

2022 年 07 月 19 日

家用电器

证券研究报告--行业周报

家电行业周报：家电内销环比改善，出口仍承压

2022.07.11-2022.07.17

分析日期 2022 年 07 月 19 日

行业评级： 标配(40)

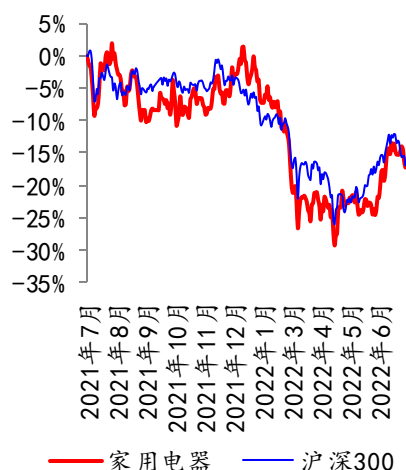
证券分析师：王敏君

执业证书编号：S0630522040002

电话：021-23333276

邮箱：wmj@longone.com.cn

行业走势图



相关研究报告

1. 家用电器行业周报：22 冷年接近尾声，7 月空调排产同比回落
2. 家电行业周报：新赛道维持高景气，产品升级带动均价提升

◎投资要点：

◆ **家电社零增速转正，出口仍承压。**6 月单月家电类社零增速为 3.2%，为今年以来首次转正。随着疫后经营活动恢复常态，在消费政策及平台大促的带动下，国内家电销售逐步回归正轨。出口方面，6 月单月家电出口额（美元计价）同比下滑 13.09%，出口数量同比下滑 11.25%，下滑幅度均是今年以来首次突破两位数。欧美通胀高企，预计下半年海外整体家电需求仍具有不确定性。但细分领域仍存在结构性机会：投影等新品类出海正盛；人民币贬值对企业盈利有正面作用；美国重新评估关税或将利好相关产品。此外，银保监会近期发文，强调优化制造业外贸金融服务，支持家电等制造业企业“走出去”。

◆ **多家企业发布业绩预告。**按申万行业分类，家电行业共 30 家公司发布业绩预告，其中预告盈利的公司有 20 家。从细分板块看，家电零部件、黑色家电板块披露预告的公司较多，预告归母净利润增幅居前的公司多属于白色家电、零部件、黑电板块。小家电企业中，新宝股份预告归母净利润增速最高，公司产品盈利能力修复，汇兑收益增加。

◆ **近期多地持续高温，或有利于消化空调库存。**从奥维监测的线下月度数据看，空调销额同比增速已由 5 月的-40%收敛至-8%。从奥维周度数据看，第 26 周-28 周空调线下销额分别同比增长 71%、20%、2%，线上销额分别同比增长 82%、80%、15%。7 月，我国中纬度暖高压带发展加强，导致出现大范围高温天气。据中央气象台预报，7 月 21 日后，南方地区高温将再次发展。此背景下，空调终端销售或将得到带动，空调经销商有望轻装上阵迎接新冷年。

◆ **厨电 Q2 承压明显，长期来看仍需关注新品类。**厨电安装属性较强，二季度受疫情影响明显。据奥维云网监测数据，传统厨电 4-6 月线下零售均价同比提升，但销额均呈现同比两位数下滑。不过从以往的收入分布来看，部分厨电企业下半年收入占比更重，在动销与产品焕新带动下，前期累积需求有望逐步兑现。从上游看，地产数据尚未明朗，1-6 月商品房销售面积同比下降 22.2%，降幅较上月收窄 1.4pct；竣工面积同比下降 21.5%，而上月前值为下降 15.3%。地产端的波动将加剧厨电企业分化，或将带来市场集中度的提升。展望未来，新品类仍是贡献增长的重要动力之一。据奥维监测，6 月集成灶线下零售已恢复增长，洗碗机降幅明显收窄；两者线上 618 销售均表现亮眼。近期集成灶企业集中上新，行业景气度较高，但竞争亦将加剧。

◆ **投资建议：**家电行业正处于变革期，面对新情境制定清晰可行的长期战略是企业的制胜之策，把握潜力品类是企业的突破之道。建议关注秉持高端套系策略的白电龙头海尔智家、关注稳步推进业务转型的家电零部件公司。新品类方面，建议关注盈利改善的厨小电企业新宝股份、激光显示器件龙头光峰科技。

◆ **风险提示：**(1) 疫情反复风险：局部地区疫情封控政策可能对家电门店运营、物流运输造成影响。(2) 宏观经济下行风险：宏观经济变化可能影响消费者收入状况，导致其调整在家用电器方面的支出。(3) 原材料价格波动风险：原材料在家电成本中占比较高，价格大幅波动将影响企业利润情况。

