



家用电器

优于大市（维持）

国庆高端智能家电消费表现亮眼, 9月淘系数据出炉

证券分析师

谢丽媛

资格编号: S0120521030001

邮箱: xiely@tebon.com.cn

贺虹萍

资格编号: S0120521090002

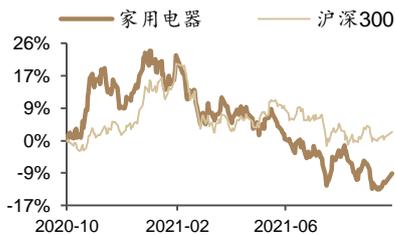
邮箱: hehp@tebon.com.cn

研究助理

邓颖

邮箱: dengying@tebon.com.cn

市场表现



相关研究

- 《个护小电升级明显, 云鲸新品亮点突出》, 2021.9.26
- 《亿田智能: 深耕集成灶, 变革启新章》, 2021.9.21
- 《科沃斯新品竞争力突出, 房屋竣工延续较好增长态势》, 2021.9.21
- 《石头扫地机逆势加速, 新品G10双平台预定超6千件, 8月奥维集成灶、清洁景气延续》, 2021.9.12
- 《家电行业21H1中报总结: 大浪淘沙始见金, 奋楫扬帆启新章》, 2021.9.8

主要观点:

本周家电板块周涨幅+2.9%，其中白电/黑电/厨电/小家电板块分别+3.4%/+2.7%/+2.2%/+1.4%。家电各主要公司多实现不同幅度的上涨，白电板块：美的集团、格力电器领涨；厨电板块：亿田智能涨幅领先；小家电板块：苏泊尔、北鼎股份、极米科技、石头科技涨幅均在3%以上。原材料方面，铜价和铝价上涨，后续仍需关注原材料涨价压力传递至报表端。

专题：国庆家电消费表现亮眼，高端化、智能化、懒人家电趋势明显

线下客流有所恢复，家电消费表现亮眼。国庆期间苏宁易购通过落地场景快闪店、沉浸式观影活动、加强促销活动等多项举措，吸引线下门店客流提升，其中全国苏宁易购（10.1~10.5）预计门店客流提升67%，门店订单量增长86%；上海苏宁易购整体客流大幅增长170%。此外，京东：家用电器是国庆期间成交金额最高的品类之一。

趋势上：高端化、智能化、懒人家电备受青睐

高端化：苏宁易购显示十一期间万元以上高端套系家电订单增长141%，卡萨帝、西门子等高端品牌销售增长72%，另100吋激光电视销量同比增长180%，大容量智能冰箱销量同比增长212%；

智能化：苏宁易购十一期间智能家居销售增长101%，小米米家、海尔智家、美的美居、华为全屋智能、天猫精灵成为智慧生活TOP5品牌；

懒人家电：苏宁易购十一期间洗碗机（销售+38%）、清洁电器（销量+66%）表现亮眼，品牌方面，添可（+650%）、云鲸（+626%）、戴森（+93%）销量同比增长迅猛。

投资建议

建议关注渗透率持续提升的集成灶细分领域，未来行业有望维持30%左右增速，持续推荐具备长期龙头战略格局眼光、紧握强品牌营销和高端产品定位两大厨电行业龙头核心要素、规模快速扩张的**火星人**，具备较强产品力、少东家上任有望带来变革成效的集成灶龙头**亿田智能**，具备较强产品优势和渠道优势的集成灶龙头**浙江美大**。推荐关注零售恢复显著、工程渠道增长稳定，善于发掘新增长点，具备较强α属性，把握台式品类扩张带来新增长点、在存量房更新需求发力的厨电龙头**老板电器**。

我们发布了深度报告解构中国消费社会阶段划分，**通过经济、人口等宏观环境分析了各代际微观人群的价值观变化，及从而导致的消费观变化**。我们认为，中国现阶段处于第三消费社会早期，这个阶段的消费主力从小物质生活丰富、成长环境优越，体现在消费观的主要特点在于，消费单位从家庭开始转向个人，更加注重个性化、小型化、多样化；消费内容从耐用品、必需品转向快消品、提供情绪价值的消费品；消费价值取向从高性价比转向注重品质、细分化、个性化等。

小家电领域为第三消费社会的重点受益板块。持续看好新消费为小家电领域带来的新机遇，长期看好解决信息享受的家用智能投影细分领域，建议关注技术领先且具有消费品全方位壁垒的家用智能微投龙头**极米科技**。按摩小家电行业是第三消费时代稳健增长的优质赛道。建议关注产品端+渠道端+营销端全线竞争力突出的小型按摩器龙头

倍轻松。智能清洁电器符合第三消费时代消费者对于品质生活和解放双手的追求，扫地洗拖地类产品有望成为家庭刚需。**建议关注精准把握消费者需求，坚持自主研发，高举高打，产品力及品牌力出色的科沃斯。**

随着空调价格战接近尾声，海外疫情改善不及预期带来的产能转移，叠加原材料价格的持续上涨，空调行业集中度将进一步向龙头提升，冰洗价格也将延续此前的上涨趋势。三大白电龙头进入 2021 年后紧抓白电洗牌期的有利时机布局产能和产业链、优化智能制造、提升终端价格，并在资本市场上集体回购股份，加强员工激励，彰显发展信心。**建议关注白电龙头底部复苏。推荐关注白电龙头海尔智家、美的集团、格力电器。**

风险提示：原材料价格上涨风险，需求不及预期风险，疫情反复风险，汇率波动影响，芯片缺货涨价风险。

内容目录

1. 本周要点	5
2. 近期重要新闻	7
3. 数据专题	8
3.1. 白电	8
3.2. 厨电	9
3.3. 小家电	11
4. 本周家电板块走势	14
5. 原材料价格走势	16
6. 房地产数据跟踪	17
7. 风险提示	18

