



Research and
Development Center

首周家电销售全面回暖，多品类均价持续上涨

——家用电器行业周报(2021.1.10)

罗岸阳 家电行业分析师

执业编号: S1500520070002

联系电话: +86 13656717902

邮箱: luoanyang@cindasc.com

首周家电销售全面回暖，多品类均价持续上涨

2021年1月10日

本期内容提要:

- **本周基本行情:** 本周家电板块涨跌幅为 4.75%，沪深 300 指数涨跌幅为 5.45%，家电板块跑输沪深 300 指数 0.7 个百分点，在所有一级行业中排序 8/28。
- **原材料价格持续增长，塑料价格回落:** 本周主要原材料价格多延续上涨趋势，其中铜价同比上涨 36.08%，铝价同比上涨 7.82%，冷轧板均价同比上涨 39.97%；塑料价格逐渐回落，最新中塑指数同比下降 0.43%。我们预计未来原材料价格仍保持上涨趋势，将会对家电企业成本端造成一定压力。
- **开年第一周家电销售全面回暖:** 线上销售依然保持稳健增长，线下销售一改 11 月和 12 月的低迷，同比增速有所回升。根据奥维云网 (AVC) 数据，家电全品类线上销额同比增加 37.33%，销量同比增加 20.14%；线下销额增速扭负为正，同比增加 13.74%，销量同比减少 2.71%。
- **大家电销售总体向好，均价全面提升:** 线上销售方面，除空调增速持续走低，其余产品均呈现销额、销量齐增长的走势；线下方面，各产品销额、销量逐渐恢复，干衣机需求大幅提升。由于原材料价格上涨，大家电全面涨价。
- **厨电保持增长，集成灶景气度持续提高:** 厨电产品线上销售基本维持增长趋势，油烟机、电储水热水器增速放缓；各品类线下销额增速均转正，销量增速持续走高。集成灶线上、线下销售保持高增长。
- **厨房小电销售回暖，多个品类线上均价大幅降低:** 2020 年末小家电多个品类销售增速降低，并且销额、销量较去年同期有所下降。第 1 周大部分品类显现出回暖趋势，线上销售仍然领先，线下表现虽然仍不及去年但增速开始回升。
- **投资策略:** 重点公司推荐: 1) 白电板块，积极关注龙头美的集团、海尔智家；关注正在进行渠道改革及治理的格力电器。2) 小家电板块，积极关注经营能力强、品牌差异化的小熊电器，以及充分受益于全球代工份额提升和摩飞自主品牌快速成长的新宝股份。3) 厨电板块，积极关注集成灶龙头浙江美大，以及受益于地产景气度回暖的老板电器，建议积极关注新上市的火星人。
- **风险因素:** 宏观经济波动风险；原材料价格波动风险；出口汇率波动风险等

目录

一、本周市场行情.....	4
二、原材料价格：延续上涨走势，塑料价格回落.....	5
三、第一周家电销售全面回暖.....	5
四、投资建议.....	10
五、风险因素.....	10

