家用电器

证券研究报告
2022 年 10 月 25 日

一图解读毅昌科技——22W43 周度研究

本周研究聚焦：一图解读毅昌科技

毅昌科技是中国著名的工业设计产业集团。公司是一家专业从事家电、汽车结构件的研发、生产和销售的企业，产品主要是数字智能终端，及应用于家电及汽车等的各类外观结构部件。公司以工业设计为主导，融合信息化技术，对新兴科技、创新设计、先进工艺、自动化生产和现代化管理等多方面进行集成创新，为国内外数百多家客户提供工业设计及生产制造创新增值服务。公司成立多年来，一如既往地重视工业设计实力的打造，现已成为中国工业和信息化部认可的中国工业设计产业化示范基地领军企业。

本周家电板块走势

本周沪深 300 指数-2.59%，创业板指数-1.6%，中小板指数-1.92%，家电板块-5.81%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为-7.01%、-3.52%、-1.83%。个股中，本周涨幅前五名是飞科电器、*ST 勤上、视源股份、ST 毅昌、金海高科；本周跌幅前五名是日出东方、哈尔斯、盾安环境、万和电气、长虹美菱。

原材料价格走势

2022 年 10 月 21 日，SHFE 铜、铝现货结算价分别为 62820 和 18535 元/吨；SHFE 铜相较于上周-4.3%，铝相较于上周-2.19%。今年以来铜价-9.86%，铝价-8.56%。2022 年 10 月 21 日，中国塑料城价格指数为 889.15，相较于上周-1.26%，今年以来-10.46%。2022 年 10 月 21 日，钢材综合价格指数为 110.73，相较于上周价格-1.34%，今年以来-15.99%。

投资建议

回顾：从上周来看，家电各个板块基本无差别回调，主要受到外资持股占比较高的白电大幅度回调影响，我们认为与基本面情况并无明显关联。

展望：临界年底，对于家电行业投资，由于最近伴随大盘、消费、散发疫情等诸多因素，家电板块调整明显，我们认为：1）在市场悲观时，紧握业绩是较好的应对方式，如白电中的【海尔】、【格力】，小家电中的【飞科】、【小熊】，零部件中的【盾安】、【三花】等；2）对于地产链，我们认为有两重压制因素，一是持续下行的地产销售，二是由前期销售下行等因素带来的交房压力，前者直接影响估值，后者通过需求传导至业绩。展望明年，我们认为今年的地产销售基本已完成对于非刚需的挤出，明年由于地产下行而带来的估值压力应该是减小的。这点对于新房占比内销较小的白电有利，我们仍然看好这一板块；3）紧盯拐点。今年因为各种原因，消费力承受压力，消费出现分化而使得新兴消费品如扫地机、投影仪等销售与费用承压，股价大幅度回调。对于这部分标的，一是行业渗透率较低，远期空间是大的，弹性较大；二是核心观测指标是行业的销量增速与龙头的盈利能力是否触底，接下来的双十一应是重要的观察窗口，值得关注。

风险提示：三方数据偏差风险，疫情扩大，房地产、汇率、原材料价格波动风险等。

投资评级

行业评级	强于大市(维持评级)
上次评级	强于大市

作者

孙谦 分析师
SAC 执业证书编号：S1110521050004
sunqiana@tfzq.com

宗艳 分析师
SAC 执业证书编号：S1110522070002
zongyan@tfzq.com

赵嘉宁 联系人
zhaojianing@tfzq.com

行业走势图

资料来源：贝格数据

相关报告

1 《家用电器-行业研究周报:一图解读萤石网络上市招股说明书——22W42 周度研究》 2022-10-17
2 《家用电器-行业研究周报:一图解读芬尼科技上市招股说明书——22W41 周度研究》 2022-10-11
3 《家用电器-行业研究周报:22W40 行业周度数据追踪》 2022-10-05

1. 一图解读毅昌科技

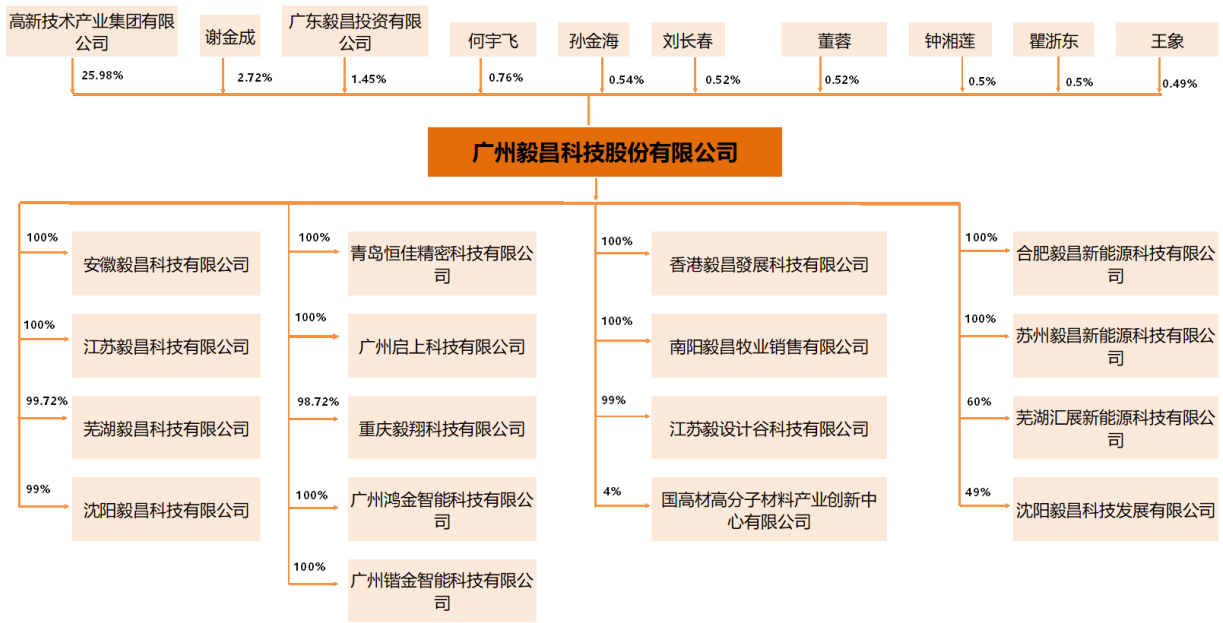
一图解读毅昌科技

【天风家电孙谦团队】一图解读毅昌科技

公司基本情况

毅昌科技是中国著名的工业设计产业集团。公司是一家专业从事家电、汽车结构件的研发、生产和销售的企业，产品主要是数字智能终端，及应用于家电及汽车等的各类外观结构部件。公司以工业设计为主导，融合信息化技术，对新兴科技、创新设计、先进工艺、自动化生产和现代化管理等多方面进行集成创新，为国内外数百多家客户提供工业设计及生产制造创新增值服务。公司成立多年来，一如既往地重视工业设计实力的打造，现已成为中国工业和信息化部认可的中国工业设计产业化示范基地领军企业。

