渤海证券 BOHAI SECURITIES 研究所

家用电器行业专题报告

家电行业政策复盘与梳理

——家用电器行业专题报告

分析师： 尤越 SAC NO: S1150520080001 2022 年 6 月 30 日

证券分析师

尤越

youyue@bhzq.com

子行业评级

白色家电	看好
黑色家电	中性
小家电	看好
厨房电器	看好
照明电工及其他	中性

重点品种推荐

美的集团	增持
海尔智家	增持
格力电器	增持
浙江美大	增持
亿田智能	增持
火星人	增持

投资要点：

- **家电行业补贴政策回顾**

行业政策是对市场最直接、最有效的管理指导手段。回顾家电行业历史上，2008 年-2013 年，是行业利好政策集中推进的一个时期，这期间“家电下乡”、“以旧换新”和“节能惠民”三大补贴政策相继登场。

- **政策端利好频出，促家电消费**

今年以来，受疫情反复等因素的影响，居民消费意愿较弱，终端消费需求持续低迷。为刺激消费，年初以来政策端利好频出。上半年，政策端多次提及鼓励有条件地区开展家电下乡和以旧换新，并鼓励家电生产企业开展回收目标责任制行动，目标回收总量 1696 万台。今年绿色智能家电下乡和以旧换新已成为家电行业的高频关键词，各平台也积极配合，开展促销补贴活动。今年“618”线上大促期间，京东携手百大家电品牌，共同开展“焕新服务行动”，并联合中国家用电器协会和中国家电网发布了“中国家电行业焕新服务行动承诺书”，共覆盖全国 1.5 万家京东家电专卖店推出百城万店以旧换新行动，为全国各地各级市场消费者提升家电以旧换新体验，真正做到安心消费、简单焕新。据苏宁易购发布的《618 家场景消费大数据》显示，今年 618 苏宁易购平台，一站式以旧换新订单同比增长 172%，全程导购接待量同比提升 5 倍。据京东公布数据显示，以旧换新 618 全期订单量同比增长超 5 倍，累计补贴超亿元，为超百万家庭实现以旧换新。

- **投资建议**

今年上半年，政策端多次提及鼓励地方开展绿色智能家电下乡和以旧换新活动，并多次提及促进绿色智能家电消费，我们认为这将进一步提升绿色智能家电产品的渗透率，有望提振家电终端消费。且自 2013 年三大家电补贴政策退出至今已接近十年时间，当时政策鼓励下购买的家电大多数已接近或超过了安全使用年限，且当时家电下乡活动中的家电中低端产品占比较高，因此现阶段鼓励地方开展绿色智能家电下乡和以旧换新活动可直接触达乡镇农村居民的家电更新需求，有效刺激家电消费。也可以反映出，低碳化、绿色化、智能化将成为家电行业转型升级新趋势，促进家电产品结构的优化调整，有助于提升企业盈利能力。综上，我们建议关注美的集团（000333）、海尔智家（600690）、格力电器（000651）、浙江美大（002677）、亿田智能（300911）、火星人（300894）。

- **风险提示**

宏观经济环境波动的风险；疫情反复的风险；汇率波动造成汇兑损失的风险；行业终端需求严重下滑的风险；海外出口景气度下滑的风险。

目 录

1、家电行业补贴政策回顾.....4
2、家电下乡政策.....5
3、以旧换新政策.....9
4、节能惠民与节能补贴政策.....11
4.1 节能产品惠民工程共三个阶段.....11
4.2 空调新能效标准.....13
5、政策端利好频出，促家电消费.....14
5.1 再提家电下乡和以旧换新.....14
5.2 多地区出台地方家电补贴政策.....16
6、投资建议.....18
7、风险提示.....19

图 目 录

图 1：2008-2013 年家电行业三大补贴政策 4
图 2：家用空调内销量及同比增速（单位：万台） 4
图 3：家用空调总销量及同比增速（单位：万台） 4
图 4：冰箱内销量及同比增速（单位：万台） 5
图 5：冰箱总销量及同比增速（单位：万台） 5
图 6：洗衣机内销量及同比增速（单位：万台） 5
图 7：洗衣机总销量及同比增速（单位：万台） 5
图 8：家电下乡政策分阶段梳理 7
图 9：家电下乡补贴金额累计值（单位：亿元） 8
图 10：电冰柜送到村民手中 8
图 11：海尔通过 6000 多家专卖店把服务送到广大县乡村民手中 8
图 12：2007-2012 年三大白电每百户保有量（台） 9
图 13：家电下乡期间三大白电农村每百户保有量提升情况 9
图 14：以旧换新政策共两阶段 10
图 15：家电以旧换新五大类产品销售情况 10
图 16：节能产品惠民工程共三个阶段 11
图 17：高效节能空调推广财政补贴标准： 12
图 18：空调能效等级调整，补贴额调低： 12
图 19：第一版空调新能效标准正式发布以来共七次修订： 13
图 20：空调新旧能效标准对比 14
图 21：京东 618 以旧换新活动 16

表 目 录

表 1：2022 年上半年部分省市促家电政策 17

1、家电行业补贴政策回顾

行业政策是对市场最直接、最有效的管理指导手段。回顾家电行业历史上，2008年-2013年，是行业利好政策集中推进的一个时期，这期间“家电下乡”、“以旧换新”和“节能惠民”三大补贴政策相继登场。

图 1：2008-2013 年家电行业三大补贴政策



资料来源：公开资料，渤海证券

2013 年 6 月 1 日起，自 2007 年底开始的家电行业三大刺激政策全部退出。在三大政策刺激期间，空调内销量从 2008 年的 2965 万台增长至 2013 年的 6235 万台，复合增长率达 16.03%；总销量从 2008 年的 6528 万台增长至 11132 万台，复合增长率达 11.26%。冰箱内销量从 2008 年的 2608 万台增长至 5577 万台，复合增长率达 16.42%；总销量从 2008 年的 4260 万台增长至 2013 年的 7618 万台，复合增长率达 12.50%。洗衣机内销量从 2008 年的 2382 万台增长至 2013 年的 3763 万台，复合增长率 9.61%；总销量从 2008 年 3749 万台增长至 2013 年的 5594 万台，复合增长率达 8.33%。

