

家用电器

全球清洁电器市场趋势解读 ——2021W32 周观点

本周观点：全球清洁电器市场趋势解读

我国渗透率仍处于较低水平，增长潜力较大。我国清洁电器渗透率与发达国家相比仍处于较低水平，发达国家如美国、日本、英国、德国等，清洁类电器的渗透率常年保持在 90%左右的水平，而 2020 年中国清洁电器渗透率则为 15.67%。

新兴市场增长迅速，对比发达国家仍有进步空间。综合销量与渗透率情况分析，我国销量增速明显，渗透率上升空间大；欧美市场渗透率饱和导致市场增速较慢，但市场品类结构逐渐发生转变；新兴市场品类结构维持不变，但仍有增长空间。1) 过去几年国内清洁电器市场呈现出高速增长的趋势，2015-2020 国内清洁电器 CAGR 达到 17.3%，其中增长最为迅速的为推杆类、手持类及扫地机器人，2015-2020CAGR 分别达到 39.4%，34.4% 和 20.5%，目前推杆式（主要为手持无线吸尘器类）清洁电器已取代桶式成为中国市场第一大品类。2) 扫地机器人等新型品类在全球市场均增长迅速。2015-2020 中国市场扫地机器人销量 CAGR 达到 20.51%，美国、西欧、东欧、拉美地区 2015-2020 年销量 CAGR 分别为 17.1%，18%，17%，26.2%，无论是发达国家高渗透率市场亦或是发展中国家新兴市场，高增长率充分证明机器人品类的产品在全球市场的增长潜力。

新兴市场销售额增速慢于销量，新品类溢价较高。销售额各地区在增速和品类结构上呈现出和销量相似的趋势，但品类的价格差异也造成了销售额成分上的细微变化。1) 包括中国在内的部分新兴市场销售额增速慢于销量。2015-2020 年中国市场清洁电器销售额 CAGR 达到 19.87%；同期东欧市场 CAGR 4.7%，均低于销量同期 CAGR 变化情况，主要是由于在成长期市场，厂商仍可通过压缩成本、降低价格以实现快速扩张。2) 扫地机器人等新品类溢价含量较高。2020 年中国市场扫地机器人销量占全清洁电器市场比重为 26.2%，而销售额占比则达到 47.5%；2020 年美国市场扫地机器人销量占全清洁电器市场比重的 8.1%，而销售额占比为 20.8%。（以上数据均来自欧睿国际）

本周家电板块走势：本周沪深 300 指数+2.29%，创业板指数+1.47%，中小板指数+2.85%，家电板块+5.16%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为+6.54%、+2.37%、+0.85%。个股中，本周涨幅前五名是火星人、天际股份、海信家电、得邦照明、澳柯玛；本周跌幅前五名是和而泰、*ST 奋达、开能健康、飞科电器、立霸股份。

原材料价格走势：2021 年 8 月 7 日，SHFE 铜、铝现货结算价分别为 70300 和 19940 元/吨；SHFE 铜相较于上周-1.68%，铝相较于上周-0.67%。2021 年以来铜价+21.08%，铝价+27.7%。2021 年 7 月 9 日，中塑价格指数为 1043.09，2021 年以来+8.11%。2021 年 7 月 30 日，钢材综合价格指数为 153.48，相较于上周价格+1.26%，2021 年以来+22.87%。

投资建议：一方面是继续紧抓高景气度的清洁电器赛道，建议关注石头科技与科沃斯；另一方面，大家电企业进入绝对收益区间，推荐海尔智家、美的集团、老板电器。此外，近期国内疫情有一定反复迹象，多省市均有相关病例爆出。若本轮疫情扩散范围增大或持续时间较长，则可能对小家电需求产生正向影响，建议关注前期受益于疫情，目前已回调较多的小熊电器、新宝股份、九阳股份、苏泊尔等。

风险提示：

疫情加剧，全球政治经济局势不稳定，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 08 月 09 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

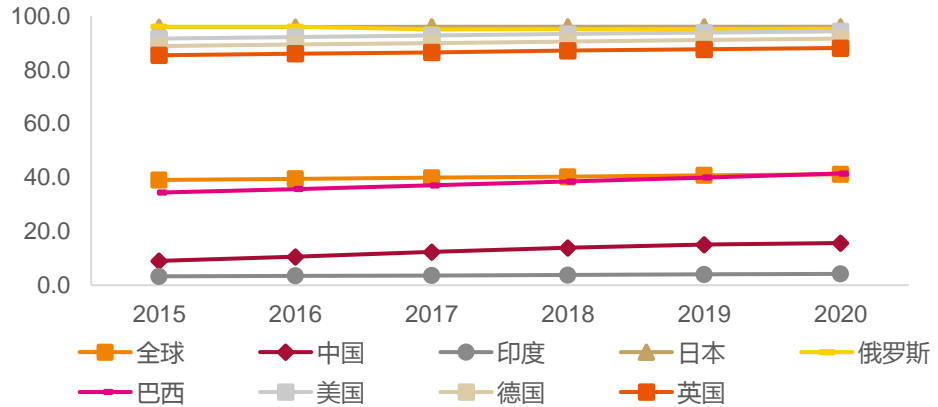
- 1 《家用电器-行业专题研究:家电行业首席联盟培训》 2021-08-09
- 2 《家用电器-行业研究周报:家电补贴政策简要复盘——2021W31 周观点》 2021-08-02
- 3 《家用电器-行业研究周报:炊具渠道的线上化与品类趋势——2021W30 周观点》 2021-07-25

1. 本周观点：全球清洁电器市场趋势解读

1.1. 我国渗透率仍处于较低水平，增长潜力较大

从渗透率来看，我国清洁电器领域与发达国家相比仍处于较低水平。根据欧睿国际的数据，发达国家如美国、日本、英国、德国等，清洁类电器的渗透率常年保持在 90%左右的水平，而巴西等新兴市场国家，渗透率在 30%-40%的区间，与世界平均水平相近；我国 2020 年清洁电器渗透率为 15.67%，相比于欧美发达国家及世界平均水平而言，依然处于较低水平。我国渗透率相较欧美明显偏低的情况下，随着可支配收入的增长，清洁电器有望保持较快增速。

图 1：2015-2020 年全球主要经济体清洁电器渗透率（%）

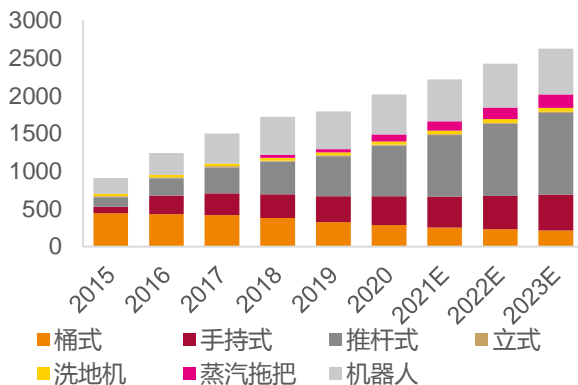


资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

1.2. 新兴市场增长迅速，对比发达国家仍有进步空间

清洁电器销量稳定增长，新品类增速喜人。从全球视野来看，清洁电器市场保持稳定增长，近年来扫地机器人等新兴清洁电器品类增长迅速。根据欧睿国际的数据显示，2015-2020 全球清洁电器销量 CAGR 为 2.8%，而机器人清洁电器销量 CAGR 达到 17.4%。在清洁电器高速发展，新品类不断涌现的大背景下，全球主要市场因经济发展程度不同、文化习惯不同等因素影响，在规模增速及品类结构上又呈现出差异化的趋势。综合销量与渗透率情况分析，我国销量增速明显，渗透率上升空间大；欧美发达国家市场渗透率饱和导致市场增速较慢，但市场品类结构逐渐发生转变；新兴市场品类结构维持不变，但仍有增长空间。

