

# 家用电器

## 如何看待黑电现状及未来发展 ——2021W28 周观点

### 本周观点：如何看待黑电现状及未来发展？

**产销状况** ① **产销回落**：根据产业在线数据显示，2021 年电视产销回落明显。2021 年 1-5 月电视产量为 4980 万台，同比 2020 年下降 5.19%，同比 2019 年下降 13.08%。同期电视销量为 4934.1 万台，同比 2020 年下降 4.76%，同比 2019 年下降 13.06%。② **量跌额涨**：根据奥维云网数据显示，2020 年 9 月至 2021 年 5 月，电视零售量累计同比下降 5.7%，零售额累计同比增长 23.03%。由于原材料上涨，面板价格提升，疫情影响等因素，导致黑电价格持续走高，过高的价格遏制了部分需求。预计未来下半年原材料供给缺口缓解，面板产能提升等因素，将带动供需关系回归正常区间。

**市场形势** ① **保有量暂时承压**：根据国家统计局的数据，2012 年后，由于智能手机等新型电子设备的出现和互联网视频的普及，传统彩电行业收到冲击，彩电保有量在 120 台上下波动。② **短期趋势**：视听设备消费者一直在向着更大的屏幕转移购买重心。大屏幕作为需求方向，包含了大尺寸液晶电视，OLED、激光电视和数字微投等。未来面向大屏的更新换代方向将会在短期继续存在，大屏高端市场将代替低价走量市场成为各厂商争夺的新高地。③ **长期趋势**：在大屏视听设备的长期渗透后，在高清，内容源丰富的驱动下，叠加未来作为全屋智能影音中枢和智能中枢，大屏视听设备与移动电子设备将重新划分赛道，未来有望重回增量市场。

**行业格局** ① **集中度低，市场份额稳定**：2021 年 1-5 月线上电视销售，前四大品牌共占据市场份额的 56%；线下前三大品牌共占据市场份额的 60%（销售量）和 58%（销售额）。龙头品牌市场占有率相近，其他品牌众多且市占率分散，各厂商份额保持稳定。② **液晶电视市占率收窄，新技术产品逆势上行**：根据中怡康数据，OLED 电视 2021 年上半年线下销量月平均增速 37.0%，线上销量月平均增速 138.6%；激光电视 2021 年上半年线下销量月平均增速 39.0%，线上销量月平均增速 65.3%。③ **技术革新成为企业破局关键**：在技术端，OLED、Mini/Micro LED 以及激光电视等新技术和新概念的普及，冲击着传统 LCD 市场，在大屏化、高端化的需求刺激下，技术革新将为行业带来新的增长空间。在企业端，各大厂积极布局 Mini/Micro LED 市场；激光电视领域，海信视像凭借其 RGB 三原色技术成为行业龙头；OLED 领域，索尼和创维两强争霸，预计竞争格局将持续。

**本周家电板块走势**：本周沪深 300 指数-0.23%，创业板指数+2.26%，中小板指数+1.49%，家电板块-1.57%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为-2.56%、-3.64%、-3.1%。个股中，本周涨幅前五名是珈伟新能、\*ST 康盛、东方电热、天银机电、天际股份；本周跌幅前五名是莱克电气、开能健康、石头科技、爱仕达、海信视像。

**原材料价格走势**：2021 年 7 月 10 日，SHFE 铜、铝现货结算价分别为 68770 和 18900 元/吨；SHFE 铜相较于上周+0.95%，铝相较于上周+0.05%。2021 年以来铜价+18.45%，铝价+21.04%。2021 年 7 月 10 日，中塑价格指数为 1043.09，相较于上周+0.14%，2021 年以来+8.11%。2021 年 6 月 25 日，钢材综合价格指数为 143.47，相较于上上周价格-2.33%，2021 年以来+14.86%。

**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。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 07 月 12 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:成本快速上行下的景气度分化——Q2 家电行业前瞻报告》 2021-07-08
- 2 《家用电器-行业研究周报:如何看待 6 月大、小家电消费趋势? ——2021W27 周观点》 2021-07-05
- 3 《家用电器-行业专题研究:618 小家电全景追踪系列三:自清洁+拖地产品成为最大赢家,按摩器材显著放量》 2021-06-28

## 1. 本周观点：如何看待黑电现状及未来发展

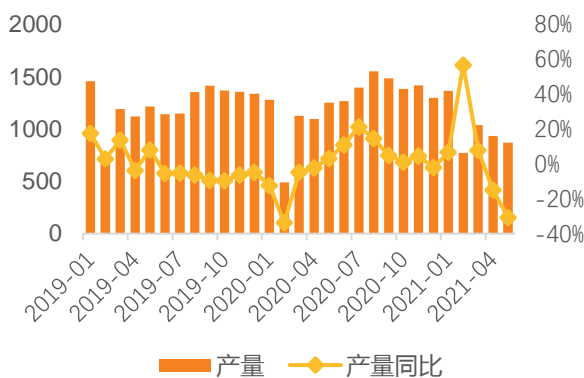
本篇报告从产销状况，市场形势以及行业格局三个方面交叉分析黑电产业现状，通过历史数据和当前趋势预测未来黑电产业发展方向。

### 1.1. 产销状况

#### 1.1.1. 产销回落，市场规模收紧

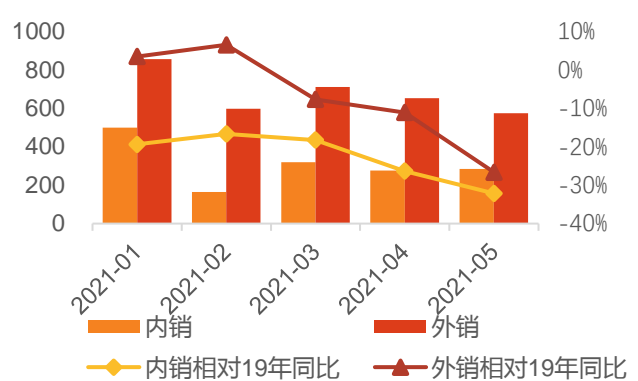
根据产业在线数据显示，2021年电视产销回落明显。2021年1-5月电视产量为4980万台，同比2020年下降5.19%，同比2019年下降13.08%。同期电视销量为4934.1万台，同比2020年下降4.76%，同比2019年下降13.06%。其中内销为1545万台，同比19年下降22.87%；外销为3390万台，同比19年下降7.72%。

图 1：2019 年 1 月-2021 年 5 月电视产量（万台）及同比（%）



资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 2：2019 年 1 月-2021 年 5 月电视内外销量（万台）及同比（%）

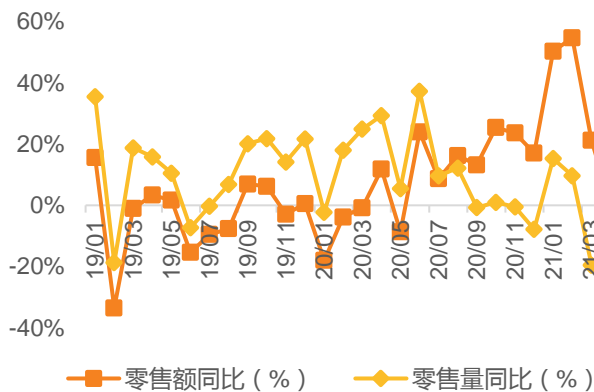


资料来源：产业在线，天风证券研究所

#### 1.1.2. 量跌额涨，零售额表现亮眼

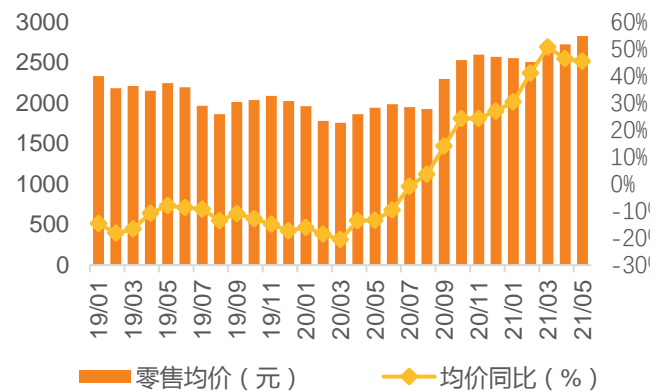
2020年9月之前，电视零售量与零售额增长率差距相对微小，边际变化相似，2020年9月，由于电视均价开始上升，量额差距逐渐扩大。根据奥维云网数据显示，2020年9月至2021年5月，电视零售量累计同比下降5.7%，零售额累计同比增长23.03%，零售额增长表现亮眼。