图 2：家用空调内销量及同比增速（单位：万台）

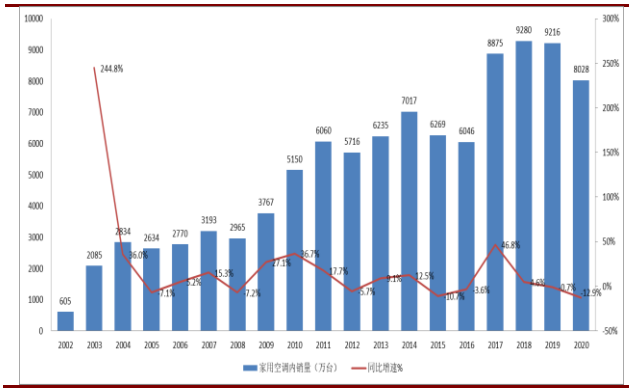
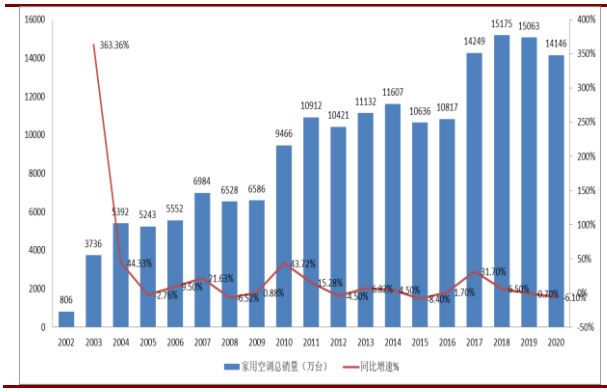


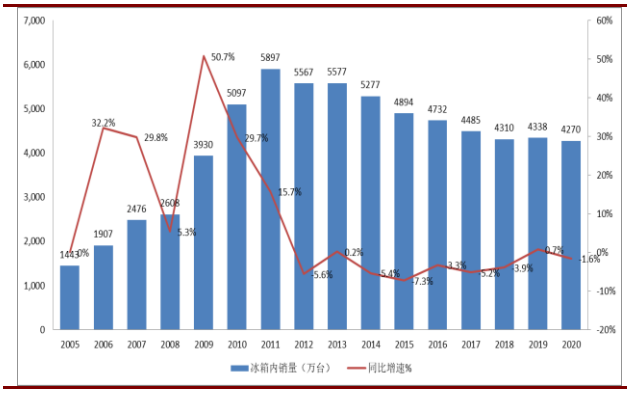
图 3：家用空调总销量及同比增速（单位：万台）



资料来源：wind,渤海证券

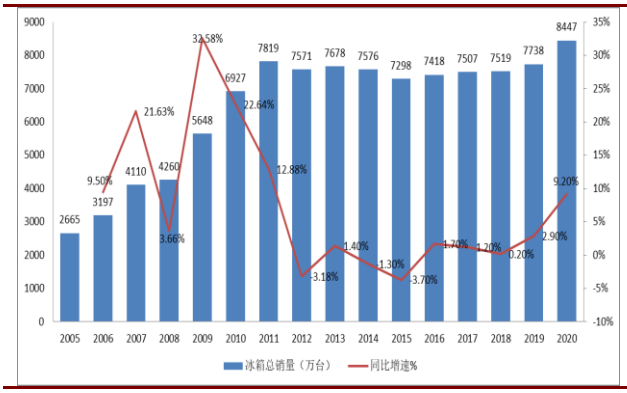
资料来源：wind,渤海证券

图 4：冰箱内销量及同比增速（单位：万台）



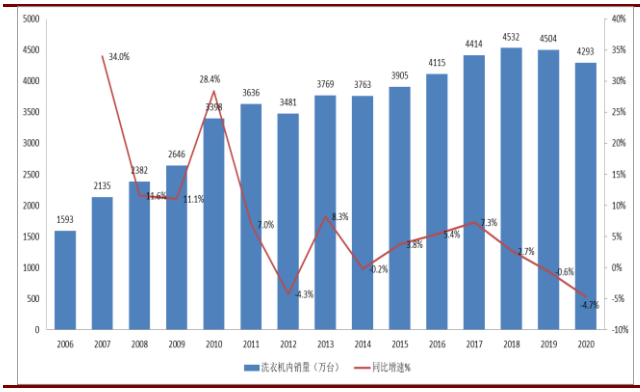
资料来源：wind,渤海证券

图 5：冰箱总销量及同比增速（单位：万台）



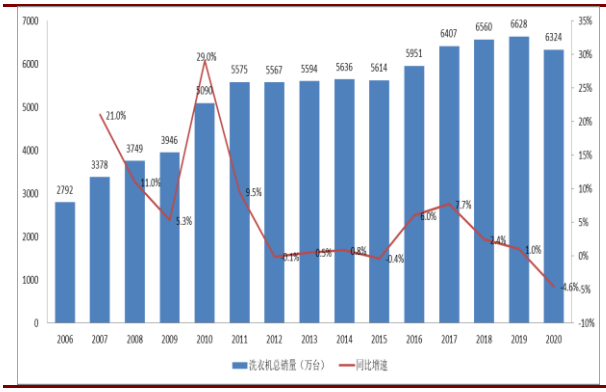
资料来源：wind,渤海证券

图 6：洗衣机内销量及同比增速（单位：万台）



资料来源：wind,渤海证券

图 7：洗衣机总销量及同比增速（单位：万台）



资料来源：wind,渤海证券

2、家电下乡政策

家电下乡政策是所有政策中周期最长也是范围最广的政策。2007 年起，为了应对全球经济危机，我国推出了家电下乡等一系列积极地刺激政策。

第一阶段（2007 年 12 月 1 日-2008 年 5 月 31 日）：三省试点

为了稳妥推进国务院关于促进家电下乡的精神，2007 年 12 月，商务部和财务部联合印发《家电下乡试点工作实施方案》的通知，决定在山东、河南、四川三省开展家电下乡试点工作。对农民购买试点家电产品，由中央和试点地区财政以直补的方式，按产品售价的 13%给予资金补贴。品类包括彩电、冰箱、手机这三类产品，价格标准为彩电限价在 1500 元以下（含 1500 元），冰箱（含冰柜）限