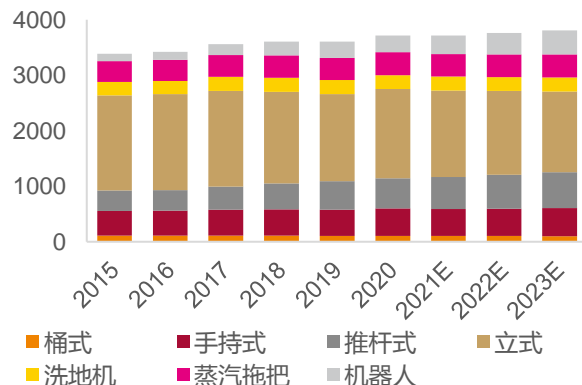
图 2：2015-2023 中国清洁电器分品类销量（万台）



资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

注：手持式主要包括随手吸等产品；推杆式主要为手持无线吸尘器类产品；

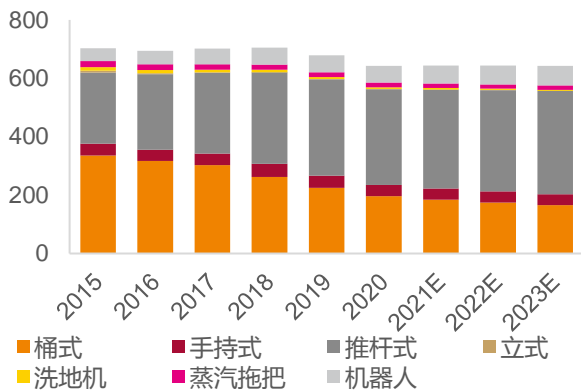
图 3：2015-2023 美国清洁电器分品类销量（万台）



资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

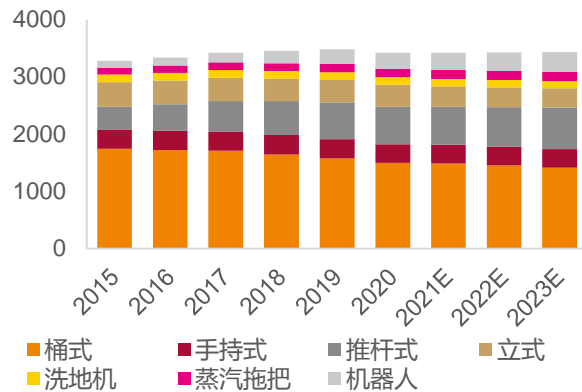
立式主要包括有线和无线类，与推杆类产品类似但不重叠

图 4：2015-2023 日本清洁电器分品类销量（万台）



资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

图 5：2015-2023 西欧清洁电器分品类销量（万台）

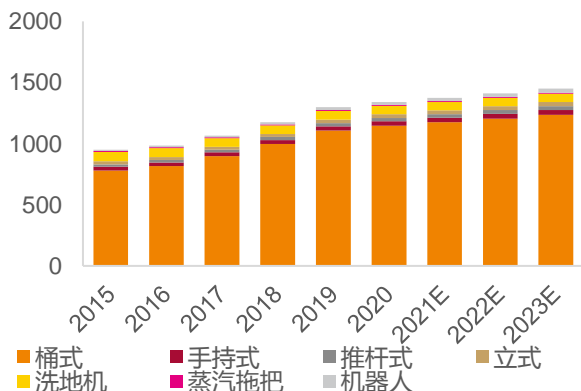


资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

过去几年国内清洁电器市场呈现出高速增长的趋势。根据欧睿国际的数据显示，2015-2020 国内清洁电器 CAGR 达到 17.3%，其中增长最为迅速的为推杆类、手持类及扫地机器人，2015-2020CAGR 分别达到 39.4%、34.4% 和 20.5%，目前推杆类(主要为手持无线吸尘器类)清洁电器已取代桶式成为中国市场第一大品类。

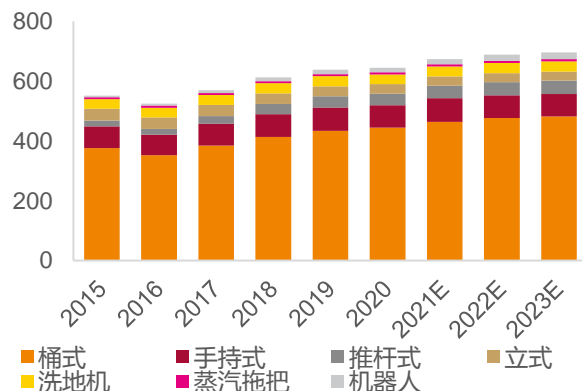
而在日本、美国、西欧等发达国家成熟市场，由于市场饱和、产品更新速度较慢等因素影响，销量增速明显较慢，根据欧睿国际数据，美国市场 2015-2020 销量 CAGR 为 1.9%，日本市场则为 -1.8%，西欧市场 0.85%。在品类上，美国以立式吸尘器为主，西欧和日本则以桶式、推杆式为主，近年来推杆类吸尘器在主要市场销量增长迅速。

图 6：2015-2023 东欧清洁电器分品类销量（万台）



资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

图 7：2015-2023 拉美清洁电器分品类销量（万台）



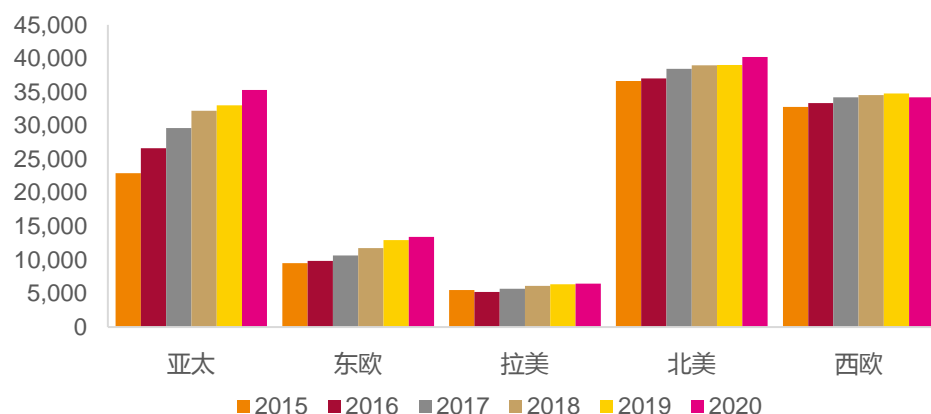
资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

新兴市场规模边际仍未被完全拓展。同时，在拉美、东欧等新兴市场，清洁电器仍有一定的增长空间。根据欧睿国际的数据，东欧市场 2015-2020 销量 CAGR 达到 7.12%，拉美市场则为 3.18%；预计 2023 年东欧市场清洁电器销量将由 2020 年的 1341.04 万增长至 1450.66 万，拉美地区销量则将由 2020 年的 645.09 万增长至 696.32 万。从品类上来看，新兴市场地区清洁电器以桶式吸尘器为主，同时新品类如扫地机器人等发展迅速。