图 3：19 M1-21 M5 零售额同比与零售量同比（%）



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 4：19 M1-21 M5 零售均价（元）及均价同比（%）



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

2020年4月-9月，电视各原材料价格依次进入上行通道，原材料价格上升导致电视面板成本以及其他零部件成本大幅增加，叠加因为疫情原因导致的海运成本上升，线下渠道销售受阻等因素，使电视厂商为缓解资金压力大幅提高售价。尽管电视销量处于下降趋势，但因原材料价格上升和产品技术创新导致的产品均价大幅上涨，以及对大屏高端产品的消费趋势，均价增长程度远超销售量下降程度，故销售额实现明显正增长。

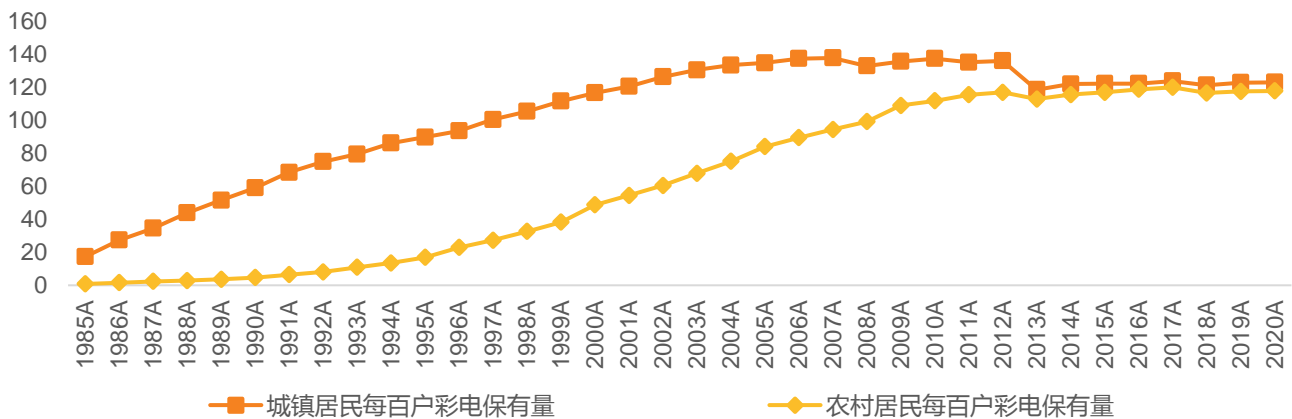
进入第二季度以来，IC、玻璃基板、偏光片等上游原材料的短缺趋势有所缓解，上游供给短缺问题有望在今年下半年得到解决。但从需求端看，随着疫苗接种率的不断提高，居民在电子领域的消费模式将逐渐从疫情期间的居家娱乐模式转换为户外娱乐模式，特别是旅游和其他疫情期间不能进行的户外活动。消费习惯的改变将对2021年下半年黑电市场的需求产生负面影响。

## 1.2. 市场形势

### 1.2.1. 受智能产品冲击，保有量暂时承压

自1985年彩电开始进入中国消费市场，随着经济发展和消费水平提高，彩电渗透率逐年升高。2012年，彩电在中国消费市场保有量暂时达到峰值，每百户城镇居民保有量达到136.07台；每百户农村居民保有量达到116.90台。2012年后，由于智能手机等新型电子设备的出现和互联网视频的普及，传统彩电行业受到冲击，彩电保有量在120台上下波动。

图5：1985年-2020年 城镇及农村居民每百户彩电保有量（台）

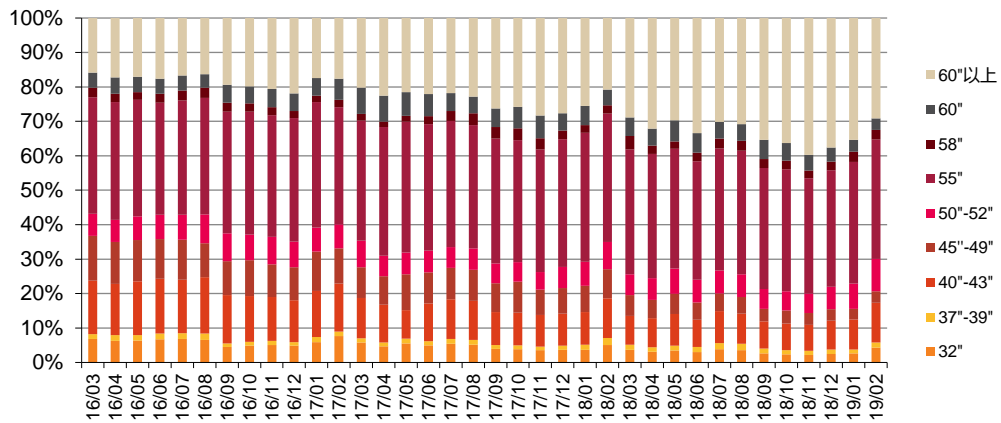


资料来源：国家统计局，天风证券研究所

### 1.2.2. 短期：更新换代，大屏需求旺盛

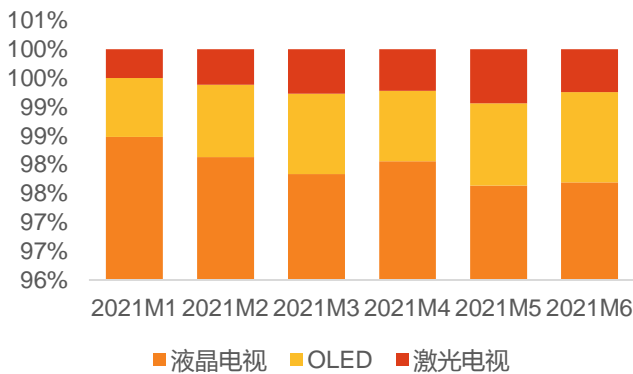
短期来看，视听设备消费者持续向着更大的屏幕转移购买重心。大屏幕作为需求方向，包含了大尺寸液晶电视，OLED、激光电视和数字微投等。根据中怡康数据显示，2017年-2019年60寸以上电视市场份额持续升高，主流大屏产品尺寸不断突破向超大屏发展。2020年12月-2021年5月，75寸及以上的超大屏电视市场份额持续增加，尤其线下渠道发展迅速，2021年5月线下渠道75寸及以上超大屏电视市场份额达到13.3%。除此之外，大屏激光电视和数字微投市场占有率也在稳步提升。面向大屏的更新换代方向将会在短期继续存在，大屏高端市场将代替低价走量市场成为各视听设备厂商抢夺的新高地。

