

跟踪报告●家电行业

2019年03月18日 星期一

爱建证券有限责任公司
研究所
分析师：张志鹏

TEL: 021-32229888-25311

E-mail: zhangzhipeng@ajzq.com

执业编号：S0820510120010
联系人：陈曼殊

TEL: 021-32229888-25516

E-mail: chenmanshu@ajzq.com

**行业评级：同步大市
(维持)**


数据来源：Wind，爱建证券研究所

(%)	1个月	6个月	12个月
绝对表现	8.00	22.18	-15.99
相对表现	-2.07	6.47	-7.93

数据来源：Wind，爱建证券研究所

是家电更是艺术，打造未来的家

投资要点

□ 事件：

2019年3月14-17日，一年一度的中国家电及消费电子博览会（Appliance&ElectronicsWorldExpo，简称AWE）在上海举行。每一次的AWE，各个展商争奇斗艳，向大众展示自己最新的产品。通过AWE，我们除了能洞察企业的最新产品研发与经营发展动向，更能感知整个行业动态与趋势。

□ 整体感受：

清洁类家电、厨电等领域竞争加剧。今年，吸尘器展出厂家增加，除科沃斯、莱克电气、小狗电器等专精于吸尘器、扫地机器人企业外，美的推出新品吸尘器兼具颜值与性价比，飞科也涉入吸尘器领域，此外还有德国凯驰（KARCHER）、添可（TINECO）、塔波尔（TAB）、鲨客（Shark）、德尔玛（Deerma）等等品牌，市场竞争激烈；同样，集成灶行业除了领先者浙江美大、帅丰外，今年美的、奥克斯、苏泊尔、老板、名气都有推出集成灶产品。

推新品仍是提价的重要手段。企业通过推出新品不断满足客户个性化需求、解决各种痛点，同时也是提升价格的重要手段。九阳本次展示的新款破壁机预计售价2999元，而已经上市的破壁机售价在1000-2000元不等；同样莱克推出的高端产品魔洁M12S预计售价6000元左右，而其他系列产品价格在2000-4000元不等。

消费分级明显，极致奢华与高性价比产品同步发展。高端细分市场历来是家电企业必争之地，海尔的卡萨帝、美的的COLMO定位高端，新品兼具功能与艺术，同样其高昂的价格也不断突破想象。另一方面，年轻市场也竞争激烈，各厂商不断推出个性化、高性价比的产品，小米、奥克斯、美的青选系列、海尔子品牌统帅都在不断较量。

全屋智能家居成家电未来大趋势。智能家居全屋化将是未来的大趋势，各个企业都想分一杯羹，除了海尔、云米、美的外，TCL、海信等都有涉入其中。现阶段智能家居主要还停留在产品层面，产品的边界逐步打破，从单品连接到场景互动已经能基本实现，但是从“被动响应”到“主动学习”的AI场景还有很长的路要走。随着人工智能的快速发展以及5G时代的来临，“全屋智能、万物互联”终会实现。

□ **风险提示：**新品推出的时间及销量不达市场预期。

目录

1、清洁类家电、厨电等领域竞争加剧.....	4
2、推新品仍是提价的重要手段.....	5
3、消费分级明显，极致奢华与高性价比产品同步发展.....	6
4、全屋智能家居成家电未来大趋势.....	9
5、风险提示.....	11

图表目录

图表 1: 吸尘器展出厂商不断增加.....	4
图表 2: 集成灶竞争加剧.....	5
图表 3: 九阳新款破壁机预计售价 2999 元.....	6
图表 4: 莱克高端产品魔洁 M12S 预计售价 6000 元左右.....	6
图表 5: 华帝魔碟燃气灶功能上更易清洗.....	6
图表 6: 方太燃气灶.....	6
图表 7: 卡萨帝“指挥家”系列.....	7
图表 8: 美的 COLMO 展示.....	7
图表 9: 奥克斯空调在苏宁易购、京东、天猫、聚划算等平台出售的款式各不相同.....	8
图表 10: 美的青选系列定位年轻“有颜、有脑、有温度”.....	8
图表 11: 海尔的统帅, 为年轻客群提供“惬意小美好”.....	9
图表 12: 海尔智慧家庭可定制化.....	10
图表 13: 云米的人-车-家互联以及 AI 人工智能油烟机.....	10
图表 14: 华为摄像头与智能音响.....	11
图表 15: 华为智能台灯.....	11