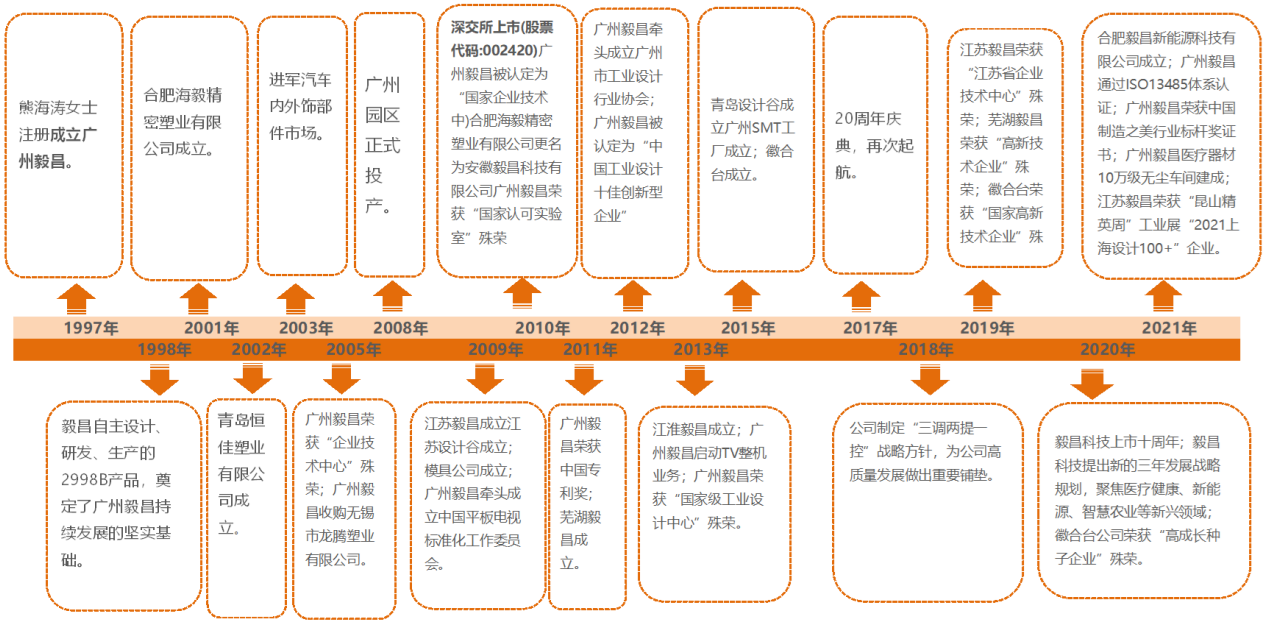
公司股权结构（截至2022年10月）



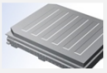
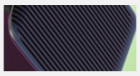
公司高管团队

