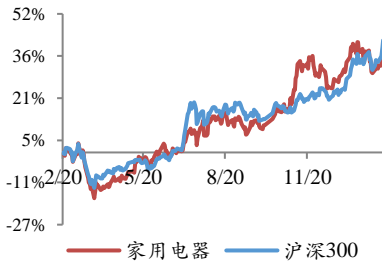


## 节前延续高增，“春节不打烊”有望提振家电需求

行业评级：增持

报告日期：2021-2-17

### 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. 年货节致1月淘系数据亮丽，均价持续提升 2021-02-07

2. 终端销售如期改善，大家电增长尤为显著 2021-01-31

3. 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

### 主要观点：

#### ● 根据奥维数据（2.1-2.7），节前家电销售延续同比高增。

白电方面，空冰洗持续量价齐升，W06空冰洗销量分别同增101%、426%、239%，均价分别同增26%、23%、25%；厨电同样延续高增态势，W06厨电套装量价分别同增168%、8%；小家电方面，电饭煲、电压力锅等传统小电表现不俗，销额分别同增88%、125%，吸尘器、料理机等品类亦表现突出，销额分别同增120%、69%。“就地过年”一定程度上促进不能返乡过年的“原地人”与家乡亲友通过年礼寄递来传递节日问候，根据京东大数据，农历腊八至腊月二十，异地订单量同比去年农历同期增长超55%。而腊八以来，淘宝“年货”的搜索量同比增长了23倍。

#### ● 投资建议

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人。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。

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，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。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。

#### ● 风险提示

地产表现低迷，需求修复不及预期。

## 正文目录

1 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.....	9
3 本周家电板块走势.....	12
4 原材料价格走势.....	13
5 房地产数据跟踪.....	14
风险提示: .....	15

## 图表目录

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

## 1 周度观点

根据奥维数据(2.1-2.7),节前家电销售延续同比高增。白电方面,空冰洗持续量价齐升,W06空冰洗销量分别同增101%、426%、239%,均价分别同增26%、23%、25%;厨电同样延续高增态势,W06厨电套装量价分别同增168%、8%;小家电方面,电饭煲、电压力锅等传统小电表现不俗,销额分别同增88%、125%,吸尘器、料理机等品类亦表现突出,销额分别同增120%、69%。“就地过年”一定程度上促进不能返乡过年的“原地人”与家乡亲友通过年礼寄递来传递节日问候,根据京东大数据,农历腊八至腊月二十,异地订单量同比去年农历同期增长超55%。而腊八以来,淘宝“年货”的搜索量同比增长了23倍。

春节期间,天猫京东苏宁等多平台,及12家快递公司陆续宣布“春节不打烊”,电商平台上线多重促销福利。以苏宁家电为例,2月10-17日,苏宁推出家电春节不打烊贴心服务,热门爆款悉数呈现,美的、海尔、格力、西门子等品牌福利多重,各类产品每千减百的优惠券持续加持,力度空前。在满减促销的同时,苏宁亦同步推出分期免息、清洗服务随时可约等配套服务。在“就地过年”背景下,“春节不打烊”有望持续提振家电需求。

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W06，在去年一季度低基数影响下，海尔线上、线下整体增速延续前期高增趋势。线下方面，卡萨帝洗碗机保持高速增长，空调、嵌入式电烤箱、冰箱、洗衣机亦有较好表现，但洗碗机增速由正转负、短期承压。线上方面，冰箱、洗衣机表现亮眼，延续高增势头，空调、洗碗机增速略有放缓。

图表 1 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
海尔	冰箱	销额同比	1%	-4%	-4%	76%	33%	43%	62%	150%
		均价	5,266	5,168	5,669	5,727	2,301	2,501	3,026	2,808
		均价同比	4%	3%	3%	13%	-4%	11%	13%	10%
海尔	洗衣机	销额同比	-5%	-3%	-4%	60%	26%	34%	42%	99%
		均价	3,662	3,603	3,682	3,890	1,667	1,729	1,885	1,781
		均价同比	4%	6%	3%	16%	-8%	13%	16%	19%
海尔	空调	销额同比	-5%	-14%	-5%	99%	66%	41%	34%	84%
		均价	3,329	3,579	4,033	4,078	2,474	2,877	2,938	3,100
		均价同比	-15%	-6%	9%	12%	-22%	2%	3%	19%
海尔	洗碗机	销额同比	-17%	-34%	-13%	22%	118%	93%	69%	155%
		均价	3,319	3,312	2,815	2,993	2,735	3,027	2,889	2,759
		均价同比	-4%	-7%	-17%	4%	-16%	3%	-6%	0%
卡萨帝	洗碗机	销额同比	222%	143%	156%	429%				
		均价	9,108	8,302	8,046	7,798				
		均价同比	-24%	-24%	-22%	-25%				
卡萨帝	嵌入式电烤箱	销额同比	21%	-6%	14%	131%				
		均价	9,511	9,402	8,754	8,604				
		均价同比	14%	6%	-6%	-9%				

