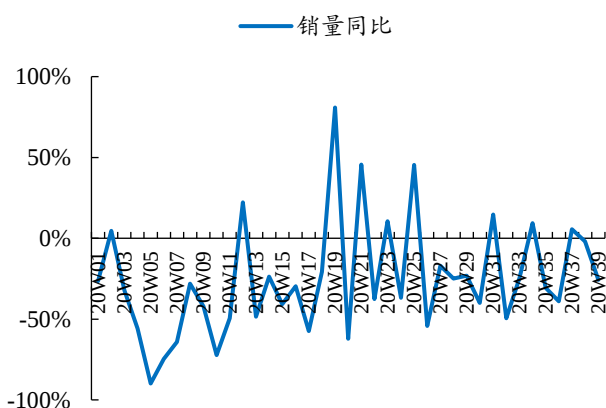
图28: 20W39 彩电销售额同比下滑 9.78%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

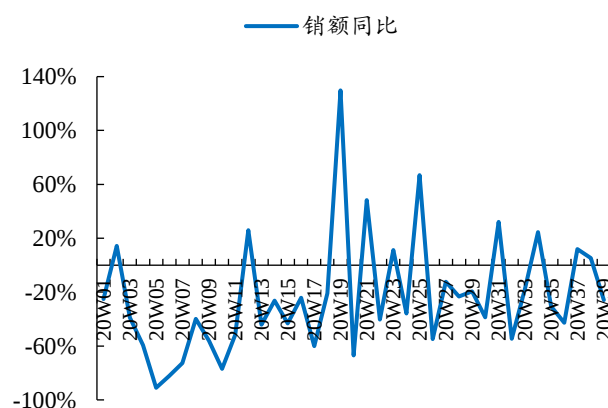
线下 20W39 彩电销量约 16.71 万台 (-25.65%), 全年累计 440.07 万台 (-29.57%);

线下 20W39 彩电销额约 6.97 亿 (-25.84%), 全年累计销售额 168.59 亿 (-28.22%);

线下 20W39 彩电均价 4169 元 (-0.75%), 全年累计均价 3831 元 (0.42%);

图29: 线下 20W39 彩电销量同比下滑 25.65%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

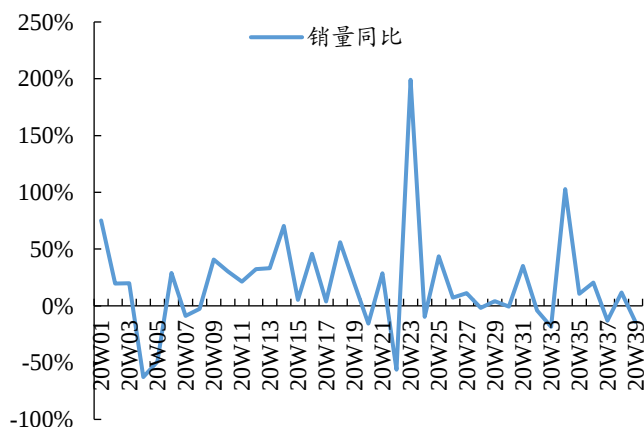
图30: 线下 20W39 彩电销售额同比下滑 25.84%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

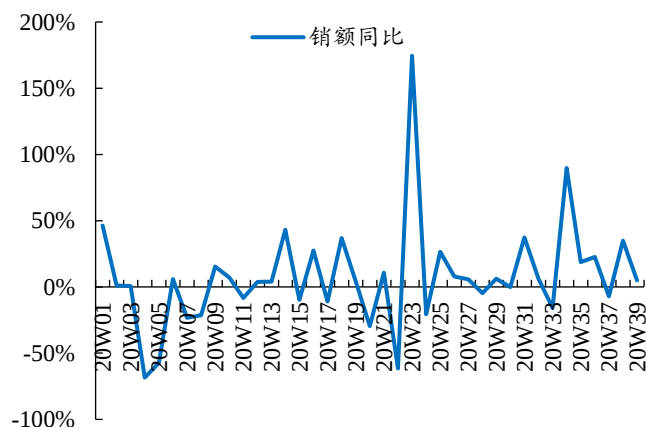
线上 20W39 彩电销量约 40.36 万台 (-14.28%), 全年累计 1870.39 万台 (14.43%);

线上 20W39 彩电销额约 9.90 亿 (5.02%), 全年累计销售额 363.45 亿 (4.03%);

线上 20W39 彩电均价 2453 元 (22.51%), 全年累计均价 1943 元 (-9.09%);

图31: 线上 20W39 彩电销量同比下滑 14.28%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图32: 线上 20W39 彩电销售额同比上涨 5.02%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

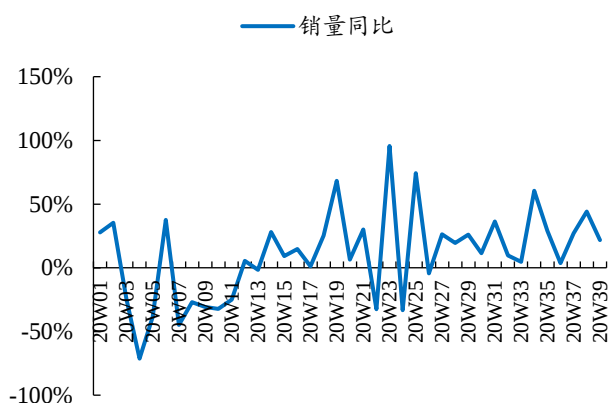
3.3、厨电终端零售表现

3.3.1、油烟机: 销量销额同比上涨显著, 线下表现优于线上

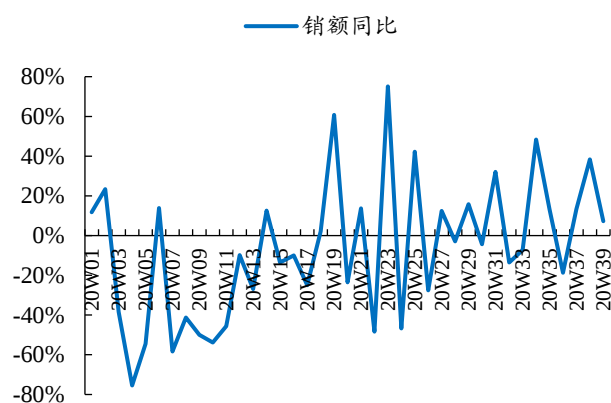
20W39 油烟机销量约 20.56 万台 (21.73%), 全年累计 654.96 万台 (12.63%);