图 6：16 M5-19 M1 电视尺寸零售额市场占比 (%)



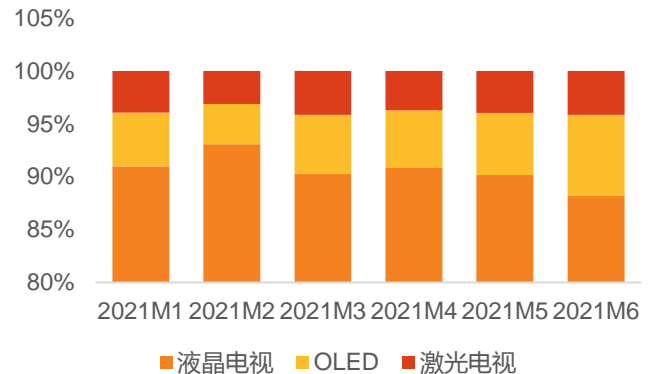
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 7：21 M1- M6 各电视品类线上市场占有率 (%)



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 8：21 M1- M6 各电视品类线下市场占有率 (%)



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

### 1.2.3. 长期：突破桎梏，重回增量市场

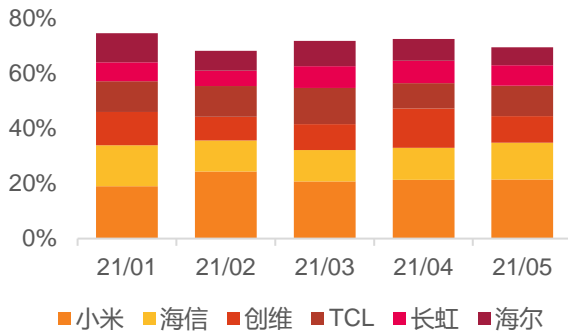
长期来看，消费者完成更新换代后，以大屏显示为核心的视听设备有望重回增量市场。对于小屏低清晰度电视，手机，平板电脑等移动电子设备的出现以更便利，更清晰和更多的内容代替部分电视功能，消费者对电视黏性降低，电视和电子产品之间的分界线逐渐模糊，消费者的视听需求被替代是电视保有量稳定的长期原因。在大屏视听设备的长期渗透后，在高清，内容源丰富的驱动下，叠加未来作为全屋智能影音中枢和智能中枢，大屏视听设备与移动电子设备将重新划分赛道，未来有望重回增量市场。

## 1.3. 行业格局

### 1.3.1. 行业集中度低，市场份额稳定

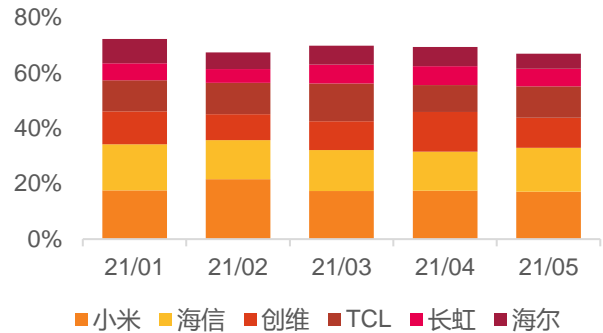
2021 年 1-5 月线上电视销量和销额前四分别为小米，海信，TCL 和创维，前四大品牌共占据市场份额的 56% (销售量/销售额)；线下销量和销额前三分别为海信，TCL，和创维，前三大品牌共占市场份额的 60% (销售量) 和 58% (销售额)。龙头品牌市场占有率相近，其他品牌众多且市占率分散，行业集中度较低。市场份额波动频率及波动幅度表现正常，各厂商份额保持稳定。

图 9：21M1-M5 彩电线上零售量市场份额 (%)



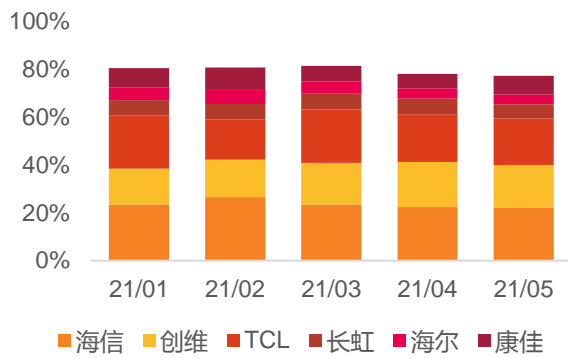
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 10：21M1-M5 彩电线上零售额市场份额 (%)



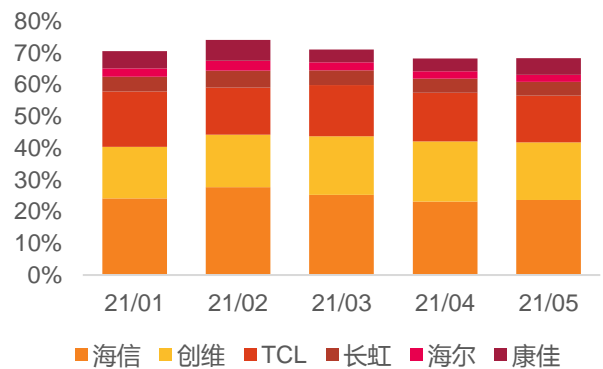
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 11：21M1-M5 彩电线下零售量市场份额 (%)



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 12：21M1-M5 彩电线上零售额市场份额 (%)

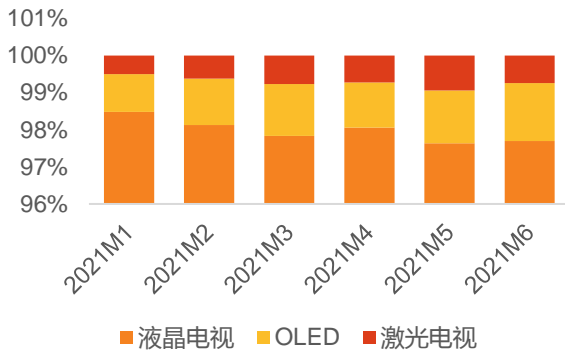


资料来源：奥维云网，天风证券研究所

### 1.3.2. 液晶电视市占率收窄，新技术产品逆势上行

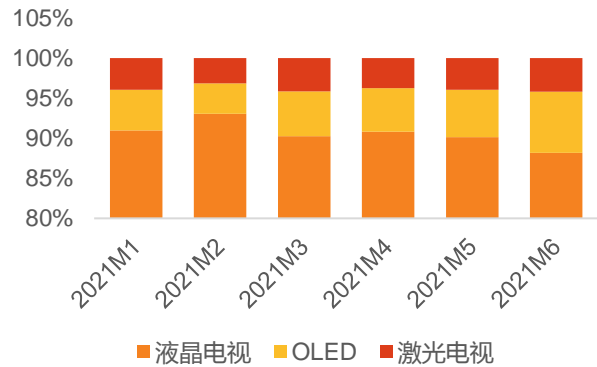
从 2021 上半年销量规模同比来看，受益于后疫情时代大屏高端趋势凸显，OLED、激光电视等黑电新兴品类增速和市场份额占比逆势上行。小尺寸液晶电视由于市场需求逐渐降低，已经缺乏上涨动力。大尺寸液晶电视虽然市场需求强烈，但经过持续涨价，叠加趋同化的产品市场，商品性价比已超过消费者心理预期。与此同时，由于 OLED、激光电视等新技术更能满足消费者对于大屏化、高端化、差异化的需求，2021 年上半年销量增速强劲。根据中怡康数据显示，在液晶电视线上与线下销量出现负增长的情况下，OLED 电视 2021 年上半年线下销量月平均增速 37.0%，线上销量月平均增速 138.6%；激光电视 2021 年上半年线下销量月平均增速 39.0%，线上销量月平均增速 65.3%。