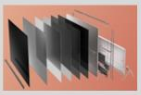
姓名	任职情况	简介
宁红涛	董事长	出生于1973年10月,中国国籍,正高级经济师。现任高金富恒集团有限公司总经理,金发科技股份有限公司董事,国高材高分子材料产业创新中心有限公司总经理。1999年毕业于中山大学大学行政管理专业,获管理学硕士学位。2000年至2020年供职于金发科技股份有限公司。有2项已获授权的发明专利,在各种刊物,杂志上发表10余篇文章。任中国塑协塑料再生利用专委会会长,中国循环经济协会副会长,中国再生塑料产业技术创新联盟常务副理事长,清远市工商联合会(总商会)副主席等职务。**2020年11月至今，任毅昌科技公司董事；2021年8月至今，任公司董事长。**
熊海涛	副董事长	女,中国国籍。出生于1964年4月,曾担任广州市人大代表和黄埔区人大代表,现任广州市女企业家商会理事,黄埔区工商联合会副会长,广州市九三学社黄埔区第四支社副社长,公司董事等职务。2005年毕业于中山大学工商管理专业,获管理学硕士学位。1997年3月至今任金发科技股份有限公司董事;2011年1月至今任高金富恒集团有限公司执行董事;2013年7月至今任广州诚信创业投资有限公司执行董事;2015年1月至今任高金技术产业集团有限公司执行董事;2016年3月至2021年8月任广州毅昌科技股份有限公司董事长。**2016年1月至今任公司董事; 2021年8月至今任公司副董事长。**
李南京	董事	男,中国国籍,博士,研究员。金发科技股份有限公司总经理兼党委书记,企业研究员;全国石油化工行业劳动模范,中国塑料加工工业协会副会长,中共广州市第九次党代会代表;上海交通大学EMBA,香港中文大学EMBA,加拿大维多利亚大学管理学博士;1993年10月与两位同学一起创办金发科技,1998年7月至2009年5月担任金发科技副总经理,2009年6月至今担任金发科技总经理;曾获广州市科学技术进步奖2项,“广东省优秀职工之友”,“广东省劳动模范”,“全省优秀‘两新’党组织书记”,广东省劳动模范等荣誉称号。**2016年11月至今担任公司董事。**
任雪峰	董事	男,中国国籍,1972年8月出生,本科学历,厦门大学EMBA在读。1993年7月毕业于常州信息职业技术学院(原常州无线电工业学校)工模具设计与制造专业。1993年8月至1999年3月,就职于(北京牡丹)镇江电视机厂研究所,担任产品结构设计工程师,结构科科长职务。1999年3月至2000年3月,就职于(香港独资)镇江三森电气有限公司,担任产品结构设计负责人。2000年3月至2019年9月,就职于广州毅昌科技股份有限公司,先后担任产品结构设计工程师,结构设计部长,青岛恒佳精密科技有限公司常务副总经理,江苏毅昌科技有限公司总经理,广州毅昌科技股份有限公司副总经理职务。2019年10月至2020年8月,就职于重庆设计谷科技有限公司,担任总经理职务。2020年9月至2021年2月,就职于广州毅昌科技股份有限公司,担任创新中心总经理职务;2021年2月起担任公司总经理职务。**2021年12月至今任公司董事。**
张孝诚	独立董事	男,1966年生,中国国籍,1987年毕业于西北政法学院法律系,获法律学学士学位,1988年取得律师资格,1996年通过全国证券从业律师资格考试,1993年至2000年期间,曾任律师事务所主任,某地司法局局长,政法委副书记。1988年至今一直持有律师执照,2010年至2011年带领律师团队为四川信托有限公司提供信托专项法律服务,2011年受聘于五矿国际信托有限公司,任该公司西南业务总部副总监。2018年受聘担任深圳航天智慧城市系统技术研究院财务总监。**2017年5月至今任公司独立董事。**
阮锋	独立董事	男,中国国籍,1946年生,无永久境外居留权,教授,博士研究生导师。对金属成形模具,塑料及橡胶成型模具,模具CAD/CAM/CAE技术,制造业信息化,数控加工机床及数控加工技术,快速成形,塑性加工摩擦学等方面进行过较深入的研究。现任华南理工大学机械工程学院模具研究室主任;广东省机械工程学会锻压分会理事长,中国机械工程学会塑性加工分会常务理事;广东省模具工业协会会长,广州市模具协会理事,专家组组长;佛山市模具协会专家组组长;广东省机械工程学会理事,广州市机电工程学会理事;《塑性加工学报》,《锻压技术》,《机电工程技术》杂志编委,日本塑性加工学会会员;广东巨轮模具股份有限公司,广东伊立浦电器股份有限公司独立董事。**2019年10月至今任公司独立董事。**
沈肇章	独立董事	男,中国国籍,1964年8月出生,中共党员。1984年毕业于厦门大学财政金融专业,获学士学位;2008年毕业于暨南大学财政学专业,获博士学位。1984年至今先后任职于暨南大学金融系,会计系,财税系,2009年被评定为教授职称,现任暨南大学经济学院财税系主任,研究生导师,兼任广东省人大常委会财经咨询专家,广州市人民政府决策咨询专家,中国税收教育研究会副会长,广东省财政学会副会长,广东省税务学会理事,广东省国际税收研究会理事。曾主持并完成了多项国家级和省部级科研项目,主编并出版了《税收筹划与企业财务管理》,《基于企业避税行为分析的反避税策略研究》等学术专著,在公开发行的学术期刊上发表了数十篇学术论文。曾荣获暨南大学本科“十佳授课教师”,“广东省哲学社会科学优秀成果三等奖”,“暨南大学优秀共产党员”,“暨南大学本科教学校长奖”。现为国光电器股份有限公司独立董事,广州酒家集团股份有限公司独立董事,索菲亚家居股份有限公司独立监事。**2019年10月至今任公司独立董事。**

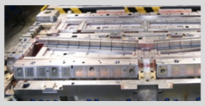
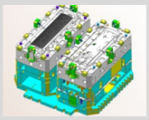
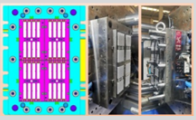
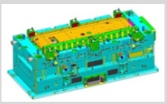
公司发展历程



公司业务

产品品类	产品名称	产品特点	图例
新能源	动力锂电池部件	以电池包上下盖冲压与注塑服务为基础，以电池热管理为核心，着力开发液冷板等优质产品	
	储能锂电池部件	为工商用储能、家用储能提供钣金或模塑一体的基础配套服务，为电池热交换提供优化方案	
	户外便携储能电源	以工业设计为引领，为行业客户提供300W-2200W户用和户外便携储能产品的系统解决方案	
汽车部件	汽车外饰	以保险杠总成产品为起点，开发了前端模块、喷涂塑料翼子板、喷涂塑料侧围、喷涂塑料前舱盖、吹塑扰流板等模块，满足了客户多类别的产品需求	
	内饰件方面	以打造内饰总成能力为目标，重点开发了主仪表板、副仪表板、门板、ABC柱等传统内饰产品，并以IML创新工艺为支撑，专注开发中控面板、氛围灯装饰板等特色配套产品。	
	轻量化模块方面	重在重卡导流罩、汽车后尾门和四门门板等产品上持续发力	
	大型IML/IMD模具		

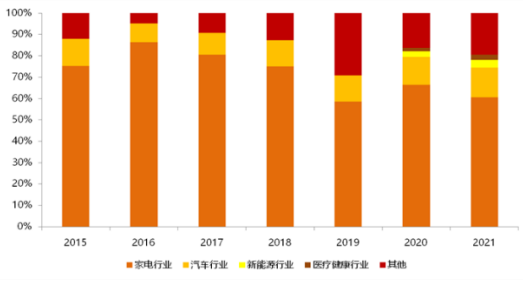
产品品类	产品名称	产品特点	图例
医疗健康	30ML采样管	响应国家新冠检测新政策，全速推动30毫升20混1病毒采样管模具开发，3天完成样品开模，8天完成8穴模具生产，15天完成32穴模具量产。为医疗企业完成产品验证提供了保证。	
	新冠病毒检测笔	新冠病毒体外检测卡，采用多腔模具生产，为更多的检测人群提供快速检测服务。	
	6A检测仪	用于新冠快速检测，3分钟出实验结果，极大缩短检验时间，提高效率	
	医院床头消毒柜		
显示产品	魔镜显示	纤薄机身，简约而不简单；人机交互，大屏沉浸体验；真人教练，实时指导；健身交友，即刻群聊。	
	智慧白板黑板	电容触控显示与纳米黑板无缝对接，书写流畅，擦除无痕；芯片级蓝光护眼，降低视疲劳；双核引擎，灵活操作。	
	广告显示	超薄设计，简约不简单；四边超窄等边框设计，支持竖屏使用；500nit高亮鲜活显示，色彩精致绚丽、画质栩栩如生；7*24H不间断，连续6年不关机持续工作；屏幕防划、防爆、防眩光。	
	会议平板	高精度，低延时，远程协助，近在咫尺；灵活批注，高效协作；双系统功能，配置灵活；金属锋芒，超薄极窄。	
	拼接屏	3.5毫米超窄边框设计；提供连续的观看体验，提高的对比度（4000：1），高清画面，色彩鲜艳；高亮度可以在各种照明条件下提供生动的色彩呈现；24H全天候服务，增强耐候面板抵御高温、湿气和灰尘；	
	结构件	包括商用结构套件、黑电结构套件、白电结构件	