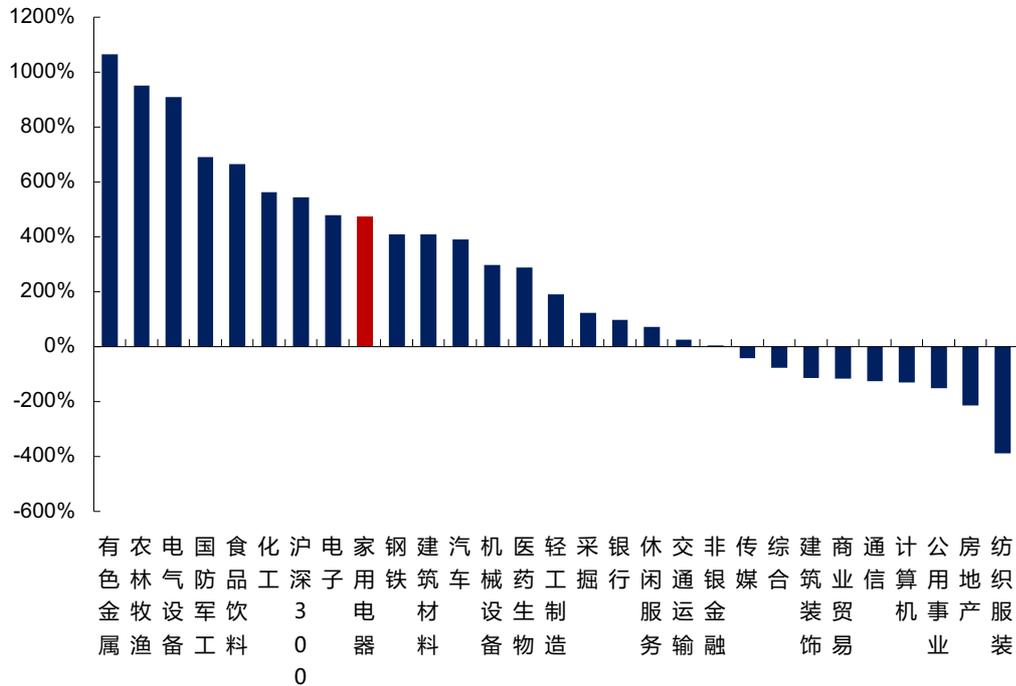
图目录

图 1：申万一级行业指数本周涨跌幅排序.....	4
图 2：申万一级行业各板块 PE (TTM)对比.....	4
图 3：LME3 个月铜现货官方价格变化 (美元/吨).....	5
图 4：LME3 个月铝现货官方价格变化 (美元/吨).....	5
图 5：1.0mm 冷轧卷板价格变化 (元/吨).....	5
图 6：中塑指数变化.....	5
图 7：家电 20 W44-21W01 线上销额、销量同比.....	6
图 8：家电 20 W44-21W01 线下销额、销量同比.....	6
图 9：大家电线上销额、销量增速.....	6
图 10：大家电线下销额、销量增速.....	6
图 11：厨电线上销额、销量增速.....	6
图 12：厨电线下销额、销量增速.....	7
图 13：厨房小电线上销额、销量增速.....	7
图 14：厨房小电线下销额、销量增速.....	8
图 15：空调品牌线上零售额、零售量同比.....	8
图 16：空调品牌线下零售额、零售量同比.....	8
图 17：冰箱品牌线上零售额、零售量同比.....	9
图 18：冰箱品牌线下零售额、零售量同比.....	9
图 19：洗衣机品牌线上零售额、零售量同比.....	9
图 20：洗衣机品牌线下零售额、零售量同比.....	9

一、本周市场行情

本周家电板块涨跌幅为 4.75%，沪深 300 指数涨跌幅为 5.45%，家电板块跑输沪深 300 指数 0.7 个百分点，在所有一级行业中排序 8/28。

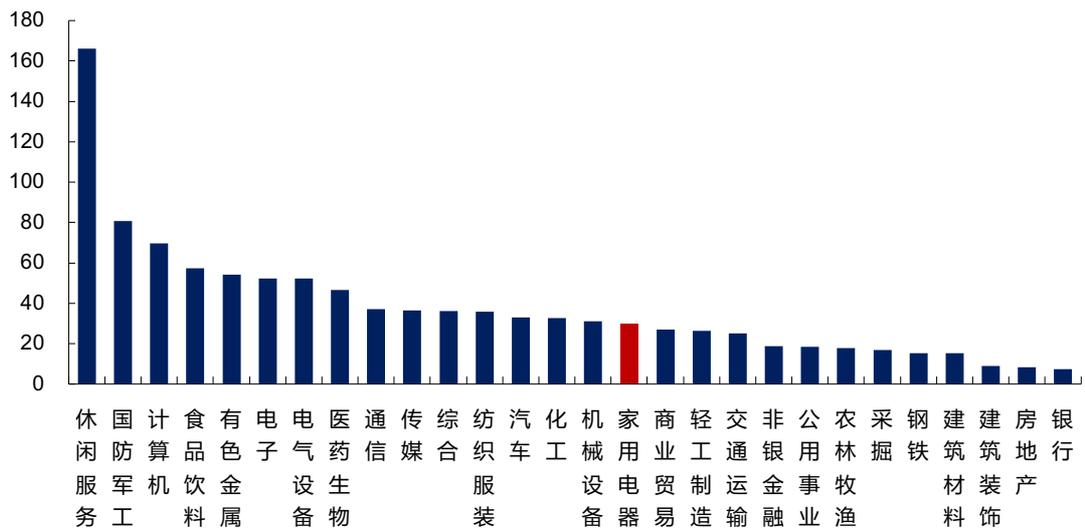
图 1：申万一级行业指数本周涨跌幅排序



资料来源：Wind，信达证券研发中心

行业 PE (TTM) 来看，家电行业 PE (TTM) 为 29.74，位于申万 28 各一级行业中的 16 名，估值相较其他行业而言仍处于较低位。

图 2：申万一级行业各板块 PE (TTM)对比



资料来源：Wind，信达证券研发中心

个股表现：涨幅前五的个股分别是天际股份 (25.57%)、公牛集团 (18.20%)、老板电器 (15.25%)、海立股份 (13.83%)、海尔智家 (12.97%)；跌幅前五的个股分别为*ST 中新

(-20.33%)、ST 圣莱 (-17.59%)、澳柯玛 (-15.88%)、北鼎股份 (-15.40%)、长虹美菱 (-14.03%); 换手率前五的个股分别为亿田智能 (20.57%)、彩虹集团 (19.66%)、长虹美菱 (12.21%)、九号公司-UWD (7.85%)、北鼎股份 (7.32%)。