正文目录

1. 家电社零增速转正，出口仍承压	3
2. 多家企业发布业绩预告	3
3. 空调销售环比改善，传统厨电承压，厨电新品类景气较高	4
4. 受错峰影响，6月扫地机线上销额同比下滑，洗地机销售亮眼	6
5. 行业新闻动态	7
6. 二级市场表现	7
7. 风险提示	8

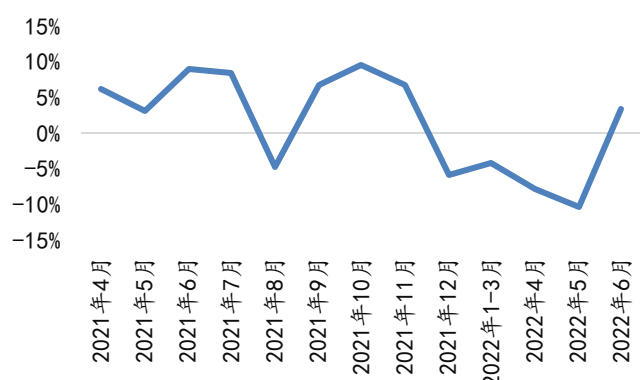
图表目录

图 1 家电类社零当月同比 (%)	3
图 2 家电出口金额 (美元计价) 当月同比 (%)	3
图 3 空冰洗出口金额 (美元计价) 当月同比 (%)	3
图 4 吸尘器、微波炉出口金额 (美元计价) 当月同比 (%)	3
图 5 空调线下监测渠道零售额月度同比 (%)	5
图 6 空调监测渠道零售额周度同比 (%)	5
图 7 传统厨电线下监测渠道零售额月度同比 (%)	5
图 8 商品房销售面积、房地产竣工面积累计同比 (%)	5
图 9 集成灶推总行业规模 (亿元) 及月度同比 (%)	6
图 10 洗碗机线下监测渠道零售额月度同比 (%)	6
图 11 扫地机线上销额月度同比 (%)	6
图 12 头部品牌线上销售额份额 (%)	6
图 13 本周申万一级行业各板块涨跌幅 (%)	8
图 14 家电板块周涨幅排名前五的个股	8
图 15 家电板块周跌幅排名前五的个股	8
表 1 预告归母净利润增速前十位的个股情况	4
表 2 其他重点公司业绩预告情况	4
表 3 近期畅销或上新的蒸烤独立机型	5

1. 家电社零增速转正，出口仍承压

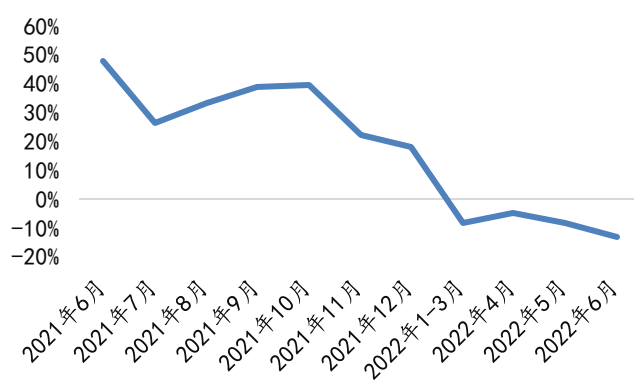
6月单月家用电器和音像器材类社零增速为3.2%，为今年以来首次转正。随着疫后经营活动恢复常态，在消费政策及平台大促的带动下，国内家电销售逐步回归正轨。出口方面，据海关快讯，6月单月家用电器出口额（美元计价）同比下滑13.09%，出口数量同比下滑11.25%，下滑幅度均是今年以来首次突破两位数。欧美通胀高企，预计下半年海外整体家电需求仍具有不确定性。但细分领域仍存在结构性机会：投影等新品类出海之风正盛；人民币贬值对企业盈利有正面作用；美国重新评估关税或将利好相关产品。此外，银保监会近期发文，强调优化制造业外贸金融服务，支持汽车、家电等制造业企业“走出去”。

