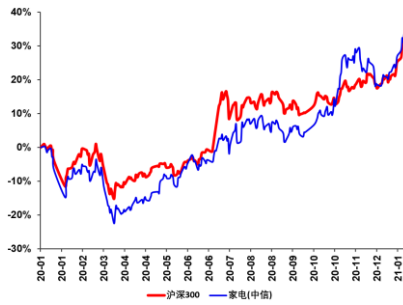


## 开年首周家电销售数据亮丽，线上尤为突出

行业评级：增持

报告日期：2021-01-10

### 行业指数与沪深300走势比较



分析师：虞晓文

执业证书号：S0010520050002

电话：18505739789

邮箱：yuxw@hazq.com

联系人：谢丽媛

执业证书号：S0010120050004

电话：15802117956

邮箱：xiely@hazq.com

联系人：邓颖

执业证书号：S0010120090074

电话：13817453822

邮箱：dengying@hazq.com

### 相关报告

《行业专题：原材料涨价与家电涨价影响分析》2020-12-06

《上海家化：百廿龙头蓄势再起航》2020-11-30

《华安证券新消费行业2021年度策略报告：新增长，新挑战》2020-11-30

### 主要观点：

● 从奥维数据来看，21W1（20.12.28-21.01.03）期间受益元旦假期需求释放，家电销售数据靓丽，持续向好，大家电量价齐升，线上表现尤其突出，消费偏好往线上迁移趋势越发明显。

空调线上、线下销额分别提升40%/27%，冰洗线上销额提升超50%；油烟机线上、线下销额分别提升37%/11%，集成灶线上、线下销额分别提升95%/37%。小家电方面，吸尘器表现相对优秀，线上、线下销额分别提升52%/39%。均价延续上涨趋势，大家电同比提升10%左右，吸尘器均价提升25%+，台式电烤箱、电压力锅、料理机等小家电品类均价小幅提升。

### 投资建议

长期看好小家电板块的需求提升及新消费带来的行业焕新高增，持续建议关注销量热度持续高涨的细分领域龙头**小熊电器**，公司在电商渠道具备先发优势，营销模式、产品研发设计、组织架构等非常适应新消费时代的需求，同时公司后端研发能力、供应链管理等方面也在不断巩固增强，长期具有较强增长潜力。建议关注多年维持小家电领域龙头地位、且能够顺应时代变迁迅速调整的**九阳股份**，如今已形成适应年轻人需求的产品研发体系、适应新消费的快速响应供应链体系和营销模式，预计新消费的发展将为九阳股份带来新一轮增长点。建议关注具备较强爆款复制能力的**新宝股份**，公司具备多年为海外高端品牌代工经验，供应链体系先进高效、能够快速响应，且旗下摩飞等自主品牌已探索出可复制的爆款模式，随着公司将摩飞的成功复制到旗下其他品牌与产品，未来进一步增长可期。并建议积极关注专注打磨高端小家电品质和钻研用户需求的**北鼎股份**、小家电稳定龙头**苏泊尔**。

在竣工正增长、地产回暖的长期逻辑下，建议关注渗透率持续提升的**集成灶细分领域**，持续建议关注具备较强产品优势和发展潜力的集成灶龙头**浙江美大**以及把握多个前卫营销渠道，规模快速扩张的**火星人**。建议关注零售恢复显著，同时随着地产转暖，预计将有明显边际改善精装修渠道厨电龙头**老板电器**。

在地产需求及装修需求延后释放的逻辑下，白电环比改善趋势明显，四季度销售数据亮眼。随着空调新能效标准生效，行业洗牌加剧，龙头份额有望进一步提升，且今年白电行业价格战已进入尾声，终端均价亦有所改善，后续有望实现量价齐升，美的四季度以来多品类份额提升，出口数据尤其亮丽，建议关注白电龙头底部复苏。推荐关注白电龙头美的集团、海尔智家、格力电器。

### 风险提示

地产表现低迷，需求修复不及预期。

# 正文目录

1 板块周度观点 .....	4
2 数据专题 .....	5
2.1 白电 .....	5
2.2 厨电 .....	7
2.3 小家电 .....	8
3 本周家电轻工板块走势 .....	11
4 原材料价格走势 .....	12
5 房地产数据跟踪 .....	13
风险提示: .....	14