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2月为周度数据累加。

截至W06，线下方面，美的大家电整体增速保持正增长，但厨电套餐和油烟机继续



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、厨电套餐和油烟机增速亮眼，均取得高速增长，小家电中的料理机、吸尘器、电饭煲、电压力锅均延续前期高增趋势，增速略有提升，豆浆机则有所承压。

图表 2 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
美的	冰箱	销额同比	6%	-3%	-9%	53%	24%	39%	44%	141%
		均价	4,360	4,193	4,608	4,373	2,252	2,438	2,725	2,514
		均价同比	7%	1%	2%	4%	7%	11%	12%	5%
美的	洗衣机	销额同比	-19%	-14%	-15%	47%	20%	7%	27%	91%
		均价	2,415	2,128	2,227	2,272	1,404	1,289	1,461	1,442
		均价同比	14%	0%	-3%	-1%	5%	-1%	8%	7%
小天鹅	洗衣机	销额同比	-5%	-12%	-9%	53%	32%	35%	43%	110%
		均价	3,994	3,302	3,279	3,205	1,638	1,638	1,881	1,786
		均价同比	15%	2%	4%	4%	-4%	4%	9%	12%
美的	空调	销额同比	-2%	-9%	-11%	88%	27%	14%	-18%	42%
		均价	3,332	3,407	3,554	3,850	2,368	2,714	2,853	3,030
		均价同比	-8%	-6%	5%	13%	-16%	0%	21%	21%
美的	厨电套餐	销额同比	-17%	-42%	-72%	-48%	28%	36%	42%	128%
		均价	3,643	3,264	3,209	2,994	2,359	2,515	2,436	2,733
		均价同比	-15%	-15%	-21%	-19%	-7%	0%	-5%	12%
美的	油烟机	销额同比	1%	-16%	-28%	-1%	25%	52%	45%	100%
		均价	3,021	2,820	2,863	2,724	1,354	1,417	1,411	1,494
		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%	93%	19%	17%	20%	-17%
		均价	5,769	5,831	5,834	5,888	3,430	3,988	3,712	3,734
		均价同比	-3%	-1%	2%	6%	-11%	16%	5%	20%
美的	台式电烤箱	销额同比	56%	-16%	-21%	59%	106%	11%	1%	21%
		均价	987	907	1,055	1,088	267	242	246	245
		均价同比	29%	-14%	6%	26%	6%	-5%	-4%	1%
美的	洗碗机	销额同比	65%	21%	2%	91%	74%	73%	58%	57%
		均价	4,213	4,784	4,952	4,961	2,894	3,273	3,319	3,827
		均价同比	7%	14%	15%	13%	3%	15%	10%	33%
美的	吸尘器	销额同比	-11%	-37%	-40%	-20%	23%	11%	20%	50%
		均价	1,066	1,184	1,281	1,382	433	409	452	397
		均价同比	-23%	-7%	-2%	4%	7%	-7%	3%	-4%
美的	电饭煲	销额同比	-30%	-32%	-42%	-6%	5%	7%	15%	61%
		均价	594	572	579	620	223	227	233	232
		均价同比	8%	5%	4%	10%	-9%	-2%	1%	5%
美的	电压力锅	销额同比	-28%	-29%	-37%	-12%	8%	1%	15%	59%
		均价	624	639	629	649	252	255	264	270
		均价同比	3%	6%	4%	6%	-5%	-3%	-3%	7%
美的	豆浆机	销额同比	-70%	-63%	-62%	-37%	2%	-53%	-52%	-28%
		均价	379	375	356	352	219	206	194	188
		均价同比	-12%	-13%	-17%	-9%	-18%	-19%	-15%	-14%
美的	料理机	销额同比	-34%	-36%	-38%	-20%	42%	18%	52%	81%
		均价	889	803	752	628	167	191	245	202
		均价同比	-20%	-25%	-33%	-39%	5%	15%	11%	23%
美的	电水壶	销额同比	-43%	-48%	-53%	-27%	-6%	-16%	16%	23%
		均价	157	157	160	162	100	95	100	112
		均价同比	-3%	0%	-1%	-2%	-9%	-11%	-7%	-2%
美的	集成灶	销额同比	95%	110%	130%		438%	754%	279%	
		均价	7,830	8,575	9,021	8,834	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2月为周度数据累加。

