

强于大市

21M2 家电月度数据点评

线下零售持续复苏，终端均价上行缓解原材料上涨压力

■ **21M2 家电线下零售持续复苏，终端均价上行缓解原材料上涨压力。**据奥维云网 2 月数据，家电全品类线下、线上合计销额分别同比增长 80.41%、增长 32.41%，环比 1 月分别下滑 59.62%、下滑 49.86%，1-2 月合计同比分别增长 37.47%、增长 50.40%。分品类来看，主要大家电品类及扫地机品类增速较高。2 月家电全品类线下销售额及销售量增速同比大幅增长，去年同期居家隔离、线下零售活动多处于停摆状态使得同期基数较小；2 月线下销售额及销售量环比 1 月增速下行，与春节假期线下门店关闭、多地倡导就地过年返乡置办年货人流减少等因素有关。2 月线上销售额、销售量环比 1 月增速下行，去年同期宅经济高基数叠加春节因素使得 2 月环比增速承压。价格方面，2 月家电产品均价同比增长，20 年 11 月以来 SHFE 铜价上涨 30%，SHFE 铝价上涨 20%，0.5mm 冷轧全国均价上涨近 19%，中国塑料价格指数亦上涨近 15%，多数家电厂商提高出厂价与终端价格以转移成本压力。

■ **21M1 空冰洗出口仍维持较高景气度。**据产业在线数据，21 年 1 月空调、冰箱、洗衣机出口规模分别达到 789.5 万台、380.3 万台、192.0 万台，同比增长 56.6%、44.7%、8.1%。2020 年整体来看，空冰洗累计出口规模分别为 6118.5 万台、4177.3 万台、2030.1 万台，同比增长 4.65%、增长 22.30%、下滑 4.40%。

投资建议

■ **必选家电需求向上，新兴家电扩容空间较大。**在疫情缓解的大前提下，21 年竣工继续回补将使必选家电需求基础向好，行业增速上行。从新兴家电来看，我国小家电人均消费额/量与发达国家有明显差距，伴随可支配收入提升仍有明显扩容空间。小家电行业集中度低于白电，龙头份额仍有提升空间。部分品类和公司在 21 年面临一定的基数压力，仍应以更长远目光来看待。**3 月家电大促开启，关注行业景气度持续复苏。**美的“火三月”活动将于 3 月 12 日至 3 月 15 日举行，主推无风感空调及旋耀系列空调新品并配套无忧售后服务。3 月 13 日至 3 月 15 日，格力“春雷行动”也将开启，此活动不仅全品类参与其中且节能变频空调直击低价并提供优质销售及安装服务，同时格力对自 21 年 3 月 1 日起销售的家用空调提供 10 年免费包修服务，家电品牌商通过新品推出及优质的售后维修保障服务，有望持续带动终端动销。

■ **建议关注：**格力电器、海尔智家、美的集团、老板电器、浙江美大、小熊电器、九阳股份、科沃斯、石头科技

风险提示

1) 疫情影响宏观经济未达预期；2) 海外疫情二次冲击或将影响家电出口；3) 家电行业价格战加剧；4) 天气因素影响住房施工进度等。

相关研究报告

《家电行业陆股通持仓点评：21M2，陆股通持股比例环比提升，持续看好需求景气度向上的必选家电板块》20210301

《家用电器行业周报：20 年业绩快报验证厨电需求稳步回暖》20210301

《华帝股份：收入逐季改善，业绩有望触底反弹》20210226

中银国际证券股份有限公司
具备证券投资咨询业务资格

家用电器

证券分析师：孙谦

(8621)20328348

qian.sun@bocichina.com

证券投资咨询业务证书编号：S1300520070001

证券分析师：张译文

(8621)20328764

yiwen.zhang@bocichina.com

证券投资咨询业务证书编号：S1300520090004

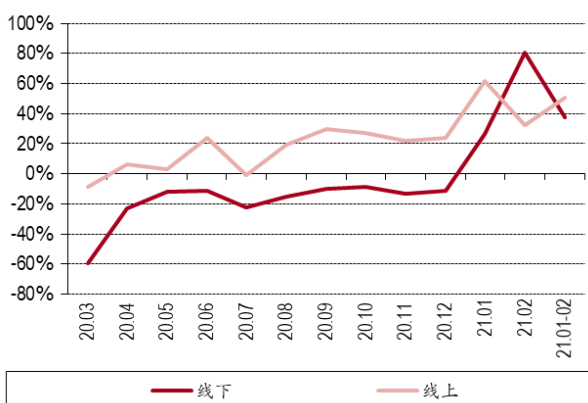
一. 家电零售与出口月度数据跟踪

1. 行业终端零售数据

据奥维云网 2 月数据，家电全品类线下、线上合计销额分别同比增长 80.41%、增长 32.41%，环比 1 月分别下滑 59.62%、下滑 49.86%，1-2 月合计同比分别增长 37.47%、增长 50.40%。2 月家电全品类线下、线上合计销量分别同比增长 41.80%、增长 0.66%，环比 1 月分别下滑 48.26%、下滑 48.71%，1-2 月合计同比分别增长 12.69%、增长 28.90%。

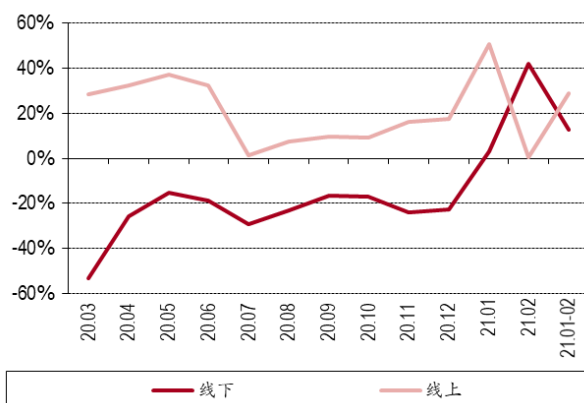
2 月家电全品类线下销售额及销售量增速同比大幅增长，去年 2 月疫情期间居民居家隔离、线下零售活动多处于停摆状态使得同期基数较小，2 月线下销售额及销售量环比 1 月下滑，与春节假期线下门店关闭、多地倡导就地过年返乡置办年货人流减少等因素有关。线上方面，2 月线上销售额、销售量环比 1 月下滑，去年疫情期间家电线上销售景气度较高，高基数叠加春节因素使得 2 月环比增速承压。2 月家电产品均价同比增长，原材料价格持续上行，多数家电厂商提高出厂价与终端价格以转移成本压力。

图表1. 家电全品类线下、线上销额同比增速：21 年 2 月分别增长 80.41%、增长 32.41%



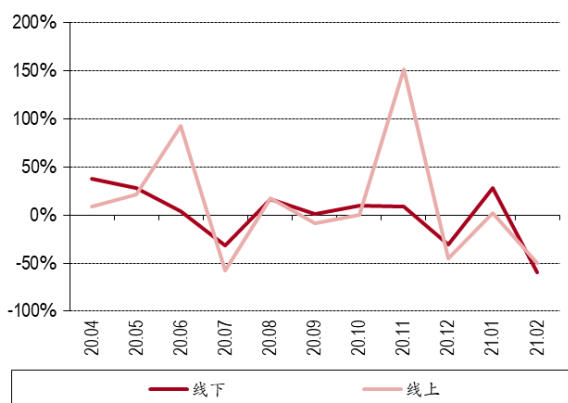
资料来源：奥维云网，中银证券

图表2. 家电全品类线下、线上销量同比增速：21 年 2 月分别增长 41.80%、增长 0.66%



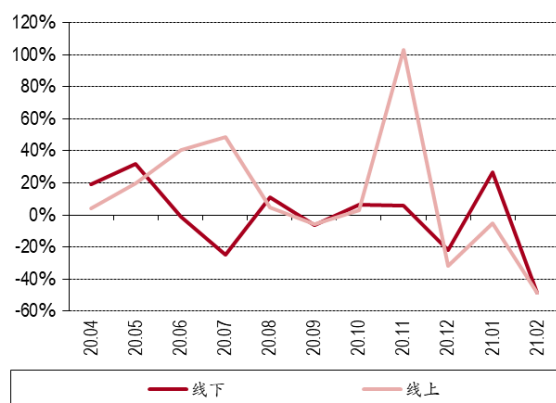
资料来源：奥维云网，中银证券

图表3. 家电全品类线下、线上销额环比增速：21 年 2 月分别下滑 59.62%、下滑 49.86%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表4. 家电全品类线下、线上销量环比增速：21 年 2 月分别下滑 48.26%、下滑 48.71%

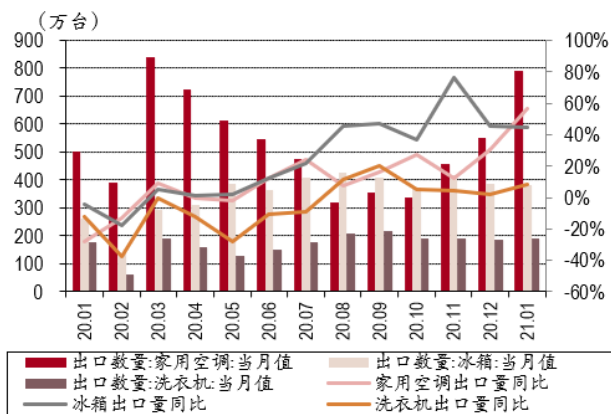


资料来源：奥维云网，中银证券

2. 行业出口数据

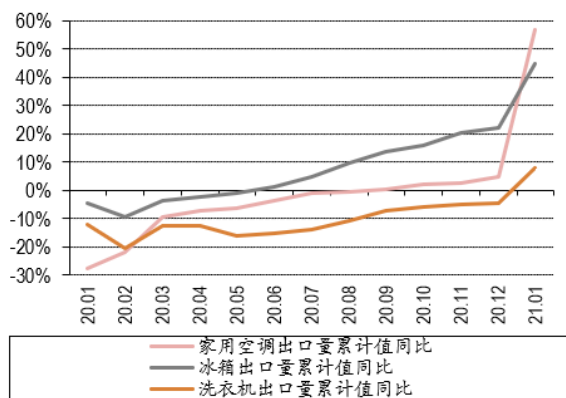
据产业在线数据，21年1月空调、冰箱、洗衣机出口规模分别达到789.5万台、380.3万台、192.0万台，同比增长56.6%、44.7%、8.1%。2020年整体来看，空冰洗累计出口规模分别为6118.5万台、4177.3万台、2030.1万台，同比增长4.65%、增长22.30%、下滑4.40%。

图表5. 空冰洗出口数量规模：1月空冰洗出口数量分别同比增长达到789.5万台、380.3万台、192.0万台



资料来源：产业在线，中银证券

图表6. 空冰洗出口数量累计同比：1月空冰洗出口数量分别同比增长56.6%、44.7%、8.1%



资料来源：产业在线，中银证券

二. 家电终端零售子版块数据跟踪

1. 白色家电和彩电

白色家电与彩电：奥维云网2月数据显示，空调/冰箱/洗衣机/彩电线下渠道零售额分别同比增长1.62%/146.43%/82.10%/111.93%，均价分别同比上涨26.77%/16.67%/15.05%/58.00%；线上渠道零售额分别同比增长11.01%/122.37%/64.25%/54.72%，均价分别同比上涨24.47%/8.18%/6.40%/41.10%。

① 空调

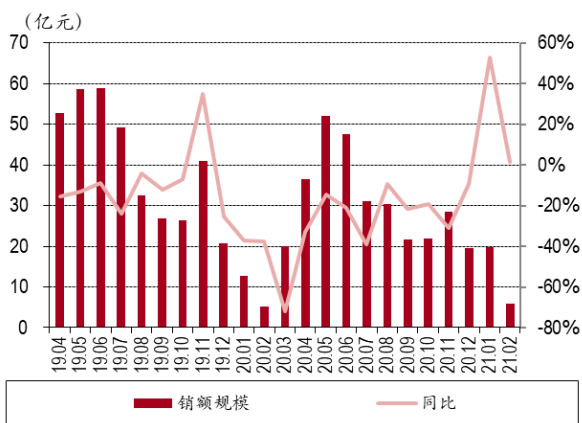
销售表现：空调单2月线下、线上销额规模达到5.77亿元、16.12亿元，同比增长1.62%、增长11.01%，环比1月下70.74%、下滑51.24%。空调1-2月线下、线上销额规模累计达到25.49亿元、49.18亿元，同比增长42.24%、增长39.95%。

价格表现：空调单2月线下、线上均价分别为3433元、2925元，同比上涨26.77%、24.47%，环比1月下12.80%、下跌2.82%。

品牌份额：单2月，美的/格力/海尔线下市占分别为38.11%/24.71%/18.52%，同比-1.99pct/+0.62pct/-1.47pct，环比1月+1.82pct/-9.43pct/+4.82pct；2月线下CR3达到81.34%，同比下滑2.84pct，环比1月下2.79pct。2月美的/格力/海尔线上市占分别为27.59%/20.23%/26.31%，同比-18.16pct/+7.90pct/+4.46pct，环比1月-4.51pct/-8.29pct/+13.40pct；2月线上CR3达到74.13%，同比下滑5.80pct，环比1月增长0.60pct。

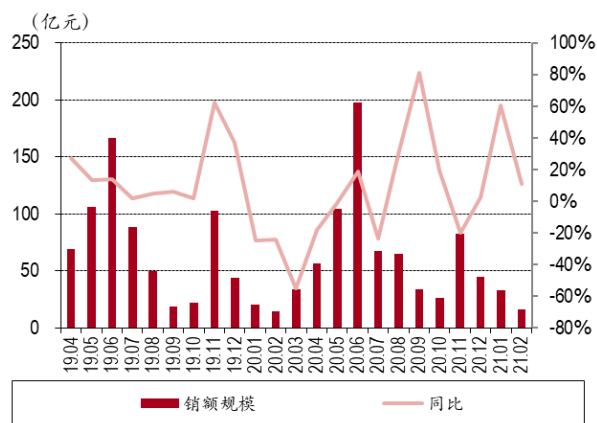
1-2月美的/格力/海尔线下累计市占率分别为36.70%/32.01%/14.79%，同比+0.67pct/-0.45pct/+0.22pct；美的/格力/海尔线上累计市占率分别为30.62%/25.80%/17.30%，同比-11.93pct/+6.12pct/+2.87pct。

图表7. 空调线下销售额规模与同比变化：2月销额规模为5.77亿元，同比增长1.62%



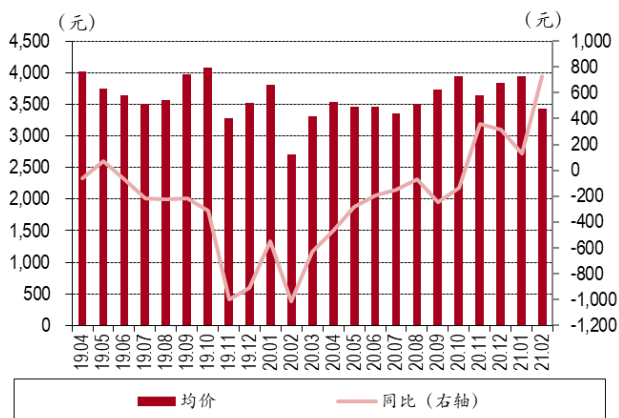
资料来源：奥维云网，中银证券

图表8. 空调线上销售额规模与同比变化：2月销额规模为16.12亿元，同比增长11.01%



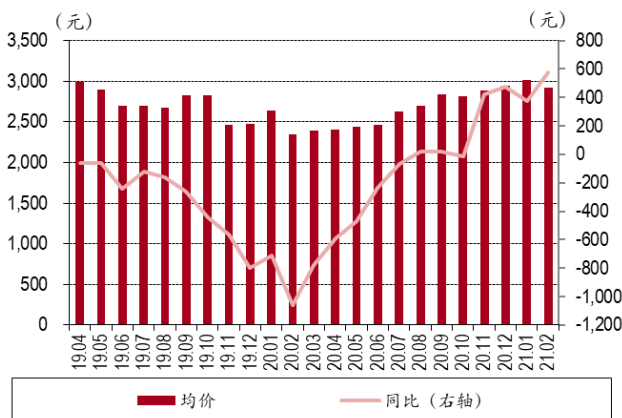
资料来源：奥维云网，中银证券

图表9. 空调线下销售均价与同比变化：2月均价为3433元，同比上涨26.77%



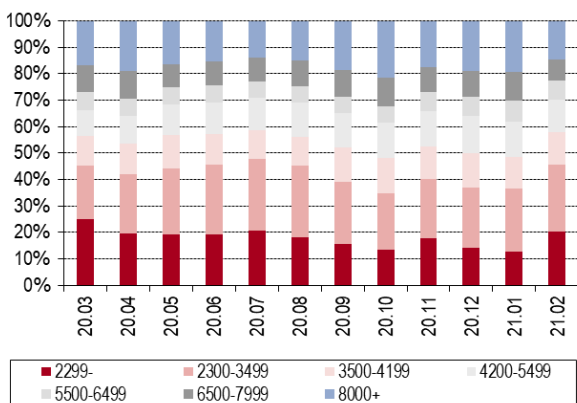
资料来源：奥维云网，中银证券

图表10. 空调线上销售均价与同比变化：2月均价为2925元，同比上涨24.47%



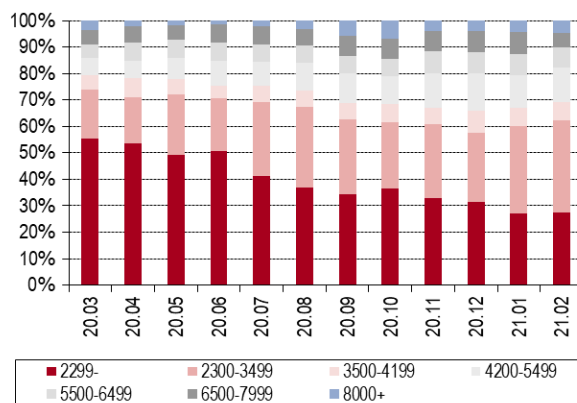
资料来源：奥维云网，中银证券

图表11. 空调线下价格段占比：2月2300-3499元占比达到25.41%，2299元以下占比达到20.39%



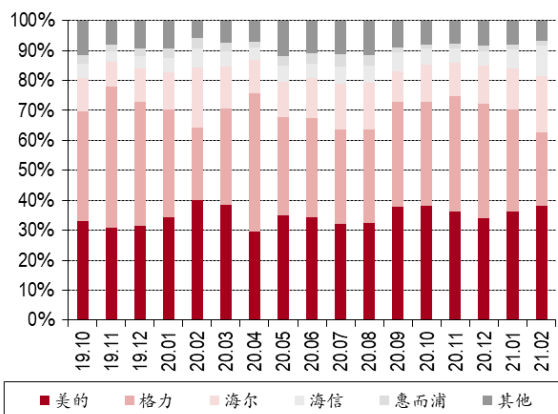
资料来源：奥维云网，中银证券

图表12. 空调线上价格段占比：2月2300-3499元占比达到34.74%，2299元以下占比达到27.52%



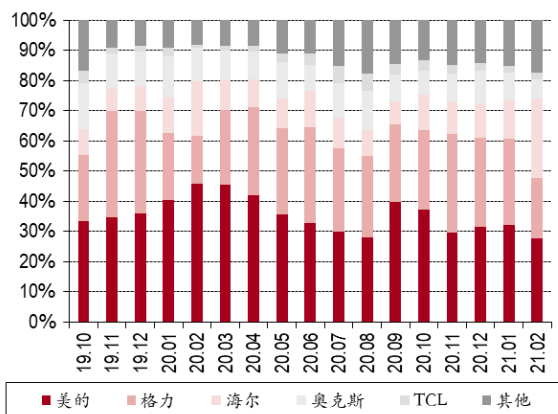
资料来源：奥维云网，中银证券

图表13. 空调线下市场份额：2月美的、格力、海尔市占分别为38.11%、24.71%、18.52%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表14. 空调线上市场份额：2月美的、格力、海尔市占分别为27.59%、20.23%、26.31%