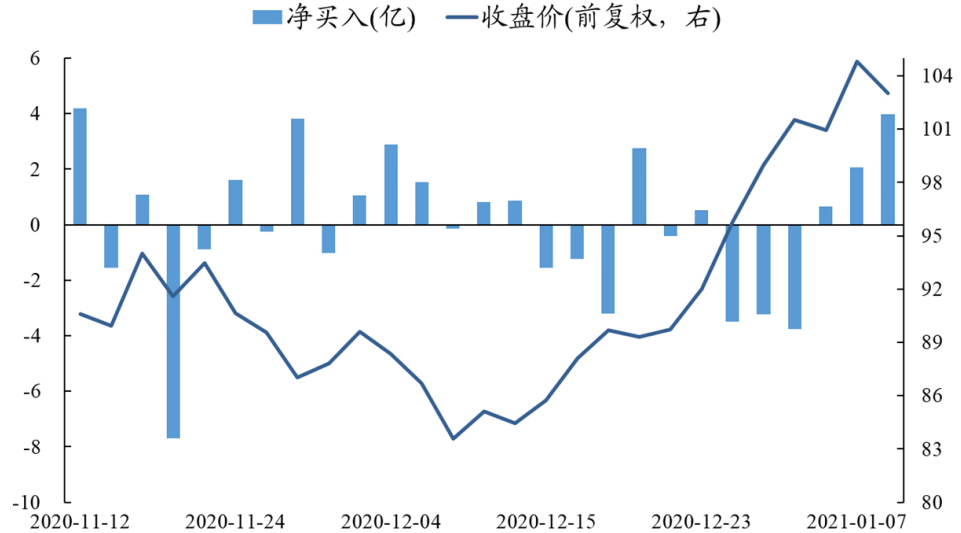
## 图表目录

图表 1 美的集团北上净买入与市场表现图 .....	4
图表 2 海尔销售数据累计汇总 .....	5
图表 3 美的销售数据累计汇总 .....	6
图表 4 格力销售数据累计汇总 .....	7
图表 5 老板销售数据累计汇总 .....	7
图表 6 华帝销售数据累计汇总 .....	8
图表 7 九阳销售数据累计汇总 .....	8
图表 8 苏泊尔销售数据累计汇总 .....	9
图表 9 小熊销售数据累计汇总 .....	9
图表 10 摩飞销售数据累计汇总 .....	10
图表 11 科沃斯销售数据累计汇总 (扫地机器人) .....	10
图表 12 莱克销售数据累计汇总 .....	10
图表 13 家电指数周涨跌幅 .....	11
图表 14 家电指数年走势 .....	11
图表 15 家电重点公司估值 .....	12
图表 16 铜铝价格走势 (美元/吨) .....	12
图表 17 塑料价格走势 (2005 年 11 月 1 日=1000) .....	12
图表 18 钢材价格走势 (1994 年 4 月=100) .....	13
图表 19 累计商品房销售面积 (亿平方米) .....	13
图表 20 当月商品房销售面积 (亿平方米) .....	13
图表 21 累计房屋竣工面积 (亿平方米) .....	13
图表 22 当月房屋竣工面积 (亿平方米) .....	13
图表 23 累计房屋新开工面积 (亿平方米) .....	14
图表 24 当月房屋新开工面积 (亿平方米) .....	14
图表 25 累计房屋施工面积 (亿平方米) .....	14
图表 26 大中城市成交面积 (万平方米) .....	14

# 1 板块周度观点

本周大盘持续上涨，家电板块延续上涨趋势，白电涨幅依然领先。本周美的集团连续五天北上资金成交额进入前十，1月8日实现净买入额近4亿，周累计净买入额-0.29亿元。

图表 1 美的集团北上资金净买入与市场表现图



资料来源: wind, 华安证券研究所

从奥维数据来看，21W1（20.12.28-21.01.03）期间受益元旦假期需求释放，家电销售数据靓丽，持续向好，大家电量价齐升，线上表现尤其突出，消费偏好往线上迁移趋势越发明显。空调线上、线下销额分别提升40%/27%，冰洗线上销额提升超50%；油烟机线上、线下销额分别提升37%/11%，集成灶线上、线下销额分别提升95%/37%。小家电方面，吸尘器表现相对优秀，线上、线下销额分别提升52%/39%。均价延续上涨趋势，大家电同比提升10%左右，吸尘器均价提升25%+，台式电烤箱、电压力锅、料理机等小家电品类均价小幅提升。

1月5日，商务部、财政部等12部门发布《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》，鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电给予补贴，有望进一步挖掘、释放农村消费潜力，推动产品升级。

长期看好小家电板块的需求提升及新消费带来的行业焕新高增，持续建议关注销量热度持续高涨的细分领域龙头小熊电器，公司在电商渠道具备先发优势，营销模式、产品研发设计、组织架构等非常适应新消费时代的需求，同时公司后端研发能力、供应链管理等方面也在不断巩固增强，长期具有较强增长潜力。建议关注多年维持小家电领域龙头地位、且能够顺应时代变迁迅速调整的九阳股份，如今已形成适应年轻人需求的产品研发体系、适应新消费的快速响应供应链体系和营销模式，预计新消费的发展将为九阳股份带来新一轮增长点。建议关注具备较强爆款复制能力的新宝股份，公司具备多年为海外高端品牌代工经验，供应链体系先进高效、能够快速响应，且旗下摩飞等自主品牌已探索出可复制的爆款模式，随着公司将摩飞的成功复制到旗下其他品牌与产品，

未来进一步增长可期。并建议积极关注专注打磨高端小家电品质和钻研用户需求的北鼎股份、小家电稳定龙头苏泊尔。

11月地产数据延续上月靓丽表现，销售面积延续较高增速，竣工方面持续修复，全年地产竣工修复可期，预计明年上半年也将持续受益于地产需求及装修需求的延后释放。维持全年地产竣工修复的判断，持续推荐地产后周期产业链。厨电 20Q3、Q4 销售增速持续显著恢复，数据表现亮丽，在竣工正增长、地产回暖的长期逻辑下，建议关注渗透率持续提升的集成灶细分领域，持续建议关注具备较强产品优势和发展潜力的集成灶龙头浙江美大以及把握多个前卫营销渠道，规模快速扩张的火星人。建议关注零售恢复显著，同时随着地产转暖，预计将有明显边际改善精装修渠道厨电龙头老板电器。

在地产需求及装修需求延后释放的逻辑下，白电环比改善趋势明显，四季度销售数据亮眼。随着空调新能效标准生效，行业洗牌加剧，龙头份额有望进一步提升，且今年白电行业价格战已进入尾声，终端均价亦有所改善，后续有望实现量价齐升，美的四季度以来多品类份额提升，出口数据尤其亮丽，建议关注白电龙头底部复苏。推荐关注白电龙头美的集团、海尔智家、格力电器。