价在 2000 元以下，手机限价在 1000 元以下。

第二阶段（2008 年 12 月 1 日-2012 年 12 月 1 日）：推广至 14 省，产品变四类

在总结试点经验的基础上，为扩大国内需求，改善民生，拉动消费带动生产，促进经济平稳较快增长，国务院决定在全国推广“家电下乡”。2008 年 11 月 28 日，财政部、商务部、工业和信息化部印发了《关于全国推广家电下乡工作的通知》（财建[2008]862 号），通知中指出，山东、青岛、河南、四川、内蒙古、辽宁、大连、黑龙江、安徽、湖北、湖南、广西、重庆、陕西等 14 个省（自治区、直辖市、计划单列市）从 12 月 1 日起开始实施家电下乡补贴工作，下乡产品品类在之前三类的基础上又增加了冰箱。

第三阶段（2009 年 2 月 1 日-2013 年 1 月 31 日）：推广至 22 省，产品变八类

家电下乡在原来 14 个省市的基础上，开始向吉林、新疆、甘肃、青海、宁夏、西藏、北京、天津、河北、山西、上海、江苏、浙江、宁波、福建、厦门、海南、江西、广东、深圳、云南、贵州等 22 个省（自治区、直辖市、计划单列市）及新疆生产建设兵团推广。

产品也从过去的四个增到八个，除了之前推出的“彩电、冰箱、手机、洗衣机”之外，本次家电下乡又新增了摩托车、电脑、热水器和空调。它们和彩电等产品同样享受国家 13%的补贴。各个省市可以根据各地区不同的需求在这四个产品中选择两个进行推广。

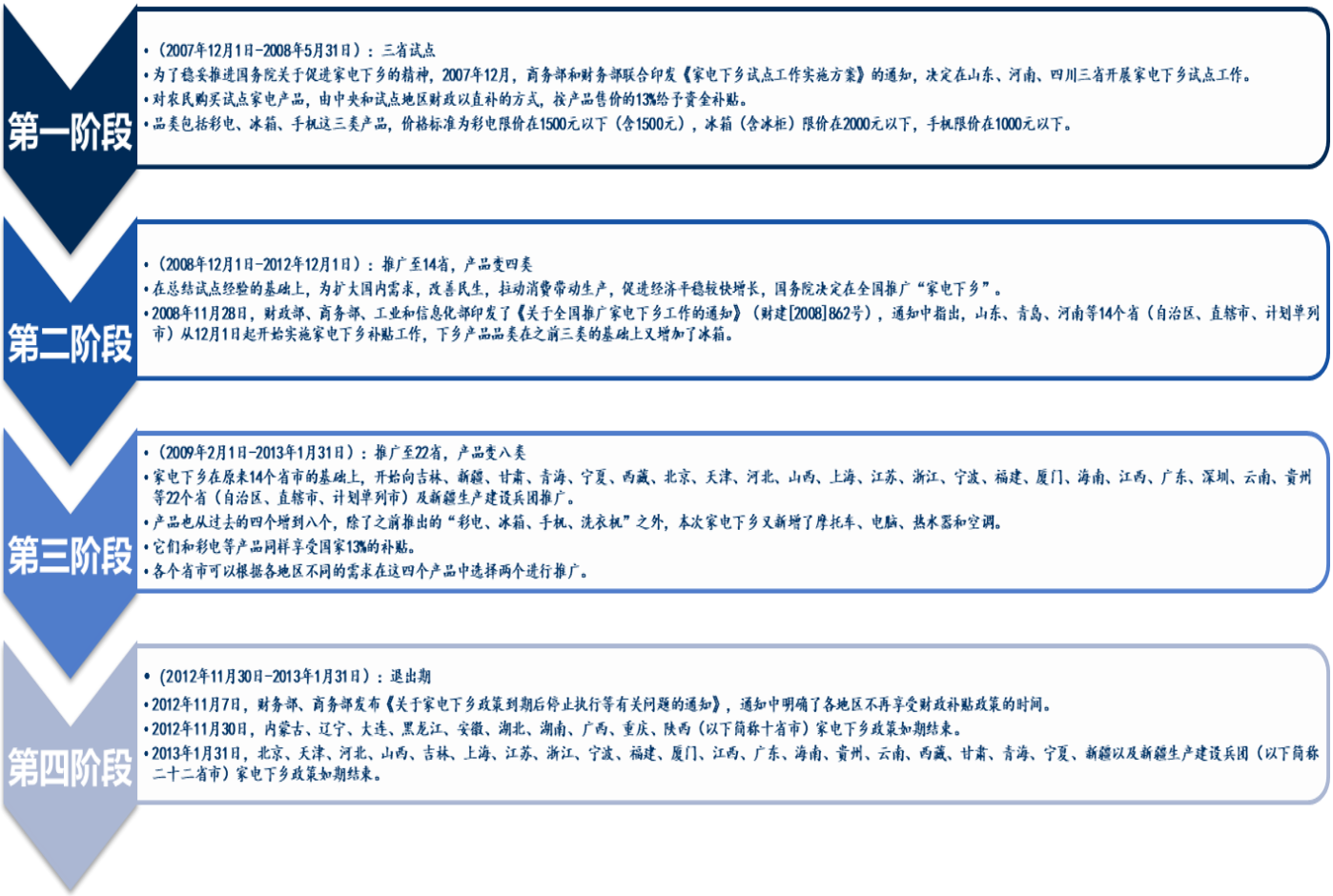
第四阶段：退出期（2012 年 11 月 30 日-2013 年 1 月 31 日）