20W39 油烟机销额约 3.78 亿 (7.26%), 全年累计销售额 109.16 亿 (-5.70%);

20W39 油烟机均价 1838 元 (-10.16%), 全年累计均价 1667 元 (-15.09%);

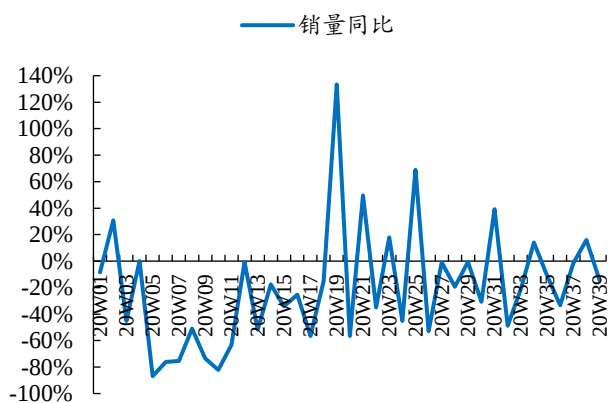
图33: 20W39 油烟机销量同比上涨 21.73%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

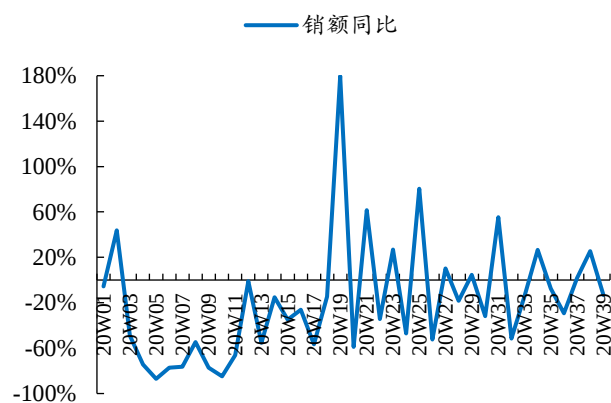
图34: 20W39 油烟机销售额同比上涨 7.26%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

线下 20W39 油烟机销量约 4.35 万台 (-14.56%), 全年累计 109.02 万台 (-24.00%);
 线下 20W39 油烟机销额约 1.51 亿 (-13.34%), 全年累计销售额 36.30 亿 (-22.11%);
 线下 20W39 油烟机均价 3467 元 (2.30%), 全年累计均价 3330 元 (3.14%);

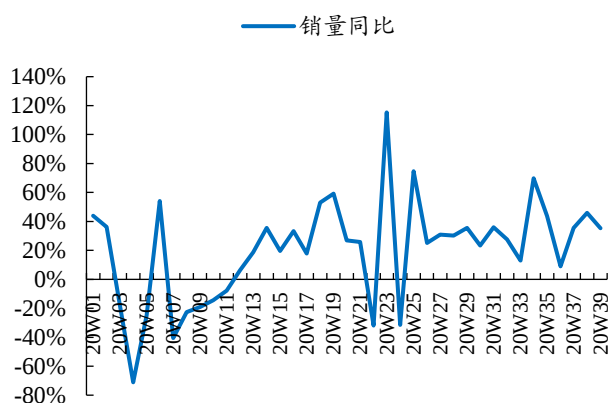
图35: 线下 20W39 油烟机销量同比下滑 14.56%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

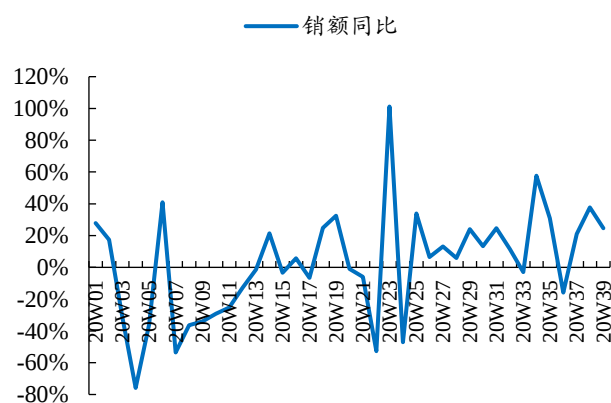
图36: 线下 20W39 油烟机销售额同比下滑 13.34%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

线上 20W39 油烟机销量约 16.20 万台 (35.22%), 全年累计 545.58 万台 (22.70%);
 线上 20W39 油烟机销额约 2.27 亿 (24.55%), 全年累计销售额 72.77 亿 (3.61%);
 线上 20W39 油烟机均价 1400 元 (-7.89%), 全年累计均价 1334 元 (-15.56%);

图37: 线上 20W39 油烟机销量同比上涨 35.22%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图38: 线上 20W39 油烟机销售额同比上涨 24.55%


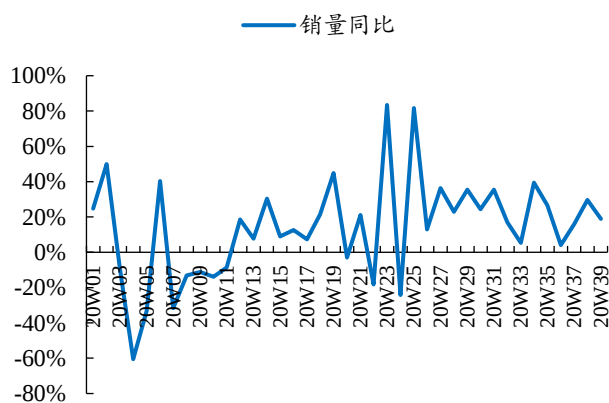
数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

3.3.2、燃气灶: 销量销额同比上涨显著, 线下表现依旧疲软

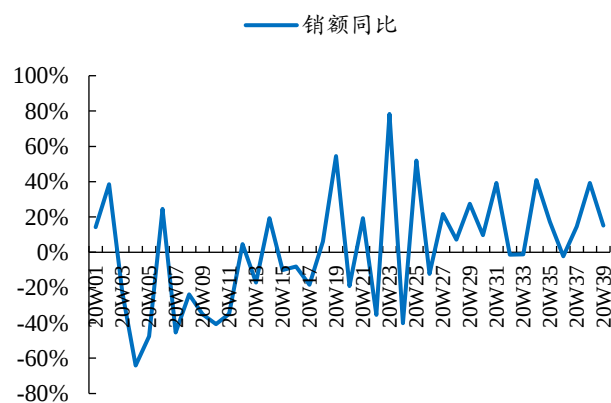
20W39 燃气灶销量约 23.92 万台 (18.89%), 全年累计 827.50 万台 (15.59%);