图 13: 21 M1-M6 各电视品类线上市场份额 (%)



资料来源: 中怡康, 天风证券研究所

图 14: 21 M1-M6 各电视品类线下市场份额 (%)



资料来源: 中怡康, 天风证券研究所

表 1: 21 M1-M6 彩电各品类销量增速

线下	2021M1	2021M2	2021M3	2021M4	2021M5	2021M6	年累计
液晶电视	-7.8%	47.1%	22.3%	-20.7%	-27.8%	-28.5%	-9.8%
OLED	52.3%	291.1%	138.6%	10.1%	19.0%	-0.8%	37.0%
激光电视	84.7%	279.3%	70.2%	5.1%	9.1%	9.7%	39.0%

线上	2021M1	2021M2	2021M3	2021M4	2021M5	2021M6	年累计
液晶电视	-0.4%	5.2%	-26.4%	-37.4%	-34.8%	-26.7%	-19.8%
OLED	228.0%	210.0%	193.0%	114.6%	97.8%	96.5%	138.6%
激光电视	169.8%	127.8%	84.1%	31.4%	-7.4%	79.9%	65.3%

资料来源: 中怡康, 天风证券研究所

### 1.3.3. 走出行业寒冬, 新技术成破局关键

**技术端:** 在厂商将目光投向大屏高端产品的背景下, 硬件技术的推进成为未来黑电行业发展关键。当前 OLED, Mini/Micro LED 成为传统电视厂商发展的重心。与传统 LCD 液晶显示相比, OLED 和 Mini/Micro LED 在亮度, 对比度, 能耗, 色彩解析度等方面都具有明显的性能优势。OLED 方面, 烧屏, 寿命短等缺点对于使用年限 10 年以上的电视面板非常致命; Micro LED 方面, 高速和高良率巨量转移、键合及颜色均匀性问题也是急需解决的难题。**当前作为向 Micro LED 过度, 并且支持 8K 对比度的 Mini LED 产品便成为各厂商推进的重点。**截止 2021 年 6 月, 共有七家厂商推出能适应 8K 分辨率的 Mini LED 电视。

图 15: 各显示技术性能对比

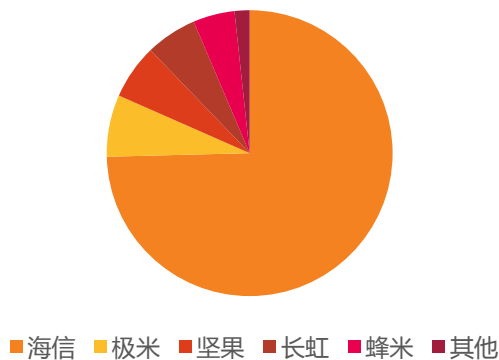
表现	LCD	OLED	Micro-LED	Mini-LED RGB	Mini-LED +LCD
亮度 (cd·m <sup>-2</sup> )	500	1000	10 <sup>7</sup>	3000	1000
发光效率	低	中	高	高	低
能耗	中	中	低	低	中
对比度	中 (~1000: 1)	非常高 (>10000: 1)	非常高 (>10M: 1)	非常高 (>10M: 1)	高 (>5000: 1)
响应时间	ms	us	ns	ns	ms
工作温度/°C	0~60	-20~70	-50~120	-50~120	0~60
图像残留	低	高	无	无	低
寿命	中	低	高	高	中
透明性	低	中	高	低	低
折叠性	很差	好	好	中	很差
成本	低	中	高	高	低
适应尺寸	小中大	小中	无限制	大、超大	小中大
到达解析度	8K	4K	8K	8K	8K
到达PPI	≥300	≥300	≥1000	≥40	≥300

资料来源: Mini-LED 显示与 Micro LED 显示浅析\_林伟瀚, 天风证券研究所

除 OLED 和 Mini/Micro LED 以外，激光投影产品区别于传统电视，也将成为大屏高端市场的主要竞争者。与传统的平板电视不同，激光电视由一台反射式投射的超短焦投影主机和一块 80-120 英寸的大尺寸抗光幕构成，属于前置投影性质的大屏显示系统。相比于液晶电视，激光电视，尤其是 RGB 三色激光电视在色彩对比度，大屏显示，色域覆盖上有碾压级别的领先，除此之外还具有护眼和低功耗等优势。当前激光电视价格在不断下探，根据奥维云网数据，2021 年 6 月激光电视线上均价同比下降 12.2%，线下均价同比下降 7%。在其他新技术产品价格高企的背景下，我们预期激光电视品类将会以低价高质的优势率先站稳大屏市场。

**企业端：各大厂商积极布局 Mini LED、OLED、激光电视等新技术方向。激光电视方面，海信视像独占龙头。**海信视像凭借其领先的 RGB 三色投影技术和市场先发优势，以绝对的市占率坐稳激光电视领域龙头。海信激光电视 2021 年上半年线上渠道平均市场占有率 74.6%，线下渠道平均市场占有率 97.3%。海信在 2020 欧洲杯投放大量广告宣传激光电视，叠加其产品价格不断下调的趋势，预期海信激光电视未来市场占有率将继续保持龙头地位。**OLED 方面，创维索尼两强争霸。**创维由于其本地化程度更高，线下渠道更占优势，市占比 52.9%；索尼凭借其品牌效应和线上布局，线上渠道更占优势，市占比 38.1%。当前 OLED 竞争环境复杂，叠加 OLED 价格走高趋势，暂无厂商具备压倒性优势，预期当前 OLED 市场竞争格局将继续维持。

图 16：2021 年 M1-M6 激光电视厂商线上市场占有率 (%)



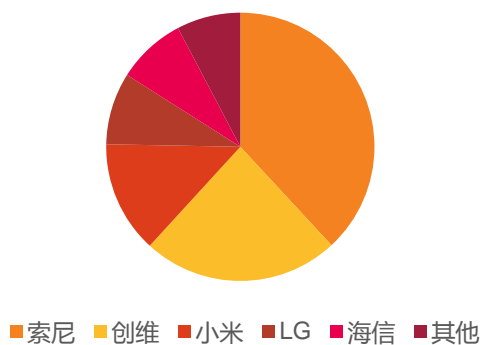
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 17：2021 年 M1-M6 激光电视厂商线下市场占有率 (%)



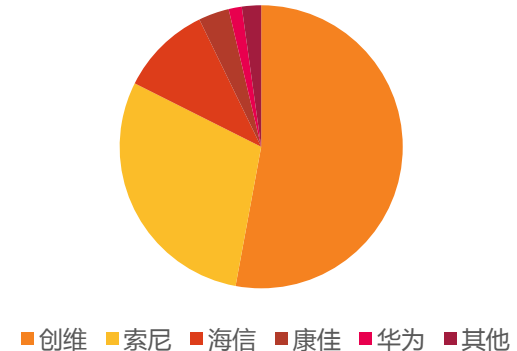
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 18：2021 年 M1-M6 OLED 厂商线上市场占有率 (%)



资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 19：2021 年 M1-M6 OLED 厂商线下市场占有率 (%)