2012 年 11 月 7 日，财务部、商务部发布《关于家电下乡政策到期后停止执行等有关问题的通知》，通知中明确了各地区不再享受财政补贴政策的时间。

2012 年 11 月 30 日，内蒙古、辽宁、大连、黑龙江、安徽、湖北、湖南、广西、重庆、陕西（以下简称十省市）家电下乡政策如期结束。

2013 年 1 月 31 日，北京、天津、河北、山西、吉林、上海、江苏、浙江、宁波、福建、厦门、江西、广东、海南、贵州、云南、西藏、甘肃、青海、宁夏、新疆以及新疆生产建设兵团（以下简称二十二省市）家电下乡政策如期结束。

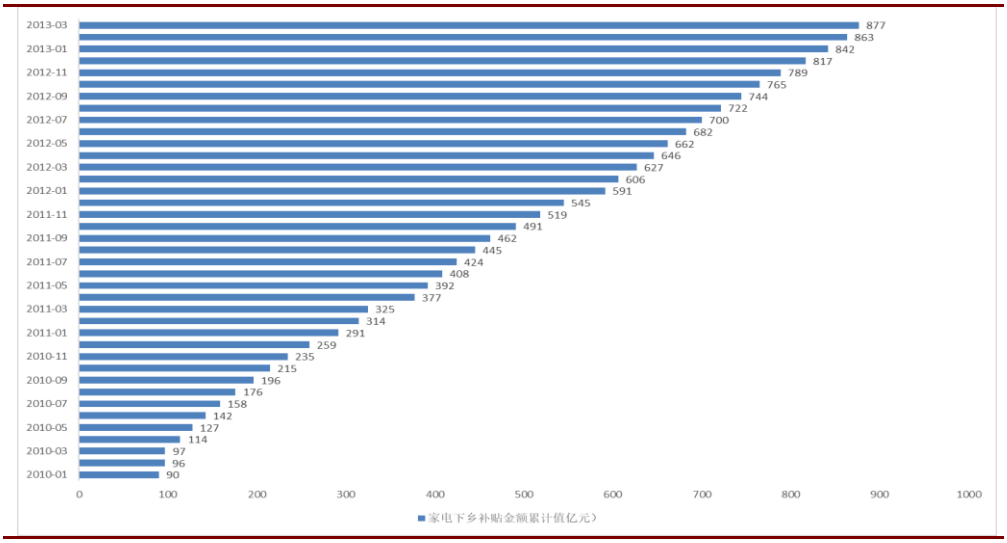
图 8：家电下乡政策分阶段梳理



资料来源：财务部、商务部、百度百科，渤海证券

家电下乡政策自 2007 年起至 2013 年结束，共分为四个阶段。商务部和财政部预测，2008 年财政补贴家电下乡资金将达到 104 亿元，累计拉动消费 9200 亿元。据商务部统计数据显示，自 2007 年家电下乡政策起至 2013 年政策退出，全国家电下乡累计补贴金额达 877 亿元，家电下乡产品共销售 2.98 亿台，实现销售额 7204 亿元。

图 9：家电下乡补贴金额累计值（单位：亿元）



资料来源：wind，渤海证券

三大白电的销量在家电下乡政策的刺激拉动下快速爆发，行业龙头借助政策利好率先扩大销售网络，进行渠道下沉。以海尔为例，它在 2010 年借助家电下乡的政策共实现了超过500亿元的销售额，不仅如此，它还借助家电下乡政策成功扩大了销售网络。截至2010年底，海尔在全国共新建了6000多个县级专卖店、超过2万个乡镇专卖店以及12万个村级根据地，同时，还在全国新建了91个一级物流配送中心，2000个县级专卖店二级配送站。

图 10：电冰柜送到村民手中



资料来源：公开资料,渤海证券

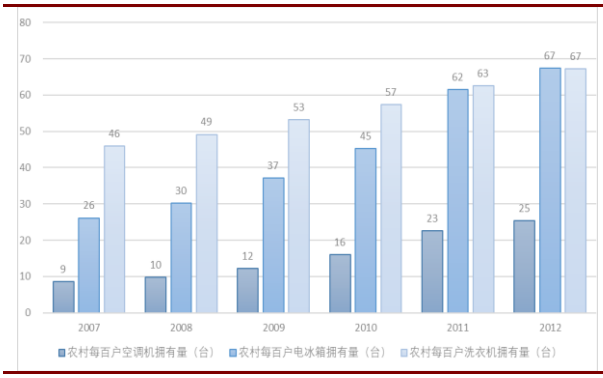
图 11：海尔通过 6000 多家专卖店把服务送到广大县乡村民手中



资料来源：公开资料,渤海证券

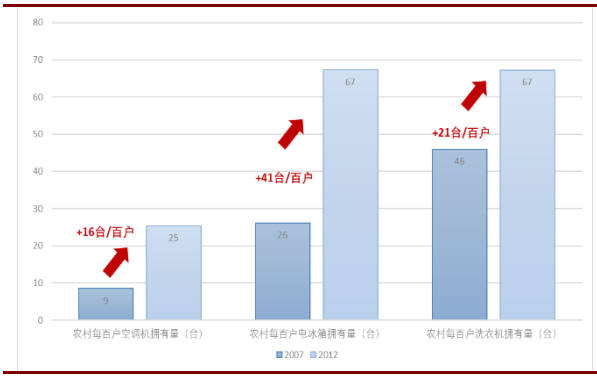
通过家电下乡政策刺激，空调农村空调保有量从 2007 年的 8.5 台大幅提升至每百户 25.4 台；冰箱农村保有量从 2007 年的 26.1 台大幅提升至每百户 67.3 台；洗衣机农村保有量从 2007 年的 45.9 台大幅提升至每百户 67.2 台。