20W39 燃气灶销额约 2.16 亿 (15.21%), 全年累计销售额 65.40 亿 (2.20%);

20W39 燃气灶均价 902 元 (-1.38%), 全年累计均价 790 元 (-10.62%);

图39: 20W39 燃气灶销量同比上涨 18.89%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

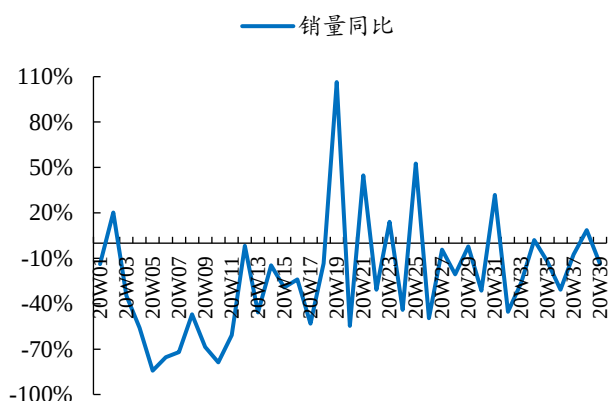
图40: 20W39 燃气灶销售额同比上涨 15.21%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

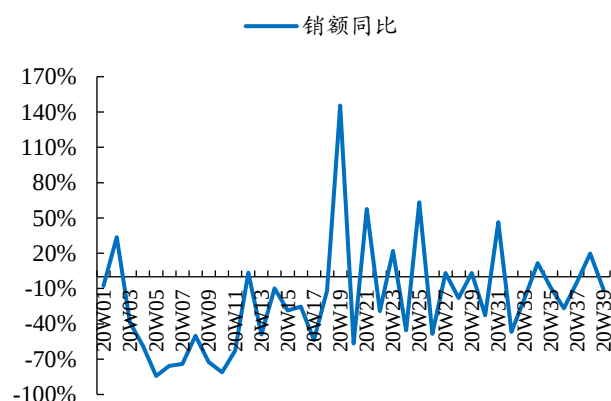
线下 20W39 燃气灶销量约 4.47 万台 (-13.61%), 全年累计 117.30 万台 (-24.83%);

线下 20W39 燃气灶销额约 0.76 亿 (-10.73%), 全年累计销售额 18.95 亿 (-22.39%);

线下 20W39 燃气灶均价 1691 元 (3.88%), 全年累计均价 1615 元 (3.35%);

图41: 线下 20W39 燃气灶销量同比下滑 13.61%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

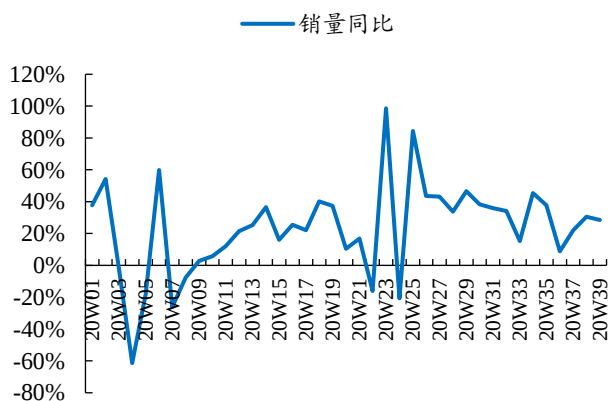
图42: 线下 20W39 燃气灶销售额同比下滑 10.73%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

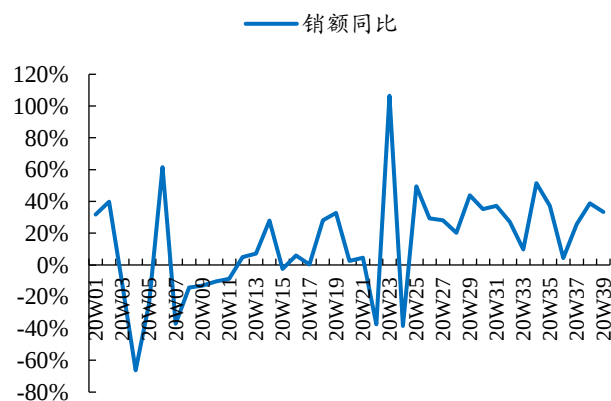
线上 20W39 燃气灶销量约 19.45 万台 (28.47%), 全年累计 709.85 万台 (25.02%);

线上 20W39 燃气灶销额约 1.40 亿 (33.34%), 全年累计销售额 46.38 亿 (14.91%);

线上 20W39 燃气灶均价 720 元 (3.79%), 全年累计均价 653 元 (-8.09%);

图43: 线上 20W39 燃气灶销量同比上涨 28.47%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图44: 线上 20W39 燃气灶销售额同比上涨 33.34%


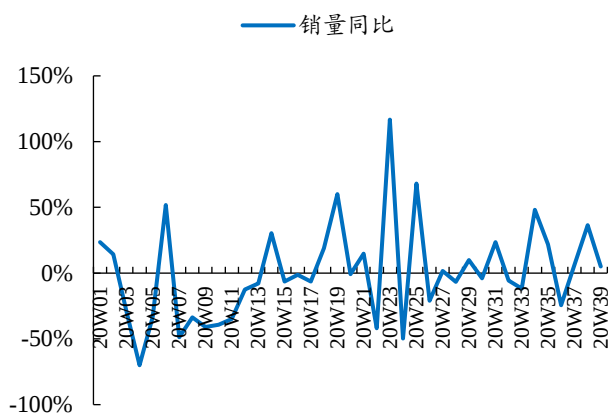
数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

3.3.3、厨电套餐: 销量销额同比上涨显著, 线上表现优于线下表现

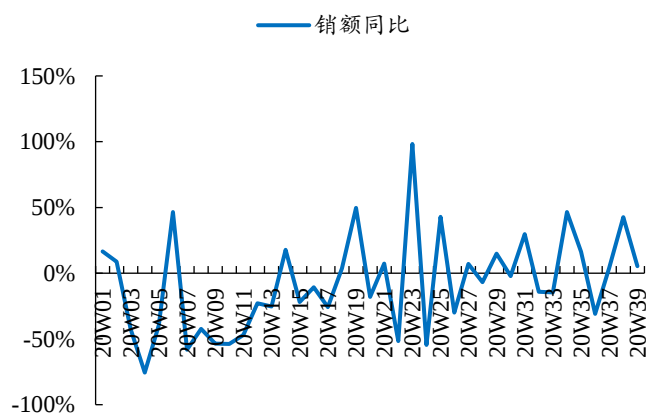
20W39 厨电套餐销量约 6.94 万台 (5.00%), 全年累计 232.16 万台 (2.98%);