图表目录

图 1: 各地国庆家电消费情况梳理	5
图 2: 淘系 9 月销售同比表现	6
图 3: 海尔销售数据累计汇总	8
图 4: 美的销售数据累计汇总	9
图 5: 格力销售数据累计汇总	9
图 6: 老板销售数据累计汇总	10
图 7: 华帝销售数据累计汇总	10
图 8: 火星人销售数据累计汇总	10
图 9: 美大销售数据累计汇总	10
图 10: 亿田销售数据累计汇总	11
图 11: 帅丰销售数据累计汇总	11
图 12: 九阳销售数据累计汇总	12
图 13: 苏泊尔销售数据累计汇总	12
图 14: 小熊销售数据累计汇总	13
图 15: 摩飞销售数据累计汇总	13
图 16: 科沃斯销售数据累计汇总 (扫地机器人)	13
图 17: 莱克销售数据累计汇总	13
图 18: 家电指数周涨跌幅	15
图 19: 家电指数年走势	15
图 20: 家电重点公司估值	15
图 21: 铜铝价格走势 (美元/吨)	16
图 22: 塑料价格走势 (2005 年 11 月 1 日=1000)	16
图 23: 钢材价格走势 (1994 年 4 月=100)	16
图 24: 人民币汇率	16
图 25: 累计商品房销售面积 (亿平方米)	17
图 26: 当月商品房销售面积 (亿平方米)	17
图 27: 累计房屋竣工面积 (亿平方米)	17
图 28: 当月房屋竣工面积 (亿平方米)	17
图 29: 累计房屋新开工面积 (亿平方米)	17
图 30: 当月房屋新开工面积 (亿平方米)	17
图 31: 累计房屋施工面积 (亿平方米)	18
图 32: 大中城市成交面积 (万平方米)	18

1. 本周要点

本周家电板块周涨幅+2.9%，其中白电/黑电/厨电/小家电板块分别+3.4%/+2.7%/+2.2%/+1.4%。家电各主要公司多实现不同幅度的上涨，白电板块：美的集团、格力电器领涨；厨电板块：亿田智能涨幅领先；小家电板块：苏泊尔、北鼎股份、极米科技、石头科技涨幅均在3%以上。原材料方面，铜价和铝价上涨，后续仍需关注原材料涨价压力传递至报表端。

专题：国庆家电消费表现亮眼，高端化、智能化、懒人家电趋势明显

线下客流有所恢复，家电消费表现亮眼。国庆期间苏宁易购通过落地场景快闪店、沉浸式观影活动、加强促销活动等多项举措，吸引线下门店客流提升，其中全国苏宁易购（10.1~10.5）预计门店客流提升67%，门店订单量增长86%；上海苏宁易购整体客流大幅增长170%。此外，**京东：家用电器是国庆期间成交金额最高的品类之一。**

趋势上：高端化、智能化、懒人家电备受青睐

高端化：苏宁易购显示十一期间万元以上高端套系家电订单增长141%，卡萨帝、西门子等高端品牌销售增长72%，另100吋激光电视销量同比增长180%，大容量智能冰箱销量同比增长212%；

智能化：苏宁易购十一期间智能家居销售增长101%，小米米家、海尔智家、美的美居、华为全屋智能、天猫精灵成为智慧生活TOP5品牌；

懒人家电：苏宁易购十一期间洗碗机（销售+38%）、清洁电器（销量+66%）表现亮眼，品牌方面，添可（+650%）、云鲸（+626%）、戴森（+93%）销量同比增长迅猛。

图1：各地国庆家电消费情况梳理

地区	国庆消费概要	来源
全国	十一期间，苏宁易购全国门店订单增长86%，万元以上高端套系家电订单增长141%，智能家居销售增长101%。	苏宁易购
全国	京东上，国庆期间成交额最高的品类依旧是家用电器、电脑办公、手机通讯、食品饮料等传统假日消费的强势品类。京东方面透露各类智能生活电器和智能设备需求快速增长。	羊城晚报
北京	北京苏宁易购发布的十一黄金周第一天战报显示首日全城门店客流量突破10万人次。健康高端家电成为品质生活的新主流。冰洗、厨卫、通讯成为黄金周首日消费者购物品类TOP3，分别较同期增长了207%，206%，128%。	网易
上海	国庆假期期间上海苏宁易购到店客流及成交额均创新高，整体客流大幅度增长超170%。三胎经济带动了大容量家电的销售。	网易
南京	苏宁易购在国庆假期推出家电特惠活动向全市发放亿元家电消费券，继续开展家电以旧换新活动助推节能环保绿色家电；海尔、美的等国货品牌高端家电销售同比增长明显，智能类家电同比增长更超300%。	网易
广州	众多家电销售商也在国庆期间线上线下融合举办秋季家电促消费活动。苏宁易购预计实现销售1.45亿元；国美电器预计假日销售超8000万元，同比增长超过28%，空调、彩电等品类增幅更超过50%。	21世纪经济
陕西	（国庆期间）全省零售样本企业20大类商品中17类实现增长，13类商品增速超过10%，其中汽车、石油制品、家用电器、粮油食品、化妆品、金银珠宝、建筑装饰材料、家具销售额分别增长4.3%、27%、13.7%、8.4%、21.2%、18.7%、34.2%、27.1%。西安市举办绿色智能家电消费补贴活动，节日期间国美电器、苏宁易购销售额均取得明显增长。	新浪网
贵州	（苏宁易购贵州区域线下）目前洗烘一体洗衣机、智能洗地机、全屋净水、全屋采暖等提高生活品质的家电品类商品备受欢迎，销售额增幅均高达3位数。	贵州日报

资料来源：苏宁易购、新浪、网易、羊城晚报、21世纪经济、贵州日报，德邦证券研究所整理

9月淘系销售数据出炉，行业方面，**空调，冰箱维持快增；品牌方面：卡萨帝（+127%）、格力（+127%）、亿田（+260%）增速较8月明显加速，添可、极米、火星人、石头仍维持快速增长。**

