

强于大市

家用电器行业周报

绿色智能家电下乡开启，低渗透率家电迎良机

绿色智能家电消费促进政策发布，公布开展家电以旧换新、推进绿色智能家电下乡等九条政策；各地消费券及绿色家电下乡，有望促进洗地机、投影仪等产品销售。上周沪深 300 指数下跌 1.61%，长江家用电器指数下跌 0.22%，跑赢沪深 300 指数 1.39pct。从细分板块来，上周长江白色家电、厨卫家电、小家电、黑色家电、照明设备分别-0.75%/+5.29%/+0.94%/+0.08%/-2.04%。

子版块核心数据追踪：

- **白色家电&彩电**：奥维云网 30 周数据显示，空调、冰箱、洗衣机线下渠道零售额分别同比下降 4.17%、增长 7.49%、下降 6.66%；空调、冰箱、洗衣机线上渠道零售额分别同比增长 6.45%、增长 3.13%、增长 41.82%；彩电线下渠道同比下降 16.35%，线上渠道同比下降 11.51%。
- **厨房电器**：奥维云网 30 周数据显示，油烟机线下渠道零售额同比下降 12.61%，线上渠道零售额同比增长 4.81%；燃气灶线下渠道零售额同比下降 10.33%，线上渠道零售额同比下降 4.44%；集成灶线下零售额同比下降 7.87%，线上零售额同比增长 6.99%；燃气热水器线下零售额同比下降 12.15%，线上零售额同比增长 24.02%。
- **小家电**：奥维云网 30 周数据显示，洗碗机、电饭煲、料理机、养生壶、破壁机、扫地机器人线下渠道零售额分别同比下滑 12.74%、下滑 6.16%、下滑 28.83%、下滑 16.34%、下滑 28.93%、增长 42.60%；线上渠道零售额分别同比下滑 0.74%、下滑 11.79%、下滑 11.83%、下滑 11.79%、下滑 6.64%、增长 4.44%。

投资建议

- **13 部门联合发布《促进绿色智能家电消费通知》**。7 月 29 日，商务部等 13 部门发布《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，公布开展家电以旧换新、推进绿色智能家电下乡、优化绿色智能家电供给等九条政策。2021 年全国家电以旧换新共销售五大类新家电 9248 万台，拉动直接消费 3420 多亿元。在新一轮“绿色智能家电下乡”的背景下，家电以旧换新、绿色智能产品的上市将有望为企业带来新的增长点。中国家用电器协会数据显示，以冰箱、冷柜、空调、洗衣机、电热水器五类产品为例，预计 2022 年能效二级以上产品产销量达 1.1 亿台，成为主流。电饭锅、吸油烟机、微波炉、电磁灶产品中，预计 2022 年能效二级以上产销量接近 5000 万台。
- **绿色智能家电中低渗透率产品有望迎来发展良机**。近年来扫地机器人龙头科沃斯、石头科技，智能投影龙头极米科技、光峰科技等新兴家电品类迅速出圈，表现抢眼。此外，家电下乡政策以及消费券的推出有利于挖掘国内家电品类的新增需求，有望提振小家电品类（如微波炉、电饭煲等）以及目前国内渗透率较低的品类（如扫地机、投影仪等）的终端销售。
- **建议关注**：科沃斯、石头科技、火星机器人、亿田智能、老板电器、格力电器、海尔智家、美的集团
- **风险提示**：1) 疫情影响宏观经济未能达到预期；2) 家电行业价格战加剧；3) 原材料价格上涨超预期等。

相关研究报告

《家电社零&地产数据点评：21M6：地产竣工数据表现较好，有望带动家电内销持续复苏》
20210719

《21M6 家电月度数据点评：电商大促带动线上高增长，新兴品类维持较高景气度》
20210719

《家电社零&地产数据点评：21M5：地产竣工延续复苏趋势，带动家电内销持续回暖》
20210618

中银国际证券股份有限公司
具备证券投资咨询业务资格

家用电器

证券分析师：张译文

yiwen.zhang@bocichina.com

证券投资咨询业务证书编号：S1300520090004

目录

上周家电行业走势	6
1. 行业点评.....	6
2. 核心公司交易数据	6
3. 未来三个月大小非解禁一览.....	7
4. 上周大宗交易一览	7
5. 上周南北向资金一览.....	8
行业数据更新	10
1. 家电终端零售数据追踪	10
2. 家电行业原材料数据更新	17
行业新闻及核心公司重要公告.....	19
1. 行业新闻	19
2. 核心公司公告.....	23
风险提示.....	25

图表目录

图表 1. 沪深 300、长江家用电器指数：家用电器板块周度变动跑赢沪深 300 指数 1.39pct	6
图表 2. 上周各板块涨跌幅：家电制造板块上周收盘上涨 1.62%	6
图表 3. 家电板块细分子板块行情走势：厨卫家电表现最好，上涨 5.29%	6
图表 4. 上周家电板块涨幅前 10 的个股：日出东方涨幅最大为 31.08%	7
图表 5. 上周家电板块跌幅前 10 的个股：科沃斯跌幅最大为 5.04%	7
图表 6. 未来三个月解禁	7
图表 7. 上周大宗交易	7
图表 8. 22W30 白色家电板块北向资金持股占比	8
图表 9. 22W30 黑色家电板块北向资金持股占比	8
图表 10. 22W30 厨卫家电板块北向资金持股占比	9
图表 11. 22W30 小家电板块北向资金持股占比	9
图表 12. 22W30 照明类电器板块北向资金持股占比	9
图表 13. 22W30 按摩器材板块北向资金持股占比	9
图表 14. 22W30 扫地机器人板块北向资金持股占比	9
图表 15. 22W30 冷链板块北向资金持股占比	9
图表 16. 空调月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 8.17%、下滑 22.84%	10
图表 17. 空调月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 269 元、上涨 91 元	10
图表 18. 冰箱月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比增长 1.18%、下滑 10.64%	10
图表 19. 冰箱月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 959 元、下跌 22 元	10
图表 20. 洗衣机月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 3.85%、下滑 11.79%	11
图表 21. 洗衣机月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 452 元、下跌 28 元	11
图表 22. 彩电月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 14.74%、下滑 22.96%	11
图表 23. 彩电月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 417 元、下跌 498 元	11
图表 24. 油烟机月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 18.78%、下滑 4.96%	11
图表 25. 油烟机月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨	

166 元、上涨 36 元.....	11
图表 26. 燃气灶月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 12.62%、下滑 12.18%	12
图表 27. 燃气灶月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 92 元、上涨 73 元.....	12
图表 28. 集成灶月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比增长 12.70%、下滑 8.46%	12
图表 29. 集成灶月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 778 元、上涨 722 元.....	12
图表 30. 燃气热水器月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 22.71%、下滑 14.63%.....	12
图表 31. 燃气热水器月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 55 元、下降 49 元.....	12
图表 32. 洗碗机月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 3.96%、下滑 5.32%	13
图表 33. 洗碗机月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 196 元、上涨 282 元.....	13
图表 34. 电饭煲月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 11.93%、下滑 19.97%	13
图表 35. 电饭煲月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 75 元、上涨 25 元.....	13
图表 36. 料理机月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 34.59%、下滑 12.42%	13
图表 37. 料理机月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别下滑 6 元、上涨 52 元.....	13
图表 38. 养生壶月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 25.81%、下滑 25.53%	14
图表 39. 养生壶月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 13 元、上涨 6 元.....	14
图表 40. 破壁机月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比下滑 34.47%、下滑 2.94%	14
图表 41. 破壁机月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别下滑 22 元、上涨 25 元.....	14
图表 42. 扫地机器人月度销售额同比变化：22 年 6 月线下、线上同比上涨 63.22%、下滑 12.00%.....	14
图表 43. 扫地机器人月度销售均价同比变化：22 年 6 月线下、线上均价同比分别上涨 1793 元、上涨 838 元.....	14
图表 44. 空调年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 63.50 亿元、121.97 亿元，均价为 4086 元、3245 元.....	15

图表 45. 冰箱年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 59.37 亿元、118.05 亿元，均价为 6015 元、2230 元.....	15
图表 46. 洗衣机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 42.24 亿元、109.32 亿元，均价为 3970 元、1590 元.....	15
图表 47. 彩电年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 53.63 亿元、138.32 亿元，均价为 5292 元、2358 元.....	15
图表 48. 油烟机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 10.08 亿元、23.29 亿元，均价为 3821 元、1528 元.....	15
图表 49. 燃气灶年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 5.76 亿元、14.56 亿元，均价为 1832 元、761 元.....	15
图表 50. 集成灶年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 0.58 亿元、8.63 亿元，均价为 10267 元、7998 元.....	16
图表 51. 燃气热水器年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 8.12 亿元、20.74 亿元，均价为 3241 元、1590 元.....	16
图表 52. 洗碗机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 3.94 亿元、7.75 亿元，均价为 7366 元、3821 元.....	16
图表 53. 电饭煲年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 3.66 亿元、16.82 亿元，均价为 602 元、231 元.....	16
图表 54. 料理机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 1.78 亿元、12.51 亿元，均价为 722 元、195 元.....	16
图表 55. 养生壶年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 0.20 亿元、4.31 亿元，均价为 233 元、127 元.....	16
图表 56. 破壁机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 1.63 亿元、7.52 亿元，均价为 995 元、447 元.....	17
图表 57. 扫地机器人年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 0.58 亿元、17.81 亿元，均价为 4157 元、2927 元.....	17
图表 58. LME3 个月铜上涨 5.40%，铝下滑 0.79%，铅上涨 1.15%，锌上涨 9.58%.....	17
图表 59. 镀锌板价格走势：镀锌板（0.5，含税价）为 5011 元/吨，较上周下滑 0.15%	17
图表 60. 轧板卷(1.0mm)价格为 4400 元/吨，较上周上涨 1.38%	18
图表 61. 中国塑料城价格指数截至 7 月 22 日为 912.64 点，较上周下滑 0.44%	18
图表 62. 液晶面板价格方面，6 月价格下跌，32 寸、43 寸、55 寸环比分别下跌 3、3、3 美元/片	18

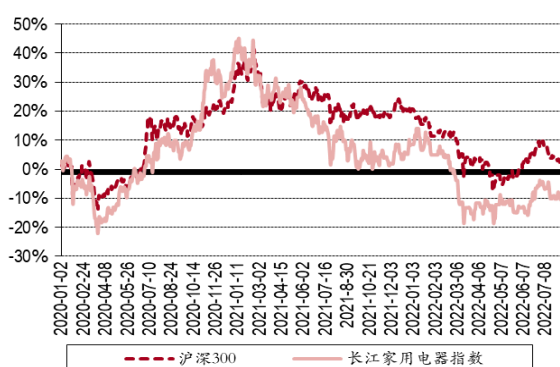
上周家电行业走势

1. 行业点评

上周沪深 300 指数下跌 1.61%，长江家用电器指数下跌 0.22%，跑赢沪深 300 指数 1.39pct。从细分板块来，上周长江白色家电、厨卫家电、小家电、黑色家电、照明设备分别 -0.75%/+5.29%/+0.94%/+0.08%/-2.04%。

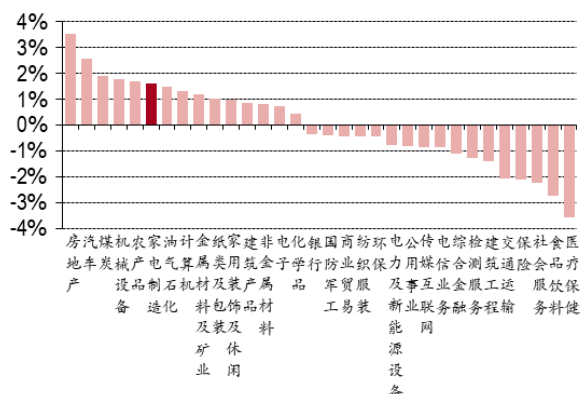
从 2020 年至今的板块表现来看，沪深 300 上涨 1.79%，家电板块下跌 10.41%，家电板块表现弱于沪深 300，上周厨卫家电指数表现相对较好。