20W39 厨电套餐销额约 2.37 亿 (5.33%), 全年累计销售额 72.07 亿 (-6.35%);

20W39 厨电套餐均价 3416 元 (1.02%), 全年累计均价 3104 元 (-8.63%);

图45: 20W39 厨电套餐销量同比上涨 5.00%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

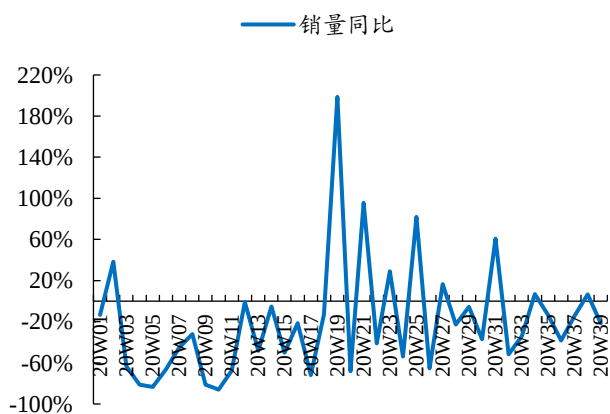
图46: 20W39 厨电套餐销售额同比上涨 5.33%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

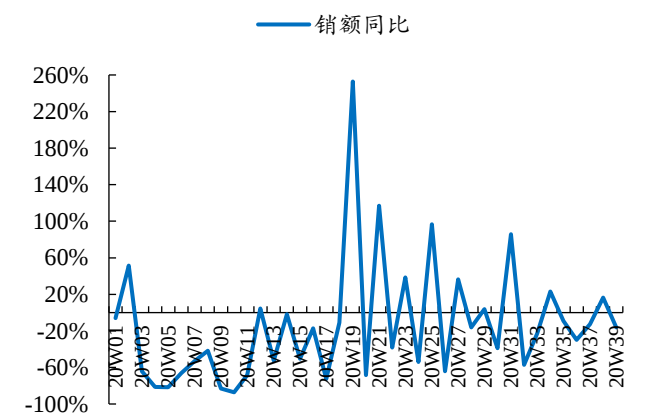
线下 20W39 厨电套餐销量约 1.13 万台 (-21.41%), 全年累计 27.28 万台 (-27.28%);

线下 20W39 厨电套餐销额约 0.64 亿 (-16.30%), 全年累计销售额 14.72 亿 (-23.63%);

线下 20W39 厨电套餐均价 5644 元 (7.39%), 全年累计均价 5394 元 (5.33%);

图47: 线下 20W39 厨电套餐销量同比下滑 21.41%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

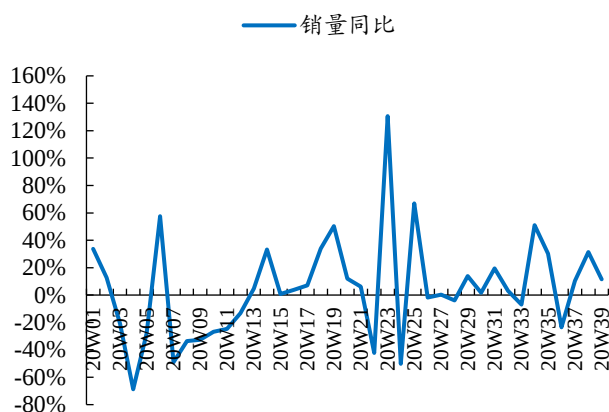
图48: 线下 20W39 厨电套餐销售额同比下滑 16.30%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

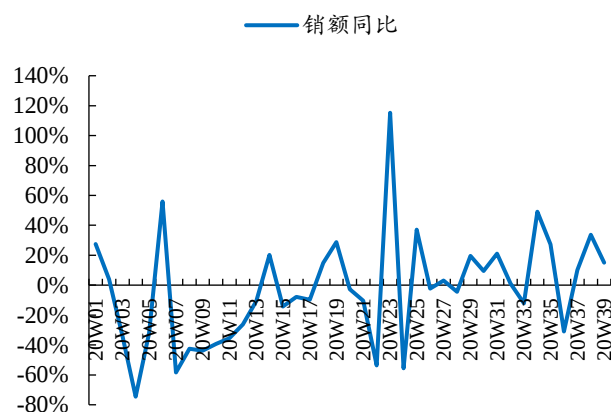
线上 20W39 厨电套餐销量约 5.81 万台 (11.48%), 全年累计 204.54 万台 (7.92%);

线上 20W39 厨电套餐销额约 1.73 亿 (15.14%), 全年累计销售额 57.19 亿 (-1.65%);

线上 20W39 厨电套餐均价 2982 元 (3.28%), 全年累计均价 2796 元 (-8.86%);

图49: 线上 20W39 厨电套餐销量同比上涨 11.48%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图50: 线上 20W39 厨电套餐销售额同比上涨 15.14%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

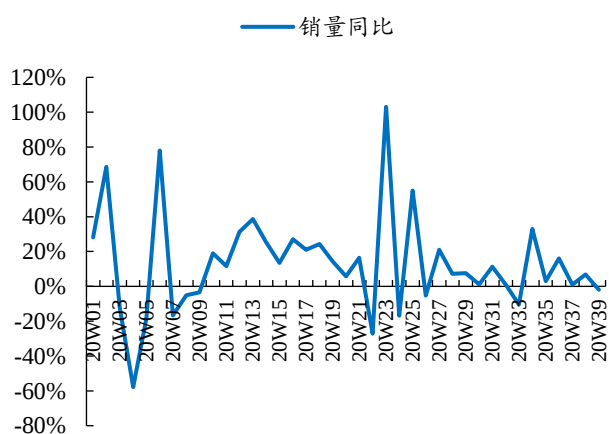
3.4、小家电终端零售表现

3.4.1、电饭煲: 销量销额同比有所下滑, 线下表现依旧疲软

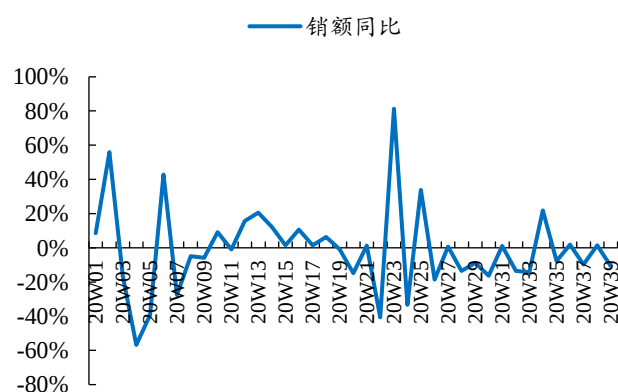
20W39 电饭煲销量约 58.37 万台 (-2.02%), 全年累计 2516.39 万台 (11.71%);

