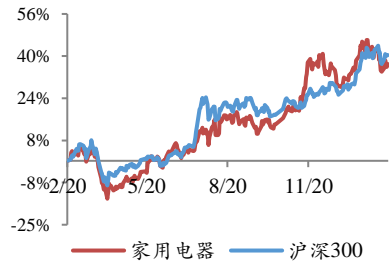


年货节致1月淘系数据亮丽，均价持续提升

行业评级：增持

报告日期：2021-2-7

行业指数与沪深300走势比较



分析师：文献

执业证书号：S0010520060002

邮箱：wenxian@hazq.com

联系人：谢丽媛

执业证书号：S0010120050004

邮箱：xiely@hazq.com

联系人：邓颖

执业证书号：S0010120090074

邮箱：dengying@hazq.com

相关报告

1. 终端销售如期改善，大家电增长尤为显著 2021-01-31

2. 内外销同比+3%/+2%，延续环比改善趋势--12月洗衣机产业在线数据点评 2021-01-31

3. 出口高增46%，内销持续正增长--12月冰箱产业在线数据点评 2021-01-27

主要观点：

● 1月淘系数据出炉，各板块销量高增，均价提升显著。

1月淘系数据出炉，各品类销额增速提升明显，恢复至中高速增长。一方面，去年春节时间较早（1.24为去年除夕），叠加疫情影响，物流停滞，去年同期基数相对较低。另一方面，自1月20日起，在商务部的推动下，全网积极开启年货节，期间推出超级红包新春特别版、一元购等多样玩法，销售热度高涨。此外，“就地过年”有望继续提振小家电需求，延续高景气度。

各细分板块在2020年低基数下取得高速增长，在原材料持续涨价背景下，各品类均价提升明显，量价齐升。白电增长尤为突出，厨房大电方面，烟灶消套装延续高增，自2020年下半年开始，淘系平台烟灶消套装持续取得高速增长，厨电呈现套系化提升趋势。1月油烟机价格提升明显，除因原材料涨价各品牌纷纷提价外，产品结构亦有所优化，均价较高的欧式油烟机，销售份额同比提升3pct至10.4%，推动整体均价上涨。小家电方面，厨房电器和生活电器销量增速环比提升，均价呈上升趋势。2020年2月份受疫情影响，家电销售数据为全年低点，而今年疫情已相对常态化，春节期间物流或持续运营，“就地过年”背景下有望再次迎来小家电旺盛的需求，后续家电销售有望延续高增。

● 投资建议

持续推荐地产后周期产业链，集成灶板块集中上市，为行业注入更多活力，建议关注渗透率持续提升的集成灶细分领域，持续建议关注浙江美大和火星入。建议关注厨电龙头老板电器。

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，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、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。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，产品矩阵及价格带持续拓宽的北鼎股份、小家电稳定龙头苏泊尔。

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 1月淘系数据点评	4
1.1 行业整体：各板块销量高增，均价提升显著	4
1.2 分品牌：白电龙头翻倍式增长，美的厨电均价提升显著，小家电九阳摩飞表现优异	4
2 数据专题	7
2.1 白电	7
2.2 厨电	10
2.3 小家电	13
3 本周家电板块走势	16
4 原材料价格走势	17
5 房地产数据跟踪	18
风险提示：	19

图表目录

图表 1 1 月行业整体淘系数据一览	4
图表 2 1 月空冰洗分品牌淘系数据	5
图表 3 1 月厨房大电分品牌淘系数据	5
图表 4 1 月小家电分品牌淘系数据	6
图表 5 海尔销售数据累计汇总	8
图表 6 美的销售数据累计汇总	9
图表 7 格力销售数据累计汇总	10
图表 8 老板销售数据累计汇总	10
图表 9 华帝销售数据累计汇总	11
图表 10 火星人销售数据累计汇总	11
图表 11 美大销售数据累计汇总	11
图表 12 帅丰销售数据累计汇总	12
图表 13 亿田销售数据累计汇总	12
图表 14 九阳销售数据累计汇总	13
图表 15 苏泊尔销售数据累计汇总	14
图表 16 小熊销售数据累计汇总	14
图表 17 摩飞销售数据累计汇总	15
图表 18 科沃斯销售数据累计汇总 (扫地机器人)	15
图表 19 莱克销售数据累计汇总	15
图表 20 家电指数周涨跌幅	16
图表 21 家电指数年走势	16
图表 22 家电重点公司估值	17
图表 23 铜铝价格走势 (美元/吨)	17
图表 24 塑料价格走势 (2005 年 11 月 1 日=1000)	17
图表 25 钢材价格走势 (1994 年 4 月=100)	18
图表 26 人民币汇率	18
图表 27 累计商品房销售面积 (亿平方米)	18
图表 28 当月商品房销售面积 (亿平方米)	18
图表 29 累计房屋竣工面积 (亿平方米)	18
图表 30 当月房屋竣工面积 (亿平方米)	18
图表 31 累计房屋新开工面积 (亿平方米)	19
图表 32 当月房屋新开工面积 (亿平方米)	19
图表 33 累计房屋施工面积 (亿平方米)	19
图表 34 大中城市成交面积 (万平方米)	19

1 1月淘系数据点评

1月淘系数据出炉，各品类销额增速提升明显，恢复至中高速增长。一方面，去年春节时间较早（1.24为去年除夕），叠加疫情影响，物流停滞，去年同期基数相对较低。另一方面，自1月20日起，在商务部的推动下，全网积极开启年货节，期间推出超级红包新春特别版、一元购等多样玩法，销售热度高涨，根据商务大数据监测，年货节启动以来（1月20--2月3日），全国网络零售额超5100亿元（2020年双十一（11.1-11.11）全网销售额8403亿元）。此外，“就地过年”有望继续提振小家电需求，延续高景气度。