图1 家电类社零当月同比（%）



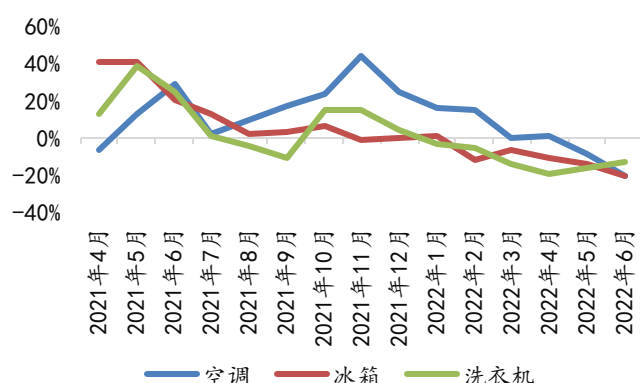
资料来源：同花顺，东海证券研究所

图2 家电出口金额（美元计价）当月同比（%）



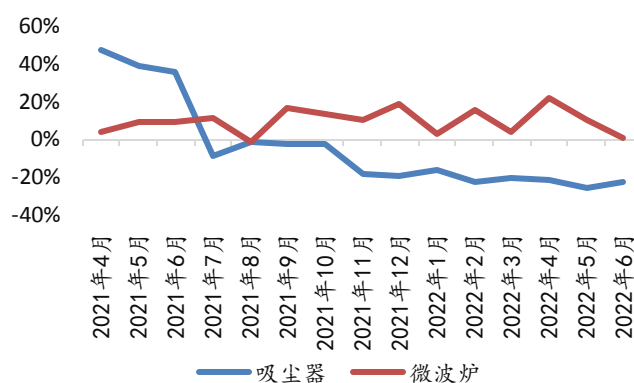
资料来源：海关总署，同花顺，东海证券研究所

图3 空冰洗出口金额（美元计价）当月同比（%）



资料来源：同花顺，东海证券研究所

图4 吸尘器、微波炉出口金额（美元计价）当月同比（%）



资料来源：同花顺，东海证券研究所

2. 多家企业发布业绩预告

多家企业业绩表现亮眼。按申万行业分类，家电行业共有30家公司发布业绩预告，其中预告盈利的公司有20家。从细分板块看，家电零部件、黑色家电板块披露预告的公司较多，预告归母净利润增幅居前的公司多属于白色家电、零部件、黑电板块。照明企业中，立达信预告归母净利润增速最高。小家电企业中，新宝股份预告归母净利润增速最高，公司产品盈利能力修复，汇兑收益增加。此外，飞科电器发布业绩快报，初步核算上半年归母净利润同比增长45.36%，公司剃须刀创新产品在抖音渠道实现突破，疫情响应措施及时到位，在严峻的疫情下仍然保持了良好的经营态势。

表 1 预告归母净利润增速前十位的个股情况

证券代码	证券名称	所属申万行业	预告归母净利润变动幅度下限	预告归母净利润变动幅度上限
600854.SH	春兰股份	白色家电	2100.12%	2529.35%
603519.SH	立霸股份	家电零部件 II	510.01%	510.01%
002519.SZ	银河电子	黑色家电	236.40%	271.81%
002848.SZ	高斯贝尔	黑色家电	186.54%	206.90%
601956.SH	东贝集团	家电零部件 II	184.95%	241.94%
300217.SZ	东方电热	家电零部件 II	162.16%	227.70%
002668.SZ	ST 奥马	白色家电	148.77%	172.18%
300160.SZ	秀强股份	家电零部件 II	129.00%	170.00%
002011.SZ	盾安环境	家电零部件 II	112.39%	131.70%
600983.SH	惠而浦	白色家电	90.70%	93.80%

资料来源：同花顺，东海证券研究所

表 2 其他重点公司业绩预告情况

证券代码	证券名称	所属申万行业	预告归母净利润变动幅度	预告归母净利润变动原因
605117.SH	德业股份	家电零部件 II	60.15%-86.84%	逆变器收入及利润大幅增长,除湿机收入大幅增长,大宗原材料价格下降,实现汇兑收益。
000810.SZ	创维数字	黑色家电	51.29%-93.51%	智能终端、宽带连接设备的销售数量、营收规模以及毛利率比上年同期增加。
605365.SH	立达信	照明设备 II	51.00%-66.00%	外销营业收入及毛利额均有提升;本期产生较大金额的汇兑收益,而上年同期为汇兑损失。
600060.SH	海信视像	黑色家电	50.20%-60.30%	智慧显示终端销量和毛利率提升,产品结构进一步改善,市场占有率进一步提高。
002705.SZ	新宝股份	小家电	50.00%-60.00%	通过产品调价、技术创新、生产效率提升等措施,盈利能力逐步修复;汇兑收益有所增加。

