

# 家用电器

## 如何看 618 大家电消费趋势？ ——2021W26 周观点

### 本周观点：如何看 618 大家电消费趋势？

**618 大家电概况：**(1) **产品端**，618 促销期间线上市场提价带动整体销额同比提升。其中，空/冰/洗价格因去年同期促销力度大且原材料成本上浮压力有所上调，故销量较去年同期略有下降，涨价作为主导因素拉动期间销额同比实现正增长；传统厨电烟/灶/消价格较去年同期涨价幅度均超 20%，提价带动烟灶销额同比提升，消毒柜因新兴品类洗碗机销量提升叠加集成灶放量明显，销额同比略减；彩电提价力度明显，推动期间销额同比提升。(2) **渠道端**，传统专业电商天猫、京东 5.24 开启 618 预售通道，并通过简化优惠、内容生态等方式丰富促销玩法，预售前置与商品售后双重优化提升消费者购物体验；内容电商快手、抖音以直播为抓手、立足兴趣电商入局本次 618，二者推出平台购物保障与优惠对标传统优惠打法。

**产品端：健康产品热度升级，高端线、成套化购买趋势凸显。**(1) **白电**，从各类目累积点击人气看，空调品类人气白电居首，主要由于高温天气推升制冷刚性需求提升空调整体热度。横向比较各子行业 TOP5 人气点击品类可以发现，空调品类的便利性、场景化与健康关注度升级；颜值经济带动复古冰箱备受青睐，产品高端化&需求端消费升级推升冰吧与母婴冰箱需求且成套消费趋势凸显；洗衣机品类中，以套系化&健康为卖点的产品热度领先。(2) **厨电**，传统厨电自发热度仍较高，以洗碗机为代表的新兴品类热度高涨。(3) **黑电**，消费与技术端双重升级催生投影仪需求，低渗透的科技消费品增长可期；后疫情时代大屏化趋势凸显，黑电传统龙头推出对标投影的激光电视获得较高关注，期待技术进步及市场成熟叠加关注度提升助推产品放量。

**渠道端：家电企业发力新兴渠道，内容+直播模式斩获颇丰。**平台+企业在下沉市场持续发力。低渗透率发展空间较大+低线城市消费者认知逐渐提升，家电消费结构改变推动刚需品类家电需求攀升，城乡家电消费差别缩小。

### 本周家电板块走势

本周沪深 300 指数+2.69%，创业板指数+3.35%，中小板指数+4.25%，家电板块+0.65%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为-1.35%、+4.89%、+4.29%。个股中，本周涨幅前五名是秀强股份、得邦照明、莱克电气、海信视像、科沃斯；本周跌幅前五名是和晶科技、石头科技、和而泰、海联金汇、依米康。

**原材料价格走势：**2021 年 6 月 25 日，SHFE 铜、铝现货结算价分别为 68560 和 18945 元/吨；SHFE 铜相较于上周+1.93%，铝相较于上周+3.07%。2021 年以来铜价+18.08%，铝价+21.33%。2021 年 6 月 24 日，中塑价格指数为 1031.04，相较于上周+0.54%，2021 年以来+6.86%。2021 年 6 月 18 日，钢材综合价格指数为 146.89，相较于上周价格-0.98%，2021 年以来+17.6%。

**投资建议：**今年以来，家电标的的股价走势较大程度上受到上半年以来各子行业景气度的影响。**白电**行业景气度由于原材料价格大幅度上行，在成本端和终端需求均受到一定抑制；**厨电**方面，集成灶行业由于渗透率较低，增速领先；**小家电**中，低渗透率、偏刚需的清洁电器在产品升级的带动下放量明显。展望后市我们认为，一方面紧抓高景气度细分赛道，建议关注科沃斯、石头科技等；另一方面，**传统家电赛道**股价回调已较为充分，未来成本压力与需求可能转好，建议关注格力电器、海尔智家、美的集团。

### 风险提示

疫情加剧；房地产市场、汇率、原材料价格波动风险，新品销售不及预期。

证券研究报告

2021 年 06 月 28 日

投资评级

行业评级

强于大市(维持评级)

上次评级

强于大市

作者

孙谦

分析师

SAC 执业证书编号：S1110521050004

sunqiana@tfzq.com

行业走势图



资料来源：贝格数据

相关报告

- 1 《家用电器-行业研究周报:如何看清洁电器市场的渗透率? ——2021W25 周观点》 2021-06-21
- 2 《家用电器-行业专题研究:618 小家电全景追踪系列二:流量角度看大促》 2021-06-14
- 3 《家用电器-行业研究周报:如何看多联机中央空调的高增长? ——2021W24 周观点》 2021-06-14

## 1. 本周观点：如何看 618 大家电消费趋势？

### 1.1. 618 大家电概况

#### 产品端

据奥维云网数据，21W22-21W25（2021.5.24-6.20）期间，线上市场提价带动整体销额同比提升。其中，空/冰/洗价格因去年同期促销力度大且原材料成本上浮压力有所上调，故销量较去年同期略有下降，涨价作为主导因素拉动期间销额同比实现正增长；传统厨电烟/灶/消价格较去年同期涨价幅度均超 20%，提价带动烟灶销额同比提升，消毒柜因新兴品类洗碗机销量提升叠加集成灶放量明显，销额同比略减；彩电提价力度明显，推动期间销额同比提升。

表 1：21W22-21W25（2021.5.24-6.20）大家电线上量价额

线上销额 (亿元)	20W22-W25	21W22-W25	YoY
空调	190.8	214.2	12.3%
冰箱	67.7	83.6	23.4%
洗衣机	51.8	61.3	18.5%
油烟机	14.7	17.8	20.8%
燃气灶	9.1	10.6	16.1%
消毒柜	2.3	2.3	-0.8%
洗碗机	7.3	9.3	26.5%
集成灶	7.3	11.9	61.8%
彩电	65.0	81.6	25.7%
线上销量 (万台)	20W22-W25	21W22-W25	YoY
空调	781.5	760.8	-2.6%
冰箱	362.1	338.3	-6.6%
洗衣机	339.4	337.0	-0.7%
油烟机	106.6	105.0	-1.5%
燃气灶	131.0	120.9	-7.8%
消毒柜	33.7	27.5	-18.5%
洗碗机	21.9	23.2	5.8%
集成灶	11.4	15.4	34.8%
彩电	330.1	265.5	-19.6%
线上均价 (元)	20W22-W25	21W22-W25	YoY
空调	2440.9	2815.8	15.4%
冰箱	1869.6	2470.1	32.1%
洗衣机	1525.2	1820.4	19.4%
油烟机	1379.9	1691.4	22.6%
燃气灶	696.4	876.3	25.8%
消毒柜	696.7	848.5	21.8%
洗碗机	3338.6	3993.1	19.6%
集成灶	6405.2	7691.3	20.1%
彩电	1968.2	3075.2	56.2%

资料来源：奥维云网，天风证券研究所

#### 渠道端

传统专业电商天猫、京东 5.24 开启 618 预售通道，并通过简化优惠、内容生态等方式丰富促销玩法，预售前置与商品售后双重优化提升消费者购物体验；内容电商快手、抖音以直播为抓手、立足兴趣电商入局本次 618，二者推出平台购物保障与优惠对标传统优惠打法。各品牌多平台直播带货成为常态，据星图数据不完全统计，2021 年 618 大促期间全网 GMV 达到 5784.8 亿元，同比+26.5%。其中，直播带货总额高达 645 亿元，占全网销售

额的 11%。**内容+直播模式收获颇丰**，根据抖音电商数据报告，“618 好物节”期间抖音电商直播间时长累计达 2852 万小时，用户互动活跃累计直播点赞 769 亿次。同时，传统与内容电商均致力于**通过提升产业带合作力度渗透下沉市场**，依托代工厂&农田果园直发、零售云门店等方式布局拥有近七成人口的下沉市场。

