

家用电器行业周报（20190916-20190922）

推荐（维持）

美好生活家用电器系列：以萌动人的新小家电

- 小容量+高颜值的创意新兴小家电备受青睐，小熊电器以萌动人。**小家电产品具备更新换代周期短、无安装属性、地产关联度弱、单价相对低等特点，近年来产品结构升级明显，行业穿越周期稳健发展。我国小家电普及率相对较低，未来市场前景广阔，可选产品种类不足 100 种，家庭实际拥有量低于 10 种/百户，相比于欧美等发达国家（产品种类：约 200 种；保有量：30 种/百户）留有较大的提升空间，随着人们生活水平的提高以及产品品类的日渐丰富，小家电行业规模有望持续稳步增长。从细分品类来看，电饭煲等传统厨房小电市场格局基本稳定，而酸奶机等创意新兴小家电普及率较低且行业格局尚未明晰，未来留有更多的成长空间。随着我国单身经济凸显，一人用、便捷化、品质化等成趋势，小容量+高颜值的家电产品备受市场青睐，根据阿里渠道的《家电行业消费洞察及营销启示》显示，过去 2 年中一人份的酸奶机和高颜值的金属边框平板电视订单量年均增幅分别为+646%和+453%。小熊电器深耕新兴创意类小家电，2018 年启动“萌家电”全新品牌战略，以萌动人。小熊产品小容量、高颜值、低单价特点明显，切实符合目前消费者对小家电的产品需求。小熊已在多个新兴品类取得领先地位，在 2017/2018 年的天猫商城热销品牌榜中，小熊电器的电热饭盒、酸奶机、煮蛋器/蒸蛋器、多士炉和电动打蛋器实现全年各月均排名第一。
- 家电龙头均获北上资金加配。**截至 2019 年 9 月 20 日，北上资金对美的集团、格力电器、海尔智家、老板电器、苏泊尔和 TCL 集团持股比例分别为 15.29%、11.92%、12.40%、11.16%、7.02%和 2.09%，较上周分别+0.13pct、+0.16pct、+0.06pct、+0.31pct、+0.08pct 及 0.00pct，基本全部获外资加配。北上资金对海信电器、三花智控、华帝股份持股比例分别为 0.98%、10.77%和 0.72%，较上周分别+0.05pct、+0.27pct 及 -0.20pct。（注：此处统计口径为北上资金持有股数/流通 A 股股数。）
- 投资策略：**随着企业减税落地、后续交房预期回暖，以及消费政策的试点推行，家电行业有望受益回暖；另外 MSCI 纳入因子逐步提升，北上资金料将持续流入，看好行业中长期配置价值，行业评级维持“推荐”。重点推荐确定性较高以及预期改善品种：1) 高壁垒、低估值以及未来发展值得期待的龙头公司：美的集团、格力电器和海尔智家；2) 受益于竣工预期改善的厨电龙头公司：老板电器和华帝股份；3) 抗周期性强的的小家电龙头公司：苏泊尔和九阳股份。
- 风险提示：**宏观经济下行；终端需求不及预期；地产调控影响。

重点公司盈利预测、估值及投资评级

简称	股价(元)	EPS (元)			PE (倍)			PB	评级
		2019E	2020E	2021E	2019E	2020E	2021E		
格力电器	58.04	4.8	5.28	5.83	12.09	10.99	9.96	3.82	强推
美的集团	52.7	3.28	3.7	4.21	16.07	14.24	12.52	4.4	强推
海尔智家	15.83	1.28	1.41	1.56	12.37	11.23	10.15	2.62	强推
老板电器	28.9	1.7	1.88	2.08	17.0	15.37	13.89	4.54	强推
华帝股份	10.94	0.96	1.16	1.37	11.4	9.43	7.99	3.72	强推
苏泊尔	72.4	2.43	2.87	3.3	29.79	25.23	21.94	10.06	强推
九阳股份	23.41	1.11	1.27	1.44	21.09	18.43	16.26	4.71	强推
海信家电	11.83	1.2	1.34	1.49	9.86	8.83	7.94	2.19	强推
浙江美大	13.76	0.69	0.82	0.99	19.94	16.78	13.9	6.51	强推
飞科电器	38.58	1.95	2.02	2.14	19.78	19.1	18.03	6.46	推荐
三花智控	13.25	0.49	0.57	0.66	27.04	23.25	20.08	4.25	推荐
新宝股份	12.9	0.75	0.85	0.93	17.2	15.18	13.87	2.65	强推

资料来源：Wind，华创证券预测

注：股价为 2019 年 09 月 20 日收盘价

华创证券研究所

证券分析师：龚源月

电话：021-20572560

邮箱：gongyuanyue@hcyjs.com

执业编号：S0360519060003

行业基本数据

		占比%
股票家数(只)	59	1.6
总市值(亿元)	12,346.31	1.96
流通市值(亿元)	11,430.02	2.48

相对指数表现

%	1M	6M	12M
绝对表现	5.69	6.7	33.18
相对表现	1.62	4.13	17.78



相关研究报告

《家用电器行业 2019 半年报总结：行业短期换挡前行，龙头经营稳健依旧》

2019-09-05

《白电板块表现优异，小家电增速略有放缓——电商渠道 2019 年 8 月数据分析及总结》

2019-09-08

《家用电器行业周报（20190909-20190912）：外资限制逐步放开，家电龙头优先受益》

2019-09-15

# 目录

一、小容量+高颜值的创意新兴小家电备受青睐，小熊电器以萌动人.....	4
二、家电龙头均获北上资金加配.....	8
三、成本分析：本周主要原材料价格多数下行.....	10
四、上周行情回顾.....	11
五、行业公告及新闻.....	12
（一）公司公告.....	12
（二）行业新闻.....	13
六、风险提示.....	14