二、原材料价格：延续上涨走势，塑料价格回落

家电产品主要原材料为铜、铝、钢材以及塑料，合计约占总成本的 40%。我们选取 LME3 个月铜期货官方价格、LME3 个月铝期货官方价格、1.00mm 冷轧板平均价格和中塑指数作为家电原材料成本跟踪指标。

本周主要原材料价格多延续上涨趋势，其中铜价同比上涨 36.08%，铝价同比上涨 7.82%，冷轧板均价同比上涨 39.97%；塑料价格逐渐回落，最新中塑指数同比下降 0.43%。我们预计未来原材料价格仍保持上涨趋势，将会对家电企业成本端造成一定压力。

图 3：LME3 个月铜现货官方价格变化 (美元/吨)



资料来源：wind，信达证券研究所

图 4：LME3 个月铝现货官方价格变化 (美元/吨)



资料来源：wind，信达证券研究所

图 5：1.0mm 冷轧卷板价格变化 (元/吨)



资料来源：wind，信达证券研究所

图 6：中塑指数变化



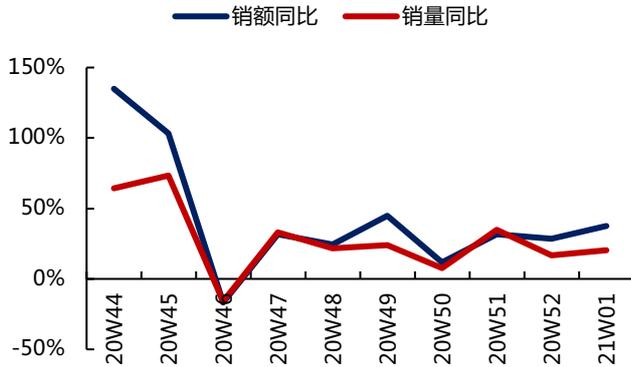
资料来源：wind，信达证券研究所

三、首周家电销售全面回暖，多品类均价持续提升

开年第一周家电销售全面回暖。线上销售依然保持稳健增长，线下销售一改 11 月和 12 月的低迷，同比增速有所回升。根据奥维云网数据，2021 年第 1 周家电全品类线上销额同比

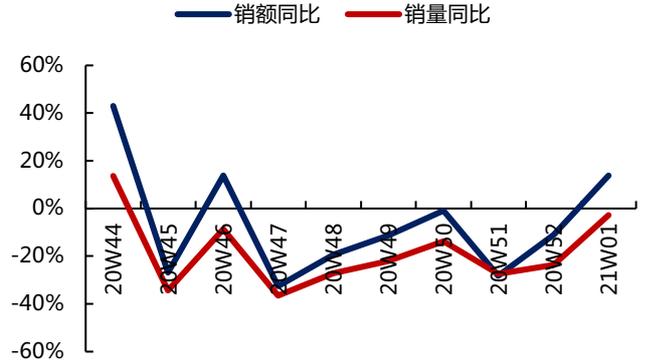
增加 37.33%，销量同比增加 20.14%；线下销额增速扭负为正，同比增加 13.74%，销量同比减少 2.71%。

