

地产销售持续承压，家电数据喜忧参半

——8月地产后周期行业月报（第3期）

相关研究：

《2021年6月中国典型房企销售业绩TOP200》

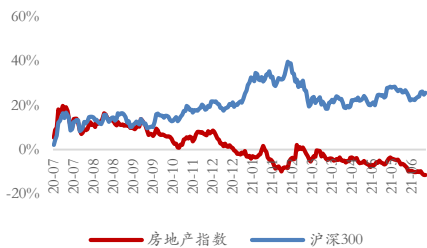
《月读数据【第43期】 | 商品房销售持续向好，但4月新开工面积同比下降9.3%（2021年1-4月）》

《730中央政治局会议：揭示房地产行业五大走向！》

《2019年年报综述：四类指标全面放缓，地产告别高增长时代》

《一文读懂房产税的四大问题》

近十二个月行业表现



注：相对收益与沪深300相比

联系方式：

联系人：

报告撰写：亿翰智库于小雨、周小龙

官方网站：

www.ehconsulting.com.cn



投资要点：

驱动因素追踪：住宅销售短期承压，竣工数据表现亮眼

在信贷和购房资格持续收紧的情况下，2021年1-8月商品房销售面积增速继续放缓，1-8月销售为11.4亿平米，同比增长15.9%，增速较1-7月收窄5.6个百分点。8月单月销售面积以及金额同处于全年的低位，销售面积为1.25亿平米，同比下降15.6%，市场下行明显。整体来看，在融资端和销售端“双紧”的情况下，企业对于未来的地产销售持相对保守的态度，未来地产的新开工和竣工预计将有所承压，这将在长期对地产相关产业链产生一定冲击。

竣工方面，2021年1-8月全国住宅竣工面积33771万平米，同比上涨27.40%，亦高于2019、2018年同期水平，为3年同期最高水平，竣工情况持续向好。从8月单月来看，全国住宅竣工面积为3645.80万平米，同比增长29.60%，单月竣工面积保持在历史高位，整体景气度仍然较好，预计仍然将在短期拉动装修、家电等需求。

原材料价格追踪：原材料价格趋于稳定，企业成本端压力略有减缓

原材料方面，定制家居企业的主要原材料价格趋于稳定，刨花板和中纤板价格涨势温和。其中，18厘刨花板和中纤板的平均价格分别环比+0.43%和-0.23%。TDI和MDI的价格在经历了前期连续的上涨后，价格趋于平稳。8月MDI和TDI价格环比-5.86%和+1.76%。8月家电企业的原材料价格在经历了上半年的快速上行后，整体价格趋于平稳，价格高位震荡，家电企业成本端的压力略有减缓。

行业景气度追踪：家具零售数据持续疲软，家电数据喜忧参半

社零方面，8月家电和家具的数据持续疲软，8月单月同比均呈现负增长，数据表现低迷。我们认为，造成零售数据的低迷的原因或有以下三点：（1）2020年由于疫情的原因，整体需求有所后置，2020年同期的基数相对较高；（2）受到疫情和汛情影响，居民出行受到一定程度的影响，影响了线上消费（3）受到2020年疫情冲击后，居民的消费能力和消费意愿均有所下行。上半年全国居民人均可支配收入两年复合同比增长7.4%，较2019年增速下滑1.5个百分点，居民的消费能力增长短期承压。

根据奥维云网数据，家电产品整体表现喜忧参半，线上销售表现分化较为严重，洗衣机和清洁电器销售额实现较快增长，空调表现则相对萎靡。空调方面，8月销售量和销售金额呈现双双下滑的趋势。随着空调行业进入成熟期，整体增长空间相对有限，叠加天气的影响，短期增长承压。此外，清洁电器和净化器的销售规模增至14.41亿元和3.31亿元，同比增长23.17%和13.79%。清洁电器保持了此前的强劲的增长势头，扫地机器人和洗地机成线上热销产品类型，整体销售规模持续高增。

【关于我们】

亿翰智库是一家以房地产行业的数据分析、行业研判与企业研究为核心的研究机构，并于2017年联合数十家房企共同成立企业研究分会（隶属于全联房地产商会的专业二级机构）。本研究成果由双方团队共同完成，定期向业内与资本市场发布，如有疑问，请及时与我们联系。