表 2：618 促销期各大平台打法

	促销时长和玩法	物流和售后保障	下沉市场	产业带	
天猫	5.24开始618预售通道，折扣持续20天；共有25万品牌（去年的2.5倍）&1300万商品参与活动； <b>优惠计算较往年简化</b> ，跨店满减由去年 每满300减40“升级为 每满200减30”； <b>天猫榜单</b> 以小时为频率更新	5.24起平台商家 <b>退货运费险“费用全面下调</b> ，商家全年运费险成本平均下降25%； <b>菜鸟供应链“预售极速达”</b> 覆盖300个城市，中大件预售商品实现首次覆盖	5.28淘宝特价版更名为 <b>淘特</b> ，618打法为 <b>性价比好货从全国产业代工厂&amp;农田果园直发</b> ；首次上线10亿官方补贴频道，频道内 <b>买贵必赔</b> ；加强售后，坏果包赔、退货包邮；简化用户互动玩法	依托超10万工厂上线 <b>源头直供</b> ，超过200万个商品首次参与天猫618；多地部署 <b>商家运营中心</b> ，618期间面向原产地服务工厂与商家需求	
京东	5.24开启618预售通道；5.24-6.20联合品牌&商家推出 <b>“百亿购物金”</b> ，包括现金红包、优惠券、头号京贴、首购礼金等多种优惠；直播、短视频、大图文全新 <b>内容生态</b>	<b>预售前置</b> 方面，通过系统算法&供应链计划&多层次库存前置，实现支付定金瞬间开始仓储生产和打包； <b>商品售后</b> 方面，90%以上新品/爆品/C2M享受 <b>价保服务</b>	5.20特价购物平台“ <b>京喜电商</b> 通过上线” <b>京喜官方直营入局</b> 618	直接联动 <b>全国优质产业带</b> ，例如德化白瓷产业带、广东白蕉海鲈鱼产业带、嘉兴粽子产业带、柳州螺狮粉产业带、内蒙古牛肉干产业带等	
苏宁	5.24开始618预售通道；推出以 <b>旧换新、购物补贴、分期免息等多种折扣方式</b>	-	依托全国9000+家 <b>零售云门店升级优惠力度与服务内容</b> ，工厂价格直降叠加平台补贴，设置多重到店购物奖励；“ <b>苏宁帮客</b> ”深入下沉市场实现全国超三万乡镇“24小时送装”、“ <b>送装一体</b> ”服务	-	
拼多多	推出 <b>“百亿补贴两周年大促”</b>	-	-	启动“ <b>家乡好物直播</b> ” <b>乡村振兴计划</b> ，全面激励扶持全国超100个特色产业带	
快手	5.18发布616品质购物节计划；5.20起推出 <b>宠粉专场、国货专场、行家优选专场</b> ；6.15推出 <b>快手首届电商晚会“616真心夜”</b> ；6.16-6.20开启 <b>品质购物街狂欢期</b>	6.1推出 <b>小店信任卡</b> ，包括平台购物保障和平台优惠券，提供退款不退货、退货补运费、假一赔十等 <b>专属权益保障</b> ；推出更多 <b>售后保障</b>	-	-	在各地建立 <b>电商直播基地</b> ，深入产业上游整合供应链&产业带等资源
抖音	5.25推出 <b>“抖音618好物节”</b> ，折扣持续25天；平台 <b>立足兴趣电商</b> ，推出 <b>“遇见新国潮”</b> 专场、 <b>节日主题直播间、品牌直播间</b> 等；推出 <b>抖音好物榜单、618专属表情道具、互动城等特色玩法</b>	-	-	-	

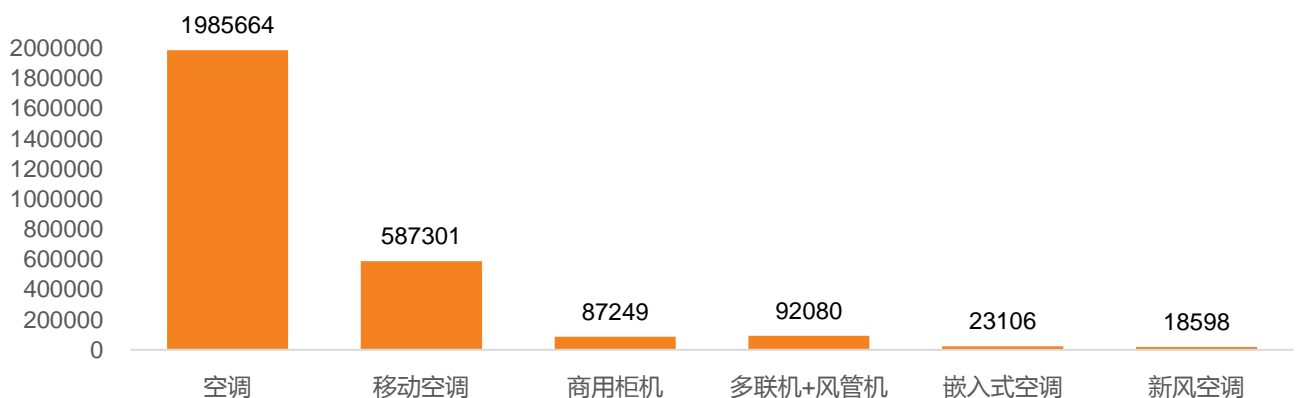
资料来源：上海证券报，环球网，中研网等，天风证券研究所

## 1.2. 产品端：健康产品热度升级，高端线、成套化购买趋势凸显

### 白电

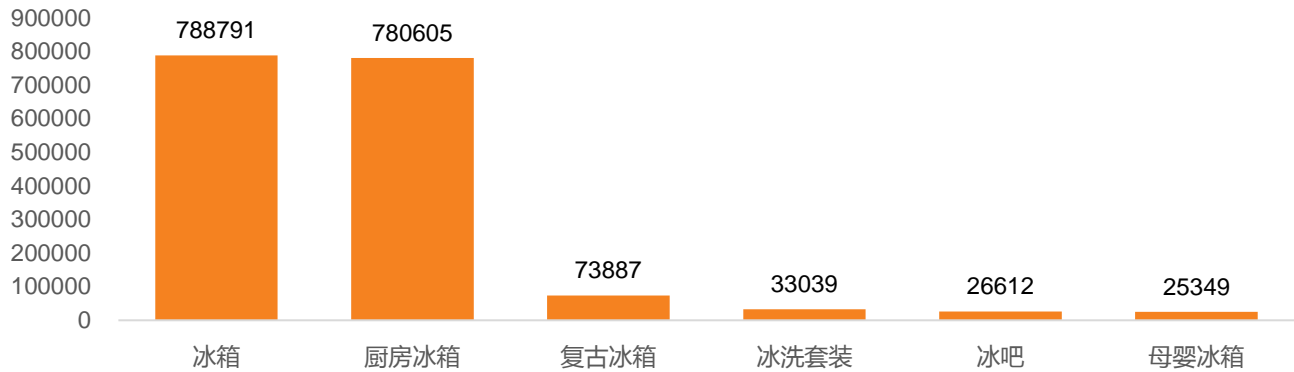
从白电各类目累积点击人气看，**空调品类**人气白电居首，主要由于高温天气推升制冷刚性需求提升空调整体热度。横向比较各子行业 TOP5 人气点击品类可以发现，**空调品类**中以**移动/中央空调/嵌入式/新风**为标签的产品热度较高，体现消费者关注**空调品类的便利性、场景化与健康度**；**冰箱品类**中除传统厨房冰箱持续高人气，颜值经济带动**复古冰箱**备受关注，**产品高端化&需求端消费升级**推升**冰吧与母婴冰箱**需求，**冰洗成套消费趋势凸显**；**洗衣机品类**中，以**套系化与健康**为卖点产品热度领先，**壁挂式洗衣机/洗鞋机**因满足特定清洗需求，从而符合消费者对生活品质追求获得关注。