## 2 数据专题

### 2.1 白电

开年首周白电整体线上、线下销售数据较好，部分品类增速表现亮眼。

截至 W01，海尔线上、线下整体增速表现亮眼。其中，线下卡萨帝洗碗机延续高增势头，保持三位数高速增长，空调、嵌入式电烤箱、冰箱亦有较好表现，均取得两位数增速。线上方面，冰箱、洗衣机、空调、洗碗机增速均较为亮眼，海尔洗碗机取得三位数增速。

图表 2 海尔销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
海尔	冰箱	销额同比	1%	-4%	-4%	26%	33%	43%	62%	98%
		均价	5,266	5,168	5,669	6,245	2,301	2,501	3,026	3,049
海尔	洗衣机	销额同比	4%	3%	3%	14%	-4%	11%	13%	16%
		销额同比	-5%	-3%	-4%	11%	26%	34%	42%	59%
		均价	3,662	3,603	3,682	4,357	1,667	1,729	1,885	1,875
海尔	空调	销额同比	4%	6%	3%	12%	-8%	13%	16%	22%
		销额同比	-5%	-14%	-5%	49%	66%	41%	34%	89%
		均价	3,329	3,579	4,033	4,108	2,474	2,877	2,938	3,029
海尔	洗碗机	销额同比	-15%	-6%	9%	12%	-22%	2%	3%	17%
		销额同比	-17%	-34%	-13%	6%	118%	93%	69%	137%
		均价	3,319	3,312	2,815	3,201	2,735	3,027	2,889	2,937
卡萨帝	洗碗机	销额同比	-4%	-7%	-17%	3%	-16%	3%	-6%	11%
		销额同比	222%	143%	156%	174%				
		均价	9,108	8,302	8,046	8,548				
卡萨帝	嵌入式电烤箱	销额同比	-24%	-24%	-22%	-17%				
		销额同比	21%	-6%	14%	31%				
		均价	9,511	9,402	8,754	9,234				
		销额同比	14%	6%	-6%	-8%				

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

截至 W01，线下方面，美的大家电整体品类增速保持正增长，但厨电套餐和油烟机承压明显，小家电各品类增速均为负增长，短期内承压较为明显。线上方面，大家电中的冰箱、洗衣机和小家电中的电压力锅、电饭煲增速亮眼，豆浆机则有所承压，其他品类整体增速波动不大。

图表 3 美的销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
美的	冰箱	销额同比	6%	-3%	-9%	6%	24%	39%	44%	82%
		均价	4,360	4,193	4,608	4,693	2,252	2,438	2,725	2,816
		均价同比	7%	1%	2%	6%	7%	11%	12%	15%
美的	洗衣机	销额同比	-19%	-14%	-15%	9%	20%	7%	27%	52%
		均价	2,415	2,128	2,227	2,375	1,404	1,289	1,461	1,427
		均价同比	14%	0%	-3%	1%	5%	-1%	8%	5%
小天鹅	洗衣机	销额同比	-5%	-12%	-9%	22%	32%	35%	43%	96%
		均价	3,994	3,302	3,279	3,413	1,690	1,638	1,881	1,924
		均价同比	15%	2%	4%	9%	-4%	4%	9%	19%
美的	空调	销额同比	-2%	-9%	-11%	35%	27%	14%	-18%	19%
		均价	3,332	3,407	3,554	3,967	2,368	2,714	2,853	3,030
		均价同比	-8%	-6%	5%	18%	-16%	0%	21%	20%
美的	厨电套餐	销额同比	-17%	-42%	-72%	-91%	28%	36%	42%	16%
		均价	3,643	3,264	3,209	3,184	2,359	2,515	2,436	2,713
		均价同比	-15%	-15%	-21%	-34%	-7%	0%	-5%	12%
美的	油烟机	销额同比	1%	-16%	-28%	-61%	25%	52%	45%	12%
		均价	3,021	2,820	2,863	2,739	1,354	1,417	1,411	1,522
		均价同比	-5%	-9%	-6%	-8%	-10%	-4%	-3%	16%
美的	嵌入式电烤箱	销额同比	10%	-11%	-9%	-4%	19%	17%	20%	-5%
		均价	5,769	5,831	5,834	5,840	3,430	3,988	3,712	3,757
		均价同比	-3%	-1%	2%	9%	-11%	16%	5%	6%
美的	台式电烤箱	销额同比	56%	-16%	-21%	-8%	106%	11%	1%	-4%
		均价	987	907	1,055	1,153	267	242	246	236
		均价同比	29%	-14%	6%	28%	6%	-5%	-4%	-2%
美的	洗碗机	销额同比	65%	21%	2%	-2%	74%	73%	58%	6%
		均价	4,213	4,784	4,952	4,975	2,894	3,273	3,319	3,942
		均价同比	7%	14%	15%	9%	3%	15%	10%	35%
美的	吸尘器	销额同比	-11%	-37%	-40%	-43%	23%	11%	20%	19%
		均价	1,066	1,184	1,281	1,434	433	409	452	427
		均价同比	-23%	-7%	-2%	9%	7%	-7%	3%	8%
美的	电饭煲	销额同比	-30%	-32%	-42%	-34%	5%	7%	15%	29%
		均价	594	572	579	605	223	227	233	211
		均价同比	8%	5%	4%	1%	-9%	-2%	1%	-4%
美的	电压力锅	销额同比	-28%	-29%	-37%	-41%	8%	1%	15%	62%
		均价	624	639	629	664	252	255	264	273
		均价同比	3%	6%	4%	6%	-5%	-3%	-3%	9%
美的	豆浆机	销额同比	-70%	-63%	-62%	-59%	2%	-53%	-52%	-33%
		均价	379	375	356	351	219	206	194	189
		均价同比	-12%	-13%	-17%	-13%	-18%	-19%	-15%	-12%
美的	料理机	销额同比	-34%	-36%	-38%	-52%	42%	18%	52%	18%
		均价	889	803	752	711	167	191	245	241
		均价同比	-20%	-25%	-33%	-38%	5%	15%	11%	27%
美的	电水壶	销额同比	-43%	-48%	-53%	-35%	-6%	-16%	16%	7%
		均价	157	157	160	159	100	95	100	110
		均价同比	-3%	0%	-1%	-2%	-9%	-11%	-7%	-2%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