产品品类	产品名称	产品特点	图例
智慧农业	绞龙饲喂器、闭风器饲喂器、粥喂饲	产品实现全自动化精准饲喂，一位饲养员可管理上千头，节省人工，极大降低人工成本，并保证每头猪体重控制在标准范围，达到最经济效果。	
精密模具	储物家居	以强大的研发体系支持，迅速在储物类模具中取得不菲的成绩。通过对超多点热流道平衡填充、超薄壁注塑、1.5M超长抽芯设计加工、木纹藤条高效加工技术创新，取得全球储物巨头以色列KETER客户的高度认可，并成为全球战略模具供应商。	
	双色空调面板	运用高光蒸汽双色技术，使产品达到高光免喷涂效果，通过不同树脂的选用，满足装配要求的同时，提高产品外观效果。	
	多腔耗材类模具 测试盒上盖	多腔精密模具实现高效快速生产，解决市场批量需求。依托积木式模块技术，实现32穴至256穴稳定开发，从小型精密注塑机KraussMaffei使用，到大型800吨~1200吨等大型注塑设备使用。根据客户实际生产条件，任意匹配生产订单，高效节能的开发方式快速占领市场	
	免喷涂高光注塑模具 高光格栅	采用高光无痕注塑模具技术，注入150~180℃的热水或蒸汽将模具表面快速升温，提高模具表面温度，实现产品无结合线、无浮纤以及高亮泽外观，同时缩短成型周期。此低碳环保成型技术所注塑的产品达到钢琴烤漆级别的外观效果，同时解决环保问题，降低生产成本。	
	薄壁注塑成型模具 电视机后壳	电视机后壳由原来最初的3.0mm设计，到现在模具实现1.6mm壁厚的产品注塑成型，减重47%，成型周期降低35%	

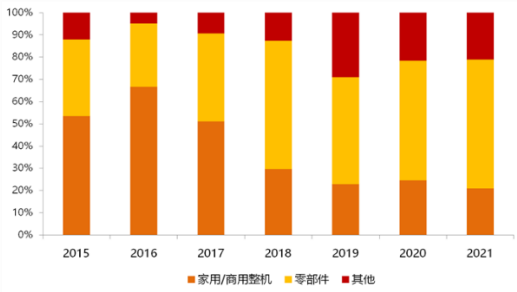
公司财务数据

公司营业收入及增速

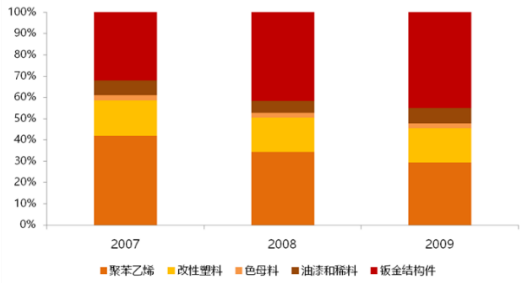
营收拆分——分行业



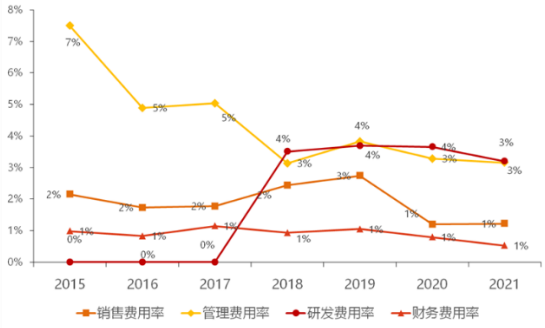
营收拆分——分产品



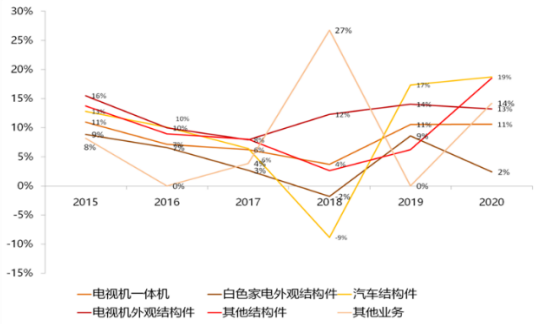
成本拆分——原材料



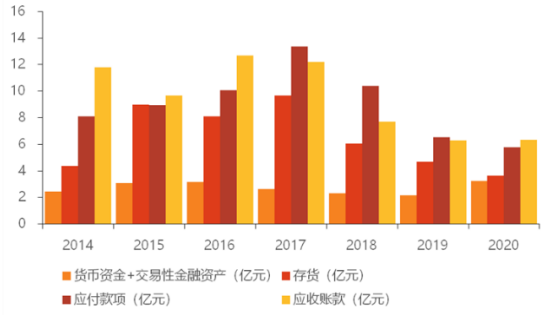
公司四费费率



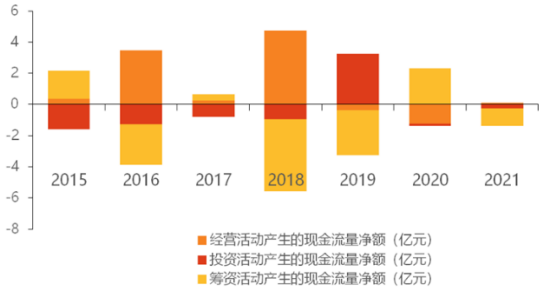
分产品毛利率



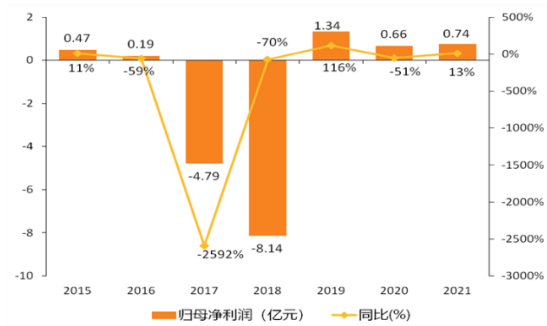
资产负债表



现金流量表



公司归母净利润及增速



行业概况

新能源汽车动力电池热管理行业

政策：国务院发布《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》，规划指出，发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路，是应对气候变化、推动绿色发展的战略举措。《规划》提出。