图2：淘系9月销售同比表现

【德邦家电谢丽媛】9月淘系数据一览									
行业									
销额同比	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
空调	363%	187%	105%	1%	19%	127%	160%	15%	35%
冰箱	285%	133%	36%	26%	8%	37%	54%	14%	14%
洗衣机	308%	74%	37%	14%	24%	54%	25%	41%	-10%
厨房大电	88%	43%	35%	7%	-14%	4%	-14%	-40%	-53%
厨房电器	57%	3%	3%	-22%	9%	-10%	-15%	-15%	-40%
生活电器	60%	9%	24%	41%	4%	24%	4%	16%	-32%
个人护理	23%	8%	17%	-15%	-18%	-11%	-17%	-12%	-39%
厨房/烹饪用具	66%	40%	7%	-17%	342%	262%	163%	148%	-37%
婴童用品	21%	-27%	-13%	-27%	-23%	9%	-16%	56%	-31%
投影仪		-22%	-22%	34%	-16%	25%	0%	51%	-34%
美的									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	56%	1%	-10%	-14%	-13%	16%	10%	14%	19%
销额同比	161%	68%	16%	9%	26%	82%	25%	-17%	-20%
均价同比	68%	71%	18%	5%	45%	57%	13%	-14%	-12%
海尔									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	155%	14%	2%	7%	-18%	15%	25%	18%	12%
销额同比	382%	112%	53%	57%	25%	83%	109%	53%	27%
均价同比	89%	85%	50%	69%	54%	59%	67%	42%	24%
卡萨帝									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	369%	117%	174%	382%	266%	238%	188%	114%	114%
销额同比	602%	194%	266%	566%	444%	255%	242%	118%	127%
均价同比	50%	36%	34%	38%	48%	5%	19%	2%	16%
格力									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	251%	16%	213%	98%	3%	75%	121%	42%	64%
销额同比	525%	35%	154%	7%	2%	101%	230%	117%	127%
均价同比	78%	17%	-19%	-53%	-5%	15%	49%	53%	38%
老板									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比						48%	107%	124%	109%
销额同比						8%	0%	22%	19%
均价同比						-27%	-52%	-46%	-43%
火星人									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比						55%	43%	60%	12%
销额同比						92%	69%	116%	35%
均价同比						24%	18%	35%	20%
亿田									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比						279%	163%	51%	208%
销额同比						379%	233%	97%	260%
均价同比						27%	26%	31%	17%
帅丰									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比						12%	-43%	17%	-39%
销额同比						76%	-35%	20%	-36%
均价同比						57%	13%	30%	16%
美大									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比						52%	-73%	18%	-32%
销额同比						12%	-81%	12%	-39%
均价同比						-26%	-27%	19%	-11%
苏泊尔									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	40%	17%	3%	-21%	-19%	19%	12%	10%	18%
销额同比	55%	22%	1%	-10%	4%	9%	14%	23%	-21%
均价同比	11%	4%	4%	13%	19%	20%	17%	12%	-14%
九阳									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	56%	-14%	-25%	-27%	-32%	-11%	9%	-18%	-20%
销额同比	69%	-19%	-20%	-23%	-31%	-13%	-17%	-27%	-37%
均价同比	9%	5%	7%	6%	1%	2%	8%	-11%	-22%

小熊									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	29%	-51%	-44%	-54%	-45%	-27%	-28%	-34%	-51%
销额同比	58%	-40%	-30%	-41%	-25%	2%	-14%	-20%	-48%
均价同比	22%	23%	25%	27%	35%	40%	19%	22%	16%
摩飞									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	117%	47%	-35%	-42%	-16%	-28%	-21%	4%	-29%
销额同比	127%	7%	-35%	-51%	4%	-27%	-30%	5%	-48%
均价同比	4%	-27%	1%	-14%	24%	1%	-12%	1%	-27%
北鼎									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	62%	11%	23%	3%	27%	76%	11%	-14%	13%
销额同比	50%	-22%	-23%	-34%	-17%	38%	52%	6%	-26%
均价同比	7%	-30%	-38%	-32%	-34%	-21%	-37%	9%	-28%
科沃斯									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	57%	47%	9%	86%	59%	76%	59%	21%	41%
销额同比	60%	39%	14%	717%	190%	88%	42%	22%	8%
均价同比	2%	5%	5%	340%	83%	7%	-11%	1%	-23%
添可									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	8416%	6767%	1890%	1509%	500%	962%	409%	427%	166%
销额同比	8658%	6369%	1457%	1757%	587%	1164%	444%	486%	157%
均价同比	3%	6%	-22%	15%	15%	19%	7%	11%	13%
石头									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	91%	51%	41%	55%	77%	65%	44%	47%	21%
销额同比	94%	43%	77%	75%	109%	107%	145%	79%	39%
均价同比	1%	6%	26%	13%	18%	25%	69%	22%	15%
莱克									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比				113%	103%	33%	81%	48%	1%
销额同比				95%	99%	37%	88%	66%	-26%
均价同比				8%	2%	3%	4%	12%	-25%
极米科技									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比	72%	4%	3%	-39%	2%	51%	41%	131%	51%
销额同比	95%	11%	7%	-34%	25%	53%	34%	164%	41%
均价同比	13%	5%	4%	8%	22%	2%	5%	14%	7%
飞科									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比								-39%	-48%
销额同比								-35%	-36%
均价同比								6%	23%
奥佳华									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比					244%	78%	57%	624%	51%
销额同比					37%	50%	37%	236%	5%
均价同比					-60%	-16%	-13%	-54%	-37%
荣泰									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比					-25%	29%	78%	-21%	-48%
销额同比					0%	94%	-23%	16%	-6%
均价同比					46%	51%	-57%	47%	80%
倍轻松									
指标	Jan-21	Feb-21	Mar-21	Apr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Aug-21	Sep-21
销量同比					-60%	118%	130%	35%	4%
销额同比					-56%	194%	46%	8%	-44%
均价同比					8%	35%	-37%	-20%	-46%

资料来源：淘数据，德邦证券研究所

2. 近期重要新闻

美的集团申请“悦家”商标，分类涉及灯具空调。10月9日，美的集团股份有限公司（以下简称“美的集团”）新增“悦家”商标信息，国际分类涉及灯具空调，申请日期为2021年9月28日，商标状态为“商标申请中”。（来源：乐居财经）

“限电”会给家电行业带来什么影响。从区域来看，目前只有东北和广东部分区域的工厂生产受到影响，全国其他家电企业集中的区域比如安徽、山东、浙江等地区目前生产基本正常。从企业规模来看，规模大的、在当地处于重要地位的家企业，政府从用电政策上会给予一定倾斜，目前影响较小。相比之下，很多中小企业的用电形势不乐观。从企业类型来看，整机企业的用电情况整体好于供应链企业。总体来看，目前限电对国内的家电产业链影响有限，尤其是空调行业现在处于淡季，不用备库。但是后续还待进一步观察。（来源：产业在线）

3. 数据专题

3.1. 白电

本周白电线上、线下销售数据总体平稳。

截至 W39，海尔线上表现延续高增态势，主品类均实现不同幅度增长，且空冰洗均价提升明显。线下方面，海尔洗碗机、空调增速表现亮眼；卡萨帝全品类持续高增。

图 3：海尔销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
海尔	冰箱	销额同比	-10%	-3%	-10%	-8%	34%	34%	30%	35%
		均价	6,154	5,039	6,238	5,035	2,785	2,402	2,883	2,247
		均价同比	17%	11%	21%	11%	21%	8%	16%	13%
海尔	洗衣机	销额同比	-8%	-4%	-10%	-7%	27%	26%	37%	33%
		均价	4,206	3,505	4,146	3,393	1,949	1,814	1,969	1,533
		均价同比	15%	10%	15%	11%	17%	4%	15%	13%
海尔	空调	销额同比	-8%	-5%	16%	1%	-10%	22%	51%	44%
		均价	3,966	3,913	4,043	3,794	3,152	3,177	3,171	2,829
		均价同比	19%	1%	13%	3%	27%	0%	10%	6%
海尔	洗碗机	销额同比	-6%	-8%	52%	2%	42%	75%	77%	86%
		均价	3,982	3,469	3,862	3,606	3,146	3,264	3,225	2,872
		均价同比	20%	7%	27%	3%	15%	-2%	7%	6%
海尔	燃气热水器	销额同比	-8%		-4%		73%		41%	
		均价	2,418		2,404		1,614		1,473	
		均价同比	6%		10%		1%		-3%	
卡萨帝	洗碗机	销额同比	241%	247%	121%	147%				
		均价	7,575	12,040	7,984	10,730				
		均价同比	-17%	-21%	-3%	-14%				
卡萨帝	嵌入式单功能电烤箱	销额同比	156%		141%				0%	
		均价	8,635	-	9,098	-			-	
		均价同比	-8%		-21%				0%	
卡萨帝	燃气热水器	销额同比	68%		20%					
		均价	5,043	-	5,070	-				
		均价同比	3%		6%					