20W39 电饭煲销额约 1.40 亿 (-10.73%), 全年累计销售额 59.59 亿 (-1.70%);

20W39 电饭煲均价 239 元 (-6.43%), 全年累计均价 237 元 (-10.07%);

图51: 20W39 电饭煲销量同比下滑 2.02%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

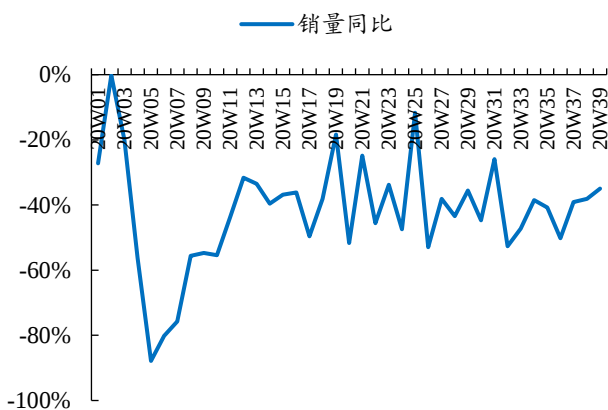
图52: 20W39 电饭煲销售额同比下滑 10.73%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

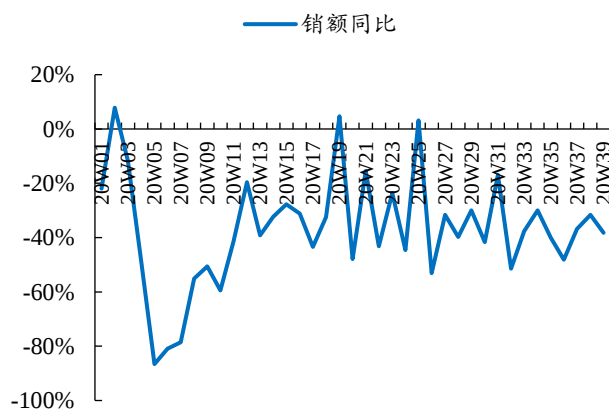
线下 20W39 电饭煲销量约 5.46 万台 (-34.93%), 全年累计 199.10 万台 (-42.89%);

线下 20W39 电饭煲销额约 0.28 亿 (-38.27%), 全年累计销售额 10.70 亿 (-38.43%);

线下 20W39 电饭煲均价 518 元 (-8.35%), 全年累计均价 538 元 (0.20%);

图53: 线下 20W39 电饭煲销量同比下滑 34.93%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

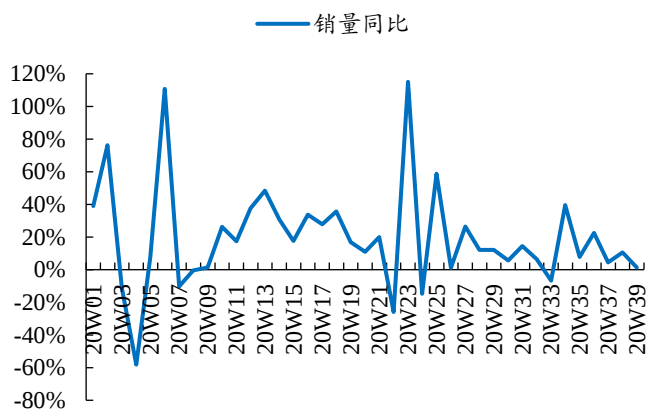
图54: 线下 20W39 电饭煲销售额同比下滑 38.27%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

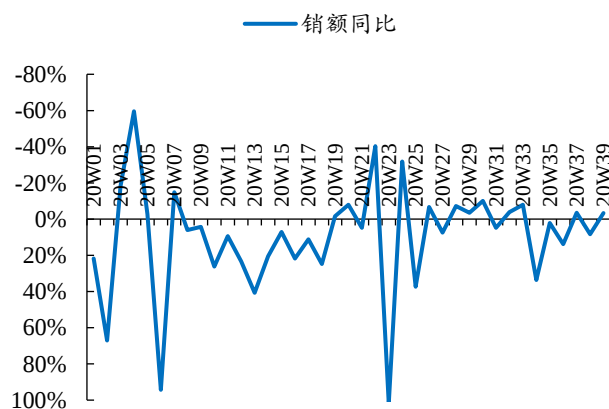
线上 20W39 销量约 52.90 万台 (1.40%), 全年累计 2317.28 万台 (17.52%);

线上 20W39 电饭煲销额约 1.11 亿 (-3.29%), 全年累计销售额 48.89 亿 (7.57%);

线上 20W39 电饭煲均价 210 元 (-4.62%), 全年累计均价 211 元 (-8.47%);

图55: 线上 20W39 电饭煲销量同比上涨 1.40%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图56: 线上 20W39 电饭煲销售额同比下滑 3.29%


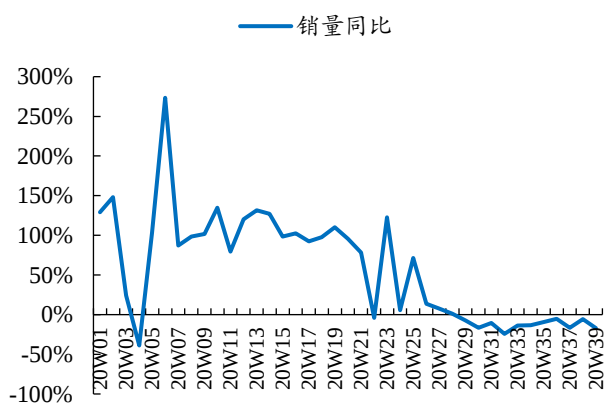
数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

3.4.2、料理机: 销量销额同比有所下滑, 线下表现依然疲软

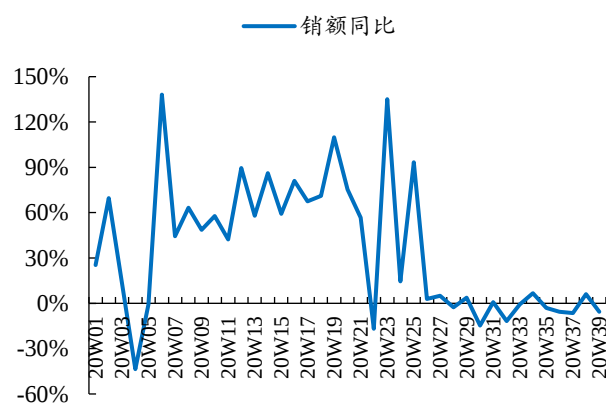
20W39 料理机销量约 68.81 万台 (-16.80%), 全年累计 3480.29 万台 (41.31%);