规模：2022年上半年汽车产销分别完成1211.7万辆和1205.7万辆，汽车出口保持较快增长，整体汽车市场逐渐回暖。其中新能源市场需求旺盛，2022年上半年，新能源汽车产销累计分别完成266.1万辆和260万辆，同比均增长1.2倍。

趋势：到2025年，我国新能源汽车市场竞争力明显增强，动力电池、驱动电机、车用操作系统等关键技术取得重大突破，安全水平全面提升。2025年新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的20%左右，到2035年纯电动汽车成为新销售车辆的主流。根据中国汽车工业协会发布数据显示，2022年1-6月新能源车销量合计260.0万辆，同比增长115%。2022华南深圳动力电池热管理系统展会暨论坛上提到，新能源汽车热管理未来前景广阔，2025年国内市场超400亿，电池热管理达200亿。按照国内空调和电池热管理的单车价格和未来的渗透率来测算，NE预测2025年国内的新能源汽车销量按积极因素预测，有望达到500万辆，相对应的汽车热管理市场空间为405亿；电池热管理市场为204亿。

商用显示行业

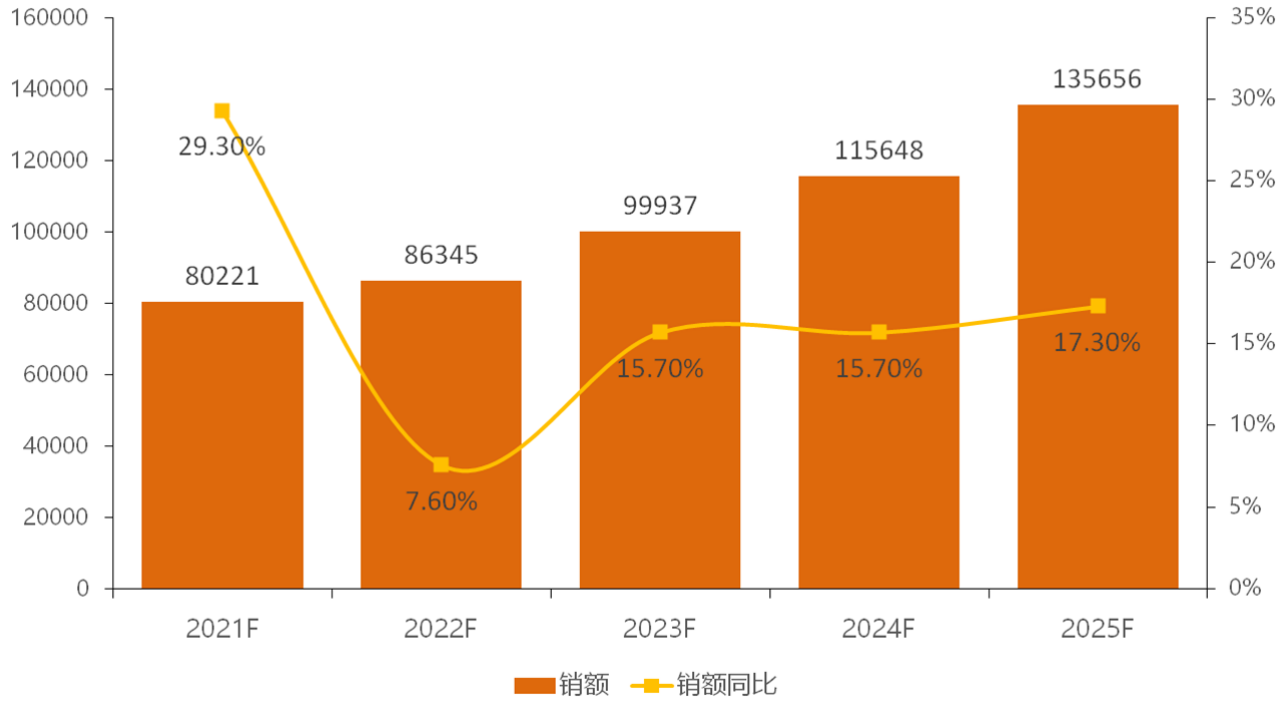
定义：商用显示产品指的是在非家庭、公共环境中使用，可向单个及多个个体传达信息的具有显示功能的产品。相对民用显示产品，商用显示产品的使用环境要求更为严苛及多样化，这也促使商显产品在规格方面具有更多的优势和鲜明的特点。例如稳定性高、色域广、亮度高、芯片运算能力强、软件定制化程度高等。

政策：随着我国大力推进“新基建”建设，数字基础设施作为数字政府、智慧城市和数字经济发展的重要支撑，引起新一轮投资的热潮，包括5G、工业互联网、数据中心等新型基础设施建设，也包括交通、能源和市政管网等传统设施数字化改造升级。商用显示设备是数字基础设施建设智能硬件显示终端，在教育、政府、企业、交通和医疗等各领域广泛应用，2021年商用显示设备在教育、政府等财政出资、集中招标采购为特征的行业应用为主，企业行业的数量多，比较分散，但疫情稳定之后加快数字化转型，潜在需求巨大，零售行业随着疫情稳定，未来仍具较大潜力。

规模：2021年是实施“十四五”规划和2035年远景目标的开局之年。尽管三季度受疫情、汛情等多重因素的冲击，经济增速放缓，但仍稳定在合理区间，且四季度以来投资、消费等部分指标增速不断回升，全年经济有望实现较快增长。中国大陆商显行业2021年画出微笑曲线，发展动力和潜力持续显现。根据奥维云网（AVC）统计数据显示，2021年前三季度中国商用显示9品类整体销售额581.1亿元，同比增长37.2%，两年CAGR为15.0%，预计全年商显设备整体规模超800亿元，同比增长26.3%。