目录

1 引言	1
2 驱动因素追踪：住宅销售短期承压，竣工数据表现亮眼.....	1
(1) 住宅销售降温明显，短期下行压力较大	1
(2) 二手房市场成交持续下滑，竣工数据相对靓丽.....	2
3 原材料价格追踪：原材料价格趋于稳定，企业成本端压力略有减缓.....	4
4 行业景气度追踪：家具零售数据持续疲软，家电数据喜忧参半.....	5

1 引言

8月，在信贷和购房资格持续收紧的背景下，一手房和二手房销售表现疲弱，市场降温明显。随着销售端和融资端“双紧”局面的延续，房企的投资动力大幅下滑，未来新开工和竣工预计将有所承压，这将对未来长期产业链的相关需求构成一定程度的冲击。但是从短期来看，8月竣工面积仍然维持在高位，为过去3年的新高，竣工仍然保持了相对较高的景气，将在短期拉动装修、家电等需求。

2 驱动因素追踪：住宅销售短期承压，竣工数据表现亮眼

(1) 住宅销售降温明显，短期下行压力较大

2021年1-8月商品房销售面积增速继续放缓，1-8月销售为11.4亿平米，同比增长15.9%，增速较1-7月收窄5.6个百分点。8月单月销售面积以及金额同处于全年的低位。单月销售金额为1.26万亿，同比下降18.7%；销售面积为1.25亿平米，同比下降15.6%，市场下行明显。从过去的市场规律来看，销售数据在7月份走弱后8月份一般会有所恢复。然而2021年8月份数据环比仍然下行，为近几年最弱的一年，整体的需求相对萎靡。

从具体的城市来看，其中，一线城市、二线城市、三四线城市成交面积分别为391.0万平方米、760.6万平方米、314.5万平方米、569.7万平方米，分别同比下滑1.2%、17.2%、29.6%和11.4%，市场降温明显，成交面积普跌。一线城市中，上海的成交表现相对较好，成交面积165.6万平方米，同比上升10.5%，环比上升24.7%。北京在经历了连续数月的放量之后，8月成交略有回落，成交面积合计84.4万平方米，同比和环比分别下降10.8%和18.0%。珠三角方面，广州和深圳分化相对严重，广州仍然延续了此前的弱势局面，成交面积持续萎缩。深圳则在连续的走弱后迎来反弹，8月成交面积达63.6万平方米，同比上升55.6%，同比2019年上升121.4%。

核心二线城市方面，在贷款政策和购房资格连续收紧的影响下，9大核心二线城市的成交面积普跌，9大城市中超过半数的城市同环比均下滑，市场热度下滑明显。22个三四线城市成交面积合计569.7万平方米，同比下降11.4%，环比下降9.1%。其中，惠州受到调控政策影响，成交连续走弱，成交面积仅14.7万平方米，同比下降54.1%，环比下降39.1%。

企业端方面，从房企在中期业绩会中的表态也可以看出，开发商对2021

下半年的楼市多持保守态度，融创中国管理层直言“下半年销售压力很大”，旭辉控股管理层认为“上半年由于2020年基数较小因此普遍增长，下半年房企销售可能会出现回落”。整体上来看，随着楼市销售的逐渐回落，企业的拿地的动力和新开工的数据都出现了较为明显的回落。单月新开工面积自4月起均为负增长，其中8月新开工面积增加1.7亿平米，同比下降16.74%，新开工下滑明显。此外，从第二轮集中供地的几个核心城市的流拍情况来看，企业拿地的动力下滑较为明显。其中，成都此前宣称出让的75宗地块中17宗因故终止出让，6宗地块宣布流拍，土拍市场热度下滑明显。整体来看，在融资端和销售端“双紧”的情况下，未来地产的新开工和竣工承压，亦将从长期对地产相关产业链产生冲击。

展望未来，考虑到政策端并未有明显的放松迹象，且贷款在上半年亦发放了不少，后续贷款额度偏紧。此外，在紧缩性政策不断出台的大背景下，如部分热点城市8月份持续收紧购房资格，购房者对于房价上涨的预期发生改变，观望情绪浓厚，需求较为萎靡，我们预计下半年市场将面临较大的下行压力。