资料来源：同花顺，东海证券研究所

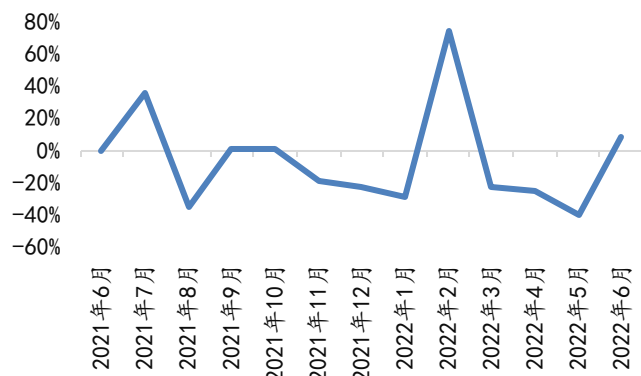
3. 空调销售环比改善，传统厨电承压，厨电新品类景气较高

近期多地持续高温，或有利于冷年末消化空调库存。从奥维云网监测的线下月度数据看，空调销额同比增速已由 5 月的-40%收敛至-8%。从奥维周度数据看，第 26 周-28 周空调线下销额分别同比增长 71%、20%、2%，线上销额分别同比增长 82%、80%、15%。持续的拉尼娜事件为我国今年 6 月以来的南方高温提供了重要的气候条件。进入 7 月，中纬度暖高压带发展加强，导致出现大范围的高温天气。根据中央气象台预报，7 月 21 日后，南方地区高温将再次发展。此背景下，空调终端销售或将得到带动，空调经销商有望轻装上阵迎接新冷年。

厨电 Q2 承压明显，长期来看仍需关注新品类。厨电安装属性较强，二季度受疫情影响明显。据奥维云网监测数据，传统厨电 4-6 月线下零售均价同比提升，但销额均呈现同比两位数下滑。不过从以往的收入分布来看，部分厨电企业下半年收入占比更重，在动销与产品焕新带动下，前期累积需求有望逐步兑现。从上游看，地产数据尚未明朗，1-6 月商品房销售面积同比下降 22.2%，降幅较上月收窄 1.4pct；房地产竣工面积同比下降 21.5%，而上月前值为下降 15.3%。地产端的波动将加剧厨电企业分化，或将带来市场集中度的提升。展望未来，新品类仍是贡献增长的重要动力之一。据奥维云网，6 月集成灶推总规模

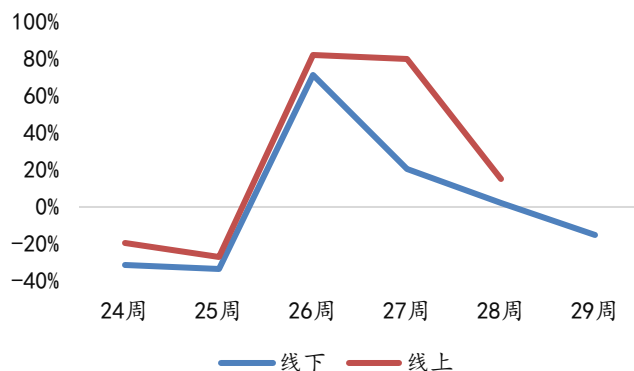
维持增长，洗碗机线下降幅明显收窄；两者线上 618 销售均表现亮眼。近期集成灶企业集中推广蒸烤独立新机型，行业景气度较高，但竞争亦将加剧。

图 5 空调线下监测渠道零售额月度同比 (%)



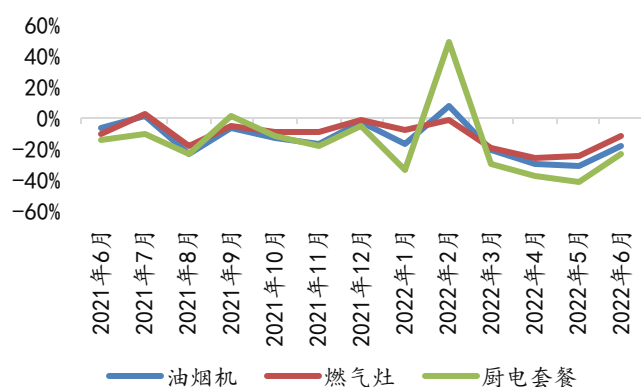
资料来源：奥维云网，通联数据，东海证券研究所

图 6 空调监测渠道零售额周度同比 (%)