值得注意的是，如俄罗斯等一些东欧国家虽然清洁电器渗透率与西欧、美国等发达国家相近，但整体市场规模仍偏低。综合分析来看，相比其他新兴市场，东欧市场在清洁电器新

品类发展的过程中，所面临的消费者教育方面的成本压力会更低。

图 8：2015-2020 全球清洁电器销量分地区变化（千台）

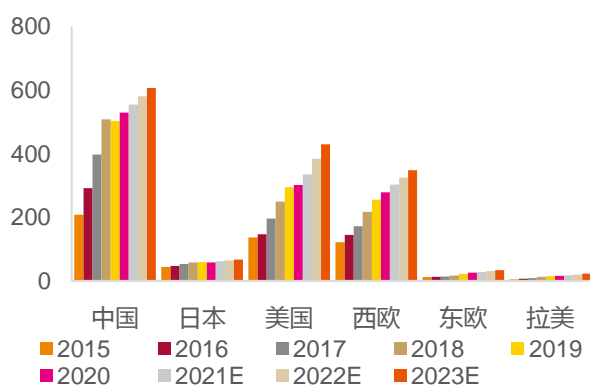


资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

扫地机器人等新兴品类潜力较大。扫地机器人品类在全球除日本外的地区均维持高速增长。根据欧睿国际的数据，2015-2020 中国市场扫地机器人销量 CAGR 达到 20.51%，其中 2015-2018CAGR 达到 34.68%，2018-2020 年增速相对放缓，预计 2021-2023 仍能保持一定规模增速。美国、西欧、东欧、拉美地区 2015-2020 年销量 CAGR 分别为 17.1%，18%，17%，26.2%，**无论是发达国家高渗透率市场亦或是发展中国家新兴市场，高增长率充分证明机器人品类的产品在全球市场的增长潜力。**

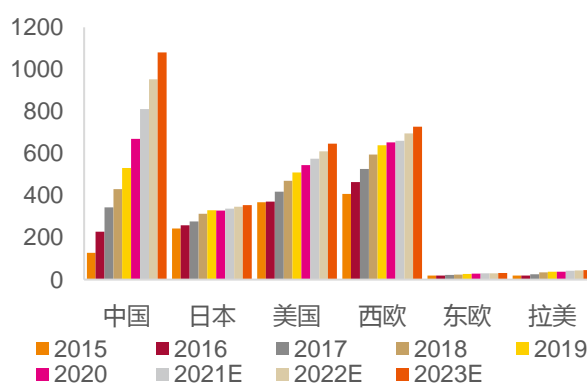
除扫地机器人外，**推杆式清洁电器（主要为手持无线式吸尘器）在全球市场增速也十分亮眼。**根据欧睿国际数据，在中国，推杆式清洁电器 2015-2020 销量 CAGR 达到 39.42%，近五年来维持高速增长，预计未来三年高速增长得以持续；2015-2020 年日本、美国、西欧、东欧、拉美销量 CAGR 分别为 6.15%，8.13%，9.87%，8.09%，14.39%，增速均高于全行业平均增速。

图 9：2015-2023 清洁机器人销量规模快速增长（万台）



资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

图 10：2015-2023 推杆式清洁电器销量规模快速增长（万台）



资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

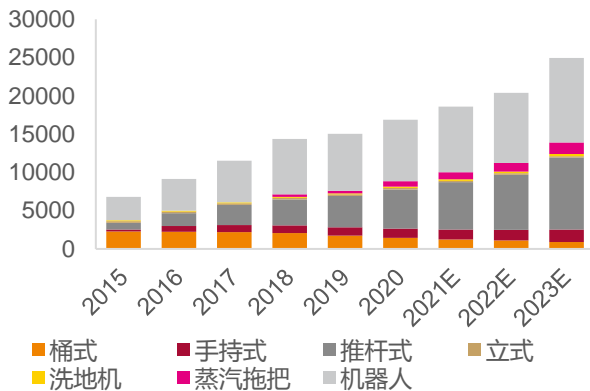
1.3. 新兴市场销额增速慢于销量，新品类溢价较高

销售额方面，各地区在增速和品类结构上呈现出和销量相似的趋势，但品类的价格差异也造成了销售额成分上的细微变化。

包括中国在内的部分新兴市场销售额增速慢于销量。根据欧睿国际的数据：2015-2020 年中国市场清洁电器销售额由 68.14 亿元增长至 168.67 亿元，CAGR 达到 19.87%；2015-2020 年东欧市场清洁电器销售额由 10.21 亿美元增长至 12.85 亿美元，CAGR4.7%，均低于销量同期 CAGR 变化情况，主要是由于在成长期市场，厂商仍可通过压缩成本、降低价格以实现快速扩张。

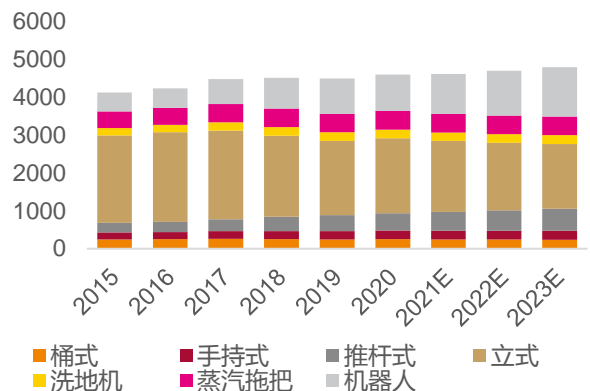
反观发达国家市场，2015-2020 年美国市场清洁电器销售额由 41.22 亿美元增长至 45.95 亿美元，CAGR2.2%；2015-2020 年西欧市场清洁电器销售额由 60.99 亿美元增长至 69.81 亿美元，CAGR2.74%，均高于同期销量 CAGR 变化情况，主要系高渗透率、高饱和度的市场环境，厂家通过提高产品质量的策略可以获得更高的溢价。

图 11：2015-2023 中国清洁电器分品类销售额（百万元）



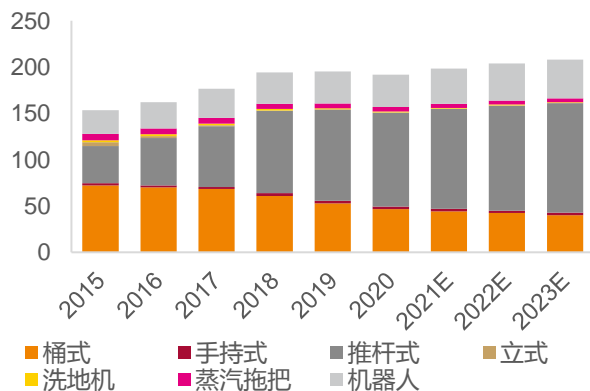
资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

图 12：2015-2023 美国清洁电器分品类销售额（百万美元）



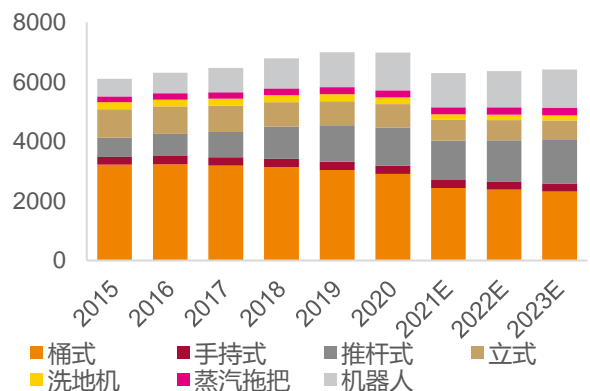
资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