1.1 行业整体：各板块销量高增，均价提升显著

各细分板块在2020年低基数下取得高速增长，在原材料持续涨价背景下，各品类均价提升明显，量价齐升。白电增长尤为突出，空冰洗1月销额分别同增364%、292%、340%，剔除2020年疫情影响，相对2019年复合增速也处于中高水平，均价同比提升明显。厨房大电方面，烟灶消套装延续高增，自2020年下半年开始，淘系平台烟灶消套装持续取得高速增长，厨电呈现套系化提升趋势。1月油烟机价格提升明显，除因原材料涨价各品牌纷纷提价外，产品结构亦有所优化，均价较高的欧式油烟机，销售份额同比提升3pct至10.4%，推动整体均价上涨。小家电方面，厨房电器和生活电器销量增速环比提升，均价呈上升趋势，厨房电器和生活电器销额分别同增57%、60%。2020年2月份受疫情影响，家电销售数据为全年低点，而今年疫情已相对常态化，春节期间物流或持续运营，“就地过年”背景下有望再次迎来小家电旺盛的需求，后续家电销售有望延续高增。

图表 1 1月行业整体淘系数据一览

行业整体						
品类	销量同比	销量相对2019复合增速	销额同比	销额相对2019复合增速	均价同比	
白电	空调	228%	78%	364%	107%	42%
	冰箱	159%		292%		52%
	洗衣机	182%	70%	340%	122%	56%
厨电	油烟机	14%	8%	78%	28%	56%
	烟灶消套装	77%	26%	115%	40%	22%
	燃气灶	1%	-1%	44%	11%	45%
小家电	厨房电器	43%		57%		10%
	生活电器	51%		60%		5%
	个人护理	1%		23%		21%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

1.2 分品牌：白电龙头翻倍式增长，美的厨电均价提升显著，小家电九阳摩飞表现优异

空冰洗各品牌均取得高速增长，量价齐升。具体来看，空调方面，格力在去年一月份低基数下取得较高速增长，销量同增643%，相对2019年复合增速达156%；美的、海尔空调销量分别同增134%、130%。冰洗方面，龙头品牌量价齐升，表现优异。美的冰洗销量分别同增208%、74%，均价分别同增37%、31%；海尔冰洗销量分别同增209%、276%，均价分别同增45%、61%。

图表 2 1月空冰洗分品牌淘系数据

空调					
	销量同比	销量相对2019复合增速	销额同比	销额相对2019复合增速	均价同比
美的	134%	106%	330%	161%	84%
海尔	130%	142%	278%	168%	65%
格力	643%	156%	624%	146%	-3%
奥克斯	185%	17%	236%	23%	18%

冰箱					
	销量同比	销量相对2019复合增速	销额同比	销额相对2019复合增速	均价同比
美的	208%		324%		37%
海尔	209%		348%		45%

洗衣机					
	销量同比	销量相对2019复合增速	销额同比	销额相对2019复合增速	均价同比
美的	74%	27%	127%	53%	31%
小天鹅	303%	99%	481%	142%	44%
海尔	276%	111%	504%	180%	61%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

厨电方面，美的油烟机和燃气灶表现突出，销量及均价高增，美的油烟机及燃气灶销量分别同增 73%、75%，相对 2019 年复合增速亦处于中高水平，均价分别同增 74%、60%。老板、方太烟灶消套装延续高增态势，增长提速。

图表 3 1月厨房大电分品牌淘系数据

油烟机					
	销量同比	销量相对2019复合增速	销额同比	销额相对2019复合增速	均价同比
老板	55%	27%	87%	38%	20%
方太	54%	25%	70%	31%	10%
华帝	109%	26%	85%	32%	-12%
美的	73%	62%	199%	101%	74%

烟灶消套装					
	销量同比	销量相对2019复合增速	销额同比	销额相对2019复合增速	均价同比
老板	133%	46%	157%	51%	10%
方太	176%	42%	198%	47%	8%
华帝	109%	58%	43%	19%	-32%
美的	22%	17%	70%	33%	15%

燃气灶					
	销量同比	销量相对2019复合增速	销额同比	销额相对2019复合增速	均价同比
老板	45%	22%	63%	29%	12%
方太	33%		51%		13%
华帝	84%	-13%	108%	-10%	13%
美的	75%	27%	180%	60%	60%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

小家电板块，受去年同期基数较低影响，叠加受益于“就地过年”政策，再次催生旺盛需求，1月线上数据亮丽。九阳1月表现优异，销量增长提速明显，均价亦有所提升，

九阳厨房电器和生活电器加总销额同增 72%。摩飞延续高增态势，加总销量及均价分别同增 110%、6%。小熊均价持续提升，厨房电器及生活电器均价分别同增 24%、26%。

图表 4 1 月小家电分品牌淘系数据

厨房电器			
品牌	销量同比	均价同比	销额同比
美的	47%	23%	81%
九阳	66%	5%	74%
苏泊尔	33%	17%	57%
小熊	28%	24%	58%
北鼎	60%	-10%	44%
摩飞	93%	8%	109%
东菱	42%	-1%	41%

生活电器			
品牌	销量同比	均价同比	销额同比
美的	54%	-7%	43%
九阳	-76%	-35%	-84%
苏泊尔	19%	25%	48%
小熊	43%	26%	79%
摩飞	368%	22%	472%
东菱	62%	29%	109%
科沃斯	57%	2%	60%
石头	91%	1%	93%

