

家用电器

证券研究报告
2019年01月30日

节前上海门店走访系列之一：八佰伴商圈

投资评级

行业评级 强于大市(维持评级)

上次评级 强于大市

作者

蔡雯娟 分析师
SAC 执业证书编号: S1110516100008
caiwenjuan@tfzq.com

罗岸阳 分析师
SAC 执业证书编号: S1110518120002
luoanyang@tfzq.com

马王杰 分析师
SAC 执业证书编号: S1110518080001
mawangjie@tfzq.com

2018年下半年以来,家电市场整体零售额保持下滑趋势,市场也对各大品牌的销售情况十分关注。正好马上要迎来春节,在这个时点我们也希望能看看各品牌门店的销售情况,是否存在备年货推动销量的行情,同时于细节处来展望下未来方向。

本次草根调研我们选取八佰伴商圈的三家门店,分别是小米之家八佰伴店、科沃斯八佰伴店以及卡萨帝衣 We 世界生态店。

调研感想:

1) 横向对比本次调研的三家门店,地理位置上均位于八佰伴商圈,相距步行距离不到5分钟,从人流量的角度来看,被选择的机会可以认为是同等的。其中,小米之家和卡萨帝位于不同level的Shopping mall,科沃斯则位于传统的百货商场内。人流量:卡萨帝>小米之家>科沃斯,我们认为,这并不能说百货商场的模式已经落后了,更有可能的原因是现在人们更追求体验,更注重产品本身,上新频率低以及空间逼仄对人们的吸引力有所下降。

2) 小米和卡萨帝的选址十分贴近自身品牌定位,未来家电品牌在开设门店可能不会局限在建材城等。小米在主打生活体验的More Mee门店中配备更多小米有品等生活类产品,满足周边社区的生活需求,老少皆宜;卡萨帝则主打高端定位与L+Mall定位相符,未来老佛爷百货的顾客更多是对高端生活有所追求的顾客,精准定位。

3) 打铁还需自身硬,产品才是美好体验的基础。在空气洗没出来的时候,很难说做一个以洗护为主题的体验店。随着技术创新以及顾客不断的去追求体验,以深度体验为主的门店可能会陆续开在购物中心里面,而卡萨帝的门店也让我们看到了这样的可能性。

风险提示:调研信息不具代表性风险。

行业走势图



资料来源: 贝格数据

相关报告

- 《家用电器-行业研究周报:小家电仓位提升, 外资带动估值修复——2019W4周观点》 2019-01-28
- 《家用电器-行业专题研究:地产政策对家电影响:政策底、估值底还是基本面底?》 2019-01-25
- 《家用电器-行业研究周报:12月空调销售增速强劲——2019W3周观点》 2019-01-21



内容目录

小米之家八佰伴店	3
科沃斯八佰伴店.....	5
卡萨帝 We 世界生态店.....	5

图表目录

图 1: More Mee 时尚中心楼层概览.....	3
图 2: More Mee 时尚中心一楼电子产品门店居多.....	3
图 3: 进店处的小米扫地机器人.....	3
图 4: 货架间隔大,老人在仔细查看试用品.....	3
图 5: 小米之家客流量情况.....	4
图 6: 小米之家每样产品均提供试用品.....	4
图 7: L+Mall 楼层概览.....	5
图 8: L+Mall 走到宽阔,店铺设计感强.....	5
图 9: 卡萨帝周围的亲子类店铺.....	6
图 10: 卡萨帝周围的餐厅.....	6
图 11: 门店内的洗衣房.....	6
图 12: 门店内的儿童玩耍.....	6
图 13: 门店内的吧台.....	7
图 14: 门店内的衣帽间.....	7
图 15: 卡萨帝举办的小型沙龙.....	7
图 16: 举办沙龙的客厅区域.....	7
图 17: 卡萨帝拥有的整套高端家电方案.....	8

2018 年下半年以来，家电市场整体零售额保持下滑趋势，市场也对各大品牌的销售情况十分关注。正好马上要迎来春节，在这个时点我们也希望能看看各品牌门店的销售情况，是否存在备年货推动销量的行情，同时于细节处来展望下未来方向。