图 13：2015-2023 日本清洁电器分品类销售额（百元日元）



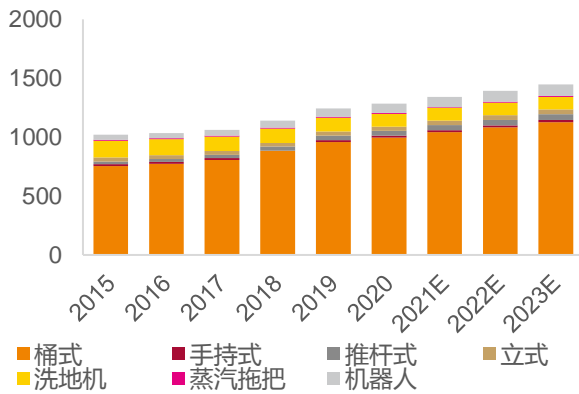
资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

图 14：2015-2023 西欧清洁电器分品类销售额（百万美元）



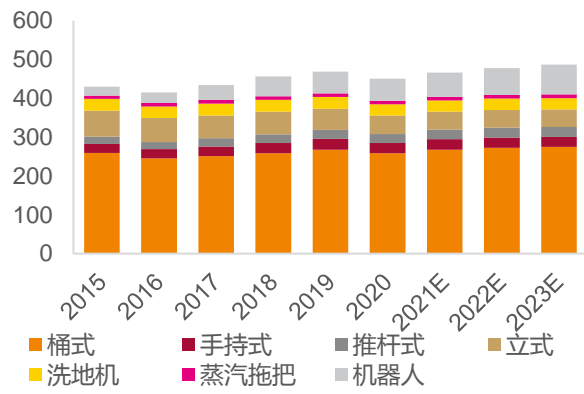
资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

图 15：2015-2023 东欧清洁电器分品类销售额（百万美元）



资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

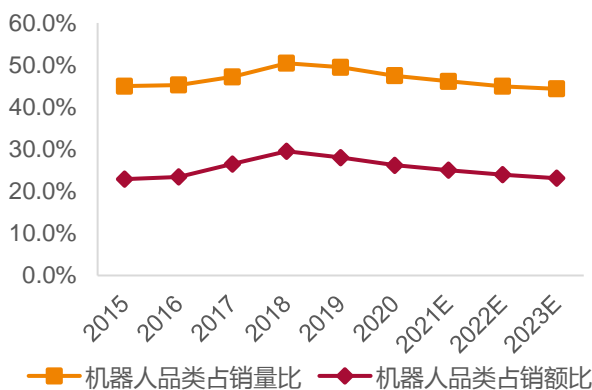
图 16：2015-2023 拉美清洁电器分品类销售额（百万美元）



资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

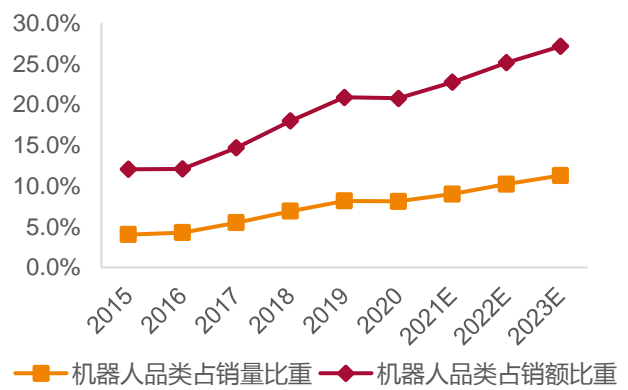
扫地机器人等新兴品类溢价含量较高。根据欧睿国际数据显示，2020 年中国市场扫地机器人销量占全清洁电器市场比重为 26.2%，而销售额占全清洁电器市场销售额比重则达到 47.5%；2020 年美国市场扫地机器人销量占全清洁电器市场比重的 8.1%，而销售额占全清洁电器市场份额比重为 20.8%。扫地机器人等新品类因集成了芯片、导航、避障系统等复杂结构，导致其溢价明显高于其他清洁电器品类，未来高集成化高溢价的智能产品将成为清洁电器发展的方向之一。

图 17：中国市场机器人品类清洁电器占销量销额比重（%）



资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

图 18：美国市场机器人品类清洁电器占销量销额比重（%）



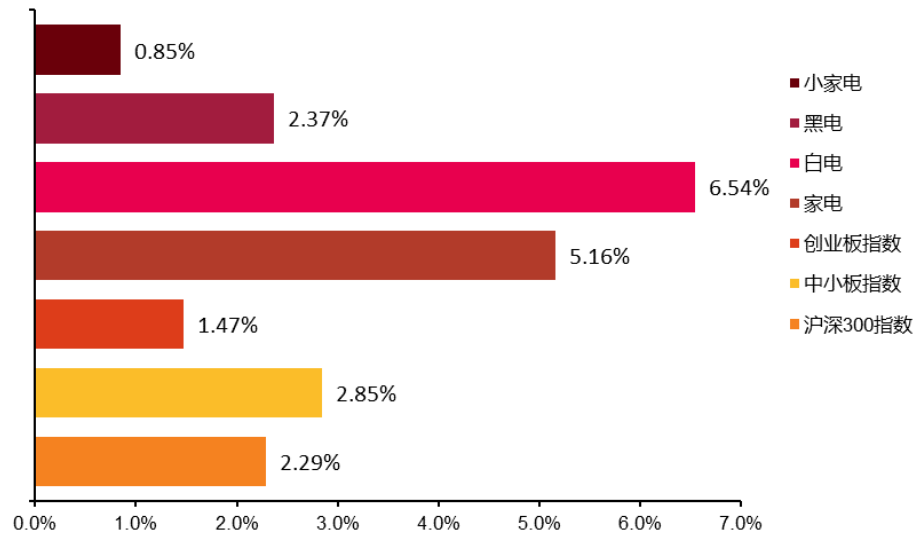
资料来源：欧睿国际，天风证券研究所

综上所述，清洁电器行业在全球范围内呈现出如下趋势：1）发达国家渗透率趋于饱和，新兴市场（如中国）渗透率有望进一步提升；2）高渗透率成长边际为新兴市场规模增速注入活力，发达国家市场则在增速减缓的同时寻求品类结构的优化升级；3）新兴市场溢价相对发达市场偏低；4）新品类在新兴市场及发达国家市场均保持了良好的增长趋势，且产品溢价相对传统产品而言更高。

2. 本周家电板块走势

本周沪深 300 指数+2.29%，创业板指数+1.47%，中小板指数+2.85%，家电板块+5.16%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为+6.54%、+2.37%、+0.85%。个股中，本周涨幅前五名是火星人、天际股份、海信家电、得邦照明、澳柯玛；本周跌幅前五名是和而泰、*ST 奋达、开能健康、飞科电器、立霸股份。