资料来源：奥维云网，中银证券

② 冰箱

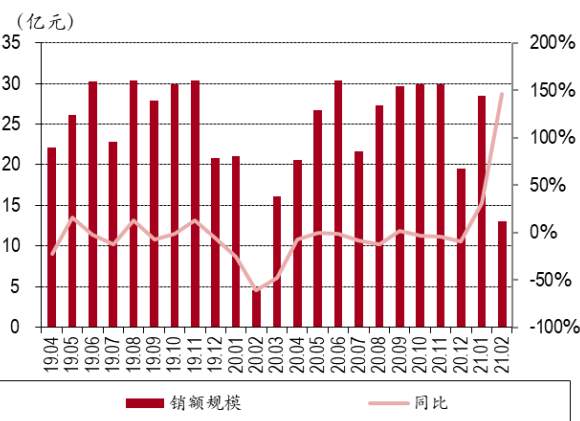
销售表现：冰箱单2月线下、线上销额规模达到13.01亿元、32.43亿元，同比增长146.43%、增长122.37%，环比1月下54.37%、下滑33.68%。冰箱1-2月线下、线上销额规模累计达到41.52亿元、81.33亿元，同比增长61.56%、增长96.78%。

价格表现：冰箱单2月线下、线上均价分别为4452元、2143元，同比上涨16.67%、上涨8.18%，环比1月下13.22%、下跌13.80%。

品牌份额：单2月，海尔/美的/容声线下市占分别为35.76%/12.67%/13.90%，同比-5.71pct/-0.55pct/+2.58pct，环比1月-1.65pct/+0.22pct/+1.68pct；2月线下CR3达到62.33%，同比下滑3.68pct，环比1月增长0.25pct。2月海尔/美的/容声线上市占分别为38.02%/18.46%/12.92%，同比+5.41pct/-2.09pct/+0.91pct，环比1月-0.81pct/-0.68pct/-0.47pct；2月线上CR3达到69.40%，同比增长4.23pct，环比1月下1.96pct。

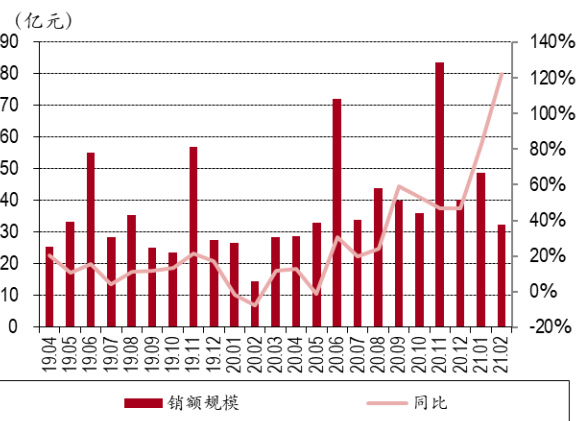
1-2月海尔/美的/容声线下累计市占率分别为36.89%/12.52%/12.75%，同比-0.78pct/-1.37pct/+1.05pct；海尔/美的/容声线上累计市占率分别为38.51%/18.87%/13.20%，同比+4.20pct/-0.06pct/+1.02pct。

图表15. 冰箱线下销售额规模与同比变化：2月销额规模为13.01亿元，同比增长146.43%



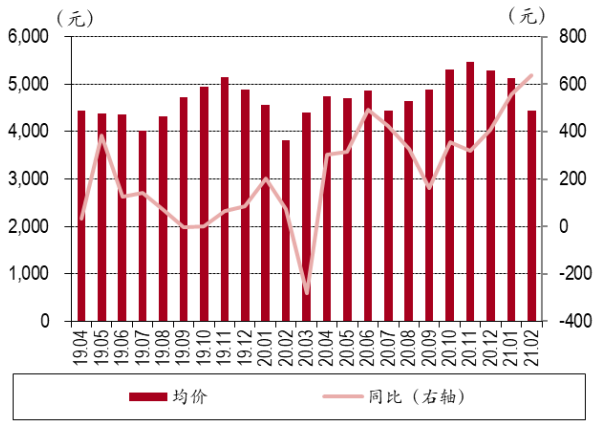
资料来源：奥维云网，中银证券

图表16. 冰箱线上销售额规模与同比变化：2月销额规模为32.43亿元，同比增长122.37%



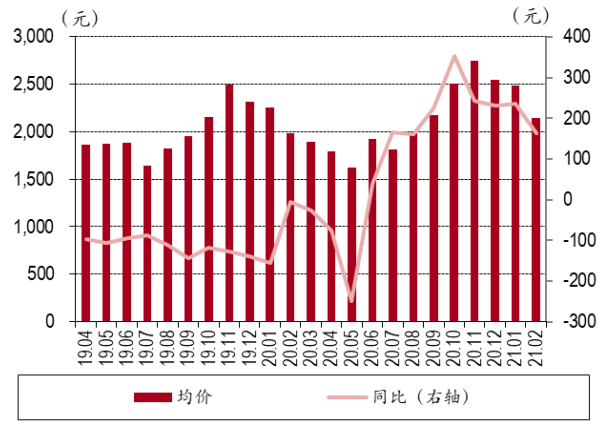
资料来源：奥维云网，中银证券

图表17. 冰箱线下销售均价与同比变化: 2月均价为4452元, 同比上涨16.67%



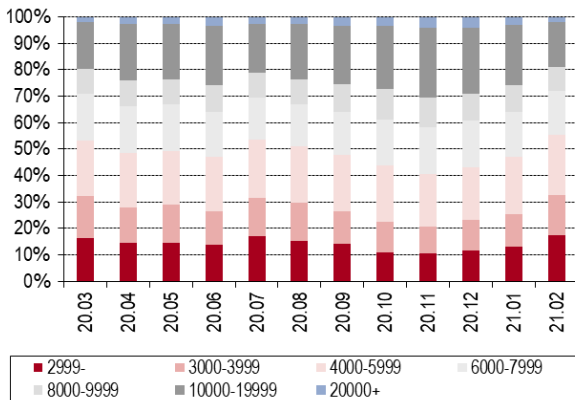
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表18. 冰箱线上销售均价与同比变化: 2月均价为2143元, 同比上涨8.18%



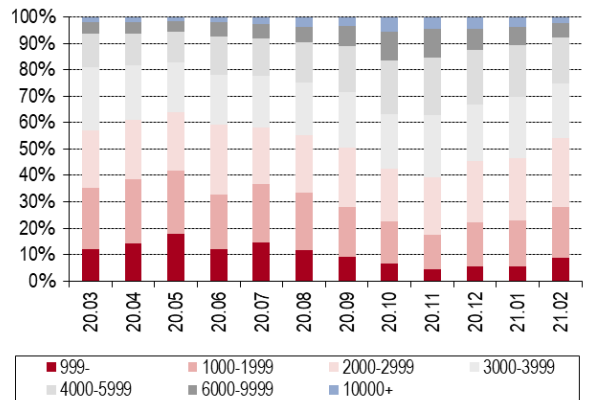
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表19. 冰箱线下价格段占比: 2月4000-5999元占比达到22.57%, 2999元以下占比达到17.31%



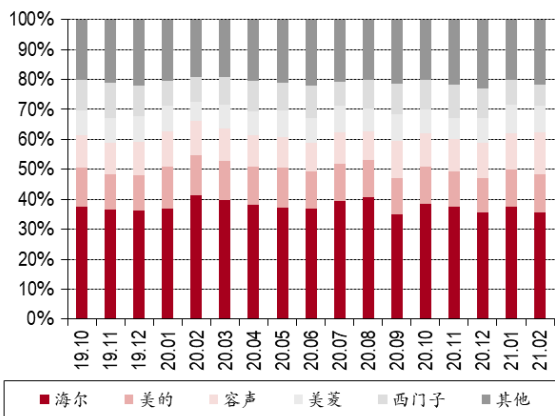
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表20. 冰箱线上价格段占比: 2月2000-2999元占比达到26.11%, 3000-3999元占比达到20.65%



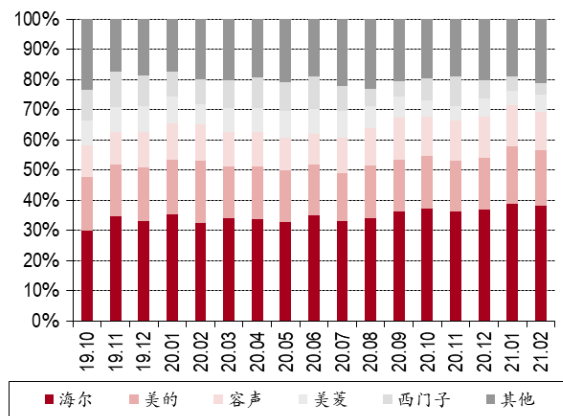
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表21. 冰箱线下市场份额: 2月海尔、美的、容声市占分别为35.76%、12.67%、13.90%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表22. 冰箱线上市场份额: 2月海尔、美的、容声市占分别为38.02%、18.46%、12.92%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

③ 洗衣机

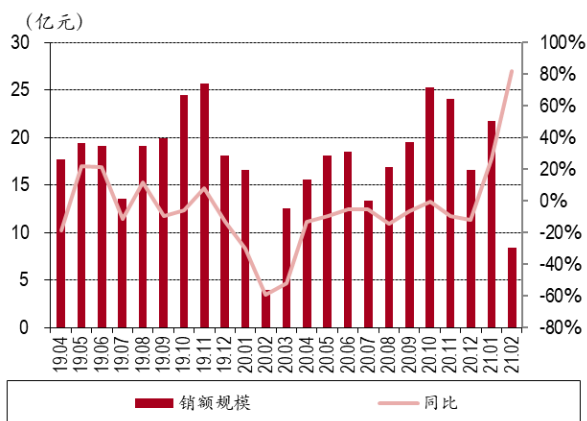
销售表现:洗衣机单2月线下、线上销额规模达到8.35亿元、24.03亿元,同比增长82.10%、增长64.25%,环比1月下滑61.64%、下滑49.70%。洗衣机1-2月线下、线上销额规模累计达到30.12亿元、71.80亿元,同比增长46.36%、增长65.74%。

价格表现:洗衣机单2月线下、线上均价分别为3096元、1429元,同比上涨15.05%、上涨6.40%,环比1月下滑12.05%、下滑10.18%。

品牌份额:单2月,海尔/小天鹅/美的线下市占分别为35.93%/13.96%/9.24%,同比-3.97pct/-1.04pct/-1.22pct,环比1月-2.10pct/-0.35pct/+0.87pct; 2月线下CR3达到59.13%,同比下滑6.23pct,环比1月下1.58pct。2月海尔/小天鹅/美的的线上市占分别为38.64%/20.02%/15.13%,同比+1.03pct/-1.55pct/+0.87pct,环比1月-0.22pct/-2.57pct/+0.12pct; 2月线上CR3达到73.79%,同比增长0.35pct,环比1月下2.67pct。

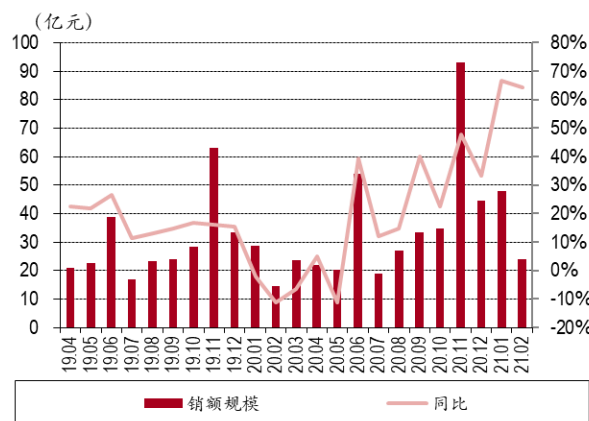
1-2月海尔/小天鹅/美的的线下累计市占率分别为37.44%/14.22%/8.61%,同比-0.50pct/-0.77pct/-0.64pct; 海尔/小天鹅/美的的线上累计市占率分别为38.79%/21.73%/15.05%,同比+0.90pct/+0.78pct/-0.28pct。

图表23. 洗衣机线下销售额规模与同比变化: 2月销额规模为8.35亿元, 同比增长82.10%



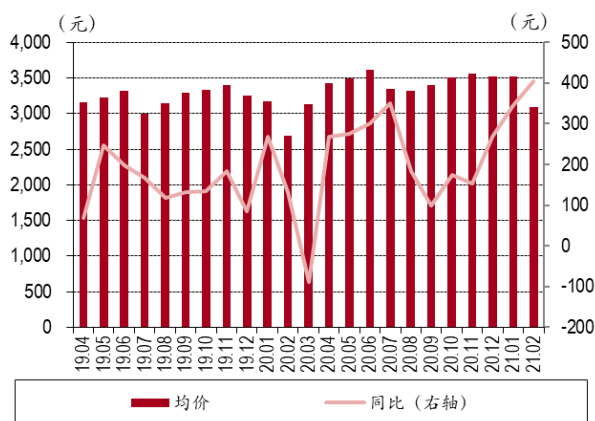
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表24. 洗衣机线上销售额规模与同比变化: 2月销额规模为24.03亿元, 同比增长64.25%



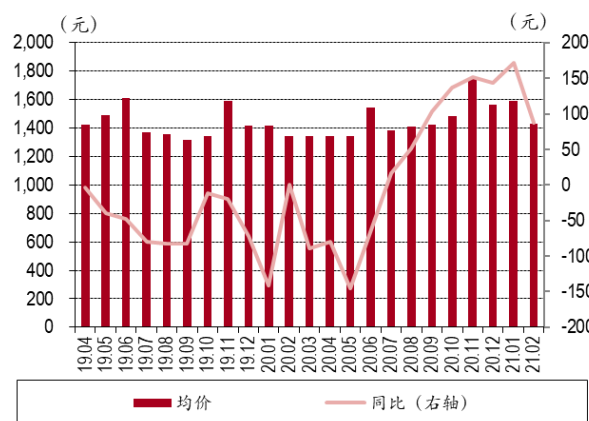
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表25. 洗衣机线下销售均价与同比变化: 2月均价为3096元, 同比上涨15.05%



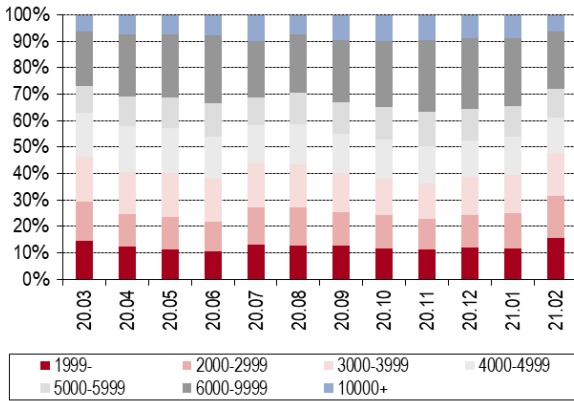
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表26. 洗衣机线上销售均价与同比变化: 2月均价为1429元, 同比上涨6.40%



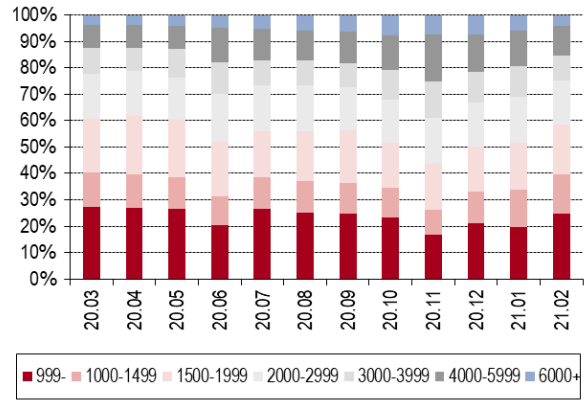
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表27. 洗衣机线下价格段占比：2月 6000-9999 元占比达到 21.52%，3000-3999 元占比达到 16.45%