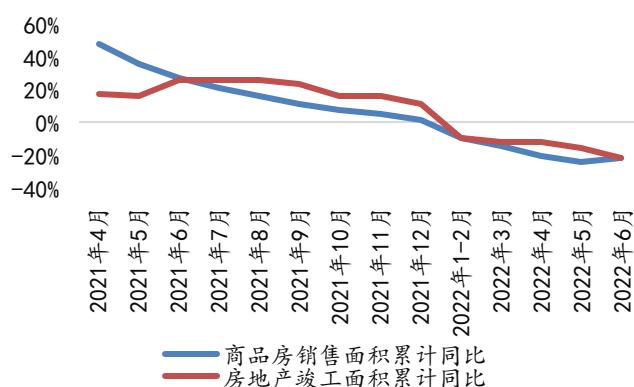
资料来源：奥维云网，东海证券研究所

图 7 传统厨电线下监测渠道零售额月度同比 (%)



资料来源：奥维云网，通联数据，东海证券研究所

图 8 商品房销售面积、房地产竣工面积累计同比 (%)



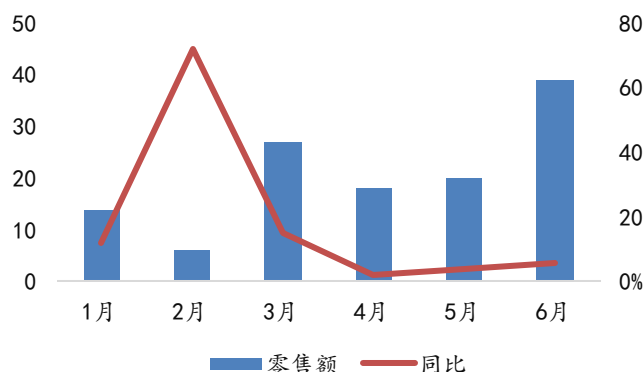
资料来源：同花顺，东海证券研究所

表 3 近期畅销或上新的蒸烤独立机型

品牌	火星人	美大	亿田	帅丰
型号	E7BCZ	风华系列	S8A	T1-8B-90ST
天猫到手价	15000 元	新上市，线下销售	12999 元	13599 元
容量	左蒸烤 45L，右快蒸 35L	烤炸 39L，蒸炖 51L	蒸箱 48L，烤箱 26L	蒸箱 42L，烤箱 32L
内胆材质	瓷膜防护内胆+不锈钢		蒸箱为不锈钢内胆，烤箱为搪瓷内胆	蒸箱为不锈钢内胆，烤箱为搪瓷内胆
火力	5 千瓦		5 千瓦	5.2 千瓦
最大风量	17 平方米/分钟		18.5 平方米/分钟	16 平方米/分钟
最大静压	880pa		大于等于 900pa	800pa
噪音	55dB		70dB (A)	70dB (声功率级) 58dB (声压级)
其他特色	有空气炸功能。烤管可实现大师级温控。平嵌式蒸汽发生器，易清洁。	有空气炸功能。搭载 AI 语音控制+手势控制。	有空气炸功能。烤箱采用发热管+立体循环加热装置。创新下置风机。	有空气烤功能，采用六面立体加热系统。搭载天猫精灵语音智控。