合计			
品牌	销量同比	均价同比	销额同比
美的	49%	14%	70%
九阳	62%	6%	72%
苏泊尔	32%	18%	56%
小熊	30%	24%	61%
摩飞	110%	6%	123%
东菱	43%	2%	46%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

注：合计为各品牌厨房电器和生活电器加总。

总结看，年货节热销叠加“就地过年”助力 1 月家电数据亮丽，剔除去年疫情导致的低基数影响，相对 2019 年复合增速依然表现不俗，同时，各品类均价呈持续提升趋势，后续看好一季度家电景气度延续。

2020 上半年地产竣工受到疫情负面影响需求后移，四季度竣工持续修复，地产后周期基本面改善，持续推荐地产后周期产业链。厨电 20Q4、21Q1 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，厨电及大家电的零售渠道充分受益。

集成灶板块集中上市，为行业注入更多活力，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。四季度集成灶品类延续较高热度，根据奥维数据，美大集成灶 20Q4 线下销额同增 24%，销量同增 25%；火星集成灶 20Q4 线上、线下销额分别同增 52%/117%。

建议关注零售恢复显著、工程渠道增长稳定，同时把握台式品类扩张降低地产相关性、在存量房更新需求发力的厨电龙头**老板电器**，从四季度奥维终端销售数据看，老板拳头产品油烟机、厨电套装 20Q4 持续改善，数据亮丽，厨电套装线上线下 20Q4 销额分别同比+47%、-9%，油烟机线上线下 20Q4 销额分别同增 41%、4%。

直播等内容平台的崛起、疫情的催化推动**消费者需求心理在长期发生了本质的变化，多个消费领域在新消费时代都面临“回炉重造”的可能性，这将为小家电等行业带来长期的增长利好**。从 2020 年三、四季度的销售数据来看，在疫情逐步好转、多数消费者已恢复正常生活的情况下，多个小家电品类依然取得高速增长。因此我们**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**。

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。

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**，公司由定位长尾细分品类，逐步转型为**全品类小家电品牌，天花板扩容显著，且均价持续上涨**。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**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，产品矩阵及价格带持续拓宽的北鼎股份、小家电稳定龙头苏泊尔**。

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，20Q4、21 年 1 月销售数据亮眼。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

本周白电整体线上、线下销售数据总体较好，部分品类增速表现亮眼。

截至 W05，海尔线上、线下整体增速保持正增长，但洗碗机有所承压。线下方面，卡萨帝洗碗机延续高增势头，保持高速增长，空调、嵌入式电烤箱、冰箱、洗衣机亦有较好表现，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，海尔的冰箱、空调、洗碗机高速增长。

图表 5 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
海尔	冰箱	销额同比	1%	-4%	-4%	29%	33%	43%	62%	118%
		均价	5,266	5,168	5,669	5,826	2,301	2,501	3,026	2,878
		均价同比	4%	3%	3%	15%	-4%	11%	13%	13%
海尔	洗衣机	销额同比	-5%	-3%	-4%	25%	26%	34%	42%	86%
		均价	3,662	3,603	3,682	3,965	1,667	1,729	1,885	1,807
		均价同比	4%	6%	3%	17%	-8%	13%	16%	19%
海尔	空调	销额同比	-5%	-14%	-5%	72%	66%	41%	34%	104%
		均价	3,329	3,579	4,033	4,047	2,474	2,877	2,938	3,060
		均价同比	-15%	-6%	9%	11%	-22%	2%	3%	19%
海尔	洗碗机	销额同比	-17%	-34%	-13%	-8%	118%	93%	69%	170%
		均价	3,319	3,312	2,815	3,043	2,735	3,027	2,889	2,789
		均价同比	-4%	-7%	-17%	7%	-16%	3%	-6%	1%
卡萨帝	洗碗机	销额同比	222%	143%	156%	323%				
		均价	9,108	8,302	8,046	7,858				
		均价同比	-24%	-24%	-22%	-11%				
卡萨帝	嵌入式电烤箱	销额同比	21%	-6%	14%	81%				
		均价	9,511	9,402	8,754	8,423				
		均价同比	14%	6%	-6%	-17%				

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，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有所承压，小家电各品类中，嵌入式电烤箱、台式电烤箱、洗碗机取得两位数增速。线上方面，大家电中的美的冰箱、小天鹅洗衣机增速亮眼，豆浆机则有所承压。