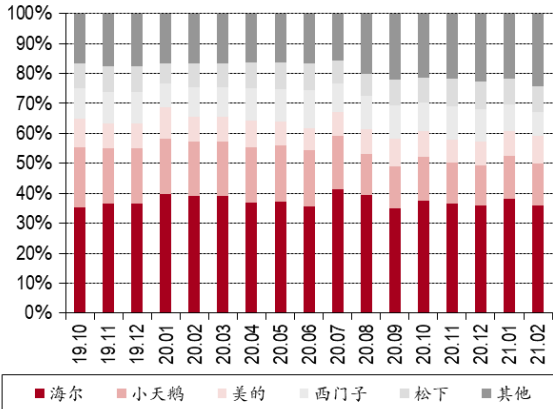
资料来源：奥维云网，中银证券

图表28. 洗衣机线上价格段占比：2月 999 元以下占比达到 24.72%，1500-1999 元占比达到 18.54%



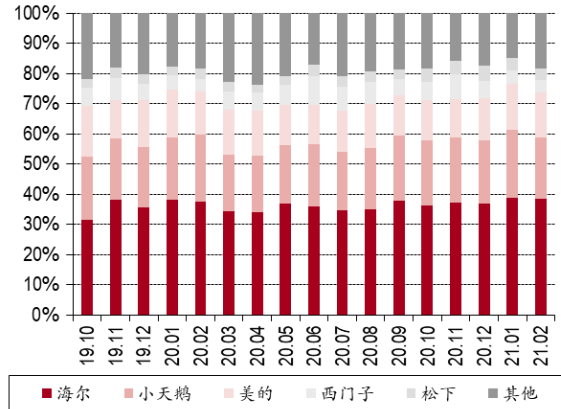
资料来源：奥维云网，中银证券

图表29. 洗衣机线下市场份额：2月海尔、小天鹅、美的市占分别为 35.93%、13.96%、9.24%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表30. 洗衣机线上市场份额：2月海尔、小天鹅、美的市占分别为 38.64%、20.02%、15.13%



资料来源：奥维云网，中银证券

④ 彩电

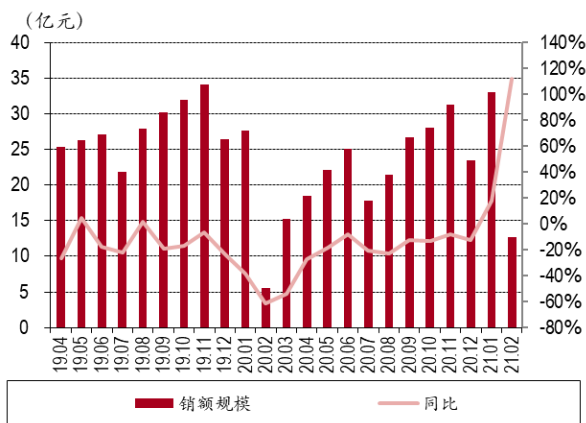
销售表现：彩电单2月线下、线上销额规模达到 12.72 亿元、32.92 亿元，同比增长 111.93%、增长 54.72%，环比 1 月下滑 61.47%、下滑 61.51%。彩电 1-2 月线下、线上销额规模累计达到 45.73 亿元、118.44 亿元，同比增长 37.82%、增长 51.48%。

价格表现：彩电单2月线下、线上均价分别为 4146 元、2506 元，同比上涨 58.00%、上涨 41.10%，环比 1 月下滑 9.34%、下滑 1.84%。

品牌份额：单2月，海信/创维/TCL 线下市占分别为 27.67%/16.51%/14.91%，同比+5.36pct/-0.39pct/+1.40pct，环比 1 月+3.52pct/+0.29pct/-2.58pct；2 月线下 CR3 达到 59.09%，同比上升 6.37pct，环比 1 月上升 1.23pct。1 月小米/海信/TCL 线上市占分别为 21.69%/14.05%/11.31%，同比+2.67pct/+0.09pct/+1.21pct，环比 1 月+4.13pct/-2.61pct/+0.04pct；2 月线上 CR3 达到 47.05%，同比上升 3.97pct，环比 1 月上升 1.56pct。

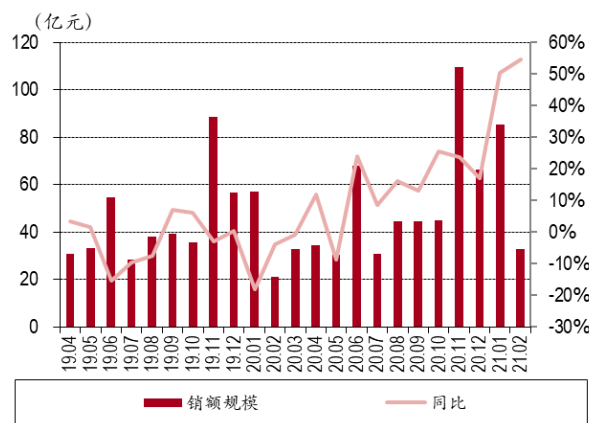
1-2 月海信/创维/TCL 线下累计市占率分别为 25.13%/16.30%/16.77%，同比+3.47pct/+0.17pct/+4.08pct；小米/海信/TCL 线上累计市占率分别为 18.71%/15.94%/11.28%，同比-1.30pct/+2.16pct/+0.01pct。

图表31. 彩电线下销售额规模与同比变化: 2月销售额为12.72亿元, 同比增长111.93%



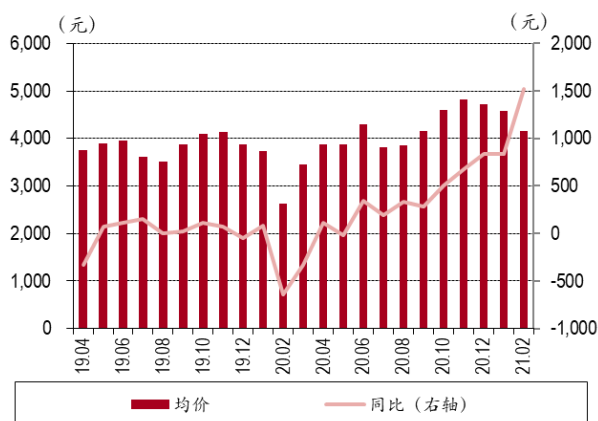
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表32. 彩电线上销售额规模与同比变化: 2月销售额为32.92亿元, 同比增长54.72%



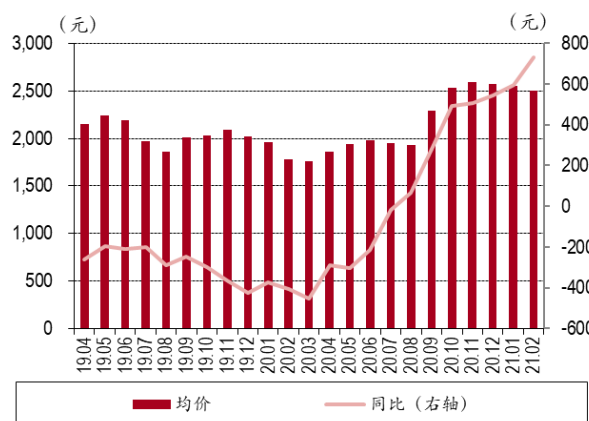
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表33. 彩电线下销售均价与同比变化: 2月均价为4146元, 同比上涨58.00%



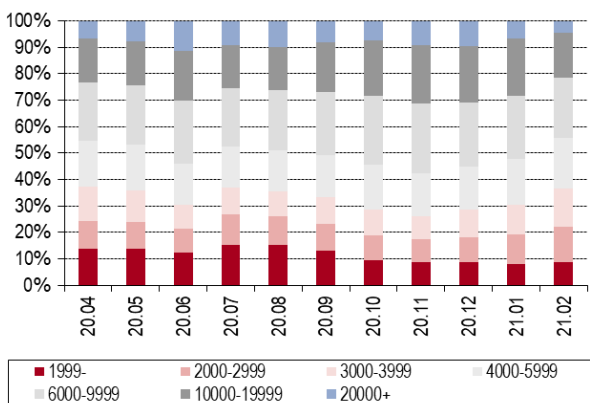
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表34. 彩电线上销售均价与同比变化: 2月均价为2506元, 同比上涨41.10%



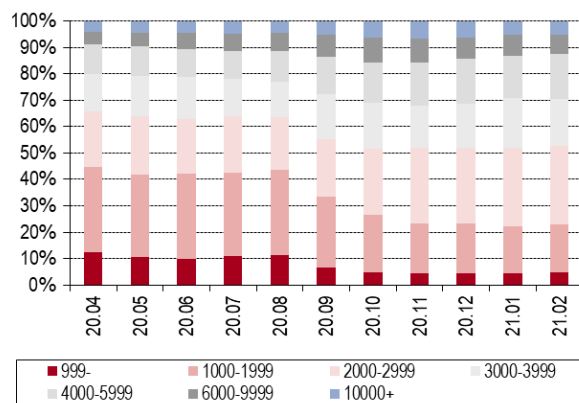
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表35. 彩电线下价格段占比: 2月6000-9999元占比达到22.88%, 4000-5999元占比达到19.21%



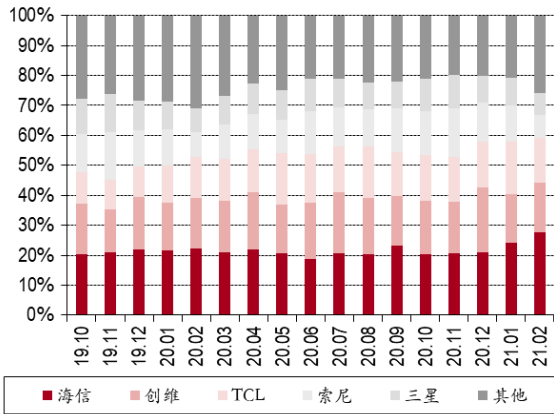
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表36. 彩电线上价格段占比: 2月2000-2999元占比达到29.44%, 1000-1999元占比达到18.15%



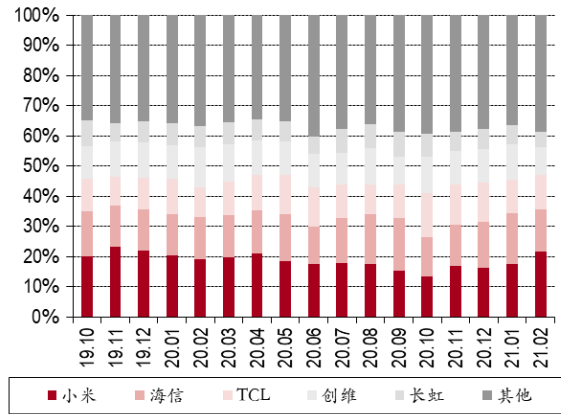
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表37. 彩电线下市场份额：2月海信、创维、TCL市占分别为27.67%、16.51%、14.91%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表38. 彩电线上市场份额：2月小米、海信、TCL市占分别为21.69%、14.05%、11.31%



资料来源：奥维云网，中银证券

2. 厨房大电

厨房大电：奥维云网2月数据显示，油烟机/燃气灶/集成灶/燃气热水器/洗碗机线下渠道零售额分别同比变化+95.59%/+91.32%/+127.76%/+58.61%/-18.89%，均价分别同比上涨11.30%/12.53%/21.92%/11.45%/16.11%；线上渠道零售额分别同比变化+66.77%/+46.74%/+24.51%/+64.00%/-22.66%，均价分别同比变化+5.43%/+7.73%/+0.59%/+4.17%/-1.98%。去年同期受疫情影响而具有低基数效应，加之今年2月疫情与经济环境均有较大好转，厨房大电在均价上涨的情况下销额亦实现较大增长。

① 油烟机

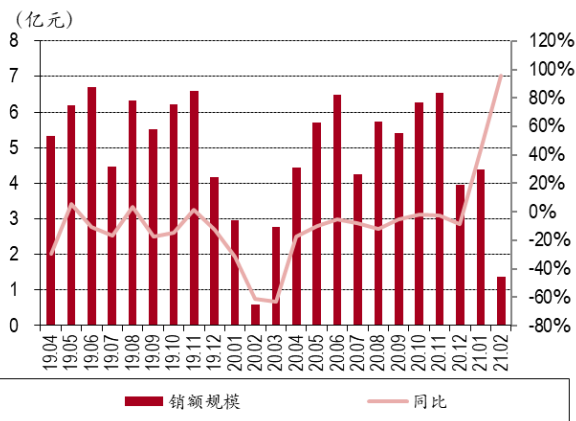
销售表现：油烟机单2月线下、线上销额规模达到1.37亿元、4.16亿元，同比增长95.59%、增长66.77%，环比1月下月滑68.79%、下滑53.31%。油烟机1-2月线下、线上销额规模累计达到5.76亿元、13.07亿元，同比增长62.71%、增长75.44%。

价格表现：油烟机单2月线下、线上均价分别为3014元、1282元，同比上涨11.30%、上涨5.43%，环比1月下月滑10.62%、下滑4.90%。

品牌份额：单2月，老板/方太/美的的线下市占分别为22.02%/20.32%/8.19%，同比-6.72pct/+2.89pct/-0.46pct，环比1月-5.92pct/-6.10pct/+2.07pct；2月线下CR3达到50.53%，同比下滑4.29pct，环比1月下月滑9.95pct。2月老板/方太/美的的线上市占分别为21.21%/13.72%/16.44%，同比+6.10pct/+0.85pct/-3.08pct，环比1月+1.68pct/-4.16pct/+1.31pct；2月线上CR3达到51.37%，同比上升3.87pct，环比1月下月滑1.17pct。

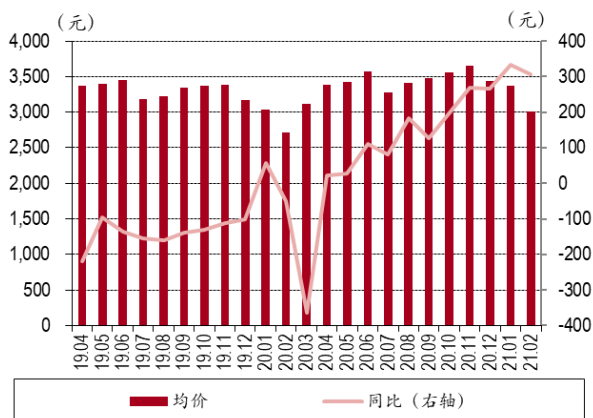
1-2月老板/方太/美的的线下累计市占率分别为26.53%/24.97%/6.61%，同比+1.34pct/+3.68pct/-4.71pct；老板/方太/美的的线上累计市占率分别为20.07%/16.56%/15.55%，同比+4.39pct/+2.87pct/-2.06pct。

图表39. 油烟机线下销售额规模与同比变化: 2月销额规模为1.37亿元, 同比增长95.59%



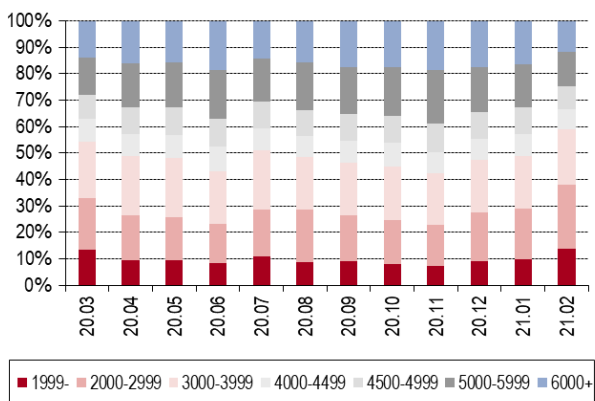
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表41. 油烟机线下销售均价与同比变化: 2月均价为3014元, 同比上涨11.30%



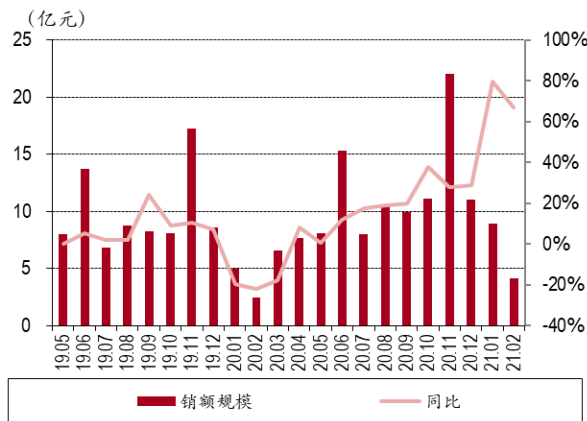
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表43. 油烟机线下价格段占比: 2月2000-2999元占比达到24.12%, 3000-3999元占比达到20.98%



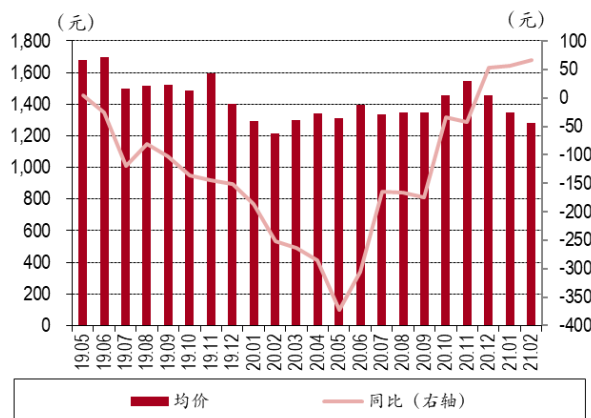
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表40. 油烟机线上销售额规模与同比变化: 2月销额规模为4.16亿元, 同比增长66.77%



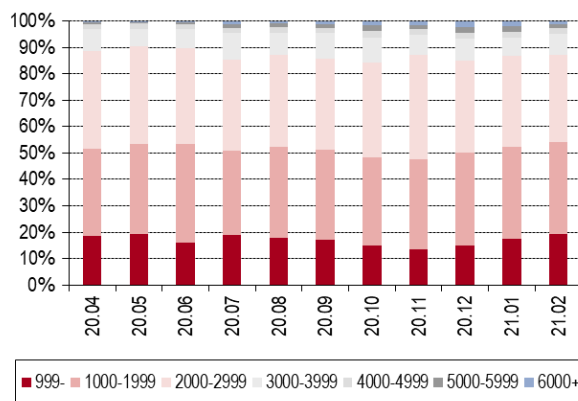
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表42. 油烟机线上销售均价与同比变化: 2月均价为1282元, 同比上涨5.43%



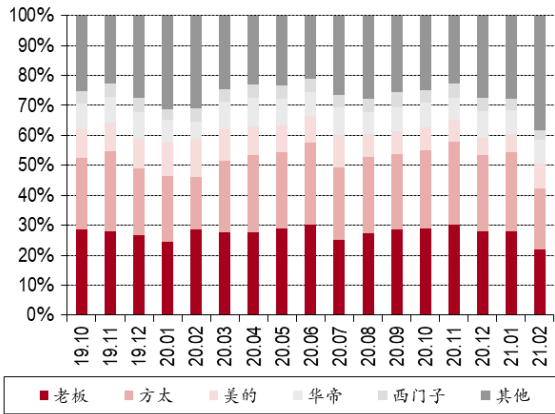
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表44. 油烟机线上价格段占比: 2月1000-1999元占比达到34.81%, 2000-2999元占比达到33.01%