图表1. 沪深 300、长江家用电器指数：家用电器板块周度变动跑赢沪深 300 指数 1.39pct



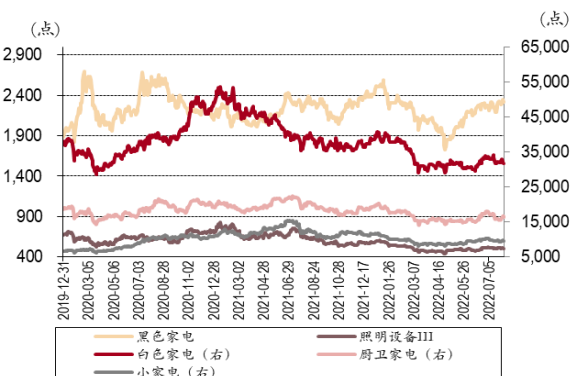
资料来源：万得，中银证券

图表2. 上周各板块涨跌幅：家电制造板块上周收盘上涨 1.62%



资料来源：万得，中银证券

图表3. 家电板块细分子板块行情走势：厨卫家电表现最好，上涨 5.29%



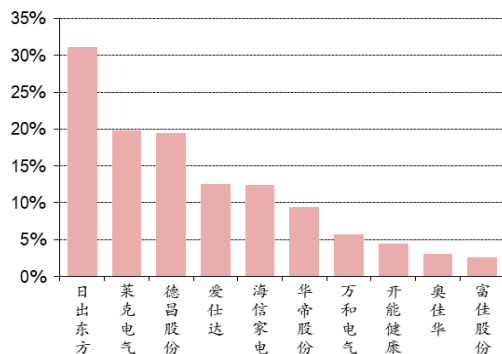
资料来源：万得，中银证券

2. 核心公司交易数据

上周家电板块主要上市公司表现，日出东方涨幅最大为 31.08%，科沃斯跌幅最大为-5.04%。

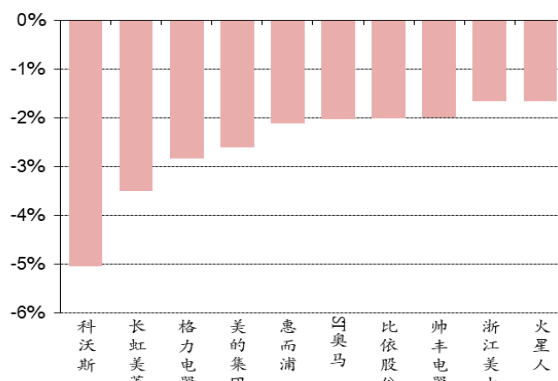
从各主要家电上市公司的年初至今股价表现来看：爱玛科技（涨幅 97.01%）、飞科电器（涨幅 84.76%）日出东方（涨幅 36.37%），领跑整个长江家用电器指数。

图表4. 上周家电板块涨幅前10的个股：日出东方涨幅最大为31.08%



资料来源：万得，中银证券

图表5. 上周家电板块跌幅前10的个股：科沃斯跌幅最大为5.04%



资料来源：万得，中银证券

3. 未来三个月大小非解禁一览

图表6. 未来三个月解禁

代码	简称	解禁日期	解禁数量 (万股)	变动前 (万股)			变动后 (万股)		
				总股本	流通A股	占比 (%)	总股本	流通A股	占比 (%)
002959.SZ	小熊电器	8月23日	7977.06	15,600.00	7,622.11	48.86	15,600.00	15,599.17	99.99

资料来源：万得，中银证券

4. 上周大宗交易一览

图表7. 上周大宗交易

股票代码	公司名称	交易日期	成交价 (元)	前一交易日收盘价 (元)	折价率 (%)	当日收盘价 (元)	成交量 (万股)	成交额 (万元)
000333.SZ	美的集团	7月25日	56.45	55.09	2.47	56.45	3.64	205.48
000333.SZ	美的集团	7月28日	55.75	55.92	(0.30)	55.75	25.30	1,410.48
000333.SZ	美的集团	7月28日	55.75	55.92	(0.30)	55.75	25.10	1,399.33
000651.SZ	格力电器	7月29日	33.26	33.31	(0.15)	33.26	10.20	339.25

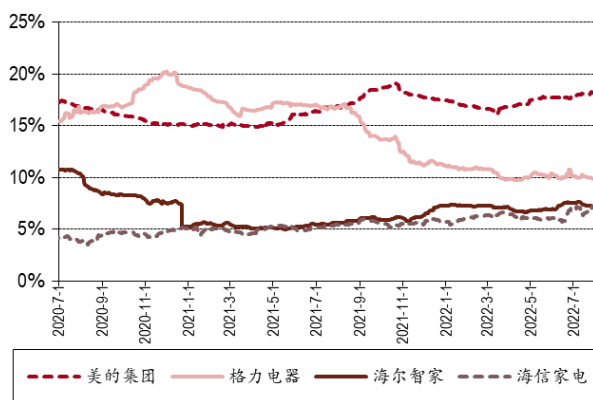
资料来源：万得，中银证券

5. 上周南北向资金一览

- **白色家电北向资金持股:** 截至7月22日,北向资金持股比例方面,美的集团较上周增加0.15pct;格力电器较上周减少0.12pct;海尔智家较上周减少0.11pct;海信家电较上周增加0.27pct。
- **黑色家电北向资金持股:** 截至7月22日,北向资金持股比例方面,视源股份较上周增加0.01pct;海信视像较上周不变;兆驰股份较上周减少0.08pct;创维数字较上周减少0.09pct;四川长虹较上周不变。
- **厨卫家电北向资金持股:** 截至7月22日,北向资金持股比例方面,老板电器较上周减少0.48pct;华帝股份较上周减少0.01pct;火星入较上周减少0.02pct;浙江美大较上周增加0.10pct。
- **小家电北向资金持股:** 截至7月22日,北向资金持股比例方面,九阳股份较上周增加0.05pct;苏泊尔较上周增加0.14pct;飞科电器较上周增加0.14pct;小熊电器较上周不变;新宝股份较上周减少0.10pct;莱克电气较上周减少0.07pct。
- **照明类电器北向资金持股:** 截至7月22日,北向资金持股比例方面,公牛集团较上周减少0.01pct;欧普照明较上周增加0.02pct;阳光照明较上周不变。
- **按摩器材北向资金持股:** 截至7月22日,北向资金持股比例方面,奥佳华较上周增加0.22pct;荣泰健康较上周维持不变。
- **扫地机器人北向资金持股:** 截至7月22日,北向资金持股比例方面,石头科技较上周增加0.01pct;科沃斯较上周增加0.01pct。
- **冷链相关北向资金持股:** 截至7月22日,北向资金持股比例方面,海容冷链较上周增加0.12pct;冰轮环境较上周增加0.37pct;四方科技较上周维持不变;雪人股份较上周减少0.19pct;汉钟精机较上周增加0.04pct。

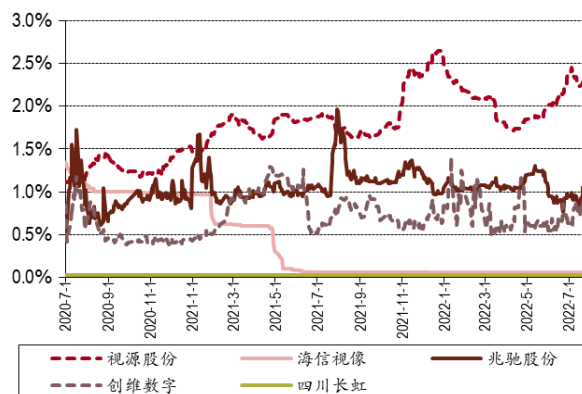
注:北向资金持股比例计算方法为:北向资金持股数量/总股本。

图表8. 22W30 白色家电板块北向资金持股占比



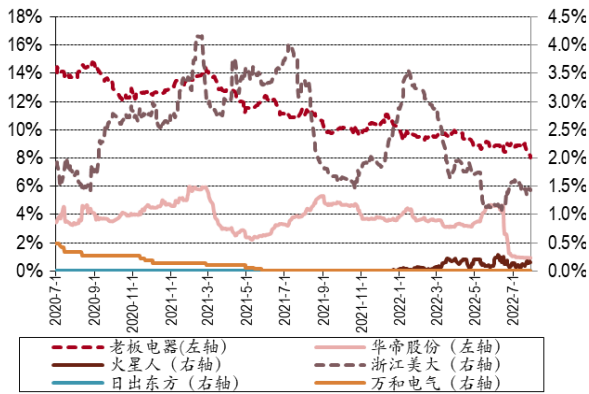
资料来源:万得,中银证券

图表9. 22W30 黑色家电板块北向资金持股占比



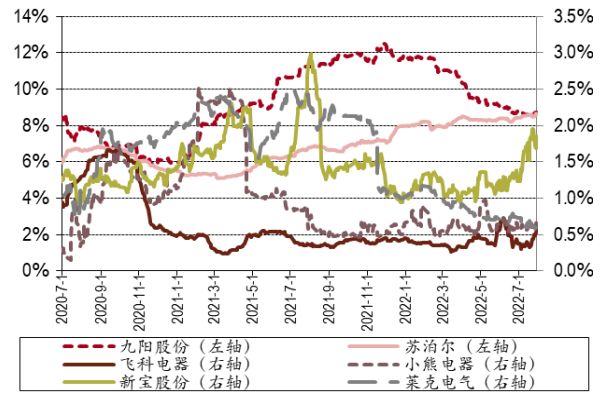
资料来源:万得,中银证券

图表10. 22W30 厨卫家电板块北向资金持股占比



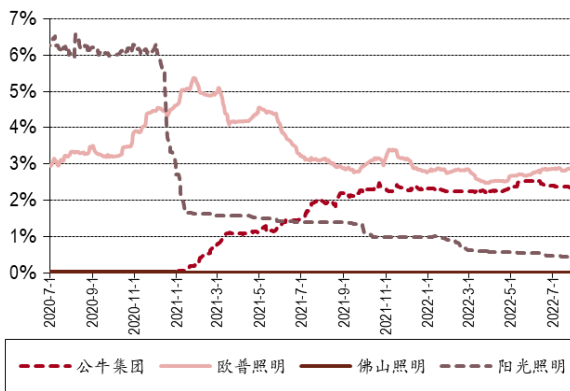
资料来源：万得，中银证券

图表11. 22W30 小家电板块北向资金持股占比



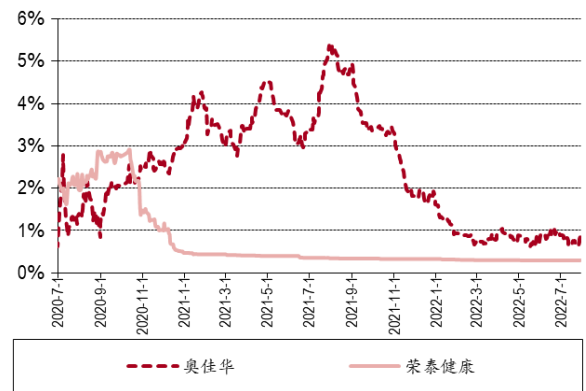
资料来源：万得，中银证券

图表12. 22W30 照明类电器板块北向资金持股占比



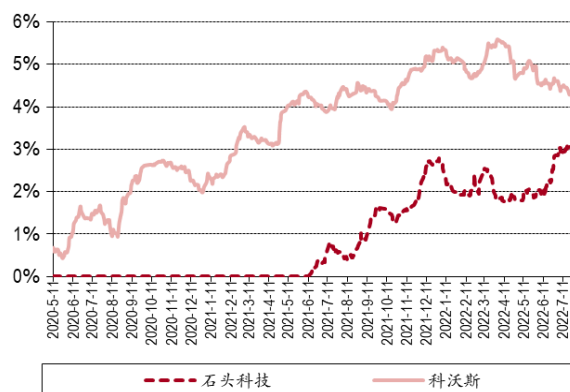
资料来源：万得，中银证券

图表13. 22W30 按摩器材板块北向资金持股占比



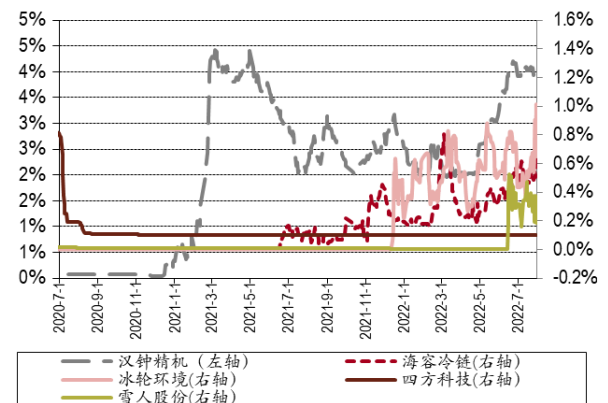
资料来源：万得，中银证券

图表14. 22W30 扫地机器人板块北向资金持股占比



资料来源：万得，中银证券

图表15. 22W30 冷链板块北向资金持股占比



资料来源：万得，中银证券

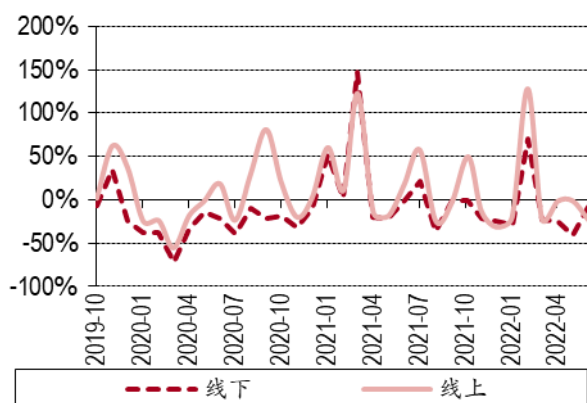
行业数据更新

1. 家电终端零售数据追踪

(1) 月度数据

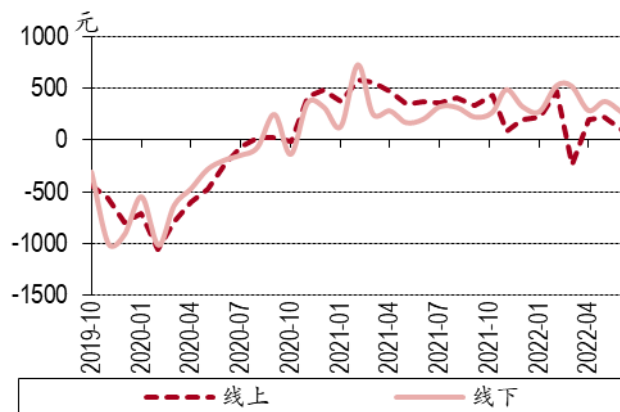
① 白色家电和彩电:

图表16. 空调月度销售额同比变化: 22年6月线下、线上同比下滑 8.17%、下滑 22.84%



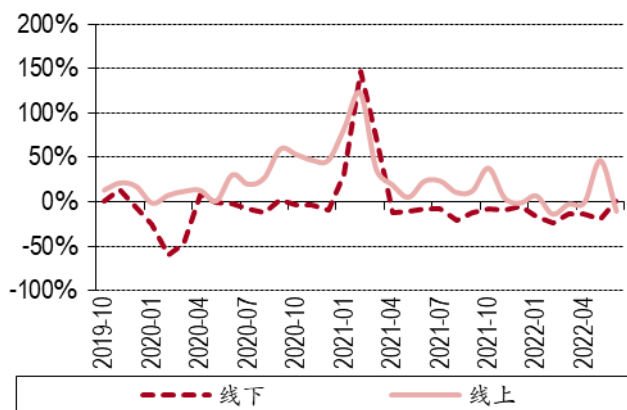
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表17. 空调月度销售均价同比变化: 22年6月线下、线上均价同比分别上涨 269 元、上涨 91 元



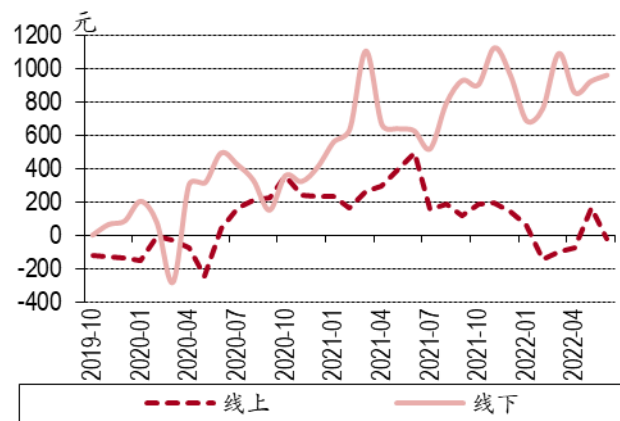
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表18. 冰箱月度销售额同比变化: 22年6月线下、线上同比增长 1.18%、下滑 10.64%



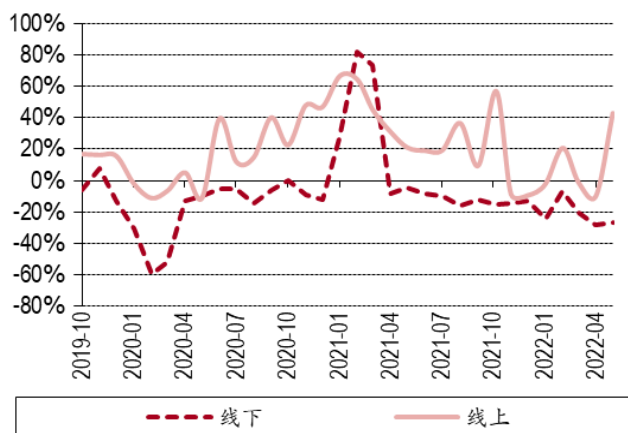
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表19. 冰箱月度销售均价同比变化: 22年6月线下、线上均价同比分别上涨 959 元、下跌 22 元



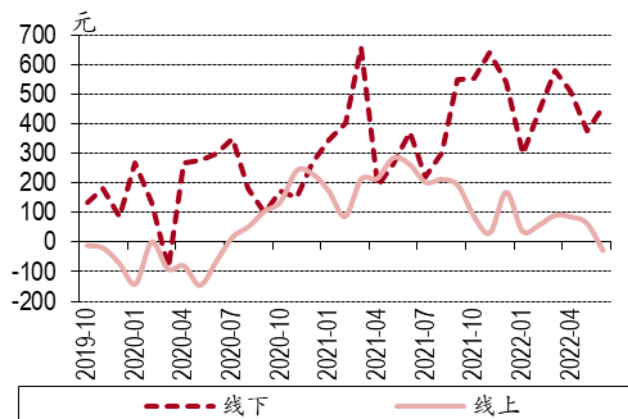
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表20. 洗衣机月度销售额同比变化：22年6月线下、线上同比下滑 3.85%、下滑 11.79%



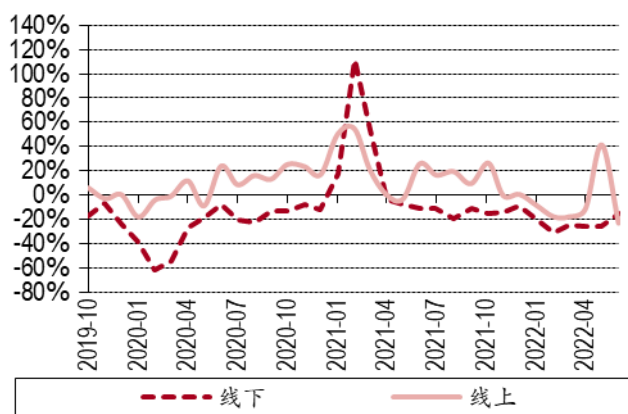
资料来源：奥维云网，中银证券

图表21. 洗衣机月度销售均价同比变化：22年6月线下、线上均价同比分别上涨 452 元、下跌 28 元



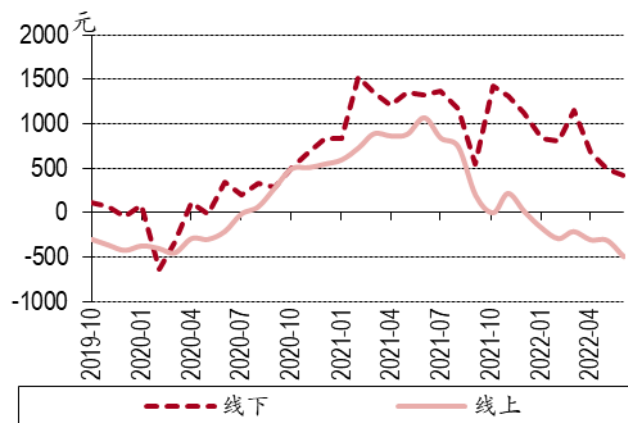
资料来源：奥维云网，中银证券

图表22. 彩电月度销售额同比变化：22年6月线下、线上同比下滑 14.74%、下滑 22.96%



资料来源：奥维云网，中银证券

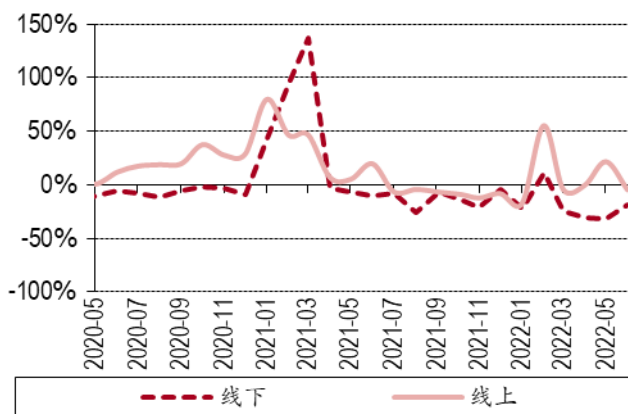
图表23. 彩电月度销售均价同比变化：22年6月线下、线上均价同比分别上涨 417 元、下跌 498 元