图表 6 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
美的	冰箱	销额同比	6%	-3%	-9%	13%	24%	39%	44%	110%
		均价	4,360	4,193	4,608	4,414	2,252	2,438	2,725	2,614
		均价同比	7%	1%	2%	6%	7%	11%	12%	9%
美的	洗衣机	销额同比	-19%	-14%	-15%	24%	20%	7%	27%	69%
		均价	2,415	2,128	2,227	2,290	1,404	1,289	1,461	1,445
		均价同比	14%	0%	-3%	2%	5%	-1%	8%	7%
小天鹅	洗衣机	销额同比	-5%	-12%	-9%	24%	32%	35%	43%	100%
		均价	3,994	3,302	3,279	3,215	1,690	1,638	1,881	1,819
		均价同比	15%	2%	4%	6%	-4%	4%	9%	14%
美的	空调	销额同比	-2%	-9%	-11%	56%	27%	14%	-18%	35%
		均价	3,332	3,407	3,554	3,850	2,368	2,714	2,853	3,046
		均价同比	-8%	-6%	5%	15%	-16%	0%	21%	21%
美的	厨电套餐	销额同比	-17%	-42%	-72%	-80%	28%	36%	42%	94%
		均价	3,643	3,264	3,209	2,967	2,359	2,515	2,436	2,731
		均价同比	-15%	-15%	-21%	-34%	-7%	0%	-5%	12%
美的	油烟机	销额同比	1%	-16%	-28%	-37%	25%	52%	45%	69%
		均价	3,021	2,820	2,863	2,723	1,354	1,417	1,411	1,502
		均价同比	-5%	-9%	-6%	-7%	-10%	-4%	-3%	16%
美的	嵌入式电烤箱	销额同比	10%	-11%	-9%	26%	19%	17%	20%	11%
		均价	5,769	5,831	5,834	5,861	3,430	3,988	3,712	3,723
		均价同比	-3%	-1%	2%	7%	-11%	16%	5%	12%
美的	台式电烤箱	销额同比	56%	-16%	-21%	15%	106%	11%	1%	21%
		均价	987	907	1,055	1,112	267	242	246	239
		均价同比	29%	-14%	6%	25%	6%	-5%	-4%	2%
美的	洗碗机	销额同比	65%	21%	2%	37%	74%	73%	58%	61%
		均价	4,213	4,784	4,952	4,942	2,894	3,273	3,319	3,864
		均价同比	7%	14%	15%	11%	3%	15%	10%	34%
美的	吸尘器	销额同比	-11%	-37%	-40%	-44%	23%	11%	20%	49%
		均价	1,066	1,184	1,281	1,372	433	409	452	401
		均价同比	-23%	-7%	-2%	4%	7%	-7%	3%	-3%
美的	电饭煲	销额同比	-30%	-32%	-42%	-27%	5%	7%	15%	56%
		均价	594	572	579	614	223	227	233	225
		均价同比	8%	5%	4%	7%	-9%	-2%	1%	3%
美的	电压力锅	销额同比	-28%	-29%	-37%	-36%	8%	1%	15%	55%
		均价	624	639	629	651	252	255	264	267
		均价同比	3%	6%	4%	6%	-5%	-3%	-3%	7%
美的	豆浆机	销额同比	-70%	-63%	-62%	-29%	2%	-53%	-52%	-25%
		均价	379	375	356	350	219	206	194	189
		均价同比	-12%	-13%	-17%	-9%	-18%	-19%	-15%	-13%
美的	料理机	销额同比	-34%	-36%	-38%	-41%	42%	18%	52%	65%
		均价	889	803	752	650	167	191	245	210
		均价同比	-20%	-25%	-33%	-36%	5%	15%	11%	25%
美的	电水壶	销额同比	-43%	-48%	-53%	-35%	-6%	-16%	16%	28%
		均价	157	157	160	161	100	95	100	111
		均价同比	-3%	0%	-1%	-3%	-9%	-11%	-7%	0%
美的	集成灶	销额同比	95%	110%	130%		438%	754%	279%	
		均价	7,830	8,575	9,021	8,936	6,545	7,157	6,587	
		均价同比	-2%	11%	7%		1%	25%	8%	

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，格力空调线下增速和线上增速都实现了正增长，其中线上增速尤为亮眼。

图表 7 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
格力	空调	销额同比	-22%	-28%	-31%	47%	71%	34%	-17%	117%
		均价	3,972	3,956	3,990	4,172	2,821	3,183	3,441	3,602
		均价同比	-14%	-9%	9%	0%	-27%	-14%	32%	12%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：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 W05，老板电器线上、线下各品类增速均表现较好。其中，线上嵌入式电烤箱和洗碗机延续高增长势头，油烟机和厨电套餐亦有较好表现。线下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 8 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
老板	厨电套餐	销额同比	-10%	-11%	-9%	40%	4%	29%	47%	108%
		均价	6,094	6,176	6,302	6,124	3,830	4,113	4,041	4,331
		均价同比	0%	4%	5%	4%	-10%	0%	1%	3%
老板	油烟机	销额同比	-12%	-8%	4%	75%	3%	28%	41%	129%
		均价	4,411	4,417	4,534	4,458	2,273	2,410	2,401	2,538
		均价同比	-2%	1%	2%	4%	-16%	-7%	-3%	5%
老板	嵌入式电烤箱	销额同比	91%	69%	63%	148%	165%	369%	1406%	1777%
		均价	7,800	7,818	7,743	7,988	5,413	5,895	5,525	5,908
		均价同比	4%	-1%	-1%	0%	10%	31%	22%	32%
老板	洗碗机	销额同比	90%	102%	86%	205%	180%	535%	375%	319%
		均价	6,558	6,516	6,471	6,454	4,222	4,662	4,926	4,803
		均价同比	-1%	-3%	-3%	-4%	6%	5%	10%	4%
老板	集成灶	销额同比			4223%					
		均价	11,566	13,280	13,700	12,680				
		均价同比			75%					

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，华帝线上、线下各品类整体增速较好。线下各品类均取得两位数及以上的增长，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，嵌入式电烤箱增速短期承压。

图表 9 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
华帝	厨电套餐	销额同比	-25%	-21%	-2%	40%	-12%	-30%	6%	81%
		均价	4,633	4,341	5,227	4,673	3,307	3,443	3,482	3,644
		均价同比	-6%	-8%	4%	-19%	-14%	0%	-1%	8%
华帝	油烟机	销额同比	-6%	-13%	-7%	49%	-6%	-22%	0%	81%
		均价	3,416	3,370	3,490	3,352	2,000	2,032	1,897	2,021
		均价同比	-4%	-4%	0%	2%	-13%	-8%	-11%	-2%
华帝	嵌入式电烤箱	销额同比	60%	-1%	2%	61%	-49%	-57%	-5%	-18%
		均价	5,132	5,084	5,034	4,955	2,234	2,801	2,472	2,591
		均价同比	4%	5%	3%	-2%	-20%	2%	-10%	17%
华帝	洗碗机	销额同比	192%	46%	76%	286%	21%			
		均价	5,309	5,062	5,408	5,331	3,696			
		均价同比	3%	1%	8%	1%	-3%			