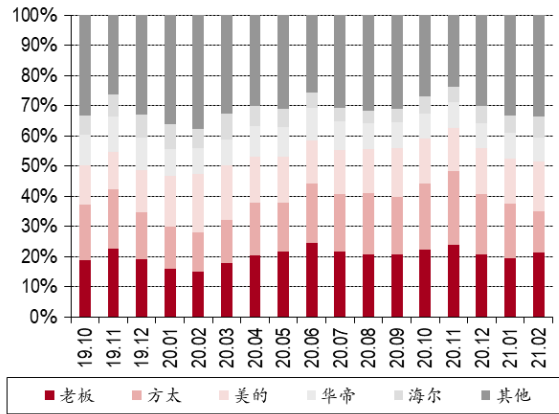
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表45. 油烟机线下市场份额：2月老板、方太、美的市占分别为22.02%、20.32%、8.19%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表46. 油烟机线上市场份额：2月老板、方太、美的市占分别为21.21%、13.72%、16.44%



资料来源：奥维云网，中银证券

② 燃气灶

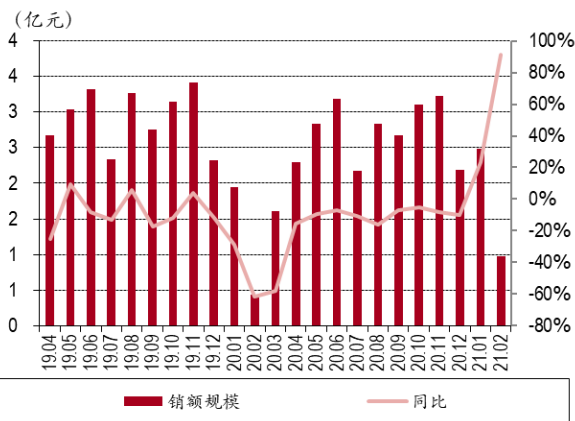
销售表现：燃气灶单2月线下、线上销额规模达到0.97亿元、3.19亿元，同比增长91.32%、增长46.74%，环比1月下滑61.04%、下滑48.21%。燃气灶1-2月线下、线上销额规模累计达到3.46亿元、9.35亿元，同比增长45.38%、增长55.83%。

价格表现：燃气灶单2月线下、线上均价分别为1473元、613元，同比上涨12.53%、上涨7.73%，环比1月下滑10.56%、下滑7.82%。

品牌份额：单2月，老板/方太/华帝线下市占分别为18.94%/18.56%/10.27%，同比-3.00pct/+3.75pct/+2.25pct，环比1月-6.73pct/-6.36pct/+0.55pct；2月线下CR3达到47.77%，同比上升3.00pct，环比1月下12.54pct。2月老板/美的/苏泊尔线上市占分别为14.37%/13.19%/12.44%，同比+4.69pct/+0.26pct/-5.47pct，环比1月-0.30pct/不变/-0.91pct；2月线上CR3达到40.00%，同比下滑0.52pct，环比1月下1.21pct。

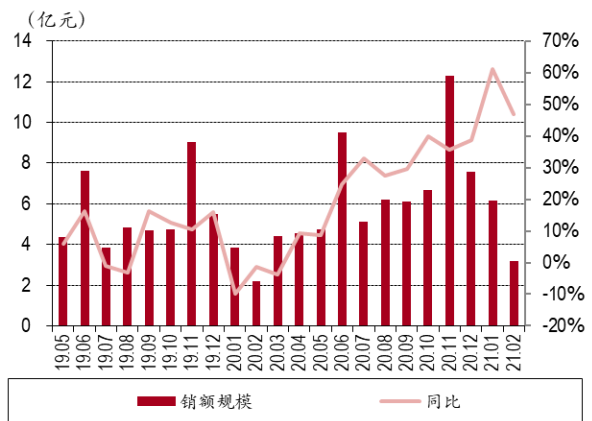
1-2月老板/方太/华帝线下累计市占率分别为23.78%/23.13%/9.88%，同比+3.46pct/+4.09pct/-0.85pct；老板/美的/苏泊尔线上累计市占率分别为14.57%/13.19%/13.04%，同比+4.02pct/+0.20pct/-3.76pct。

图表47. 燃气灶线下销售规模与同比变化：2月销额规模为0.97亿元，同比增长91.32%



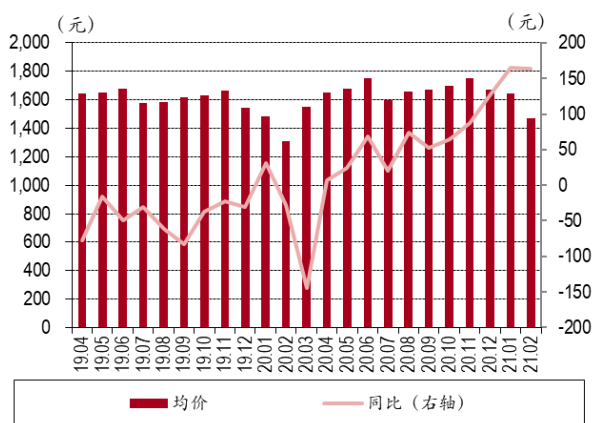
资料来源：奥维云网，中银证券

图表48. 燃气灶线上销售规模与同比变化：2月销额规模为3.19亿元，同比增长46.74%



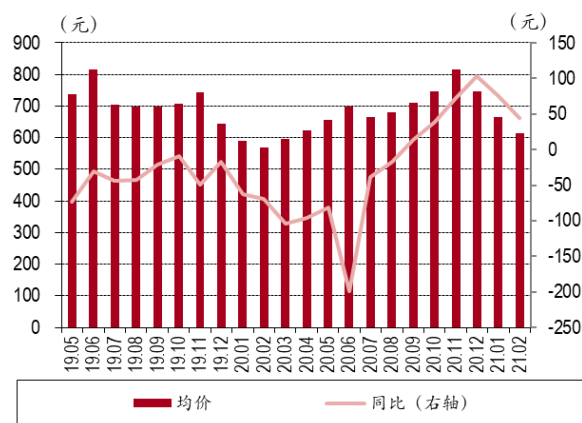
资料来源：奥维云网，中银证券

图表49. 燃气灶线下销售均价与同比变化: 2月均价为 1473 元, 同比上涨 12.53%



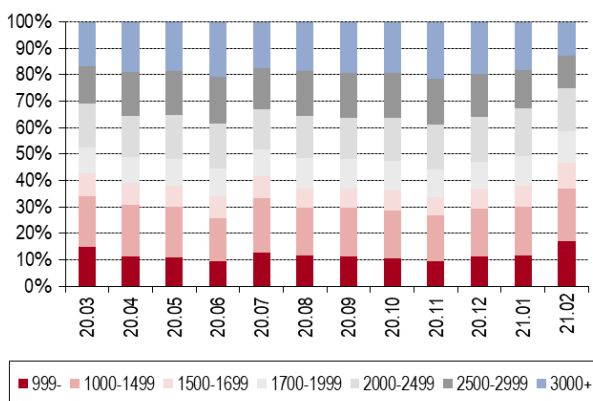
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表50. 燃气灶线上销售均价与同比变化: 2月均价为 613 元, 同比上涨 7.73%



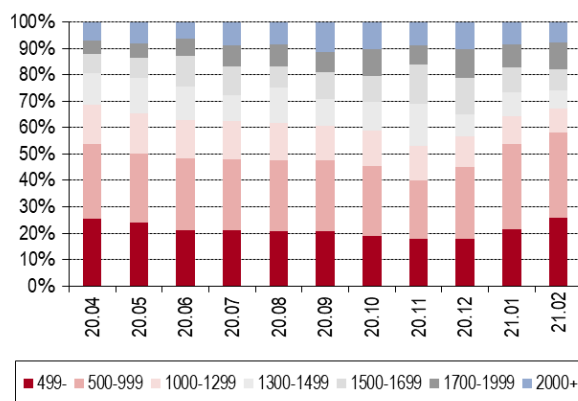
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表51. 燃气灶线下价格段占比: 2月 1000-1499 元占比达到 19.75%, 999 元以下占比达到 17.22%



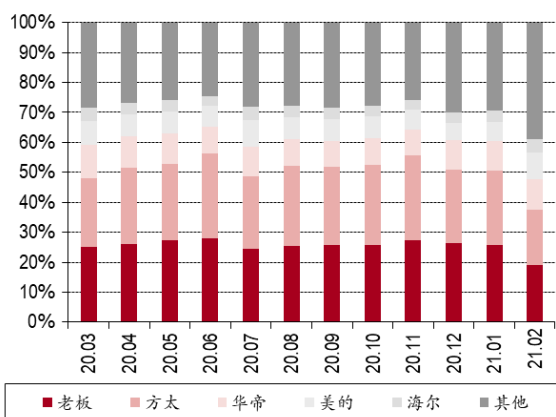
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表52. 燃气灶线上价格段占比: 2月 500-999 元占比达到 32.26%, 499 元以下占比达到 25.89%



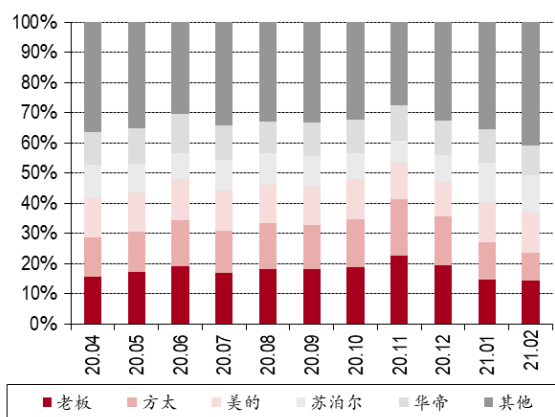
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表53. 燃气灶线下市场份额: 2月老板、方太、华帝市占分别为 18.94%、18.56%、10.27%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表54. 燃气灶线上市场份额: 2月老板、美的、苏泊尔市占分别为 14.37%、13.19%、12.44%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

③ 集成灶

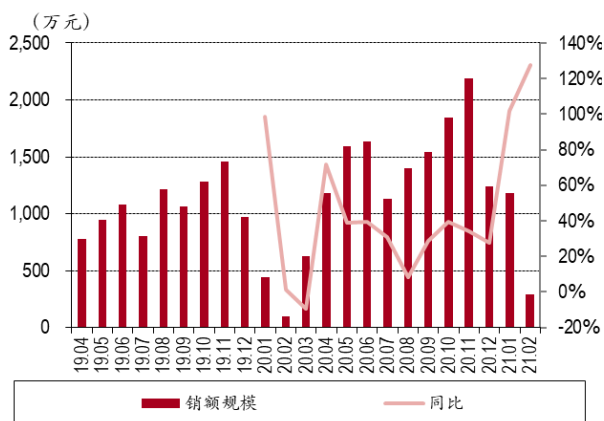
销售表现: 集成灶单2月线下、线上销额规模达到 292.09 万元、0.77 亿元，同比增长 127.76%、增长 24.51%，环比1月下滑 75.35%、下滑 64.84%。集成灶 1-2 月线下、线上销额规模累计达到 1476.82 万元、2.96 亿元，同比增长 170.11%、增长 89.74%。

价格表现: 集成灶单2月线下、线上均价分别为 9043 元、5657 元，同比上涨 21.92%、上涨 0.59%，环比1月上涨 1.21%、下滑 8.79%。

品牌份额: 单2月，美的/美大/火星人线下市占分别为 15.57%/15.50%/13.90%，同比+9.67pct/+1.27pct/+4.84pct，环比1月+3.87pct/-2.03pct/-9.17pct；2月线下 CR3 达到 44.97%，同比上升 15.78pct，环比1月下滑 7.33pct。2月火星人/亿田/美大线上市占分别为 14.13%/8.05%/6.49%，同比+7.29pct/+0.97pct/+2.99pct，环比1月-7.86pct/+2.23pct/+1.63pct；2月线上 CR3 达到 28.67%，同比上升 11.25pct，环比1月下滑 4.00pct。

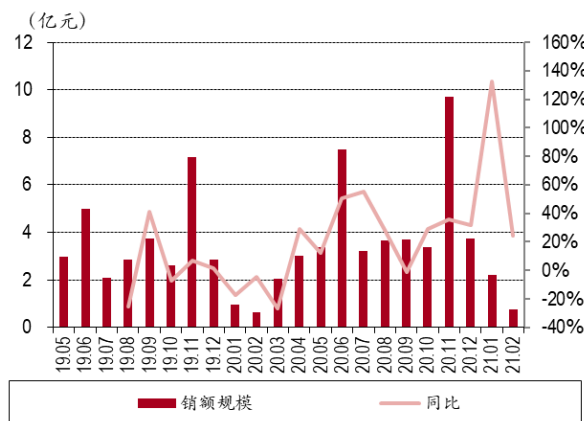
1-2 月美的/美大/火星人线下累计市占率分别为 12.46%/17.13%/21.26%，同比+4.73pct/-5.74pct/+12.26pct；火星人/亿田/美大线上累计市占率分别为 19.95%/6.40%/5.28%，同比+9.50pct/+0.63pct/+2.14pct。

图表55. 集成灶线下销售额规模与同比变化: 2月销额规模为 292.09 万元，同比增长 127.76%



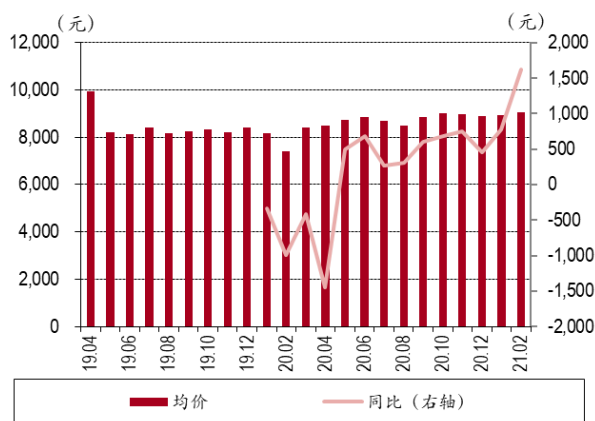
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表56. 集成灶线上销售额规模与同比变化: 2月销额规模为 0.77 亿元，同比增长 24.51%



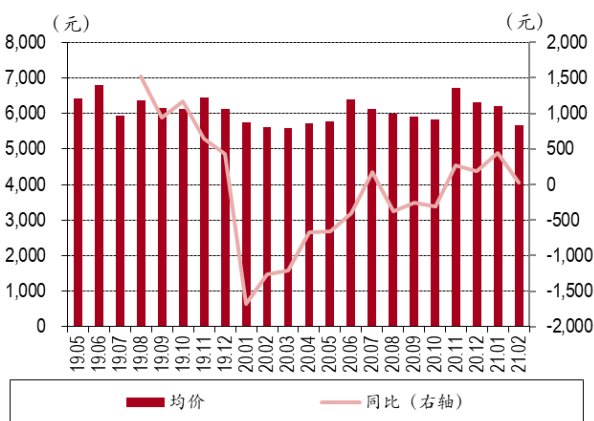
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表57. 集成灶线下销售均价与同比变化: 2月均价为 9043 元，同比上涨 21.92%



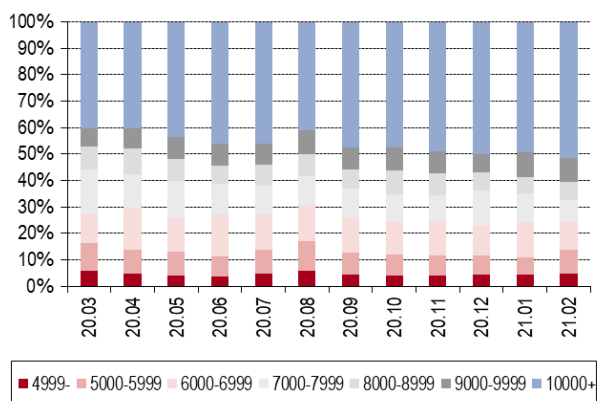
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表58. 集成灶线上销售均价与同比变化: 2月均价为 5657 元，同比上涨 0.59%



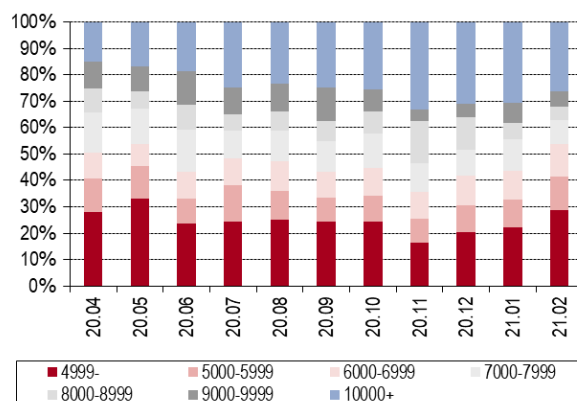
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表59. 集成灶线下价格段占比：2月10000元以上占比达到51.43%，6000-6999元占比达到10.75%



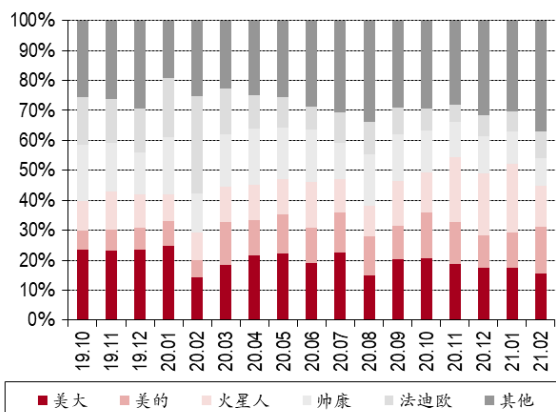
资料来源：奥维云网，中银证券

图表60. 集成灶线上价格段占比：2月4999元以下占比达到28.56%，10000元以上占比达到26.38%



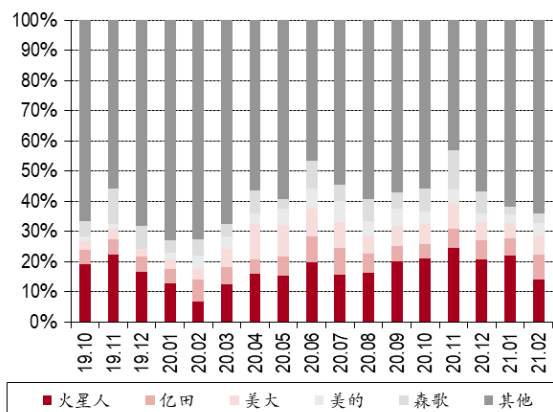
资料来源：奥维云网，中银证券

图表61. 集成灶线下市场份额：2月美的、美大、火星人市占分别为15.57%、15.50%、13.90%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表62. 集成灶线上市场份额：2月火星人、亿田、美大市占分别为14.13%、8.05%、6.49%