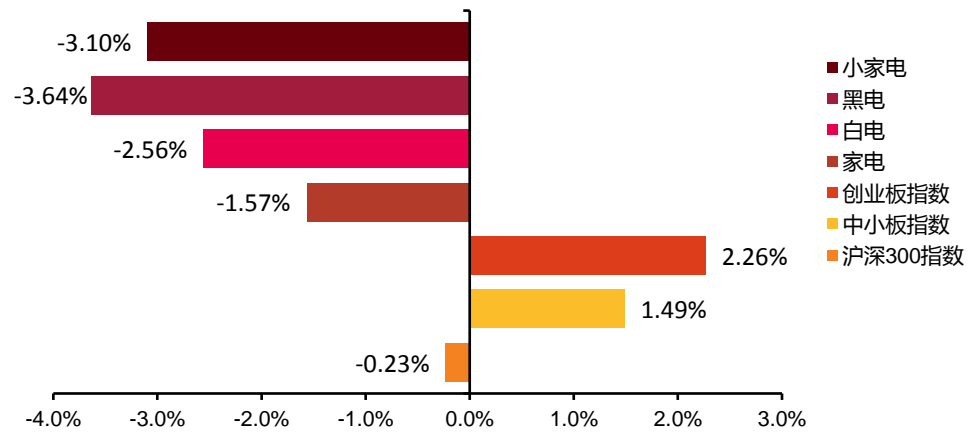


资料来源：中怡康，天风证券研究所

## 2. 本周家电板块走势

本周沪深 300 指数-0.23%，创业板指数+2.26%，中小板指数+1.49%，家电板块-1.57%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为-2.56%、-3.64%、-3.10%。个股中，本周涨幅前五名是珈伟新能、\*ST 康盛、东方电热、天银机电、天际股份；本周跌幅前五名是莱克电气、开能健康、石头科技、爱仕达、海信视像。

图 20：本周家电板块走势



资料来源：Wind，天风证券研究所

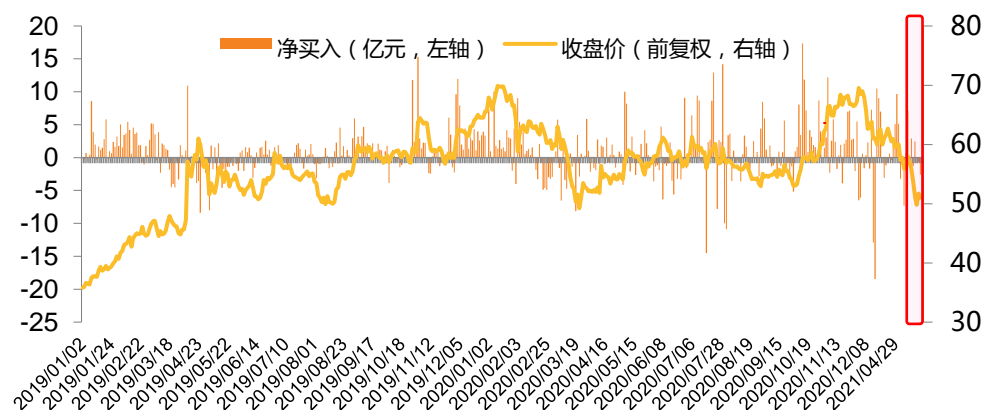
表 2：家电板块本周市场表现

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	300317.SZ	珈伟新能	23.99%	38.01%	1	603355.SH	莱克电气	-17.21%	3.70%
2	002418.SZ	*ST 康盛	22.62%	56.97%	2	300272.SZ	开能健康	-12.41%	28.31%
3	300217.SZ	东方电热	22.01%	51.29%	3	688169.SH	石头科技	-8.15%	8.54%
4	300342.SZ	天银机电	18.20%	43.49%	4	002403.SZ	爱仕达	-8.11%	10.51%
5	002759.SZ	天际股份	16.61%	37.43%	5	600060.SH	海信视像	-7.90%	10.67%