截至 W01，格力空调线上、线下均为正增长，其中线上增速明显高于线下。

图表 4 格力销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
格力	空调	销额同比	-22%	-28%	-31%	19%	71%	34%	-17%	55%
		均价	3,972	3,956	3,990	4,319	2,821	3,183	3,441	3,424
		均价同比	-14%	-9%	9%	5%	-27%	-14%	32%	8%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

## 2.2 厨电

厨电板块各品类增速较为亮眼，部分品类高速增长。

截至 W01，老板电器线上、线下各品类增速均较好。其中，线上嵌入式电烤箱和洗碗机延续高增长势头，油烟机亦有较好表现，厨电套餐取得小个位数增长。线上各品类均保持两位数及以上增速，其中嵌入式电烤箱和洗碗机增速尤为亮眼。

图表 5 老板销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
老板	厨电套餐	销额同比	-10%	-11%	-9%	3%	4%	29%	47%	65%
		均价	6,094	6,176	6,302	6,511	3,830	4,113	4,041	4,366
		均价同比	0%	4%	5%	5%	-10%	0%	1%	4%
老板	油烟机	销额同比	-12%	-8%	4%	23%	3%	28%	41%	70%
		均价	4,411	4,417	4,534	4,677	2,273	2,410	2,401	2,589
		均价同比	-2%	1%	2%	5%	-16%	-7%	-3%	7%
老板	嵌入式电烤箱	销额同比	91%	69%	63%	66%	165%	369%	1406%	1821%
		均价	7,800	7,818	7,743	8,011	5,413	5,895	5,525	6,153
		均价同比	4%	-1%	-1%	-2%	10%	31%	22%	32%
老板	洗碗机	销额同比	90%	102%	86%	123%	180%	535%	375%	411%
		均价	6,558	6,516	6,471	6,516	4,222	4,662	4,926	4,855
		均价同比	-1%	-3%	-3%	-3%	6%	5%	10%	10%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

截至 W01，华帝线上、线下各品类整体增速较好。线下方面，洗碗机、嵌入式电烤箱和油烟机均取得高速增长，洗碗机增速尤为亮丽。线上方面，厨电套餐和油烟机均保持双位数正增长，但嵌入式电烤箱增速短期承压。

图表 6 华帝销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
华帝	厨电套餐	销额同比	-25%	-21%	-2%	2%	-12%	-30%	6%	20%
		均价	4,633	4,341	5,227	4,972	3,307	3,443	3,482	3,655
		均价同比	-6%	-8%	4%	-23%	-14%	0%	-1%	7%
华帝	油烟机	销额同比	-6%	-13%	-7%	19%	-6%	-22%	0%	24%
		均价	3,416	3,370	3,490	3,492	2,000	2,032	1,897	2,045
		均价同比	-4%	-4%	0%	3%	-13%	-8%	-11%	0%
华帝	嵌入式电烤箱	销额同比	60%	-1%	2%	21%	-49%	-57%	-5%	-21%
		均价	5,132	5,084	5,034	5,180	2,234	2,801	2,472	2,861
		均价同比	4%	5%	3%	1%	-20%	2%	-10%	14%
华帝	洗碗机	销额同比	192%	46%	76%	125%	21%			
		均价	5,309	5,062	5,408	5,640	3,696			
		均价同比	3%	1%	8%	0%	-3%			

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

## 2.3 小家电

小家电总体增速较去年同期有所回调，但部分品类维持高增态势。

截至 W01，九阳电饭煲线上、线下增速为正，其他各品类线上、线下增速短期内均有所承压。

图表 7 九阳销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
九阳	豆浆机	销额同比	-55%	-53%	-30%	-7%	-7%	-25%	-16%	-10%
		均价	790	826	982	1,094	415	377	403	386
		均价同比	-12%	0%	26%	34%	-9%	-14%	-11%	-6%
九阳	料理机	销额同比	-5%	-17%	-27%	-30%	128%	48%	36%	-6%
		均价	951	886	926	910	285	320	362	303
		均价同比	-5%	-10%	-15%	-18%	52%	19%	-2%	-1%
九阳	电饭煲	销额同比	-15%	-28%	-28%	7%	2%	12%	28%	19%
		均价	455	446	448	419	212	194	198	192
		均价同比	5%	-1%	-6%	-10%	-7%	-8%	-2%	-8%
九阳	电压力锅	销额同比	-20%	-28%	-24%	-15%	19%	12%	-4%	-9%
		均价	433	444	460	455	239	252	252	268
		均价同比	0%	0%	0%	3%	-11%	-6%	2%	20%
九阳	台式电烤箱	销额同比	8%	-20%	-22%	-36%	96%	23%	17%	1%
		均价	352	306	340	347	224	200	209	201
		均价同比	14%	-7%	10%	11%	-13%	-18%	-6%	-4%
九阳	洗碗机	销额同比					-32%	-31%	7%	-22%
		均价					1,701	1,458	1,263	1,313
		均价同比					-14%	-24%	-34%	-28%
九阳	电水壶	销额同比	-37%	-47%	-49%	-27%	-8%	-23%	-1%	-1%
		均价	140	141	144	143	82	80	84	82
		均价同比	6%	3%	1%	-2%	-14%	-21%	-13%	-18%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。