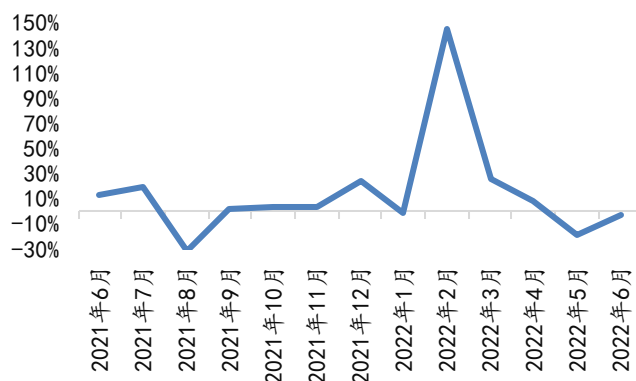
资料来源：淘宝网，品牌官方公众号，东海证券研究所

图9 集成灶推总行业规模（亿元）及月度同比（%）



资料来源：奥维云网，东海证券研究所

图10 洗碗机线下监测渠道零售额月度同比（%）

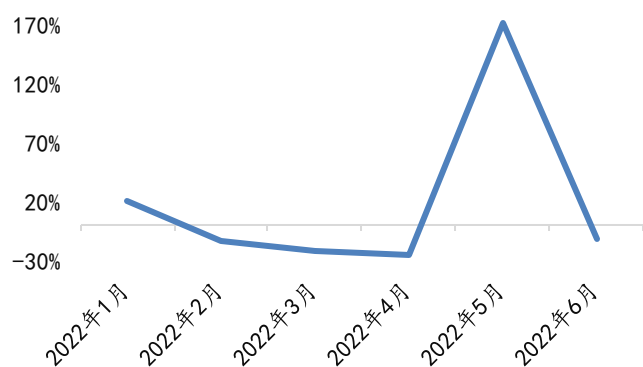


资料来源：奥维云网，通联数据，东海证券研究所

4.受错峰影响，6月扫地机线上销额同比下滑，洗地机销售亮眼

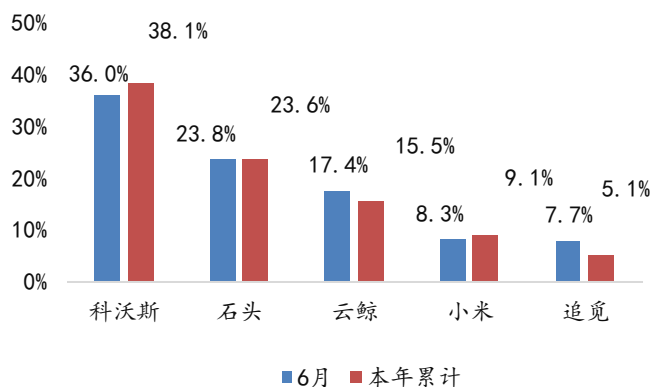
扫地机板块量减价增，石头份额提升明显。据奥维云网，6月单月，扫地机线上销额、销量分别同比下降12%、35%，均价同比提升838元至3222元。今年“618大促”付尾款时间提前，导致统计时部分销额被5月分流。从5-6月合计数据看，扫地机线上销额同比增长23%。从二季度整体看，扫地机线上销额同比增加11%，销量同比减少21%，均价同比增长41%至3271元。自清洁基站产品渗透率提升是均价上行的主要原因。此类产品目前仍有明显完善空间，下一阶段头部厂商的重点或将由提价转向性能优化、成本控制方面，以实现品质与价格的均衡，促进行业重回放量阶段。从6月品牌份额看，科沃斯、石头、云鲸、小米、追觅线上销售额市占分别为36.0%、23.8%、17.4%、8.3%、7.7%；其中，石头市占同比提升12.8pct，单品G10S位列畅销榜首。从今年累计品牌份额看，科沃斯、石头、云鲸、小米、追觅线上销额市占分别为38.1%、23.6%、15.5%、9.1%、5.1%；石头、追觅份额明显提升，科沃斯、小米份额略有下滑。

图11 扫地机线上销额月度同比（%）



资料来源：奥维云网，东海证券研究所

图12 头部品牌线上销售额份额（%）



资料来源：奥维云网，东海证券研究所

洗地机销量高增。6月洗地机线上销量、销额分别同比增长14%、9%，均价同比下降4%。从二季度整体看，线上销量、销额分别同比增长63%、57%，均价同比下降3%。从品牌份额看，添可为行业龙头，6月线上销额市占为60%。从畅销机型看，添可芙万2.0（LED版）和芙万3.0版为6月线上TOP2机型，销额市占分别为21.4%和19.2%。添可作为这一品类在国内的开创者，先发优势突出。

5.行业新闻动态

国常会提出促进绿色智能家电消费

近期，国务院常务会议指出，要加快释放绿色智能家电消费潜力。一是在全国开展家电以旧换新和家电下乡，鼓励有条件地方予以资金和政策支持。实施中要维护全国统一开放大市场，保障公平竞争。二是完善绿色智能家电标准，推进安装、维修等全链条服务标准化。三是支持发展废旧家电回收利用，全面实施千兆光纤网络工程，加快城镇老旧小区改造，巩固提升农村电网，为扩大家电消费提供支撑。（来源：中国政府网）

点评：我国历史上，曾在 2008-2012 年推出家电下乡、以旧换新、节能惠民政策，对家电销售具有明显促进作用。据产业在线，2008 年，我国家用空调、冰箱、洗衣机内销量分别为 2965 万台、2608 万台、2382 万台。而 2012 年，家用空调、冰箱、洗衣机内销量分别为 5716 万台、5567 万台、3481 万台。此外，家电下乡政策实施后，农村大家电保有量提升速度明显加快。2003-2008 年间，我国农村家庭空调/冰箱/洗衣机每百户拥有量年均分别提升 1.3/2.9/3.0 台；而 2009-2012 年间，农村空调/冰箱/洗衣机每百户拥有量年均分别提升 3.9/9.3/4.5 台。三大政策于 2013 年退出，距今已近十年，当时购买的家电也陆续进入换新期。今年以来，政策面已多次提及促进家电消费，此次强调在全国范围内开展家电下乡，后续或将有更多省市落地支持政策。此外，近期商务部表示，将致力于提高县域商业标准化水平，鼓励家电、家居等品牌企业下沉供应链。在物流、电网等基础设施的保障下，新型绿色智能家电在农村市场仍有渗透空间。