截至 W06，格力空调线下增速和线上增速延续高增，其中线上增速尤为亮眼，实现了三位数高速增长。

图表 3 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
格力	空调	销额同比	-22%	-28%	-31%	72%	71%	34%	-17%	132%
		均价	3,972	3,956	3,990	4,153	2,821	3,183	3,441	3,621
		均价同比	-14%	-9%	9%	-4%	-27%	-14%	32%	11%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2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 W06，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速增长势头，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表现尤为亮眼，增速在前期高增基础上稳中有升。

图表 4 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
老板	厨电套餐	销额同比	-10%	-11%	-9%	61%	4%	29%	47%	119%
		均价	6,094	6,176	6,302	6,049	3,830	4,113	4,041	4,315
		均价同比	0%	4%	5%	2%	-10%	0%	1%	2%
老板	油烟机	销额同比	-12%	-8%	4%	113%	3%	28%	41%	160%
		均价	4,411	4,417	4,534	4,402	2,273	2,410	2,401	2,532
		均价同比	-2%	1%	2%	1%	-16%	-7%	-3%	4%
老板	嵌入式电烤箱	销额同比	91%	69%	63%	207%	165%	369%	1406%	1833%
		均价	7,800	7,818	7,743	8,013	5,413	5,895	5,525	5,909
		均价同比	4%	-1%	-1%	-3%	10%	31%	22%	34%
老板	洗碗机	销额同比	90%	102%	86%	248%	180%	535%	375%	340%
		均价	6,558	6,516	6,471	6,433	4,222	4,662	4,926	4,736
		均价同比	-1%	-3%	-3%	-6%	6%	5%	10%	2%
老板	集成灶	销额同比			4223%					
		均价	11,566	13,280	13,700	13,030				
		均价同比			75%					

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2月为周度数据累加。

截至 W06，华帝线上、线下各品类整体增速较好。线下方面，嵌入式电烤箱、油烟机的增速提升明显，厨电套餐增速亦表现较好。线上方面，厨电套餐和油烟机延续高增，并有所提升，嵌入式电烤箱增速有所改善。

图表 5 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
华帝	厨电套餐	销额同比	-25%	-21%	-2%	58%	-12%	-30%	6%	111%
		均价	4,633	4,341	5,227	4,462	3,307	3,443	3,482	3,644
		均价同比	-6%	-8%	4%	-20%	-14%	0%	-1%	7%
华帝	油烟机	销额同比	-6%	-13%	-7%	94%	-6%	-22%	0%	115%
		均价	3,416	3,370	3,490	3,348	2,000	2,032	1,897	2,025
		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%	121%	-49%	-57%	-5%	-5%
		均价	5,132	5,084	5,034	4,874	2,234	2,801	2,472	2,747
		均价同比	4%	5%	3%	-3%	-20%	2%	-10%	27%
华帝	洗碗机	销额同比	192%	46%	76%	312%	21%			
		均价	5,309	5,062	5,408	5,304	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：2021年2月为周度数据累加。

截至 W06，火星线上 Q1 累计增速在高增基础上继续提升，线下增速基本与前期持平。

图表 6 火星销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
火星	集成灶	销额同比	194%	46%	117%	369%	23%	60%	52%	315%
		均价	10,531	10,431	10,160	10,201	8,320	8,864	8,670	9,146
		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2月为周度数据累加。

截至 W06，美大线下累计增速较上周提升明显。

图表 7 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
美大	集成灶	销额同比	21%	31%	24%	99%	23%	139%	229%	
		均价	10,661	10,273	10,220	10,009	9,112	9,576	9,015	
		均价同比	0%	-5%	-1%	5%	-1%	0%	3%	

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2月为周度数据累加。



截至 W06，帅丰线上 Q1 累计增速表现亮眼，增速稳中有升。

图表 8 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
帅丰	集成灶	销额同比					6%	62%	64%	404%
		均价					7,623	8,143	9,787	9,094
		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2月为周度数据累加。