图 1：618 促销期间空调各品类累积点击人气指数



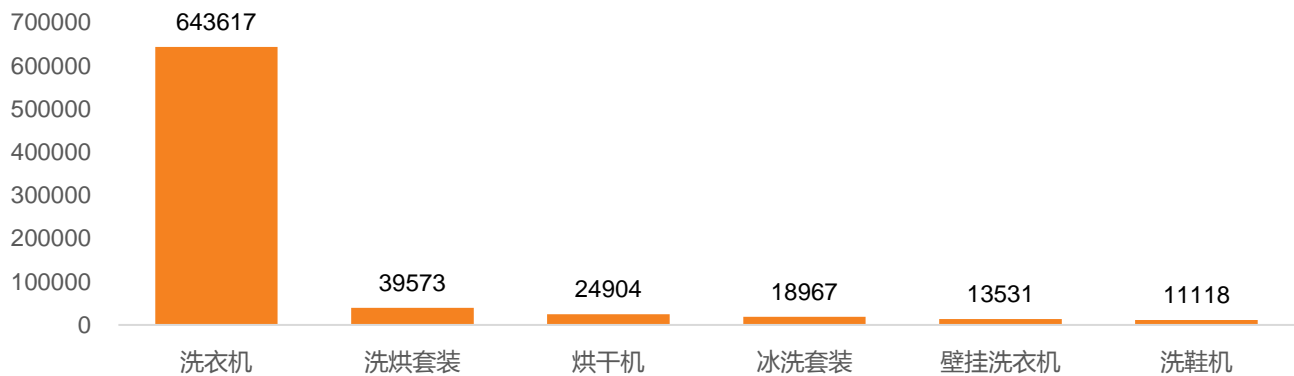
资料来源：生意参谋，天风证券研究所

图 2：618 促销期间冰箱各品类累积点击人气指数



资料来源：生意参谋，天风证券研究所

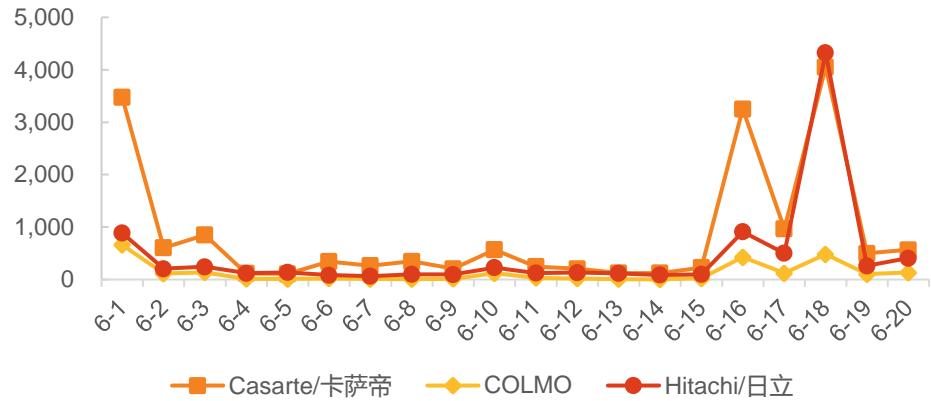
图 3：618 促销期间洗衣机各品类累积点击人气指数



资料来源：生意参谋，天风证券研究所

值得注意的是，行业整体提价趋势+消费者品质需求高涨，推动白电高端线产品性价比属性凸显，家电行业打法由低价格向高价值转变。**从产品端看**，京东 6 月 1 日零点至零点十分战报显示，**白电方面**，8000 元以上高端柜机销量同比+230%，分区洗洗衣机成交额同比增长 20 倍，400 升以上超大容量冰箱成交额同比增长 5 倍；**黑电方面**，10000 元以上中高端电视成交额同比增长超 200%；**厨电方面**，高端蒸烤一体集成灶成交额同比增长 5 倍。**从品牌端看**，生意参谋显示 618 促销期间卡萨帝/COLMO/日立累计交易金额分别为 1.72/0.25/0.91 亿元，较 2020 年 6 月全月分别同比+57%/+146%/+336%。

图 4：6.1-6.20 大家电高端品牌卡萨帝/COLMO/日立交易金额（万元）

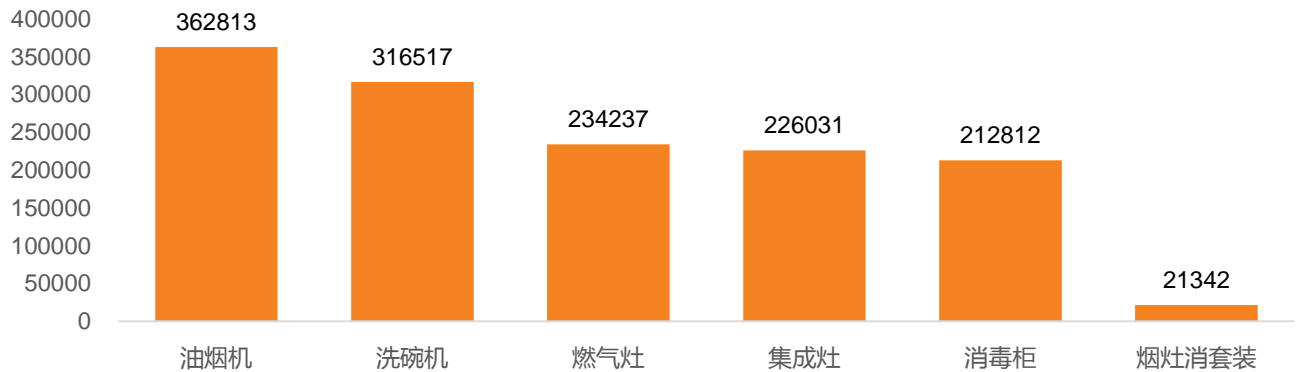


资料来源：生意参谋，天风证券研究所

### 厨电

从厨电各类目累积点击人气看，我们发现人气排序为**油烟机>洗碗机>燃气灶>集成灶>消毒柜>烟灶消套装**，以烟灶消为代表的传统厨电自发热度仍较高；以洗碗机为代表的新兴品类热度高涨，618 促销期间累积人气高达油烟机的 87%；集成灶作为大厨电中较为年轻品类，凭借多功能卖点收获关注。

图 5：618 促销期间厨电各品类累积点击人气

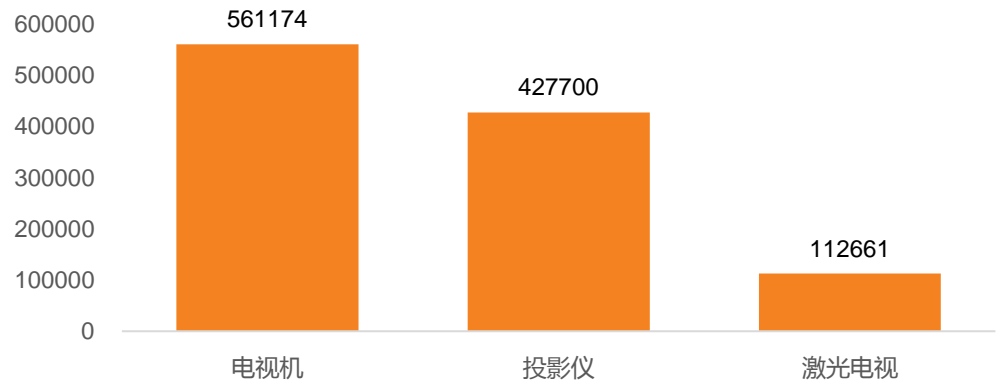


资料来源：生意参谋，天风证券研究所

### 黑电

从黑电各类目累积点击人气看，我们发现人气排序为**电视机>投影仪>激光电视**，消费与技术端双重升级催生投影仪需求，低渗透的科技消费品增长可期；后疫情时代大屏化趋势凸显，黑电传统龙头推出对标投影的激光电视获得较高关注，累计点击人气达电视机品类的 20%，期待技术进步及市场成熟叠加关注度持续提升助推产品放量。

图 6：618 促销期间黑电各品类累积点击人气



资料来源：生意参谋，天风证券研究所

### 1.3. 渠道端：家电企业发力新兴渠道，内容+直播模式斩获颇丰

平台+企业在下沉市场持续发力。低渗透率发展空间较大+低线城市消费者认知逐渐提升，家电消费结构改变推动刚需品类家电需求攀升，城乡家电消费差别缩小。据《2020年中国家电市场报告》，平台端发力下沉市场趋势明确，截至20年底京东家电专卖店总数近16000家，其中47%的新增用户来自四六线市场；苏宁零售云门店数累计达8000家，直接辐射上万个乡镇；淘宝推出的以C2M商品作为核心供给的购物APP淘宝特价版，着力下沉需求市场。同时，品牌端亦积极布局新兴渠道，海尔电商依托日日顺物流，无缝覆盖中国2886个区县；21年1月9日1003家小米之家同时开业，新开门店覆盖全国270个县市。

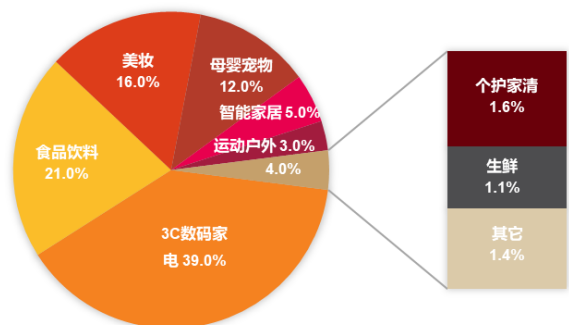
依托渠道下沉基础，家电企业618促销期斩获颇丰。家电企业持续发力直播，据淘宝直播天猫商家总榜，6.1-6.20期间GREE格力官方旗舰店、海尔官方旗舰店、美的官方旗舰店分别为榜单第二/第四/第五名，白电龙头直播营销力度市场居首。同时，家电企业亦布局新兴平台实现渠道拓宽，依托定位于低线市场的内容电商助力放量。根据飞瓜数据，抖音618好物节预售商品销量中3C数码家电居首。根据美的618战报，618期间美的于拼多多&抖音&快手直播订单量超2万单，销额超7000万，并通过社媒刷屏超5亿曝光，预计未来品牌方在电商的布局力度以及新兴渠道探索力度将持续增强。