资料来源：奥维云网，中银证券

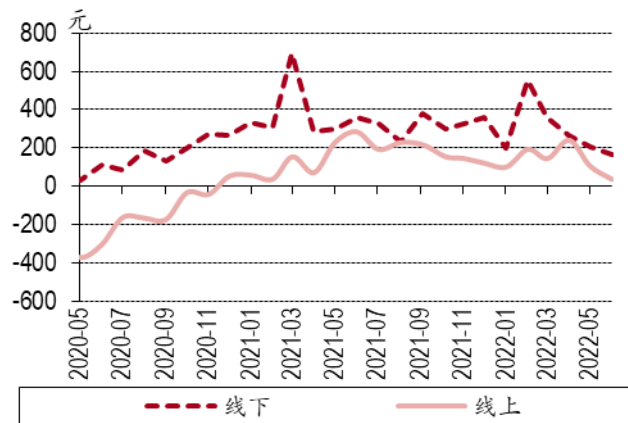
② 厨房电器：

图表24. 油烟机月度销售额同比变化：22年6月线下、线上同比下滑 18.78%、下滑 4.96%



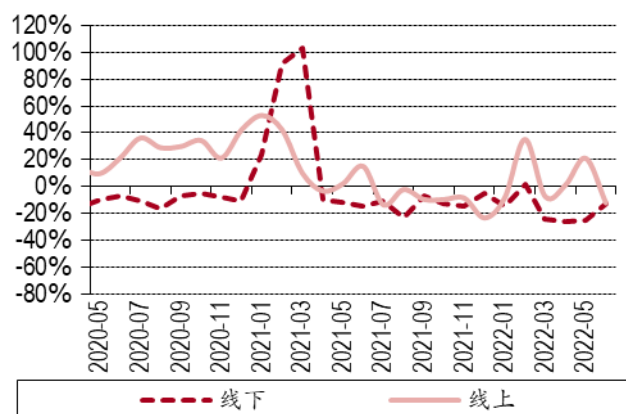
资料来源：奥维云网，中银证券

图表25. 油烟机月度销售均价同比变化：22年6月线下、线上均价同比分别上涨 166 元、上涨 36 元



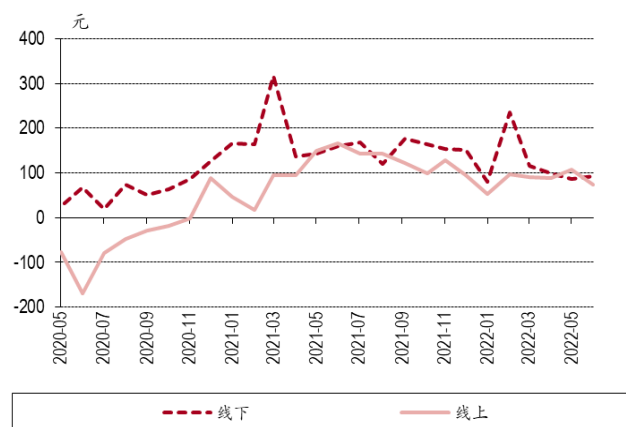
资料来源：奥维云网，中银证券

图表26. 燃气灶月度销售额同比变化：22年6月线下、线上同比下滑 12.62%、下滑 12.18%



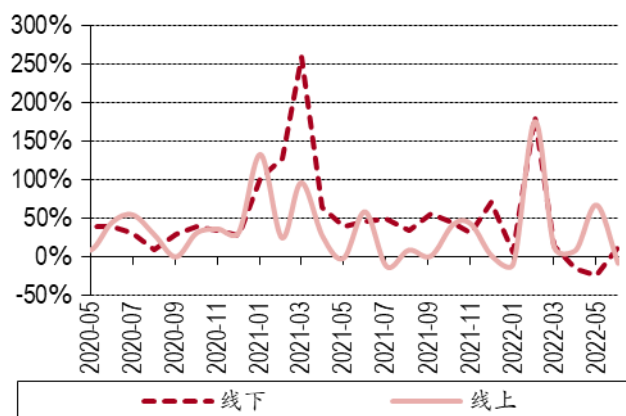
资料来源：奥维云网，中银证券

图表27. 燃气灶月度销售均价同比变化：22年6月线下、线上均价同比分别上涨 92 元、上涨 73 元



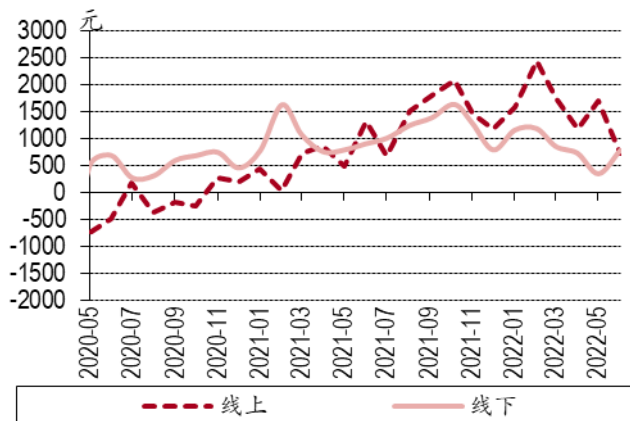
资料来源：奥维云网，中银证券

图表28. 集成灶月度销售额同比变化：22年6月线下、线上同比增长 12.70%、下滑 8.46%



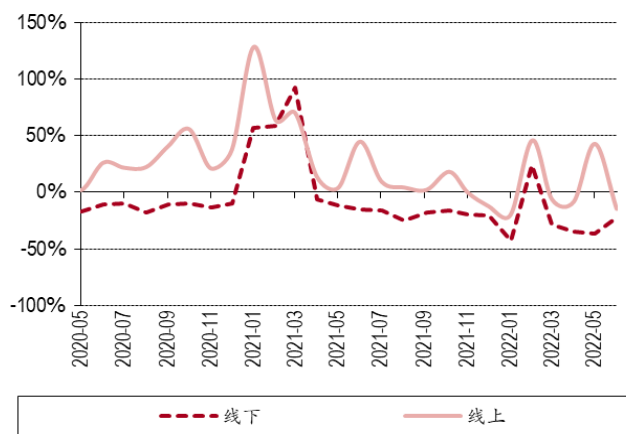
资料来源：奥维云网，中银证券

图表29. 集成灶月度销售均价同比变化：22年6月线下、线上均价同比分别上涨 778 元、上涨 722 元



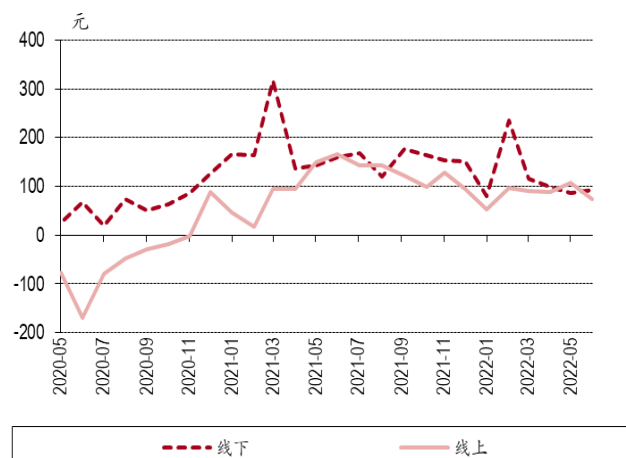
资料来源：奥维云网，中银证券

图表30. 燃气热水器月度销售额同比变化：22年6月线下、线上同比下滑 22.71%、下滑 14.63%



资料来源：奥维云网，中银证券

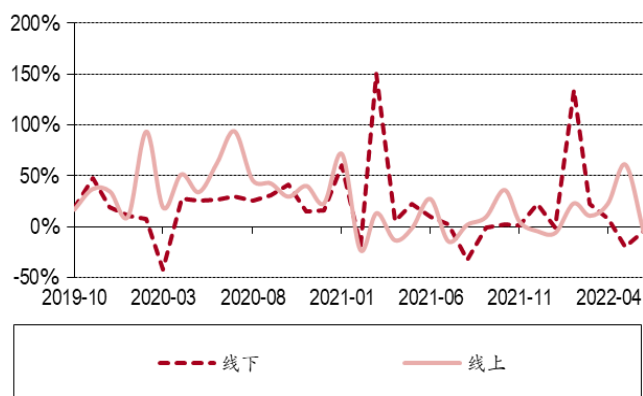
图表31. 燃气热水器月度销售均价同比变化：22年6月线下、线上均价同比分别上涨 55 元、下降 49 元



资料来源：奥维云网，中银证券

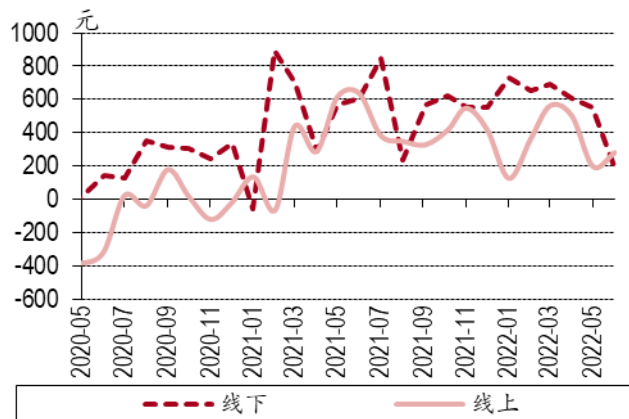
③ 小家电:

图表32. 洗碗机月度销售额同比变化: 22年6月线下、线上同比下滑 3.96%、下滑 5.32%



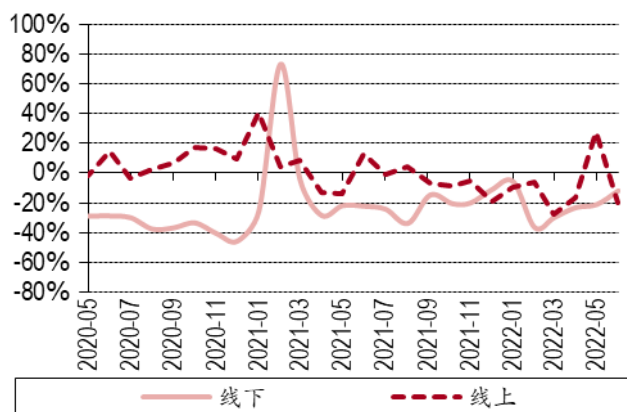
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表33. 洗碗机月度销售均价同比变化: 22年6月线下、线上均价同比分别上涨 196 元、上涨 282 元



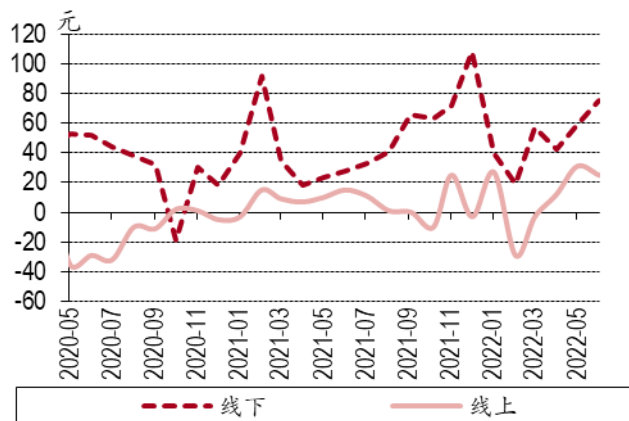
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表34. 电饭煲月度销售额同比变化: 22年6月线下、线上同比下滑 11.93%、下滑 19.97%



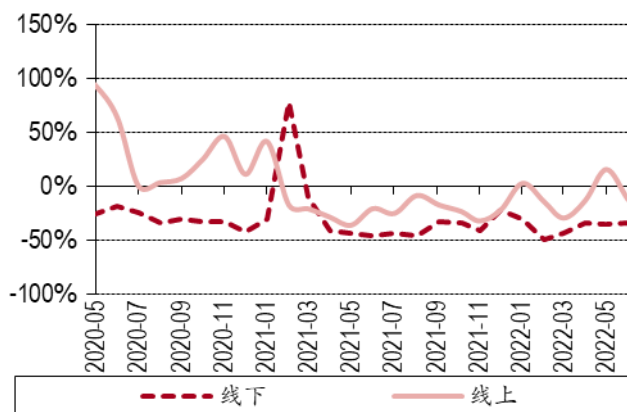
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表35. 电饭煲月度销售均价同比变化: 22年6月线下、线上均价同比分别上涨 75 元、上涨 25 元



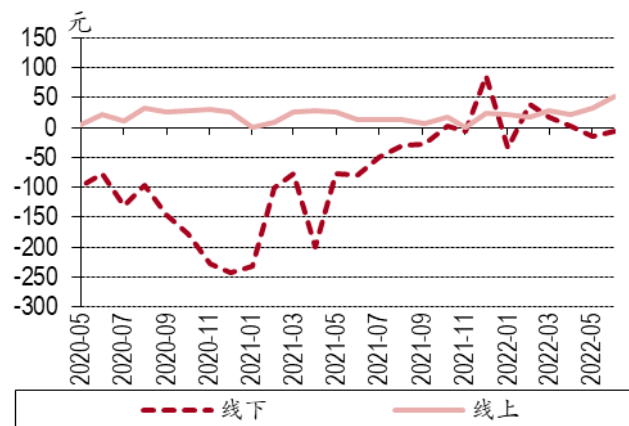
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表36. 料理机月度销售额同比变化: 22年6月线下、线上同比下滑 34.59%、下滑 12.42%



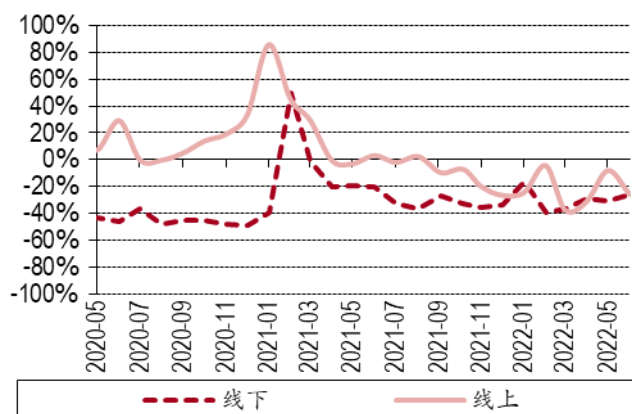
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表37. 料理机月度销售均价同比变化: 22年6月线下、线上均价同比分别下滑 6 元、上涨 52 元



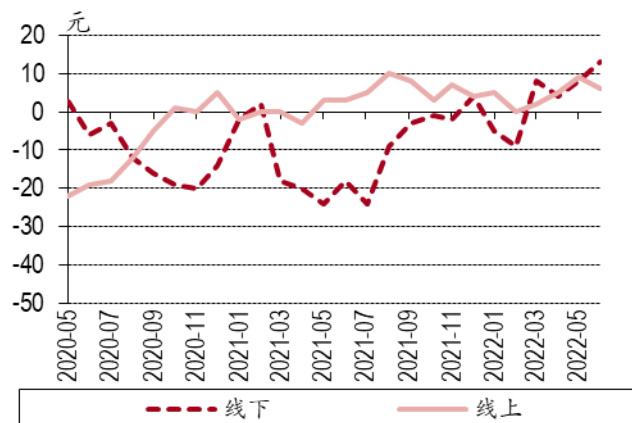
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表38. 养生壶月度销售额同比变化：22年6月线下、线上同比下滑 25.81%、下滑 25.53%