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，火星人线上 Q1 累计增速较上周略有增加，仍保持高速增长，线上增速稳中有升。

图表 10 火星人销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
火星人	集成灶	销额同比	194%	46%	117%	369%	23%	60%	52%	284%
		均价	10,531	10,431	10,160	10,114	8,320	8,864	8,670	9,081
		均价同比	10%	-1%	0%	-12%	-5%	2%	2%	8%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，美大线下累计增速环比上周提升明显。

图表 11 美大销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
美大	集成灶	销额同比	21%	31%	24%	-4%	23%	139%	229%	
		均价	10,661	10,273	10,220	10,165	9,112	9,576	9,015	
		均价同比	0%	-5%	-1%	-15%	-1%	0%	3%	

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，帅丰线上 Q1 累计增速表现十分亮眼，达到 338%。

图表 12 帅丰销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
帅丰	集成灶	销额同比					6%	62%	64%	338%
		均价					7,623	8,143	9,787	9,032
		均价同比					-2%	11%	27%	22%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021 年 1 月为周度数据累加。

截至 W05，亿田 Q1 累计线上增速表现亮眼，呈现三位数的高增长态势。

图表 13 亿田销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
亿田	集成灶	销额同比					91%	35%	58%	180%
		均价					8,926	9,300	8,552	9,425
		均价同比					-9%	-21%	-5%	-8%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021 年 1 月为周度数据累加。

2.3 小家电

小家电总体线下增速较去年同期有所下滑，线上增速较去年同期有所上升，整体环比有所提升。

截至 W05，九阳各品类线下线上各品类累计增速环比上周提升明显。

图表 14 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
九阳	豆浆机	销额同比	-55%	-53%	-30%	2%	-7%	-25%	-16%	18%
		均价	790	826	982	1,004	415	377	403	372
		均价同比	-12%	0%	26%	25%	-9%	-14%	-11%	-13%
九阳	料理机	销额同比	-5%	-17%	-27%	-23%	128%	48%	36%	44%
		均价	951	886	926	875	285	320	362	282
		均价同比	-5%	-10%	-15%	-16%	52%	19%	-2%	-9%
九阳	电饭煲	销额同比	-15%	-28%	-28%	-7%	2%	12%	28%	50%
		均价	455	446	448	411	212	194	198	191
		均价同比	5%	-1%	-6%	-10%	-7%	-8%	-2%	-5%
九阳	电压力锅	销额同比	-20%	-28%	-24%	-21%	19%	12%	-4%	26%
		均价	433	444	460	454	239	252	252	262
		均价同比	0%	0%	0%	2%	-11%	-6%	2%	9%
九阳	台式电烤箱	销额同比	8%	-20%	-22%	-13%	96%	23%	17%	53%
		均价	352	306	340	352	224	200	209	202
		均价同比	14%	-7%	10%	14%	-13%	-18%	-6%	-3%
九阳	洗碗机	销额同比					-32%	-31%	7%	6%
		均价					1,701	1,458	1,263	1,300
		均价同比					-14%	-24%	-34%	-32%
九阳	电水壶	销额同比	-37%	-47%	-49%	-32%	-8%	-23%	-1%	34%
		均价	140	141	144	146	82	80	84	84
		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：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，线下方面，苏泊尔台式电烤箱增速较为亮眼，其他各品类线下增速短期内有所承压，线上方面各品类整体增速较好，其中嵌入式烤箱增速尤为亮丽。

图表 15 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
苏泊尔	电饭煲	销额同比	-31%	-39%	-40%	-22%	15%	0%	10%	59%
		均价	619	607	627	637	235	246	270	278
苏泊尔	电压力锅	销额同比	-20%	-34%	-34%	-19%	12%	0%	14%	47%
		均价	665	668	665	678	303	321	341	339
苏泊尔	豆浆机	销额同比	-70%	-76%	-81%	-62%	222%	215%	147%	184%
		均价	401	374	381	356	205	187	197	205
苏泊尔	料理机	销额同比	-33%	-35%	-40%	-20%	156%	75%	73%	50%
		均价	1,043	965	959	939	217	233	261	193
苏泊尔	台式电烤箱	销额同比	1654%	1223%	448%	53%	192%	-35%	-34%	15%
		均价	309	286	321	343	246	242	213	210
苏泊尔	厨电套餐	销额同比					3%	5%	-18%	52%
		均价					1,810	1,831	1,840	1,952
苏泊尔	油烟机	销额同比					-6%	-1%	6%	9%
		均价					1,101	1,030	1,052	1,077
苏泊尔	吸尘器	销额同比	-9%	-19%	-41%	-26%	92%	36%	19%	98%
		均价	1,554	1,485	1,403	1,423	242	241	291	291
苏泊尔	嵌入式电烤箱	销额同比					1361%	2720%		17143%
		均价					2,334	2,284	2,184	2,310
苏泊尔	电水壶	销额同比	-40%	-45%	-45%	-21%	-2%	-11%	-5%	40%
		均价	157	158	160	165	96	104	109	112
苏泊尔		销额同比					-16%	-4%	4%	-1%
		均价								

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，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、电饭煲、台式电烤箱均保持高速正增长，环比提升明显，电饭煲增速尤为亮眼。