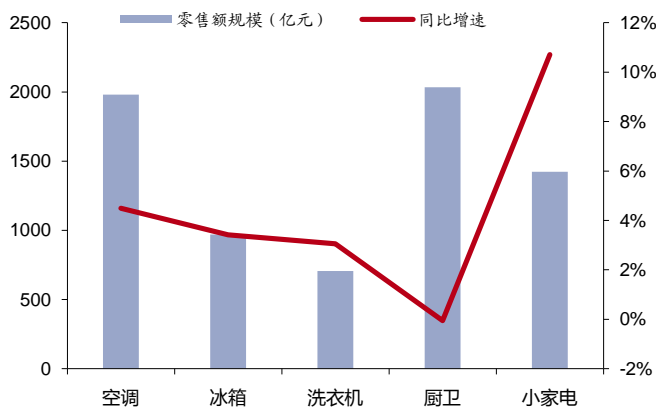
# 图表目录

图表 1	2018 年家电主要品类零售规模及增速	4
图表 2	2018 年小家电细分品类规模及增速	4
图表 3	我国单身人口比率持续提升	5
图表 4	我国平均每户人数下滑，单身经济凸显	5
图表 5	阿里渠道显示去年 2 年中一人用家电产品订单量高速增长	5
图表 6	传统小家电龙头纷纷布局小容量产品	6
图表 7	美的萌系电饭煲	6
图表 8	九阳 LINE FRIENDS 电烤箱	6
图表 9	小熊电器主要产品类型以新兴创意类小家电为主	7
图表 10	小熊电器 logo 色调较为丰富，贴合品牌形象	7
图表 11	小熊电器“萌仔”形象	7
图表 12	小熊电器产品多为小容量、一人用、价格实惠	8
图表 13	美的电热锅及煮蛋器	8
图表 14	小熊电器多品类在天猫商城热销品牌榜分月排名第一	8
图表 15	2019 年 9 月 20 日沪股通前十大活跃个股	8
图表 16	2019 年 9 月 20 日深股通前十大活跃个股	9
图表 17	2018 年初至今 MSCI 现有家电标的北上资金持股占比（%）	10
图表 18	2018 年初至今 MSCI 新增家电标的北上资金持股占比（%）	10
图表 19	家电各子板块成本拆分	10
图表 20	原材料钢结算价格走势图	11
图表 21	原材料铜结算价格走势图	11
图表 22	原材料铝结算价格走势图	11
图表 23	原材料塑料结算价格走势图	11
图表 24	2016 年年初至今家用电器指数与沪深 300 指数走势比较	12
图表 25	2019 年以来各行业涨跌幅比较（按申万分类）	12

## 一、小容量+高颜值的创意新兴小家电备受青睐，小熊电器以萌动人

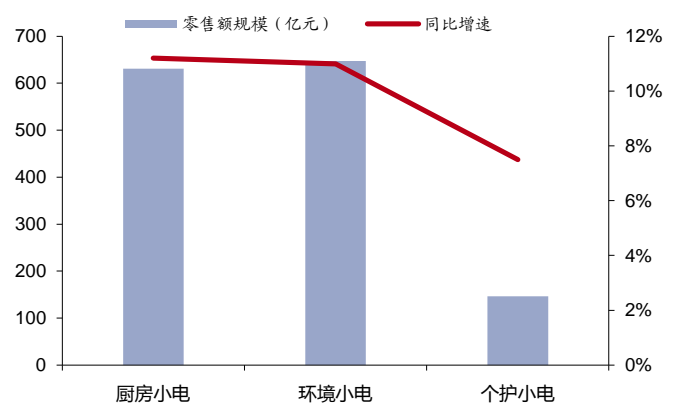
**消费升级推动小家电行业稳健增长。**随着人们收入水平的提高，消费者更加注重个性化和高品质的生活方式，各类层出不穷的小家电产品满足了消费者的不同需求，行业规模日益增长。与大家电产品相比，小家电具备更新换代周期短、无安装属性、地产关联度弱、单价相对低等特点。受益于近年来小家电行业整体稳健增长，2018年小家电行业实现规模1424亿元，同比增长10.7%，表现明显优于家电行业整体（同比+1.9%）。小家电行业品类繁杂，涵盖电饭煲、电磁炉、电压力锅、煮水系列、吸尘器、空气净化器、美发系列等众多产品。根据中怡康的分类，小家电产品大致可分为三类：厨房小电、环境小电和个护小电。2018年小家电市场中环境小电和厨房小电分别贡献45.4%和44.3%，且均实现10%以上的较快增长，而个护小电表现则略逊一筹。

**图表 1 2018 年家电主要品类零售规模及增速**



资料来源：中国家用电器研究院&全国家用电器工业信息中心联合发布的《2018年中国家电行业年度报告》，中怡康，华创证券；  
备注：空调、冰箱和洗衣机数据来自《2018年中国家电行业年度报告》，厨卫和小家电数据来自中怡康