图 7：6.1-6.20 淘宝直播天猫商家榜 TOP5



资料来源：淘宝直播，天风证券研究所

图 8：抖音 618 好物节预售商品销量分布



资料来源：飞瓜数据，天风证券研究所

### 1.4. 促销期各细分行业龙头表现靓丽，以洗碗机为代表新兴品类快速扩容

#### 白电

2021年6.1-6.20期间，空调龙头美的/格力/海尔累计交易金额分别为29.44/28.69/7.25亿元，较2020年6月全月同比+10%/+57%/+45%，美的&格力空调销额表现行业领先，后续旺季空调行业经营改善弹性仍值得期待；冰箱TOP4品牌海尔/美的/西门子/容声累计交易金额分别为9.95/5.62/2.45/3.13亿元，较2020年6月全月同比+4%/+10%/+24%/+9%；洗衣机TOP4品牌海尔/小天鹅/美的/西门子累计交易金额分别为6.94/5.09/2.27/1.32亿元，较2020年6月全月同比+7%/+25%/-13%/-9%，海尔冰洗龙头地位稳固。

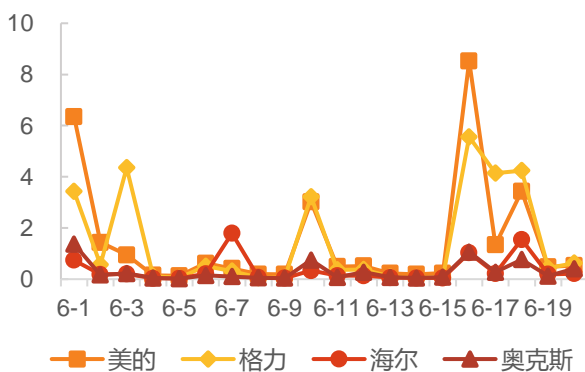
#### 厨电

根据生意参谋数据，2021年6.1-6.20期间，蒸烤一体品牌老板/西门子累计交易金额分别为310.71/200.55万元，较2020年6月全月同比+4556%/+745%，龙头销额增速抢眼；洗碗机TOP4品牌美的/西门子/海尔/方太累计交易金额分别为1.62/1.42/0.53/0.31亿元，较2020年6月全月同比+16%/-15%/+58%/+2%，以洗碗机为代表的新兴品类快速扩容，白电巨头积极布局表现亮眼；集成灶龙头火星人/森歌/亿田累计交易金额分别为1.29/0.81/0.63/0.57亿元，较2020年6月全月同比+59%/+65%/+652%，依托多功能合一满足消费者便利需求，集成灶龙头尽享品类发展红利；油烟机TOP4品牌老板/方太累计交易金额分别为0.53/0.50亿元，较2020年6月全月同比+3%/+1%。

#### 黑电

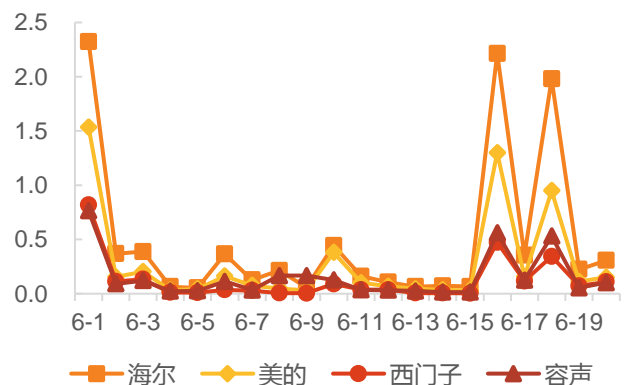
根据生意参谋数据，2021年6.1-6.20期间，TOP4品牌小米/海信/创维/TCL平板电视累计交易金额分别为6.79/3.33/3.21/3.18亿元，较2020年6月全月同比+55%/-3%/+9%/-15%。

图9：6.1-6.20 空调品牌 TOP4 交易金额（亿元）



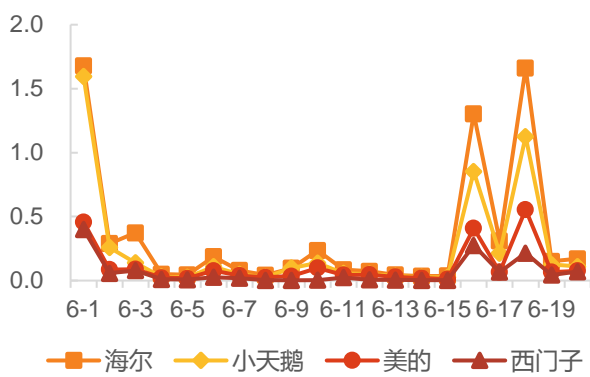
资料来源：生意参谋，天风证券研究所

图10：6.1-6.20 冰箱品牌 TOP4 交易金额（亿元）



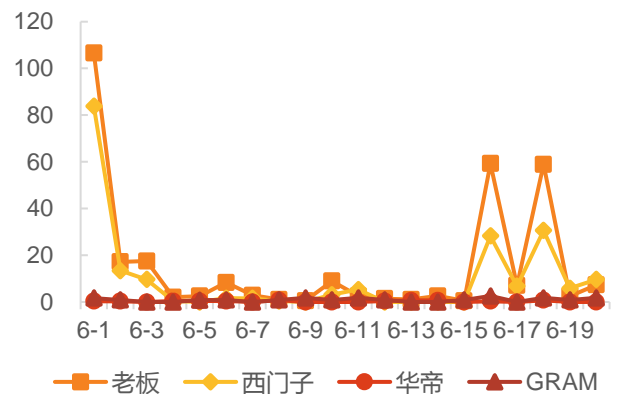
资料来源：生意参谋，天风证券研究所

图 11: 6.1-6.20 洗衣机品牌 TOP4 交易金额 (亿元)



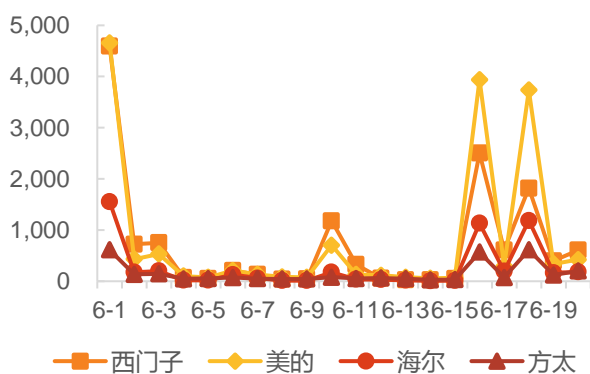
资料来源: 生意参谋, 天风证券研究所

图 12: 6.1-6.20 蒸烤一体品牌 TOP4 交易金额 (万元)



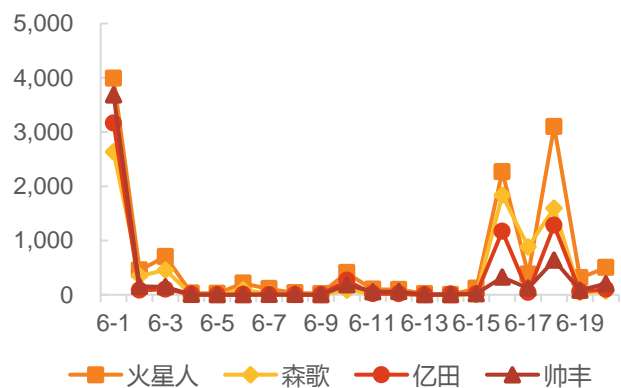
资料来源: 生意参谋, 天风证券研究所

图 13: 6.1-6.20 洗碗机品牌 TOP4 交易金额 (万元)



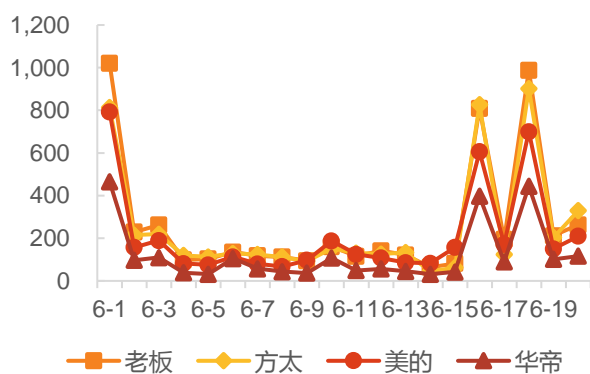
资料来源: 生意参谋, 天风证券研究所

图 14: 6.1-6.20 集成灶品牌 TOP4 交易金额 (万元)



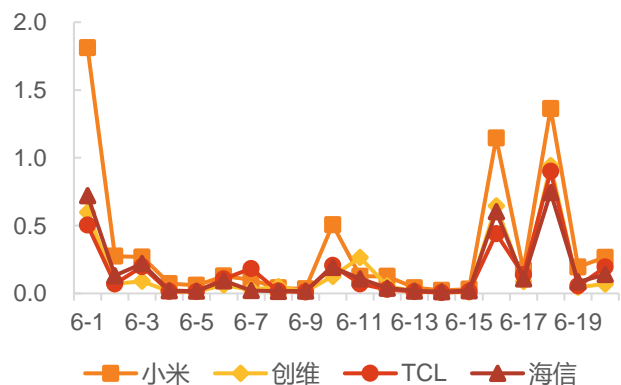
资料来源: 生意参谋, 天风证券研究所

图 15: 6.1-6.20 油烟机品牌 TOP4 交易金额 (万元)