图 7：家电 20 W44-21W01 线上销额、销量同比



资料来源：奥维云网，信达证券研发中心

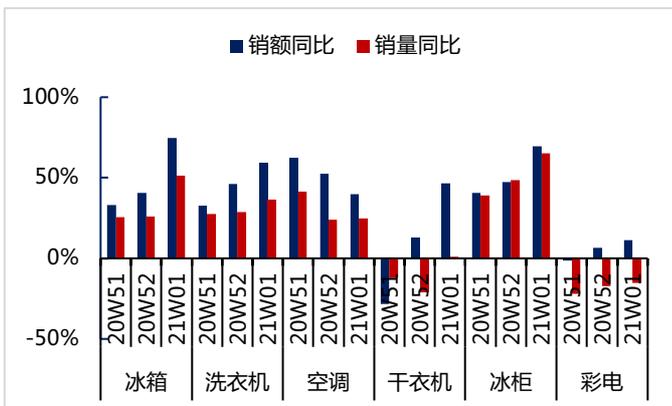
图 8：家电 20 W44-21W01 线下销额、销量同比



资料来源：奥维云网，信达证券研发中心

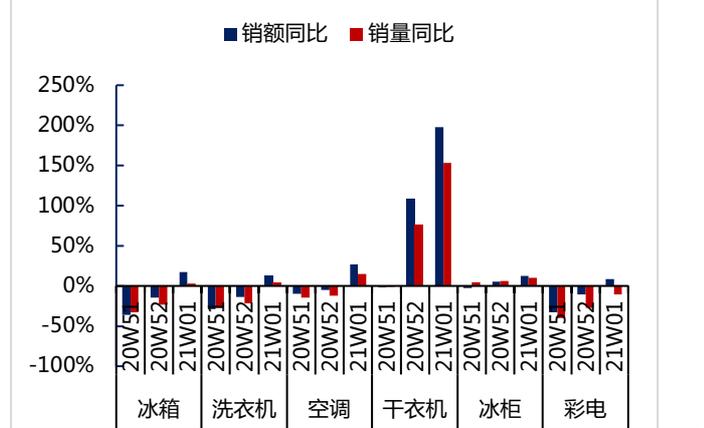
大家电销售总体向好，均价持续提升。线上销售方面，除空调增速持续走低，其余产品均呈现销额、销量齐增长的趋势；线下方面，各产品销额、销量逐渐恢复，干衣机需求大幅提升。由于原材料价格上涨，大家电全面涨价，冰箱、洗衣机、空调、干衣机、冰柜、彩电线上均价分别同比上涨 13.48%、14.67%、10.64%、31.12%、2.58%、24.09%；线下均价分别同比上涨 13.63%、9.84%、11.23%、16.99%、1.65%、18.72%。