截至 W06，亿田 Q1 累计线上保持高增趋势，增速基本与前期持平。

图表 9 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
亿田	集成灶	销额同比					91%	35%	58%	176%
		均价					8,926	9,300	8,552	9,489
		均价同比					-9%	-21%	-5%	-9%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2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改善，线上部分品类增速较去年同期有所放缓。

截至 W06，九阳线下方面，料理机、电饭煲、电压力锅、台式电烤箱增速由负转正，电水壶增速略有改善。线上方面，各品类表现各异，豆浆机、台式电烤箱、洗碗机和热水壶增速放缓，料理机、电饭煲、电压力锅增速进一步提升。

图表 10 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
九阳	豆浆机	销额同比	-55%	-53%	-30%	16%	-7%	-25%	-16%	13%
		均价	790	826	982	1,030	415	377	403	373
		均价同比	-12%	0%	26%	31%	-9%	-14%	-11%	-14%
九阳	料理机	销额同比	-5%	-17%	-27%	2%	128%	48%	36%	49%
		均价	951	886	926	869	285	320	362	282
		均价同比	-5%	-10%	-15%	-14%	52%	19%	-2%	-12%
九阳	电饭煲	销额同比	-15%	-28%	-28%	8%	2%	12%	28%	57%
		均价	455	446	448	442	212	194	198	193
		均价同比	5%	-1%	-6%	0%	-7%	-8%	-2%	-5%
九阳	电压力锅	销额同比	-20%	-28%	-24%	4%	19%	12%	-4%	31%
		均价	433	444	460	464	239	252	252	260
		均价同比	0%	0%	0%	4%	-11%	-6%	2%	7%
九阳	台式电烤箱	销额同比	8%	-20%	-22%	17%	96%	23%	17%	39%
		均价	352	306	340	362	224	200	209	203
		均价同比	14%	-7%	10%	17%	-13%	-18%	-6%	-5%
九阳	洗碗机	销额同比					-32%	-31%	7%	-16%
		均价					1,701	1,458	1,263	1,278
		均价同比					-14%	-24%	-34%	-34%
九阳	电水壶	销额同比	-37%	-47%	-49%	-27%	-8%	-23%	-1%	27%
		均价	140	141	144	147	82	80	84	85
		均价同比	6%	3%	1%	-1%	-14%	-21%	-13%	-16%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2月为周度数据累加。

截至 W06，线下方面，苏泊尔电饭煲、电压力锅、料理机增速由负转正，台式电烤箱增速在高增基础上继续提升，表现亮眼，其他各品类线下增速短期内有所承压。线上方面，各品类增速整体上稳中有升，其中吸尘器和台式电烤箱增速有所放缓，嵌入式烤箱增速则尤为亮丽。

图表 11 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
苏泊尔	电饭煲	销额同比	-31%	-39%	-40%	0%	15%	0%	10%	71%
		均价	619	607	627	640	235	246	270	283
		均价同比	9%	6%	1%	6%	-9%	0%	7%	15%
苏泊尔	电压力锅	销额同比	-20%	-34%	-34%	6%	12%	0%	14%	75%
		均价	665	668	665	673	303	321	341	342
		均价同比	3%	3%	-1%	0%	-7%	2%	15%	13%
苏泊尔	豆浆机	销额同比	-70%	-76%	-81%	-67%	222%	215%	147%	165%
		均价	401	374	381	350	205	187	197	205
		均价同比	-5%	-13%	-6%	-19%	-25%	-30%	-10%	-11%
苏泊尔	料理机	销额同比	-33%	-35%	-40%	2%	156%	75%	73%	57%
		均价	1,043	965	959	907	217	233	261	198
		均价同比	-9%	-16%	-19%	-18%	83%	47%	12%	-4%
苏泊尔	台式电烤箱	销额同比	1654%	1223%	448%	113%	192%	-35%	-34%	10%
		均价	309	286	321	343	246	242	213	214
		均价同比	12%	5%	54%	25%	-4%	-7%	-15%	-4%
苏泊尔	厨电套餐	销额同比					3%	5%	-18%	66%
		均价					1,810	1,831	1,840	1,921
		均价同比					-6%	-1%	6%	7%
苏泊尔	油烟机	销额同比					-10%	-2%	-22%	59%
		均价					1,101	1,030	1,052	1,065
		均价同比					-13%	-16%	-9%	-6%
苏泊尔	吸尘器	销额同比	-9%	-19%	-41%	-8%	92%	36%	19%	84%
		均价	1,554	1,485	1,403	1,466	242	241	291	292
		均价同比	14%	2%	-12%	-5%	-38%	-23%	-6%	-3%
苏泊尔	嵌入式电烤箱	销额同比					1361%	2720%		22136%
		均价					2,334	2,284	2,184	2,374
		均价同比					-41%	-41%		-42%
苏泊尔	电水壶	销额同比	-40%	-45%	-45%	-10%	-2%	-11%	-5%	43%
		均价	157	158	160	166	96	104	109	112
		均价同比	1%	0%	2%	6%	-16%	-4%	4%	-1%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2月为周度数据累加。