资料来源: 生意参谋, 天风证券研究所

图 16: 6.1-6.20 平板电视品牌 TOP4 交易金额 (亿元)



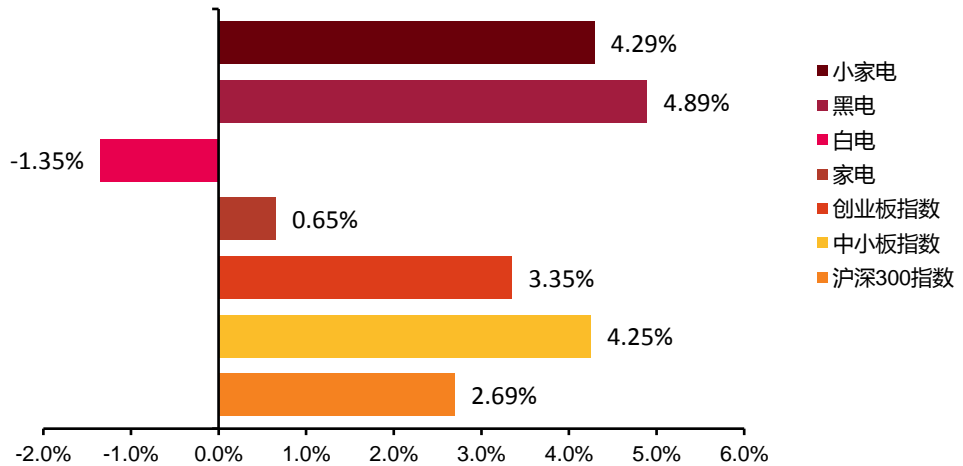
资料来源: 生意参谋, 天风证券研究所



## 2. 本周家电板块走势

本周沪深 300 指数+2.69%，创业板指数+3.35%，中小板指数+4.25%，家电板块+0.65%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为-1.35%、+4.89%、+4.29%。个股中，本周涨幅前五名是秀强股份、得邦照明、莱克电气、海信视像、科沃斯；本周跌幅前五名是和晶科技、石头科技、和而泰、海联金汇、依米康。

图 17：本周家电板块走势



资料来源：Wind，天风证券研究所

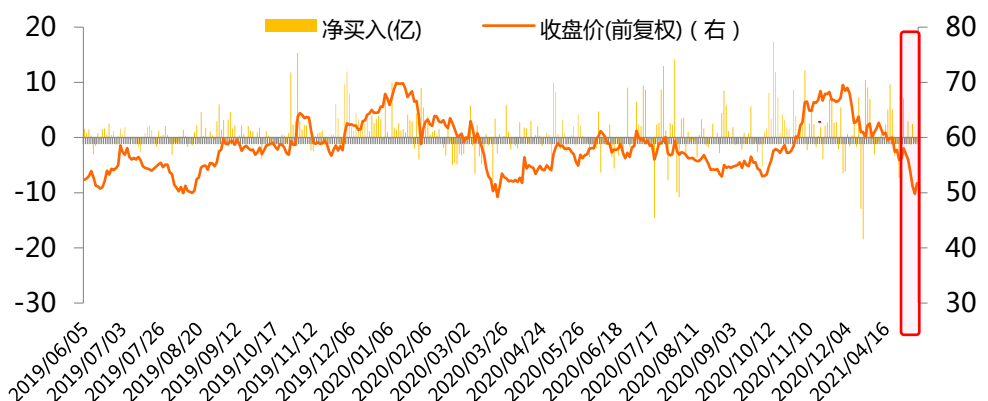
表 3：家电板块本周市场表现

涨幅排名	证券代码	证券简称	周涨幅	周换手率	跌幅排名	证券代码	证券简称	周跌幅	周换手率
1	300160.SZ	秀强股份	40.90%	58.99%	1	300279.SZ	和晶科技	-10.89%	40.84%
2	603303.SH	得邦照明	26.43%	15.54%	2	688169.SH	石头科技	-10.12%	10.30%
3	603355.SH	莱克电气	20.96%	4.06%	3	002402.SZ	和而泰	-7.83%	15.63%
4	600060.SH	海信视像	19.65%	22.00%	4	002537.SZ	海联金汇	-7.01%	8.44%
5	603486.SH	科沃斯	16.57%	3.04%	5	300249.SZ	依米康	-5.15%	29.44%