1、清洁类家电、厨电等领域竞争加剧

从今年展会产品来看，明显感觉某些品类的展出厂商有所增加，如清洁类家电吸尘器。科沃斯、莱克电气、小狗电器仍专精于吸尘器、扫地机器人，美的推出新品吸尘器兼具颜值与性价比（计划今年4月份上市，每台售价暂定1699元），飞科也涉入吸尘器领域，此外还有德国凯驰（KARCHER）、添可（TINECO）、塔波尔（TAB）、鲨客（Shark）、德尔玛（Deerma）等等品牌，市场竞争激烈。

对于吸尘器这一类产品来说，经过多年研发在功能上已经能够基本满足普通家庭清洁地面的日常需求，经过线上渠道的推广已逐步加大市场认知度，现阶段除了国内普及率与国外相比仍较低外，也未出现颠覆性产品。这种还处在成长期的行业，竞争激烈更能促进产品的进步，通过市场选择存活下的企业具有更强的竞争实力。

图表 1：吸尘器展出厂商不断增加



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

厨电方面，集成灶品类竞争加剧。除了集成灶行业领先者浙江美大、帅丰外，今年美的、奥克斯、苏泊尔、老板、名气都有推出集成灶产品。集成灶相比传统分体式烟灶更节省空间、抽油烟效果好，并且经过多年发展其在外观以及清洁方面都有改善，现阶段产品已经逐步被消费者认可。

对于集成灶行业原有企业来说，面对新进入者尤其像白电龙头美的、厨电龙头老板电器等强竞争者，如何保持市场份额并且持续增长是必须面对的问题；但对于整个行业而言，竞争者加剧能让产品研发设计更优化，推动行业发展。

图表 2：集成灶竞争加剧



美的



老板



奥克斯



名气

数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

2、推新品仍是提价的重要手段

AWE 展会的目的在于厂商推广自己的新品，今年仍然有很多产品让人耳目一新，如华帝的魔碟燃气灶、九阳的自动清洗破壁机、莱克的魔洁吸尘器等等。企业通过推出新品不断满足客户个性化需求、解决各种痛点，同时也是提升价格的重要手段。九阳本次展示的新款破壁机预计售价 2999 元，而已经上市的破壁机售价在 1000-2000 元不等；同样莱克推出的高端产品魔洁 M12S 预计售价 6000 元左右，而其他系列产品价格在 2000-4000 元不等。

推新品、提高价确实能够保证企业的利润率，但需要注意的是新品物与价的匹配必须被消费者认可，这就对企业研发实力提出更高的要求。

图表 3：九阳新款破壁机预计售价 2999 元



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

图表 4：莱克高端产品魔洁 M12S 预计售价 6000 元左右



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

图表 5：华帝魔碟燃气灶功能上更易清洗



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

图表 6：方太燃气灶



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

3、消费分级明显，极致奢华与高性价比产品同步发展

随着消费市场越发细分，高端细分市场是家电企业必争之地。本次展会上，海尔的卡萨帝品牌仍占据海尔展馆一大半面积，其高端奢侈感一目了然；美的除比弗利外，首次亮相的高端 AI 家电品牌 COLMO 同样令人瞩目。高端家电除了在外观、功能、性能上与其他产品实现差异化，价格上也不断突破上限超乎想象，COLMO 的冰箱价格约 54999 元、洗衣机约 45999 元，卡萨帝最新发布的指挥家系列更是把冰洗价格双双提至 10 万元。