截至 W06，线下方面，小熊电器料理机增速有所改善，台式电烤箱增速转负为正。线上方面，料理机和电饭煲增速仍保持高速增长趋势，但增速有所放缓，台式电烤箱增速则提升较为明显。

图表 12 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
小熊	料理机	销额同比	133%	-34%	-41%	-32%	72%	-3%	45%	77%
		均价	148	150	141	145	102	110	119	112
		均价同比	-2%	11%	2%	12%	-6%	9%	19%	16%
小熊	台式电烤箱	销额同比	70%	113%	109%	1%	61%	-8%	19%	27%
		均价	166	131	142	146	160	166	159	153
		均价同比	-5%	-29%	-10%	-19%	-25%	-11%	-6%	-13%
小熊	电饭煲	销额同比					340%	412%	400%	416%
		均价					148	145	151	150
		均价同比					-30%	-25%	-19%	-16%
小熊	豆浆机	销额同比								
		均价					231	220	228	204
		均价同比								

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2月为周度数据累加。

截至 W06，摩飞料理机线上、线下均取得高速增长，其中线下增速提升明显，线上增速则出现放缓。

图表 13 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
摩飞	料理机	销额同比	419%	87%	80%	486%				295%
		均价	198	212	237	252				254
		均价同比	-2%	6%	15%	25%				17%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2月为周度数据累加。

截至 W06，科沃斯吸尘器线上、线下均取得高速增长，线下受益于疫情趋缓，增速提升明显，线上增速基本与前期持平。

图表 14 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
科沃斯	吸尘器	销额同比	-29%	-26%	27%	106%	15%	33%	27%	88%
		均价	2,220	2,351	2,383	2,410	1,818	1,903	1,952	2,004
		均价同比	13%	22%	19%	26%	12%	18%	20%	25%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2月为周度数据累加。

截至 W06，莱克线下吸尘器增速受益于疫情趋缓持续提升。

图表 15 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W06	20Q2	20Q3	20Q4	21Q1截至W06
莱克	吸尘器	销额同比	-38%	-32%	-13%	52%				
		均价	2,609	2,707	3,018	2,877				
		均价同比	16%	24%	31%	23%				

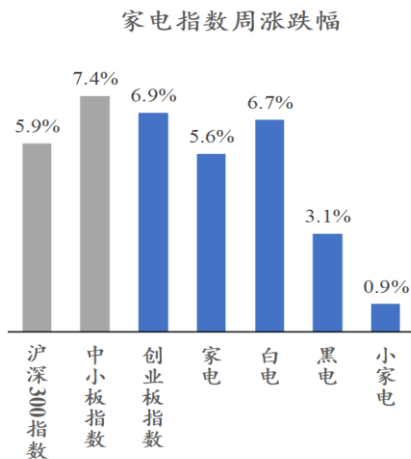
资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：2021年2月为周度数据累加。

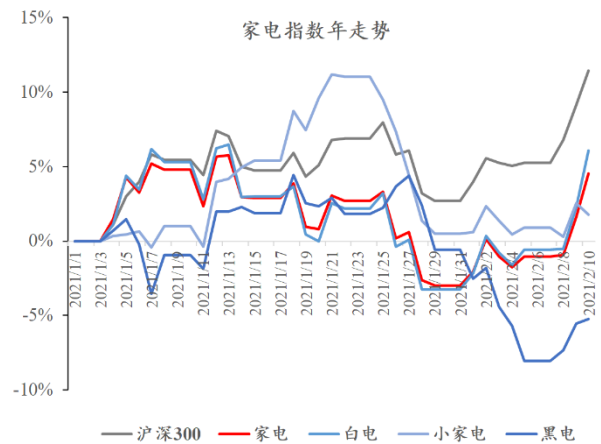
### 3 本周家电板块走势

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 5.9%、7.4%、6.9%、5.6%。从细分板块看，白电、黑电、小家电涨跌幅分别为 6.7%、3.1%、0.9%。