资料来源：Wind，天风证券研究所

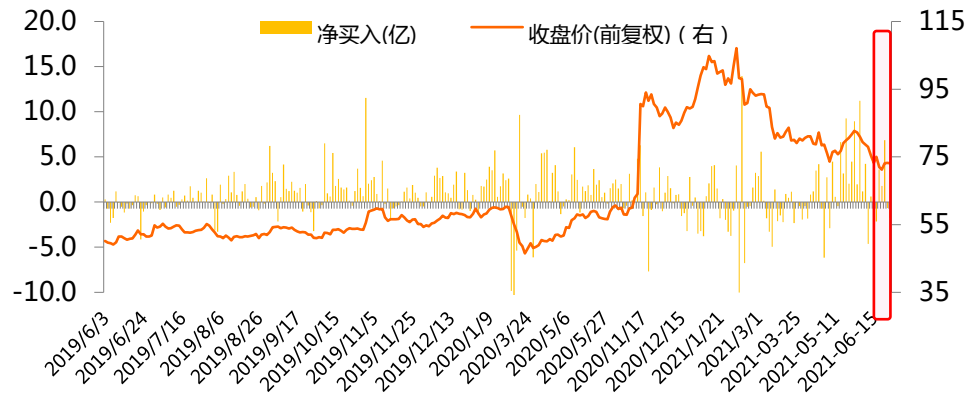
## 3. 本周资金流向

图 18：格力电器北上净买入



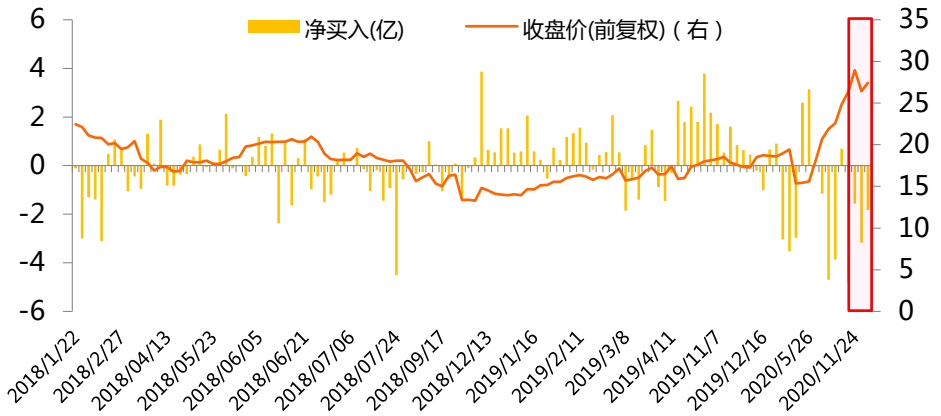
资料来源：wind，天风证券研究所

图 19: 美的集团北上净买入



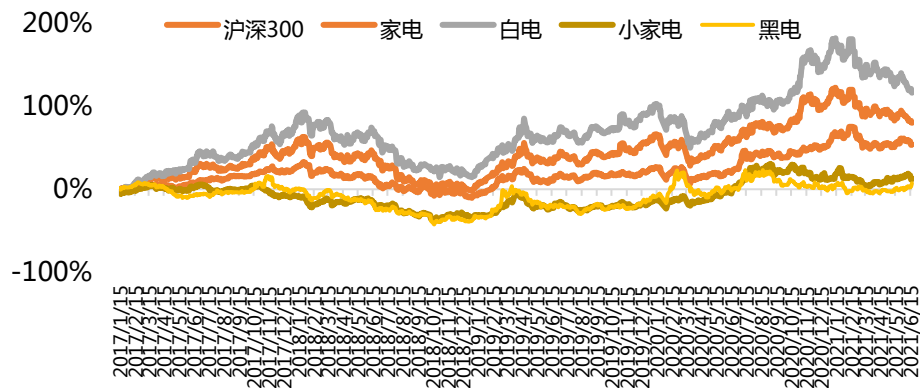
资料来源: wind, 天风证券研究所

图 20: 海尔智家北上净买入



资料来源: wind, 天风证券研究所

图 21: 2017 年以来家电板块走势



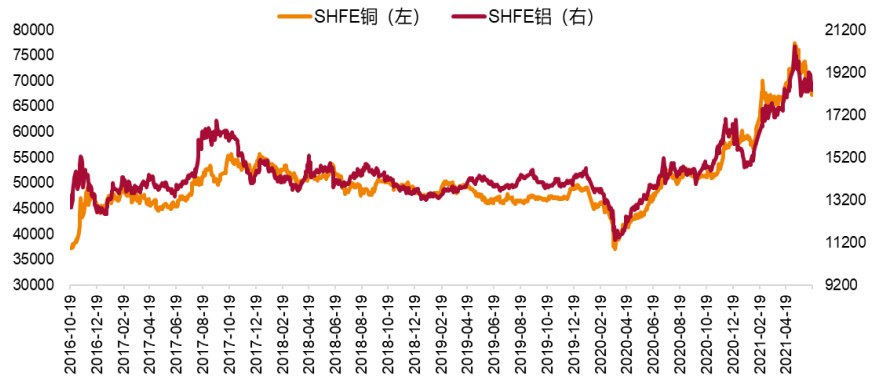
资料来源: Wind, 天风证券研究所

## 4. 原材料价格走势

2021 年 6 月 25 日, SHFE 铜、铝现货结算价分别为 68560 和 18945 元/吨; SHFE 铜相较

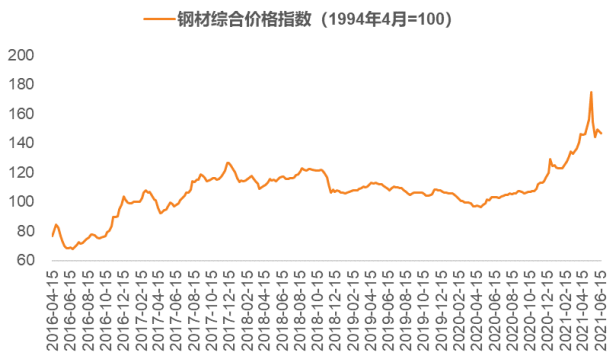
于上周+1.93%，铝相较于上周+3.07%。2021年以来铜价+18.08%，铝价+21.33%。2021年6月24日，中塑价格指数为1031.04，相较于上周+0.54%，2021年以来+6.86%。2021年6月18日，钢材综合价格指数为146.89，相较于上周价格-0.98%，2021年以来+17.6%。

图 22：铜、铝价格走势（元/吨）



资料来源：Wind，天风证券研究所

图 23：钢材价格走势（单位：1994年4月=100）



资料来源：中国钢铁联合会，天风证券研究所

图 24：塑料价格走势（单位：2005年11月1日=1000）



资料来源：Wind，天风证券研究所

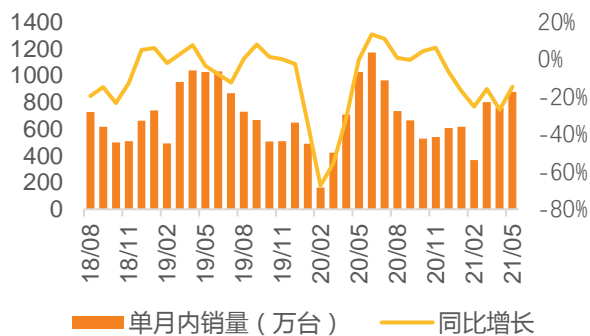
## 5. 行业数据

### ➢ 出货端：5月空调产销略有下滑，4月冰洗内销持续放量

**内销：**21年5月空调与19年同比仍为负值-14.5%，21年4月油烟机与19年同期存在较大缺口，为-11.98%；冰、洗基本恢复至19年同期水平，较19年同期增速为-8.38%/-8.11%。21年1-5月较19年同期空调缺口环比略有收窄（-19.41%），21年1-4月较19年同期，冰箱实现正增速（+0.42%），洗衣机继续放量（-6.43%），油烟机缺口持续修复（-20.53%）。

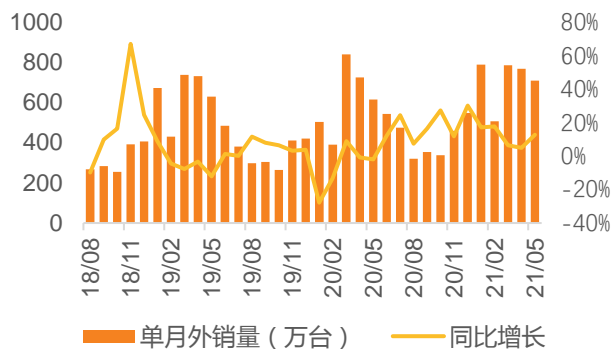
**外销：**21年5月空调外销持续向好，较19年同期增长12.81%；21年4月，冰箱、油烟机较19年同期实现双位数增长，分别+26.54%/+18.92%；洗衣机较19年同期为7.37%。21年1-5月空调较19年同比增长15.46%；21年1-4月，冰、洗、油烟机较19年同期修复明显，分别+41.37%/+11.50%/38.31%。

图 25：出货端空调内销月零售量、同比增速



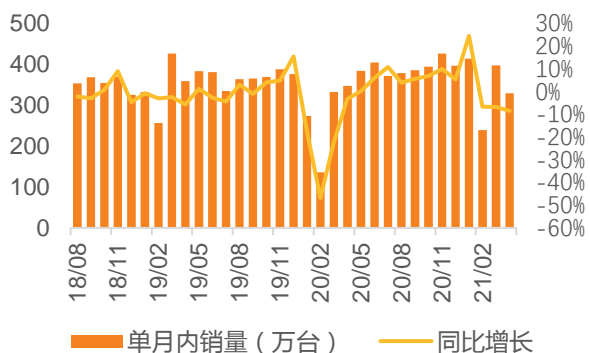
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 26：出货端空调外销月零售量、同比增速



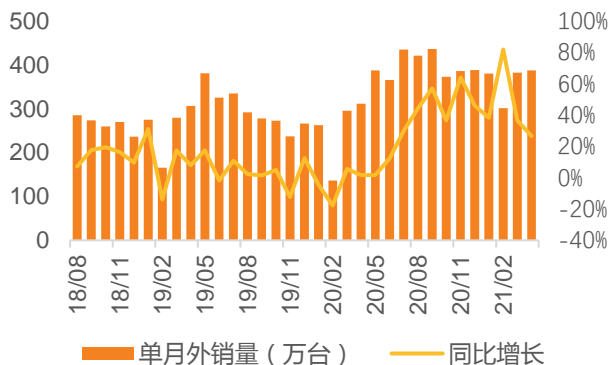
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 27：出货端冰箱内销月零售量、同比增速



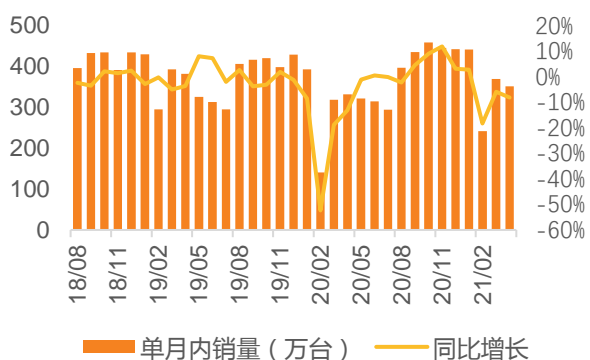
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 28：出货端冰箱外销月零售量、同比增速



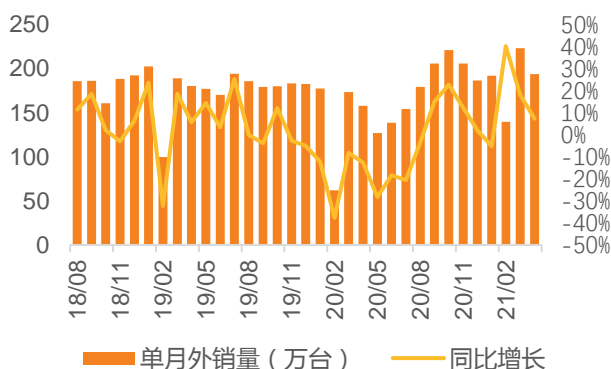
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 29：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



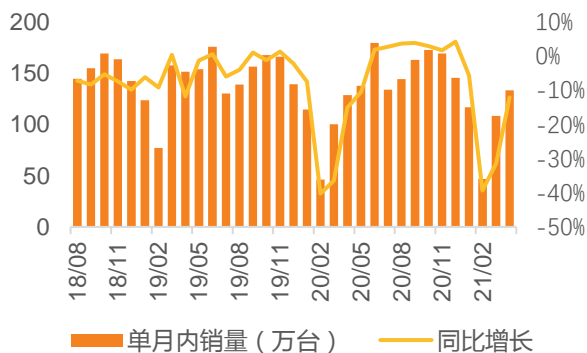
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 30：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