图表：各能级城市8月商品住宅成交面积情况（万平方米）

城市名称	8月成交面积	同比	环比
一线城市	391.0	-1.2%	14.1%
核心二线城市	760.6	-17.2%	-27.5%
普通二线城市	314.5	-29.6%	-7.0%
三四线城市	569.7	-11.4%	-9.1%

资料来源：亿翰智库

(2) 二手房市场成交持续下滑，竣工数据相对靓丽

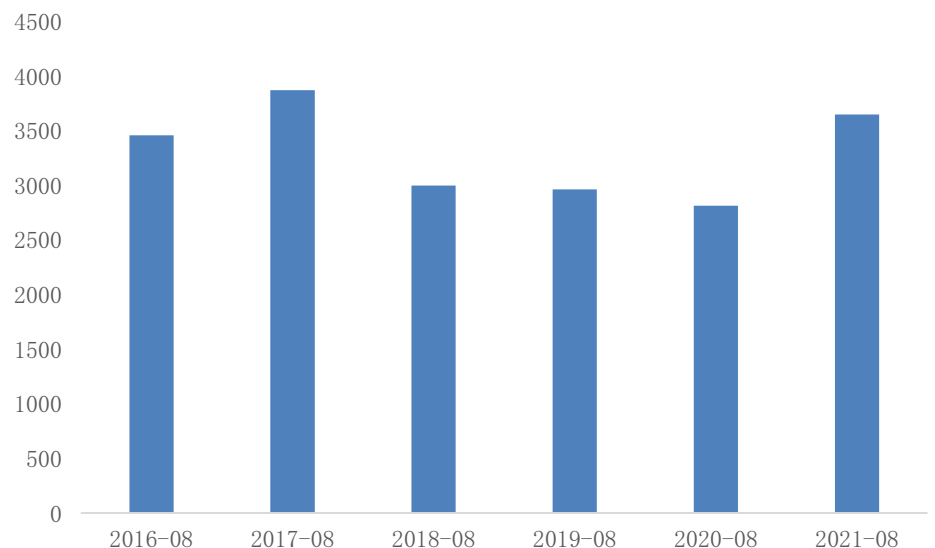
二手房方面，受到二手房核验价实施及一手房市场转冷的冲击，亿翰智库监测城市的销售面积达882.69万平方米，同比下行35.38%，环比下行21.49%，整体热度持续下滑，市场表现萎靡。我们监测的所有城市其中，北京、大连和衢州成为监测的城市中硕果仅存的销售面积同比出现正增长的城市。北京二手房市场的销售面积达147.17万平方米，同比和环比分别+0.31%和-8.87%。从规模上来看，尽管成交面积同比仍然保持微弱的增长，但环比已连续2个月下行。和北京的类似，大连的成交面积同比和环比分别+7.83%和-18.80%，环比规模下行较为明显。

从细分结构来看，二手房成交的下滑是全局性的，不论是一二线核心城市，还是三四线城市的成交面积整体同环比均下滑。一线城市中，上海和深圳

的二手房成交面积同比分别下降 40.99% 和 79.96%，下滑幅度较大。长三角的三个核心城市南京、苏州和杭州的成交面积同比分别下行 44.17%、33.70% 和 60.30%，楼市降温较为明显。我们认为，在二手房核验价持续推出的情况下，购房者的杠杆大幅度降低，叠加信贷额度的持续紧张以及一手房市场的持续转冷，二手房市场降温明显。我们认为，由于二手房的成交相对市场化，在一定程度上可作为一手房的先行指标。在目前二手房市场普遍降温的情况下，反映市场对于未来的预期相对较差，未来市场下行的压力巨大。

竣工方面，2021 年 1-8 月全国住宅竣工面积 33771 万平方米，同比上涨 27.40%，亦高于 2019、2018 年同期水平，为 3 年同期最高水平，竣工情况持续向好。从 8 月单月来看，全国住宅竣工面积为 3645.80 万平方米，同比增长 29.60%，单月竣工面积保持在历史高位，整体景气度仍然较好。