**图表 2 2018 年小家电细分品类规模及增速**



资料来源：中怡康，华创证券

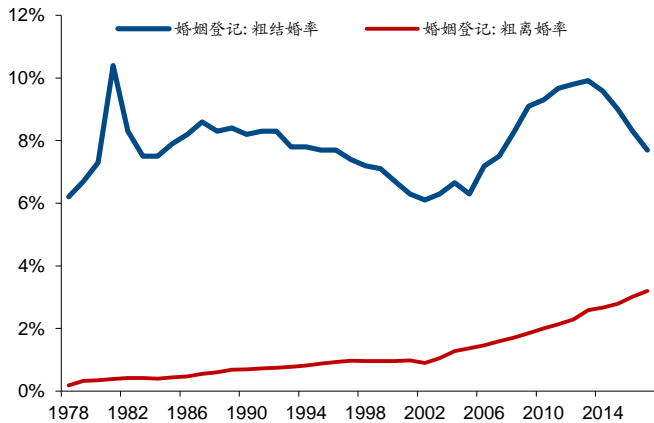
**小家电普及率相对较低，未来市场前景广阔。**与欧美等发达国家相比，我国小家电市场无论是从可选产品种类和实际拥有数量来看都存在较大的提升空间。产品种类方面：根据CBNDATA显示，欧美发达市场小家电品类约200种，而我国不足100种。实际普及方面：我国的厨房小电（电饭锅、电磁炉、电压力锅、电热水壶等）已基本完成普及，但多数品类仍处于较低水平。环境小电类：我国吸尘器保有量仅12台/百户，而美国、英国、日本和韩国吸尘器保有量分别高达150、105、95和90台/百户；个护小电类：2016年我国家庭美健（个护）电器的保有量为30台/百户，而美国和日本分别为354台/百户和126台/百户。根据欧睿国际数据显示，我国家庭小家电保有量不足10种/百户，相较于欧美等发达国家（30种/百户）仍有较大提升空间，未来行业前景广阔。随着人们生活水平的提高以及小家电行业产品品类的日渐丰富，行业规模有望持续稳步增长。

**小家电传统厨房品类格局已定，但创意新兴品类仍有想象空间。**在传统厨房小电领域，美的、九阳和苏泊尔三足鼎立，行业竞争格局稳定；在个人护理小电领域，剃须刀品类规模占比较高，且在剃须刀领域基本已经形成飞科电器、飞利浦的双寡头格局。小家电品类繁多，多数家庭仍以传统小家电为主，而如酸奶机、煮蛋器、多士炉等诸多细分的创意新兴品类规模相对较小，且产品的普及率较低，市场格局尚未稳定，未来留有更多的成长空间。

**单身经济凸显，一人用、便捷化、品质化等成趋势。**对比生活相似的日本，在经历经济泡沫、金融破产等一系列事件后，日本单身人口比例不断增加，同时伴随着消费阶段进入以个性化、私有主义为特征的第三消费社会，家电产品的“一户一台”的消费观念向“一人一台”转变，推动部分家电产品的快速增长。目前我国经济恰处于调整阶段，经济增速有所放缓，城镇化率不断提升，2017年提升至57.96%。随着生活节奏的加快和工作压力的提升，我国单身人口数量持续攀升，根据民政局数据显示，我国离婚率自2002年起持续上升，结婚率自2013年起持续下滑。我国

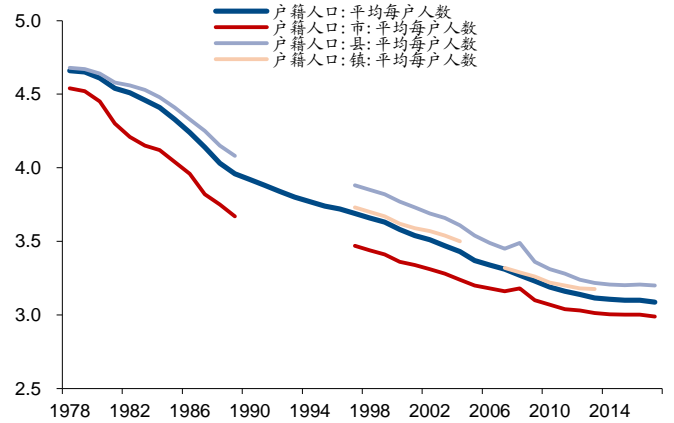
每户平均人数逐年呈下滑态势，单身经济日益凸显，一人用、品质化、便捷式、集成式产品成为趋势。尤其是一人用趋势明显，单身用户的增加促进了一人用家用电器产品的需求逐步释放，根据阿里渠道发布的《家电行业消费洞察及营销启示》显示，过去的2年中，一人用家电产品订单量高速增长，其中一人份酸奶机、一人用榨汁机、一人用煮蛋器、一人用电水壶产品订单量分别年均同比+646%、+126%、+118%、+100%。

**图表 3 我国单身人口比率持续提升**



资料来源: wind, 民政局, 华创证券

**图表 4 我国平均每户人数下滑，单身经济凸显**



资料来源: wind, 华创证券

**图表 5 阿里渠道显示去年2年中一人用家电产品订单量高速增长**



资料来源: 阿里妈妈《家电行业消费洞察及营销启示》

**颜值即正义，高颜值产品备受消费者青睐。**颜值已经逐步成为消费者选择产品的重要考虑因素。根据尼尔森报告显示 64%的消费者会选择购买包装更吸引人的产品。阿里渠道的《家电行业消费洞察及营销启示》也表明消费者在家电消费时注重颜值，对产品外观具有较高要求，过去2年中具备科技美感的曲面屏电视、金属边框平板电视订单量分别年均增长 91%和 453%。小家电行业中一人用、高颜值的创意新兴产品或成消费者关注的热点，料前景广阔。