资料来源：Wind，天风证券研究所

## 3. 本周资金流向

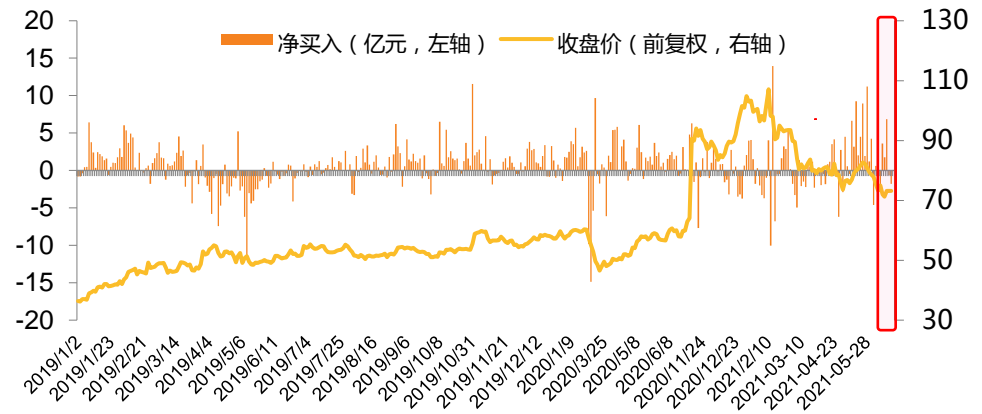
图 21：格力电器北上净买入



资料来源：wind，天风证券研究所

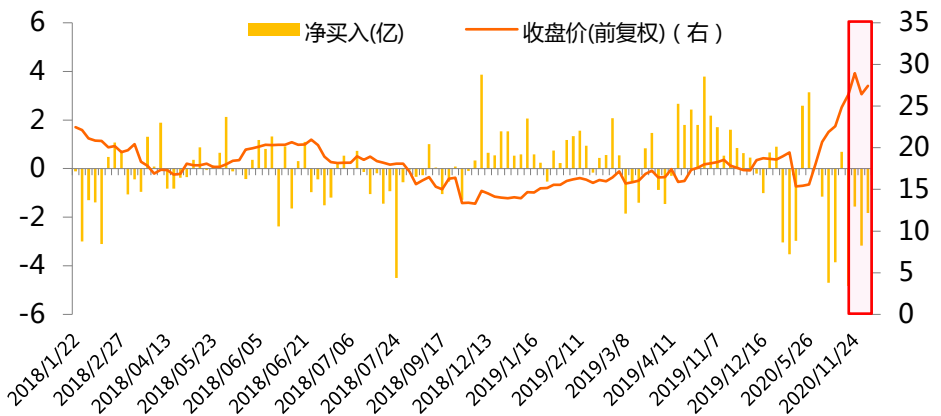


图 22: 美的集团北上净买入



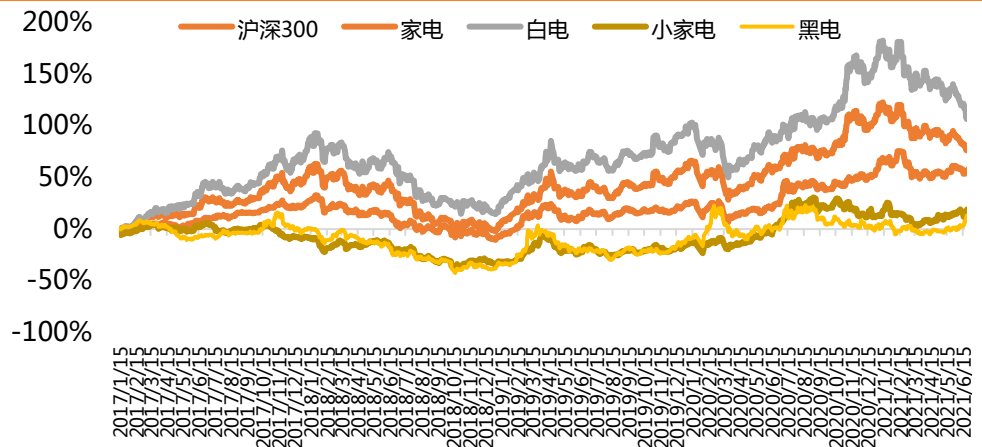
资料来源: wind, 天风证券研究所

图 23: 海尔智家北上净买入



资料来源: wind, 天风证券研究所

图 24: 2017 年以来家电板块走势

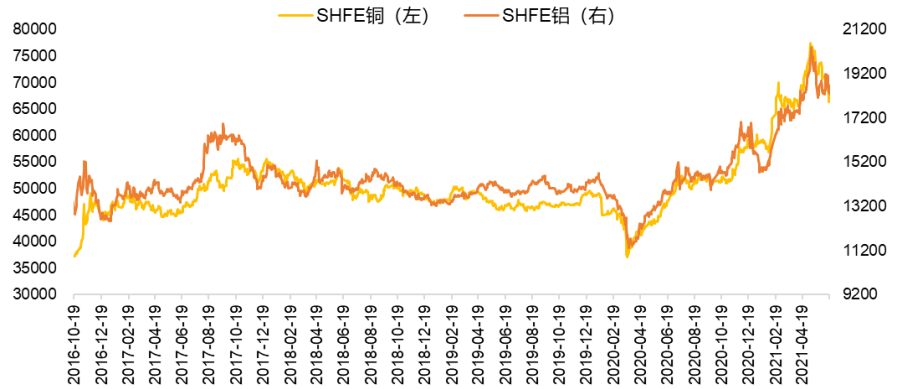


资料来源: Wind, 天风证券研究所

## 4. 原材料价格走势

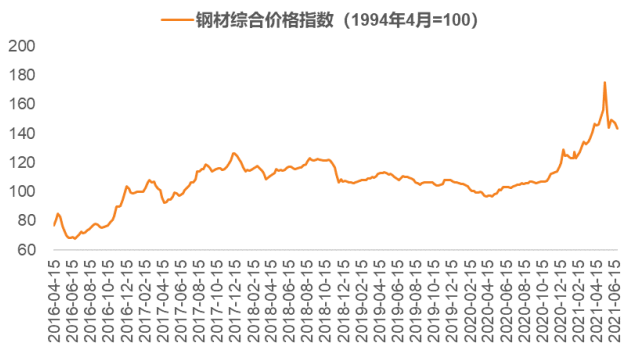
2021年7月10日，SHFE铜、铝现货结算价分别为68770和18900元/吨；SHFE铜相较于上周+0.95%，铝相较于上周+0.05%。2021年以来铜价+18.45%，铝价+21.04%。2021年7月10日，中塑价格指数为1043.09，相较于上周+0.14%，2021年以来+8.11%。2021年6月25日，钢材综合价格指数为143.47，相较于上上周价格-2.33%，2021年以来+14.86%。

图 25：铜、铝价格走势（元/吨）



资料来源：Wind，天风证券研究所

图 26：钢材价格走势（单位：1994年4月=100）



资料来源：中国钢铁联合网，天风证券研究所

图 27：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

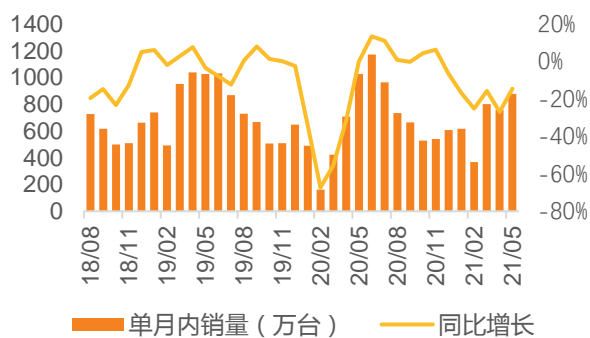
## 5. 行业数据

### ➤ 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%）。

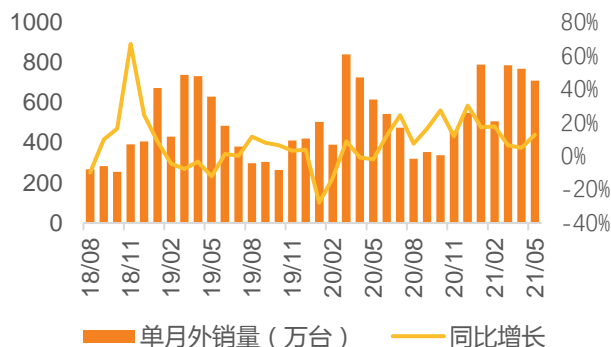
**外销：**21年5月空调外销持续向好，较19年同期增长12.81%；21年4月，冰箱、油烟机较19年同期实现双位数增长，分别+26.54%/+18.92%；洗衣机较19年同期为7.37%。21年1-5月空调较19年同比增长15.46%；21年1-4月，冰、洗、油烟机较19年同期修复明显，分别+41.37%/+11.50%/38.31%。

图 28：出货端空调内销月零售量、同比增速



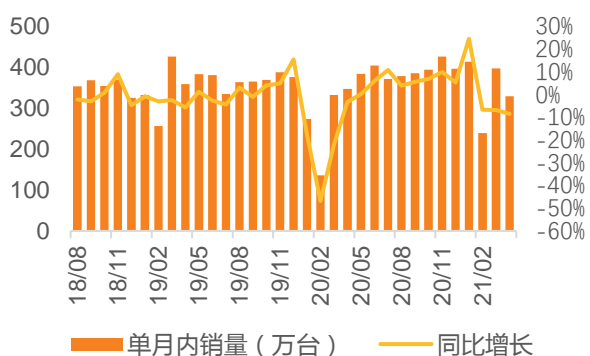
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 29：出货端空调外销月零售量、同比增速



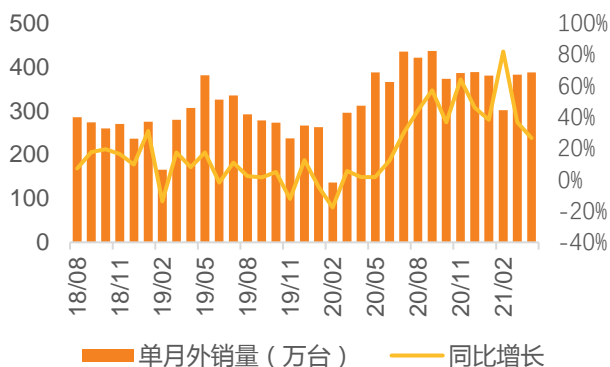
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 30：出货端冰箱内销月零售量、同比增速



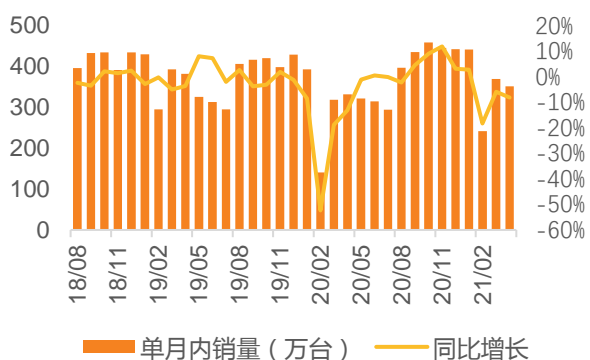
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 31：出货端冰箱外销月零售量、同比增速