资料来源：奥维云网，德邦证券研究所

注：9月数据为周度累计，均价单位为元

截至 W39，线上方面，小天鹅洗衣机、美的冰箱销额稳定增长。线下方面，吸尘器、集成灶品类同比有所增长，且均实现量价同增。

图 4：美的销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
美的	冰箱	销额同比	-22%	-9%	-25%	-17%	15%	19%	9%	22%
		均价	4,342	4,088	4,319	4,155	2,441	2,104	2,434	2,197
美的	洗衣机	销额同比	-16%	-18%	-32%	-23%	2%	11%	-9%	-3%
		均价	2,212	2,123	2,227	2,217	1,520	1,339	1,491	1,302
小天鹅	洗衣机	销额同比	1%	-15%	-3%	-13%	31%	31%	21%	26%
		均价	3,620	3,461	3,426	3,248	1,951	1,765	2,021	1,579
美的	空调	销额同比	-12%	-7%	-10%	-10%	-4%	10%	-14%	-3%
		均价	3,373	3,629	3,638	3,636	2,715	2,804	3,347	2,714
美的	油烟机	销额同比	-42%	-23%	-51%	-35%	-3%	10%	-30%	2%
		均价	3,163	3,183	3,161	3,104	1,624	1,508	1,598	1,461
美的	嵌入式单功能电烤箱	销额同比	-65%		-69%		-14%		-42%	
		均价	4,508		4444		2215		2390	
美的	台式单功能电烤箱	销额同比	-53%		-47%		-52%		-38%	
		均价	476		503		220		248	
美的	洗碗机	销额同比	15%	38%	-25%	1%	7%	33%	-16%	19%
		均价	5,855	3,946	6,236	4,098	3,729	2,830	4,049	2,857
美的	吸尘器	销额同比	3%	-5%	175%	34%	-17%	1%	-35%	-15%
		均价	1,782	1,390	2,517	1,304	467	406	445	442
美的	电饭煲	销额同比	-29%	-29%	-31%	-33%	-8%	-2%	-3%	-6%
		均价	595	552	619	561	225	245	219	233
美的	电压力锅	销额同比	-30%	-28%	-28%	-29%	-5%	2%	-6%	-3%
		均价	651	608	668	604	258	263	264	260
美的	豆浆机	销额同比	-18%	-53%	5%	-44%	-56%	-33%	-36%	-46%
		均价	356	431	345	423	205	268	208	256
美的	料理机	销额同比	-47%	-40%	-49%	-43%	4%	22%	-8%	3%
		均价	768	1,116	783	1,062	171	158	164	167
美的	电水壶	销额同比	-25%	-34%	-33%	-41%	-11%	-8%	-6%	-7%
		均价	159	161	160	157	97	109	94	98
美的	集成灶	销额同比	95%		27%		12%		-14%	
		均价	9,609		10,628		7,742		8,513	
美的	燃气热水器	销额同比	-42%		-55%		9%		-29%	
		均价	2,764		2,636		1,505		1,508	
美的	煎烤机	销额同比	-26%		-29%		-14%		2%	
		均价	339		340		128		125	

资料来源：奥维云网，德邦证券研究所

注：9月数据为周度累计，均价单位为元

截至 W39，格力空调线上维持较高增速，线下仍呈下滑态势。

图 5：格力销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
格力	空调	销额同比	-17%	-19%	-14%	-21%	2%	32%	41%	39%
		均价	4,256	4,632	4,179	4,336	3,435	3,858	3,607	3,619
		均价同比	7%	-4%	6%	-2%	22%	-6%	14%	0%

资料来源：奥维云网，德邦证券研究所

注：9月数据为周度累计，均价单位为元

3.2. 厨电

厨电板块整体保持高增长势头。

截至 W39，老板洗碗机线上线下增长亮眼，油烟机线上有所增长，线下仍有承压。

图 6：老板销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
老板	油烟机	销额同比	1%	-5%	-8%	-8%	15%	9%	3%	14%
		均价	4,717	4,481	4,667	4,385	2,607	2,716	2,669	2,605
老板	嵌入式单功能电烤箱	销额同比	7%	3%	5%	3%	15%	-2%	11%	1%
		均价					4830	-	5341	
老板	洗碗机	销额同比					21%		-29%	
		均价								
老板	洗碗机	销额同比	111%	102%	50%	74%	111%	134%	95%	439%
		均价	6,447	6,645	6,488	6,719	5,125	4,231	5,307	1,818
老板	集成灶	销额同比	-1%	-1%	0%	-2%	21%	10%	14%	71%
		均价	13,084	-						

资料来源：奥维云网，德邦证券研究所
注：9月数据为周度累计，均价单位为元

截至 W39，华帝线上油烟机、燃气热水器均实现小幅增长；线下油烟机、洗碗机均承压明显。

图 7：华帝销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
华帝	油烟机	销额同比	-16%	-11%	-19%	-17%	10%	2%	7%	-9%
		均价	3,511	3,556	3,498	3,511	1,994	2,306	2,039	2,201
华帝	嵌入式单功能电烤箱	销额同比	3%	-1%	5%	0%	0%	-7%	0%	-4%
		均价								
华帝	洗碗机	销额同比	-37%	-	-54%	-				
		均价	3,822	-	3,779	-				
华帝	洗碗机	销额同比	-16%		-9%					
		均价								
华帝	洗碗机	销额同比	-13%	64%	-23%	3%				
		均价	5,491	5,173	5,515	4,843				
华帝	燃气热水器	销额同比	3%	3%	7%	7%				
		均价								
华帝	燃气热水器	销额同比	-17%		1%		-12%		4%	
		均价	2,685		2,419		1,902		1,767	
华帝	燃气热水器	销额同比	-5%		-7%		4%		-5%	
		均价								