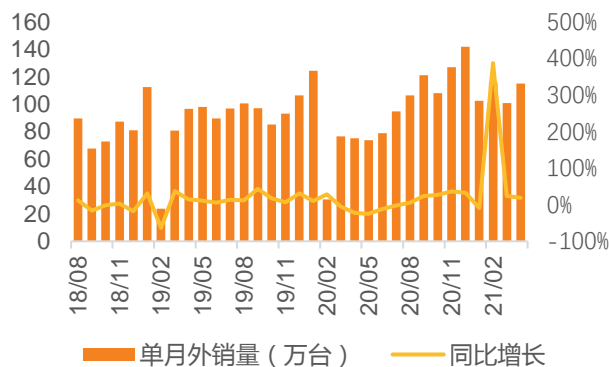
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 31：出货端油烟机内销月零售量、同比增速



资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 32：出货端油烟机外销月零售量、同比增速



资料来源：产业在线，天风证券研究所

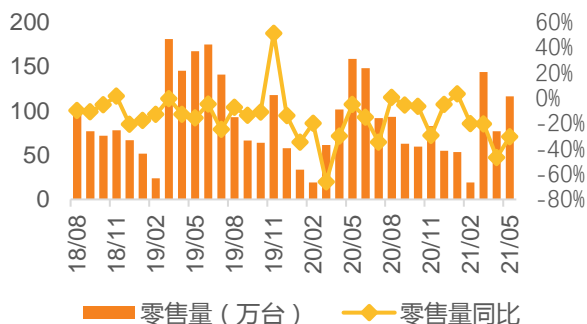
零售端

1) 中怡康数据端

**销量：**空、冰、洗销量较 19 年同期仍存在较大缺口，21 年 5 月分别 -30.48%/-24.28%/-19.19%，21 年 1-5 月分别 -27.99%/-20.08%/-23.01%；

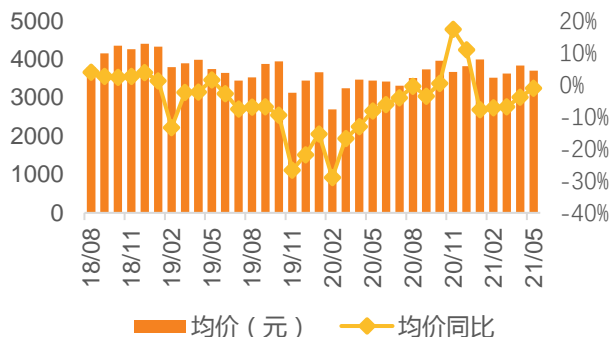
**均价：**冰、洗 21 年 5 月均价较 19 年同期实现双位数增长，分别 +24.64%/+18.94%，21 年 1-5 月分别 +21.43%/+21.2%；油烟机均价较 19 年同期 +9.17%，21 年 1-4 月为 9.82%；空调均价基本修复至 19 年同期水平，21 年 5 月增速为 -1.04%，21 年 1-5 月增速为 -5.40%。

图 33：中怡康空调月零售量、同比增速



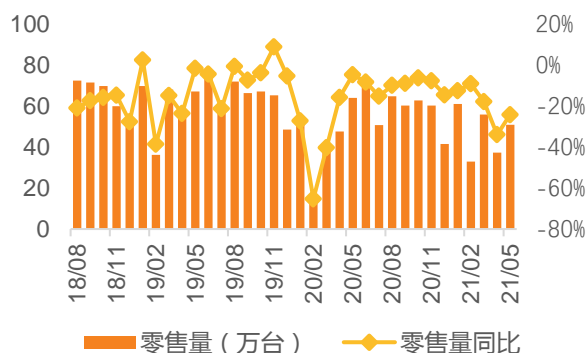
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 34：中怡康空调月均价、同比增速



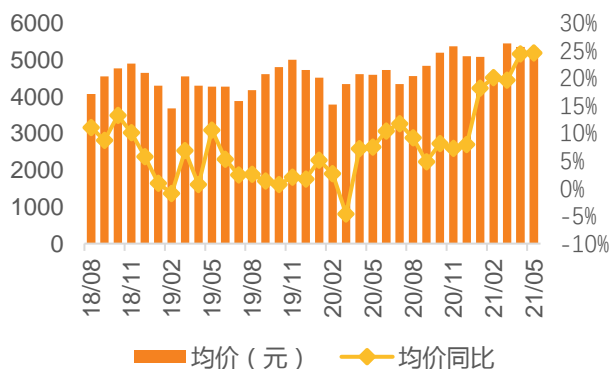
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 35：中怡康冰箱月零售量、同比增速



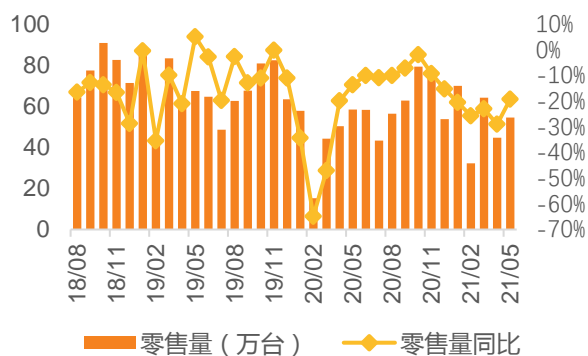
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 36：中怡康冰箱月均价、同比增速



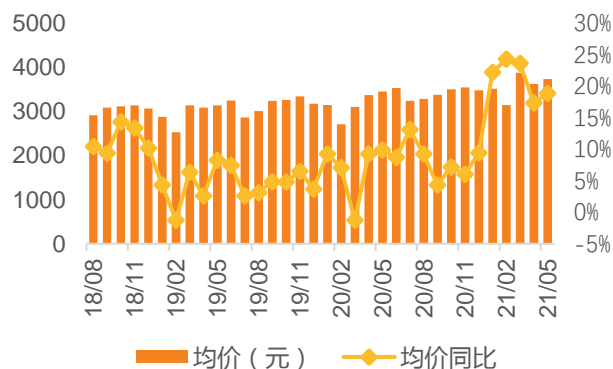
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 37：中怡康洗衣机月零售量、同比增速



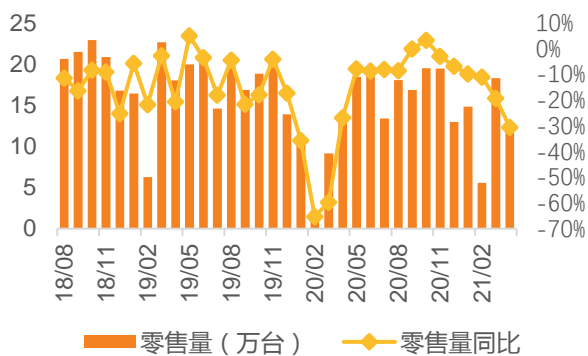
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 38：中怡康洗衣机月均价、同比增速



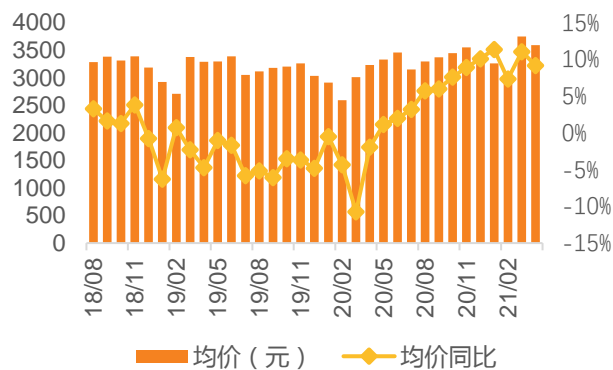
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 39：中怡康油烟机月零售量、同比增速