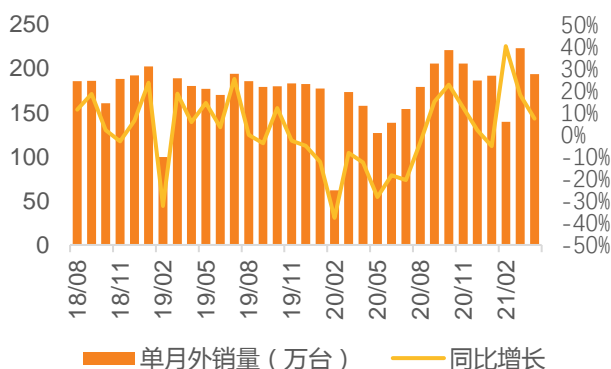
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 32：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



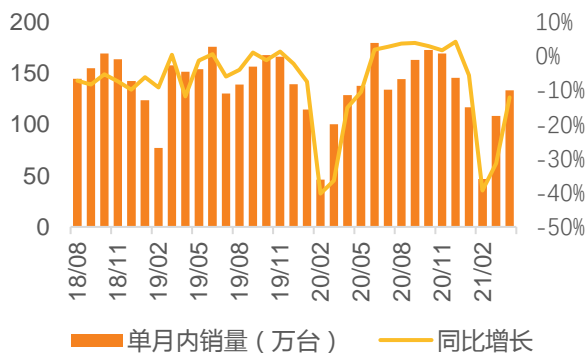
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 33：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



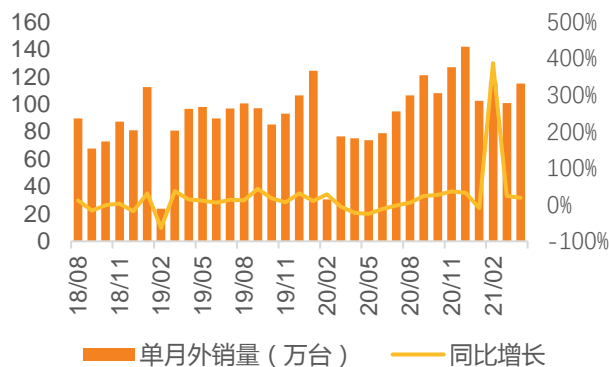
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 34：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 35：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

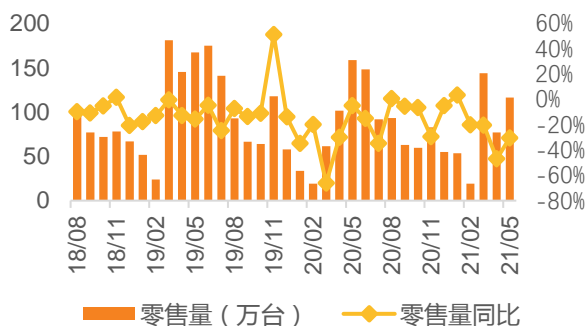
## 零售端

### 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%；

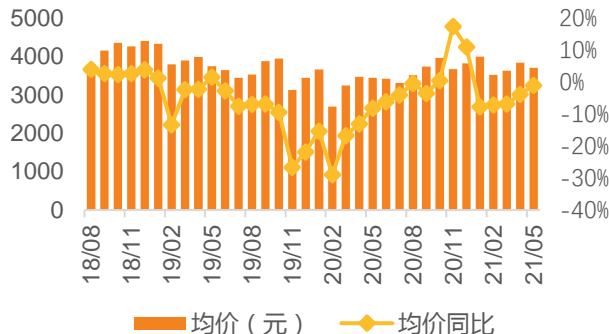
**均价：**冰、洗 21 年 5 月均价较 19 年同期实现双位数增长，分别 +24.64%/+18.94%，21 年 1-5 月分别 +21.43%/+21.2%；油烟机 4 月均价较 19 年同期 +9.17%，21 年 1-4 月为 9.82%；空调均价基本修复至 19 年同期水平，21 年 5 月增速为 -1.04%，21 年 1-5 月增速为 -5.40%。

图 36：中怡康空调月零售量、同比增速



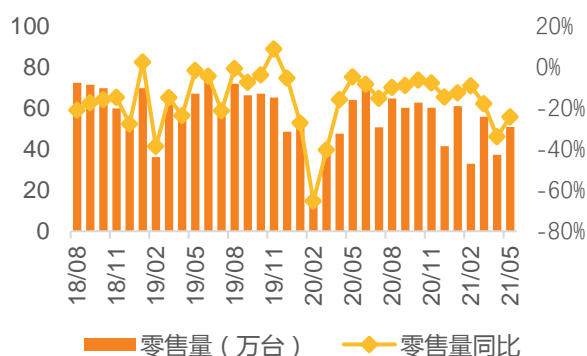
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 37：中怡康空调月均价、同比增速



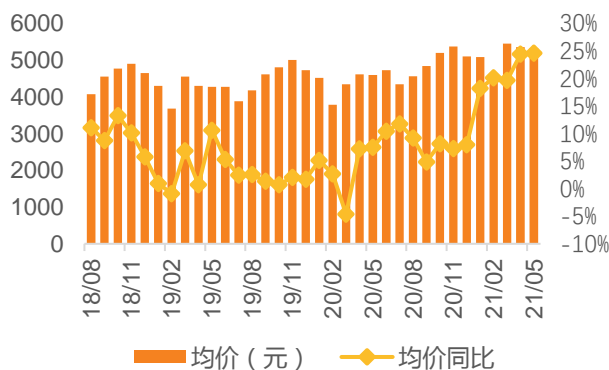
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 38：中怡康冰箱月零售量、同比增速



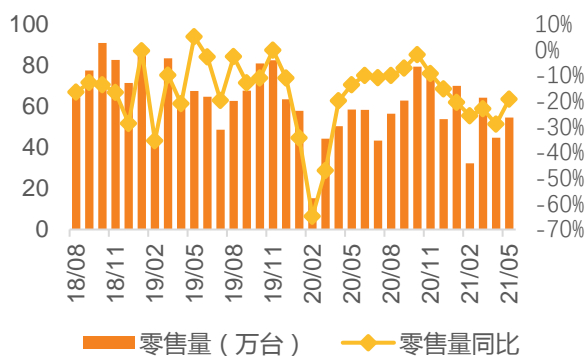
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 39：中怡康冰箱月均价、同比增速



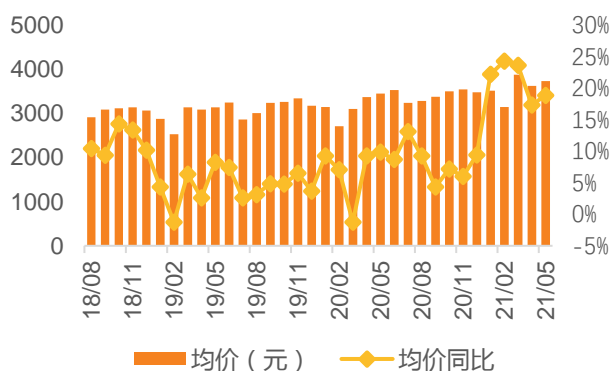
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 40：中怡康洗衣机月零售量、同比增速



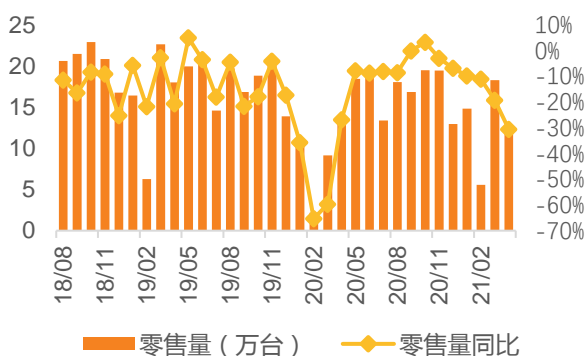
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 41：中怡康洗衣机月均价、同比增速