截至 W01，苏泊尔嵌入式电烤箱和豆浆机增速较为亮眼，其他各品类线上、线下增速短期内有所承压。

图表 8 苏泊尔销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
苏泊尔	电饭煲	销额同比	-31%	-39%	-40%	-26%	15%	0%	10%	1%
		均价	619	607	627	660	235	246	270	272
		均价同比	9%	6%	1%	8%	-9%	0%	7%	18%
苏泊尔	电压力锅	销额同比	-20%	-34%	-34%	-22%	12%	0%	14%	-2%
		均价	665	668	665	698	303	321	341	342
		均价同比	3%	3%	-1%	6%	-7%	2%	15%	19%
苏泊尔	豆浆机	销额同比	-70%	-76%	-81%	-86%	222%	215%	147%	164%
		均价	401	374	381	342	205	187	197	206
		均价同比	-5%	-13%	-6%	-16%	-25%	-30%	-10%	-13%
苏泊尔	料理机	销额同比	-33%	-35%	-40%	-18%	156%	75%	73%	31%
		均价	1,043	965	959	1,017	217	233	261	187
		均价同比	-9%	-16%	-19%	-11%	83%	47%	12%	5%
苏泊尔	台式电烤箱	销额同比	1654%	1223%	448%	-30%	192%	-35%	-34%	-12%
		均价	309	286	321	360	246	242	213	203
		均价同比	12%	5%	54%	91%	-4%	-7%	-15%	-15%
苏泊尔	厨电套餐	销额同比					3%	5%	-18%	-13%
		均价					1,810	1,831	1,840	1,991
		均价同比					-6%	-1%	6%	10%
苏泊尔	油烟机	销额同比					-10%	-2%	-22%	-16%
		均价					1,101	1,030	1,052	1,107
		均价同比					-13%	-16%	-9%	-2%
苏泊尔	吸尘器	销额同比	-9%	-19%	-41%	-32%	92%	36%	19%	19%
		均价	1,554	1,485	1,403	1,426	242	241	291	301
		均价同比	14%	2%	-12%	-17%	-38%	-23%	-6%	-5%
苏泊尔	嵌入式电烤箱	销额同比					1361%	2720%		13223%
		均价					2,334	2,284	2,184	2,293
		均价同比					-41%	-41%		-43%
苏泊尔	电水壶	销额同比	-40%	-45%	-45%	-18%	-2%	-11%	-5%	-1%
		均价	157	158	160	163	96	104	109	109
		均价同比	1%	0%	2%	2%	-16%	-4%	4%	5%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

截至 W01，线下方面，小熊电器料理机和台式电烤箱增速短期承压。线上方面，料理机和电饭煲增速保持高速增长，其他品类增速基本持平。

图表 9 小熊销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
小熊	料理机	销额同比	133%	-34%	-41%	-55%	72%	-3%	45%	54%
		均价	148	150	141	142	102	110	119	109
		均价同比	-2%	11%	2%	11%	-6%	9%	19%	17%
小熊	台式电烤箱	销额同比	70%	113%	109%	-11%	61%	-8%	19%	-3%
		均价	166	131	142	162	160	166	159	151
		均价同比	-5%	-29%	-10%	-13%	-25%	-11%	-6%	-14%
小熊	电饭煲	销额同比					340%	412%	400%	323%
		均价					148	145	151	150
		均价同比					-30%	-25%	-19%	-18%
小熊	豆浆机	销额同比								
		均价					231	220	228	201
		均价同比								

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

截至 W01，摩飞料理机线上、线下均取得高速增长，其中线上增速明显高于线下。

图表 10 摩飞销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
摩飞	料理机	销额同比	419%	87%	80%	66%				302%
		均价	198	212	237	244				282
		均价同比	-2%	6%	15%	31%				28%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

截至 W01，科沃斯吸尘器线上、线下均取得高速增长，其中线下增速高于线上。

图表 11 科沃斯销售数据累计汇总（扫地机器人）

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
科沃斯	吸尘器	销额同比	-29%	-26%	27%	95%	15%	33%	27%	61%
		均价	2,220	2,351	2,383	2,482	1,818	1,903	1,952	1,886
		均价同比	13%	22%	19%	28%	12%	18%	20%	20%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

截至 W01，莱克线下吸尘器增速改善，取得双位数增长。

图表 12 莱克销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W01
莱克	吸尘器	销额同比	-38%	-32%	-13%	16%				
		均价	2,609	2,707	3,018	3,062				
		均价同比	16%	24%	31%	30%				

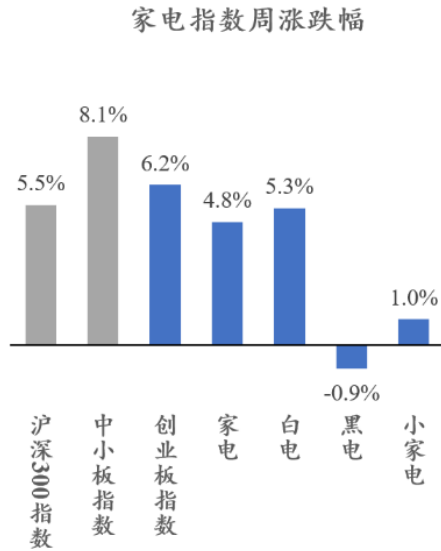
资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2020年12月和2021年1月为周度数据累加。