20W39 料理机销额约 1.37 亿 (-5.61%), 全年累计销售额 62.27 亿 (31.48%);

20W39 料理机均价 199 元 (15.86%), 全年累计均价 179 元 (-5.67%);

图57: 20W39 料理机销量同比下滑 16.80%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

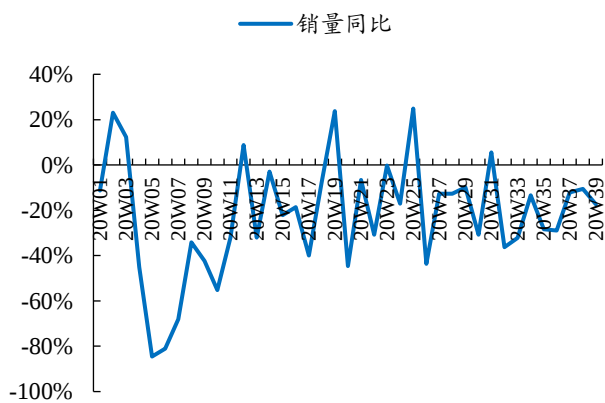
图58: 20W39 料理机销售额同比下滑 5.61%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

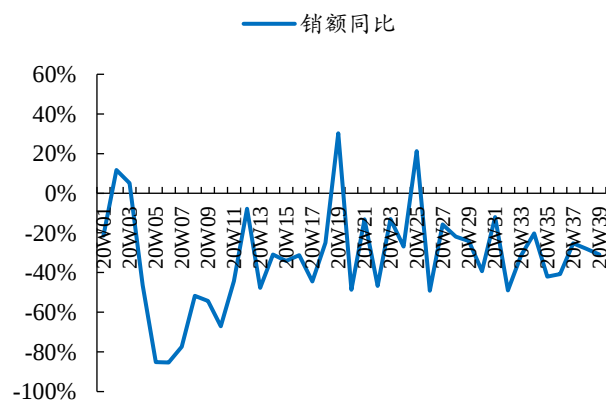
线下 20W39 料理机销量约 2.93 万台 (-17.40%), 全年累计 104.96 万台 (-22.50%);

线下 20W39 料理机销额约 0.24 亿 (-30.83%), 全年累计销售额 9.08 亿 (-33.16%);

线下 20W39 料理机均价 807 元 (-20.74%), 全年累计均价 865 元 (-18.22%);

图59: 线下 20W39 料理机销量同比下滑 17.40%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图60: 线下 20W39 料理机销售额同比下滑 30.83%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

线上 20W39 料理机销量约 65.87 万台 (-16.78%), 全年累计 3374.53 万台 (43.76%);

线上 20W39 料理机销额约 1.13 亿 (0.15%), 全年累计销售额 53.12 亿 (49.24%);

线上 20W39 料理机均价 172 元 (20.34%), 全年累计均价 157 元 (3.81%);

图61: 线上 20W39 料理机销量同比下滑 16.78%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图62: 线上 20W39 料理机销售额同比上涨 0.15%

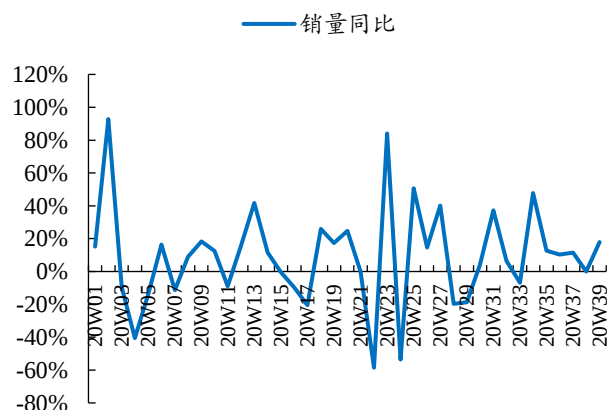

数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

3.4.3、扫地机器人: 线上表现优异, 带动销量销额同比上涨

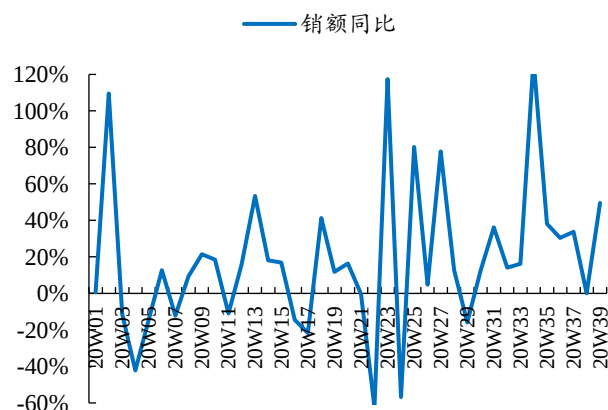
20W39 扫地机销量约 7.19 万台 (18.02%), 全年累计 308.27 万台 (10.10%);

20W39 扫地机销额约 1.31 亿 (49.46%), 全年累计销售额 49.69 亿 (19.05%);

20W39 扫地机均价 1818 元 (26.64%), 全年累计均价 1612 元 (8.13%);

图63: 20W39 扫地机器人销量同比上涨 18.02%


数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图64: 20W39 扫地机器人销售额同比上涨 49.46%


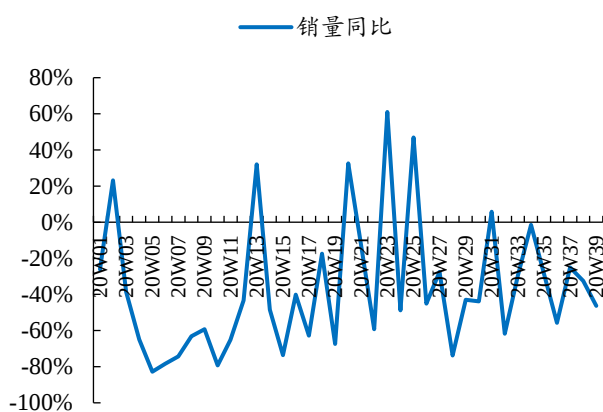
数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

线下 20W39 扫地机销量约 0.18 万台 (-46.25%), 全年累计 6.36 万台 (-43.15%);