资料来源：奥维云网，中银证券

④ 燃气热水器

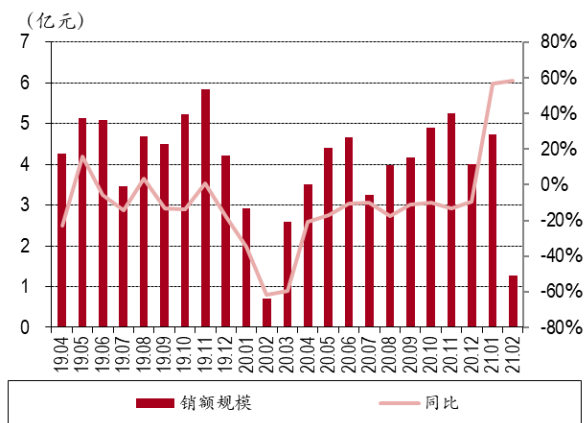
销售表现：燃气热水器单2月线下、线上销额规模达到1.28亿元、3.53亿元，同比增长58.61%、增长64.00%，环比1月下滑72.94%、下滑64.98%。燃气热水器1-2月线下、线上销额规模累计达到6.01亿元、13.61亿元，同比增长65.11%、增长107.47%。

价格表现：燃气热水器单2月线下、线上均价分别为2744元、1425元，同比上涨11.45%、上涨4.17%，环比1月下滑9.50%、下滑4.81%。

品牌份额：单2月，A.O.史密斯/万和/美的线下市占分别为13.05%/11.53%/8.60%，同比-1.12pct/+0.86pct/-5.59pct，环比1月-3.43pct/-0.50pct/+1.24pct；2月线下CR3达到33.18%，同比下滑5.85pct，环比1月下月滑2.69pct。2月美的/海尔/万和线上市占分别为21.79%/21.62%/14.11%，同比-2.54pct/+6.31pct/-0.95pct，环比1月+3.61pct/+4.18pct/-0.62pct；2月线上CR3达到57.52%，同比上升2.82pct，环比1月上升7.17pct。

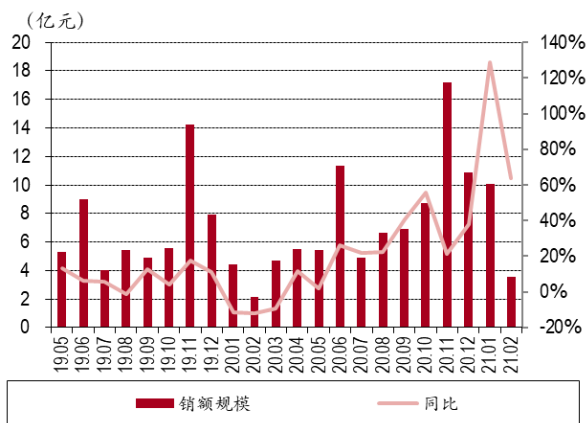
1-2月A.O.史密斯/万和/美的线下累计市占率分别为15.75%/11.92%/7.63%，同比-1.25pct/-0.40pct/-5.19pct；美的/海尔/万和线上累计市占率分别为19.11%/18.52%/14.57%，同比-6.27pct/+3.41pct/+0.69pct。

图表63. 燃气热水器线下销售额规模与同比变化：2月销售额规模为1.28亿元，同比增长58.61%



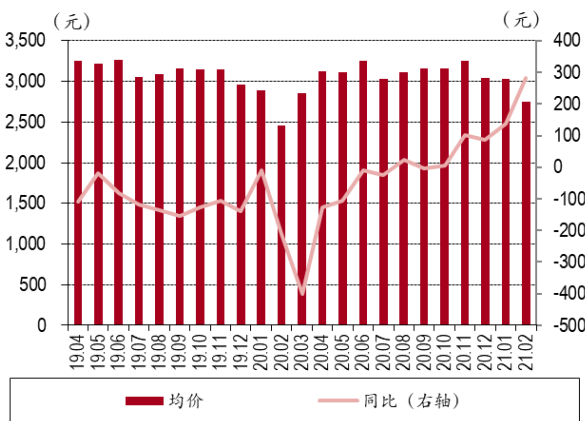
资料来源：奥维云网，中银证券

图表64. 燃气热水器线上销售额规模与同比变化：2月销售额规模为3.53亿元，同比增长64.00%



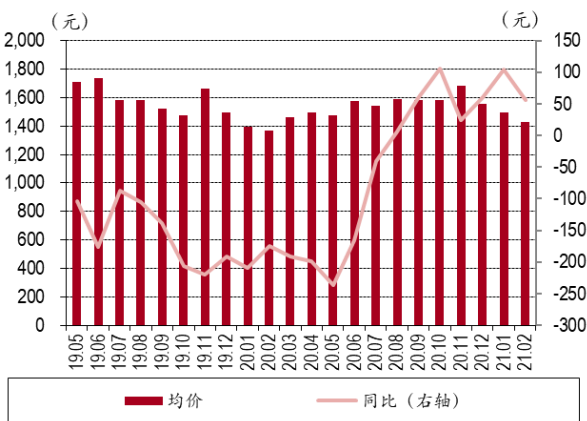
资料来源：奥维云网，中银证券

图表65. 燃气热水器线下销售均价与同比变化：2月均价为2744元，同比上涨11.45%



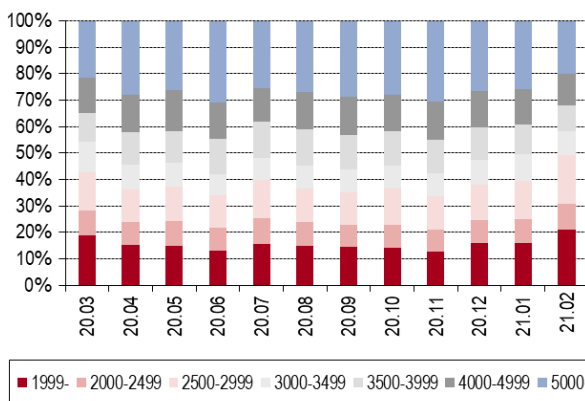
资料来源：奥维云网，中银证券

图表66. 燃气热水器线上销售均价与同比变化：2月均价为1425元，同比上涨4.17%



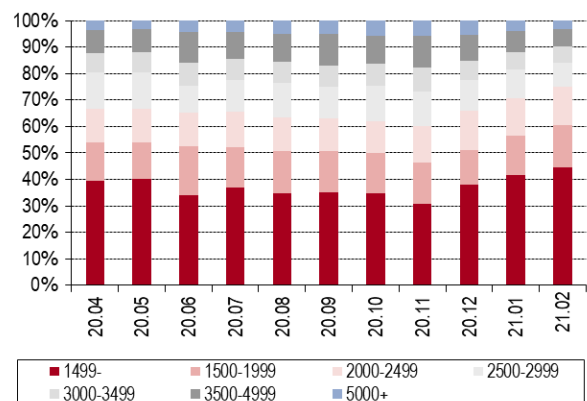
资料来源：奥维云网，中银证券

图表67. 燃气热水器线下价格段占比：2月1999元以下占比达到20.95%，5000元以上占比达到20.03%



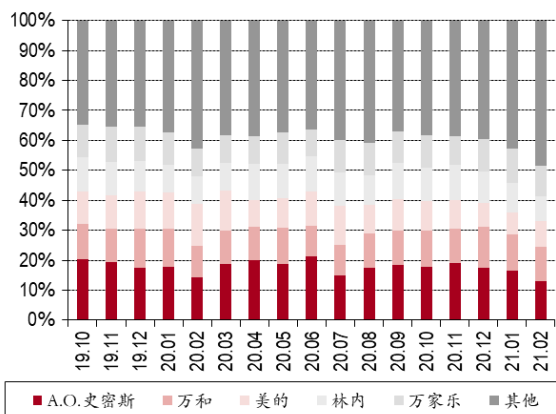
资料来源：奥维云网，中银证券

图表68. 燃气热水器线上价格段占比：2月1499元以下占比达到44.55%，1500-1999元占比达到15.92%



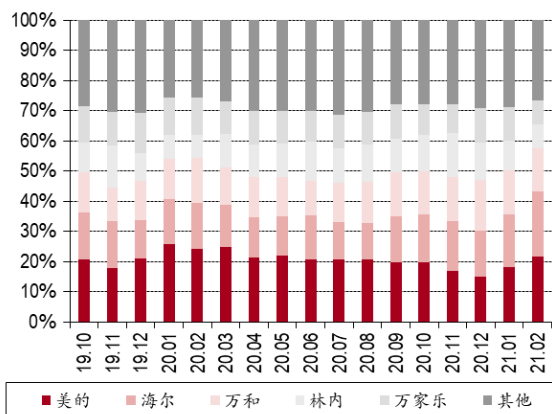
资料来源：奥维云网，中银证券

图表69. 燃气热水器线下市场份额: 2月 A.O.史密斯、万和、美的市占分别为 13.05%、11.53%、8.60%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表70. 燃气热水器上市场份额: 2月美的、海尔、万和占分别为 21.79%、21.62%、14.11%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

⑤ 洗碗机

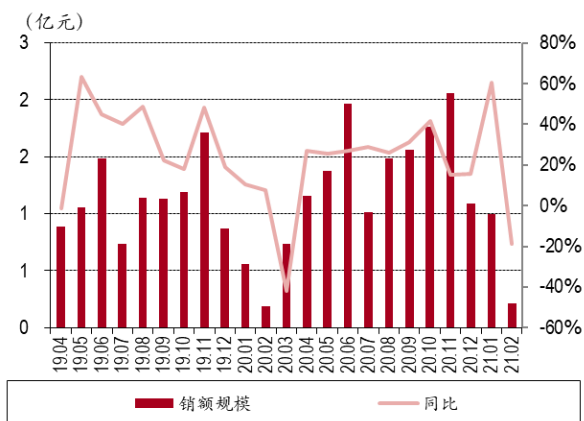
销售表现: 洗碗机单 2 月线下、线上销额规模达到 0.21 亿元、1.41 亿元, 同比下滑 18.89%、下滑 22.66%, 环比 1 月下滑 79.00%、下滑 46.59%。洗碗机 1-2 月线下、线上销额规模累计达到 1.21 亿元、4.05 亿元, 同比增长 61.33%、增长 20.18%。

价格表现: 洗碗机单 2 月线下、线上均价分别为 6415 元、3117 元, 同比上涨 16.11%、下跌 1.98%, 环比 1 月下滑 1.93%、下滑 10.07%。

品牌份额: 单 2 月, 西门子/方太/美的的线下市占分别为 49.89%/15.41%/10.89%, 同比-17.28pct/+3.94pct/-2.93pct, 环比 1 月-3.14pct/-3.25pct/+1.77pct; 2 月线下 CR3 达到 76.19%, 同比下滑 16.27pct, 环比 1 月下滑 4.62pct。2 月西门子/美的/海尔线上市占分别为 26.46%/22.76%/9.79%, 同比+1.48pct/-3.39pct/+2.12pct, 环比 1 月-1.25pct/+1.08pct/+0.82pct; 2 月线上 CR3 达到 59.01%, 同比上升 0.21pct, 环比 1 月上升 0.65pct。

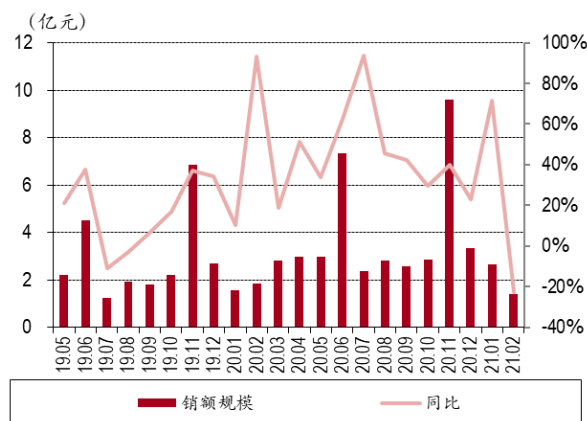
1-2 月西门子/方太/美的的线下累计市占率分别为 52.48%/18.10%/9.43%, 同比-8.79pct/-0.15pct/-0.96pct; 西门子/美的/海尔线上累计市占率分别为 27.27%/22.06%/9.26%, 同比+0.95pct/-3.49pct/+2.24pct。

图表71. 洗碗机线下销售规模与同比变化: 2月销额规模为 0.21 亿元, 同比下滑 18.89%



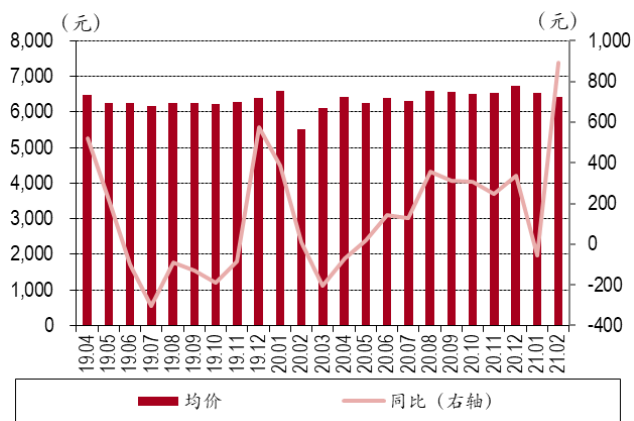
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表72. 洗碗机线上销售规模与同比变化: 2月销额规模为 1.41 亿元, 同比下滑 22.66%



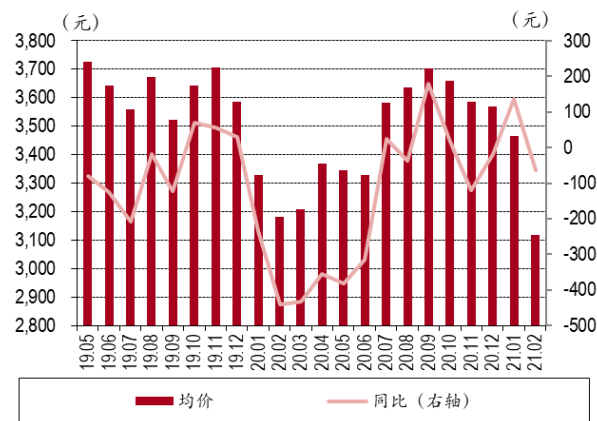
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表73. 洗碗机线下销售均价与同比变化: 2月均价为6145元, 同比上涨16.11%



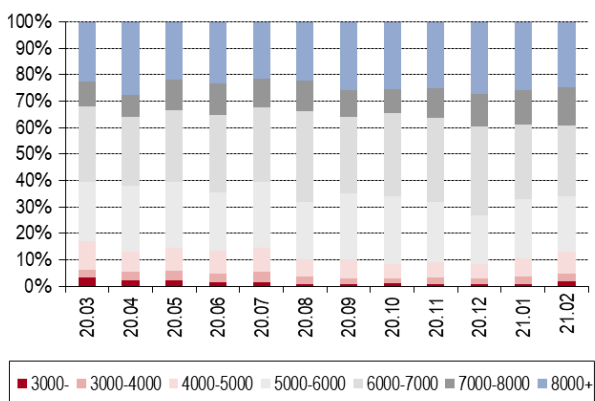
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表74. 洗碗机线上销售均价与同比变化: 2月均价为3117元, 同比下滑1.98%



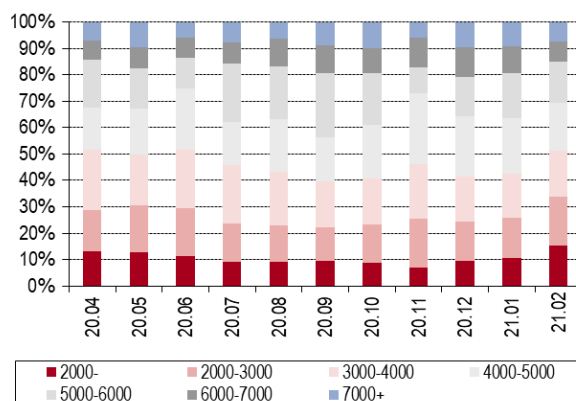
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表75. 洗碗机线下价格段占比: 2月6000-7000元占比达到26.84%, 8000元以上占比达到24.69%



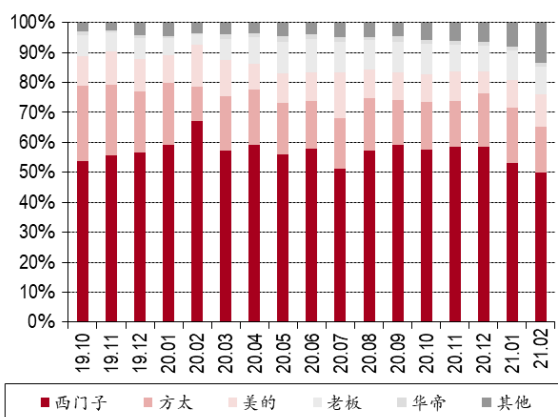
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表76. 洗碗机线上价格段占比: 2月2000-3000元占比达到18.44%, 4000-5000元占比达到17.90%



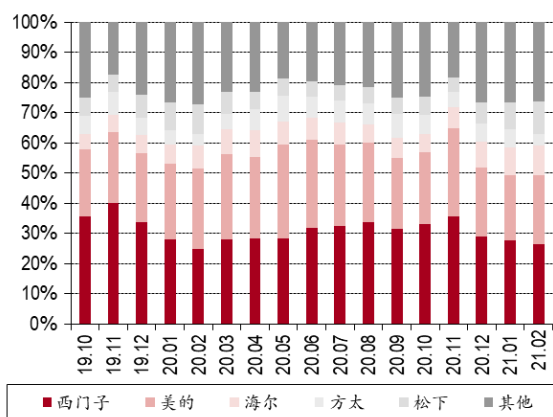
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表77. 洗碗机线下市场份额: 2月西门子、方太、美的市占分别为49.89%、15.41%、10.89%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表78. 洗碗机线上市场份额: 2月西门子、美的、海尔市占分别为26.46%、22.76%、9.79%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