峰米发布 HEA 联名投影

7 月 15 日，峰米投影与 HEA 共同打造的“狮·影”如画联名款发布会在深圳欢乐海岸 HEA 旗舰店隆重开幕，现场公布了峰米 X1、R1 Nano 两款与 HEA 联名的激光投影仪。这两款产品在保留科技感造型的基础上，融入醒狮文化符号，弘扬国货自信与骄傲。峰米 X1 在小巧尺寸下仍然拥有 1400ANSI 流明亮度，配合内置的 30Wh 锂电池，以及可外接充电宝供电的特性，不论是观影、办公、学习还是游戏场景，皆可适用。峰米 R1 Nano 离墙 25cm 即可投出 80 吋画面，还可立式摆放投影在桌面，使用便捷。（来源：中国视听网）

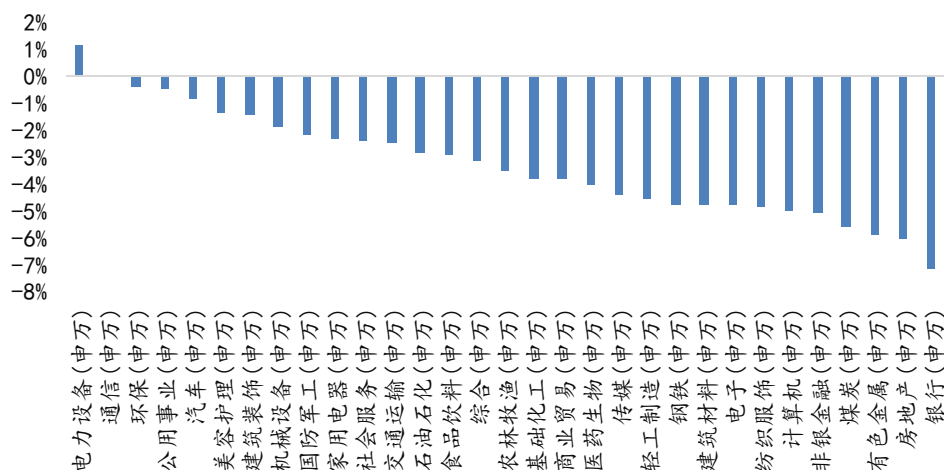
亿田举办蒸烤独立集成灶上市 4 周年品牌发布会

7 月 14 日，“亿田蒸烤独立集成灶上市 4 周年品牌发布会”在嵊州举行，此次会议发布了《2022 中国蒸烤独立集成灶行业发展与品质消费白皮书》。蒸烤独立集成灶概念于 2017 年初步形成，2019 年亿田 S8 蒸烤独立集成灶正式发布，如今这一品类已成为厨电行业发展速度最快、潜力最大的品类之一。（来源：亿田集成灶公众号）

6.二级市场表现

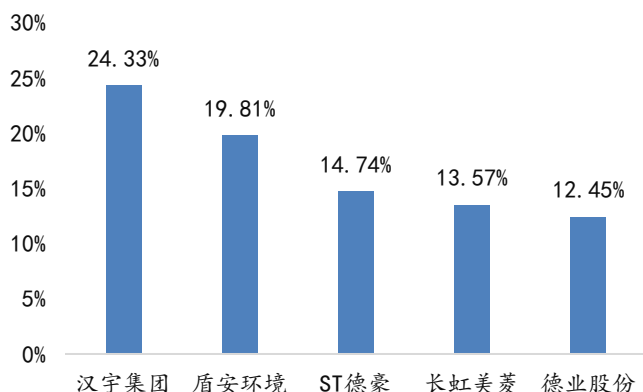
本周沪深 300 指数跌幅为 4.07%，家电板块跌幅为 2.35%，家电板块跑赢沪深 300 指数 1.72 个百分点，在 31 个申万一级行业中排名第 10。本周涨幅前五的板块个股分别是汉字集团（24.33%）、盾安环境（19.81%）、ST 德豪（14.74%）、长虹美菱（13.57%）、德业股份（12.45%）。本周跌幅前五的板块个股分别是老板电器（-12.62%）、帅丰电器（-12.45%）、联合精密（-11.32%）、亿田智能（-9.98%）、高斯贝尔（-8.71%）。