**传统小家电龙头注重小容量及高颜值需求。**为满足消费者的小容量和高颜值的需求，传统小家电龙头纷纷布局，美的推出迷你萌系电饭煲、家用便携式榨汁机、可折叠小型家用电热水壶等；苏泊尔关注小容量需求，推出小容量炖锅、便捷折叠式电热水壶及迷你电饭煲等；九阳同样推出诸多小容量产品，如小型酸奶机、迷你豆浆机、折叠热水壶等，为打造高颜值萌系产品，九阳与 LINE FRIENDS 合作推出专属系列的小容量 12L 电烤箱。但目前传统小家电龙头仍以电饭煲、豆浆机等优势品类为主，创意小家电品类涉足较少，且颜值产品的推出尚未形成统一风格。

图表 6 传统小家电龙头纷纷布局小容量产品



美的迷你炖盅

苏泊尔便携式电热水壶

九阳便携式电热水壶

九阳便携式榨汁机

资料来源：天猫

图表 7 美的萌系电饭煲



资料来源：天猫

图表 8 九阳 LINE FRIENDS 电烤箱



资料来源：天猫

**小熊电器深耕创意小家电领域。**近期登陆 A 股市场的小熊电器深耕创意小家电，贴合了一人用、高颜值等特点，获得大量消费者的关注。小熊电器在产品类型上选择从电饭煲等传统五件以外的新兴创意小家电切入，以酸奶机起家，现在产品类型包括以电炖锅、电蒸锅等在内的锅煲类，以酸奶机、煮蛋器等在内的电热类，以养生壶、煎药壶等在内的壶类，以电饼铛、多士炉等在内的西式类产品，以打蛋器、和面机等在内的电动类，以加湿器等在内的生活小家电类等。

图表 9 小熊电器主要产品类型以新兴创意类小家电为主



资料来源：小熊电器招股说明书，华创证券

小熊推出萌家电战略，高颜值小容量产品切合消费者需求。小熊电器在 2018 年启动“萌家电”全新品牌战略，并设计全新品牌形象“萌仔”，将“轻、软、暖”定为品牌的主调性。从天猫的小熊电器旗舰店在售产品来看，多为小容量、一人用产品，且价格相对较低，多在 200 元以下，如迷你小型 1-2 人的电饭煲、小型的 9L 的电烤箱、2.5L 的多功能涮锅、小型 1 人用的煮蛋器，分别售价 169 元、139 元、179 元和 169 元。对比市面部分产品，小熊的产品外观色调相对更为明亮，且设计感和萌系属性更为突出，以颜值俘获消费者。小熊的产品具备小容量和高颜值等特性，切实符合目前消费者对小家电的产品需求，截至 9 月 21 日天猫平台中小熊电器官方旗舰店收获粉丝数 233 万。

图表 10 小熊电器 logo 色调较为丰富，贴合品牌形象

图表 11 小熊电器“萌仔”形象



资料来源：公司官网



资料来源：ZCOOL

图表 12 小熊电器产品多为小容量、一人用、价格实惠



资料来源: 天猫, 华创证券

图表 13 美的电热锅及煮蛋器



资料来源: 天猫, 华创证券

小熊电器已在多品类获得领先地位。小熊电器深耕创意新兴小家电品类, 产品以小容量和高颜值俘获消费者青睐, 多品类已获得市场领先地位。根据招股说明书披露, 小熊各主要品类在 2017 年和 2018 年的天猫商城热销品牌榜分月排名中均表现优异, 其中电热饭盒、酸奶机、煮蛋器/蒸蛋器、多士炉和电动打蛋器实现全年各月均排名第一。

图表 14 小熊电器多品类在天猫商城热销品牌榜分月排名第一

产品名称	2017 年度	2018 年度
电热饭盒	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一
酸奶机	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一
煮蛋器/蒸蛋器	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一
多士炉	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一
电动打蛋器	全年各月均排名第一	全年各月均排名第一

资料来源: 小熊电器招股说明书, 华创证券

## 二、家电龙头均获北上资金加配

据 2019 年 9 月 20 日北上资金交易统计, 沪股通成交金额前十大个股分别为贵州茅台、中国平安、招商银行等, 深股通成交金额前十大个股分别为平安银行、五粮液、海康威视等。其中, 格力电器与美的集团分别以 6.22 亿元与 5.93 亿元跻身深股通成交金额第五名和第六名。

图表 15 2019 年 9 月 20 日沪股通前十大活跃个股

代码	排名	证券名称	成交金额(亿)	买入金额(亿)	成交净买入(亿)	涨跌幅(%)
600519.SH	1	贵州茅台	27.02	14.95	2.87	1.08
601318.SH	2	中国平安	20.36	12.37	4.39	0.28
600036.SH	3	招商银行	13.54	8.05	2.55	0.00
601888.SH	4	中国国旅	12.42	4.23	-3.95	-2.34
600276.SH	5	恒瑞医药	11.00	6.64	2.28	1.70



代码	排名	证券名称	成交金额(亿)	买入金额(亿)	成交净买入(亿)	涨跌幅(%)
600009.SH	6	上海机场	8.76	3.66	-1.43	-0.81
601288.SH	7	农业银行	6.71	4.05	1.40	0.29
600183.SH	8	生益科技	6.69	3.67	0.65	0.75
600900.SH	9	长江电力	6.21	3.53	0.86	1.18
601398.SH	10	工商银行	5.94	3.48	1.01	0.55