3. 小家电

小家电：奥维云网 2 月数据显示，电饭煲/破壁机/养生壶/料理机/扫地机器人线下渠道零售额分别同比增长 8.97%/17.68%/8.12%/15.64%/50.09%，均价分别同比变化+19.78%/+5.71%/+0.83%/-12.42%/+36.94%；线上渠道零售额分别同比变化+11.76%/-14.45%/+55.22%/-22.30%/-12.26%，均价分别同比变化+6.64%/-17.99%/不变/+5.23%/+19.30%。与去年同期相比，今年 2 月疫情与经济环境均有较大好转，小家电线下恢复明显，线上增速随着宅经济的走弱而有所下滑。

① 电饭煲

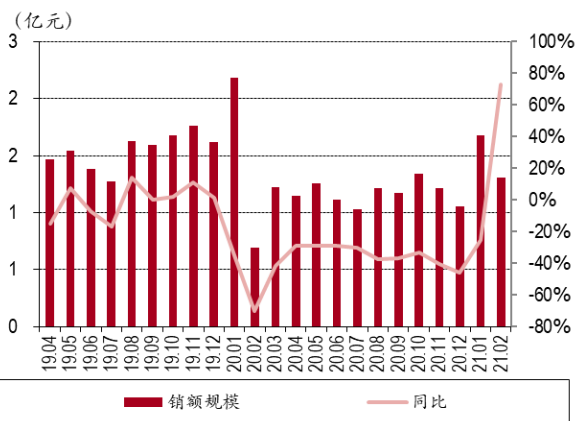
销售表现：电饭煲单 2 月线下、线上销额规模达到 1.31 亿元、4.90 亿元，同比增长 73.09%、增长 3.79%，环比 1 月下滑 22.02%、下滑 39.13%。电饭煲 1-2 月线下、线上销额规模累计达到 2.99 亿元、12.95 亿元，同比增长 4.18%、增长 23.92%。

价格表现：电饭煲单 2 月线下、线上均价分别为 557 元、241 元，同比上涨 19.78%、上涨 6.64%，环比 1 月下滑 4.30%、上涨 1.69%。

品牌份额：单 2 月，美的/苏泊尔/九阳线下市占分别为 38.93%/37.88%/14.13%，同比-7.98pct/+6.52pct/+3.97pct，环比 1 月-4.48pct/+2.36pct/+2.14pct；2 月线下 CR3 达到 90.94%，同比上升 2.51pct，环比 1 月上升 0.02pct。2 月美的/苏泊尔/九阳线上市占分别为 29.54%/29.45%/10.68%，同比-2.52pct/+5.74pct/+0.25pct，环比 1 月-2.20pct/-0.56pct/+0.37pct；2 月线上 CR3 达到 69.67%，同比上升 3.47pct，环比 1 月下滑 2.39pct。

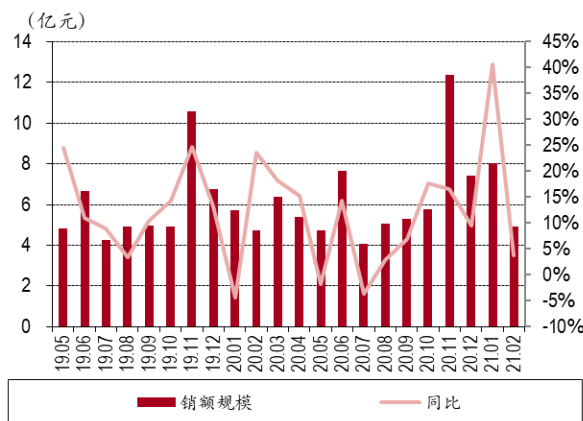
1-2 月美的/苏泊尔/九阳线下累计市占率分别为 41.45%/36.56%/12.93%，同比-4.21pct/+2.05pct/+2.03pct；美的/苏泊尔/九阳线上累计市占率分别为 30.91%/29.80%/10.45%，同比-0.67pct/+3.43pct/+0.10pct。

图表79. 电饭煲线下销售额规模与同比变化：2月销额规模为1.31亿元，同比增长73.09%



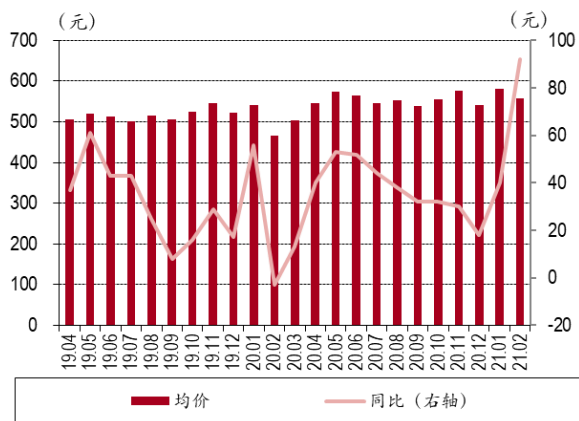
资料来源：奥维云网，中银证券

图表80. 电饭煲线上销售额规模与同比变化：2月销额规模为4.90亿元，同比增长3.79%



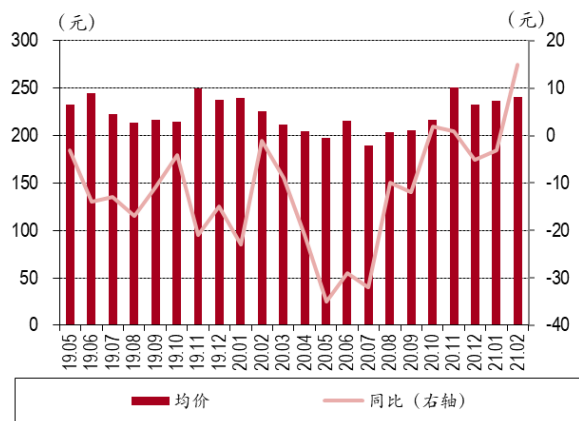
资料来源：奥维云网，中银证券

图表81. 电饭煲线下销售均价与同比变化：2月均价为557元，同比上涨19.78%



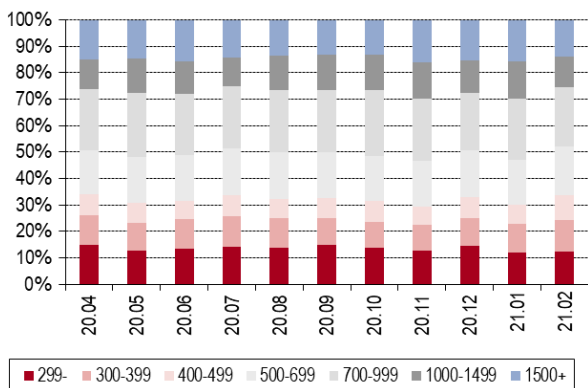
资料来源：奥维云网，中银证券

图表82. 电饭煲线上销售均价与同比变化：2月均价为241元，同比上涨6.64%



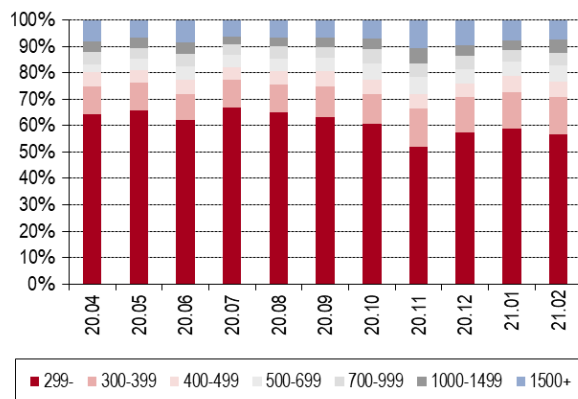
资料来源：奥维云网，中银证券

图表83. 电饭煲线下价格段占比：2月700-999元占比达到22.46%，500-699元占比达到18.49%



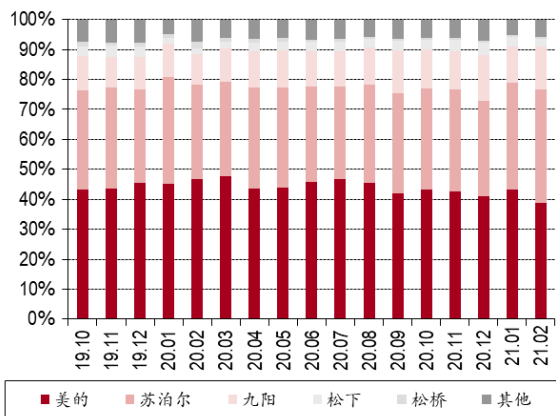
资料来源：奥维云网，中银证券

图表84. 电饭煲线上价格段占比：2月299元以下占比达到56.70%，300-399元占比达到13.96%



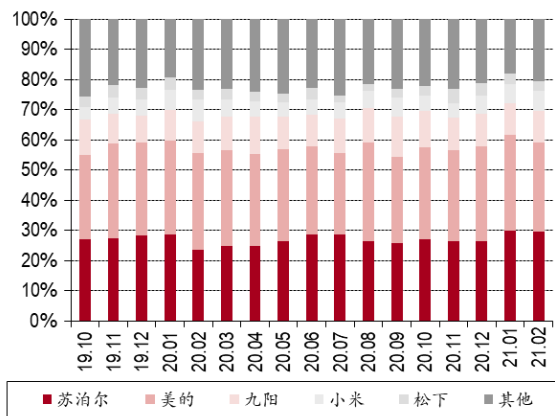
资料来源：奥维云网，中银证券

图表85. 电饭煲线下市场份额：2月美的、苏泊尔、九阳市占分别为38.93%、37.88%、14.13%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表86. 电饭煲上市场份额：2月美的、苏泊尔、九阳市占分别为29.54%、29.45%、10.68%



资料来源：奥维云网，中银证券

② 破壁机

销售表现:破壁机单2月线下、线上销额规模达到0.76亿元、2.36亿元,同比增长71.18%、下滑17.27%,环比1月下滑13.64%、下滑28.92%。破壁机1-2月线下、线上销额规模累计达到1.64亿元、5.68亿元,同比增长下滑29.31%、增长8.81%。

价格表现:破壁机单2月线下、线上均价分别为1073元、465元,同比上涨5.71%、下滑17.99%,环比1月上涨1.51%、上涨5.44%。

品牌份额:单2月,美的/九阳/苏泊尔线下市占分别为26.90%/44.66%/26.74%,同比-14.75pct/+16.31pct/+1.17pct,环比1月-4.76/+7.06pct/-1.63pct;2月线下CR3达到98.30%,同比上升2.73pct,环比1月上升0.67pct。2月九阳/苏泊尔/美的的线上市占分别为45.17%/14.40%/14.58%,同比+2.86pct/+0.05pct/+4.21pct,环比1月+1.07pct/-1.04pct/+0.54pct;2月线上CR3达到74.15%,同比上升7.15pct,环比1月上升0.57pct。

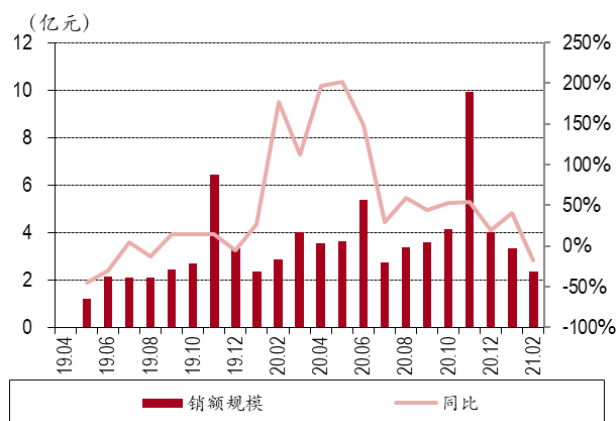
1-2月美的/九阳/苏泊尔线下累计市占率分别为29.45%/40.87%/27.62%,同比-9.68pct/+8.69pct/+2.20pct;九阳/苏泊尔/美的的线上累计市占率分别为44.55%/15.00%/14.26%,同比+0.42pct/-0.27pct/+4.22pct。

图表87.破壁机线下销售额规模与同比变化:2月销额规模为0.76亿元,同比增长71.18%



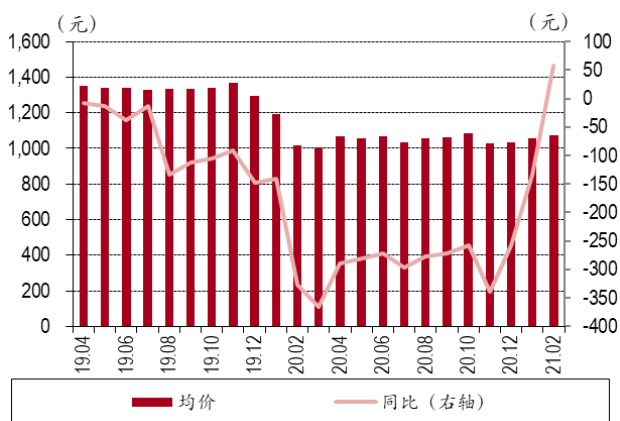
资料来源:奥维云网,中银证券

图表88.破壁机线上销售额规模与同比变化:2月销额规模为2.36亿元,同比下滑17.27%



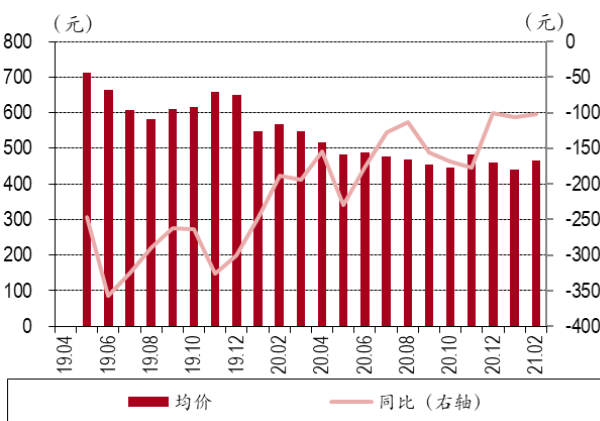
资料来源:奥维云网,中银证券

图表89.破壁机线下销售均价与同比变化:2月均价为1073元,同比上涨5.71%



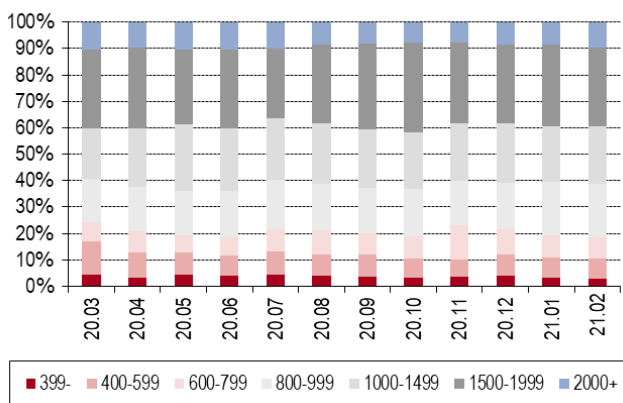
资料来源:奥维云网,中银证券

图表90.破壁机线上销售均价与同比变化:2月均价为465元,同比下滑17.99%



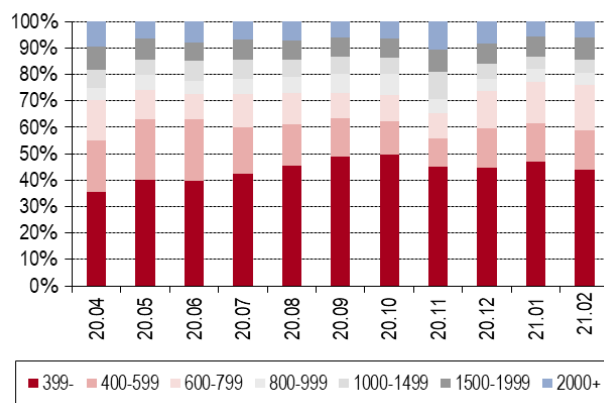
资料来源:奥维云网,中银证券

图表91. 破壁机线下价格段占比：2月 1500-1999 元占比达到 29.73%，1000-1499 元占比达到 21.80%



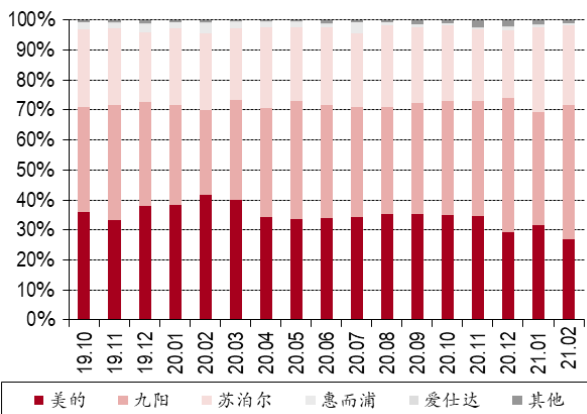
资料来源：奥维云网，中银证券

图表92. 破壁机线上价格段占比：2月 399 元以下占比达到 43.76%，600-799 元占比达到 17.14%



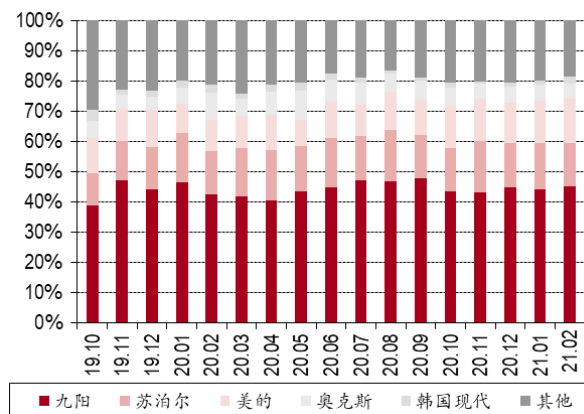
资料来源：奥维云网，中银证券

图表93. 破壁机线下市场份额：2月美的、九阳、苏泊尔市占分别为 26.90%、44.66%、26.74%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表94. 破壁机上市场份额：2月九阳、苏泊尔、美的市占分别为 45.17%、14.40%、14.58%