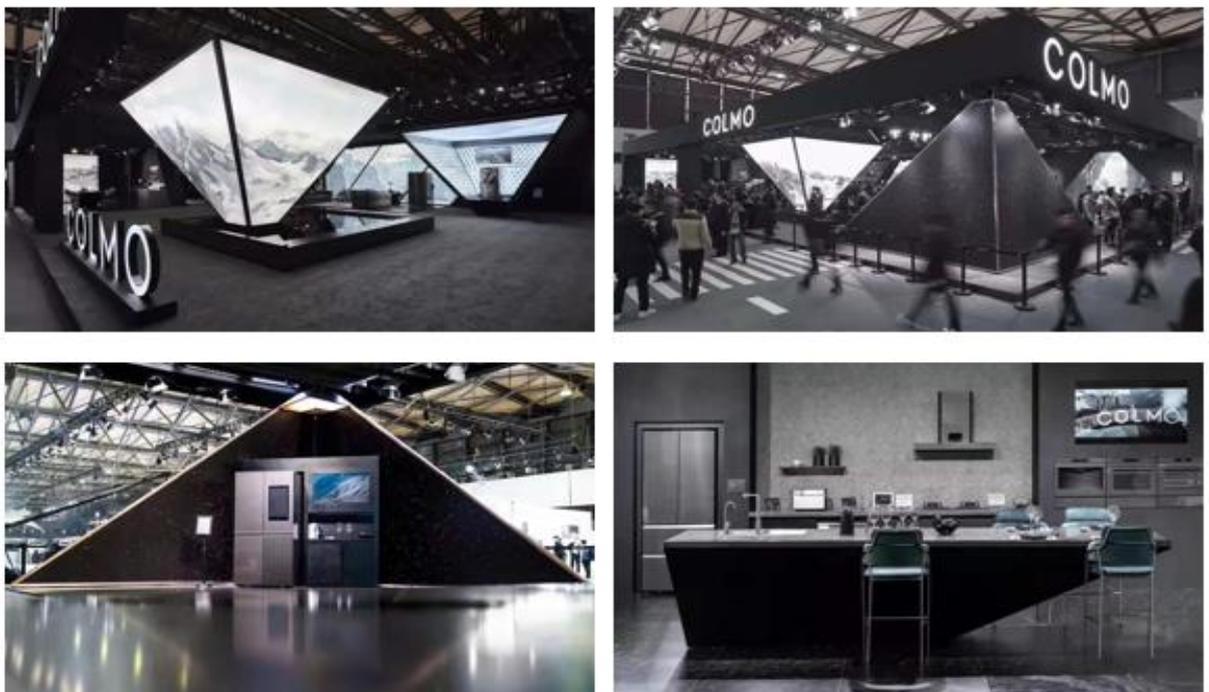
现阶段国内家电整体市场由国内自主品牌主导，但高端细分市场除海尔卡萨帝外其余基本是外资品牌。美的、海尔通过海外并购国外高端品牌，但自主品牌的崛起更能体现企业核心竞争力。海尔的卡萨帝在高端市场的成功印证国内自主品牌的实力被认可，美的高端 AI 家电品牌 COLMO 也同样值得期待。

图 表 7：卡萨帝“指挥家”系列



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

图 表 8：美的 COLMO 展示



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

去年，小米推出符合其一贯简约美学和高性价比风格的空调、洗衣机，不断俘获年轻客群，瓜分这部分目标客户的家电销量；二线品牌奥

克斯乘互联网普及之风，打出“互联网直卖空调”的标语，另辟渠道走线上直销而非传统层级式分销，产品销量大增，并且公司采用各个线上平台所售不同产品型号战略有效规避平台间的竞争。

面对小米、奥克斯等品牌对年轻细分市场的进攻，龙头企业并未放松警惕，海尔本次展示将针对年轻市场的统帅放在重要位置以示重视，而美的也推出年轻产品青选系列以及发布互联家电品牌“布谷 BUGU”。

图表 9：奥克斯空调在苏宁易购、京东、天猫、聚划算等平台出售的款式各不相同



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

图表 10：美的青选系列定位年轻“有颜、有脑、有温度”



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

图表 11：海尔的统帅，为年轻客群提供“惬意小美好”