图表 16 家电指数周涨跌幅



图表 17 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 18 家电重点公司估值

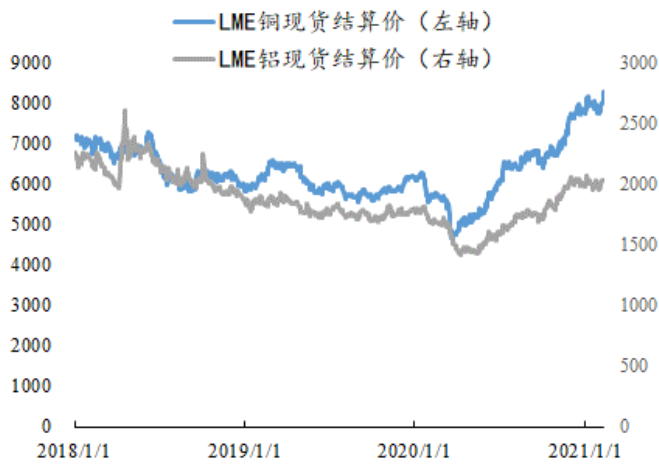
【华安新消费】家电重点公司估值														
公司	市值 (亿元)	周涨跌幅	年初至今涨跌幅	EPS				PE				BVPS	PB	
				19A	20E	21E	22E	19A	20E	21E	22E			
白电	美的集团	7,540	10.1%	8.8%	3.6	3.6	4.2	4.7	28.3	28.1	24.5	21.8	15.1	6.8
	格力电器	3,639	2.6%	-2.3%	4.1	3.2	4.0	4.7	14.4	18.5	14.6	12.6	18.8	3.1
	海尔智家	3,151	3.6%	19.5%	1.3	0.9	1.1	1.3	26.7	38.8	31.1	26.3	5.3	6.4
	海信家电	207	1.3%	5.5%	1.3	1.0	1.2	1.4	11.5	14.5	12.4	11.2	6.4	2.4
厨电	老板电器	378	1.4%	-2.3%	1.7	1.8	2.0	2.3	24.0	22.2	19.8	17.8	7.5	5.4
	浙江美大	120	-9.3%	16.7%	0.7	0.8	1.0	1.2	25.0	21.9	18.2	15.3	2.4	7.4
	华帝股份	66	0.5%	-13.9%	0.9	0.7	0.8	0.9	8.8	11.2	9.3	8.1	3.5	2.2
小家电	苏泊尔	668	0.7%	4.3%	2.3	2.3	2.6	3.0	35.1	36.1	31.3	27.8	8.4	9.8
	九阳股份	249	-0.9%	1.4%	1.1	1.2	1.4	1.6	30.6	27.5	23.7	20.9	5.1	6.4
	小熊电器	137	-0.2%	-22.4%	2.7	2.9	3.6	4.5	32.1	29.8	24.1	19.2	11.3	7.6
	新宝股份	413	-0.1%	18.3%	0.9	1.3	1.6	2.0	60.1	38.8	31.3	26.4	5.4	9.6
	科沃斯	693	3.2%	38.8%	0.2	0.9	1.6	2.2	558.5	134.7	78.1	55.9	4.5	27.6
	石头科技	767	3.5%	11.0%	15.7	25.1	31.0	-	72.2	45.1	36.4	-	89.7	12.6
	飞科电器	222	5.3%	8.8%	1.6	1.6	1.7	1.9	31.2	31.6	28.7	26.3	6.3	7.7
	莱克电气	123	2.3%	-1.3%	1.3	1.4	1.6	1.8	24.1	21.9	19.0	17.2	8.0	3.8
荣泰健康	42	8.8%	-1.2%	2.1	1.8	2.2	2.5	13.5	15.7	13.1	11.4	11.8	2.4	
黑电	海信视像	161	0.6%	7.1%	0.4	0.8	0.9	1.0	29.4	15.7	14.3	12.9	11.1	1.1
	兆驰股份	273	3.1%	-2.7%	0.3	0.4	0.5	0.5	24.2	16.5	13.3	11.1	2.2	2.8
	创维数字	75	4.1%	-12.0%	0.6	0.6	0.7	0.9	11.3	12.5	9.6	7.9	3.5	2.0