发展趋势：未来趋势来看，经济内循环战略会加速数字化大发展，加快数字化发展、建设数字中国已上升为国家重大战略，商显设备作为重要载体，未来应用更为广泛。同时，“十四五”规划重大项目陆续开工，“两新一重”基础设施建设稳步推进，有利于商显设备需求长期增长。奥维云网（AVC）预测，中国商显市场在2025年将达到1357亿元的规模，2020-2025年五年复合增长率约16.4%。从成长性看，小间距LED、商用平板未来成长性较高。商用平板仍处于产品探索期，未来增长潜力无限，但需要产业链共同挖掘和开拓其功能性。

2021-2025年中国商业显示设备市场销额预测（单位：百万元）



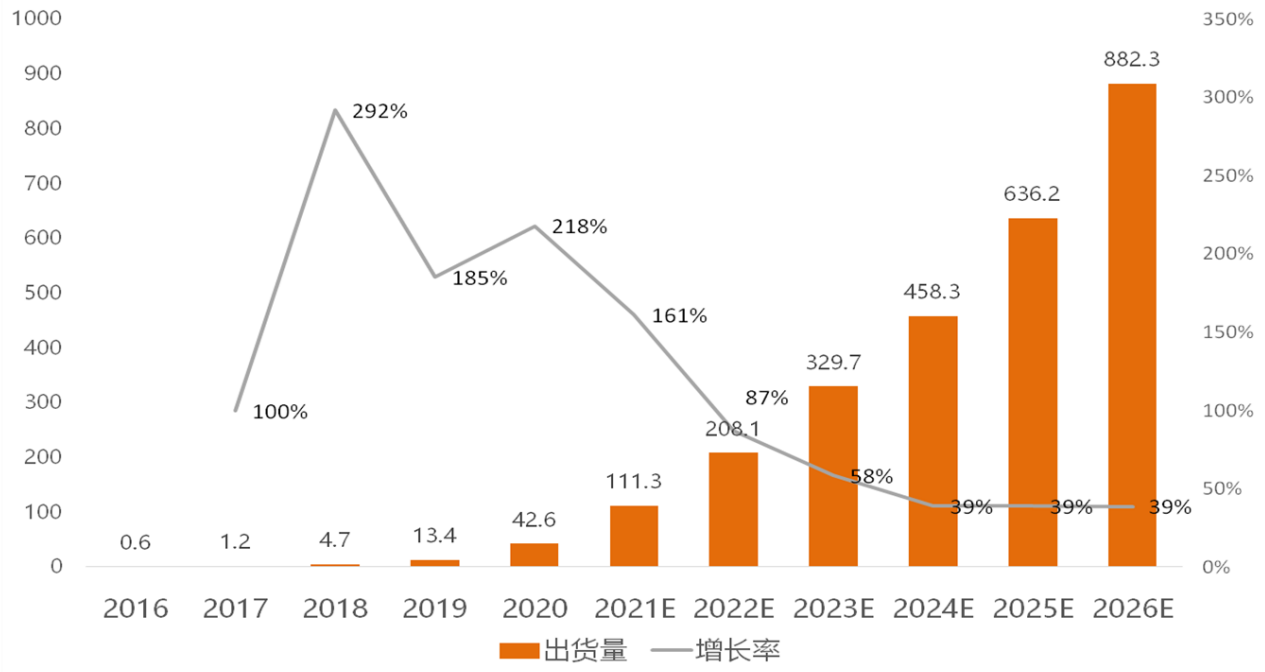
便携式储能电源行业

• **定义：**便携储能产品，是一种内置高能量密度锂离子电池，可提供稳定交流/直流电压输出的电源系统，可应用于户外旅行、应急备灾等场景。便携储能产品与传统小型燃油发电机相比，具有安全便携、绿色环保、无噪音、操作简便等优点，能广泛替代小型燃油发电机，提供更好的使用体验。

• **规模：**根据中国化学与物理电源行业协会的报告数据，全球便携式储能行业的市场规模已由2016年的0.6亿元快速提升至2020年的到42.6亿元，年均复合增速高达190.28%，预计到2026年市场规模将达到882.3亿元人民币，年均复合增速还将维持65.72%，便携储能行业将继续维持快速增长趋势，市场发展潜力较大。

• **趋势：**随着锂电池技术的不断进步和消费者需求的不断变化，未来便携储能行业将朝安全化、大容量、轻量化、智能化的方向发展，便携储能产品性能将得到进一步提升。一方面，技术进步及工艺改进将推动锂电池安全性能及能量密度的提升，使得便携储能产品在电池容量提升的同时具备更强的安全性及便携性；另一方面，万物互联时代下无线传输、大数据及云计算等技术的发展则将推动便携储能产品的智能化，便携储能产品将可与其他智能终端实现连接，实现对产品的实时监控、数据分析及远程控制，提升用户的使用体验。

2016-2026年全球便携式储能市场规模及预测（单位：亿元）

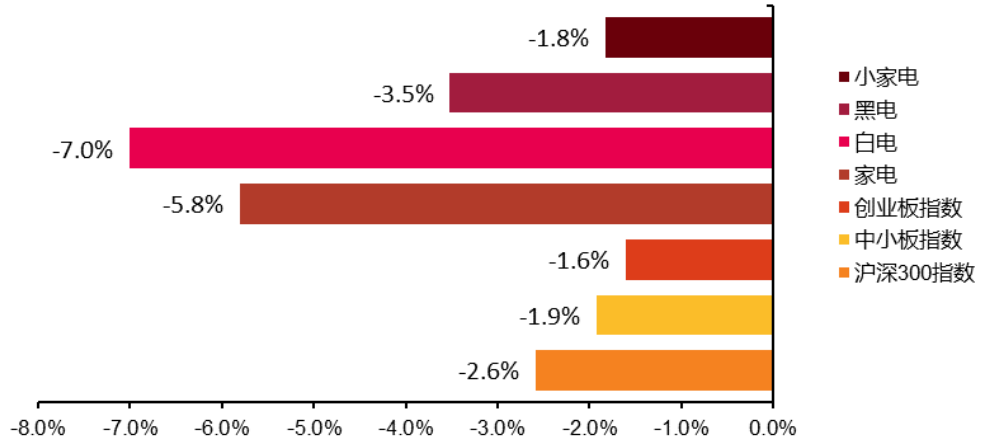


资料来源：公司官网，公司公告，WIND，AVC，《中国商用显示产业发展白皮书》，中国化学和物理电源行业协会，华宝新能招股说明书，天风证券研究所

2. 本周家电板块走势

本周沪深 300 指数-2.59%，创业板指数-1.6%，中小板指数-1.92%，家电板块-5.81%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为-7.01%、-3.52%、-1.83%。个股中，本周涨幅前五名是飞科电器、*ST 勤上、视源股份、ST 毅昌、金海高科；本周跌幅前五名是日出东方、哈尔斯、盾安环境、万和电气、长虹美菱。