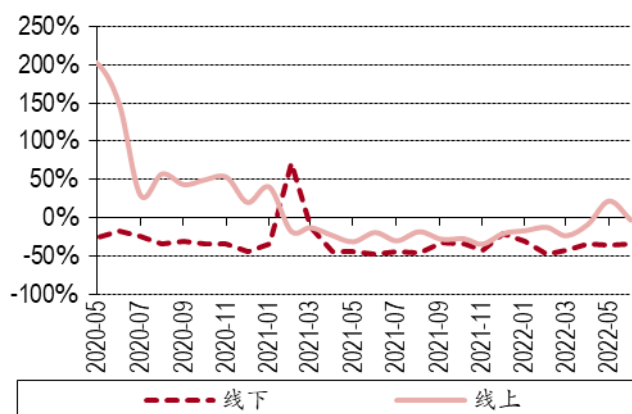
资料来源：奥维云网，中银证券

图表39. 养生壶月度销售均价同比变化：22年6月线下、线上均价同比分别上涨 13 元、上涨 6 元



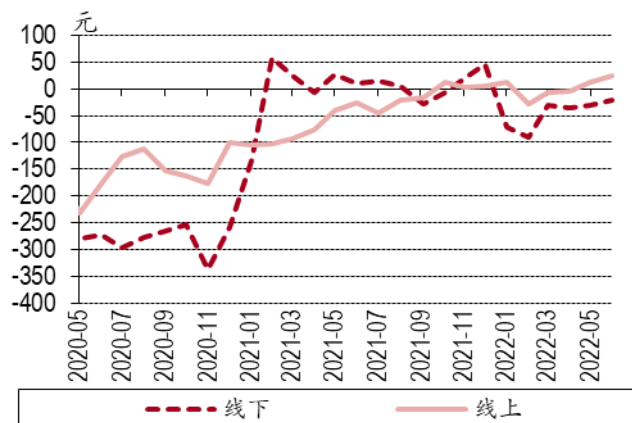
资料来源：奥维云网，中银证券

图表40. 破壁机月度销售额同比变化：22年6月线下、线上同比下滑 34.47%、下滑 2.94%



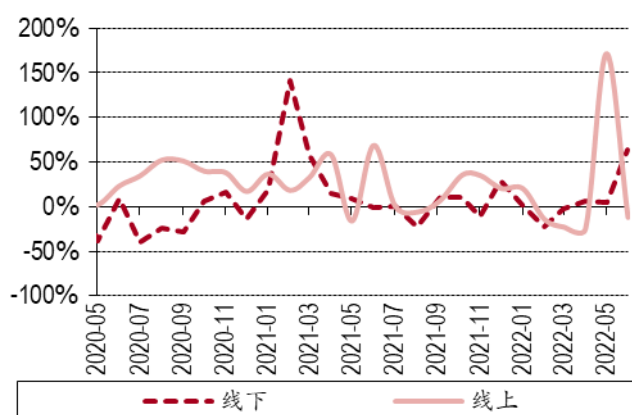
资料来源：奥维云网，中银证券

图表41. 破壁机月度销售均价同比变化：22年6月线下、线上均价同比分别下滑 22 元、上涨 25 元



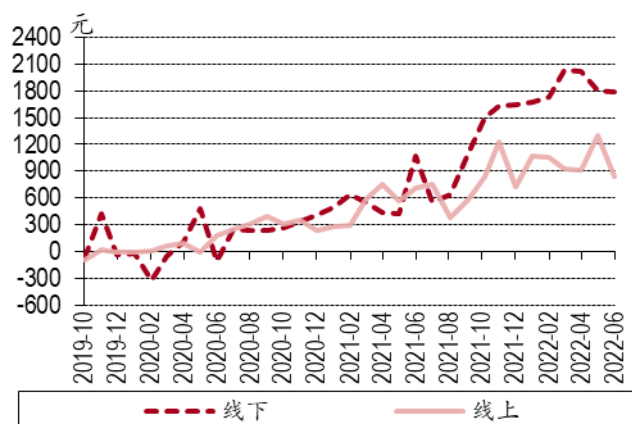
资料来源：奥维云网，中银证券

图表42. 扫地机器人月度销售额同比变化：22年6月线下、线上同比上涨 63.22%、下滑 12.00%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表43. 扫地机器人月度销售均价同比变化：22年6月线下、线上均价同比分别上涨 1793 元、上涨 838 元

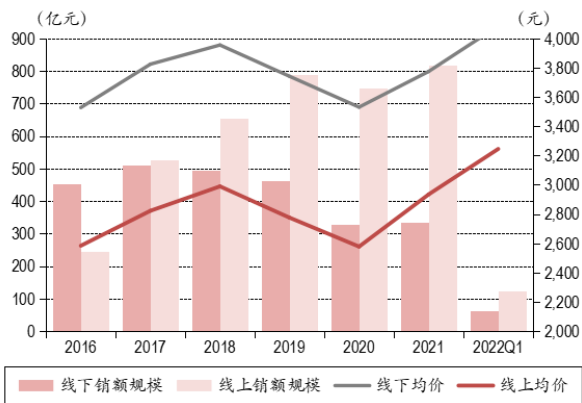


资料来源：奥维云网，中银证券

(2) 过往年度及 2022 年 Q1 数据

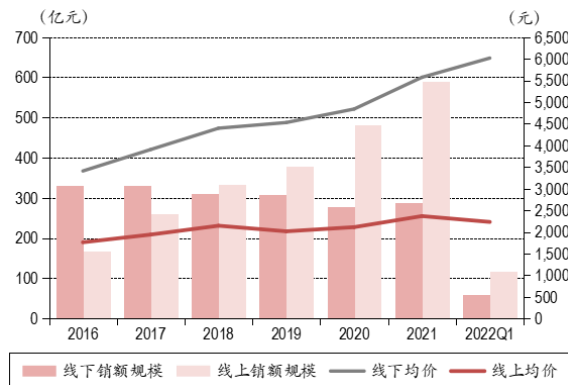
① 白色家电和彩电：

图表44. 空调年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 63.50 亿元、121.97 亿元，均价为 4086 元、3245 元



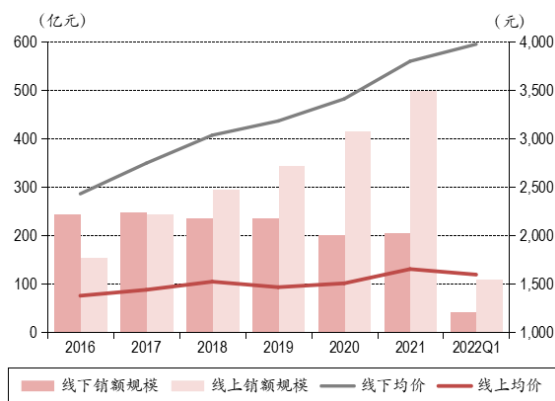
资料来源：奥维云网，中银证券

图表45. 冰箱年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 59.37 亿元、118.05 亿元，均价为 6015 元、2230 元



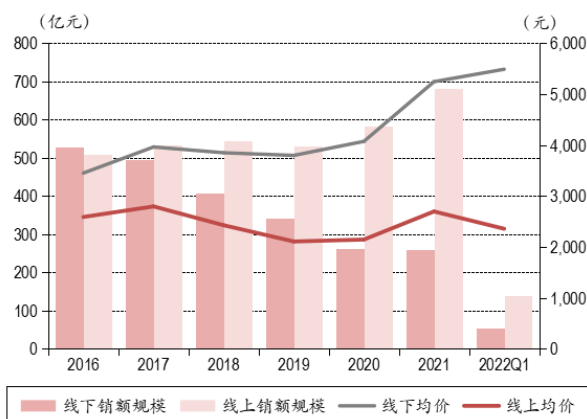
资料来源：奥维云网，中银证券

图表46. 洗衣机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 42.24 亿元、109.32 亿元，均价为 3970 元、1590 元



资料来源：奥维云网，中银证券

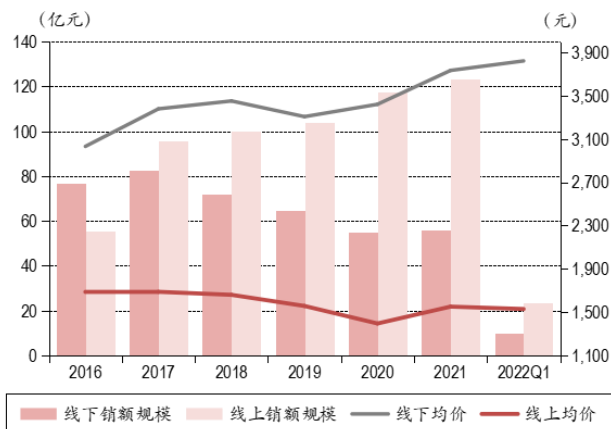
图表47. 彩电年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 53.63 亿元、138.32 亿元，均价为 5292 元、2358 元



资料来源：奥维云网，中银证券

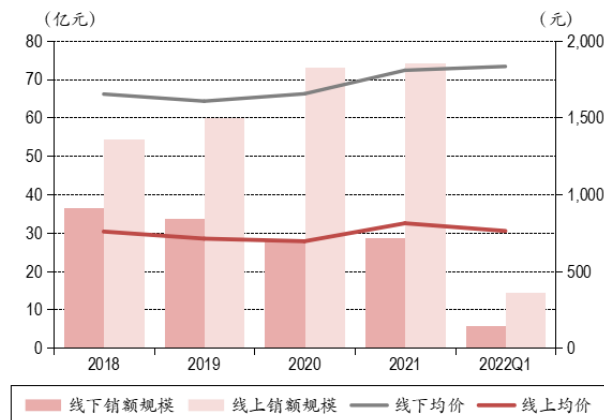
② 厨房电器：

图表48. 油烟机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 10.08 亿元、23.29 亿元，均价为 3821 元、1528 元



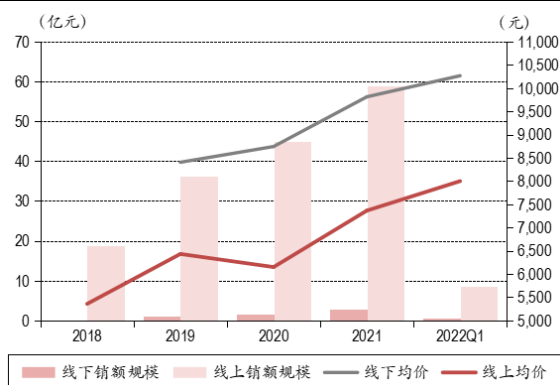
资料来源：奥维云网，中银证券

图表49. 燃气灶年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 5.76 亿元、14.56 亿元，均价为 1832 元、761 元



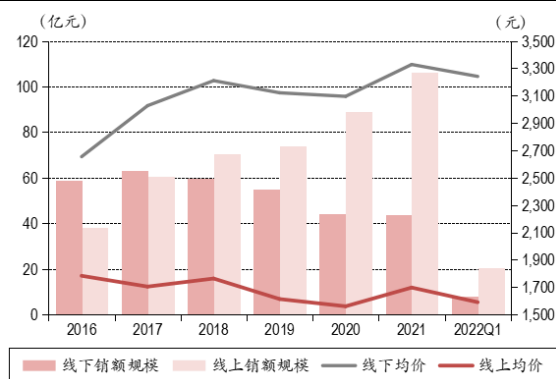
资料来源：奥维云网，中银证券

图表50. 集成灶年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到0.58亿元、8.63亿元，均价为10267元、7998元



资料来源：奥维云网，中银证券

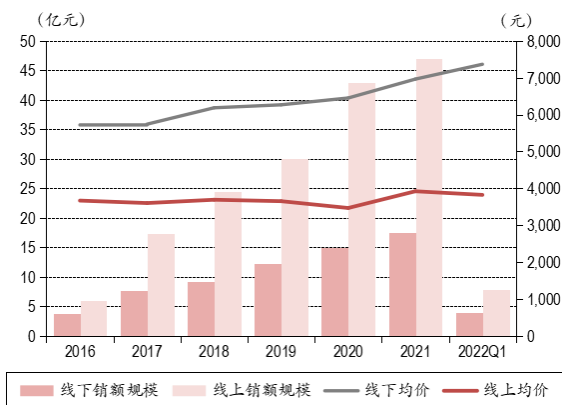
图表51. 燃气热水器年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到8.12亿元、20.74亿元，均价为3241元、1590元



资料来源：奥维云网，中银证券

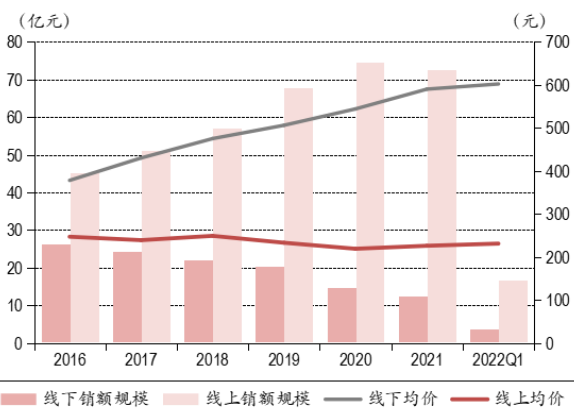
③ 小家电：

图表52. 洗碗机年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到3.94亿元、7.75亿元，均价为7366元、3821元



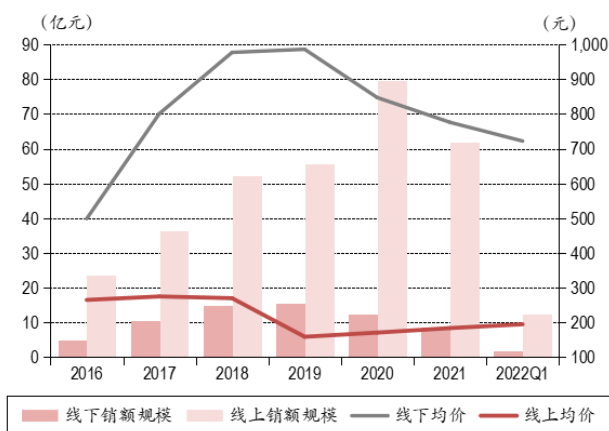
资料来源：奥维云网，中银证券

图表53. 电饭煲年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到3.66亿元、16.82亿元，均价为602元、231元



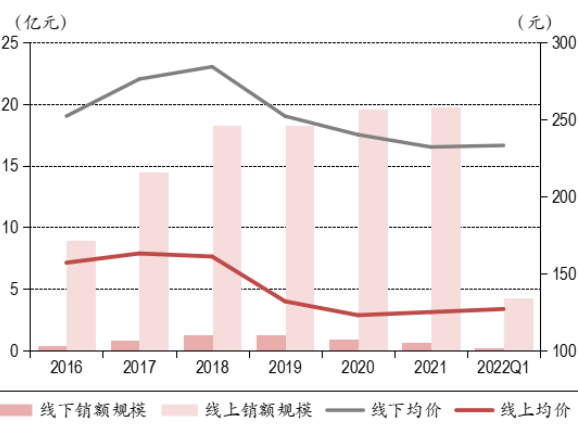
资料来源：奥维云网，中银证券

图表54. 料理机年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到1.78亿元、12.51亿元，均价为722元、195元