图 9：大家电线上销额、销量增速



资料来源：奥维云网，信达证券研发中心

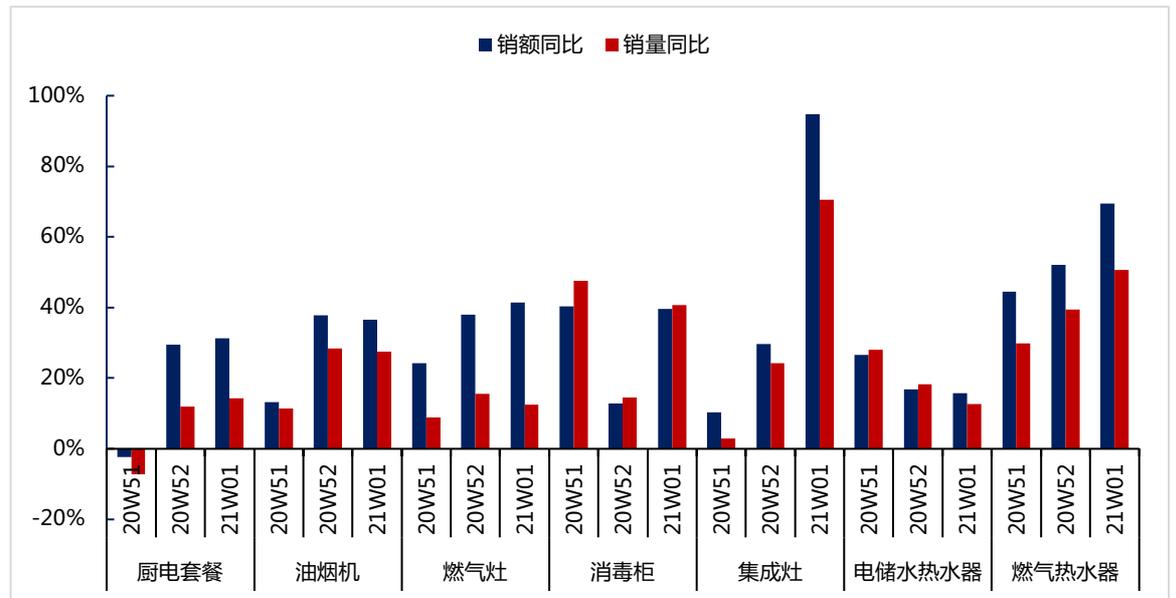
图 10：大家电线下销额、销量增速



资料来源：奥维云网，信达证券研发中心

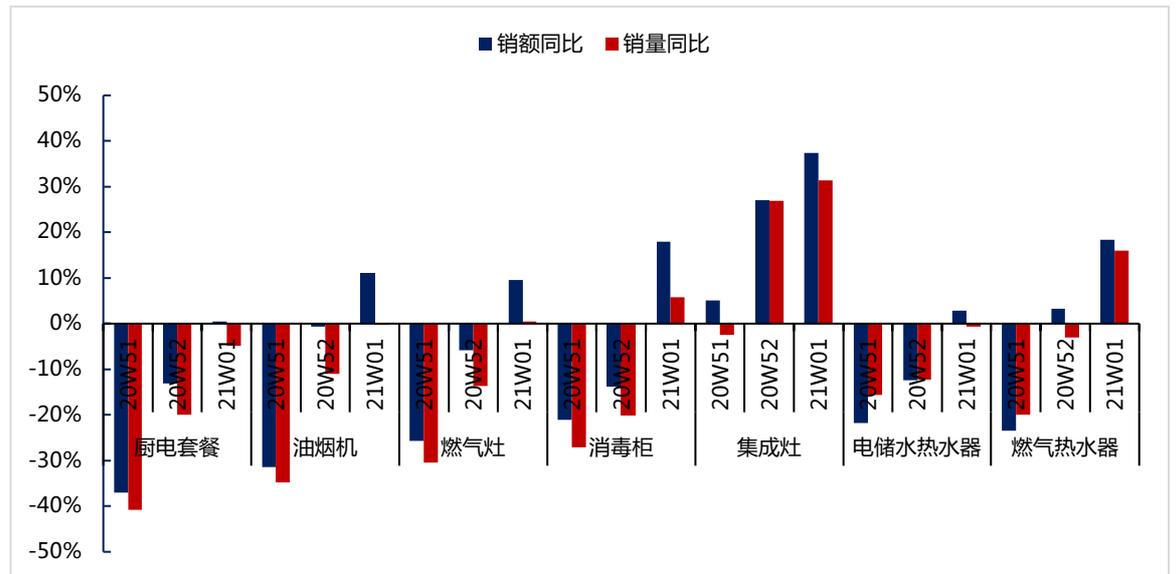
厨电保持增长，集成灶景气度持续提高。厨电产品线上销售基本维持增长趋势，油烟机、电储水热水器增速放缓；各品类线下销额增速均转正，销量增速持续走高。集成灶线上、线下销售保持高增长。根据奥维云网数据，厨电均价纷纷上涨，厨电套餐、油烟机、燃气灶、集成灶、电储水热水器、燃气热水器线上均价分别同比上涨 5.26%、11.08%、9.55%、6.86%、3.04%、4.69%；线下均价分别同比上涨 12.91%、6.65%、20.48%、12.51%、2.53%、11.08%，仅消毒柜线下均价下降 0.9%。