图表 16 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
小熊	料理机	销额同比	133%	-34%	-41%	-51%	72%	-3%	45%	84%
		均价	148	150	141	142	102	110	119	109
小熊	台式电烤箱	销额同比	70%	113%	109%	-11%	61%	-8%	19%	52%
		均价	166	131	142	148	160	166	159	150
小熊	电饭煲	销额同比					340%	412%	400%	675%
		均价					148	145	151	148
小熊	豆浆机	销额同比					-30%	-25%	-19%	-19%
		均价					231	220	228	203
小熊		销额同比								
		均价								

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，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 17 摩飞销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下					线上				
			20Q1	20Q2	20Q3	20Q4截至W52	年累计	20Q1	20Q2	20Q3	20Q4截至W52	年累计
摩飞	料理机	销售额同比	828%	419%	87%	80%	149%					
		均价	205	198	212	237	214					
		均价同比	-23%	-2%	6%	15%	5%					

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，科沃斯吸尘器线上、线下均取得高速增长，环比有所提升。

图表 18 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
科沃斯	吸尘器	销售额同比	-29%	-26%	27%	63%	15%	33%	27%	81%
		均价	2,220	2,351	2,383	2,402	1,818	1,903	1,952	1,977
		均价同比	13%	22%	19%	27%	12%	18%	20%	25%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

截至 W05，莱克线下吸尘器相比上周，增速有明显上升，累计增速转负为正。

图表 19 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W05	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W05
莱克	吸尘器	销售额同比	-38%	-32%	-13%	23%				
		均价	2,609	2,707	3,018	2,884				
		均价同比	16%	24%	31%	20%				

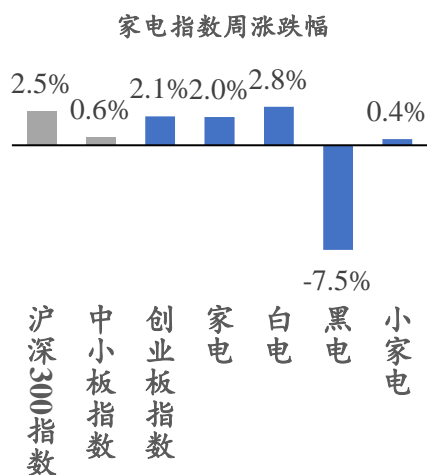
资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年1月为周度数据累加。

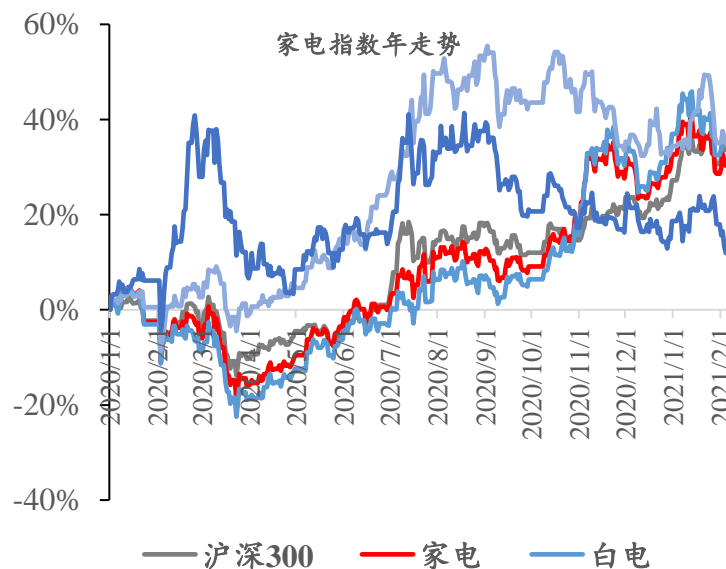
3 本周家电板块走势

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 2.5%、0.6%、2.1%、2.0%、2.8%、-7.5%、0.4%。从细分板块看，白电、黑电、小家电涨跌幅分别为 2.8%、-7.5%、0.4%。

图表 20 家电指数周涨跌幅



图表 21 家电指数年走势



资料来源: wind, 华安证券研究所

资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 22 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	6,846	1.0%	-1.2%	3.6	3.6	4.1	4.7	26.8	26.6	23.3	20.6	15.1	6.4
	格力电器	3,546	4.7%	-4.8%	4.1	3.2	4.0	4.7	14.3	18.4	14.5	12.5	18.8	3.1
	海尔智家	3,041	5.7%	15.3%	1.3	0.9	1.1	1.3	25.5	37.0	29.6	25.1	5.3	6.1
	海信家电	204	3.3%	4.1%	1.3	1.0	1.2	1.4	11.2	14.2	12.1	10.9	6.4	2.3
厨电	老板电器	373	2.0%	-3.7%	1.7	1.8	2.0	2.3	23.5	21.8	19.4	17.4	7.5	5.3
	浙江美大	132	5.7%	28.7%	0.7	0.8	1.0	1.2	31.8	28.0	23.2	19.5	2.4	9.5
	华帝股份	66	-4.2%	-14.4%	0.9	0.7	0.8	0.9	8.6	10.9	9.1	7.9	3.5	2.1
小家电	苏泊尔	664	1.6%	3.7%	2.3	2.3	2.6	3.0	33.7	34.6	30.0	26.6	8.4	9.4
	九阳股份	251	16.3%	2.3%	1.1	1.2	1.4	1.6	27.9	25.1	21.6	19.0	5.1	5.8
	小熊电器	138	-4.7%	-22.2%	2.7	2.9	3.6	4.5	34.2	31.8	25.6	20.4	11.3	8.1
	新宝股份	414	1.3%	18.5%	0.9	1.3	1.6	2.0	59.0	38.1	30.7	25.9	5.4	9.5
	科沃斯	672	7.7%	34.5%	0.2	0.9	1.6	2.2	561.4	135.4	78.5	56.2	4.5	27.7
	石头科技	741	-8.0%	7.2%	15.7	19.6	25.0	30.9	74.1	59.2	46.5	37.5	89.7	12.9
	飞科电器	211	4.9%	3.4%	1.6	1.6	1.7	1.9	30.1	30.5	27.7	25.4	6.3	7.5
	莱克电气	120	2.2%	-3.5%	1.3	1.4	1.6	1.8	22.7	20.7	18.0	16.2	8.0	3.6
	荣泰健康	38	1.9%	-9.2%	2.1	1.8	2.2	2.5	12.5	14.4	12.1	10.5	11.8	2.2
黑电	海信视像	160	-3.7%	6.5%	0.4	0.8	0.9	1.0	30.2	16.2	14.7	13.3	11.1	1.2
	兆驰股份	265	-12.3%	-5.6%	0.3	0.4	0.5	0.5	24.2	16.4	13.3	11.1	2.2	2.8
	创维数字	72	-6.0%	-15.5%	0.6	0.6	0.7	0.9	11.2	12.4	9.6	7.9	3.5	1.9