线下 20W39 扫地机销额约 0.04 亿 (-42.53%), 全年累计销售额 1.25 亿 (-40.00%);

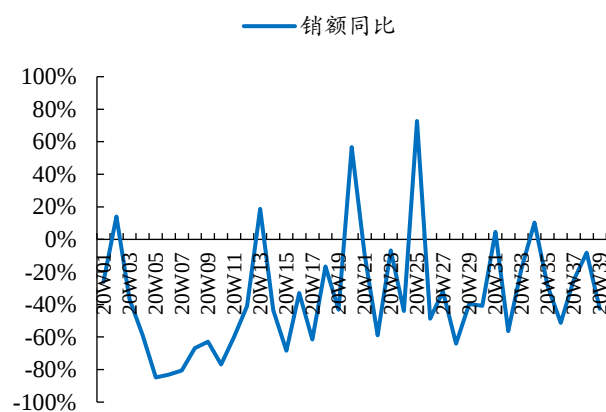
线下 20W39 扫地机均价 2091 元 (8.92%), 全年累计均价 1967 元 (6.30%);

图65: 线下 20W39 扫地机器人销量同比下滑 46.25%



数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图66: 线下 20W39 扫地机器人销售额同比下滑 42.53%



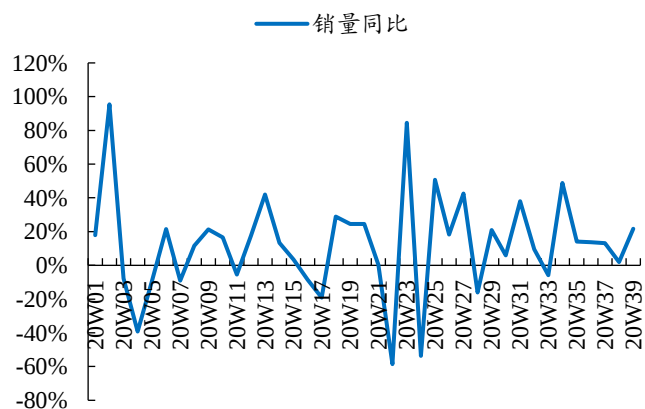
数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

线上 20W39 扫地机销量约 7.01 万台(21.65%), 全年累计 301.91 万台(10.58%);

线上 20W39 扫地机销额约 1.27 亿(56.69%), 全年累计销售额 48.44 亿(21.53%);

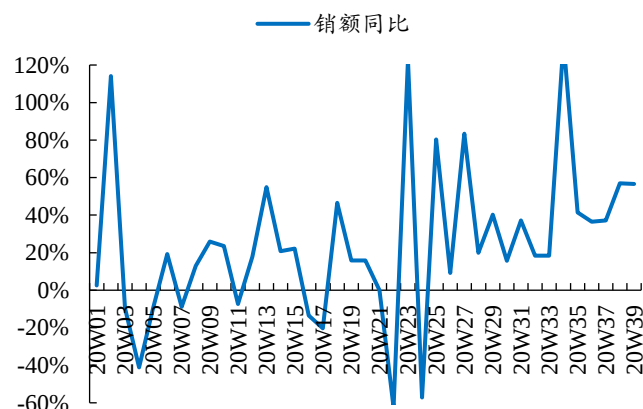
线上 20W39 扫地机均价 1810 元 (28.80%), 全年累计均价 1605 元 (9.90%);

图67: 线上 20W39 扫地机器人销量同比上涨 21.65%



数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

图68: 线上 20W39 扫地机器人销售额同比上涨 56.69%



数据来源: 奥维云网、开源证券研究所

4、2020 年内重点限售股解禁公司时间表

表3：2020 年内重点限售股解禁公司时间表

代码	简称	解禁日期	解禁数量(万股)	解禁收益率(%)	变动前(万股)			变动后(万股)			解禁股份类型
					总股本	流通 A 股	占比 (%)	总股本	流通 A 股	占比 (%)	
603579.SH	荣泰健康	2020-01-13	8,858.00		14,000.00	5,142.00	36.73	14,000.00	14,000.00	100.00	首发原股东限售股份
603195.SH	公牛集团	2020-02-06	6,000.00	44.00	60,000.00	0.00	0.00	60,000.00	6,000.00	10.00	首发一般股份, 首发机构配售股份
603677.SH	奇精机械	2020-02-06	13,503.17		19,364.95	5,709.64	29.48	19,364.95	19,212.81	99.21	首发原股东限售股份
002848.SZ	高斯贝尔	2020-02-13	6,011.26		16,715.00	8,785.64	52.56	16,715.00	14,796.90	88.52	首发原股东限售股份
000333.SZ	美的集团	2020-02-19	134.08		698,699.25	682,164.87	97.63	698,699.25	682,298.95	97.65	股权激励限售股份
688169.SH	石头科技	2020-02-21	1,553.39	84.46	6,666.67	0.00	0.00	6,666.67	1,553.39	23.30	首发一般股份, 首发机构配售股份
002668.SZ	奥马电器	2020-03-04	15,831.88	-14.26	108,411.14	68,732.96	63.40	108,411.14	68,732.96	63.40	定向增发机构配售股份
603578.SH	三星新材	2020-03-06	5,610.00		8,955.08	3,252.08	36.32	8,955.08	8,862.08	98.96	首发原股东限售股份
002860.SZ	星帅尔	2020-04-13	2,826.52		11,716.80	5,661.31	48.32	11,716.80	8,487.83	72.44	首发原股东限售股份
002723.SZ	金莱特	2020-04-15	104.00		19,185.00	17,474.13	91.08	19,185.00	17,578.13	91.62	股权激励限售股份
002242.SZ	九阳股份	2020-05-08	9.00		76,731.20	76,312.10	99.45	76,731.20	76,321.10	99.47	股权激励限售股份
000810.SZ	创维数字	2020-05-28	2,208.39	-8.14	106,366.82	98,968.39	93.04	106,366.82	101,176.77	95.12	定向增发机构配售股份
300342.SZ	天银机电	2020-06-01	890.05	85.79	43,184.43	40,748.58	94.36	43,184.43	41,638.63	96.42	定向增发机构配售股份
000333.SZ	美的集团	2020-06-22	553.25		700,173.27	684,110.00	97.71	700,173.27	684,663.25	97.78	股权激励限售股份
000333.SZ	美的集团	2020-07-01	370.41		700,974.59	685,792.48	97.83	700,974.59	685,792.48	97.83	股权激励限售股份
002242.SZ	九阳股份	2020-07-03	129.00		76,716.90	76,321.10	99.48	76,716.90	76,450.10	99.65	股权激励限售股份
002860.SZ	星帅尔	2020-07-27	41.65		19,912.61	13,338.08	66.98	19,912.61	13,379.73	67.19	股权激励限售股份
688169.SH	石头科技	2020-08-21	76.40	51.66	6,666.67	1,553.39	23.30	6,666.67	1,629.78	24.45	首发一般股份, 首发机构配售股份