图表：8 月单月住宅竣工面积为历史高位（万平方米）



资料来源：wind、亿翰智库

海外市场方面，1-7 月美国新建住房销售数量累计约 49.4 万套，同比上升 7.16%，较 2019 年同期增长 19.04%。单月销售达 6.3 万套，同比下跌 25.88%，美国住房销售数据持续转弱。从出口数据来看，8 月家具及其零件出口金额达 62.35 亿美元，同比增长 16.52%，同比增速较 7 月有所上行，出口维持高景气。

精装修方面，精装修新开盘项目数量有所下滑。根据奥维云网数据，2021 年 1-7 月，住宅精装新开盘项目累计数量 1824 个，同比下滑 5.30%；7 月单月开盘项目 16.9 万套，同比减少 29.1%。随着整体开盘量的下滑，7 月单月橱柜的配套量达 16.86 万套，同比和环比分别下滑 28.9% 和 46.7%。整体来看，随

着地产销售的下行，精装修的下行幅度则相对更大，我们认为这可能有两点原因：（1）部分开发商在政策和成本的综合考虑下，更多的选择毛坯房。如西安和成都在首次集中供地中，对商品房销售进行了毛坯房指导价定价，同时在拿地环节，就提前签订协议约定品质，开发商的成本有所提高，这导致部分开发商在成本的考虑下更多的推出毛坯房；（2）开发商在结合区位和客群的考虑下，更多推出毛坯房，以控制总价，实现快速去化。但是从长期来看，精装修由于其相对于毛坯房更加省时省力以及相对环保的特点，仍然是政策鼓励的重要方向，短期的波动不影响长期趋势。

3 原材料价格追踪：原材料价格趋于稳定，企业成本端压力略有减缓

原材料方面，定制家居企业的主要原材料价格表现各异，部分原材料价格涨势温和。定制家居方面，刨花板和中纤板分别是定制家具柜体和柜门制造的主要材料之一，刨花板的价格波动能够在一定程度上影响定制家居企业的生产成本。从价格来看，2021年1-8月18厘刨花板的平均价格达68.50元/张，同比上涨6.19%。8月单月平均价格为70.16元/张，同比上涨9.02%，环比上行0.43%，整体价格趋于稳定。

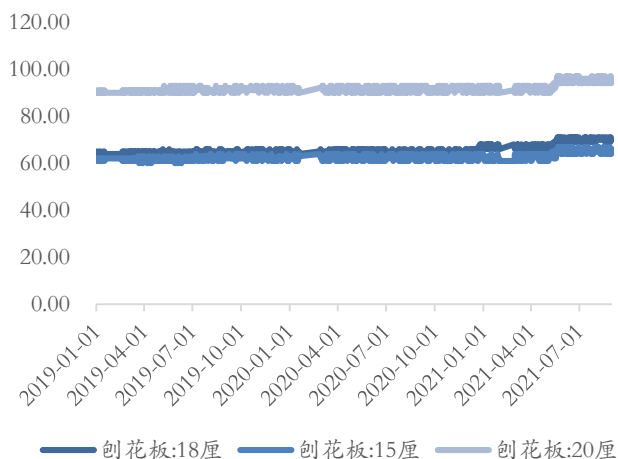
中纤板方面，2021年1-8月，15厘中纤板均价为78.98元，同比上涨2.63%，较19年同期上升4.37%。8月单月平均价格为80.16元/张，环比下滑0.23%。整体来看2021年中纤板和刨花板的价格虽仍然处于高位，但价格上的变化已趋于稳定。

软体方面，8月MDI和TDI价格持续上行，且相对于去年涨幅仍然相对较大，预计将对家居企业构成一定的成本压力。MDI用途较为广泛，可用于制作皮革用品，如沙发等。2021年1-8月MDI平均价格达22342.17元/吨，同比上升57.96%。8月单月平均价格为22336元/吨，环比下滑5.86%，在经历了连续数月的上涨后，MDI的价格有所回落。TDI则主要用于床垫的制造，其价格涨幅亦相对温和。2021年1-8月，TDI均价为14577.11元/吨，同比上升33.08%。环比来看，8月TDI价格环比上行1.76%，价格小幅上行。