资料来源：奥维云网，中银证券

③ 养生壶

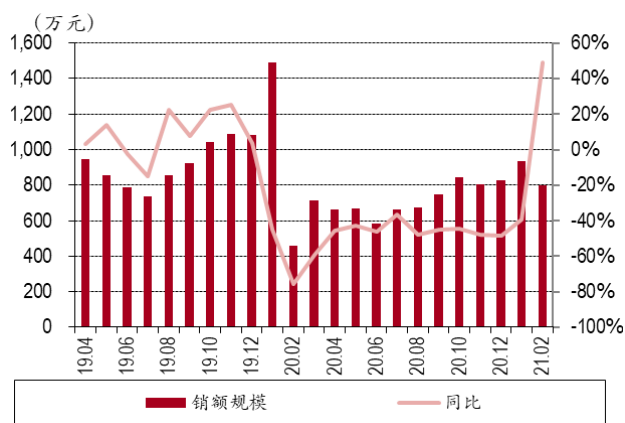
销售表现：养生壶单 2 月线下、线上销额规模达到 799.78 万元、1.40 亿元，同比增长 49.27%、增长 45.16%，环比 1 月下 14.51%、下滑 38.05%。破壁机 1-2 月线下、线上销额规模累计达到 1735.35 万元、3.66 亿元，同比下滑 10.90%、增长 67.89%。

价格表现：养生壶单 2 月线下、线上均价分别为 243 元、129 元，同比上涨 0.83%、不变，环比 1 月上涨 3.85%、上涨 4.88%。

品牌份额：单 2 月，美的/苏泊尔/九阳线下市占分别为 37.72%/31.82%/13.41%，同比+8.93pct/-2.01pct/+2.38pct，环比 1 月-4.00pct/+0.81pct/+1.72pct；2 月线下 CR3 达到 82.95%，同比上升 9.30pct，环比 1 月下滑 1.47pct。2 月小熊/美的/九阳线上市占分别为 24.70%/13.89%/14.01%，同比-7.88pct/+5.26pct/+4.67pct，环比 1 月+0.68pct/-2.44pct/+2.36pct；2 月线上 CR3 达到 52.60%，同比上升 2.05pct，环比 1 月上升 0.60pct。

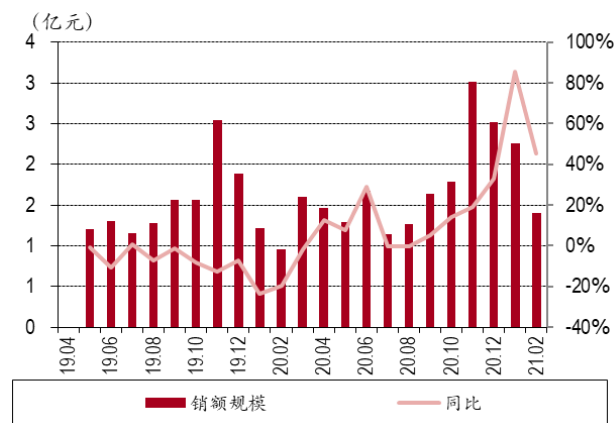
1-2 月美的/苏泊尔/九阳线下累计市占率分别为 39.87%/31.39%/12.48%，同比+10.73pct/-2.41pct/+0.98pct；小熊/美的/九阳线上累计市占率分别为 24.28%/15.40%/12.55%，同比-6.05pct/-0.39pct/+2.21pct。

图表95. 养生壶线下销售额规模与同比变化：2月销额规模为799.78万元，同比增长49.27%



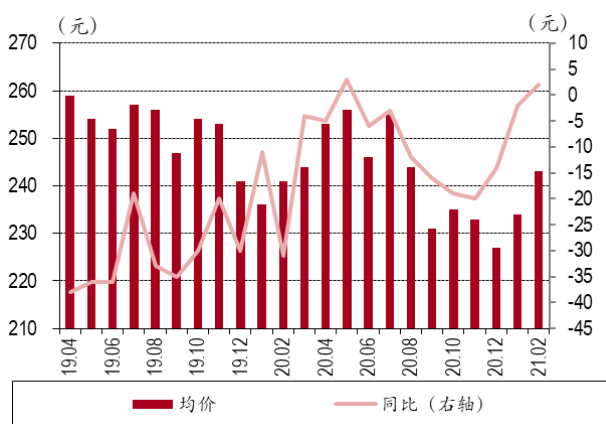
资料来源：奥维云网，中银证券

图表96. 养生壶线上销售额规模与同比变化：2月销额规模为1.40亿元，同比增长45.16%



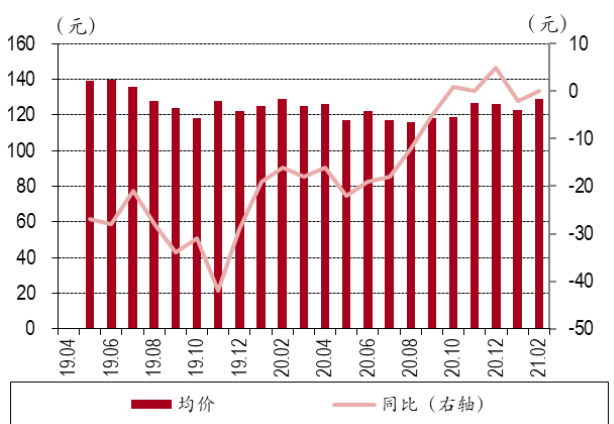
资料来源：奥维云网，中银证券

图表97. 养生壶线下销售均价与同比变化：2月均价为243元，同比上涨0.83%



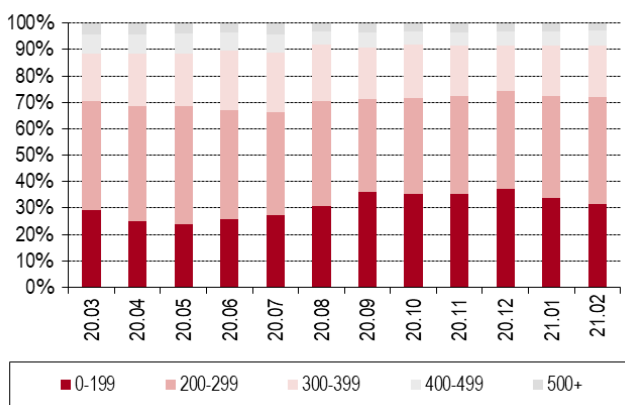
资料来源：奥维云网，中银证券

图表98. 养生壶线上销售均价与同比变化：2月均价为129元，同比不变



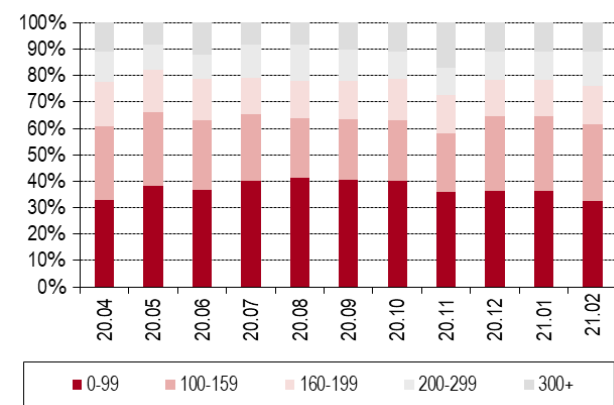
资料来源：奥维云网，中银证券

图表99. 养生壶线下价格段占比：2月200-299元占比达到40.31%，199元以下占比达到31.66%



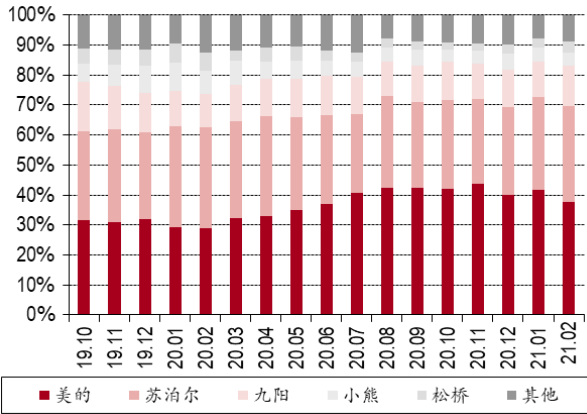
资料来源：奥维云网，中银证券

图表100. 养生壶线上价格段占比：2月99元以下占比达到32.43%，100-159元占比达到29.23%



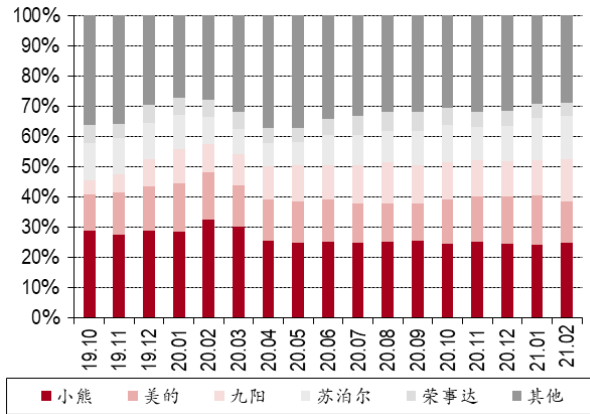
资料来源：奥维云网，中银证券

图表101. 养生壶线下市场份额：2月美的、苏泊尔、九阳市占分别为 37.72%、31.82%、13.41%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表102. 养生壶上市场份额：2月小熊、美的、九阳市占分别为 24.70%、13.89%、14.01%



资料来源：奥维云网，中银证券

④ 料理机

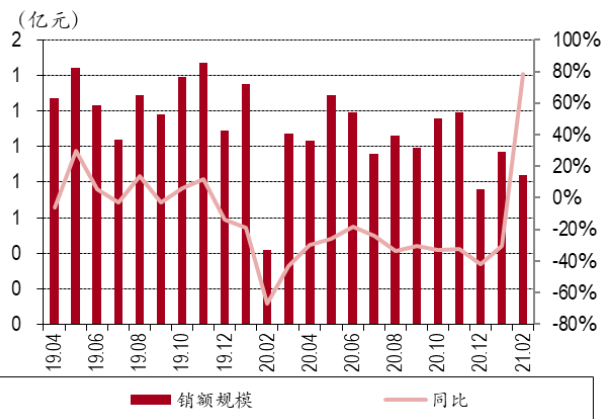
销售表现：料理机单2月线下、线上销额规模达到 0.84 亿元、3.93 亿元，同比增长 78.70%、下滑 17.33%，环比1月下滑 13.40%、下滑 33.16%。料理机 1-2 月线下、线上销额规模累计达到 1.81 亿元、9.81 亿元，同比增长 2.26%、增长 10.10%。

价格表现：料理机单2月线下、线上均价分别为 705 元、181 元，同比下滑 12.42%、上涨 5.23%，环比1月下滑 0.42%、上涨 13.13%。

品牌份额：单2月，九阳/美的/苏泊尔线下市占分别为 42.97%/27.89%/25.63%，同比+14.10pct/-12.47pct/+1.00pct，环比1月+6.41pct/-4.39pct/-1.38pct；2月线下 CR3 达到 96.49%，同比上升 2.63pct，环比1月上升 0.64pct。2月九阳/苏泊尔/美的的线上市占分别为 32.43%/14.91%/12.27%，同比+0.81pct/+2.53pct/+1.90pct，环比1月+1.64pct/-1.01pct/+1.40pct；2月线上 CR3 达到 59.61%，同比上升 5.24pct，环比1月上升 2.03pct。

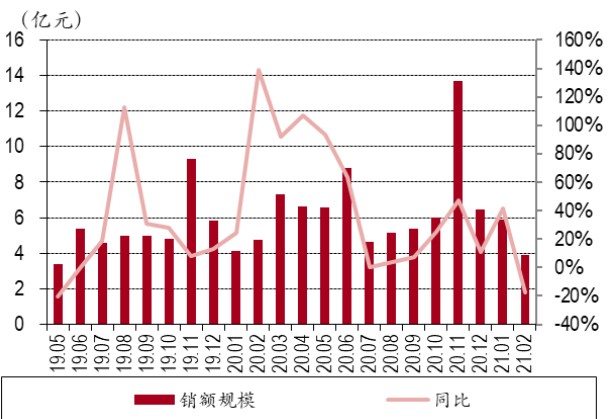
1-2 月九阳/美的/苏泊尔线下累计市占率分别为 39.55%/30.24%/26.37%，同比+6.81pct/-7.67pct/+1.88pct；九阳/苏泊尔/美的的线上累计市占率分别为 31.45%/15.51%/11.43%，同比-0.73pct/+1.25pct/+1.28pct。

图表103. 料理机线下销售额规模与同比变化：2月销额规模为 0.84 亿元，同比增长 78.70%



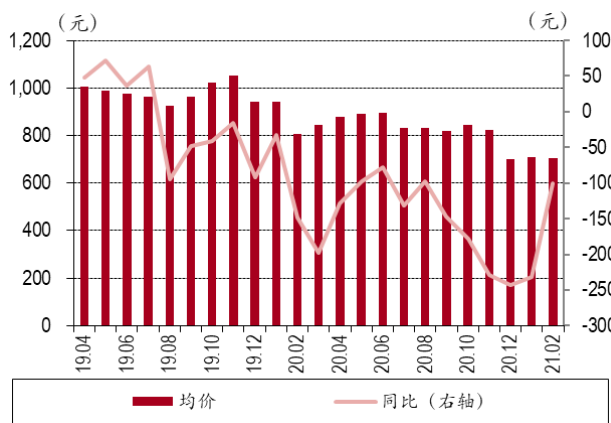
资料来源：奥维云网，中银证券

图表104. 料理机线上销售额规模与同比变化：2月销额规模为 3.93 亿元，同比下滑 17.33%



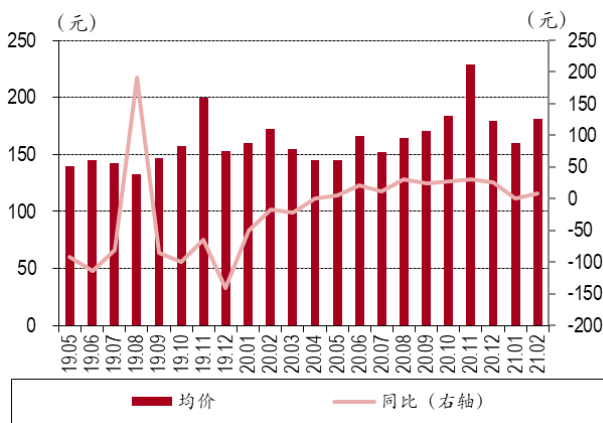
资料来源：奥维云网，中银证券

图表105. 料理机线下销售均价与同比变化：2月均价为705元，同比下滑12.42%



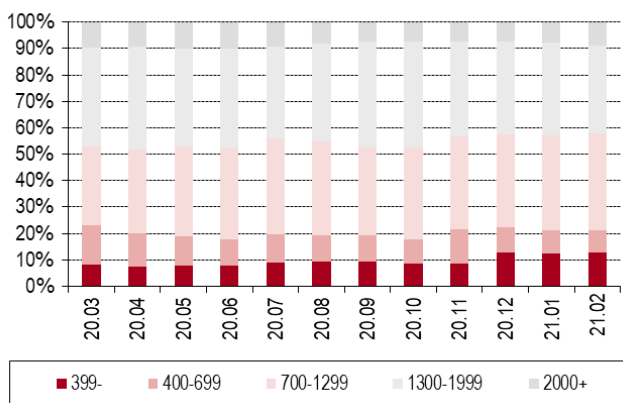
资料来源：奥维云网，中银证券

图表106. 料理机线上销售均价与同比变化：2月均价为181元，同比上涨5.23%



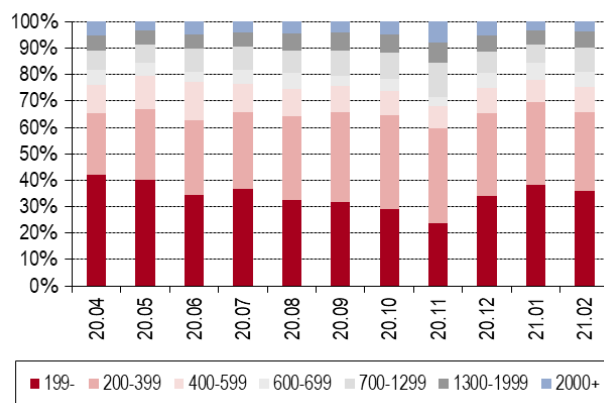
资料来源：奥维云网，中银证券

图表107. 料理机线下价格段占比：2月700-1299元占比达到36.67%，1300-1999元占比达到33.58%



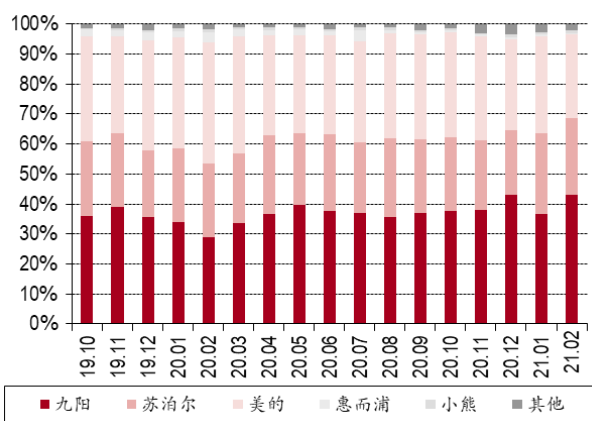
资料来源：奥维云网，中银证券

图表108. 料理机线上价格段占比：2月199元以下占比达到35.96%，200-399元占比达到29.87%



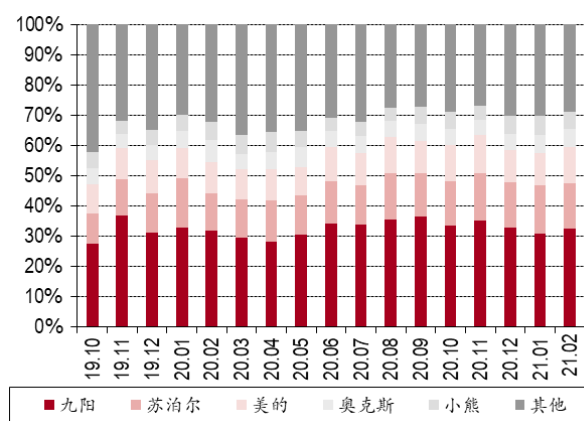
资料来源：奥维云网，中银证券

图表109. 料理机线下市场份额：2月九阳、美的、苏泊尔市占分别为42.97%、27.89%、25.63%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表110. 料理机上市场份额：2月九阳、苏泊尔、美的市占分别为32.43%、14.91%、12.27%