图 12：2007-2012 年三大白电每百户保有量（台）



资料来源：wind,渤海证券

图 13：家电下乡期间三大白电农村每百户保有量提升情况



资料来源：wind,渤海证券

3、以旧换新政策

家电以旧换新政策是指中国政府动用政府资金鼓励消费者“以旧换新”，用以购买家电，以应对金融危机、培养经济新增长点。家电以旧换新政策主要分为两个阶段。

第一阶段（2009 年 6 月 1 日-2010 年 5 月 31 日）：9 省市开展试点

2009 年，国家出台的《家电以旧换新实施办法》规定，家电“以旧换新”工作从 2009 年 6 月 1 日至 2010 年 5 月 31 日，在北京、天津、上海、江苏、浙江、山东、广东、福州和长沙等 9 省市展开十点。

第二阶段（2010 年 6 月 1 日-2011 年 12 月 31 日）：范围扩大至全国

政策实施期内，个人购买新家电的，总量不超过 5 台;单位购买新家电的，总量不超过 50 台。购买新家电不受交售旧家电品种对应限制。以旧换新补贴家电产品范围：电视机、电冰箱(含冰柜)、洗衣机、空调、电脑。补贴标准为：按新家电销售价格的 10%给予补贴，补贴上限为：电视机 400 元/台，电冰箱(含冰柜)300 元/台，洗衣机 250 元/台，空调 350 元/台，电脑 400 元/台。

据统计，2009 年 6 月至 2011 年政策期间，中央财政累计向各地预拨家电以旧换新补贴资金约 300 亿元。服务于家电以旧换新的从业人员达 40 多万人，其中约 70%以上是农民工和城市下岗人员，在促进家电内销的基础上，有效扩大了就业。从以旧换新带动的销量结构来看，彩电占比 45%受益较多，空调、冰箱、洗衣机分别占比 13%、15%、16%，相对较为平均。根据商务部的统计，自 2009 年 6 月 1 日实施以来，全国家电以旧换新政策拉动家电产品消费达到 3004.2 亿元，销售新家电 8129.6 万台，回收旧家电 8373.3 万台。2011 年，全国家电以旧换

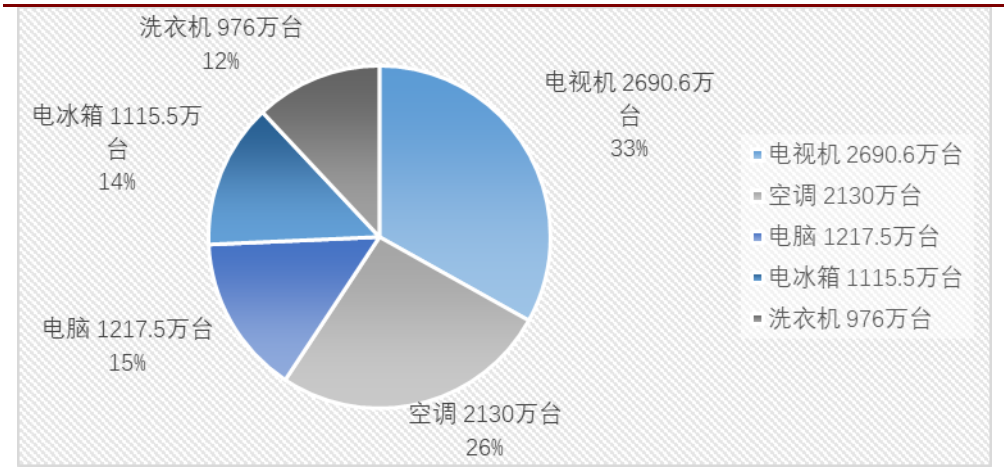
新共销售五类新家电 9248 万台，拉动直接消费 3420 多亿元，有效引导了城镇居民消费能力的释放，尤其是为高端产品的消费提供了更广的市场空间，促进了城镇家电市场的结构变化。

图 14：以旧换新政策共两阶段



资料来源：商务部，渤海证券

图 15：家电以旧换新五大类产品销售情况



资料来源：商务部，渤海证券

4、节能惠民与节能补贴政策

为了扩大消费，提高能效，2009 年国家实施了“节能产品惠民工程”，即采取财政补贴方式，对能效等级达到 1 级或者 2 级的空调、冰箱、洗衣机、平板电视、热水器、电机等 10 类产品进行推广。节能产品惠民工程的补贴对象是高效节能产品的购买者，包括消费者和用户。补贴标准主要根据高效节能产品与普通产品价差，同时考虑技术进步和规模效应等因素确定补贴标准。

为节约推广成本，提高推广效率，方便消费者，这一工程采取间接补贴方式，对高效节能产品生产企业给予补助，即由生产企业按承诺推广价格减去财政补助后的价格销售高效节能产品给消费者和用户，最终受益人是消费者和用户。

图 16：节能产品惠民工程共三个阶段



资料来源：公开资料，渤海证券

4.1 节能产品惠民工程共三个阶段

第一阶段（2009 年 6 月 1 日-2010 年 5 月）高效节能房间空调器推广

高效节能空调器推广产品为能效等级 2 级及以上，制冷量在 14000W 以下，气候类型为 T1 的分体式房间空气调节器。（空调所标志的气候类型是 T1、T2 指的是空调正常工作时的环境温度。T1：-7℃~43℃ T2:-7℃~35℃。）移动式、变频式、多联式、单元式空调机组，暂不纳入推广产品范围。对能效等级 2 级的房间空调器给予 300—650 元/台（套）的补助，能效等级为 1 级的给予 500—850 元/台（套）的补助。在“节能产品惠民工程”的推动下，各家电生产厂商也调整生产和经营策略，提出了“淘汰三四五，消灭电老虎”的口号。格力、美的、海尔、志高、长虹、科龙等国内主要空调生产企业纷纷宣布停产 4、5 级低能效房间空调，部