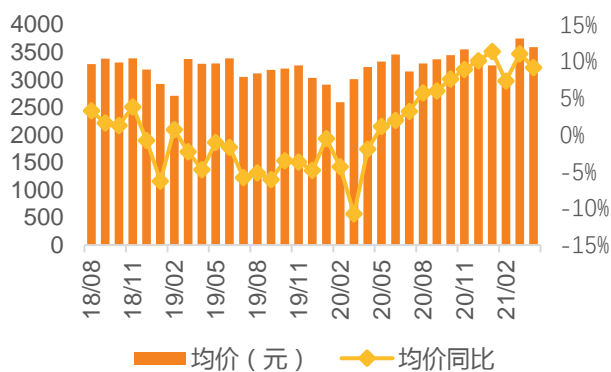
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 42：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 43：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

W27，线上空调，冰箱，洗衣机等白电销量同比上升，线下数据表现亮眼，除净化器，电饭煲，破壁机以外，各家电品类销量都有不同程度上升。

**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 9：奥维周度数据

品类	奥维云网 (线上周度)					
	累计增速		零售额同比增速 (%)			
	21W27 (2021/01/01-2021/07/04)	21W27 (2021/06/27-2021/07/04)	21W26 (2021/06/21-2021/06/27)	21W25 (2021/06/14-2021/06/20)	21W24 (2021/06/7-2021/06/13)	周度增速
空调	13.5%	42.3%	34.3%	-3.0%	61.5%	
冰箱	35.8%	9.0%	-19.8%	11.8%	29.3%	
洗衣机	37.0%	18.5%	-5.7%	7.6%	16.6%	
冷柜	39.9%	4.9%	-4.2%	0.3%	7.9%	
油烟机	26.8%	-8.4%	-7.2%	12.2%	37.2%	
燃气灶	18.9%	-1.0%	-19.3%	11.4%	25.8%	
洗碗机	11.8%	-1.3%	-6.2%	22.8%	29.0%	
电热水器	33.9%	0.4%	16.0%	59.7%	48.0%	
净水器	17.0%	-0.2%	-3.7%	18.3%	-18.7%	
净化器	10.3%	25.4%	24.0%	14.3%	42.7%	
扫地机	36.6%	-3.6%	-35.8%	37.0%	23.1%	
电饭煲	7.2%	1.7%	14.8%	5.6%	8.3%	
破壁机	-14.1%	-2.1%	-45.2%	-17.2%	-35.4%	
彩电	26.0%	-1.1%	-10.7%	28.6%	18.2%	

品类	奥维云网 (线下周度)					
	累计增速		零售额同比增速 (%)			
	21W27 (2021/01/01-2021/07/04)	21W27 (2021/06/27-2021/07/04)	21W26 (2021/06/21-2021/06/27)	21W25 (2021/06/14-2021/06/20)	21W24 (2021/06/7-2021/06/13)	周度增速
空调	6.9%	42.4%	-29.0%	18.5%	2.2%	
冰箱	9.5%	28.1%	-57.2%	0.9%	15.9%	
洗衣机	10.5%	23.8%	-55.9%	-0.5%	13.2%	
冷柜	12.7%	2.2%	-31.0%	-5.3%	-9.2%	
油烟机	16.7%	43.3%	-38.2%	-4.2%	7.7%	
燃气灶	11.4%	38.2%	-37.6%	-6.3%	2.9%	
洗碗机	33.7%	54.6%	-37.8%	18.4%	5.7%	
电热水器	0.8%	3.9%	-41.7%	-19.0%	6.3%	
净水器	9.3%	14.1%	-32.0%	-13.1%	5.2%	
净化器	-1.2%	-11.2%	-28.3%	-21.7%	-1.8%	
扫地机	22.1%	12.9%	-20.9%	-7.5%	25.2%	
电饭煲	-1.5%	-15.2%	-31.3%	-19.8%	-15.8%	
破壁机	-7.7%	-35.0%	-50.3%	-45.0%	-43.0%	
彩电	9.5%	44.7%	-37.3%	-2.5%	11.6%	

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

7月5日

#### 公牛集团：关于 2020 年限制性股票激励计划第一个解除限售期解除限售暨上市的公告

2020 年限制性股票激励计划、第一个解除限售期实际可申请解除限售并上市流通的限制性股票数量为 21.552 万股，占目前公司总股本的比例为 0.04%；此次解除限售的限制性股票上市流通日为 2021 年 7 月 9 日。

#### 美的集团：关于回购部分社会公众股份的报告书

美的集团股份有限公司（以下简称“公司”或“美的集团”）于 2021 年 6 月 5 日公告公司第六期股权激励计划第一个行权期行权条件已经成就，经深圳证券交易所及中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核，公司第六期股权激励计划确定并通过考核的 965 名激励对象可以在第一个行权期内行使其获得行权资格的共 870.825 万份股票期权。第六期股权激励计划第一个行权期正式开始行权时间为：2021 年 7 月 6 日。本次自主行权股票期权的期权代码：037078；期权简称：美的 JLC7。

7月6日

#### 石头科技：2020 年年度权益分派实施公告

公司拟每 10 股派发现金红利 20.55 元，股权登记日为 2021 年 7 月 12 日，除权(息)日为 2021 年 7 月 13 日，现金红利发放日为 2021 年 7 月 13 日。

#### 九阳股份：2020 年年度权益分派实施公告

本公司 2020 年年度权益分派方案为：以公司现有总股本 767,033,000 股为基数，向全体股东每 10 股派 10.0 元人民币现金（含税）。本次权益分派股权登记日为：2021 年 7 月 12 日，除权除息日为：2021 年 7 月 13 日。

7月7日

**创维数字：2021年半年度业绩预告**

业绩预告：上半年预计净利润约 2.68 亿元~3.1 亿元，同比增长 50.01%~73.52%。业绩变动原因：1,2021 年半年度净利润比上年同期有较大幅度增长,基于本报告期融合终端,宽带连接及专业显示的销售数量,规模比上年同期增长,且出售子公司深圳市创维群欣安防科技股份有限公司 55%股份取得投资收益及公司获得政府补助所致.2,报告期内,预计非经常性损益对公司净利润的影响金额约为人民币 13,304.92 万元,主要是出售子公司深圳市创维群欣安防科技股份有限公司 55%股份取得税后投资收益 9,191.28 万元及报告期公司收到计入当期损益的政府补助累计 4,840.59 万元。

7月8日

**新宝股份：关于首次实施回购部分社会公众股份的公告**

2021 年 7 月 8 日,公司首次以集中竞价交易方式实施回购股份,回购股份数量为 222,200 股,占公司总股本的 0.03%,最高成交价为 25.10 元/股,最低成交价为 24.58 元/股,支付的回购总金额为 5,525,328.00 元(不含交易费用)。

**➤ 行业新闻：**

7月8日,月8日,海尔智家健康、中关村物联网产业联盟和北京嘉合百善等企业在三翼鸟海尔智家北京体验中心 001 共同发起了“智慧家庭&社区健康管理服务标准”主题研讨会。研讨会上,海尔智家健康与参会生态方共同讨论智慧人居生态市场,就智慧康养、智慧社区等方面开展深入合作,后续将通过基于海尔智家健康平台打造五位一体的海尔智家康联网,提供健康生活所需的产品、服务和解决方案,并针对平台服务中的关键节点,联合产业链上下游共同研讨互联标准和服务标准,共同为用户解决健康场景管理难题。(来源:21 经济网, <http://www.21jingji.com/2021/7-9/wMMDE0MTBfMTYyNTgwMg.html>)

**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