资料来源：奥维云网，德邦证券研究所
注：9月数据为周度累计，均价单位为元

截至 W39，火星人双渠道延续高增长且实现量价同增，其中线下更为优异（三位数高增）。

图 8：火星人销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
火星人	集成灶	销额同比	146%		147%		81%		45%	
		均价	10,410		10,751		9,621		10,220	
火星人	集成灶	销额同比	1%		9%		16%		15%	
		均价								

资料来源：奥维云网，德邦证券研究所
注：9月数据为周度累计，均价单位为元

截至 W39，美大线上线下销售额仍有所承压。

图 9：美大销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
美大	集成灶	销额同比	13%		-16%		4%		-43%	
		均价	10,212		10,313		9065		9,107	
美大	集成灶	销额同比	-5%		1%		-1%		-5%	
		均价								

资料来源：奥维云网，德邦证券研究所
注：9月数据为周度累计，均价单位为元

截至 W39，亿田线上表现优异，均价有所提升。

图 10：亿田销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
亿田	集成灶	销额同比					117%		123%	
		均价					10,014		10,165	
		均价同比					12%		9%	

资料来源：奥维云网，德邦证券研究所
注：9月数据为周度累计，均价单位为元

截至 W39，帅丰线上增速表现较为亮眼，且实现量价齐增。

图 11：帅丰销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合2019	同比	复合2019	同比	复合2019	同比	复合2019
帅丰	集成灶	销额同比					79%		27%	
		均价					10,230		9,993	
		均价同比					34%		23%	

资料来源：奥维云网，德邦证券研究所
注：9月数据为周度累计，均价单位为元

3.3. 小家电

小家电受高基数影响，总体有所承压，清洁电器表现突出。

截至 W39，线上方面，九阳煎烤机增长亮眼，电饭煲、电压力锅微增；线下除煎烤机外，多数品类承压下滑。

图 12: 九阳销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
九阳	豆浆机	销额同比	-15%	-39%	-12%	-35%	-39%	-25%	-24%	-25%
		均价	939	894	874	820	362	457	346	440
		均价同比	16%	3%	3%	3%	-13%	-11%	-8%	-11%
九阳	料理机	销额同比	-40%	-23%	-29%	-22%	-23%	32%	-22%	7%
		均价	920	1,002	864	989	287	188	271	268
		均价同比	-4%	-4%	-3%	-6%	1%	24%	-15%	0%
九阳	电饭煲	销额同比	-14%	-13%	-14%	-21%	15%	8%	2%	5%
		均价	510	435	494	448	192	227	182	212
		均价同比	12%	8%	10%	5%	-10%	-8%	-6%	-7%
九阳	电压力锅	销额同比	-25%	-22%	-12%	-20%	-16%	-1%	2%	5%
		均价	495	432	513	444	260	271	242	273
		均价同比	14%	7%	14%	8%	8%	-2%	-4%	-6%
九阳	台式单功能电烤箱	销额同比	-48%	-	-18%	-	-65%	-	-24%	-
		均价	330	-	316	-	197	-	211	-
		均价同比	-4%	-	9%	-	-9%	-	10%	-
九阳	洗碗机	销额同比	-	-	-	-	-52%	-44%	-53%	-41%
		均价	-	-	-	-	1,266	2,034	1,300	1,795
		均价同比	-	-	-	-	-26%	-21%	-11%	-15%
九阳	电水壶	销额同比	-27%	-31%	-22%	-35%	-1%	-5%	-6%	-16%
		均价	143	132	142	136	81	97	84	101
		均价同比	2%	4%	-1%	2%	-2%	-9%	5%	-9%
九阳	煎烤机	销额同比	-25%	-	3%	-	12%	-	36%	-
		均价	366	-	365	-	145	-	144	-
		均价同比	7%	-	21%	-	-1%	-	8%	-

资料来源: 奥维云网, 德邦证券研究所
注: 9月数据为周度累计, 均价单位为元

截至 W39, 线上方面, 苏泊尔吸尘器、台式单功能电烤箱表现亮眼, 电饭煲、电压力锅、煎烤机、电水壶等品类亦有所增长; 线下方面整体下滑。

图 13: 苏泊尔销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
苏泊尔	电饭煲	销额同比	-21%	-26%	-24%	-32%	-3%	6%	13%	6%
		均价	659	567	668	599	289	259	278	246
		均价同比	6%	8%	9%	6%	23%	6%	13%	6%
苏泊尔	电压力锅	销额同比	-33%	-27%	-26%	-31%	-4%	4%	5%	2%
		均价	682	648	705	655	358	326	337	312
		均价同比	1%	3%	5%	4%	18%	5%	5%	4%
苏泊尔	豆浆机	销额同比	-69%	-71%	-58%	-85%	-40%	37%	-26%	53%
		均价	383	421	347	1,512	195	280	201	266
		均价同比	-6%	-5%	4%	-52%	-5%	-16%	7%	-13%
苏泊尔	料理机	销额同比	-46%	-39%	-44%	-40%	-27%	37%	-9%	24%
		均价	983	1,144	967	1,166	232	119	214	159
		均价同比	-6%	-7%	0%	-9%	7%	40%	-7%	16%
苏泊尔	台式单功能电烤箱	销额同比	-58%	-	-61%	-	-55%	-	77%	-
		均价	317	-	327	-	196	-	198	-
		均价同比	2%	-	18%	-	-19%	-	-17%	-
苏泊尔	油烟机	销额同比	-	-	-	-	18%	3%	5%	1%
		均价	-	-	-	-	1,105	1,273	1,133	1,223
		均价同比	-	-	-	-	0%	-7%	10%	-4%
苏泊尔	吸尘器	销额同比	-65%	-43%	-68%	-64%	53%	72%	94%	62%
		均价	1,392	1,367	1,477	2,723	312	390	290	306
		均价同比	-11%	1%	-2%	-26%	28%	-11%	21%	-3%
苏泊尔	嵌入式单功能电烤箱	销额同比	-	-	-	-	83%	-	44%	-
		均价	-	-	-	-	1762	-	1838	-
		均价同比	-	-	-	-	-15%	-	-4%	-
苏泊尔	电水壶	销额同比	-14%	-28%	-25%	-36%	7%	2%	5%	-4%
		均价	170	155	175	157	102	114	96	108
		均价同比	8%	5%	11%	5%	6%	-6%	-7%	-6%
苏泊尔	煎烤机	销额同比	-27%	-	-16%	-	-28%	-	14%	-
		均价	367	-	374	-	169	-	172	-
		均价同比	-1%	-	14%	-	2%	-	6%	-