分企业表示，3 级能效房间空调也在停产计划中。

图 17：高效节能空调推广财政补贴标准：

额定制冷量（W）	财政补助标准（元/台（套））	
	能效等级 1 级	能效等级 2 级
额定制冷量≤2800	500	300
2800＜额定制冷量≤4500	550	350
4500＜额定制冷量≤7100	650	450
7100＜额定制冷量≤14000	850	650

资料来源：公开资料，渤海证券

第二阶段（2010 年 6 月-2011 年 5 月）空调能效等级调整，补贴额调低

推广产品调整为额定制冷量 7500W（含）以下的分体式房间空调。政策实施延长 1 年至 2011 年 5 月 31 日。根据财政部的统计数据来看，2009 年 6 月 1 日至 2010 年 5 月 31 日，22 家企业共推广高效节能空调（能效等级为 1 级和 2 级）共 1956.20 万台，占同一时间产业在线内销数据的 43.72%，推广力度之大十分明显

图 18：空调能效等级调整，补贴额调低：

额定制冷量（W）	财政补助标准（元/台（套））	
	能效等级 1 级	能效等级 2 级
额定制冷量≤4500	200	150
4500＜额定制冷量≤7500	250	200

资料来源：商务部，渤海证券

第三阶段（2012 年 6 月-2013 年 5 月 31 日）推广五类高效节能家电

2012 年 6 月，国务院决定采用财政补贴方式推广空调、平板电视、电冰箱、洗衣机、热水器五类高效节能家电，推广期暂定一年。对于定频空调，能效等级 1 级每台补贴 240-330 元，能效等级 2 级，每台补贴 180-250 元；对于变频空调，能效等级 1 级每台补贴 300-400 元，能效等级 2 级每台补贴 240-330 元。

截至 2013 年 5 月 31 日，持续一年的国家节能惠民工程宣告结束，从 2013 年 6 月 1 日起，消费者购买节能家电产品将不再享受国家补贴。财政部数据显示，节能补贴政策推广五类节能家电共计销售 6500 多万台，拉动消费需求超过 2500 亿元，其中中央财政已为该政策拨付补贴资金 122 亿元。

在国家“节能产品惠民工程”的推广实施下，高效节能空调得以推广，使整个空调行业的产业格局发生较大变化，很多生产较低能效标准的空调企业倒闭，更多生产高效节能空调的企业重新建立新竞争格局。此项政策是家用空调向高能效标准迈进的催化剂，使家用空调加速进入高效节能时代。同时，生产者抢得市场、消费者抢得实惠、全社会节能减排的积极效果得到充分体现。

4.2 空调新能效标准

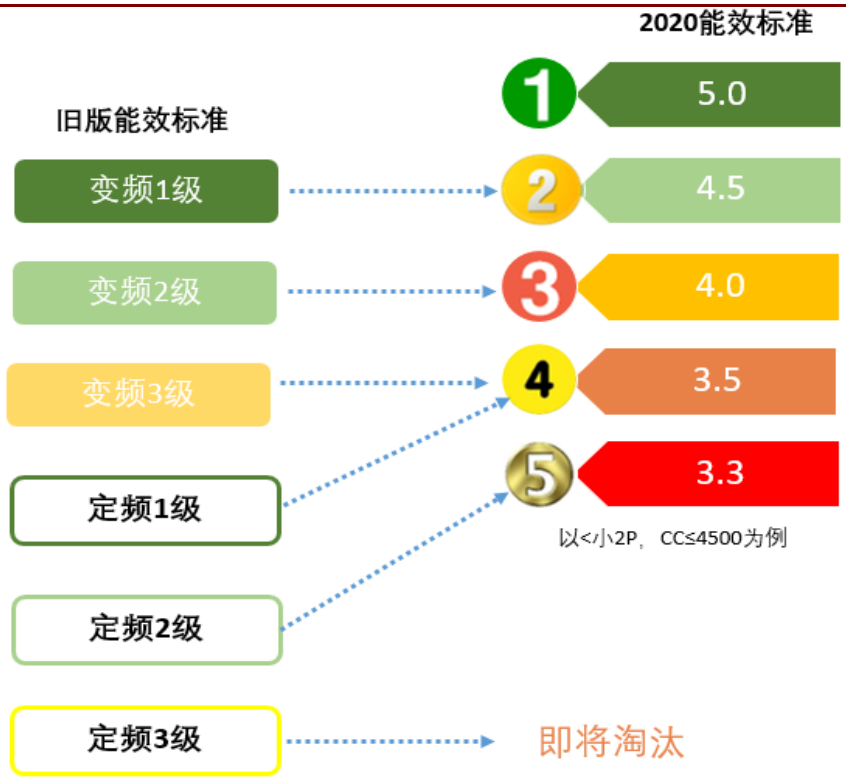
2020 年 1 月 6 日，号称史上最严的空调新能效标准《房间空气调节器能效限定及能效等级》（GB21455-2019）正式发布，并于 7 月 1 日正式实施。这次新能效标准是自 1989 年第一版空调新能效标准正式发布以来的第七次修订。此次能效新国标不再单独为定频空调和变频空调分别设置等级体系，而是将其合并为统一的标准体系，能效等级也从旧标准的 3 级新增至 5 级。具体来看，新能效标准的 1 级高于原有的标准要求，原有标准中的变频 1 级降为 2 级，变频 2 级降为 3 级，新能效标准肿的能效 4 级对应原有的变频 3 级和定频 1 级产品。而原有的定频 3 级则不符合新国标的标准，则被淘汰。

图 19：第一版空调新能效标准正式发布以来共七次修订：



资料来源：公开资料，渤海证券

图 20：空调新旧能效标准对比



资料来源：《房间空气调节器能效限定及能效等级》(GB21455-2019)，公开资料，渤海证券

5、政策端利好频出，促家电消费

5.1 再提家电下乡和以旧换新

今年以来，受疫情反复等因素的影响，居民消费意愿较弱，终端消费需求持续低迷。为刺激消费，年初以来政策端利好频出。上半年，政策端多次提及鼓励有条件地区开展家电下乡和以旧换新，并鼓励家电生产企业开展回收目标责任制行动，目标回收总量 1696 万台。我们将部分政策梳理如下：