资料来源: wind, 华创证券

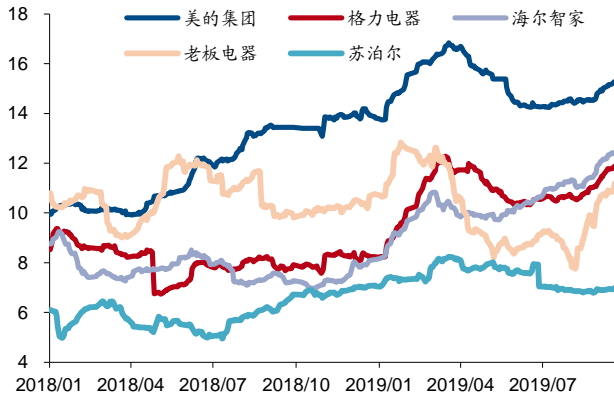
图表 16 2019 年 9 月 20 日深股通前十大活跃个股

代码	排名	证券名称	成交金额(亿)	买入金额(亿)	成交净买入(亿)	涨跌幅(%)
000001.SZ	1	平安银行	18.25	15.08	11.91	3.37
000858.SZ	2	五粮液	12.52	8.33	4.14	1.42
002415.SZ	3	海康威视	6.67	3.29	-0.10	-0.12
000002.SZ	4	万科 A	6.41	3.88	1.35	0.26
000651.SZ	5	格力电器	6.22	4.17	2.13	-0.77
000333.SZ	6	美的集团	5.93	3.97	2.01	-0.26
002475.SZ	7	立讯精密	5.39	2.56	-0.28	2.25
002241.SZ	8	歌尔股份	5.27	3.06	0.84	5.86
002304.SZ	9	洋河股份	4.99	2.42	-0.16	2.15
000568.SZ	10	泸州老窖	3.50	2.41	1.32	0.34

资料来源: wind, 华创证券

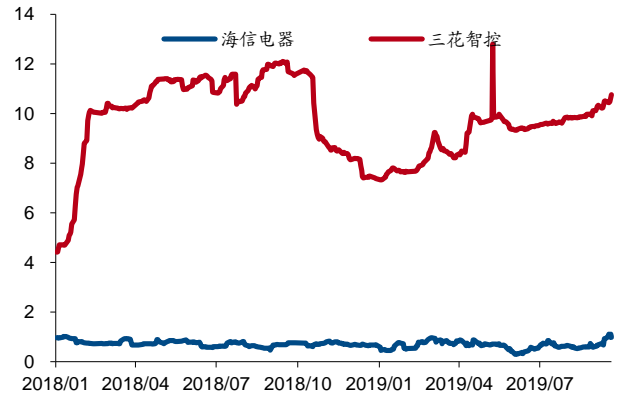
MSCI 新兴市场指数中现有 6 只家电板块成分股, 分别为美的集团、格力电器、青岛海尔、老板电器、TCL 集团及苏泊尔 (注: 2017 年 5 月加入), 至 2019 年 11 月 A 股纳入因子比例提高完成后, 将新增 3 只家电标的, 分别为海信电器、三花智控及小天鹅 A。截至 2019 年 9 月 20 日, 北上资金对美的集团、格力电器、海尔智家、老板电器、苏泊尔和 TCL 集团持股比例分别为 15.29%、11.92%、12.40%、11.16%、7.02% 和 2.09%, 较上周分别 +0.13pct、+0.16pct、+0.06pct、+0.31pct、+0.08pct 及 0.00pct, 基本全部获外资加配。北上资金对海信电器、三花智控、华帝股份持股比例分别为 0.98%、10.77% 和 0.72%, 较上周分别 +0.05pct、+0.27pct 及 -0.20pct。(注: 此处统计口径为北上资金持有股数/流通 A 股股数。)

图表 17 2018 年初至今 MSCI 现有家电标的的北上资金持股占比 (%)



资料来源: wind, 华创证券

图表 18 2018 年初至今 MSCI 新增家电标的的北上资金持股占比 (%)



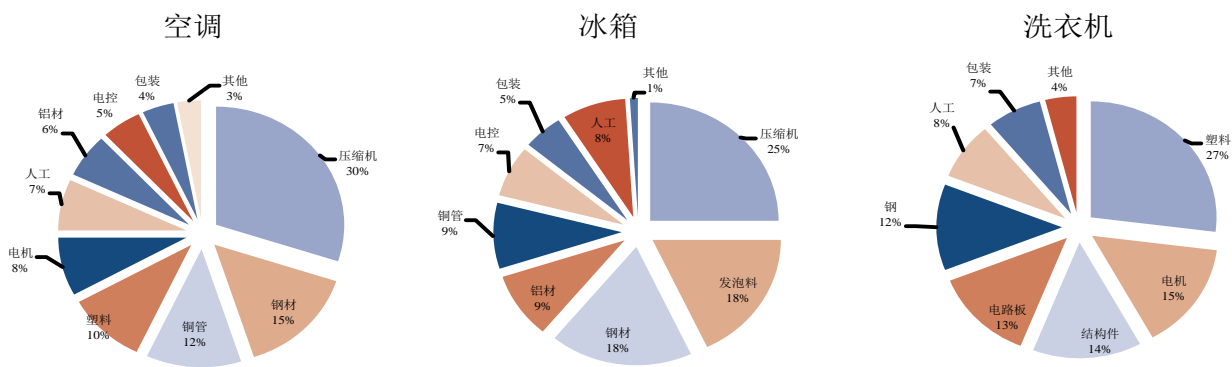
资料来源: wind, 华创证券

### 三、成本分析: 本周主要原材料价格多数下行

从成本端来看: 家电产品中的主要原材料包括钢材、铝材、铜材及塑料等, 合计占比约为 40%。

分品类来看: 空调产品成本中除压缩机 (30%) 外, 钢材、铜管、塑料及铝材分别占比 15%、12%、10%和 6%, 该四者合计占比约 43%, 是其原材料的主要构成部分。冰箱产品成本中钢、铝、铜及塑料合计占比为 39%。洗衣机产品中塑料为最为重要的原材料, 占比高达 27%, 钢材也是重要原材料之一, 占比达 12%。