资料来源: 奥维云网, 德邦证券研究所
注: 9月数据为周度累计, 均价单位为元

截至 W39, 线上方面, 小熊煎烤机、电饭煲、豆浆机表现优异; 线下方面, 单功能电烤箱增速较好。

图 14: 小熊销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
小熊	料理机	销额同比	-50%	7%	-41%	-38%	-26%	12%	-9%	-7%
		均价同比	141	151	147	135	121	110	118	100
小熊	台式单功能电烤箱	销额同比	-4%	-	14%	-	-59%	-	-7%	-
		均价同比	124	-	127	-	154	-	168	-
小熊	电饭煲	销额同比	-26%	-	-6%	-	-1%	-	4%	-
		均价同比								
小熊	豆浆机	销额同比					39%	138%	10%	121%
		均价同比					146	230	150	218
小熊	煎烤机	销额同比					-2%	-20%	3%	-17%
		均价同比	278		292		227		227	
小熊	煎烤机	销额同比	28%		-12%		-21%		68%	
		均价同比	238		231		190		200	
小熊	煎烤机	销额同比	20%		18%		16%		28%	
		均价同比								

资料来源: 奥维云网, 德邦证券研究所
注: 9月数据为周度累计, 均价单位为元

截至 W39, 摩飞料理机线下保持正增长, 线上亦维持增长态势。

图 15: 摩飞销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
摩飞	料理机	销额同比	-4%		28%		-35%		6%	
		均价同比	242		252		226		217	
摩飞	煎烤机	销额同比	22%		18%		0%		-6%	
		均价同比								
摩飞	煎烤机	销额同比	796		821		604		626	
		均价同比								

资料来源: 奥维云网, 德邦证券研究所
注: 9月数据为周度累计, 均价单位为元

截至 W39, 科沃斯吸尘器线上保持较快增速, 且均价受益于新品升级迭代持续提升。

图 16: 科沃斯销售数据累计汇总 (扫地机器人)

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
科沃斯	吸尘器	销额同比	30%	-3%	1%	-13%	77%	43%	18%	23%
		均价同比	2,777	1,968	2,895	1,943	2,616	1,617	2,489	1,620
科沃斯	吸尘器	销额同比	25%	19%	23%	22%	44%	27%	31%	24%
		均价同比								

资料来源: 奥维云网, 德邦证券研究所
注: 9月数据为周度累计, 均价单位为元

截至 W39, 莱克吸尘器线下销售额同比增长明显。

图 17: 莱克销售数据累计汇总

品牌	品类	指标	线下				线上			
			21Q2		21Q3截止W39		21Q2		21Q3截止W39	
			同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19	同比	复合19
莱克	吸尘器	销额同比	26%	-8%	73%	1%	6%		20%	
		均价同比	2,880	2,250	2,681	2,129	554		586	
莱克	吸尘器	销额同比	10%	13%	-7%	12%	-36%		-26%	
		均价同比								

资料来源: 奥维云网, 德邦证券研究所
注: 9月数据为周度累计, 均价单位为元

投资建议:

- 逻辑主线一:

建议关注渗透率持续提升的集成灶细分领域，未来行业有望维持 30%左右增速，持续推荐具备长期龙头战略格局眼光、紧握强品牌营销和高端产品定位两大厨电行业龙头核心要素、规模快速扩张的**火星人**，具备较强产品力、少东家上任有望带来变革成效的集成灶龙头**亿田智能**，具备较强产品优势和渠道优势的集成灶龙头**浙江美大**。推荐关注零售恢复显著、工程渠道增长稳定，善于发掘新增长点，具备较强 α 属性，把握台式品类扩张带来新增长点、在存量房更新需求发力的厨电龙头**老板电器**。

●逻辑主线二：

我们发布了深度报告解构中国消费社会阶段划分，**通过经济、人口等宏观环境分析了各代际微观人群的价值观变化**。我们认为，中国现阶段处于第三消费社会早期，这个阶段的消费主力从小物质生活丰富、成长环境优越，体现在消费观的主要特点在于，消费单位从家庭开始转向个人，更加注重个性化、小型化、多样化；消费内容从耐用品、必需品转向快消品、提供情绪价值的消费品；消费价值取向从高性价比转向注重品质、细分化、个性化等。

小家电领域为第三消费社会的重点受益板块。持续看好新消费为小家电领域带来的新机遇，长期看好解决信息享受的家用智能投影细分领域，建议关注技术领先且具有消费品全方位壁垒的家用智能微投龙头**极米科技**。按摩小家电行业是第三消费时代稳健增长的优质赛道。建议关注产品端+渠道端+营销端全线竞争力突出的小型按摩器龙头**倍轻松**。智能清洁电器符合第三消费时代消费者对于品质生活和解放双手的追求，扫地洗拖地类产品有望成为家庭刚需。建议关注精准把握消费者需求，坚持自主研发，高举高打，产品力及品牌力出色的**科沃斯**。

●逻辑主线三：

随着空调价格战接近尾声，海外疫情改善不及预期带来的产能转移，叠加原材料价格的持续上涨，空调行业集中度将进一步向龙头提升，冰洗价格也将延续此前的上涨趋势。

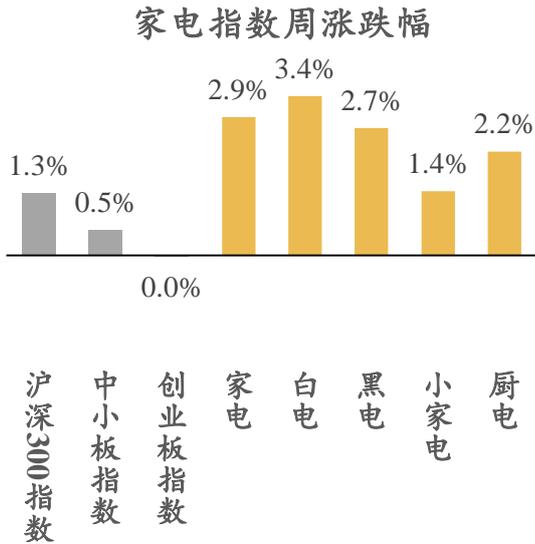
三大白电龙头进入 2021 年后紧抓白电洗牌期的有利时机布局产能和产业链、优化智能制造、提升终端价格，并在资本市场上集体回购股份，加强员工激励，彰显发展信心。支撑这一些列举动的是龙头背后**优秀的公司治理结构**（美的职业经理人体系下不断调整的扁平化事业部构架，海尔智家私有化海尔电器后两大平台在协同性方面的整合，格力本轮渠道改革中对组织架构的不断优化）、**对整体产业链的整合把控的敏锐度**（前向延伸，产能扩张，智能制造）和**优秀的渠道管控能力**（美的、格力、海尔分别于 2017、2019、2019 年进行本轮渠道改革），这也决定了公司的长期竞争力。