图 13 本周申万一级行业各板块涨跌幅 (%)



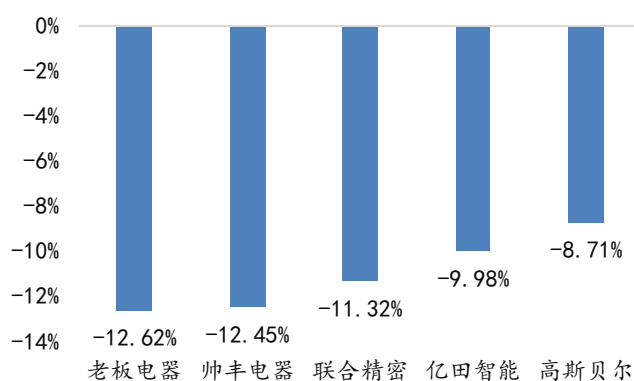
资料来源: Choice, 东海证券研究所

图 14 家电板块周涨幅排名前五的个股



资料来源: Choice, 东海证券研究所

图 15 家电板块周跌幅排名前五的个股



资料来源: Choice, 东海证券研究所

7.风险提示

(1) 疫情反复风险: 局部地区疫情封控政策可能对家电门店运营、物流运输造成影响。(2) 宏观经济下行风险: 宏观经济变化可能影响消费者收入状况, 导致其调整在家用电器方面的支出。(3) 原材料价格波动风险: 原材料成本在家电成本中占比较高, 铜、铝、塑料等原材料价格大幅波动将影响家电企业利润情况。

分析师简介:

王敏君, 东海证券高端制造组分析师, 中央财经大学本硕, 曾就职于西部证券。

附注:

一、市场指数评级

看多——未来6个月内上证综指上升幅度达到或超过20%

看平——未来6个月内上证综指波动幅度在-20%—20%之间

看空——未来6个月内上证综指下跌幅度达到或超过20%

二、行业指数评级

超配——未来6个月内行业指数相对强于上证指数达到或超过10%

标配——未来6个月内行业指数相对上证指数在-10%—10%之间

低配——未来6个月内行业指数相对弱于上证指数达到或超过10%

三、公司股票评级

买入——未来6个月内股价相对强于上证指数达到或超过15%

增持——未来6个月内股价相对强于上证指数在5%—15%之间

中性——未来6个月内股价相对上证指数在-5%—5%之间

减持——未来6个月内股价相对弱于上证指数5%—15%之间

卖出——未来6个月内股价相对弱于上证指数达到或超过15%

四、风险提示

本报告所载的全部内容只提供给客户做参考之用, 并不构成对客户的投资建议, 并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证, 建议客户如有任何疑问应当咨询独立财务顾问并独自进行投资判断。

五、免责声明

本报告基于本公司研究所及研究人员认为可信的公开资料或实地调研的资料, 但对这些信息的真实性、准确性和完整性不做任何保证。本报告仅反映研究员个人出具本报告当时的分析和判断, 并不代表东海证券股份有限公司, 或任何其附属或联营公司的立场, 本公司可能发表其他与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告可能因时间等因素的变化而变化从而导致与事实不完全一致, 敬请关注本公司就同一主题所出具的相关后续研究报告及评论文章。在法律允许的情况下, 本公司的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易, 并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务, 本公司的关联机构或个人可能在本报告公开发布之间已经了解或使用其中的信息。

分析师承诺“本人及直系亲属与本报告中涉及的内容不存在利益关系”。本报告仅供“东海证券股份有限公司”客户、员工及经本公司许可的机构与个人阅读。

本报告版权归“东海证券股份有限公司”所有, 未经本公司书面授权, 任何人不得对本报告进行任何形式的翻版、复制、刊登、发表或者引用。

六、资格说明

东海证券股份有限公司是经中国证监会核准的合法证券经营机构, 已经具备证券投资咨询业务资格。我们欢迎社会监督并提醒广大投资者, 参与证券相关活动应当审慎选择具有相当资质的证券经营机构, 注意防范非法证券活动。

上海 东海证券研究所

地址: 上海市浦东新区东方路1928号 东海证券大厦

网址: [Http://www.longone.com.cn](http://www.longone.com.cn)

电话: (8621) 20333619

传真: (8621) 50585608

邮编: 200215

北京 东海证券研究所

地址: 北京市西三环北路87号国际财经中心D座15F

网址: [Http://www.longone.com.cn](http://www.longone.com.cn)

电话: (8610) 59707105

传真: (8610) 59707100

邮编: 100089