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

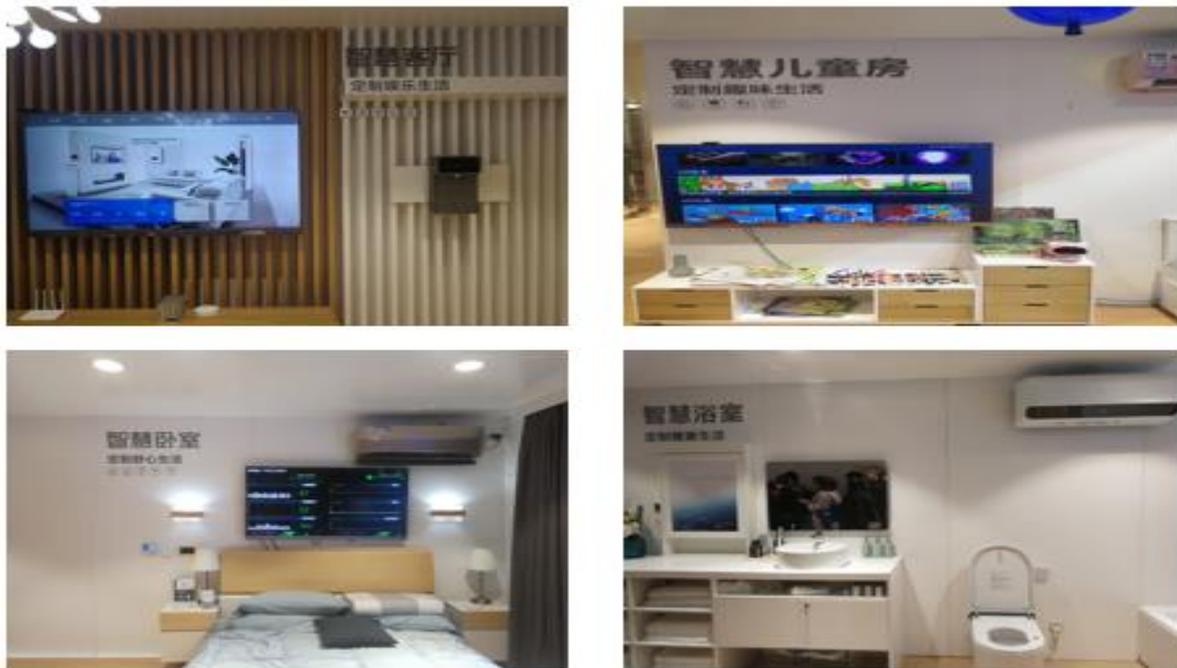
随着消费更加个性化，市场更加细分化，极致奢华与高性价比产品同步发展，如美的、海尔等龙头企业的多品牌经营策略更能应对市场竞争。