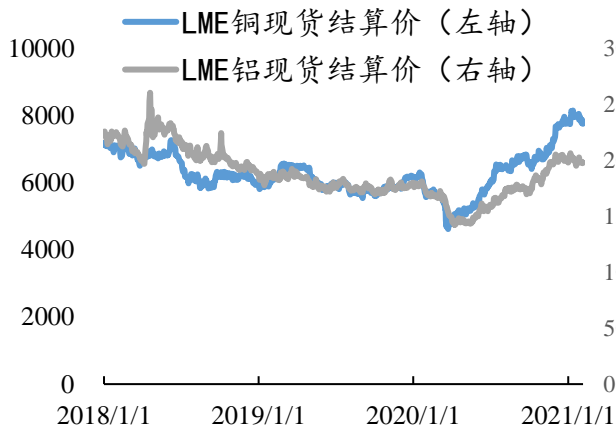
数据来源：万得一致预期，华安证券研究所

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 7756、1980 元/吨，本周涨跌-1.63%、0.05%，年初至今涨跌 0.30%、-1.66%。钢铁价格指数、中塑价格指数为 123、989，本周涨跌-0.69%、1.44%，年初至今涨跌-1.75%、2.50%。

图表 23 铜铝价格走势 (美元/吨)



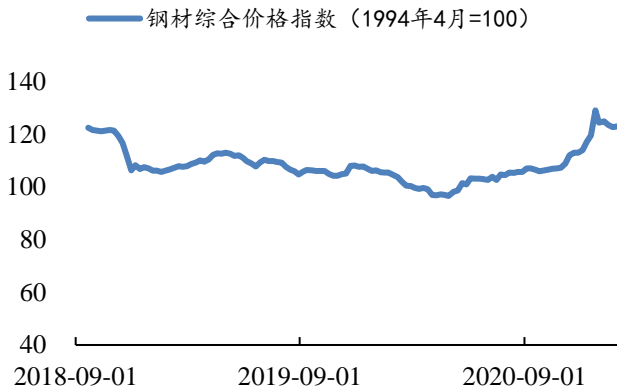
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 24 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 25 钢材价格走势 (1994 年 4 月=100)



资料来源: wind, 华安证券研究所

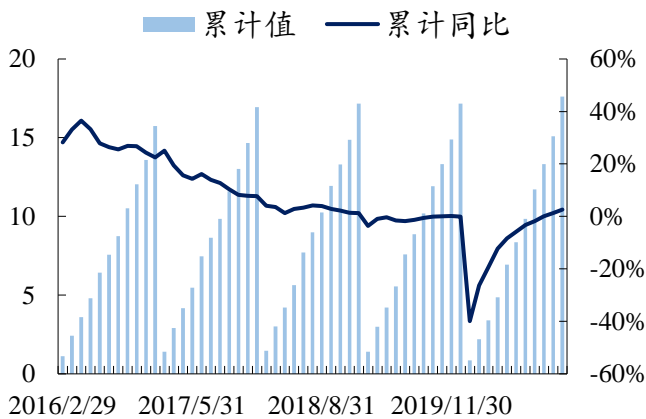
图表 26 人民币汇率



资料来源: wind, 华安证券研究所

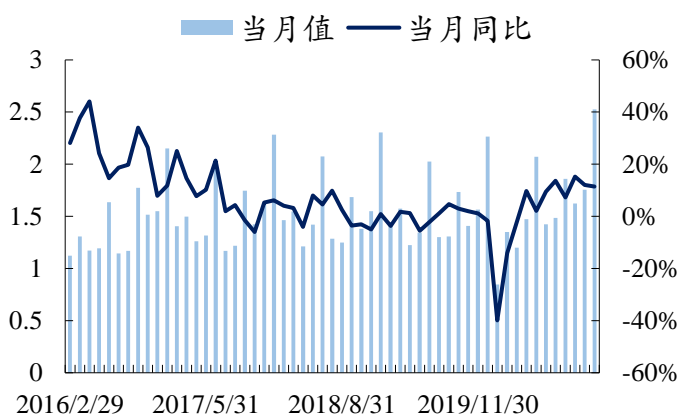
5 房地产数据跟踪

图表 27 累计商品房销售面积 (亿平方米)