本次草根调研我们选取八佰伴商圈的三家门店，分别是小米之家八佰伴店、科沃斯八佰伴店以及卡萨帝衣 We 世界生态店。

小米之家八佰伴店

门店所在购物中心介绍

该店是 2018 年 12 月下旬新开设的门店，位于 More Mee 时尚生活中心内。More Mee 前身是八佰伴斜对面的百脑汇（百脑汇主要做 IT 连锁，已经给很多人一个固有印象，属于专业细分市场商业体，改造后则是做常规商业内容），一共 5 层楼，无地下楼层，3-5 层以服务配套和饮食为主，1-2 层则以零售为主。1 楼有小米、三星、华为等品牌，还有京东服务+可以提供手机维修等服务，算是没有摒弃改造前的定位。整体感觉空间较为狭窄，属于生活类广场。

图 1：More Mee 时尚中心楼层概览



资料来源：天风证券研究所

图 2：More Mee 时尚中心一楼电子产品门店居多



资料来源：天风证券研究所

小米之家门店概况

一进门，摆在最显眼位置的是小米扫地机器人，其次是小米手机，商店右侧是小家电、家居用品、玩具等，偏左侧则是电视，能看出来门店左侧还有很多空间可以摆放更多产品。货架之间间隔较大，货品摆放整齐。身穿红色外套的服务人员大概有六位，比较空闲。

图 3：进店处的小米扫地机器人



资料来源：天风证券研究所

图 4：货架间隔大，老人在仔细查看试用品



资料来源：天风证券研究所

客流量

周五下午三点左右店内大概有十来位顾客，与同楼层的其他零售店铺相比明显人更多，其中多是年轻人（以男性为主），也有部分老年人带着孙子孙女，年轻顾客大多很快就离开门店，老年顾客则徘徊时间较久。

图 5：小米之家客流量情况



资料来源：天风证券研究所

门店产品

门店内家居类产品偏多，据销售人员称该店是目前上海销售小米有品最多的门店。每样产品均提供样品，据现场个别消费者反馈，对部分产品品质期望过高，经过线下体验后不会选择购买。销售人员表示年关将近，各大公司纷纷来店进行批量采购，现在店内库存不足，特别是体重秤和电热水壶属于热销产品，若采购量较大则至少需要 1 天进行备货。对比产品价格，线上线下小米年货节同步开展，我们对标了电视机、扫地机器人、净水器等价格，线上线下无价差，但线上品类更全。

图 6：小米之家每样产品均提供试用品



资料来源：天风证券研究所

科沃斯八佰伴店

门店所在百货商场介绍

该店开设时间较长，位于传统百货商场第一八佰伴内，交通便利。每年 12 月 31 日都会举办“岁末惊喜迎新年”活动，2017 年更是实现销售额 7.46 亿元，接待顾客超 20 万人。

门店概况

位于六楼的科沃斯柜台面积小，仅一位销售人员。周围品牌有戴森、飞利浦、博朗等。同楼的 iRobot 扫地机器人柜台也同样不大。

客流量

第一八佰伴六楼的家电各品牌柜台几乎没有什么顾客。

门店产品

柜台陈列产品仅 5 款扫地机器人、2 款擦窗机器人以及 2 款空气净化机器人。其中主打产品扫地机器人打折后的价格多在 2399 元-2599 元，1 款超过 3000 元。就款式来看，并没有最新款，也没有网上热卖款。

卡萨帝衣 We 世界生态店

门店所在购物中心介绍

L+Mall 于 2018 年 12 月 23 日开业，占地 14 万平方米，是百货商场与购物中心相结合的产物，共 11 楼，地下 1 层，1-4 楼老佛爷百货以及部分门店目前仍在装修中。环境设计感强，走道宽阔，灯光明亮，定位与此前的 More Mee 相比感觉上更高端一些。

图 7：L+Mall 楼层概览



资料来源：天风证券研究所

图 8：L+Mall 走到宽阔，店铺设计感强



资料来源：天风证券研究所

门店概况

卡萨帝门店是目前整个购物中心仅此一家与家用电器有关的门店，面积约 225 平方米。作为一个家电品牌来说，进驻购物中心无异于是一种新的尝试。大部分的体验店会选择在家电卖场等地方开设，确实为拥有家电需求的人带来体验，但换句话说，其实并没有积极去寻找潜在用户。

位于 L+Mall 七楼的卡萨帝门店，左侧是卖儿童玩具、儿童用品以及提供儿童教育的门店，右侧则是餐厅。亲子与洗护有很大相关性，而餐厅则能带来较大的人流量。目前已在宁波、西安、广州都有开设。