4、全屋智能家居成家电未来大趋势

曾经科幻电影中的科技感十足、自动化程度极高的生活场景，正被慢慢变为现实。

本次展会海尔将智慧家庭的展示更细致化，各个场景都设有专门的展厅，满足客户厨房、客厅、卧室、卫生间等智能家居全屋定制。

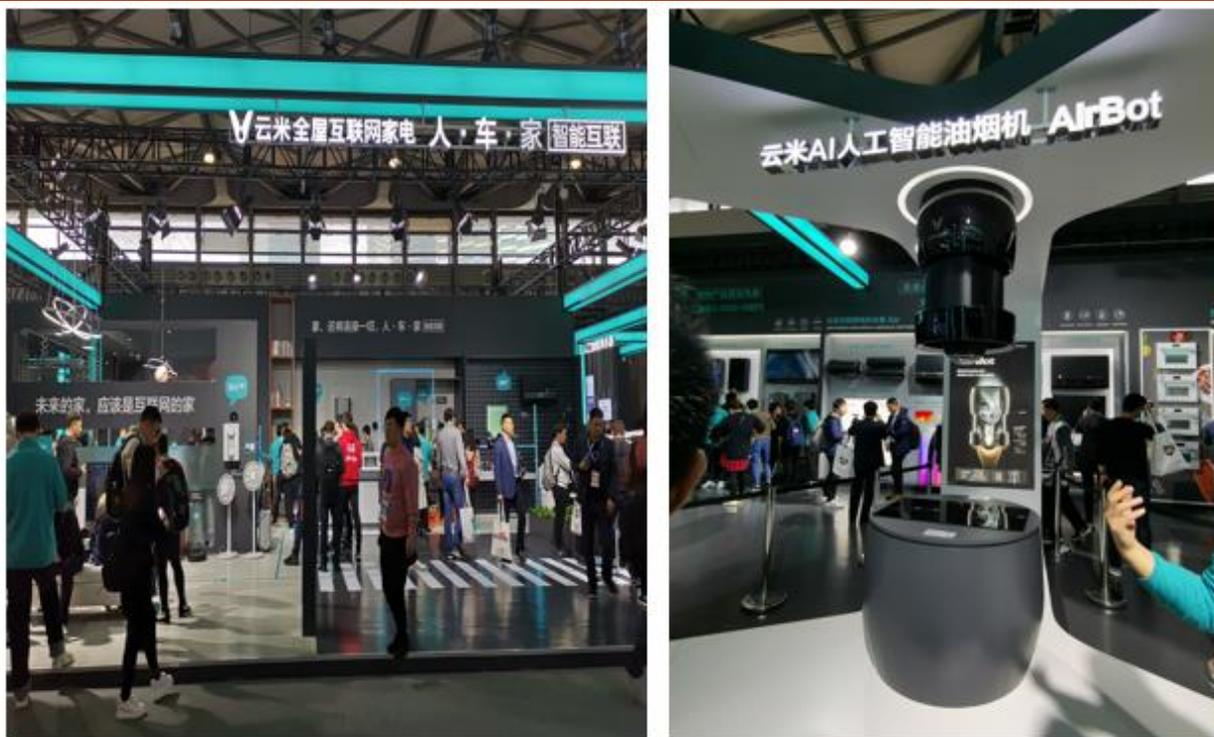
图表 12: 海尔智慧家庭可定制化



数据来源: 2019AWE 现场展示, 爱建证券研究所

云米作为小米生态链公司, 一直专注智能家电的研发与实现全屋互联网。本次展会云米除了发布新品, 如价值 30 万的 AirBot 智能家庭油烟机, 还宣布将和小鹏汽车合作, 并联合高端住宅开发商碧桂园等企业, 打造开放的智慧家居应用系统, 实现人-车-家互联。

图表 13: 云米的人-车-家互联以及 AI 人工智能油烟机



数据来源: 2019AWE 现场展示, 爱建证券研究所

华为也开始涉足智能家居场景。公司用手机为控制器、以智能音响为接入口，在物虽微却不缺的灯泡上发力，并且连接外部家电品牌如美的、科沃斯、极米等，而且还开发智能门锁给予家的安全保护。华为与小米一样具有手机客流量的基础，不同的是，华为并没有推出家电产品，更多的是站在开放的角度与传统家电企业联合，互补打造更坚实的合作关系。

图表 14：华为摄像头与智能音响



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

图表 15：华为智能台灯



数据来源：2019AWE 现场展示，爱建证券研究所

其他家电企业如 TCL、创维等等都有推出智能家居，智能家居全屋化将是未来的大趋势，各个企业都想分一杯羹。现阶段智能家居主要还停留在产品层面，产品的边界逐步打破，从单品连接到场景互动已经能基本实现，但是从“被动响应”到“主动学习”的 AI 场景还有很长的路要走。随着人工智能的快速发展以及 5G 时代的来临，“全屋智能、万物互联”终会实现。

5、风险提示

新品推出的时间及销量不达市场预期。

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

投资评级说明

报告发布日后的6个月内，公司/行业的涨跌幅相对同期的上证指数/深证成指的涨跌幅为基准。

公司评级

强烈推荐：预期未来6个月内，个股相对大盘涨幅15%以上

推荐：预期未来6个月内，个股相对大盘涨幅5%~15%

中性：预期未来6个月内，个股相对大盘变动在±5%以内

回避：预期未来6个月内，个股相对大盘跌幅5%以上

行业评级

强于大市：相对强于市场基准指数收益率5%以上；

同步大市：相对于市场基准指数收益率在~5%~+5%之间波动；

弱于大市：相对弱于市场基准指数收益率在~5%以下。

重要免责声明

本报告的信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与我公司和研究员无关。我公司及研究员对所评价或推荐的证券不存在利害关系。

我公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行服务或其他服务。

本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式发表、复制。如引用、刊发，需注明出处为爱建证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

爱建证券有限责任公司

地址：上海市浦东新区世纪大道1600号33楼（陆家嘴商务广场）

电话：021-32229888 邮编：200122

网站：www.ajzq.com