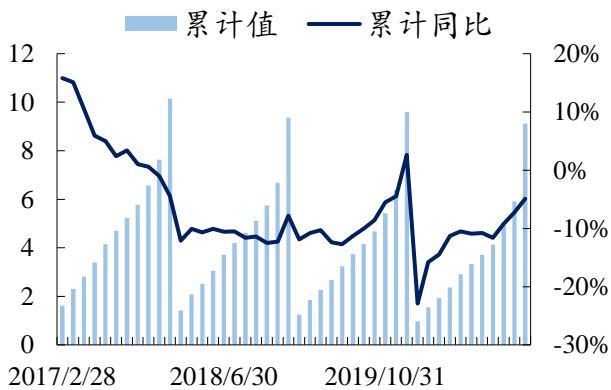
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 28 当月商品房销售面积 (亿平方米)



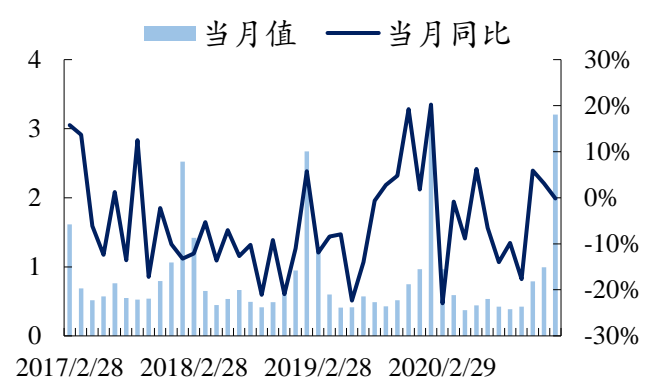
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 29 累计房屋竣工面积 (亿平方米)



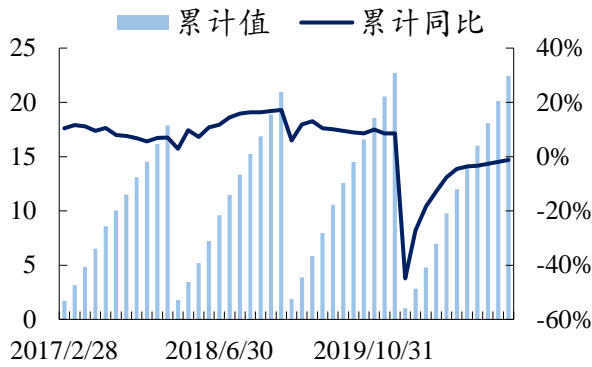
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 30 当月房屋竣工面积 (亿平方米)



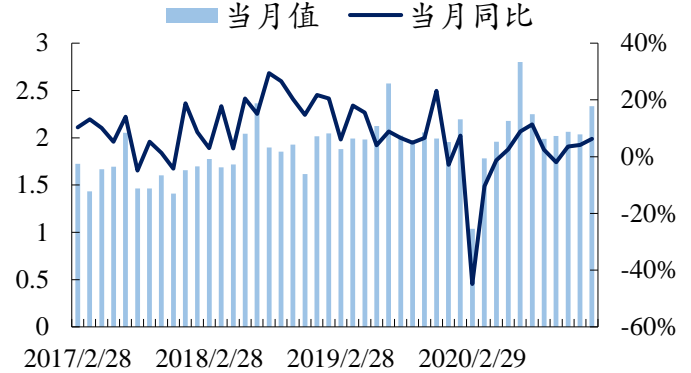
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 31 累计房屋新开工面积 (亿平方米)



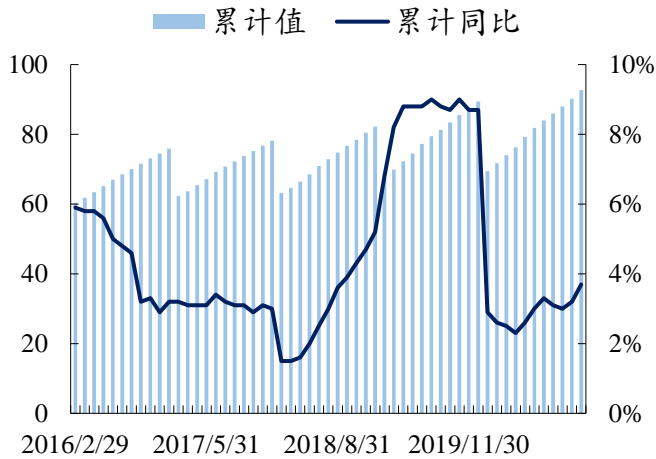
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 32 当月房屋新开工面积 (亿平方米)



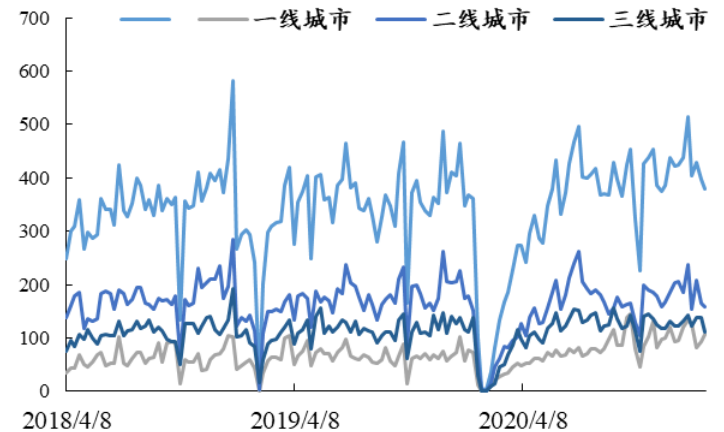
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 33 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 34 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。