图 11：厨电线上销额、销量增速



资料来源：奥维云网，信达证券研发中心

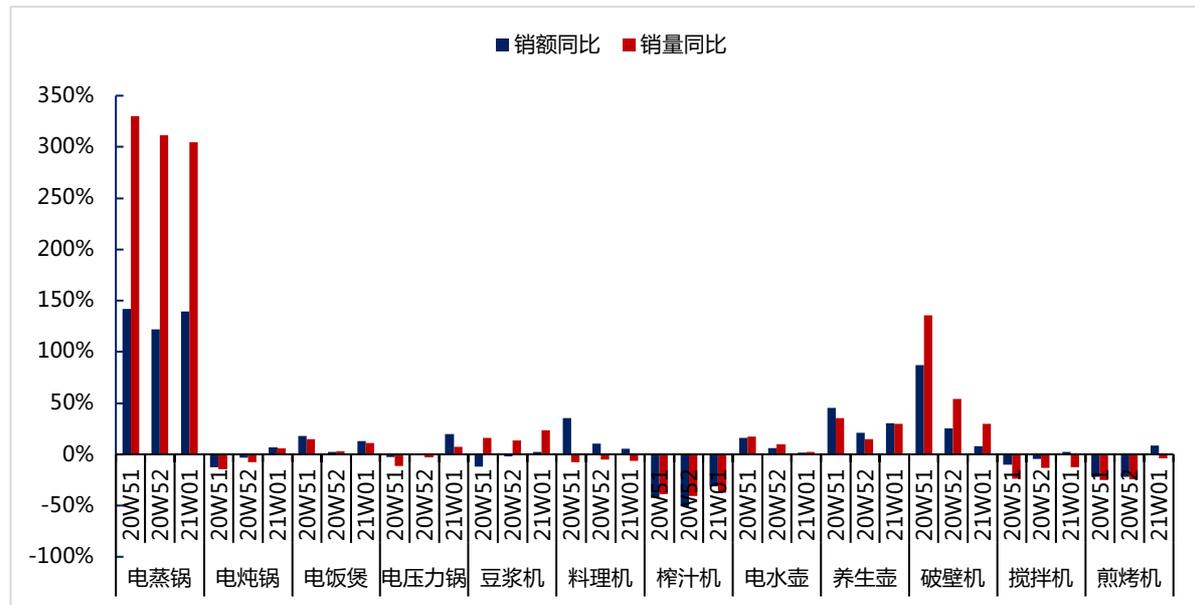
图 12：厨电线下销额、销量增速



资料来源：奥维云网，信达证券研发中心

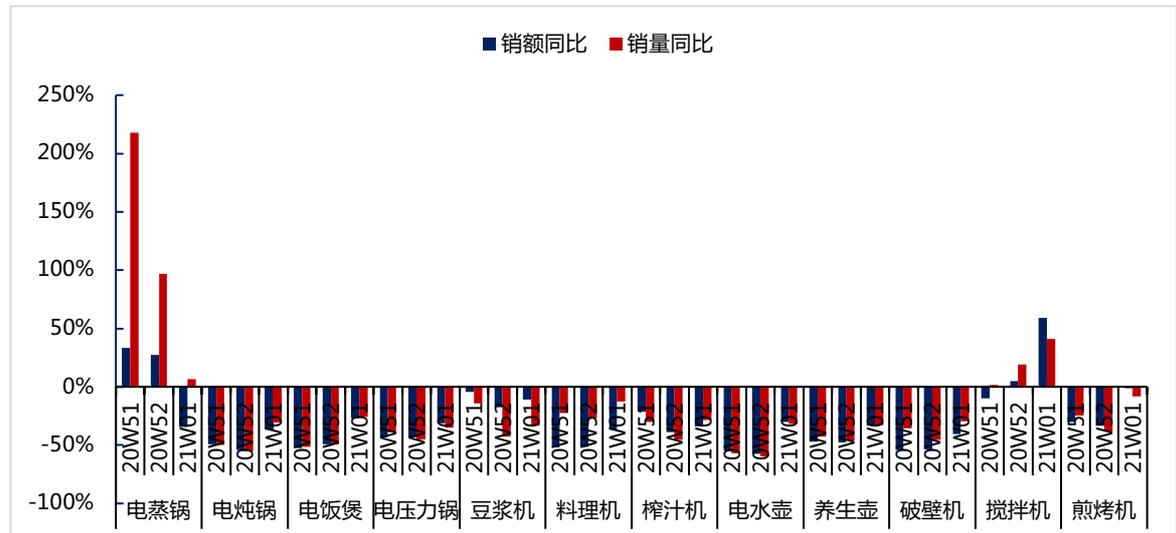
厨房小电销售回暖, 多个品类线上均价大幅降低。2020 年末小家电多个品类销售增速降低, 并且销额、销量较去年同期有所下降。第 1 周大部分品类显现出回暖趋势, 线上销售仍然领先, 线下表现虽然仍不及去年但增速开始回升。价格方面, 多数品类均价较为稳定, 变化幅度在 10% 以内, 电蒸锅、豆浆机、破壁机变化较大, 线上均价分别同比降低 69.42%、20.76%、20.32%; 线下均价同比分别为 -56.48%、+29.31%、-17.73%。

图 13：厨房小电线上销额、销量增速



资料来源：奥维云网，信达证券研发中心

图 14: 厨房小电线下销额、销量增速

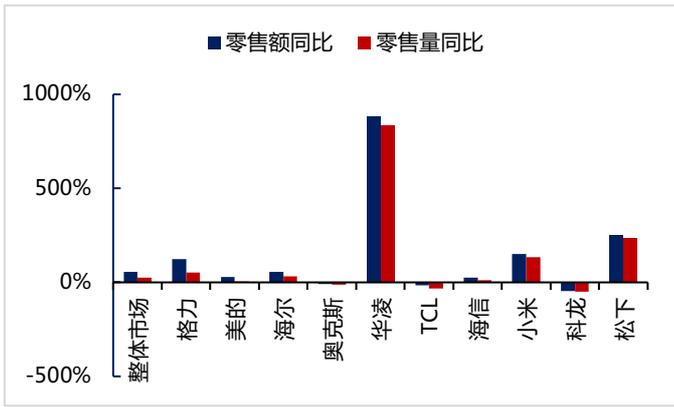


资料来源：奥维云网，信达证券研发中心

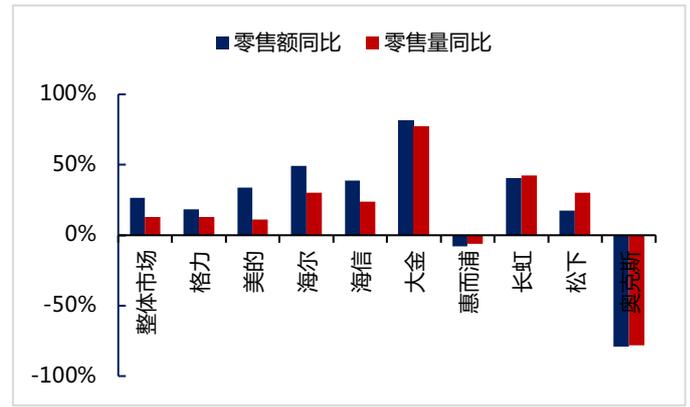
中怡康数据显示，第1周格力、小米、松下空调线上销售规模大幅提升，零售额分别同比增加 124.5%、152.1%、251%，远超市场表现。随着高端家电消费呈现年轻化趋势，高颜值、智能化产品越来越受欢迎，美的面向年轻市场推出的子品牌华凌高速增长，线上零售额、零售量分别增加 884%、843.8%，在 12 月淘数据空调热销品牌排名中，华凌也排至第四。线下销售中，海尔、大金、长虹表现不俗，零售额分别同比增加 49%、81.4%、40.4%。