图 19：本周家电板块走势



资料来源：Wind，天风证券研究所

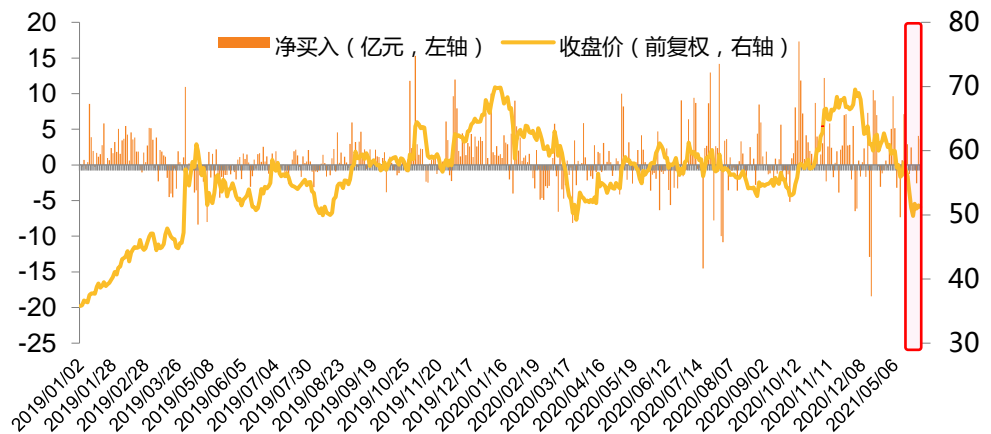
表 1：家电板块本周市场表现

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	300894.SZ	火星人	11.58%	26.06%	1	002402.SZ	和而泰	-6.38%	11.75%
2	002759.SZ	天际股份	11.43%	38.69%	2	002681.SZ	*ST 奋达	-6.20%	8.27%
3	000921.SZ	海信家电	11.38%	4.25%	3	300272.SZ	开能健康	-6.17%	24.81%
4	603303.SH	得邦照明	11.37%	5.14%	4	603868.SH	飞科电器	-5.34%	0.81%
5	600336.SH	澳柯玛	11.21%	20.44%	5	603519.SH	立霸股份	-4.47%	12.43%