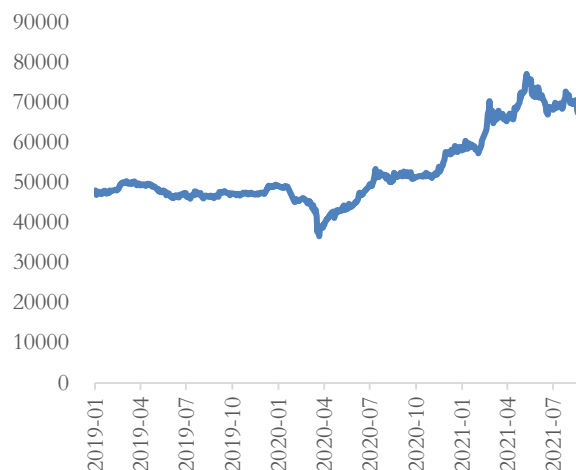
家电方面，长江有色市场8月的平均铜价为69764.55元/吨，环比上升0.06%，价格基本持平。8月铝A00均价为20207.27元/吨，环比上升5.41%，价格持续上行。2021年1-8月铝A00均价高达18040.99元/吨，同比上涨33.16%。ABS现货1-8月均价为17297.88元/吨，同比上涨52.13%。8月ABS现货平均价格为17463.64元/吨，环比上升1.76%。整体来看，8月家电企业的原材料价

格在经历了上半年的快速上行后，整体价格趋于平稳，价格高位震荡，家电企业成本端的压力略有减缓。

图表：刨花板价格走势（元/张）



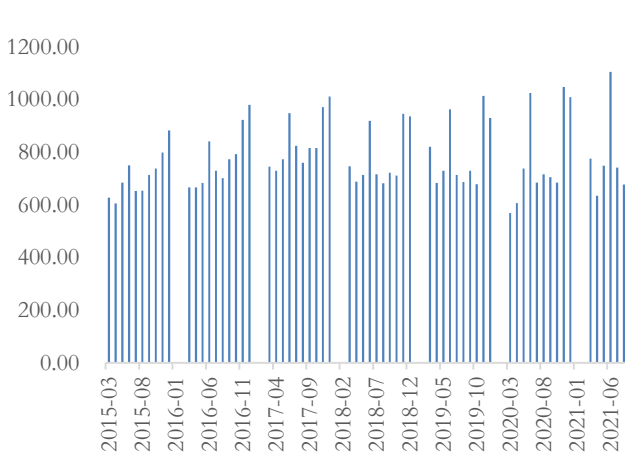
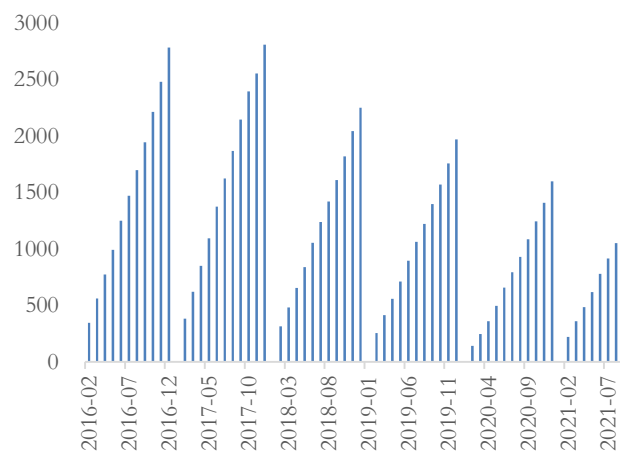
图表：长江有色市场:平均价:铜:1#（元/吨）



资料来源：wind、亿翰智库

4 行业景气度追踪：家具零售数据持续疲软，家电数据喜忧参半

2021年1-8月全国家具零售额1053.00亿元，累计同比增加23.70%；8月单月家具类零售额137.00亿元，同比上行6.70%，较2019年同期减少15.07%，家具零售数据持续疲软。家电方面，2021年1-8月家用电器和音像器材类零售额累计零售额达5830亿元，累计同比增长14.40%，涨幅继续收窄，相比2019年同期几乎持平。8月零售额达677亿元，同比下滑5.0%，整体零售数据表现相对较弱。我们认为8月整体家具和家电零售数据相对弱势，主要有三点原因：（1）2020年由于疫情的原因，整体需求有所后置，2020年同期的基数相对较高；（2）受到疫情和汛情影响，居民出行受到一定程度的影响，8月份社会消费品零售总额同比增长2.5%，比上月回落6个百分点，社零数据整体偏弱；（3）受到2020年疫情冲击后，居民的消费能力和消费意愿均有所下行。上半年全国居民人均可支配收入两年复合同比增长7.4%，较2019年增速下滑1.5个百分点，居民的消费能力增长短期承压。