图 15: 空调品牌线上零售额、零售量同比

图 16: 空调品牌线下零售额、零售量同比



资料来源：中怡康，信达证券研发中心

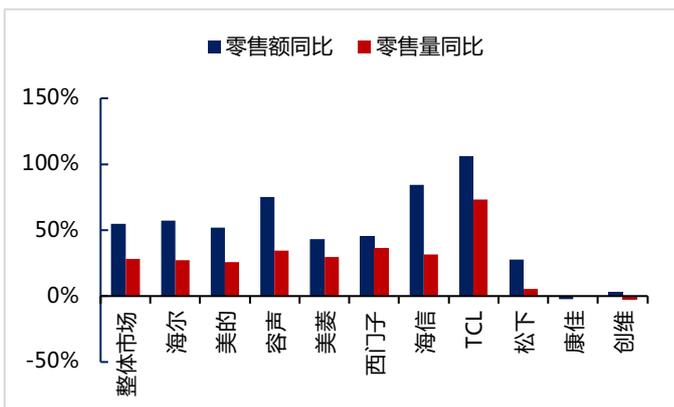


资料来源：中怡康，信达证券研发中心

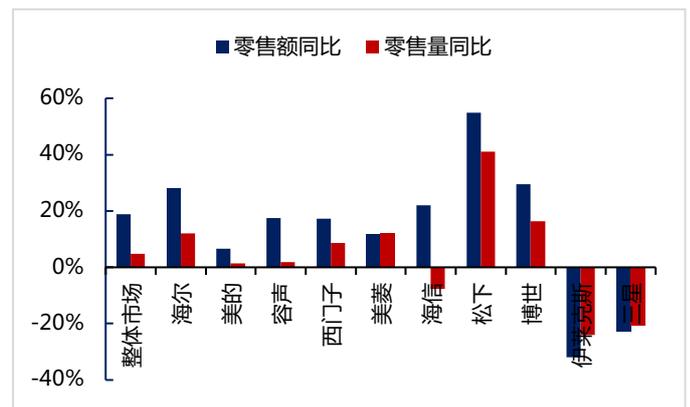
根据中怡康数据，冰箱线上销售中，头部厂商均呈较高增速，其中海信及海信科龙旗下品牌容声均价提升较为明显，零售额分别增加 75.1%、84.3%，零售量分别提高 34.4%、31.6%。TCL 实现销额、销量快速增长，同比增速达 106%、73.1%。线下销售中，产品均价在万元左右松下、博世零售额、零售量增速较高。

图 17: 冰箱品牌线上零售额、零售量同比

图 18: 冰箱品牌线下零售额、零售量同比



资料来源：中怡康，信达证券研发中心

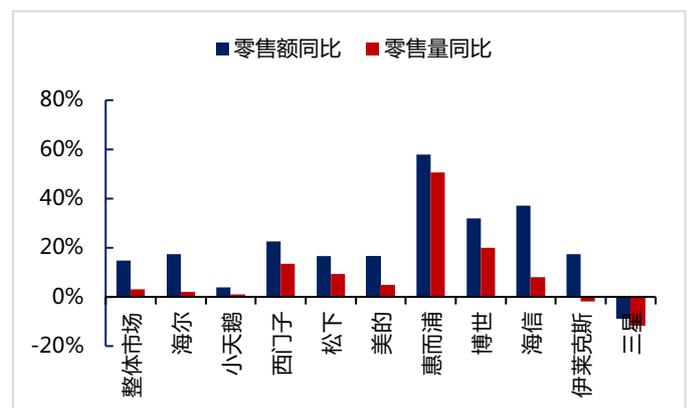
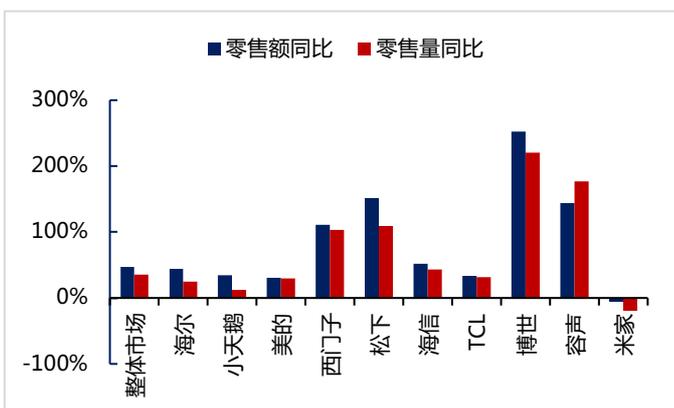