建议关注白电龙头底部复苏。推荐关注白电龙头海尔智家、美的集团、格力电器。

4. 本周家电板块走势

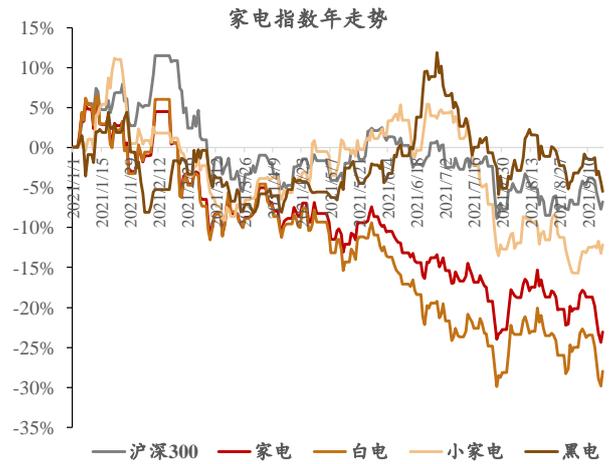
本周沪深 300 指数、中小板指数、创业板指数、家电板块涨跌幅分别+1.3%、+0.5%、+0.0%、+2.9%。从细分板块看，白电、黑电、小家电、厨电涨跌幅分别为+3.4%、+2.7%、+1.4%、+2.2%。

图 18: 家电指数周涨跌幅



资料来源: wind, 德邦研究所

图 19: 家电指数年走势



资料来源: wind, 德邦研究所

图 20: 家电重点公司估值

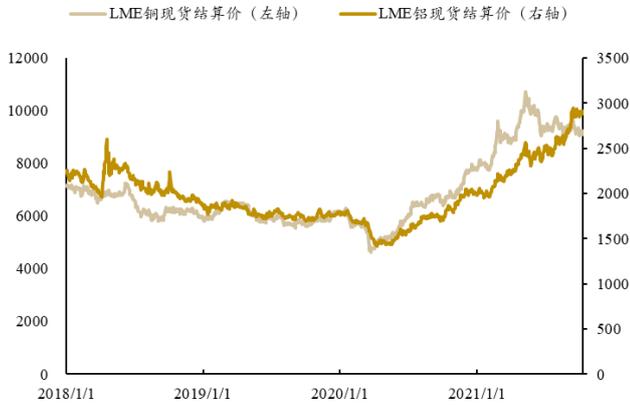
【德邦家电】家电重点公司估值														
	公司	市值 (亿元)	周涨跌幅	年初至今涨跌幅	EPS				PE				BVPS	PB
					19A	20A	21E	22E	19A	20A	21E	22E		
白电	美的集团	5,061	4.2%	-24.9%	3.6	3.9	4.2	4.7	20.1	18.4	17.3	15.3	15.2	4.8
	格力电器	2,395	2.7%	-31.6%	4.1	3.7	4.1	4.6	9.7	10.7	9.8	8.6	18.8	2.1
	海尔智家	2,509	2.1%	-7.3%	1.3	1.0	1.3	1.6	20.8	27.2	19.8	16.7	5.1	5.2
	海信家电	167	2.3%	-12.6%	1.3	1.2	1.3	1.5	9.3	10.6	9.6	8.4	6.4	1.9
厨电	老板电器	331	3.3%	-13.4%	1.7	1.8	2.1	2.4	20.8	19.9	17.0	14.6	7.5	4.7
	火星人	203	1.7%	33%	0.7	0.8	1.1	1.4	75.9	66	47.4	35.3	1.4	34.9
	浙江美大	101	0.2%	0.8%	0.7	0.8	1.0	1.2	22.0	19	15.1	12.6	2.4	6.6
	亿田智能	70	4.1%	59.1%	1.2	1.8	1.9	2.5	53.6	38	35.0	26.5	2.7	24.6
	帅丰电器	41	3.4%	27%	1.7	1.7	1.8	2.3	17.4	17	15.7	12.3	5.0	5.7
	华帝股份	60	2.2%	-20.3%	0.9	0.5	0.7	0.8	8.1	14.7	10.5	9.0	3.5	2.0
小家电	苏泊尔	399	5.5%	-35.7%	2.3	2.3	2.6	2.9	21.0	21.9	19.1	16.8	8.6	5.8
	九阳股份	171	2.5%	-28.2%	1.1	1.2	1.3	1.5	20.8	18.1	16.9	15.1	5.1	4.4
	小熊电器	78	2.9%	-55.3%	2.7	2.7	2.5	3.3	18.6	18.1	19.7	15.3	11.3	4.4
	新宝股份	154	1.7%	-54.8%	0.9	1.4	1.4	1.8	21.8	13.4	13.6	10.5	5.4	3.5
	北鼎股份	41	3.9%	-32.0%	0.4	0.5	0.6	0.8	46.6	35.6	33.2	24.9	1.6	11.9
	极米科技	232	3.6%	-12.1%	3.1	7.2	9.4	13.8	151.5	64.8	49.2	33.7		
	科沃斯	869	0.0%	72.1%	0.2	1.1	3.4	4.7	690.4	133.2	45.1	32.5	4.4	34.6
	石头科技	488	3.4%	-29.3%	15.7	21.4	26.3	34.2	46.7	34.1	27.8	21.4	89.5	8.2
	飞科电器	174	2.2%	-12.8%	1.6	1.5	1.6	1.8	25.5	27.2	24.4	21.7	6.3	6.3
	莱克电气	149	1.5%	24.6%	1.3	0.8	1.3	1.7	20.8	32.0	19.9	15.0	5.7	4.5
	倍轻松	60	2.7%	-43.0%	1.2	1.5	1.3	1.7	81.6	63.5	74.5	56.2		
荣泰健康	41	2.4%	-0.8%	2.1	1.4	2.0	2.4	13.9	20.8	14.9	12.1	11.8	2.5	
奥佳华	85	0.1%	22%	0.5	0.8	1.0	1.3	26.0	17.1	13.5	10.3	5.3	2.5	
黑电	海信视像	159	4.0%	7.9%	0.4	0.9	1.0	1.3	28.6	13.3	11.7	9.7	11.1	1.1
	兆驰股份	229	2.2%	-18.4%	0.3	0.4	0.5	0.5	20.2	13.0	10.8	9.4	2.2	2.3
	创维数字	75	2.3%	-10.6%	0.6	0.4	0.6	0.7	11.6	19.1	12.4	10.7	3.5	2.0

资料来源: 万得一致预期, 德邦证券研究所; 备注: 九阳股份、北鼎股份、新宝股份、极米科技、火星人、莱克电气为德邦家电预测数据, 收盘日 2021.10.8

5. 原材料价格走势

本周 LME 铜、铝现货结算价分别为 9246、2902 美元/吨，本周涨跌幅分别为 +1.46%、+1.29%，年初至今涨跌幅分别为 +16.76%、+44.13%。中塑价格指数年初至今涨跌幅+8.11%。