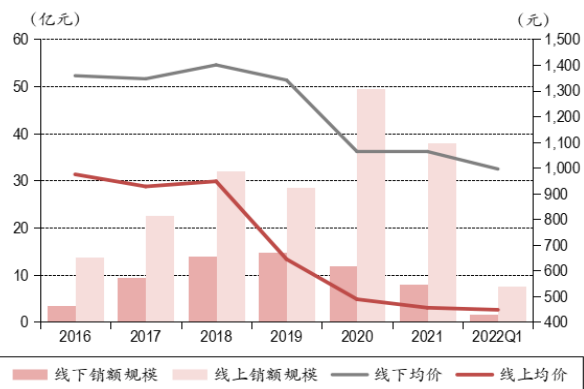
资料来源：奥维云网，中银证券

图表55. 养生壶年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到0.20亿元、4.31亿元，均价为233元、127元



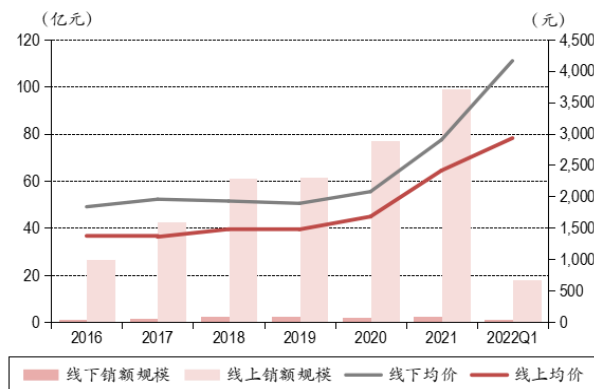
资料来源：奥维云网，中银证券

图表56. 破壁机年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到1.63亿元、7.52亿元，均价为995元、447元



资料来源：奥维云网，中银证券

图表57. 扫地机器人年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到0.58亿元、17.81亿元，均价为4157元、2927元



资料来源：奥维云网，中银证券

2 家电行业原材料数据更新

上周铜上涨5.40%，铝下滑0.79%，铅上涨1.15%，锌上涨9.58%；

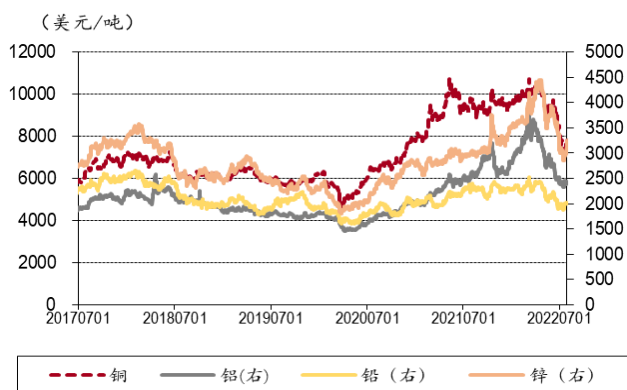
镀锌板价格方面，截至7月29日，镀锌板（0.5，含税价）为5011元/吨，较上周下滑0.15%；

冷轧板卷价格方面，截止7月29日，冷轧板卷（1.0mm）价格为4400元/吨，较上周上涨1.38%；

塑料价格方面，中国塑料城价格指数截至7月29日为912.64点，较上周下滑0.44%；

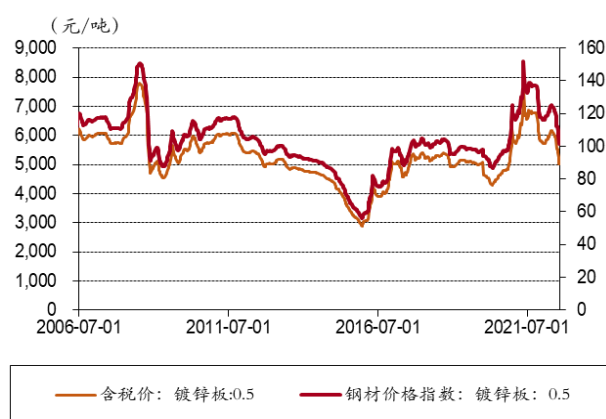
液晶面板价格方面，6月价格下跌，32寸、43寸、55寸环比分别下跌3、3、3美元/片。

图表58. LME3个月铜上涨5.40%，铝下滑0.79%，铅上涨1.15%，锌上涨9.58%



资料来源：万得，中银证券

图表59. 镀锌板价格走势：镀锌板（0.5，含税价）为5011元/吨，较上周下滑0.15%



资料来源：万得，中银证券

图表60. 轧板卷(1.0mm)价格为4400元/吨,较上周上涨1.38%



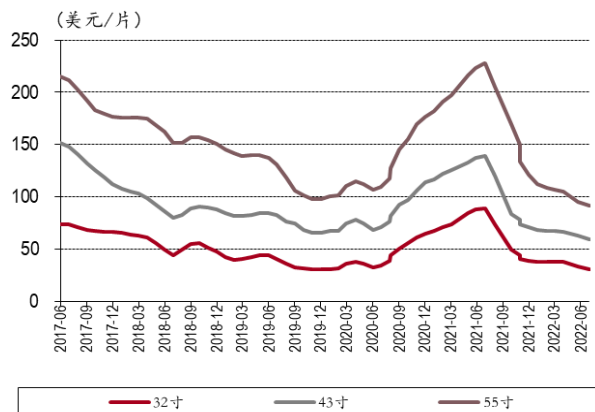
资料来源:万得,中银证券

图表61. 中国塑料城价格指数截至7月22日为912.64点,较上周下滑0.44%



资料来源:万得,中银证券

图表62. 液晶面板价格方面,6月价格下跌,32寸、43寸、55寸环比分别下跌3、3、3美元/片



资料来源:万得,中银证券

行业新闻及核心公司重要公告

1. 行业新闻

白电

【大利好！商务部等 13 部门最新发声】7 月 29 日，商务部等 13 部门发布《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》全文。此次公布的政策举措主要集中于开展家电以旧换新与家电下乡，推进全链路服务标准化、废旧家电回收以及农村电网的巩固等。（券商中国）

【澳柯玛冷链携手仙坛股份与阿赛浦打造 RCEP 预制菜产业基地】7 月 28 日晚间，仙坛股份发布公告称，公司与青岛澳柯玛冷链集成有限公司、阿赛浦(青岛)经贸发展有限公司三方共同签署了《战略合作协议》。三方本着“优势互补、资源共享、市场运作、合作共赢”的原则，建立长期、全面、深度的战略合作机制，在产品冷链物流，海外市场出口等领域结成全方位的战略合作伙伴关系。据了解，本次合作将以仙坛股份的产品为原点，以澳柯玛冷链智慧全冷链技术为基础，阿赛浦 RCEP 综合服务为核心，发挥各方在国内和国际上的产业积累、产业经验、产业人脉，搭建完善的预制菜冷链物流贸易体系。完善预制菜从田间地头到餐桌的各项环节，通过技术研发使得预制菜的仓储运输降本提效。率先打造 RCEP 预制菜产业基地，推动预制菜全产业链发展。（全景网）

【绿色智能家电消费潜力持续释放，促进绿色智能家电有效供给】近日召开的国务院常务会议指出，要多措并举扩消费，加快释放绿色智能家电消费潜力，在全国开展家电以旧换新和家电下乡，完善绿色智能家电标准，支持发展废旧家电回收利用。业内认为，在 2022 年上半年家电产业增速放缓的背景下，国家层面的政策引导释放了积极信号，在保证市场规范的竞争秩序下，对家电行业渡过难关和消费市场信心的提振，将起到非常积极的作用，也有利于家电行业健康发展。目前，我国绿色节能家电行业正在努力建立健康的供需关系。中国家用电器协会数据显示，以冰箱、冷柜、空调、洗衣机、电热水器这五类产品为例，预计 2022 年能效二级以上产品产销量整体达到 1.1 亿台，成为主流。电饭锅、吸油烟机、微波炉、电磁灶产品中，预计 2022 年能效二级以上产销量可接近 5000 万台。GfK 中怡康预测，2022 年绿色智能家电的规模为 3541 亿元。王宏吉表示：“当前绿色智能家电呈现出‘绿色为基，智能引领’的整体特征，随着国家整体双碳战略的实施，绿色节能将成为家电产品的基本要求。家电产品的智能化逐渐由联网步入交互发展阶段，未来将会是智能生态阶段，智能化将会是未来拉动消费者升级消费家电产品的重要推动力。”（证券日报）

【家居 | 暖而未暖 空调行业何处寻未来？】进入 7 月，高温仍在持续，且各地开始频频发布高温预警酷暑之下，消费者对空调的需求量也在增长。奥维云网数据显示，2022 年 6 月，空调线下销售额环比增长 79.2%、销量环比增长 82.9%；线上销售额环比增长 112.84%，销量环比增长 118.59%。不过，受行业饱和、原材料价格上涨、房地产行业下行以及疫情导致的物流不畅等因素影响，与 2021 年同期相比，6 月份空调线上、线下零售量同比仍处于下降通道，降幅分别为 25.26%、14.36%。在销量整体承压的背景下，政府及各大空调品牌也开启了“花样迭出”的促消费大战。（财经网）

【世界品牌实验室发布 2022 中国品牌 500 强：海尔连续 19 年上榜，蝉联前三】7 月 26 日，由世界品牌实验室(WorldBrandLab)主办的(第十九届)“世界品牌大会”在北京举行，会上发布了 2022 年《中国 500 最具价值品牌》分析报告。在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中，国家电网、中国工商银行、海尔成为中国最具价值的前三大品牌。其中，海尔连续十九年登上这一榜单，蝉联中国品牌前三，品牌价值高达 4739.65 亿元。（牛华网）

【再添 2 项国际领先！海尔智家累计行业最多】7 月 22 日，海尔智家的 2 项中央空调科技成果，经中国制冷空调工业协会鉴定，认定为最高级别“国际领先”水平。至此，海尔智家已累计拥有 234 项国际领先认证，行业最多。海尔智家在空调领域也拥有了 57 项国际领先认证，同样是行业最多。这 2 项科技成果，有效解决了空调恒温不足、散热低效、干燥耗能等问题，为用户带来更舒适、更节能、更高效的升级空气体验。（砍柴网）

【“双面美的：裁员“瘦身”，并购“增肥”】家电制造业的巨头美的近日消息不断。前脚美的刚刚传来大规模裁员消息，意在降本过冬；后脚曝出其出资 22 亿收购了 A 股上市公司科陆电子，继续扩张业务。疫情黑天鹅来袭，大宗原材料价格强势走高，家电消费市场整体疲软，方洪波带领美的再次走上转型路。方洪波在近期的投资者交流会上表示，美的集团应对寒冬的策略是变革 To C 业务，重点转型 To B 业务，打造第二增长曲线。具体来说，To B 业务，保留“四大四小”核心业务，其它关停并转。其中，“四大业务”指机器人与工业自动化、楼宇科技、新能源汽车零部件、储能，这四大业务要坚定地加大投入，越困难越要坚定；“四小业务”指万东医疗、安得智联、美云智数、美智光电。对于美的而言，此次入驻科陆电子正好是“四大”中的储能板块。美的集团表示，能源管理是美的点燃第二引擎，在 B 端核心业务上布局与突破的关键领域。（新浪网）

【6 秒完成一次处方拣药！家电企业跨界医疗领域，智能医院上线】“医院被认为是最复杂的建筑之一，不像酒店、办公楼、体育场馆的功能相对是单一的。”美的医疗智慧医院首席专家孙靖接受南都湾财社等媒体采访时表示，医院既有公共建筑的特性，又有检验检疫、住院、手术室、医疗教学等立体要求，因此需要跨专业、满足不同功能需求的综合应对方案。7 月 23 日，美的医疗发布智能医院最新研发成果，医技楼场景、手术部场景、门诊药房场景、住院病区场景以及后勤指挥中心场景等五大医疗场景解决方案浮出水面。在疫情、原材料普遍涨价等多重因素影响下，越来越多的家电巨头们纷纷跨界，开启多元化经营的道路。南都湾财社记者梳理发现，目前如美的、海尔、长虹美菱、海信、格力等多家家电企业均已开始布局医疗领域。（奥一网）

【美的集团：瑞仕格医疗发布医院院内物流和药房整体解决方案，打通院内外药品供应链】e 公司讯，美的集团消息，7 月 23 日至 7 月 25 日，第 23 届 CHCC 全国医院建设大会暨中国国际医院建设、装备及管理展览会在武汉举行。作为美的医疗的重要品牌，瑞仕格医疗在会上发布了医院院内物流整体解决方案，并推介了多款物流自动化产品和药房自动化产品。目前，瑞仕格医疗已与国内 600 家医院成为合作伙伴，为医院提供涵盖最初设计、项目实施、安装调试到后期维护等一站式技术支持，助力智慧医院的建设。（e 公司）