资料来源：中怡康，信达证券研发中心

中怡康数据显示，洗衣机销售中，定位偏高端的西门子、松下、博世线上销售表现亮眼，销额增速分别为 110.9%、151.2%、252.5%，三个品牌线下表现也超过整体市场。容声线上销售也大幅提升，但均价同比降低，销额增速落后于销量增速。海信洗衣机线下涨价明显，零售额、零售量分别增长 37.1%、8%。

图 19: 洗衣机品牌线上零售额、零售量同比

图 20: 洗衣机品牌线下零售额、零售量同比



四、投资建议

在结构性风险的冲击下，龙头企业凭借自身供应链优势以及所处产业链的高议价能力，往往具备更强抵御风险的能力。积极关注白电龙头**美的集团**，**海尔智家**，以及正在进行渠道改革的**格力电器**。

小家电景气度持续，积极关注线上经营能力强、品牌差异化的小**熊电器**，以及充分受益于全球代工份额提升和摩飞自主品牌快速成长的新**宝股份**。

厨电领域，我们看好集成灶品类赛道红利，行业渗透率持续提升，积极关注龙头浙江**美大**，以及受益于地产景气度回暖的**老板电器**，建议积极关注新上市的**火星人**。

五、风险因素

宏观经济波动风险；原材料价格波动风险；出口汇率波动风险等

研究团队简介

罗岸阳，分析师 SAC 执业编号：S1500520070002，曾就职于天风证券，国金证券。

机构销售联系人

区域	姓名	手机	邮箱
销售总监	韩秋月	13911026534	hanqiuyue@cindasc.com
华北	卞双	13520816991	bianshuang@cindasc.com
华北	刘晨旭	13816799047	liuchenxu@cindasc.com
华北	顾时佳	18618460223	gushijia@cindasc.com
华北	魏冲	18340820155	weichong@cindasc.com
华北	阙嘉程	18506960410	quejiacheng@cindasc.com
华北	祁丽媛	13051504933	qiliyuan@cindasc.com
华东总监	王莉本	18121125183	wangliben@cindasc.com
华东	孙斯雅	18516562656	sunsiya@cindasc.com
华东	吴国	15800476582	wuguo@cindasc.com
华东	张琮玉	13023188237	zhangqiongyu@cindasc.com
华东	国鹏程	15618358383	guopengcheng@cindasc.com
华东	李若琳	13122616887	liruolin@cindasc.com
华南总监	王留阳	13530830620	wangliuyang@cindasc.com
华南	陈晨	15986679987	chenchen3@cindasc.com
华南	王雨霏	17727821880	wangyufei@cindasc.com
华南	江开雯	18927445300	jiangkaiwen@cindasc.com
华南	闫娜	13229465369	yanna@cindasc.com
华南	焦扬	13032111629	jiaoyang@cindasc.com

分析师声明

负责本报告全部或部分内容的每一位分析师在此申明，本人具有证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告；本报告所表述的所有观点准确反映了分析师本人的研究观点；本人薪酬的任何组成部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体分析意见或观点直接或间接相关。

免责声明

信达证券股份有限公司（以下简称“信达证券”）具有中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。本报告由信达证券制作并发布。

本报告是针对与信达证券签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。信达证券不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。客户应当认识到有关本报告的电话、短信、邮件提示仅为研究观点的简要沟通，对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告是基于信达证券认为可靠的已公开信息编制，但信达证券不保证所载信息的准确性和完整性。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告最初出具日的观点和判断，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出现不同程度的波动，涉及证券或投资标的的历史表现不应作为日后表现的保证。在不同时期，或因使用不同假设和标准，采用不同观点和分析方法，致使信达证券发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，对此信达证券可不发出特别通知。

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，也没有考虑到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，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人做出邀请。

在法律允许的情况下，信达证券或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能会为这些公司正在提供或争取提供投资银行业务服务。

本报告版权仅为信达证券所有。未经信达证券书面同意，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若信达证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，信达证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成信达证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。

如未经信达证券授权，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。信达证券将保留随时追究其法律责任的权利。

评级说明

投资建议的比较标准	股票投资评级	行业投资评级
本报告采用的基准指数：沪深 300 指数（以下简称基准）； 时间段：报告发布之日起 6 个月内。	买入 ：股价相对强于基准 20% 以上；	看好 ：行业指数超越基准；
	增持 ：股价相对强于基准 5%~20%；	中性 ：行业指数与基准基本持平；
	持有 ：股价相对基准波动在±5% 之间；	看淡 ：行业指数弱于基准。
	卖出 ：股价相对弱于基准 5% 以下。	

风险提示

证券市场是一个风险无时不在的市场。投资者在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。建议投资者应当充分深入地了解证券市场蕴含的各项风险并谨慎行事。

本报告中所述证券不一定能在所有的国家和地区向所有类型的投资者销售，投资者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、税收等方面咨询专业顾问的意见。在任何情况下，信达证券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，投资者需自行承担风险。