2022 年 2 月 11 日，国务院印发《“十四五”推进农业农村现代化规划》，其中提到，“实施农村消费促进行动。鼓励有条件的地区开展农村家电更新行动、实施家具家装下乡补贴和新一轮汽车下乡”。

2022 年《政府工作报告》中提出，要推动消费持续恢复。多渠道促进居民增收，完善收入分配制度，提升消费能力。推动线上线下消费深度融合，促进生活服务消费恢复，发展消费新业态新模式。继续支持新能源汽车消费，鼓励地方开展绿色智能家电下乡和以旧换新。

2022 年 4 月 20 日，国务院办公厅发布《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》(以下简称《意见》)。《意见》明确提出，将推动家电、电子产品等回收利用，并鼓励有条件的地区开展绿色智能家电下乡。

5 月，国家发展改革委办公厅等三部门发布推动落实《关于鼓励家电生产企业开展回收目标责任制行动的通知》，要求海尔智家、格力电器、TCL 实业控股股份有限公司、四川长虹电器、美的集团和海信营销管理有限公司这六家企业将在 2022 年开展回收目标责任制行动，目标回收量分别为 600 万台、512 万台、441 万台、85 万台、40 万台和 18 万台，共计 1696 万台；包括电视机、电冰箱、空调和洗衣机这四大品类。此次《通知》是为了畅通和优化家电生产流通消费和回收利用渠道，促进家电更新消费。

5 月 23 日，中国家用电器协会发布《关于在“618”促销季开展家电产品“以旧焕新”活动的倡议》，明确指出：为更好的促进家电更新消费，活跃市场，在“618”促销季启动之际，中国家用电器协会倡议家电企业联合经销商，特别是通过线上线下家电选购平台和区域龙头经销商等重点渠道，开展家电产品“以旧焕新”活动。

6 月 17 日，工信部等五部门发布《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》的提出，加快完善家用电器和照明产品等终端用能产品能效标准，促进节能空调、冰箱、热水器、高效照明产品、可降解材料制品、低 VOCs 油墨等绿色节能轻工产品消费。鼓励有条件的地方开展绿色智能家电下乡和以旧换新行动。

从我们以上罗列的部分政策中可以看出，今年绿色智能家电下乡和以旧换新已成为家电行业的高频关键词，各平台也积极配合，开展促销补贴活动。今年“618”线上大促期间，京东携手百大家电品牌，共同开展“焕新服务行动”，并联合中国家用电器协会和中国家电网发布了“中国家电行业焕新服务行动承诺书”，共覆盖全国 1.5 万家京东家电专卖店推出百城万店以旧换新行动，为全国各地各级市场消费者提升家电以旧换新体验，真正做到安心消费、简单焕新。据苏宁易购发布的《618 家场景消费大数据》显示，今年 618 苏宁易购平台，一站式以旧换新订单同比增长 172%，全程导购接待量同比提升 5 倍。据京东公布数据显示，以旧换新 618 全期订单量同比增长超 5 倍，累计补贴超亿元，为超百万家庭实现以旧换新。

2020 年中国家用电器协会发布的《家用电器安全使用年限》系列标准，认定冰箱、空调、洗衣机、吸油烟机、电热水器等产品的安全使用年限均不超过 10 年。自 2013 年三大家电补贴政策退出至今已接近十年时间，当时政策鼓励下购买的家电

大多数已接近或超过了安全使用年限，且当时家电下乡活动中的家电中低端产品占比较高，因此现阶段鼓励地方开展绿色智能家电下乡和以旧换新活动可直接触达乡镇农村居民的家电更新需求，有效刺激家电消费。据国家发改委统计数据显示，目前中国家电保有量已超 21 亿台，且淘汰率涨幅高达 20%，2022 年预计家电报废量超 2 亿台。可见我国每年家电报废数量庞大，以旧换新可有效加速推动家电更新换代，降低因老旧电器超年限使用而存在的安全隐患。

图 21：京东 618 以旧换新活动



资料来源：京东官网，渤海证券

5.2 多地区出台地方家电补贴政策

4 月 12 日，北京市商务局发布《关于实施促进绿色节能消费政策的通知》。通知中指出，为加快释放绿色节能消费潜力，促进消费升级，面向在京消费者发放绿色节能消费券，鼓励消费者购买使用绿色节能商品，实施时间为 2022 年 4 月 18 日至 9 月 30 日。

相较于 2019 年北京四部门联合发布的《关于实施节能减排促消费政策的通知》，此次绿色节能消费券适用商品品类扩大至 20 类，除 3C 电子产品和传统家电品类外，还增加了投影仪、洗碗机和净水机这些新兴品类家电。除补贴品类增加外，此次发放对象也更加宽泛。而此次补贴对象为在京消费者，且购买商品的最终配送地址在北京市范围内即可，使补贴政策覆盖的收益消费者范围更广，有望进一步促进家电消费。此次绿色节能消费券自 4 月至 9 月共发放 6 期，于每月的 18 日在参与企业自有的线上平台发放。此次绿色节能消费券包含的补贴金额种类较多，使用更加灵活，消费者可多次购买享受优惠。

受疫情影响，今年 5 月上海按下了暂停键，6 月 1 日零时起，除了高风险地区、封控区、管控区外，上海其他所有防范区已全面恢复正常生活秩序。为贯彻落实国务院稳经济一揽子政策措施，高效统筹疫情防控和经济社会发展，有力有序推动经济加快恢复和重振，上海市人民政府关于印发《上海市加快经济恢复和重振行动方案》的通知。《通知》中指出，以大宗消费为抓手拉动消费。实施家电以旧换新计划，对绿色智能家电、绿色建材、节能产品等消费按规定予以适当补贴，支持大型商场、电商平台等企业以打折、补贴等方式开展家电以旧换新、绿色智能家电和电子消费产品促销等活动。方案自 6 月 1 日起实施有效期至 2022 年 12 月 31 日。