资料来源：Wind，天风证券研究所

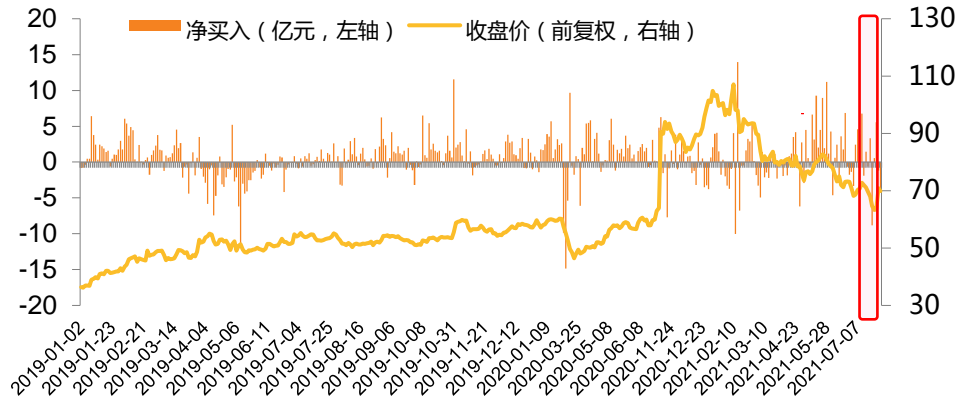
3. 本周资金流向

图 20：格力电器北上净买入



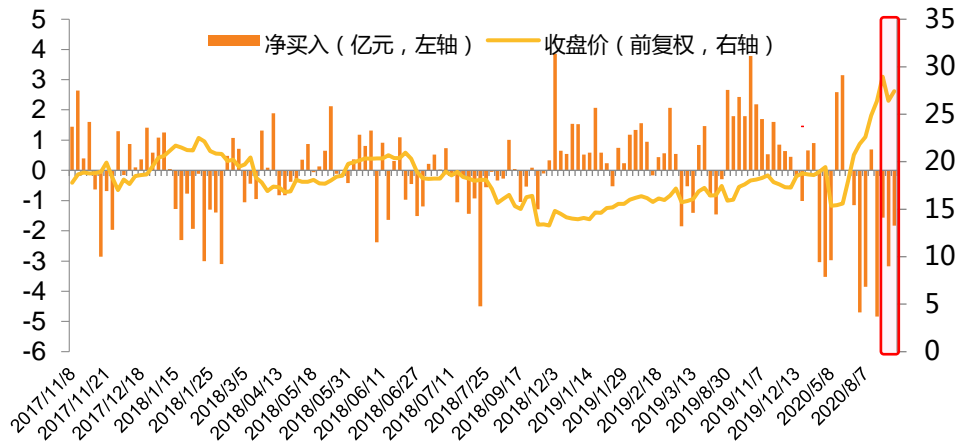
资料来源：wind，天风证券研究所

图 21: 美的集团北上净买入



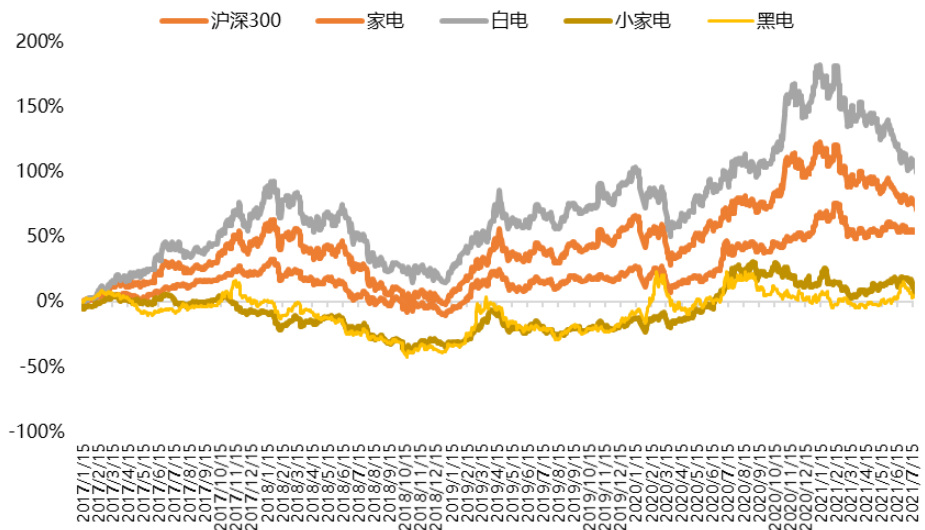
资料来源: wind, 天风证券研究所

图 22: 海尔智家北上净买入



资料来源: wind, 天风证券研究所

图 23: 2017 年以来家电板块走势

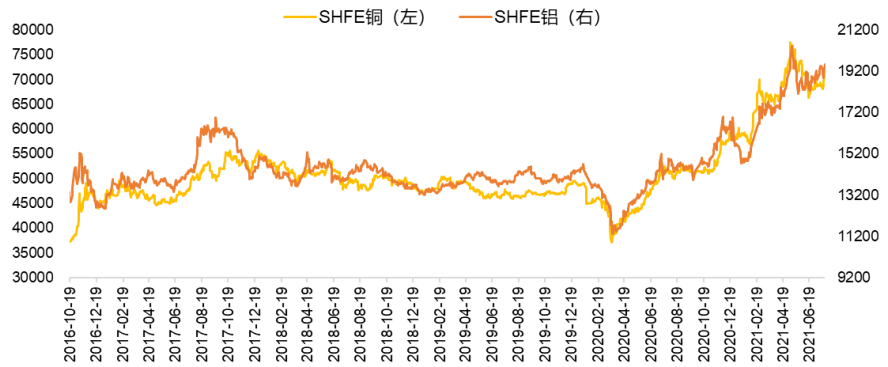


资料来源: Wind, 天风证券研究所

4. 原材料价格走势

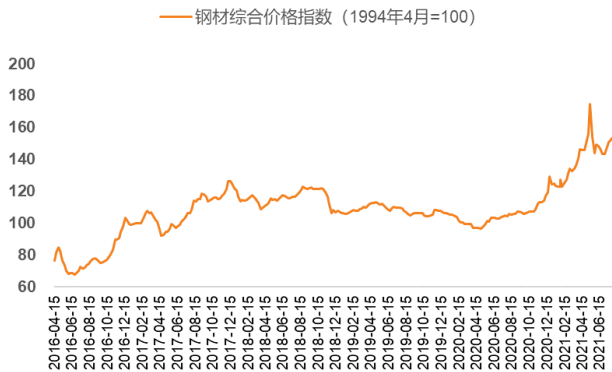
2021年8月7日，SHFE铜、铝现货结算价分别为70300和19940元/吨；SHFE铜相较于上周-1.68%，铝相较于上周-0.67%。2021年以来铜价+21.08%，铝价+27.7%。2021年7月9日，中塑价格指数为1043.09，2021年以来+8.11%。2021年7月30日，钢材综合价格指数为153.48，相较于上周价格+1.26%，2021年以来+22.87%。

图 24：铜、铝价格走势（元/吨）



资料来源：Wind，天风证券研究所

图 25：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 26：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

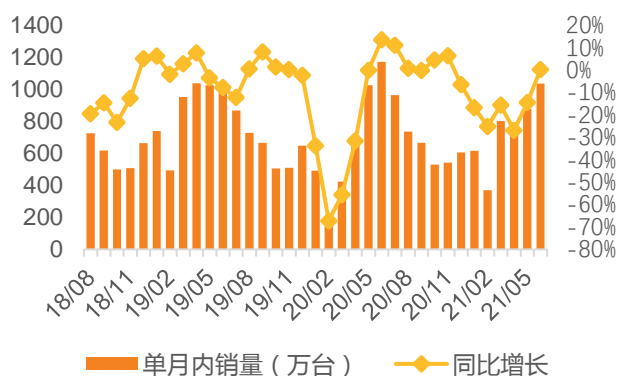
5. 行业数据

➤ 出货端：6月空调产销略有下滑，冰洗外销持续放量

内销：21年6月空调内销量与19年基本相同，21年5月油烟机与19年同期缺口收窄，为-6.18%；6月冰箱较19年仍有差距，同期增速为-5.91%；洗衣机已经恢复至19年同期水平，同比-0.891%。21年1-6月较19年同期，空调缺口环比略有收窄（-15.56%），冰箱已经接近19年同期水平（-2.87%），洗衣机仍存在缺口（-4.44%），21年1-5月较19年同期，油烟机缺口持续修复（-17.21%）。

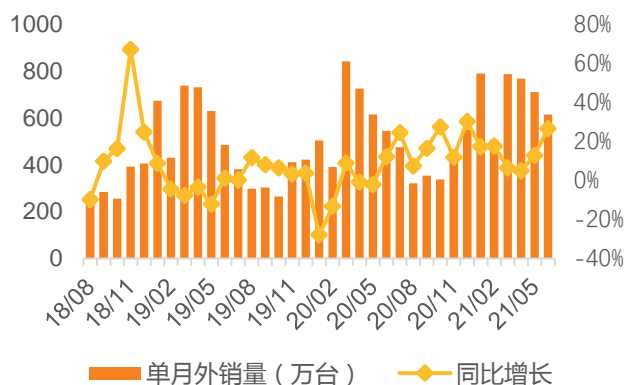
外销：21年6月空调外销持续向好，较19年同期增长26.69%，冰箱、洗衣机较19年同期均实现增长，分别+9.41%/+39.04%；5月油烟机较19年同期为15.69%。21年1-6月空调较19年同比增长13.22%；冰、洗修复明显，分别+27.73%/+15.05%。21年1-5月油烟机维持增长，同比+32.93%。

图 27：出货端空调内销月零售量、同比增速



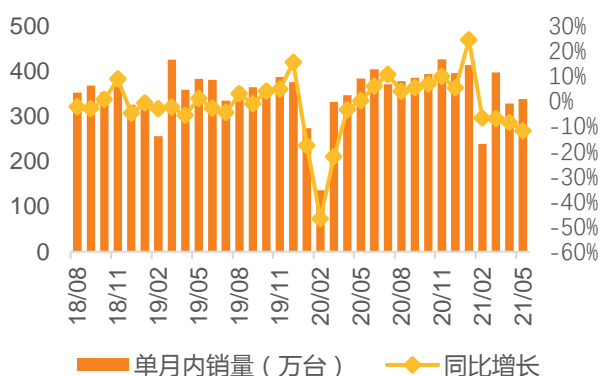
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 28：出货端空调外销月零售量、同比增速



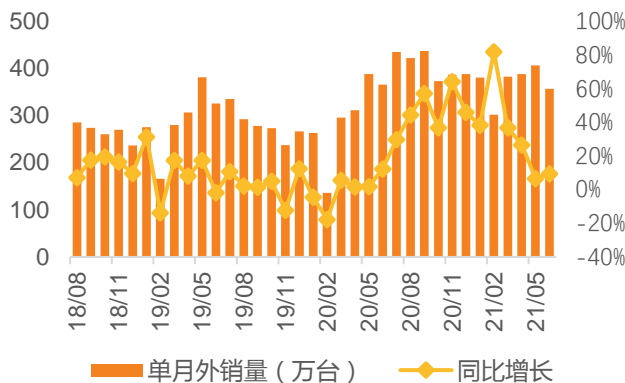
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 29：出货端冰箱内销月零售量、同比增速



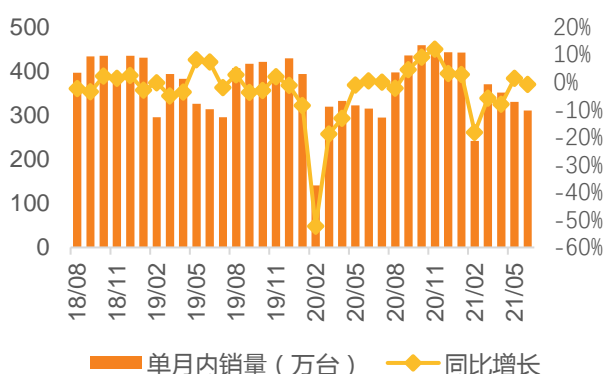
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 30：出货端冰箱外销月零售量、同比增速



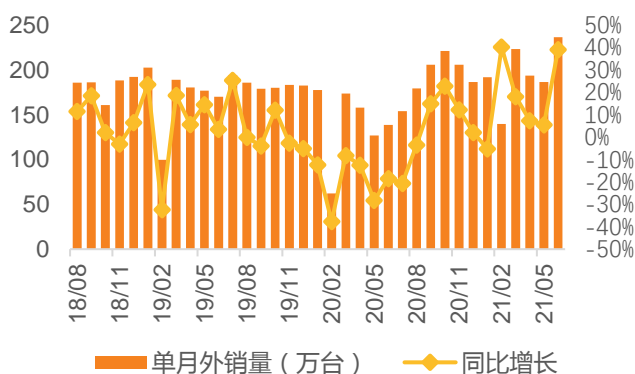
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 31：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