图表 19 家电各子板块成本拆分



资料来源: wind, 华创证券

我们分别选取 SHFE 螺纹钢、SHFE 铜、SHFE 铝及 DCE 塑料期货结算价格作为原材料成本跟踪指标: 其中 SHFE 螺纹钢自 2018 年 10 月底出现下行拐点, 至 9 月 20 日价格下调 19.70%; SHFE 铝价格相较于 8 月底下滑 5.18%; DCE 塑料价格较 10 月初下降 19.72%; SHFE 铜价格相较于 2018 年初年下降 14.73%。本周原材料价格涨幅情况分别为: SHFE 螺纹钢价格涨幅相较于上周-3.26pct; SHFE 铝价格涨幅相较于上周-1.63pct; DCE 塑料价格涨幅相较于上周+5.68pct; SHFE 铜价格涨幅相较于上周-0.25pct。总体而言, 本周上游成本端主要原材料价格多数下行, 但塑料价格明显提升。

**图表 20 原材料钢结算价格走势**


资料来源: wind, 华创证券

**图表 21 原材料铜结算价格走势**


资料来源: wind, 华创证券

**图表 22 原材料铝结算价格走势**


资料来源: wind, 华创证券

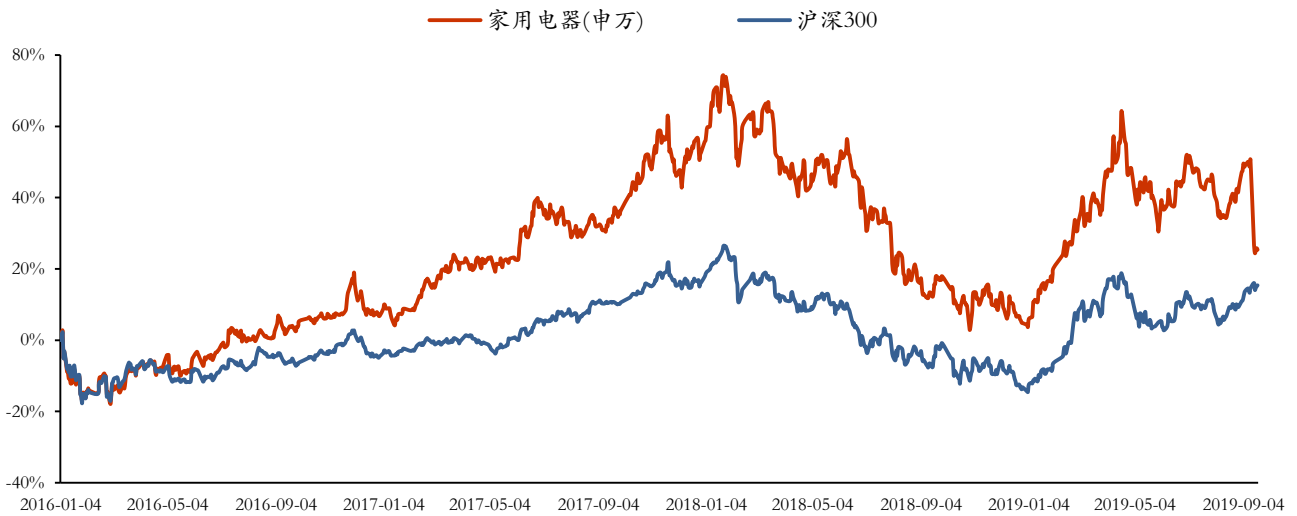
**图表 23 原材料塑料结算价格走势**


资料来源: wind, 华创证券

#### 四、上周行情回顾

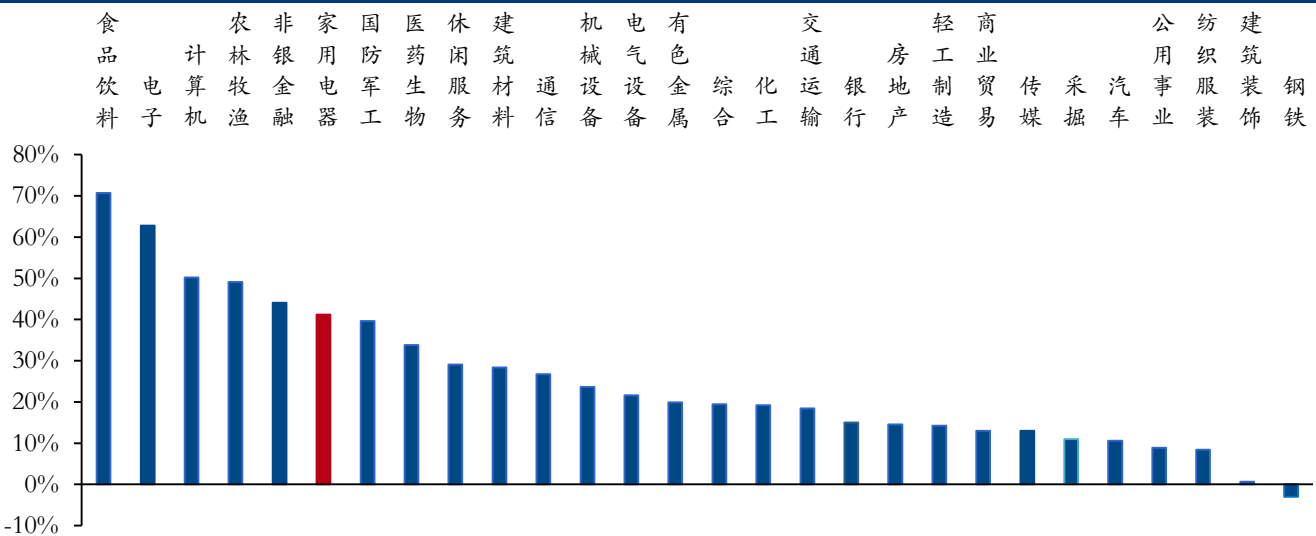
2019 年年初至今申万家用电器指数上涨 41.21%，沪深 300 指数上涨 30.72%，在申万 28 个子行业中排名第 6 位。上周(9月16日-9月20日)申万家用电器指数下跌 1.76%，沪深 300 指数下跌 0.92%。重点公司中，本周飞科电器(+3.43%)、老板电器(+3.36%)、苏泊尔(+2.17%)涨幅居前；浙江美大(-2.82%)、格力电器(-2.63%)、美的集团(-2.59%)领跌。