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

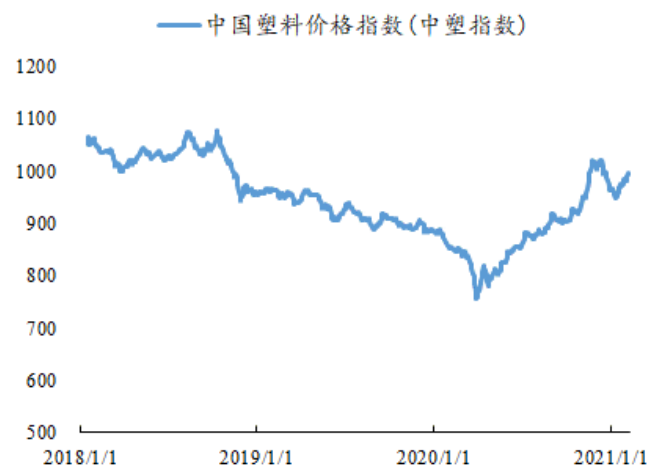
本周 SHFE 铜、铝现货结算价分别为 7827、1980 美元/吨，本周涨跌 0.62%、0.05%，年初至今涨跌-1.16%、-1.66%。钢铁价格指数、中塑价格指数为 123、989，本周涨跌-0.69%、1.44%，年初至今涨跌-1.75、2.50%。

图表 19 铜铝价格走势（美元/吨）



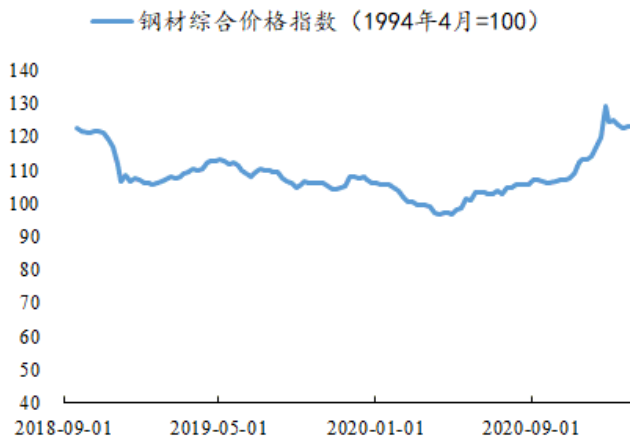
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 20 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 21 钢材价格走势（1994 年 4 月=100）



资料来源：wind，华安证券研究所

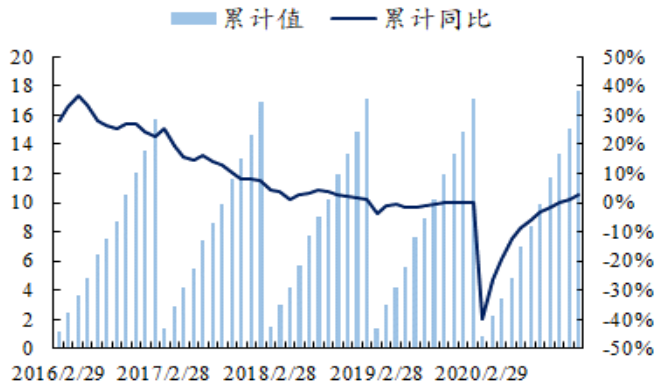
图表 22 人民币汇率



资料来源：wind，华安证券研究所

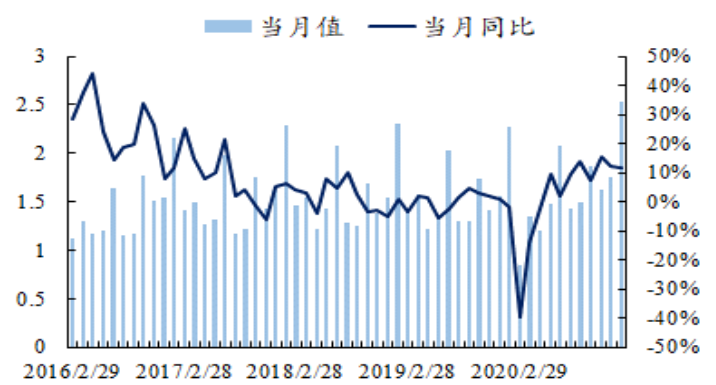
## 5 房地产数据跟踪

图表 23 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 24 当月商品房销售面积 (亿平方米)