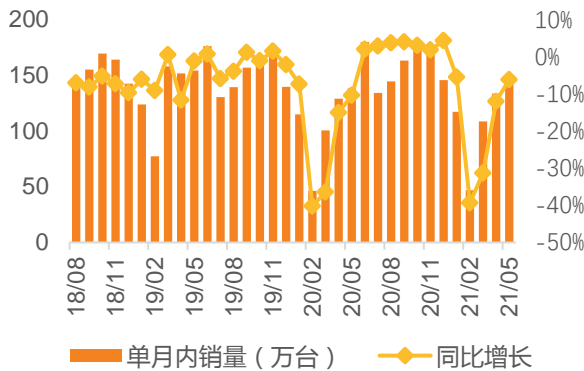
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 32：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



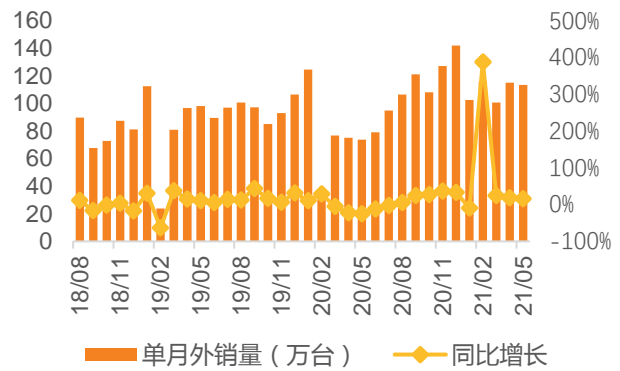
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 33：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 34：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

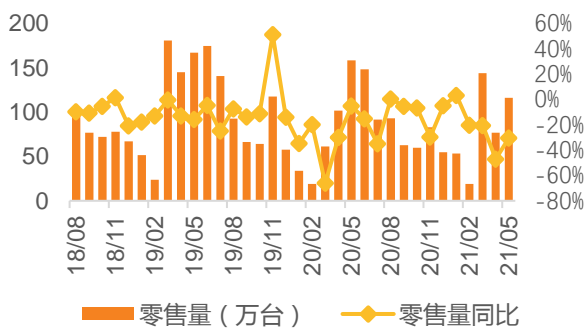
零售端

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%；

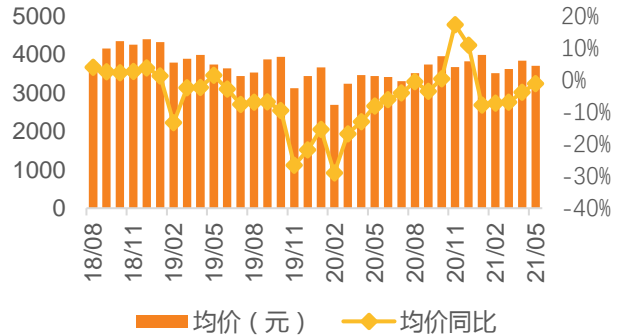
均价：冰、洗 21 年 5 月均价较 19 年同期实现双位数增长，分别 +24.64%/+18.94%，21 年 1-5 月分别 +21.43%/+21.2%；油烟机均价较 19 年同期 +9.17%，21 年 1-4 月为 9.82%；空调均价基本修复至 19 年同期水平，21 年 5 月增速为 -1.04%，21 年 1-5 月增速为 -5.40%。

图 35：中怡康空调月零售量、同比增速



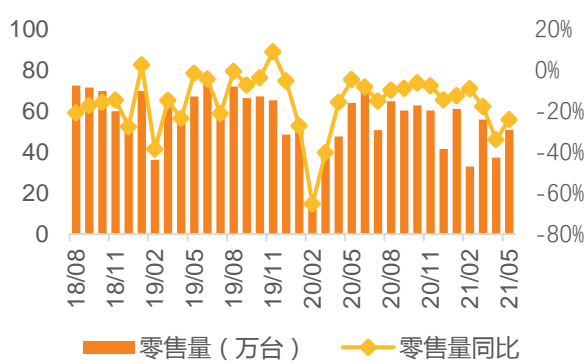
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 36：中怡康空调月均价、同比增速



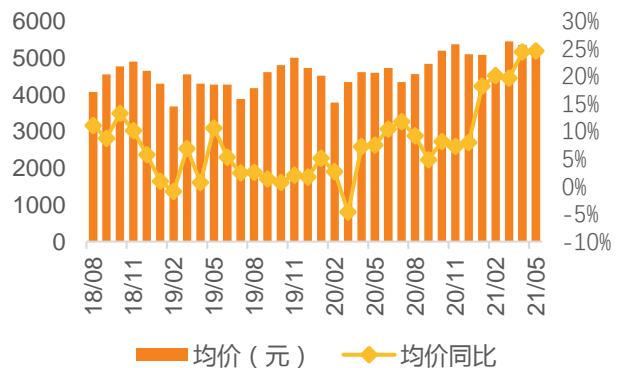
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 37：中怡康冰箱月零售量、同比增速



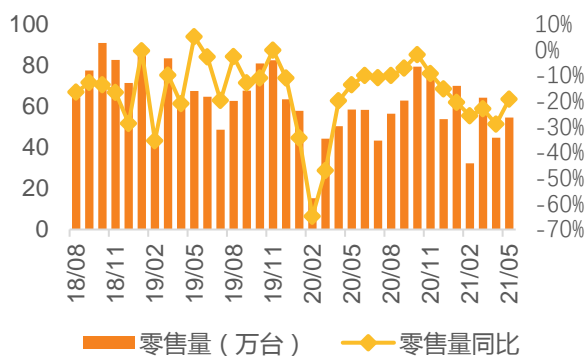
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 38：中怡康冰箱月均价、同比增速



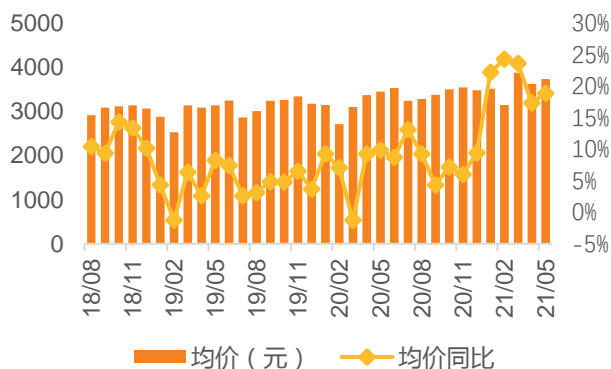
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 39：中怡康洗衣机月零售量、同比增速



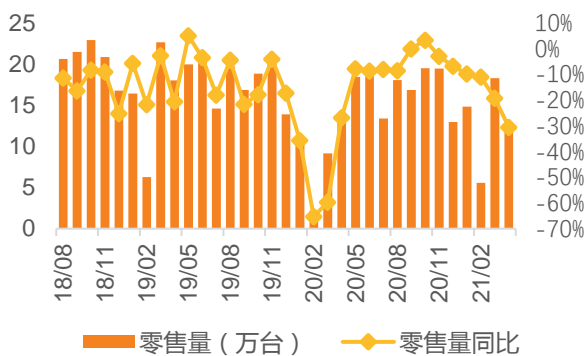
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 40：中怡康洗衣机月均价、同比增速



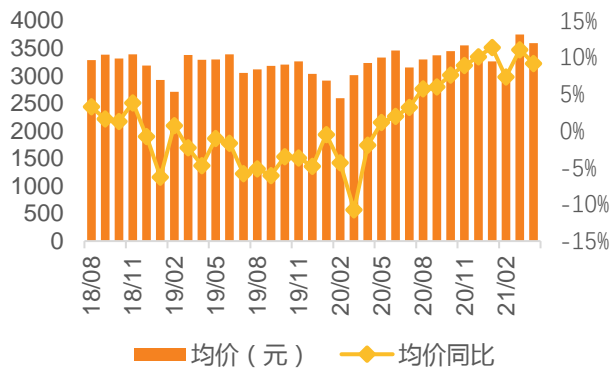
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 41：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 42：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