图 1：本周家电板块走势



资料来源：Wind，天风证券研究所

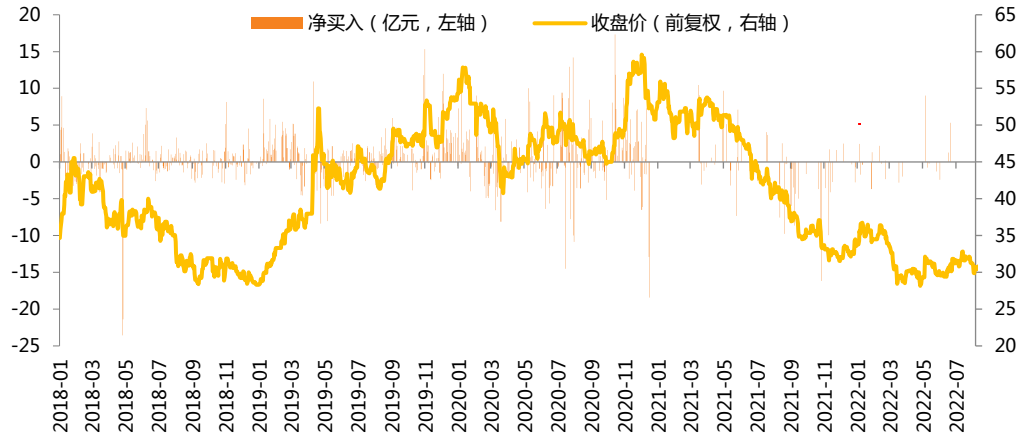
表 1：家电板块 22W42 周涨跌幅、周换手率表现

涨幅排名	证券代码	证券简称	周涨幅	周换手率	跌幅排名	证券代码	证券简称	周跌幅	周换手率
1	603868.SH	飞科电器	13.26%	1.70%	1	603366.SH	日出东方	-15.91%	34.60%
2	002638.SZ	*ST 勤上	11.95%	20.48%	2	002615.SZ	哈尔斯	-15.18%	47.17%
3	002841.SZ	视源股份	7.06%	4.29%	3	002011.SZ	盾安环境	-14.97%	16.24%
4	002420.SZ	ST 毅昌	7.06%	27.25%	4	002543.SZ	万和电气	-14.44%	31.76%
5	603311.SH	金海高科	5.31%	7.27%	5	000521.SZ	长虹美菱	-11.94%	44.89%