### 3 本周家电轻工板块走势

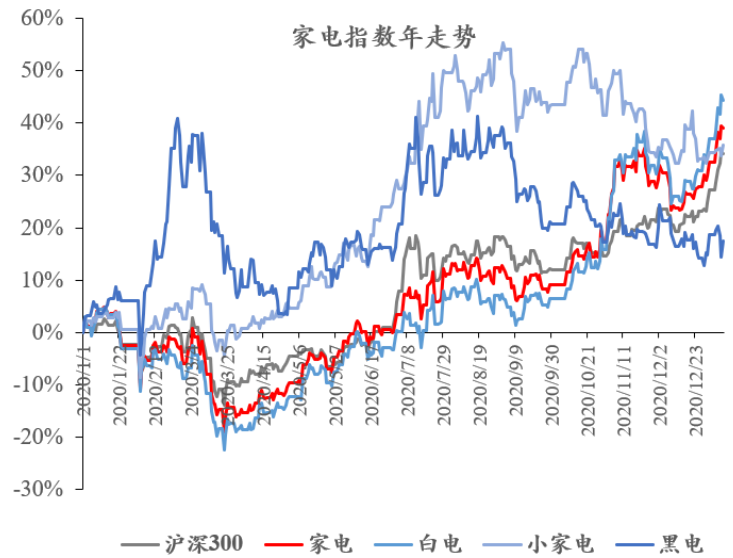
本周沪深 300 指数、中小板指数、创业板指数、家电板块涨跌幅分别为 5.5%、8.1%、6.2%、4.8%。从细分板块看，白电、黑电、小家电涨跌幅分别为 5.3%、-0.9%、1.0%。

图表 13 家电指数周涨跌幅



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 14 家电指数年走势



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 15 家电重点公司估值

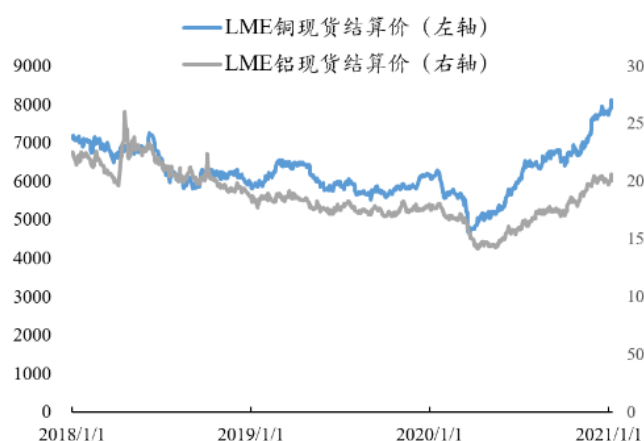
【华安新消费】家电重点公司估值														
	公司	市值 (亿元)	周涨跌幅	年初至今 涨跌幅	EPS				PE				BVPS	PB
					19A	20E	21E	22E	19A	20E	21E	22E		
白电	美的集团	7,242	4.6%	4.6%	3.6	3.6	4.1	4.7	28.6	28.5	24.9	22.1	15.1	6.8
	格力电器	3,892	4.5%	4.5%	4.1	3.3	4.2	4.8	15.7	19.8	15.6	13.5	18.8	3.4
	海尔智家	2,979	13.0%	13.0%	1.3	0.9	1.1	1.3	25.7	37.9	30.7	26.1	5.3	6.2
	海信家电	190	-3.1%	-3.1%	1.3	1.0	1.2	1.4	10.6	13.4	11.4	10.3	6.4	2.2
厨电	老板电器	446	15.3%	15.3%	1.7	1.8	2.0	2.3	28.0	25.9	23.1	20.7	7.5	6.3
	浙江美大	108	4.5%	4.5%	0.7	0.8	1.0	1.2	23.5	20.6	17.2	14.4	2.4	7.0
	华帝股份	74	-2.9%	-2.9%	0.9	0.7	0.8	0.9	10.1	12.7	10.5	9.2	3.5	2.5
小家电	苏泊尔	679	6.0%	6.0%	2.3	2.3	2.7	3.0	35.2	35.9	30.9	27.4	8.4	9.8
	九阳股份	253	2.8%	2.8%	1.1	1.2	1.4	1.6	30.8	27.7	23.8	21.0	5.1	6.5
	小熊电器	169	-4.4%	-4.4%	2.7	3.0	3.8	4.7	40.4	36.2	28.9	23.0	11.3	9.6
	新宝股份	340	0.3%	0.3%	0.9	1.3	1.6	1.9	49.4	32.1	26.1	22.0	5.4	7.9
	科沃斯	560	12.1%	12.1%	0.2	0.8	1.3	1.7	450.9	132.0	77.2	57.3	4.5	22.3
	石头科技	641	-7.1%	-7.1%	15.7	18.5	22.8	27.0	61.4	52.0	42.3	35.6	89.7	10.7
	飞科电器	206	1.0%	1.0%	1.6	1.6	1.7	1.9	30.1	30.5	27.7	25.4	6.3	7.5
	莱克电气	128	3.0%	3.0%	1.3	1.4	1.6	1.8	24.9	22.7	19.7	17.8	8.0	3.9
	荣泰健康	42	0.0%	0.0%	2.1	1.8	2.2	2.5	14.2	16.4	13.7	11.9	11.8	2.5
黑电	海信视像	142	-5.7%	-5.7%	0.4	0.7	0.8	0.9	25.5	16.0	13.7	12.1	11.1	1.0
	兆驰股份	296	5.3%	5.3%	0.3	0.3	0.4	0.5	26.1	18.8	15.1	12.8	2.2	3.0
	创维数字	83	-2.4%	-2.4%	0.6	0.6	0.7	0.9	12.8	14.1	10.9	9.0	3.5	2.2