图 9：卡萨帝周围的亲子类店铺



资料来源：天风证券研究所

图 10：卡萨帝周围的餐厅



资料来源：天风证券研究所

进店以后，右侧是可以提供当场体验免费洗护的区域，采取的就是卡萨帝洗衣机自带的空气洗功能，往里面走则是北欧风大客厅、吧台以及衣帽间，左侧则是儿童玩耍区域和洗衣房，卡萨帝通过搭建一个个真实生活场景，展示了洗衣机、熨烫机、冰吧等产品，让客户可以获得沉浸式的美好体验。

图 11：门店内的洗衣房



资料来源：天风证券研究所

图 12：门店内的儿童玩耍



资料来源：天风证券研究所

图 13：门店内的吧台



资料来源：天风证券研究所

图 14：门店内的衣帽间



资料来源：天风证券研究所

客流量

门店和 L+Mall 同时开业，目前开业才一个月，但店里的顾客比较多，据工作人员说平均下来每天能接待至少 300 名顾客。卡萨帝是如何做到短短时间内便吸引众多客户过来的？主要有以下三点：

一是卡萨帝在上海的其他门店（根据官网上的门店统计有 18 家）会送顾客洗护体验卡，体验卡上标注的地址就是 L+Mall 门店的地址；

二是门店中心位置是一个可以容纳 20-30 人的休息区，可以举办很多小型沙龙活动，例如衣服搭配等；

三是与其他品牌进行联动提供更多服务，如与某些服装品牌合作，将该服装品牌的定制服务提供给卡萨帝的客户，而该服装品牌的客户需要对高端衣物进行洗护也会被推荐到卡萨帝门店里来。

图 15：卡萨帝举办的小型沙龙



资料来源：天风证券研究所

图 16：举办沙龙的客厅区域



资料来源：天风证券研究所

门店产品

主要以洗衣机产品为主，可以体验的也多是定位高端且可以实现空气洗的滚筒洗衣机，线上线下价格无差异。店内也陈列着一些整体别墅家电配置方案，在主打洗护的同时，也不放过推荐其他产品的机会。在离开门店之前，一位客户当场下单，并表示想把其他的电器也换成该品牌，切实达到了体验推广的目的。

图 17：卡萨帝拥有的整套高端家电方案



资料来源：天风证券研究所

调研感想

- 1) 横向对比本次调研的三家门店，地理位置上均位于八佰伴商圈，相距步行距离不到 5 分钟，从人流量的角度来看，被选择的机会可以认为是同等的。其中，小米之家和卡萨帝位于不同 level 的 Shopping mall，科沃斯则位于传统的百货商场内。人流量：卡萨帝>小米之家>科沃斯，我们认为，这并不能说百货商场的模式已经落后了，更有可能的原因是现在人们更追求体验，更注重产品本身，上新频率低以及空间逼仄对人们的吸引力有所下降。
- 2) 小米和卡萨帝的选址十分贴近自身品牌定位，未来家电品牌在开设门店可能不会局限在建材城等。小米在主打生活体验的 More Mee 门店中配备更多小米有品等生活类产品，满足周边社区的生活需求，老少皆宜；卡萨帝则主打高端定位与 L+Mall 定位相符，未来老佛爷百货的顾客更多是对高端生活有所追求的顾客，精准定位。
- 3) 打铁还需自身硬，产品才是美好体验的基础。在空气洗没出来的时候，很难说做一个以洗护为主题的体验店。随着技术创新以及顾客不断的去追求体验，以深度体验为主的门店可能会陆续开在购物中心里面，而卡萨帝的门店也让我们看到了这样的可能性。

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属天风证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“天风证券”）。未经天风证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为天风证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，天风证券不因收件人收到本报告而视其为天风证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但天风证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，天风证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

特别声明

在法律许可的情况下，天风证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到天风证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益 20%以上
		增持	预期股价相对收益 10%-20%
		持有	预期股价相对收益 -10%-10%
		卖出	预期股价相对收益 -10%以下
行业投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅 5%以上
		中性	预期行业指数涨幅 -5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅 -5%以下

天风证券研究

北京	武汉	上海	深圳
北京市西城区佟麟阁路 36 号	湖北武汉市武昌区中南路 99 号保利广场 A 座 37 楼	上海市浦东新区兰花路 333 号 333 世纪大厦 20 楼	深圳市福田区益田路 5033 号平安金融中心 71 楼
邮编：100031	邮编：430071	邮编：201204	邮编：518000
邮箱：research@tfzq.com	电话：(8627)-87618889	电话：(8621)-68815388	电话：(86755)-23915663
	传真：(8627)-87618863	传真：(8621)-68812910	传真：(86755)-82571995
	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com