变动前(万股)											变动后(万股)										
											股份										
002959.SZ	小熊电器	2020-08-24	3,722.94		15,600.00	3,900.00	25.00	15,600.00	7,622.94	48.87	首发原股东限售股份										
000810.SZ	创维数字	2020-09-02	222.65		106,336.08	101,177.68	95.15	106,336.08	101,400.33	95.36	股权激励限售股份										
002614.SZ	奥佳华	2020-09-04	44.15		59,792.74	37,215.95	62.24	59,792.74	37,260.10	62.32	股权激励限售股份										
002860.SZ	星帅尔	2020-09-15	132.60		19,914.64	13,381.76	67.20	19,914.64	13,514.36	67.86	股权激励限售股份										
300272.SZ	开能健康	2020-09-18	2,882.90		58,279.49	37,565.76	64.46	58,279.49	37,565.76	64.46	首发原股东限售股份										
002050.SZ	三花智控	2020-09-21	38,986.05	324.18	359,204.18	312,569.20	87.02	359,204.18	351,555.25	97.87	定向增发机构配售股份										

数据来源: Wind、开源证券研究所

5、沪深股通数据更新：近 10 日北向资金增持格力电器、华帝股份较多

表4: 近 10 日北向资金增持格力电器、华帝股份较多

证券代码	证券简称	沪深股通持股市值 (亿元)	沪深股通持股占 总股本比例	持股比例近 10 日 变动	持股比例近 30 日 变动	持股比例近 60 日 变动
000333.SZ	美的集团	821.1582	15.92%	-0.04%	-0.36%	-0.81%
000651.SZ	格力电器	563.1200	17.09%	0.29%	0.28%	0.75%
600690.SH	海尔智家	120.9388	8.67%	-0.09%	-0.22%	-0.91%
002508.SZ	老板电器	39.1529	12.55%	-0.63%	-1.50%	-1.87%
002050.SZ	三花智控	58.1552	6.79%	0.17%	0.71%	0.56%
002032.SZ	苏泊尔	41.9985	6.64%	-0.07%	-0.08%	0.02%
002242.SZ	九阳股份	22.6232	6.93%	0.02%	-0.08%	-0.84%
002035.SZ	华帝股份	3.2439	3.76%	0.26%	0.07%	0.20%
000921.SZ	海信家电	8.1059	7.17%	0.09%	0.17%	1.41%
600060.SH	海信视像	1.7524	1.00%	0.00%	0.00%	-0.04%
002705.SZ	新宝股份	3.9648	1.14%	-0.04%	-0.07%	-0.05%
603579.SH	荣泰健康	1.3184	2.83%	0.05%	0.21%	0.69%
000016.SZ	深康佳 A	0.6251	0.62%	0.07%	0.04%	-0.23%
002677.SZ	浙江美大	3.2716	2.69%	-0.06%	0.38%	1.17%
603868.SH	飞科电器	3.4501	1.60%	-0.02%	0.03%	0.21%
603486.SH	科沃斯	7.1961	8.26%	0.07%	1.51%	5.26%
002429.SZ	兆驰股份	2.8316	0.97%	0.08%	0.14%	0.21%
603355.SH	莱克电气	2.5543	1.84%	0.03%	-0.02%	0.90%
000810.SZ	创维数字	0.4506	0.42%	0.02%	-0.01%	-0.41%
002614.SZ	奥佳华	2.2476	2.15%	0.15%	0.22%	0.52%

证券代码	证券简称	沪深股通持股市值 (亿元)	沪深股通持股占 总股本比例	持股比例近 10 日 变动	持股比例近 30 日 变动	持股比例近 60 日 变动
002543.SZ	万和电气	0.1632	0.26%	0.00%	0.00%	-0.06%
600839.SH	四川长虹	0.0462	0.03%	0.00%	0.00%	0.00%
002519.SZ	银河电子	0.0411	0.07%	0.00%	0.00%	0.00%
002418.SZ	康盛股份	0.0006	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

数据来源：Wind、开源证券研究所

注：持股市值及持股变动比例计算基数以 2020 年 10 月 9 日收盘数据为准。

6、风险提示

疫情缓和不及预期，全球经济衰退，行业竞争格局恶化等。

特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，开源证券评定此研报的风险等级为R3（中风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者。若您并非专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

分析师承诺

负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及开源证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

股票投资评级说明

	评级	说明
证券评级	买入（Buy）	预计相对强于市场表现 20%以上；
	增持（outperform）	预计相对强于市场表现 5%～20%；
	中性（Neutral）	预计相对市场表现在 -5%～+5%之间波动；
	减持	预计相对弱于市场表现 5%以下。
行业评级	看好（overweight）	预计行业超越整体市场表现；
	中性（Neutral）	预计行业与整体市场表现基本持平；
	看淡	预计行业弱于整体市场表现。

备注：评级标准为以报告日后的 6~12 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅表现，其中 A 股基准指数为沪深 300 指数、港股基准指数为恒生指数、新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）、美股基准指数为标普 500 或纳斯达克综合指数。我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

法律声明

开源证券股份有限公司是经中国证监会批准设立的证券经营机构，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供开源证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的机构或个人客户（以下简称“客户”）使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给开源证券客户的，属于机密材料，只有开源证券客户才能参考或使用，如接收人并非开源证券客户，请及时退回并删除。

本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他金融工具的邀请或向人做出邀请。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。若本报告的接收人非本公司的客户，应在基于本报告做出任何投资决定或就本报告要求任何解释前咨询独立投资顾问。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的开源证券网站以外的地址或超级链接，开源证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

开源证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。开源证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

开源证券研究所

上海

地址：上海市浦东新区世纪大道1788号陆家嘴金控广场1号楼10层
邮编：200120
邮箱：research@kysec.cn

深圳

地址：深圳市福田区金田路2030号卓越世纪中心1号楼45层
邮编：518000
邮箱：research@kysec.cn

北京

地址：北京市西城区西直门外大街18号金贸大厦C2座16层
邮编：100044
邮箱：research@kysec.cn

西安

地址：西安市高新区锦业路1号都市之门B座5层
邮编：710065
邮箱：research@kysec.cn