除北京、上海外，各地区政府也根据当地实际情况制定出台了相关政策，多以发放消费券的补贴方式促进家电消费。

表 1：2022 年上半年部分省市促家电政策

地区	*实施时间*	*政策内容*
合肥	2022.6.3（10 时） -7.31（23 时 59 分）	市级财政资金投入 2000 万元，按照单件家电满 3000 元，减 200 元标准，共 10 万个名额；鼓励参与活动的企业广泛开展促销活动，支持企业以自有资金配比让利消费者，形成叠加效应，推动消费潜力释放。发放对象：绿色智能家电消费者
福建	2022.4-2022.10	通过发放通用券、专享券、银行券、文旅券和汽车、家电、家具、家装等大宗商品消费券，带动“福品”消费。省市共计发放 4 亿元商旅消费券，力争撬动全省消费 300 亿元以上
甘肃	2022.3.1-2022.3.31	组织各市开展专题促销活动，以金昌市为例，在活动期间县区政府安排 60 多万元的促销费资金。通过建行 APP、银联微信小程序再发放一批政府消费券，重点促进日用品、餐旅、家电、家具、电商特色产品等板块的消费。

深圳	2022.5-2022.8	发布《深圳市关于促进消费持续恢复的若干措施》提出，对消费者购买符合条件的手机、电脑（含平板电脑）、耳机、音响等产品，按照销售价格的 15%给予补贴，每人累计最高 2000 元。此外，该政策还称，在 5 至 8 月期间，对购买符合条件的电视机、空调、冰箱、洗衣机等家用电器，按照销售价格的 15%给予补贴，每人累计最高 2000 元。
天津	2022.3.1-2022.3.31	天津市消费者协会指导监督天津国美电器有限公司开展“天津惠民消费月家电百万专项补贴”活动
重庆	2022.5.13-2022.7.5	由市商务委于印发《重庆市商务委员会关于组织开展 2022“爱尚重庆”焕新消费季活动的通知》在市级商务发展资金中调整安排 1500 万元，鼓励采取发放消费券、补贴、打折等方式开展家电以旧换新、绿色智能家电促销、线上线下联动促销活动。重百电器相关负责人介绍，目前在政府政策基础上再拿出了千万补贴，以旧换新家电成交价再折上 10%，最高补贴 4999 元。
陕西	2022-2024	支持消费者购买 1 级能效绿色节能家电或“以旧换新”，鼓励大型家电销售企业、建材市场、家装公司联合促销，依托国内线上支付平台定期发放家电家具消费券。对市、县配套发放家电家居消费券，省级财政按一定比例给予补贴。对每半年、每季度和 2022 年一季度增长较快较好的全省 3 强消费市（区）、10 强消费县（市、区），给予一次性奖励，全年各市、县奖励金额分别不超过 300 万元、100 万元。

资料来源：公开资料、奥维云网，渤海证券

6、投资建议

今年上半年，政策端多次提及鼓励地方开展绿色智能家电下乡和以旧换新活动，并多次提及促进绿色智能家电消费，我们认为这将进一步提升绿色智能家电产品的渗透率，有望提振家电终端消费。且自 2013 年三大家电补贴政策退出至今已接近十年时间，当时政策鼓励下购买的家电大多数已接近或超过了安全使用年限，且当时家电下乡活动中的家电中低端产品占比较高，因此现阶段鼓励地方开展绿色智能家电下乡和以旧换新活动可直接触达乡镇农村居民的家电更新需求，有效刺激家电消费。也可以反映出，低碳化、绿色化、智能化将成为家电行业转型升级新趋势，促进家电产品结构的优化调整，有助于提升企业盈利能力。综上，我们建议关注美的集团（000333）、海尔智家（600690）、格力电器（000651）、浙江美大（002677）、亿田智能（300911）、火星人（300894）。

7、风险提示

宏观经济环境波动的风险；疫情反复的风险；汇率波动造成汇兑损失的风险；行业终端需求严重下滑的风险；海外出口景气度下滑的风险。

投资评级说明：

项目名称	投资评级	评级说明
公司评级标准	买入	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅超过 20%
	增持	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅介于 10%~20%之间
	中性	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅介于-10%~10%之间
	减持	未来 6 个月内相对沪深 300 指数跌幅超过 10%
行业评级标准	看好	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数涨幅超过 10%
	中性	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数涨幅介于-10%-10%之间
	看淡	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数跌幅超过 10%

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并登记为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的数据和信息，独立、客观地出具本报告；本报告所表述的任何观点均精准地、如实地反映研究人员的个人观点，结论不受任何第三方的授意或影响。我们所获取报酬的任何部分无论是在过去、现在及将来均不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接的联系。

免责声明：

本报告中的信息均来源于已公开的资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，不保证该信息未经任何更新，也不保证本公司做出的任何建议不会发生任何变更。在任何情况下，报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或询价。在任何情况下，我公司不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的担保，投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失书面或口头承诺均为无效。我公司及其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或争取提供投资银行或财务顾问服务。我公司的关联机构或个人可能在本报告公开发表之前已经使用或了解其中的信息。本报告的版权归渤海证券股份有限公司所有，未获得渤海证券股份有限公司事先书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“渤海证券股份有限公司”，也不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。

渤海证券研究所机构销售团队：

高级销售经理：朱艳君
座机：+86 22 2845 1995
手机：135 0204 0941
邮箱：zhuyanjun@bhzq.com

高级销售经理：王文君
座机：+86 10 6810 4637
手机：186 1170 5783
邮箱：wangwj@bhzq.com

天津：
天津市南开区水上公园东路宁汇大厦 A 座写字楼
邮政编码：300381
电话：+86 22 2845 1888
传真：+86 22 2845 1615

北京：
北京市西城区西直门外大街甲 143 号 凯旋大厦 A 座 2 层
邮政编码：100086
电话：+86 10 6810 4192
传真：+86 10 6810 4192

渤海证券股份有限公司网址： www.ewww.com.cn