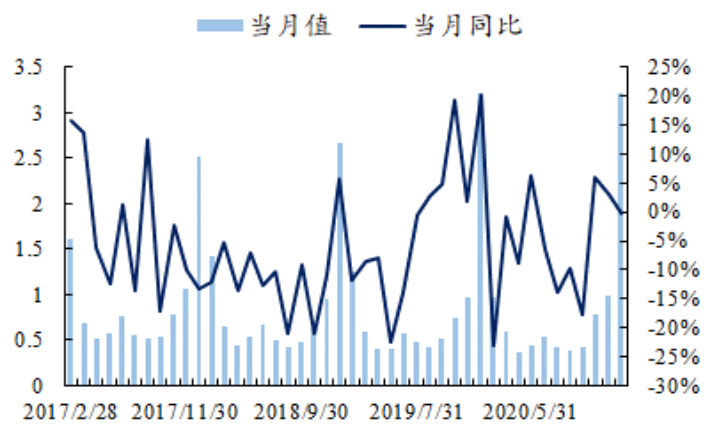
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 25 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 26 当月房屋竣工面积 (亿平方米)



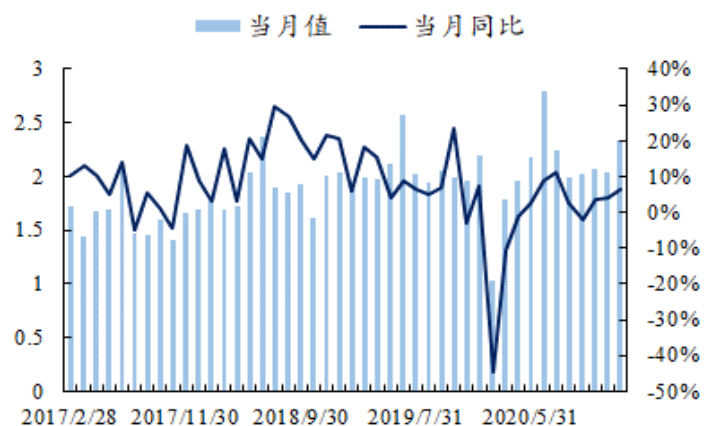
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 27 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

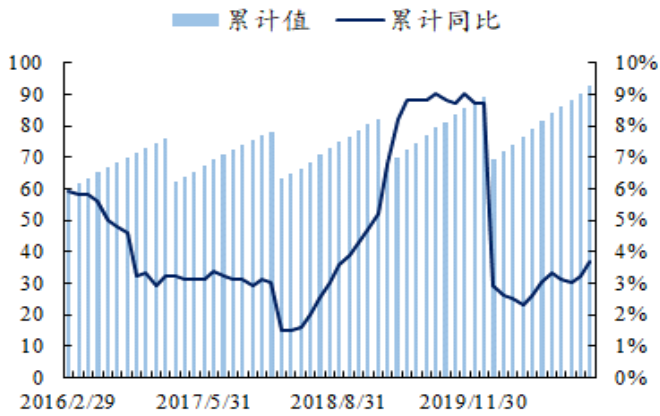
图表 28 当月房屋新开工面积 (亿平方米)



资料来源: wind, 华安证券研究所

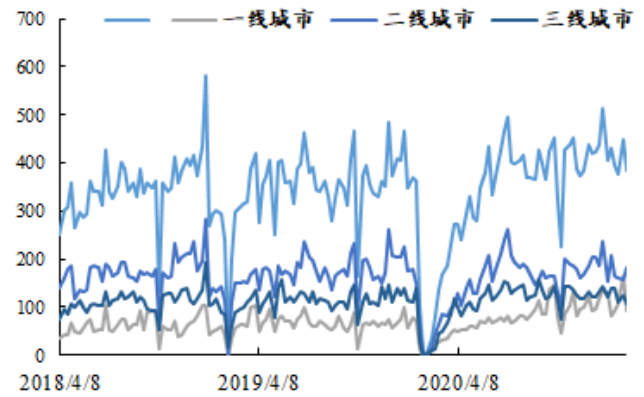


图表 29 累计房屋施工面积（亿平方米）



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 30 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。