资料来源：奥维云网，中银证券

⑤ 扫地机器人

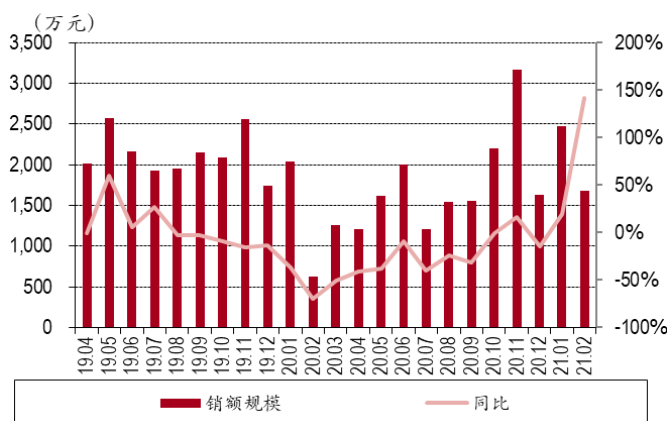
销售表现：扫地机器人单2月线下、线上销售额规模达到1684.31万元、4.80亿元，同比增长141.70%、增长18.43%，环比1月下滑32.02%、下滑31.23%。扫地机器人1-2月线下、线上销售额规模累计达到4161.92万元、11.78亿元，同比增长56.30%、增长28.60%。

价格表现：扫地机器人单2月线下、线上均价分别为2391元、1836元，同比上涨36.94%、上涨19.30%，环比1月上涨2.84%、上涨2.86%。

品牌份额：单2月，科沃斯/美的/惠而浦线下市占分别为82.29%/3.02%/2.90%，同比+24.66pct/-0.06pct/-22.52pct，环比1月-2.43pct/-1.28pct/+0.18pct；2月线下CR3达到88.21%，同比上升2.08pct，环比1月下滑3.53pct。2月科沃斯/小米/石头线上市占分别为45.10%/17.78%/11.45%，同比+2.98pct/-4.10pct/-0.38pct，环比1月+1.53pct/+1.18pct/+0.87pct；2月线上CR3达到74.33%，同比下滑1.50pct，环比1月上升3.58pct。

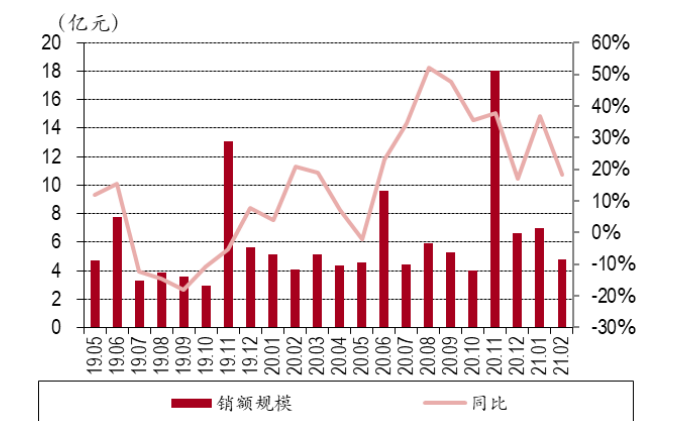
1-2月科沃斯/美的/惠而浦线下累计市占率分别为83.74%/3.78%/2.79%，同比+13.35pct/-1.40pct/-10.03pct；科沃斯/小米/石头线上累计市占率分别为44.19%/17.08%/10.93%，同比+1.07pct/-3.76pct/+0.68pct。

图表111. 扫地机器人线下销售额规模与同比变化：2月销售额规模为1684.31万元，同比增长141.70%



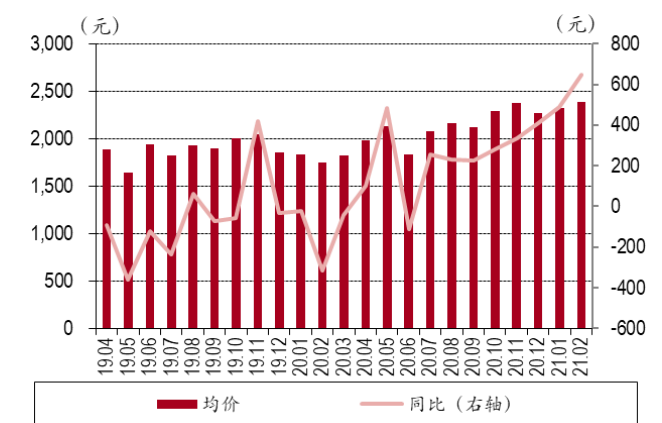
资料来源：奥维云网，中银证券

图表112. 扫地机器人线上销售额规模与同比变化：2月销售额规模为4.80亿元，同比增长18.43%



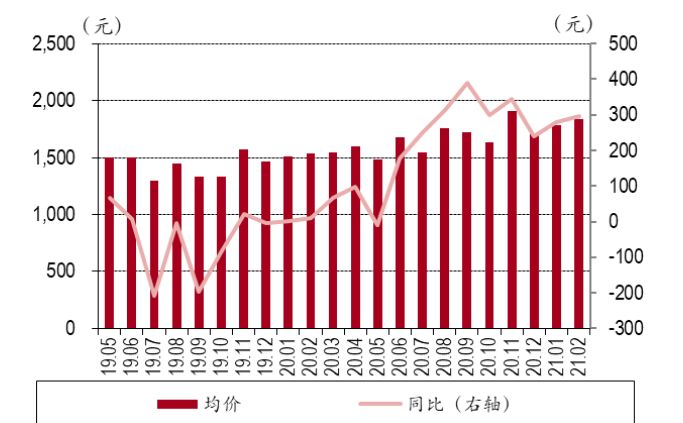
资料来源：奥维云网，中银证券

图表113. 扫地机器人线下销售均价与同比变化：2月均价为2391元，同比上涨36.94%



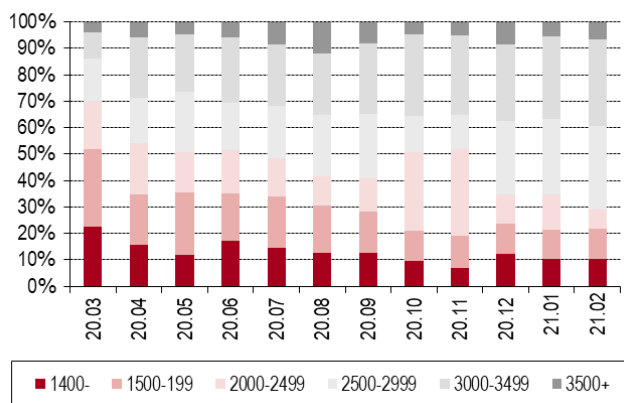
资料来源：奥维云网，中银证券

图表114. 扫地机器人线上销售均价与同比变化：2月均价为1836元，同比上涨19.30%



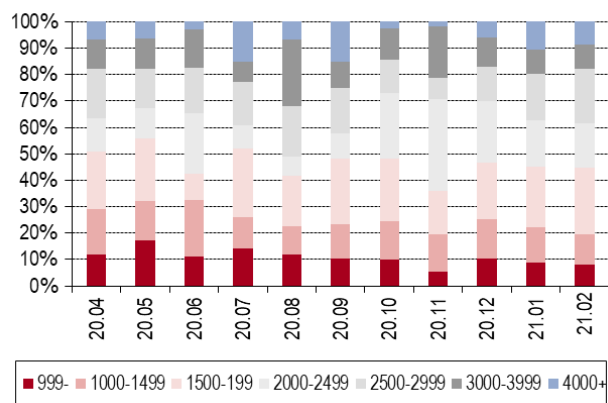
资料来源：奥维云网，中银证券

图表115. 扫地机器人线下价格段占比: 2月 3000-3499 元占比达到 32.89%, 2500-2999 元占比达到 31.59%



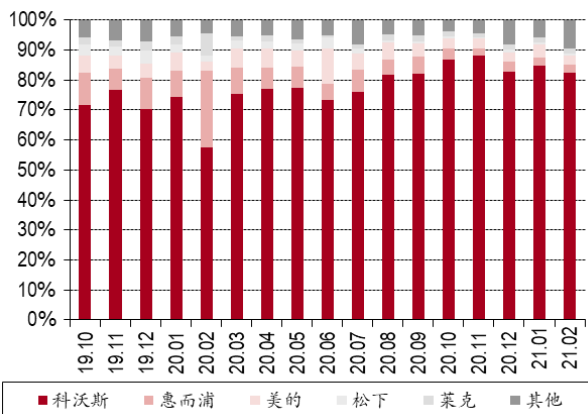
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表116. 扫地机器人线上价格段占比: 2月 1500-1999 元占比达到 25.19%, 2500-2999 元占比达到 20.57%



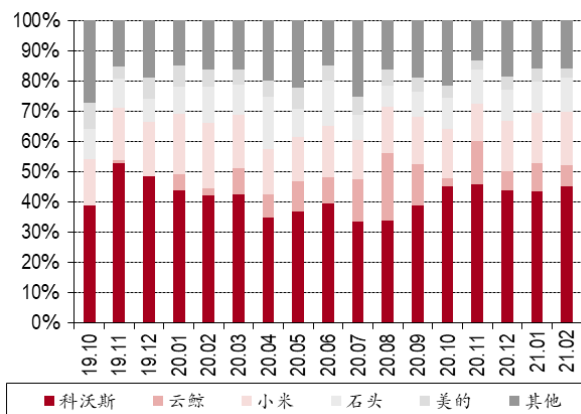
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表117. 扫地机器人线下市场份额: 2月科沃斯、美的、惠而浦市占分别为 82.29%、3.02%、2.90%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表118. 扫地机器人上市场份额: 2月科沃斯、小米、石头市占分别为 45.10%、17.78%、11.45%



资料来源: 奥维云网, 中银证券

三. 风险提示

- 1) **疫情影响宏观经济未能达到预期:** 当前疫情出现散点爆发态势, 若疫情大规模爆发或将影响国内宏观经济水平从而对家电企业的生存环境产生不利影响;
- 2) **海外疫情二次冲击或将影响家电出口:** 海外疫情蔓延会影响家电行业目标市场的经济环境, 同时抑制当地消费者的消费支出, 这都会对家电行业的出口产生影响;
- 3) **家电行业价格战加剧:** 家电厂商或因长时间价格战导致无法支撑持续上涨的经营成本, 影响企业综合盈利能力水平;
- 4) **地产表现低迷:** 家用电器行业的景气程度与房地产行业的关联性较高; 房地产行业未来调控方向和调控力度具有较高的不确定性, 如果调控政策导致房地产市场交易长期低迷, 住房装修及电器需求将相应减少, 从而将对行业内企业生产经营带来不利影响。
- 5) **原材料价格上涨风险:** 若未来主要原材料价格出现持续大幅上升情况, 将不利于行业内企业的成本控制, 进而影响盈利水平。

披露声明

本报告准确表述了证券分析师的个人观点。该证券分析师声明，本人未在公司内、外部机构兼任有损本人独立性与客观性的其他职务，没有担任本报告评论的上市公司的董事、监事或高级管理人员；也不拥有与该上市公司有关的任何财务权益；本报告评论的上市公司或其它第三方都没有或没有承诺向本人提供与本报告有关的任何补偿或其它利益。

中银国际证券股份有限公司同时声明，将通过公司网站披露本公司授权公众媒体及其他机构刊载或者转发证券研究报告有关情况。如有投资者于未经授权的公众媒体看到或从其他机构获得本研究报告的，请慎重使用所获得的研究报告，以防止被误导，中银国际证券股份有限公司不对其报告理解和使用承担任何责任。

评级体系说明

以报告发布日后公司股价/行业指数涨跌幅相对同期相关市场指数的涨跌幅的表现为基准：

公司投资评级：

- 买入：预计该公司股价在未来 6 个月内超越基准指数 20%以上；
- 增持：预计该公司股价在未来 6 个月内超越基准指数 10%-20%；
- 中性：预计该公司股价在未来 6 个月内相对基准指数变动幅度在-10%-10%之间；
- 减持：预计该公司股价在未来 6 个月内相对基准指数跌幅在 10%以上；
- 未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

行业投资评级：

- 强于大市：预计该行业指数在未来 6 个月内表现强于基准指数；
- 中性：预计该行业指数在未来 6 个月内表现基本与基准指数持平；
- 弱于大市：预计该行业指数在未来 6 个月内表现弱于基准指数。
- 未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

沪深市场基准指数为沪深 300 指数；新三板市场基准指数为三板成指或三板做市指数；香港市场基准指数为恒生指数或恒生中国企业指数；美股市场基准指数为纳斯达克综合指数或标普 500 指数。

风险提示及免责声明

本报告由中银国际证券股份有限公司证券分析师撰写并向特定客户发布。

本报告发布的特定客户包括：1) 基金、保险、QFII、QDII 等能够充分理解证券研究报告，具备专业信息处理能力的中银国际证券股份有限公司的机构客户；2) 中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队，其可参考使用本报告。中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队可能以本报告为基础，整合形成证券投资顾问服务建议或产品，提供给接受其证券投资顾问服务的客户。

中银国际证券股份有限公司不以任何方式或渠道向除上述特定客户外的公司个人客户提供本报告。中银国际证券股份有限公司的个人客户从任何外部渠道获得本报告的，亦不应直接依据所获得的研究报告作出投资决策；需充分咨询证券投资顾问意见，独立作出投资决策。中银国际证券股份有限公司不承担由此产生的任何责任及损失等。

本报告内含保密信息，仅供收件人使用。阁下作为收件人，不得出于任何目的直接或间接复制、派发或转发此报告全部或部分内容予任何其他人士，或将此报告全部或部分内容发表。如发现本研究报告被私自刊载或转发的，中银国际证券股份有限公司将及时采取维权措施，追究有关媒体或者机构的责任。所有本报告内使用的商标、服务标记及标记均为中银国际证券股份有限公司或其附属及关联公司（统称“中银国际集团”）的商标、服务标记、注册商标或注册服务标记。

本报告及其所载的任何信息、材料或内容只提供给阁下作参考之用，并未考虑到任何特别的投资目的、财务状况或特殊需要，不能成为或被视为出售或购买或认购证券或其它金融票据的要约或邀请，亦不构成任何合约或承诺的基础。中银国际证券股份有限公司不能确保本报告中提及的投资产品适合任何特定投资者。本报告的内容不构成对任何人的投资建议，阁下不会因为收到本报告而成为中银国际集团的客户。阁下收到或阅读本报告须在承诺购买任何报告中所指之投资产品之前，就该投资产品的适合性，包括阁下的特殊投资目的、财务状况及其特别需要寻求阁下相关投资顾问的意见。

尽管本报告所载资料的来源及观点都是中银国际证券股份有限公司及其证券分析师从相信可靠的来源取得或达到，但撰写本报告的证券分析师或中银国际集团的任何成员及其董事、高管、员工或其他任何个人（包括其关联方）都不能保证它们的准确性或完整性。除非法律或规则规定必须承担的责任外，中银国际集团任何成员不对使用本报告的材料而引致的损失负任何责任。本报告对其中所包含的或讨论的信息或意见的准确性、完整性或公平性不作任何明示或暗示的声明或保证。阁下不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告仅反映证券分析师在撰写本报告时的设想、见解及分析方法。中银国际集团成员可发布其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦有可能采取与本报告观点不同的投资策略。为免生疑问，本报告所载的观点并不代表中银国际集团成员的立场。

本报告可能附载其它网站的地址或超级链接。对于本报告可能涉及到中银国际集团本身网站以外的资料，中银国际集团未有参阅有关网站，也不对它们的内容负责。提供这些地址或超级链接（包括连接到中银国际集团网站的地址及超级链接）的目的，纯粹为了阁下的方便及参考，连结网站的内容不构成本报告的任何部份。阁下须承担浏览这些网站的风险。

本报告所载的资料、意见及推测仅基于现状，不构成任何保证，可随时更改，毋须提前通知。本报告不构成投资、法律、会计或税务建议或保证任何投资或策略适用于阁下个别情况。本报告不能作为阁下私人投资的建议。

过往的表现不能被视作将来表现的指示或保证，也不能代表或对将来表现做出任何明示或暗示的保障。本报告所载的资料、意见及预测只是反映证券分析师在本报告所载日期的判断，可随时更改。本报告中涉及证券或金融工具的价格、价值及收入可能出现上升或下跌。

部分投资可能不会轻易变现，可能在出售或变现投资时存在难度。同样，阁下获得有关投资的价值或风险的可靠信息也存在困难。本报告中包含或涉及的投资及服务可能未必适合阁下。如上所述，阁下须在做出任何投资决策之前，包括买卖本报告涉及的任何证券，寻求阁下相关投资顾问的意见。

中银国际证券股份有限公司及其附属及关联公司版权所有。保留一切权利。

中银国际证券股份有限公司

中国上海浦东
银城中路 200 号
中银大厦 39 楼
邮编 200121
电话: (8621) 6860 4866
传真: (8621) 5888 3554

相关关联机构:

中银国际研究有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
致电香港免费电话:
中国网通 10 省市客户请拨打: 10800 8521065
中国电信 21 省市客户请拨打: 10800 1521065
新加坡客户请拨打: 800 852 3392
传真: (852) 2147 9513

中银国际证券有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
传真: (852) 2147 9513

中银国际控股有限公司北京代表处

中国北京市西城区
西单北大街 110 号 8 层
邮编: 100032
电话: (8610) 8326 2000
传真: (8610) 8326 2291

中银国际(英国)有限公司

2/F, 1 Lothbury
London EC2R 7DB
United Kingdom
电话: (4420) 3651 8888
传真: (4420) 3651 8877

中银国际(美国)有限公司

美国纽约市美国大道 1045 号
7 Bryant Park 15 楼
NY 10018
电话: (1) 212 259 0888
传真: (1) 212 259 0889

中银国际(新加坡)有限公司

注册编号 199303046Z
新加坡百得利路四号
中国银行大厦四楼(049908)
电话: (65) 6692 6829 / 6534 5587
传真: (65) 6534 3996 / 6532 3371