图表：家用电器和音像器材类零售额:当月值（亿元）

图表：家具类零售额:累计值（亿元）


资料来源：wind、亿翰智库

从企业端来看，2021年1-7月的家具制造业的营业收入达4302.60亿元，较2019年同期增长10.62%，家具企业在经历了2020年的洗礼后，销售端有所回暖。从单月营业收入数据来看，7月的营业收入达661.80亿元，较2019年同期增长13.59%。尽管整体上单月营业收入仍然维持了两位数的增长，但增速相比于6月略有回落，增速回落4.23个百分点。

从细分品类来看，根据奥维云网数据，家电产品整体表现喜忧参半，线上销售表现分化较为严重，洗衣机和清洁电器销售额实现较快增长，空调表现则相对萎靡。具体来看，冰箱、冷柜和洗衣机线上销售额分别为48.7亿元、4.6亿元和36.7亿元，同比+10.7%、-4.3%和+36.5%。其中，8月洗衣机“量价齐升”，线上销量上升18.6%至226.4万台，销售均价同比上升15.10%。其中，均价较低的单/双缸产品价格上升明显，同比上涨15.7%。空调方面，8月销售量和销售金额呈现双双下滑的趋势，销售量和销售金额分别同比下滑34.6%和24.7%，销售规模下滑明显。我们认为，随着空调行业进入成熟期，整体增长空间相对有限，叠加天气的影响，短期增长承压。

油烟机、电储水热水器、小家电的销售增速均较2020年同期有所回落，分别同比下滑4.3%、8.2%和3.0%。随着人们居家时间的减少以及2020年对于需求的透支，小家电市场（电饭锅、电磁炉、电压力锅、豆浆机、料理机、电水壶、榨汁机）2021年整体陷入颓势。8月销售额继续下行，销售规模降至17.4亿元，同比下滑3.0%。

除此以外，亦有部分品类实现了较快的增长，清洁电器和净化器的销售规模增至14.41亿元和3.31亿元，同比增长23.17%和13.79%。清洁电器保持了此前的强劲的增长势头，扫地机器人和洗地机成线上热销产品类型，整体销售规模持续高增。

展望未来，尽管近期家具的零售数据和二手房表现相对不佳，但是考虑到对于定制家具及下游的家电而言，需求仍然以新房为主。随着竣工的好转，短期家具和家电的相关需求仍将被拉动，未来定制家居行业和竣工相关行业预计将在短期内维持高景气，相关行业的龙头企业的业绩亦将逐步释放。

【免责声明】

本报告是基于亿翰智库认为可靠的已公开信息进行撰写,公开信息包括但不限于公司公告、房管部门网站、互联网检索等多种途径,但亿翰智库不保证所载信息的完全准确和全部完整。由于时间和口径的原因,本报告所指的内容可能会与企业实际情况有所出入,对此亿翰智库可随时更改且不予特别通知。

本报告旨在公正客观地反应企业经营情况。在任何情况下,本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何机构或个人的任何建议。任何机构或个人应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况,若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考。

本报告产权为亿翰智库所有。亿翰智库以外的机构或个人转发或引用本报告的任何部分,请严格注明相关出处及来源且不得修改报告任何部分,如未经亿翰智库授权,传播时私自修改其报告数据及内容,所引起的一切后果或法律责任由传播者承担,亿翰智库对此等行为不承担任何责任,亿翰智库将保留随时追究其法律责任的权利。

【关于我们】

亿翰智库是一家以房地产行业的数据分析、行业研判、企业研究为核心的研究机构,隶属亿翰股份,其专注于行业趋势、企业模型以及资本价值等多维度研究及应用;定期向业内、资本市场等发布各类研究成果达数千次,亿翰智库力求打造中国房地产企业与资本的高效对接平台。