黑电

【世界 VR 产业动员大会召开 机构预计今年 VR 设备出货量将大幅提升】7 月 27 日，主题为“VR 让世界更精彩——VR 点亮元宇宙”的 2022 世界 VR 产业动员大会正式召开，本届大会新增了上百家元宇宙领域企业参会。今年多地出台支持性政策促进 VR 产业发展，多家企业已超前布局相关产业，其中就包括创维集团近日发布的全球首款 Pancake 1 代系列产品。创维集团 VR CEO 表示，此次产品代表近眼显示从过去传统的非球面镜/菲涅尔镜片进入了超短焦的 Pancake 时代。宣传海报称“重构体积 跨时代 VR 之作”。Pancake 是一种折叠光学方案，与当前主流方案相比优势包括：能够大幅降低 VR 头显重量及尺寸，提升用户的佩戴体验；通过调整透镜组位置来直接调节屈光度，极大地方便了近视用户。目前已有多家巨头将发布采用 Pancake 光学方案 VR 产品：苹果首款 MR 设备预计将于 2023 年初发布，售价高达 3000 美元；Meta 的 Project Cambria 预计将于 Connect 大会（10 月）上发布，售价将超 1000 美元；Pico 将推出两款新品，预计将在 9 月于国内及美国同步发布，高端款售价接近万元。（智通财经）

【中国电子信息行业第 42 次“双代会”：长虹 QC 成果获佳绩】近日，中国电子信息行业第 42 次质量管理小组及质量信得过班组代表会议（简称“双代会”）在湖北武汉举行。全国电子信息行业 218 个 QC 小组及质量信得过班组成果参加了本次“双代会”。其中，长虹多媒体、模塑科技、技佳精工、空调、爱联科技、器件公司、新能源、精密公司等 25 个 QC 小组和 4 个质量信得过班组参会，并再次取得优异成绩。长虹模塑科技“磁铁机器人自动组件研发”、技佳精工“降低危废产生量”、长虹多媒体“提升 XF 系列背板上线合格率”等成果深受评审小组好评。长虹新闻发言人饶彬彬表示，“通过‘双代会’这样的行业成果交流，有效拓展了 QC 及质量信得过班组开展方法，也有助于提升公司质量管理体系建设，为品牌塑造奠定坚实基础。”（和讯网）

【第二届安徽“科交会”开幕在即，光峰科技携两款激光产品参展】第二届中国(安徽)科技创新成果转化交易会”拟于8月25日在合肥开幕。本届科交会以“强化科技成果转化,赋能高质量发展”为主题,受组委会邀请,被誉为“新型显示之王”的光峰科技将携“峰米全色激光电视T1”、“峰米激光投影仪X1”两款产品应邀参展。峰米T1搭载了ALPD@RGB+全色激光显示技术,呈现出来的画面清晰细腻,颜色丰富饱满,色彩冲击力很强。画质锐利,能够让用户看清影片中的每一个细节。“全能艺术家”峰米X1激光投影仪,不仅拥有CNC金属的精致外观,更凭借仅有25mm的纤薄厚度,小巧便携的体积,可以随身装入口袋,走到哪里,投到哪里。峰米X1同样搭载ALPD@激光显示技术,让迷你的机身仍然有1400 ANSI流明亮度。峰米X1还内置30Wh锂电池,在没有电源的情况下也可独立使用,同时可支持外接65W充电宝供电,不论是观影、外出会议、露营还是游戏场景,皆可从容应对,让消费者彻底摆脱投影用电焦虑。(砍柴网)

【绿色家电消费风口将至，长虹抢占行业制高点】近日，商务部会同工业和信息化部、市场监管总局等部门，研究提出的《关于促进绿色智能家电消费的若干措施》（以下简称《措施》）将于近期发布。业内人士表示，这将对在绿色消费概念方面布局的家电企业是一个利好。近年来，以长虹为代表的一些家电企业，开始加大加强绿化设计和绿色制造工作，而长虹格润也不断进行横纵向的布局绿色环保布局，逐步实现“一体两翼”的产业布局，抢占了绿色消费的制高点。长虹控股集团新闻发言人饶彬彬表示：老旧小区改造和农村电网提升工程，都将在一定程度上加速或推动城市与农村的家电换代升级。尤其是目前正处于“超限”使用的电视、冰箱、空调等家电，随着老旧小区改造、农村电网提升工程的推进，叠加商务部等部门的家电以旧换新、绿色智能家电下乡、废旧家电回收等政策的出台与落地实施，将释放较大的家电消费潜力，对扩大市场需求，增强行业发展信心，营造家电更新消费的良好环境大有裨益。在绿色环保方面，据了解，长虹通过不断加强绿化设计和绿色制造工作，加强节能产品、环境标志产品的设计研发、生产制造，并积极寻找提升空间，不断完善产品的绿色设计和绿色制造水平，已陆续为社会提供了更多更好的节能、低噪声、低辐射性、低碳产品。(砍柴网)

厨卫家电

【老板电器颁布集成灶团体标准，引领集成灶行业迈入高性能时代】7月27日，中国家用电器研究院联合老板电器共同编制的《高性能集成灶技术规范》正式颁布。基于消费升级的背景下和行业标准缺失的前提下，此次老板电器制定团体标准能更好的提升国内集成灶标准里产品性能和使用性能的空白，为用户带来完美的使用体验，也将彻底革新行业格局与生态，对集成灶市场今后的健康发展起到正向牵引，进一步加速市场对集成灶产品的认知，重新定义人们传统观念里的集成灶，引领集成灶行业迈入高性能时代。(凤凰网)

【母婴家电的亮眼名片，老板电器首批母婴消毒柜获权威认证】随着三胎政策的实施，如何守护孩子健康成长，成为越来越多家长考虑的问题。作为中国厨电品牌领导者，老板电器始终坚持科技创新，以消费者需求为引擎，产品为载体，不断推进产品升级。旗下母婴消毒柜专门针对母婴人群特殊需求而设计，并以专业消毒技术筑起杀菌屏障，用人性化设计呵护千万家庭。近日，老板XS855和XD706两款消毒柜，凭借超强大动态杀菌、动态烘干等创新科技，经中国家用电器研究院检测，获得母婴消毒柜权威认证。这不仅为消费者选购提供了有力支撑与参考，也是母婴家电科技好产品的身份证明。(凤凰网)

【火星人：公司专业从事新型厨房电器产品的研发、设计、生产与销售业务】香港万得通讯社报道，7月23日有投资者向火星人提问，请问公司属于绿色智能家电吗？下乡政策利好公司吗？以旧换新活动有吗？对此，火星人7月25日在投资者互动平台表示，公司专业从事新型厨房电器产品的研发、设计、生产与销售业务，主要产品包括集成灶、洗碗机（集成洗碗机、水槽洗碗机、嵌入式洗碗机）、集成水槽、燃气热水器、厨柜等系列产品，公司将密切关注相关政策。(万德通讯社)

照明类电器

【佛山照明、得邦照明入选中国 500 最具价值品牌】7月26日，由世界品牌实验室（World Brand Lab）主办的第十九届“世界品牌大会”在北京举行，会上发布了2021年《中国 500 最具价值品牌》分析报告。得邦照明（603303）以238.55亿元的品牌价值，列第336位。佛山照明连续17年入选“中国 500 最具价值品牌”榜单，品牌价值265.29亿元人民币，同比增长16.02%。（Ofweek）

【公牛集团于广东新设智能照明公司，注册资本 1000 万元】7月28日，公牛集团股份有限公司（以下简称“公牛集团”）新增投资企业广东公牛智能照明有限公司。据乐居财经了解，公牛智能照明成立于2022年7月27日，注册资本1000万元，法人代表为阮立平，经营范围包括：照明器具制造；照明器具销售；照明器具生产专用设备制造等。目前，其由公牛集团100%持股。而公牛集团成立于2008年1月18日，注册资本6.01亿元，法人代表为阮立平。目前，其大股东为宁波良机实业有限公司，持股53.89%。良机实业的大股东为宁波梅山保税港区铄今投资管理有限公司，持股80%。后者由阮学平、阮立平各持股50%。（乐居财经）

小家电

【科沃斯于苏州成立机器人技术公司，注册资本 927.6 万元】7月28日，科沃斯机器人股份有限公司新增投资企业苏州科沃斯机器人技术有限公司，投资比例100%。据企查查，苏州科沃斯机器人技术有限公司成立于2022年7月27日，法定代表人为庄建华，注册资本约927.6万元，经营范围包含：智能机器人的研发；智能机器人销售；服务消费机器人制造等。（乐居财经）

【新能源车之后，家电消费也迎重磅政策！促消费大潮中哪些品类有望跑赢？】上一轮家电下乡，受益的家电品类较为明确，以“三大白”为主，还包括彩电、热水器等。本次，政策受益品类因“智能”、“绿色”的关键字有了显著变化。在智能家电领域，家电企业龙头入场布局时间较早。格力电器、美的集团、海尔智家、长虹美菱等多家行业头部公司，已在绿色智能化方向上加快布局；扫地机器人龙头科沃斯，智能投影龙头极米科技、光峰科技等新兴家电品类则迅速出圈，表现抢眼。此外，家电下乡政策以及消费券的推出有利于挖掘国内家电品类的新增需求，有望提振小家电品类（如微波炉、电饭煲等）以及目前国内渗透率较低的品类（如扫地机、投影仪等）的终端销售（财联社）

【直击调研 | 九阳股份：Q2 推出不用翻面空气炸锅、0 涂层电饭煲等太空科技系列产品】智通财经APP获悉，7月25-26日，九阳股份接受调研时表示，上半年，虽然行业面临了较大压力，但二季度九阳太空科技系列产品的陆续上市为公司提升市场地位做出了积极贡献，如不用翻面空气炸锅、0 涂层电饭煲及太空旋流芯净水器等产品都应用了行业领先的技术，满足了消费者对健康和高品质生活的追求。清洁电器方面，近期公司已推出九阳品牌的洗地机产品，通过九阳+Shark 双品牌驱动，可实现定位不同圈层的消费群体，未来公司清洁 BU 还会开发更多适应中国市场需求的清洁小家电产品。九阳今年重点推出了品质更高、功能更丰富的动力类产品，如太空科技系列破壁机。为迎合更多年轻消费者喜好，公司推出了晨曦早餐、国潮风等系列产品。（智通财经）

【量额双降！厨房小家电内外销萎缩难拉动：上市公司营收承压 下半年预期不乐观】疫情反复下，2022年上半年厨房小家电录得量额双降。从近期北鼎股份（300824.SZ）、新宝股份（002705.SZ）、苏泊尔（002032.SZ）相继披露的预报或者快报来看，内销压力直接影响部分企业营收。利润端则由于策略不同导致公司间差异较大。展望下半年，整体预期不容乐观。多家上市公司在接受记者采访时的用词均较为谨慎。家电产业观察家、粤成控股董事长洪仕斌也向记者表示，基于消费疲软和小家电的非刚需属性，不看好下半年的小家电市场。不过，GfK 中怡康厨小事业部高级研究经理哈晓磊告诉记者，下半年随着国家部署稳经济一揽子措施，努力推动经济回归正常轨道，多省市也相继出台多种促消费政策，消费市场正在加快恢复。在此背景下，下半年小家电整体市场需求将得到更多的释放，尤其是线上渠道更具备增长的话语权。外销方面，影响外销业务的不确定因素依然存在。除此之外，近期家电原材料价格下挫让市场期待相关企业迎来盈利拐点。对此，苏泊尔告诉记者：“大宗原材料价格波动对行业整体都有影响，价格下行将有利于行业企业经营。公司将时刻保持关注，采取积极措施应对变化。”新宝股份则表示，公司会提前为生产需求做一些策略性采购安排，原材料价格变动传导到产品成本会有一定的周期。公司订单周期较短，新产品报价及原有产品调价时也会综合考虑原材料价格波动等因素。北鼎股份向记者表示：“宏观环境的各种因素可预测性越来越低，我们需要思考的是如何及时有效的调整自身。原材料的价格波动传导到公司生产端一般会滞后1-2个季度。”（财联社）