资料来源：万得一致预期，华安证券研究所

## 4 原材料价格走势

本周 SHFE 铜、铝现货结算价分别为 8037、2008 元/吨，本周涨跌 1.49%、-0.27%，年初至今涨跌 1.49%、-0.27%。钢铁价格指数、中塑价格指数为 125、955，本周涨跌-3.58%、-0.99%，年初至今涨跌 17.10%（钢铁数据更新至 2020 年 12 月 31 日）、-0.99%。

图表 16 铜铝价格走势（美元/吨）



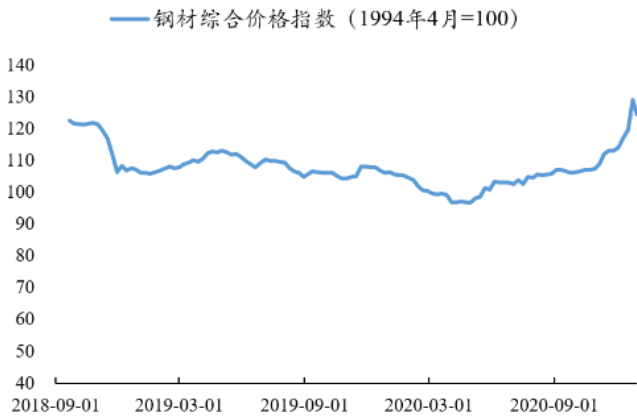
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 17 塑料价格走势（2005 年 11 月 1 日=1000）



资料来源：wind，华安证券研究所

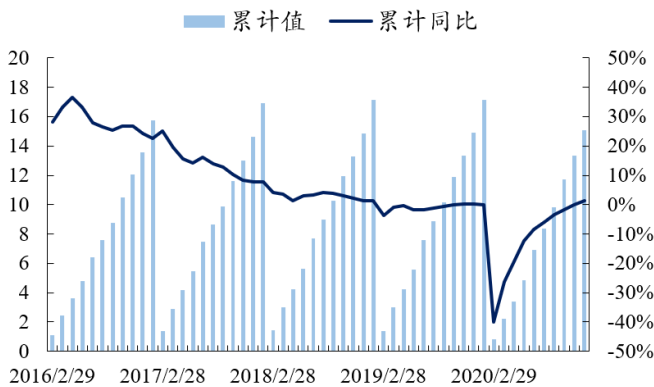
图表 18 钢材价格走势 (1994 年 4 月=100)



资料来源: wind, 华安证券研究所

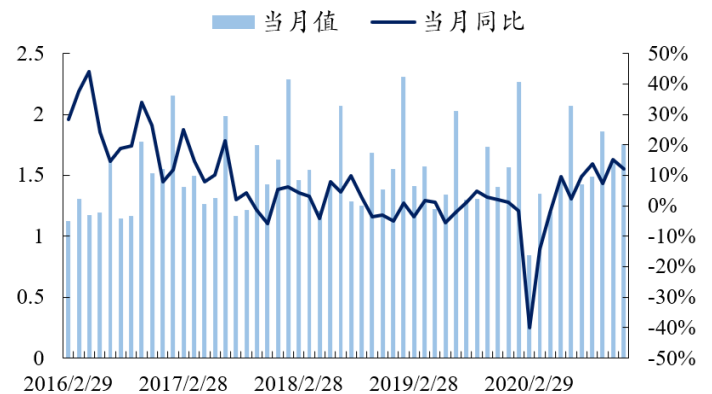
## 5 房地产数据跟踪

图表 19 累计商品房销售面积 (亿平方米)



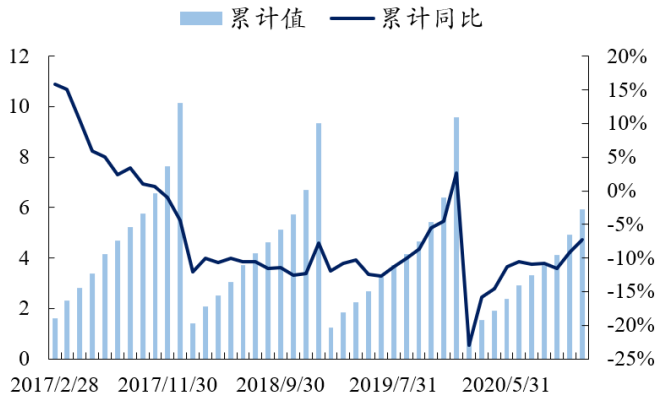
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 20 当月商品房销售面积 (亿平方米)



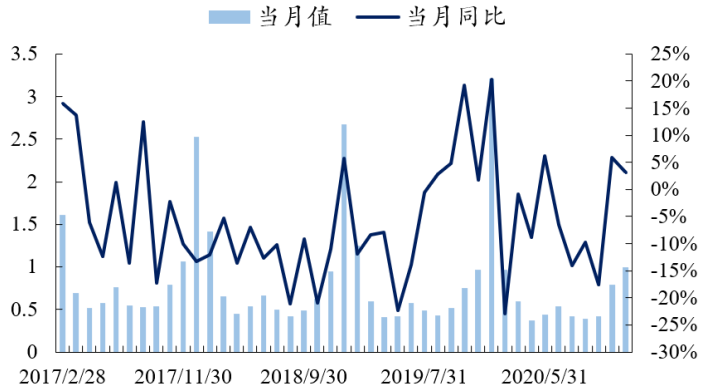
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 21 累计房屋竣工面积 (亿平方米)