W31，除空调，净化器外，核心大家电的线上零售额均同比下降；除空调，洗碗机外，全品类家电线下零售额均同比下降。

全年累计：除个别小家电品类外，其余家电产品线上、线下零售额均实现同比正增长。

表 2：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			
	21W31 (2021/01/01-2021/08/01)	21W31 (2021/07/26-2021/08/01)	21W30 (2021/07/19-2021/07/25)	21W29 (2021/07/12-2021/07/18)	21W28 (2021/07/05-2021/07/11)	
空调	20.1%	0.1%	81.9%	123.8%	74.4%	
冰箱	34.2%	-19.7%	74.0%	35.8%	23.2%	
洗衣机	35.3%	-0.5%	40.8%	28.9%	15.0%	
冷柜	35.9%	-14.3%	43.1%	14.0%	1.5%	
油烟机	22.1%	-15.1%	10.2%	-8.7%	-9.7%	
燃气灶	14.6%	-13.1%	-2.3%	-17.3%	-14.0%	
洗碗机	8.3%	-31.6%	-7.1%	-18.6%	-20.9%	
电热水器	30.7%	-15.1%	22.9%	4.7%	-1.3%	
净水器	16.1%	-6.2%	16.7%	2.1%	25.0%	
净化器	6.4%	2.7%	4.8%	33.0%	19.4%	
扫地机	33.7%	-3.7%	-20.5%	19.9%	41.8%	
电饭煲	6.8%	-7.1%	30.7%	-4.6%	-1.7%	
破壁机	-15.4%	-38.7%	-10.3%	-29.4%	-26.9%	
彩电	24.8%	-10.0%	72.6%	-6.0%	19.6%	

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			
	21W31 (2021/01/01-2021/08/01)	21W31 (2021/07/26-2021/08/01)	21W30 (2021/07/19-2021/07/25)	21W29 (2021/07/12-2021/07/18)	21W28 (2021/07/05-2021/07/11)	
空调	7.9%	0.5%	-16.5%	42.3%	3.7%	
冰箱	5.9%	-15.6%	-30.3%	-2.7%	-18.4%	
洗衣机	6.9%	-12.7%	-33.8%	-3.8%	-24.5%	
冷柜	9.5%	-16.4%	-9.9%	-5.9%	-15.7%	
油烟机	14.0%	0.2%	-32.9%	-3.5%	-26.5%	
燃气灶	7.4%	-1.3%	-31.9%	-7.1%	-28.7%	
洗碗机	28.7%	4.7%	-20.4%	1.3%	4.2%	
电热水器	-3.3%	-27.9%	-33.9%	-19.3%	-34.7%	
净水器	3.6%	-29.9%	-38.2%	-20.0%	-32.1%	
净化器	-17.7%	-39.1%	-36.9%	-1.5%	-34.4%	
扫地机	19.3%	-17.5%	-24.0%	19.2%	0.5%	
电饭煲	-17.7%	-25.2%	-37.2%	-19.0%	-27.2%	
破壁机	-3.2%	-40.9%	-51.2%	-41.3%	-47.3%	
彩电	5.8%	-16.4%	-31.7%	-10.0%	-14.1%	

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

8月4日

格力电器:关于变更注册地址并修订公司章程的公告

珠海格力电器股份有限公司（以下称“公司”）于2021年8月2日召开第十一届董事会第二十四次会议审议通过《关于变更公司注册地址并修订公司章程的议案》，为把握粤港澳大湾区发展的历史机遇，充分利用横琴区位优势，提升公司国际竞争力，根据《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等法律法规的相关规定，公司拟将注册地址变更至：珠海横琴新区汇通三路108号办公608。

8月4日

老板电器:2021年半年度报告

公司2021年上半年实现营业收入43.26亿元，同比增长34.72%，实现归属于上市公司股东的净利润7.90亿元，同比增长29.08%，均明显优于行业平均水平。

2021年上半年，厨房电器行业延续良好的复苏态势，各渠道均实现快速增长。零售渠道，消费者线下消费意愿明显提升，根据奥维线下零售市场监测月度数据报告显示，厨房电器主要品类吸油烟机、燃气灶零售额较去年同期增长率分别为19.4%、12.2%，扭转连续三年大比例下滑趋势，实现两位数增长。电商渠道，线上消费习惯延续，推动线上消费高速增长，根据奥维线上零售市场监测月度数据报告显示，厨电套餐零售额较去年同期增长率为24.3%。工程渠道，根据奥维2021年H1中国烟灶市场总结报告显示，2021年1-6月份精装修房套数占比为32%，烟灶配套率分别为97.3%、95.9%；嵌入式一体机、嵌入式洗碗机配套率分别为2.5%、17.6%，较去年同期分别提升1.7、8.1个百分点，精装修渗透率及套系化率持续提高，未来空间较大。

➤ 行业新闻:

8月2日

近日,海信视像科技副总裁、海信激光显示股份有限公司总经理王伟接受集微网等媒体采访时透露,2021年海信首款高端8K画质芯片已经完成FTO流片,预计年底量产。(来源:集微网 <https://laoyaoba.com/n/788253>)

8月6日

格兰仕集团&惠而浦(中国)品牌升级战略暨新品发布会在安徽合肥召开,在发布会上,格兰仕除了发布主品牌“格兰仕”智慧家电新品之外,还首次推出面对年轻、时尚消费者的子品牌——“易厨”。通过双品牌战略,格兰仕打造差异化品牌定位,从而推进产品差异化策略。在当前消费需求不断升级、细分的背景下,格兰仕坚持以用户为导向、以技术研发为支持,赋能产品差异化、科技化升级,并启动多品牌联合营销策略,为消费者提供一站式的购物体验。(来源:第一家电网 <http://www.jdw001.com/article-39936-1.html>)

7. 投资建议与个股推荐

从今年家电各个子行业渠道追踪来看,家电消费在终端复苏分化比较明显。大众消费占主体的,比如空调、冰箱、洗衣机需求偏弱,与年初预期差别较大。大众消费中相对较好的是厨电,其需求中更新需求占比低于空冰洗,需求受到竣工带动较为明显。与大众消费不同的是,新兴品类终端表现亮眼,例如清洁电器中的扫地机、洗地机,厨电中的集成灶,黑电中的激光电视等,在上半年均取得较好的终端动销我们认为此部分消费旺盛的长期逻辑是伴随国民收入长期提升,部分海外已经普及,国内尚未普及的家电,如清洁电器开始进入普及阶段;而短期逻辑是分化的复苏下,高端消费需求较为旺盛。

投资策略方面,一方面是继续紧抓高景气度的清洁电器赛道,建议关注石头科技与科沃斯;另一方面,大家电企业进入绝对收益区间,推荐海尔智家、美的集团、老板电器。此外,近期国内疫情有一定反复迹象,多省市均有相关病例爆出。若本轮疫情扩散范围增大或持续时间较长,则可能对小家电需求产生正向影响,建议关注前期受益于疫情,目前已回调较多的小熊电器、新宝股份、九阳股份、苏泊尔等。

风险提示

疫情加剧,全球政治经济局势不稳定,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