图表 24 2016 年年初至今家用电器指数与沪深 300 指数走势比较



资料来源: wind, 华创证券

图表 25 2019 年以来各行业涨跌幅比较 (按申万分类)



资料来源: wind, 华创证券

## 五、行业公告及新闻

### (一) 公司公告

- 1、【TCL 集团】股票回购进展: 截至 2019 年 9 月 18 日, TCL 集团通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购股份成交总金额为 16.44 亿元 (不含交易费用), 共计 4.84 亿股, 占公司总股本的 3.57%。
- 2、【九阳股份】回购注销: 本次回购注销的股权激励股份共计 5.90 万股, 占回购前公司总股本的 0.0077%。本次回购注销完成后, 公司股本总数由 76,737.10 万股调整为 76,731.20 万股。

- 3、【**奥佳华**】**股份回购完成**：截至2019年9月13日，公司本次回购股份计划的期限已届满暨完成。计划期间，公司已累计回购724.97万股，占总股本的1.29%，支付的自有资金总金额为1.00亿元（不含交易费用）。
- 4、【**日出东方**】**股东大会**：2019年第二次临时股东大会2019年10月16日14点00分召开。
- 5、【**创维数字**】**权益分派**：公司19半年度权益分派方案将按现总股本10.59亿股计，向全体股东每10股派发现金0.8元（含税），送红股0股（含税），不以公积金转增股本。
- 6、【**融捷健康**】**股东增持及减持**：控股股东融捷集团基于对公司未来发展的信心，近期陆续通过证券交易所大宗交易方式从持股5%以上股东金道明先生处购买804.05万股公司股份，占公司总股本的1.00%。

## （二）行业新闻

### 1、2019年8月中国家电市场总结（线下篇）

**冰箱**：奥维云网（AVC）推总数据显示，2019年8月线下冰箱市场零售额为59亿元，同比增长7.1%，零售量159万台，同比增长0.6%。下半年冰箱市场开局不利，8月连锁渠道促销带动一波需求集中释放，市场短期回温，但不具有延续性。促销期间，重点细分市场价格下降明显，十字产品增长突出，零售额占比高达26%，同比增长4.6个百分点，超过对开成为冰箱市场第一大细分市场。

**空调**：8月份空调市场价格竞争激烈，刺激之下市场需求稳中有升。根据奥维云网（AVC）全渠道推总数据显示，2019年8月份空调线下市场零售量规模为256万套，同比提升1.4%，零售额规模为89.6亿元，同比下降4.3%。分地区看，市场增长主要集中在中南、西南等省份，其中广东、四川、湖南、湖北等省份零售量同比均保持在双位数增长。产品结构方面，变频、节能和智能产品渗透率提升，同比分别增长2.8%、3.3%和12.0%。

**洗衣机**：8月线下洗衣机市场在7月份触底后迎来反弹，奥维云网（AVC）推总数据显示，2019年8月线下洗衣机市场零售额37.3亿元，同比增长6.8%，零售量138.5万台，同比下降0.1%。从销售渠道来看，8月线下增长的局面主要由全国性连锁渠道带动，其他渠道表现则相对疲软；而从分级市场来看，三级市场表现较为突出，增速领先其他各级市场；8月线下洗衣机市场保持消费升级势头，洗烘一体监测销量同比大幅增长41.8%，仍然是唯一增长的品类；另外，线下市场消费分级趋势已经显现，3000元以下及6000元以上市场销量占比同时增长，而3000-6000的中端区间占比塌缩。（来源：奥维云网）

### 2、2019年8月中国家电市场总结（线上篇）

**冰箱**：8月冰箱线上市场增长良好，奥维云网（AVC）线上推总数据显示，2019年8月冰箱线上市场零售额为32亿元，同比增长10.4%，零售量为175万台，同比增长16.0%。各类型产品价格均呈下探趋势，2000元以下的产品零售额占比超过40%，零售量占比超过67%，需求集中在低端市场释放。

**洗衣机**：8月洗衣机线上市场呈平稳增长态势，奥维云网（AVC）线上推总数据显示，2019年8月线上洗衣机市场零售量为153.7万台，零售额为20.5亿元，分别同比增长19.2%和12.3%，均价同比下降5.8%。受滚筒和波轮产品均价一再下探影响，8月份2000元以下市场零售量占比同比提升8.5个百分点，受互联网品牌带动，以及部分内资品牌跟进影响，2000元上下细分市场，洗烘一体渗透较为迅速。