图 21：铜铝价格走势（美元/吨）



资料来源：wind，德邦研究所

图 22：塑料价格走势（2005 年 11 月 1 日=1000）



资料来源：wind，德邦研究所

图 23：钢材价格走势（1994 年 4 月=100）



资料来源：wind，德邦研究所

图 24：人民币汇率



资料来源：wind，德邦研究所

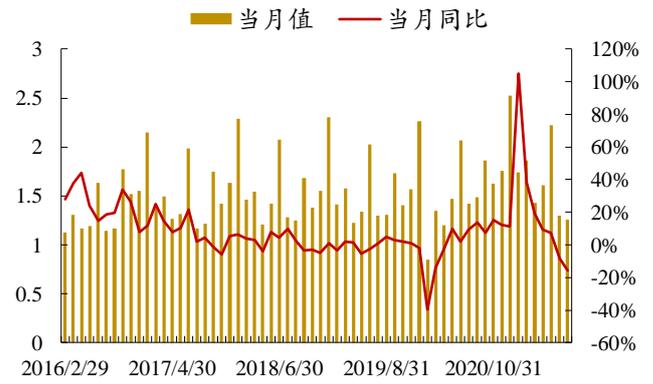
6. 房地产数据跟踪

图 25: 累计商品房销售面积 (亿平方米)



资料来源: wind, 德邦研究所

图 26: 当月商品房销售面积 (亿平方米)



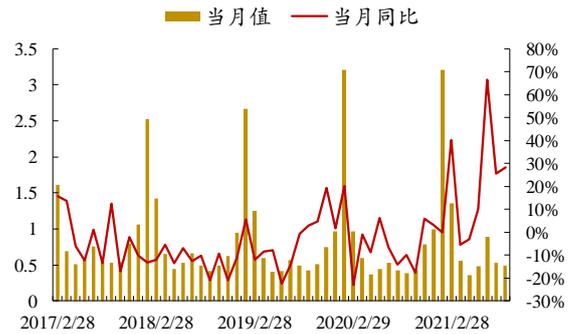
资料来源: wind, 德邦研究所

图 27: 累计房屋竣工面积 (亿平方米)



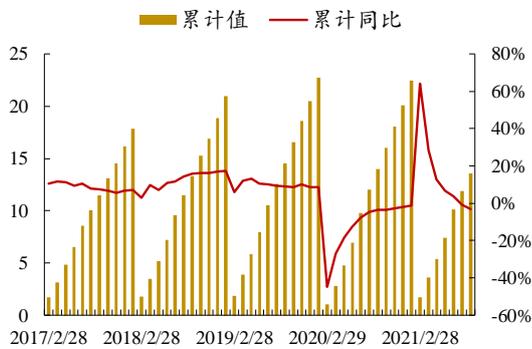
资料来源: wind, 德邦研究所

图 28: 当月房屋竣工面积 (亿平方米)



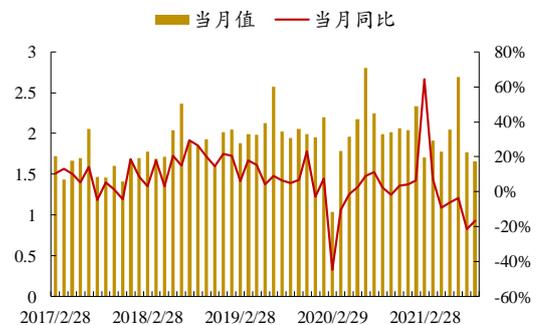
资料来源: wind, 德邦研究所

图 29: 累计房屋新开工面积 (亿平方米)



资料来源: wind, 德邦研究所

图 30: 当月房屋新开工面积 (亿平方米)



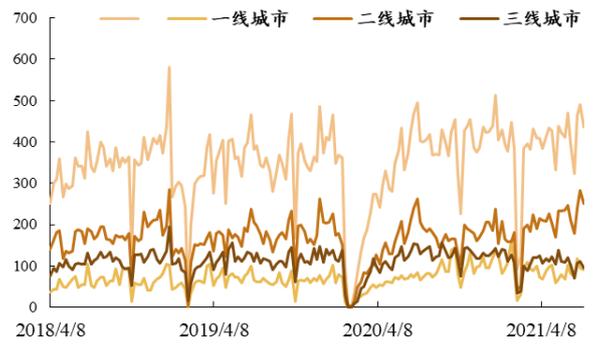
资料来源: wind, 德邦研究所

图 31: 累计房屋施工面积 (亿平方米)



资料来源: wind, 德邦研究所

图 32: 大中城市成交面积 (万平方米)



资料来源: wind, 德邦研究所

7.风险提示

原材料价格上涨风险, 需求不及预期风险, 疫情反复风险, 汇率波动影响, 芯片缺货涨价风险。

信息披露

分析师与研究助理简介

谢丽媛，家电行业首席分析师。复旦大学金融硕士，中央财经大学经济学学士。2017年新财富入围团队成员，2017、2018年金牛奖团队成员。曾在天风证券和平安证券分别担任家电行业研究员和新消费行业负责人。见解独到的新生代新消费研究员，擅长通过历史复盘、产业验证等多方面为市场提供真正的增量价值。

分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人不保证该等信息的准确性或完整性。分析逻辑基于作者的职业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

投资评级说明

1. 投资评级的比较和评级标准： 以报告发布后的6个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后6个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期市场基准指数的涨跌幅；	类别	评级	说明
2. 市场基准指数的比较标准： A股市场以上证综指或深证成指为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普500或纳斯达克综合指数为基准。	股票投资评级	买入	相对强于市场表现20%以上；
		增持	相对强于市场表现5%~20%；
		中性	相对市场表现在-5%~+5%之间波动；
		减持	相对弱于市场表现5%以下。
	行业投资评级	优于大市	预期行业整体回报高于基准指数整体水平10%以上；
		中性	预期行业整体回报介于基准指数整体水平-10%与10%之间；
		弱于大市	预期行业整体回报低于基准指数整体水平10%以下。

法律声明

本报告仅供德邦证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。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人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

市场有风险，投资需谨慎。本报告所载的信息、材料及结论只提供特定客户作参考，不构成投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况。在法律许可的情况下，德邦证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

本报告仅向特定客户传送，未经德邦证券研究所书面授权，本研究报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。如欲引用或转载本文内容，务必联络德邦证券研究所并获得许可，并需注明出处为德邦证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。

根据中国证监会核发的经营证券业务许可，德邦证券股份有限公司的经营范围包括证券投资咨询业务。