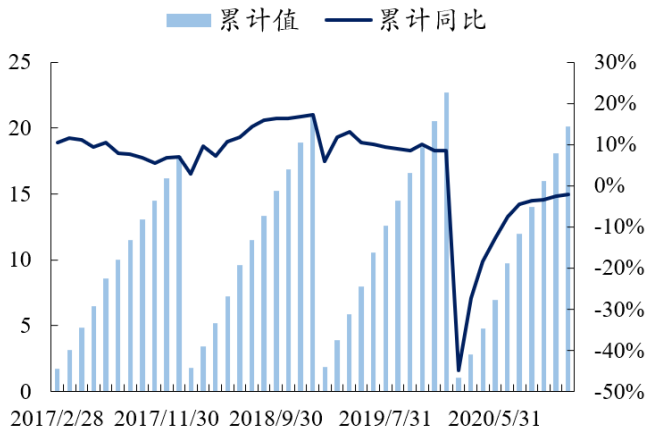
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 22 当月房屋竣工面积 (亿平方米)



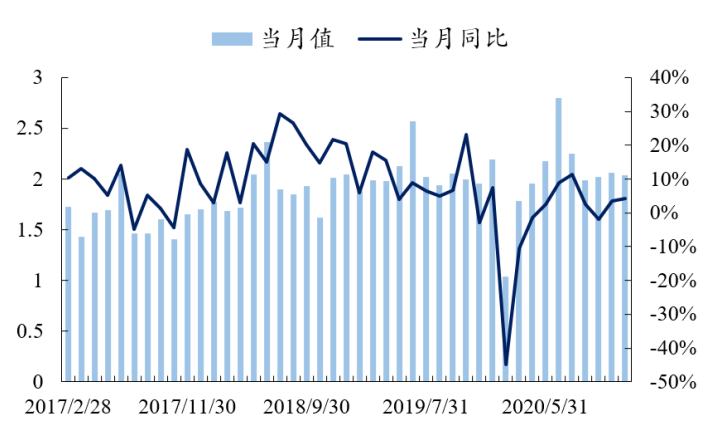
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 23 累计房屋新开工面积 (亿平方米)



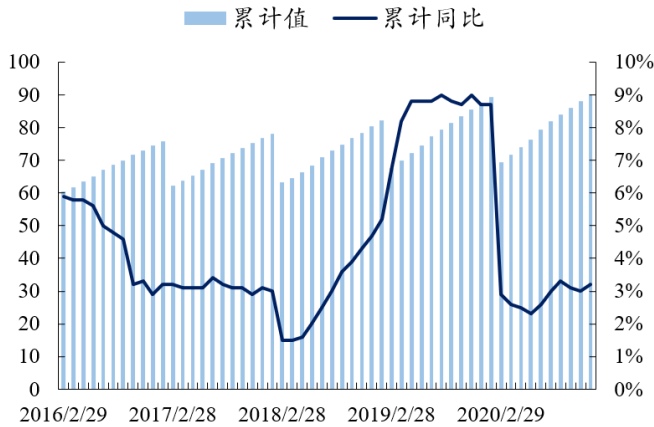
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 24 当月房屋新开工面积 (亿平方米)



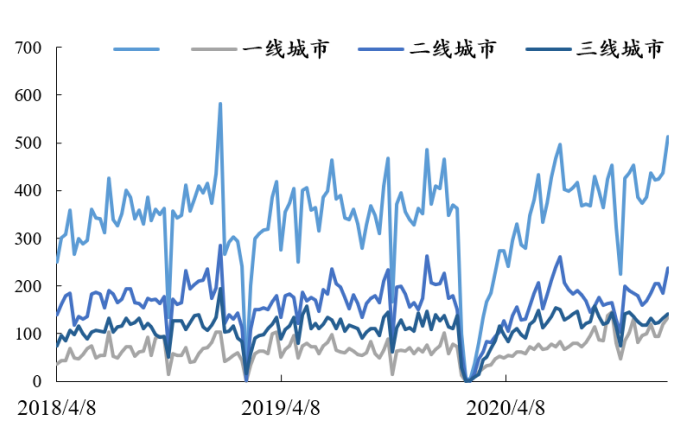
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 25 累计房屋施工面积 (亿平方米)



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 26 大中城市成交面积 (万平方米)



资料来源: wind, 华安证券研究所

## 风险提示:

地产表现低迷, 需求修复不及预期。

## 重要声明

### 分析师声明

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的执业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人对这些信息的准确性或完整性不做任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。报告中的信息和意见仅供参考。本人过去不曾与、现在不与、未来也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接接收任何形式的补偿，分析结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

### 免责声明

华安证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。本报告中的信息均来源于合规渠道，华安证券研究所力求准确、可靠，但对这些信息的准确性及完整性均不做任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也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。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。华安证券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，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

本报告仅向特定客户传送，未经华安证券研究所书面授权，本研究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。如欲引用或转载本文内容，务必联络华安证券研究所并获得许可，并需注明出处为华安证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。如未经本公司授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司并保留追究其法律责任的权利。

## 投资评级说明

以本报告发布之日起 6 个月内，证券（或行业指数）相对于同期沪深 300 指数的涨跌幅为标准，定义如下：

### 行业评级体系

- 增持—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 5%以上；
- 中性—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-5%至 5%；
- 减持—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 5%以上；

### 公司评级体系

- 买入—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 15%以上；
- 增持—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 5%至 15%；
- 中性—未来 6-12 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至 5%；
- 减持—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 5%至；
- 卖出—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 15%以上；
- 无评级—因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使无法给出明确的投资评级。市场基准指数为沪深 300 指数。