**空调**：下半年空调整体市场需求不旺，电商渠道市场增速继续回落。根据奥维云网（AVC）推总数据显示，8月份空调电商整体市场零售量规模为172.2万台，同比增长6.0%，零售额规模为47.2亿元，市场增速仅为2.3%。本月行业竞争愈加激烈，均价同比下降5.6%，为2678元。产品结构方面，变频、节能产品占比同比继续提升，分别增长7.0%和1.5%。品牌方面，市场份额持续向头部品牌集中，TOP5品牌份额同比提升0.7%。（来源：奥维云网）

## 六、风险提示

宏观经济下行；终端需求不及预期；地产调控影响。

## 家电组团介绍

**组长、高级分析师：龚源月**

法国 ESSEC 商学院硕士。曾任职于弘则研究。2017 年加入华创证券研究所。

**助理研究员：贺虹萍**

上海财经大学经济学硕士。2019 年加入华创证券研究所。

## 华创证券机构销售通讯录

地区	姓名	职务	办公电话	企业邮箱
北京机构销售部	张昱洁	北京机构销售总监	010-66500809	zhangyujie@hcyjs.com
	杜博雅	高级销售经理	010-66500827	duboya@hcyjs.com
	张菲菲	高级销售经理	010-66500817	zhangfeifei@hcyjs.com
	侯春钰	销售经理	010-63214670	houchunyu@hcyjs.com
	侯斌	销售经理	010-63214683	houbin@hcyjs.com
	过云龙	销售经理	010-63214683	guoyunlong@hcyjs.com
	刘懿	销售助理	010-66500867	liuyi@hcyjs.com
广深机构销售部	张娟	所长助理、广深机构销售总监	0755-82828570	zhangjuan@hcyjs.com
	王栋	高级销售经理	0755-88283039	wangdong@hcyjs.com
	汪丽燕	高级销售经理	0755-83715428	wangliyan@hcyjs.com
	罗颖茵	高级销售经理	0755-83479862	luoyingyin@hcyjs.com
	段佳音	销售经理	0755-82756805	duanjiayin@hcyjs.com
	朱研	销售经理	0755-83024576	zhuyan@hcyjs.com
	花洁	销售经理	0755-82871425	huajie@hcyjs.com
包青青	销售助理	0755-82756805	baoqingqing@hcyjs.com	
上海机构销售部	石露	华东区域销售总监	021-20572588	shilu@hcyjs.com
	张佳妮	高级销售经理	021-20572585	zhangjian@hcyjs.com
	潘亚琪	高级销售经理	021-20572559	panyaqi@hcyjs.com
	沈颖	销售经理	021-20572581	sheny@hcyjs.com
	汪子阳	销售经理	021-20572559	wangziyang@hcyjs.com
	柯任	销售经理	021-20572590	keren@hcyjs.com
	何逸云	销售经理	021-20572591	heyiyun@hcyjs.com
	蒋瑜	销售助理	021-20572509	jiangyu@hcyjs.com
施嘉玮	销售助理	021-20572548	shijiawei@hcyjs.com	

## 华创行业公司投资评级体系(基准指数沪深 300)

### 公司投资评级说明:

强推: 预期未来 6 个月内超越基准指数 20%以上;  
推荐: 预期未来 6 个月内超越基准指数 10% - 20%;  
中性: 预期未来 6 个月内相对基准指数变动幅度在-10% - 10%之间;  
回避: 预期未来 6 个月内相对基准指数跌幅在 10% - 20%之间。

### 行业投资评级说明:

推荐: 预期未来 3-6 个月内该行业指数涨幅超过基准指数 5%以上;  
中性: 预期未来 3-6 个月内该行业指数变动幅度相对基准指数-5% - 5%;  
回避: 预期未来 3-6 个月内该行业指数跌幅超过基准指数 5%以上。

## 分析师声明

每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的分析师在此作以下声明:

分析师在本报告中对所提及的证券或发行人发表的任何建议和观点均准确地反映了其个人对该证券或发行人的看法和判断;分析师对任何其他券商发布的所有可能存在雷同的研究报告不负有任何直接或者间接的可能责任。

## 免责声明

本报告仅供华创证券有限责任公司(以下简称“本公司”)的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告所载资料的来源被认为是可靠的,但本公司不保证其准确性或完整性。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。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。本公司在知晓范围内履行披露义务。

报告中的内容和意见仅供参考,并不构成本公司对具体证券买卖的出价或询价。本报告所载信息不构成对所涉及证券的个人投资建议,也未考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况,自主作出投资决策并自行承担投资风险,任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的预期收入可能会波动。

本报告版权仅为本公司所有,本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面许可,任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用本报告的任何部分。如征得本公司许可进行引用、刊发的,需在允许的范围内使用,并注明出处为“华创证券研究”,且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

证券市场是一个风险无时不在的市场,请您务必对盈亏风险有清醒的认识,认真考虑是否进行证券交易。市场有风险,投资需谨慎。

## 华创证券研究所

北京总部	广深分部	上海分部
地址: 北京市西城区锦什坊街 26 号 恒奥中心 C 座 3A 邮编: 100033 传真: 010-66500801 会议室: 010-66500900	地址: 深圳市福田区香梅路 1061 号 中投国际商务中心 A 座 19 楼 邮编: 518034 传真: 0755-82027731 会议室: 0755-82828562	地址: 上海浦东银城中路 200 号 中银大厦 3402 室 邮编: 200120 传真: 021-50581170 会议室: 021-20572500