资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 40：中怡康油烟机月均价、同比增速



资料来源：中怡康，天风证券研究所

## 2) 奥维数据端

W24，核心大家电、厨电及清洁类电器线上实现正增长，线下销量同比上升。

**全年累计：**除个别小家电品类外，其余家电产品线上、线下均实现同比正增长。

表 4：奥维周度数据

奥维云网（线上周度）						
品类	零售额同比增速（%）					
	累计增速		周度增速			
	21W25 (2021/01/01-2021/06/20)	21W25 (2021/06/14-2021/06/20)	21W24 (2021/06/7-2021/06/13)	21W23 (2021/05/31-2021/06/06)	21W22 (2021/05/24-2021/05/30)	
空调	11.9%	-3.0%	61.5%	13.5%	57.3%	
冰箱	38.7%	11.8%	29.3%	44.9%	7.4%	
洗衣机	38.4%	7.6%	16.6%	37.2%	28.4%	
冷柜	42.4%	0.3%	7.9%	6.1%	-10.6%	
油烟机	29.0%	12.2%	37.2%	32.4%	12.5%	
燃气灶	21.3%	11.4%	25.8%	25.5%	6.0%	
洗碗机	12.6%	22.8%	29.0%	39.0%	-12.4%	
电热水器	35.1%	59.7%	48.0%	68.2%	15.4%	
净水器	17.8%	18.3%	-18.7%	50.1%	-23.8%	
净化器	9.7%	14.3%	42.7%	76.8%	12.8%	
扫地机	41.6%	37.0%	23.1%	196.1%	-	
电饭煲	7.2%	5.6%	8.3%	10.1%	-5.4%	
破壁机	-12.6%	-17.2%	-35.4%	-6.1%	-31.4%	
彩电	27.4%	28.6%	18.2%	30.1%	3.3%	
奥维云网（线下周度）						
品类	零售额同比增速（%）					
	累计增速		周度增速			
	21W25 (2021/01/01-2021/06/20)	21W25 (2021/06/14-2021/06/20)	21W24 (2021/06/7-2021/06/13)	21W23 (2021/05/31-2021/06/06)	21W22 (2021/05/24-2021/05/30)	
空调	7.4%	18.5%	2.2%	-26.3%	-7.1%	
冰箱	12.1%	0.9%	15.9%	-16.2%	-3.5%	
洗衣机	12.6%	-0.5%	13.2%	-16.9%	-3.9%	
冷柜	14.7%	-5.3%	-9.2%	-23.1%	-23.2%	
油烟机	18.3%	-4.2%	7.7%	-32.7%	-4.1%	
燃气灶	12.7%	-6.3%	2.9%	-36.1%	-12.4%	
洗碗机	35.5%	18.4%	5.7%	-14.3%	47.3%	
电热水器	2.2%	-19.0%	6.3%	-40.7%	-0.6%	
净水器	10.7%	-13.1%	5.2%	-25.9%	-17.3%	
净化器	-5.1%	-21.7%	-1.8%	-21.5%	-24.8%	
扫地机	23.4%	-7.5%	25.2%	-16.8%	-	
电饭煲	-5.1%	-19.8%	-15.8%	-23.2%	-19.2%	
破壁机	-1.9%	-45.0%	-43.0%	-43.5%	-36.2%	
彩电	10.1%	-2.5%	11.6%	-27.4%	4.5%	

资料来源：奥维云网,天风证券研究所

## 6. 本周公司公告及新闻

### ➤ 重点公司公告

6月25日

#### 海信家电：第十一届董事会 2021 年第一次临时会议决议公告

公司在 2021 年 6 月 25 日举行的第十一届董事会第一次临时会议上 1、选举段跃斌为公司第十一届董事会董事长;2、选举独立非执行董事马金泉、钟耕深、张世杰为公司第十一届董事会审计委员会委员,并选举张世杰为审计委员会主席;3、选举执行董事段跃斌、贾少谦、独立非执行董事马金泉、钟耕深和张世杰为公司第十一届董事会提名委员会委员,并选举钟耕深为提名委员会主席;4、选举执行董事贾少谦、林澜、独立非执行董事马金泉、钟耕深和张世杰为公司第十一届董事会薪酬与考核委员会委员,并选举马金泉为薪酬与考核委员会主席;5、选举执行董事段跃斌、贾少谦、林澜、代慧忠和费立成为公司第十一届董事会战略委员会委员,并选举段跃斌为战略委员会主席;6、聘任段跃斌继续担任公司总裁;7、聘任高玉玲担任公司财务负责人及总会计师;8、聘任黄倩梅继续担任公司董事会秘书;9、聘任黄德芳继续担任公司公司秘书。上述人员任期由 2021 年 6 月 25 日至第十一届董事会届满(即 2024 年 6 月 24 日)。

#### TCL 科技：关于 2021 年回购社会公众股份首次回购实施情况的公告

公司于 2021 年 6 月 25 日首次回购公司股份,回购股份数量为 1928.12 万股,占公司总股本的 0.14%;本次回购股份最高成交价为 7.8 元/股,最低成交价为 7.69 元/股,已支付的回购总金额为 1.5 亿元(不含交易费用)

6月24日

#### 倍轻松：首次公开发行股票并在科创板上市发行安排及初步询价公告

倍轻松首次公开发行人民币普通股并在科创板上市，本次公开发行股份全部为新股，拟发行股份数量为 1,541 万股，占发行后总股本的 25.00%，本次发行后公司总股本为 6,164 万股。初始战略配售数量为 231.15 万股，占本次发行总数量的 15.00% 网下初始发行数量为 916.90 万股，占扣除初始战略配售数量后发行数量的 70.00%；网上初始发行数量为 392.95 万股，占扣除初始战略配售数量后发行数量的 30.00%。本次发行的初步询价时间为 2021 年 6 月 30 日（T-3 日）的 9:30-15:00。

6 月 23 日

#### 莱克电气：关于签署股权收购意向函的提示性公告

公司已与帕拉根和盖尔玛签署《收购报价意向函》（以下简称“意向函”），公司拟以现金支付方式收购收购上海帕捷 100% 的股权。标的公司 100% 股权第一阶段估值暂定为人民币 124,307.30 万元以及或有潜在最高支付金额人民币 22,052.60 万元，最终估值以审计和评估结果为估值参考基础。

本次已签署的意向函已经公司第五届董事会第十一次会议审议通过，待审计和评估工作完成后，公司将根据相关法律法规等的要求履行相应的审议程序。

本次拟收购标的公司 100% 的股权不构成关联交易，也不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组。

#### ➤ 行业新闻：

6 月 25 日，**海尔智家** 2020 年度股东大会通过了 **A 股、H 股核心员工共 7.98 亿元的持股计划**（2021 年-2025 年），希望完善公司治理机制通过员工与公司利益的捆绑，促进海尔智家利润水平的进一步提升。海尔智家总裁李华刚表示，**卡萨帝今年重点发力智慧家庭场景化的解决方案**，涵盖全屋智能、全屋空气、全屋用水、全屋采暖、全屋安防等。海尔智家表示，员工持股计划也旨在推进公司物联网战略全面实施。（来源：第一财经，<https://www.yicai.com/news/101093042.html>）

6 月 20 日，**格力电器** 对外发布公告，披露了公司**第一期员工持股计划（草案）相关情况**。公告显示，此番员工持股计划的总人数最高或达到 1.2 万人，持股计划的资金规模不超过 30 亿元，股票来源为公司回购专用账户中已回购的股份，股票规模为不超过 1.08 亿股，占公司当前总股本的 1.80%。价格方面，格力员工们可以“半价”“买股票，回购股份的价格为 27.68 元/股。此次员工持股计划持有人范围较广，既包括公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员，还包括公司及控股子公司经董事会认定对公司整体业绩和中长期发展具有重要作用的中层干部和核心员工，覆盖人数最高会达到 1.2 万人，最终人数和名单将根据实际缴款情况确定。2020 年年报显示，当前格力员工人数约为 8.4 万人，此次持股计划人数占比最高达 14.3%。值得一提的是，格力电器董事长兼总裁董明珠也参与该员工持股计划，其拟认购股数上限为 3000 万股，拟出资金额上限约为 8.30 亿元，占本次员工持股计划的 27.68%。（来源：亿欧网，<https://www.ebrun.com/20210622/439286.shtml>）

## 7. 投资建议与个股推荐

今年以来，家电标的的股价走势较大程度上受到上半年以来各子行业景气度的影响。白电行业景气度由于原材料价格大幅度上行，在成本端和终端需求均受到一定抑制；厨电方面，集成灶行业由于渗透率较低，增速领先；小家电中，低渗透率、偏刚需的清洁电器在产品升级的带动下放量明显。展望后市我们认为，一方面紧抓高景气度细分赛道，建议关注科沃斯、石头科技等；另一方面，传统家电赛道股价回调已较为充分，未来成本压力与需求可能转好，建议关注格力电器、海尔智家、美的集团。



## 风险提示

疫情扩大，房地产市场、汇率、原材料价格波动风险，新品销售不及预期。

## 分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

## 一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属天风证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“天风证券”）。未经天风证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为天风证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，天风证券不因收件人收到本报告而视其为天风证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但天风证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户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、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，天风证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

## 特别声明

在法律许可的情况下，天风证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到天风证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

## 投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益 20%以上
		增持	预期股价相对收益 10%-20%
		持有	预期股价相对收益 -10%-10%
		卖出	预期股价相对收益 -10%以下
行业投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅 5%以上
		中性	预期行业指数涨幅 -5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅 -5%以下

## 天风证券研究

北京	武汉	上海	深圳
北京市西城区佟麟阁路 36 号	湖北武汉市武昌区中南路 99	上海市浦东新区兰花路 333	深圳市福田区益田路 5033 号
邮编：100031	号保利广场 A 座 37 楼	号 333 世纪大厦 20 楼	平安金融中心 71 楼
邮箱：research@tfzq.com	邮编：430071	邮编：201204	邮编：518000
	电话：(8627)-87618889	电话：(8621)-68815388	电话：(86755)-23915663
	传真：(8627)-87618863	传真：(8621)-68812910	传真：(86755)-82571995
	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com