2. 核心公司公告

【美的集团股份有限公司投资者关系活动记录表】问题 1. 公司近期在医疗领域的进展？美的医疗板块的美控正式发布了「悟空」智慧病区解决方案。「悟空」命名源于 Ward Unit（病区单元）的首字母“W U”以及美控的“KONG”。本次美控发布的悟空产品矩阵，助力医疗服务数智化升级，实现从“系统集成”到“场景化应用”的变革，并且通过打造和祐国际医院样板间的探索和实践，为智慧医疗服务提供范本。悟空产品矩阵通过传感器与末端设备（环境传感器、输液监测、温控器）进行控制和数据监测，将数据信息传递反馈到终端交互设备（护士看板、医护管理主机、病区走廊屏、床旁终端、病房门口屏、空调、照明、窗帘），实现护士站与病房内的高效运转和智慧化服务。而这些终端交互设备，主要由悟空场景控制单元控制，相当于一个“核心中枢”，悟空控制箱又与上一级边缘计算平台（病区管理平台、KONG IoT Box）相连接，最终将全部数据信息传达给运维中心，从而实现智慧医疗（综合病区管理、护士台工作站、移动护理），智慧服务（护理辅助、环境控制、床旁服务），智慧管理（安全管理、环境管理、效率管理）全局的运维和管控。问题 2. 在智慧物流方面，安得智联的布局如何？智联的核心在“智”。作为美的产业数字化版图中的重要一员，安得智联积极拥抱数智化“浪潮”，已实现“全链路、端到端”的数智化，建立起了强大的核心运营能力和产品经营能力。安得智联依托“1+3”服务模型，提供了一个很好的样本。一是指“全链路”。当前，安得智联已发展成为国内屈指可数，能提供从原部件到工厂再到成品，且从成品下线后就交由安得统仓统配到全国任何一地的最小分销门店，包括直接 2C 的全链路一体化的供应链服务商。三是指“一盘货”“送装一体”“生产物流”。畅想数字美的 2025，安得智联将基于数智化，打造共建共创共享商业模式，在运力、金融、流量、绿色四个方面建立新生态，继续赋能更多的行业企业。当前，安得连接着 3000 个品牌方，100 多万家小 b 门店，二十多万个司机和送装师傅，他们都是安得共建共创的同路人；到 2025 年，安得的流量生态圈将进一步扩大，网点将超一万个。基于行业认可，近几年安得智联的社会化服务比重正高速增长。截至 2021 年，公司业务总规模达到 118 亿元，外部业务占比超五成。到 2025 年，安得智联外部业务占比有望达到八成，业务总规模达到 300 亿元。问题 3. 能否介绍一下“美的数字 2025”战略？数字美的 2025”总体目标：“数字美的 2025”总体目标：业务数字化，建设 DTC 数字平台，业务在线化要达到 100%；数据业务化，数字驱动运营达到 70%，智能化决策要做到 40%，核心指标体系是现在的 10 倍；数字技术保持行业领先优势，将数字决策技术与业务完全融合，物联网中台达到 10 亿级连接能力；AIoT 化，智能家居做到全球行业首选；发展数字创新业务，孵化 1-2 家上市公司。

【九阳股份:2022 年 7 月 25 日-7 月 26 日投资者关系活动记录表】Q1: 九阳在上半年的表现如何？上半年，虽然行业面临了较大压力，但二季度九阳太空科技系列产品的陆续上市为公司提升市场地位做出了积极贡献，如不用翻面空气炸锅、0 涂层电饭煲及太空旋流芯净水器等产品都应用了行业领先的技术，满足了消费者对健康和高品质生活的追求。Q2: 空气炸锅的表现和未来的增长情况？九阳在空气炸锅品类的技术储备时间较长，一直是公司的重点发展品类之一。预计空气炸锅有望对未来发展产生积极影响。Q3: 公司提到今年会聚焦刚需品类，请问电饭煲目前表现如何？公司今年二季度推出了太空科技系列 0 涂层电饭煲，运用太空风冷水膜技术，实现物理层面的不粘，相较于传统以涂层方式实现的不粘，0 涂层电饭煲更为健康环保；40N7 内胆采用 316L 医用级不锈钢及太空氧化锌材质抑菌，抑菌率高达 99.99%，0 涂层电饭煲有望带动电饭煲为代表的刚需品实现较好表现。Q4: 九阳在清洁品类如何实现突破？清洁电器方面，近期公司已推出九阳品牌的洗地机产品，通过九阳+Shark 双品牌驱动，可实现定位不同圈层的消费群体，未来公司清洁 BU 还会开发更多适应中国市场需求的清洁小家电产品。同时，九阳品牌的清洁电器可以较为顺利地进入九阳既有渠道网络，发挥出九阳多年来的全渠道优势，以实现清洁电器品类的更好发展。Q5: 九阳对动力类产品的规划？九阳今年重点推出了品质更高、功能更丰富的动力类产品，如太空科技系列破壁机，我们使用了抑菌率可达 99.99% 的太空氧化锌抑菌材质，并对噪音做了优化，同时增加了米糊/奶昔/热磨粉等功能，进一步提升消费者使用频率。为迎合更多年轻消费者喜好，公司推出了晨曦早餐、国潮风等系列产品，以更好的品质、更多的功能、更高的颜值吸引年轻消费关注，满足消费者对健康和品质的追求。Q6: 原材料价格回落是否给成本及毛利带来了积极影响？近年来，原材料价格大幅上涨导致行业成本端承压，随着大宗商品价格逐渐回稳，有望降低成本端的压力；除原材料影响外，公司积极采取主动措施以缓解成本端压力，改善毛利提高盈利水平，如平台化/规模化产品的开发、产品结构的优化、供应链的升级等，这一系列积极措施的实施有望助力公司提升运营效率。Q7: 九阳和 JS 环球生活的协同性主要体现在哪些方面？主要体现在研发、采购等多方面。研发端，九阳为 JS 环球的 Ninja 品牌以 ODM 形式研发生产部分厨房小家电产品，JS 环球的 Shark 品牌为九阳提供在国内市场销售所需的部分清洁小家电产品，并且为公司拓展国内本土化清洁电器研发提供专利、技术等的支持。

【**火星人**：7月24日公司高管王利锋减持公司股份合计386.4万股，7月26日公司高管朱正耀减持公司股份合计9.47万股】根据7月25日市场公开信息、上市公司公告及交易所披露数据整理，火星人最新董监高及相关人员股份变动情况：2022年7月24日公司董事王利锋共减持公司股份386.4万股，占公司总股本为0.9541%。变动期间公司股价上涨0.0%，7月22日当日收盘报32.21元。2022年7月26日公司董事朱正耀共减持公司股份9.47万股，占公司总股本为0.0234%。变动期间公司股价上涨0.93%，7月26日当日收盘报34.65元。

风险提示

- 1) 疫情影响宏观经济未能达到预期；
- 2) 家电行业价格战加剧；
- 3) 原材料价格上涨超预期等。

披露声明

本报告准确表述了证券分析师的个人观点。该证券分析师声明，本人未在公司内、外部机构兼任有损本人独立性与客观性的其他职务，没有担任本报告评论的上市公司的董事、监事或高级管理人员；也不拥有与该上市公司有关的任何财务权益；本报告评论的上市公司或其它第三方都没有或没有承诺向本人提供与本报告有关的任何补偿或其它利益。

中银国际证券股份有限公司同时声明，将通过公司网站披露本公司授权公众媒体及其他机构刊载或者转发证券研究报告有关情况。如有投资者于未经授权的公众媒体看到或从其他机构获得本研究报告的，请慎重使用所获得的研究报告，以防止被误导，中银国际证券股份有限公司不对其报告理解和使用承担任何责任。

评级体系说明

以报告发布日后公司股价/行业指数涨跌幅相对同期相关市场指数的涨跌幅的表现为基准：

公司投资评级：

买入：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 20%以上；
增持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 10%-20%；
中性：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数变动幅度在-10%-10%之间；
减持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数跌幅在 10%以上；
未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

行业投资评级：

强于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现强于基准指数；
中性：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现基本与基准指数持平；
弱于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现弱于基准指数；
未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

沪深市场基准指数为沪深 300 指数；新三板市场基准指数为三板成指或三板做市指数；香港市场基准指数为恒生指数或恒生中国企业指数；美股市场基准指数为纳斯达克综合指数或标普 500 指数。

风险提示及免责声明

本报告由中银国际证券股份有限公司证券分析师撰写并向特定客户发布。

本报告发布的特定客户包括：1) 基金、保险、QFII、QDII 等能够充分理解证券研究报告，具备专业信息处理能力的中银国际证券股份有限公司的机构客户；2) 中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队，其可参考使用本报告。中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队可能以本报告为基础，整合形成证券投资顾问服务建议或产品，提供给接受其证券投资顾问服务的客户。

中银国际证券股份有限公司不得以任何方式或渠道向除上述特定客户外的公司个人客户提供本报告。中银国际证券股份有限公司的个人客户从任何外部渠道获得本报告的，亦不应直接依据所获得的研究报告作出投资决策；需充分咨询证券投资顾问意见，独立作出投资决策。中银国际证券股份有限公司不承担由此产生的任何责任及损失等。

本报告内含保密信息，仅供收件人使用。阁下作为收件人，不得出于任何目的直接或间接复制、派发或转发此报告全部或部分内容予任何其他人，或将此报告全部或部分内容发表。如发现本研究报告被私自刊载或转发的，中银国际证券股份有限公司将及时采取维权措施，追究有关媒体或者机构的责任。所有本报告内使用的商标、服务标记及标记均为中银国际证券股份有限公司或其附属及关联公司（统称“中银国际集团”）的商标、服务标记、注册商标或注册服务标记。

本报告及其所载的任何信息、材料或内容只提供给阁下作参考之用，并未考虑到任何特别的投资目的、财务状况或特殊需要，不能成为或被视为出售或购买或认购证券或其它金融票据的要约或邀请，亦不构成任何合约或承诺的基础。中银国际证券股份有限公司不能确保本报告中提及的投资产品适合任何特定投资者。本报告的内容不构成对任何人的投资建议，阁下不会因为收到本报告而成为中银国际集团的客户。阁下收到或阅读本报告须在承诺购买任何报告中所指之投资产品之前，就该投资产品的适合性，包括阁下的特殊投资目的、财务状况及其特别需要寻求阁下相关投资顾问的意见。

尽管本报告所载资料的来源及观点都是中银国际证券股份有限公司及其证券分析师从相信可靠的来源取得或达到，但撰写本报告的证券分析师或中银国际集团的任何成员及其董事、高管、员工或其他任何个人（包括其关联方）都不能保证它们的准确性或完整性。除非法律或规则规定必须承担的责任外，中银国际集团任何成员不对使用本报告的材料而引致的损失负任何责任。本报告对其中所包含的或讨论的信息或意见的准确性、完整性或公平性不作任何明示或暗示的声明或保证。阁下不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告仅反映证券分析师在撰写本报告时的设想、见解及分析方法。中银国际集团成员可发布其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦有可能采取与本报告观点不同的投资策略。为免生疑问，本报告所载的观点并不代表中银国际集团成员的立场。

本报告可能附载其它网站的地址或超级链接。对于本报告可能涉及到中银国际集团本身网站以外的资料，中银国际集团未有参阅有关网站，也不对它们的内容负责。提供这些地址或超级链接（包括连接到中银国际集团网站的地址及超级链接）的目的，纯粹为了阁下的方便及参考，连结网站的内容不构成本报告的任何部份。阁下须承担浏览这些网站的风险。

本报告所载的资料、意见及推测仅基于现状，不构成任何保证，可随时更改，毋须提前通知。本报告不构成投资、法律、会计或税务建议或保证任何投资或策略适用于阁下个别情况。本报告不能作为阁下私人投资的建议。

过往的表现不能被视作将来表现的指示或保证，也不能代表或对将来表现做出任何明示或暗示的保障。本报告所载的资料、意见及预测只是反映证券分析师在本报告所载日期的判断，可随时更改。本报告中涉及证券或金融工具的价格、价值及收入可能出现上升或下跌。

部分投资可能不会轻易变现，可能在出售或变现投资时存在难度。同样，阁下获得有关投资的价值或风险的可靠信息也存在困难。本报告中包含或涉及的投资及服务可能未必适合阁下。如上所述，阁下须在做出任何投资决策之前，包括买卖本报告涉及的任何证券，寻求阁下相关投资顾问的意见。

中银国际证券股份有限公司及其附属及关联公司版权所有。保留一切权利。

中银国际证券股份有限公司

中国上海浦东
银城中路 200 号
中银大厦 39 楼
邮编 200121
电话: (8621) 6860 4866
传真: (8621) 5888 3554

相关关联机构：

中银国际研究有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
致电香港免费电话：
中国网通 10 省市客户请拨打：10800 8521065
中国电信 21 省市客户请拨打：10800 1521065
新加坡客户请拨打：800 852 3392
传真: (852) 2147 9513

中银国际证券有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
传真: (852) 2147 9513

中银国际控股有限公司北京代表处

中国北京市西城区
西单北大街 110 号 8 层
邮编: 100032
电话: (8610) 8326 2000
传真: (8610) 8326 2291

中银国际(英国)有限公司

2/F, 1 Lothbury
London EC2R 7DB
United Kingdom
电话: (4420) 3651 8888
传真: (4420) 3651 8877

中银国际(美国)有限公司

美国纽约市美国大道 1045 号
7 Bryant Park 15 楼
NY 10018
电话: (1) 212 259 0888
传真: (1) 212 259 0889

中银国际(新加坡)有限公司

注册编号 199303046Z
新加坡百得利路四号
中国银行大厦四楼(049908)
电话: (65) 6692 6829 / 6534 5587
传真: (65) 6534 3996 / 6532 3371