资料来源：Wind，天风证券研究所

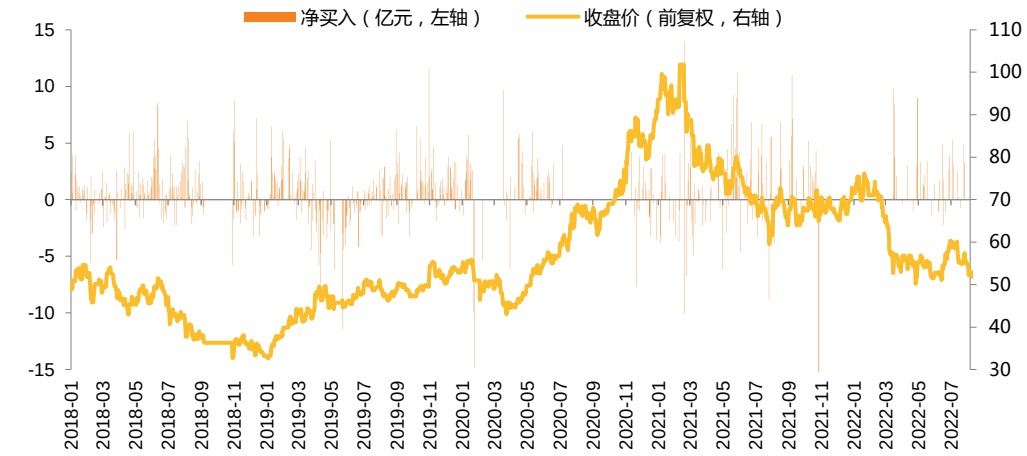
3. 本周资金流向

图 1：格力电器北上净买入



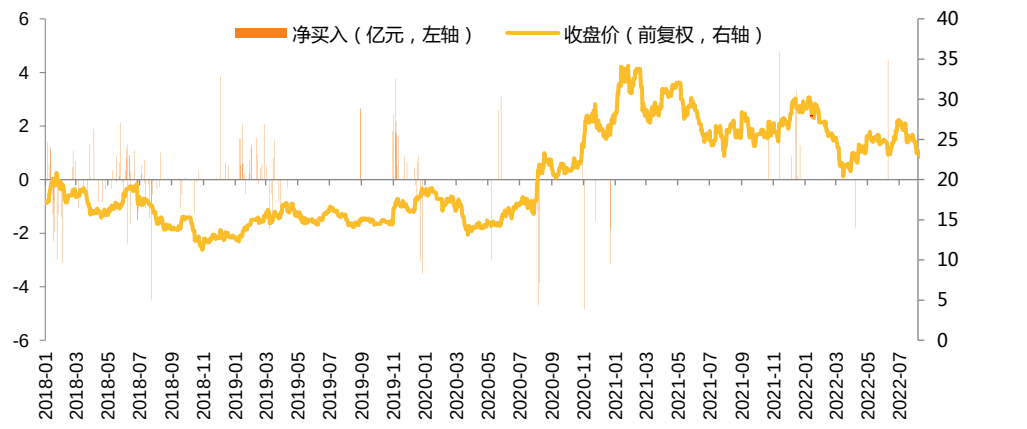
资料来源：wind，天风证券研究所

图 2：美的集团北上净买入



资料来源：wind，天风证券研究所

图 3：海尔智家北上净买入

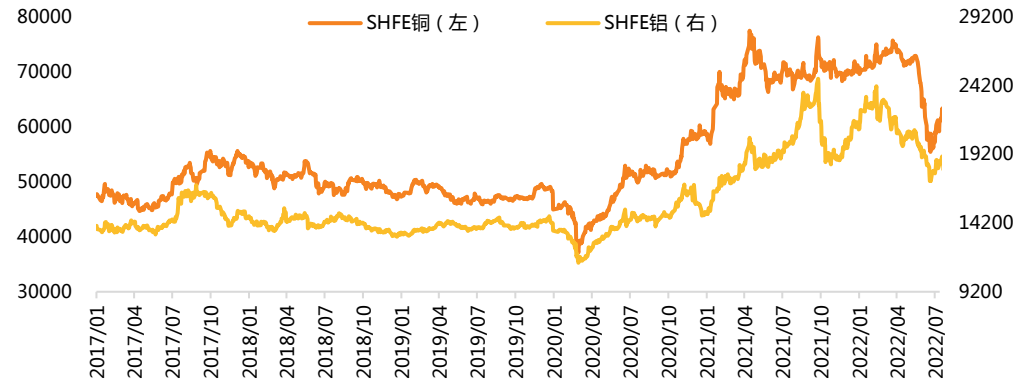


资料来源：wind，天风证券研究所

4. 原材料价格走势

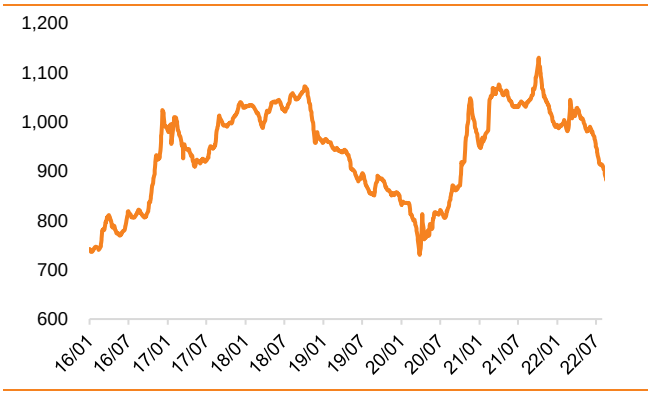
2022 年 10 月 21 日，SHFE 铜、铝现货结算价分别为 62820 和 18535 元/吨；SHFE 铜相较于上周-4.3%，铝相较于上周-2.19%。今年以来铜价-9.86%，铝价-8.56%。2022 年 10 月 21 日，中国塑料城价格指数为 889.15，相较于上周-1.26%，今年以来-10.46%。2022 年 10 月 21 日，钢材综合价格指数为 110.73，相较于上周价格-1.34%，今年以来-15.99%。

图 4：铜、铝价格走势（元/吨）



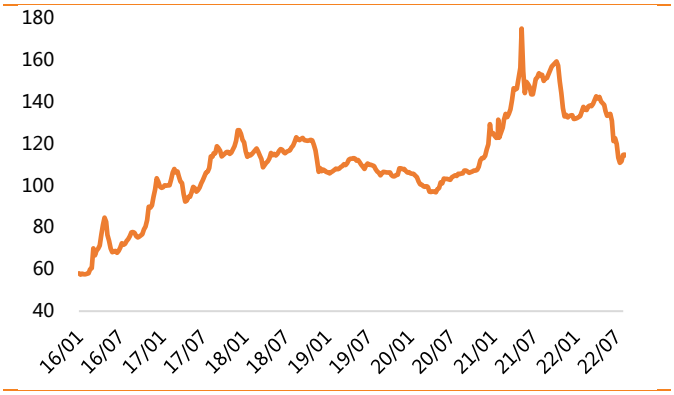
资料来源：Wind，天风证券研究所

图 5： 中国塑料城价格指数（2010 年 1 月 4 日=1000）



资料来源：中国钢铁联合网，天风证券研究所

图 6：钢材综合价格指数（1994 年 4 月=100）



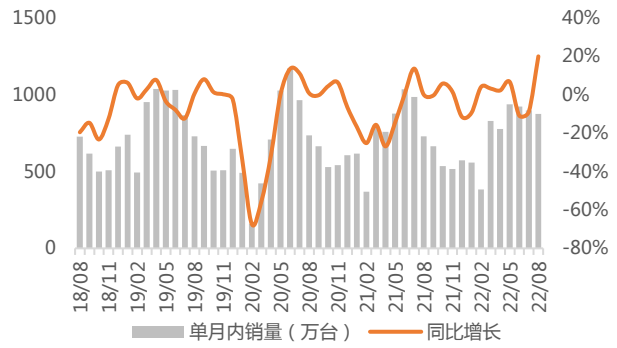
资料来源：Wind，天风证券研究所

5. 行业数据

➢ **出货端：受益于高温催化，8 月空调内销需求环比大幅提振，内销累计增速转正**

空调 22M8 内/外销量分别同比+20.0%/-8.6%，增速环比+28.9/+1.9pct，22M1-M8 内/外销量累计同比增速分别为+0.1%/-3.5%；**冰箱** 22M8 内/外销量分别同比-0.6%/-27.0%，增速环比-0.4/-6.3pct，22M1-M8 内/外销量累计同比增速分别为-4.6%/-15.1%；**洗衣机** 22M8 内/外销量分别同比-7.7%/-0.9%，增速环比-5.2/-15.1pct，22M1-M8 内/外销量累计同比增速分别为-8.0%/-8.4%；**油烟机** 22M8 内/外销量分别同比-11.9%/-32.9%，增速环比-2.9/-9.2pct，22M1-M8 内/外销量累计同比增速分别为-14.7%/-18.6%。

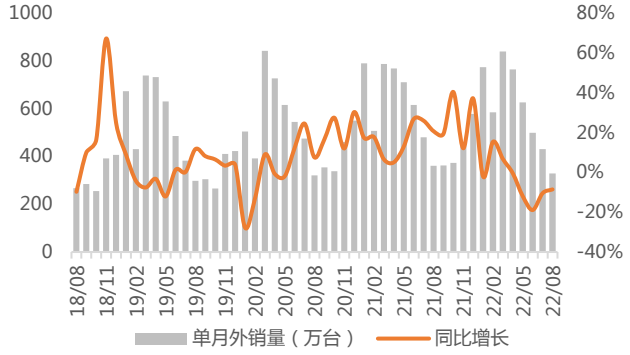
图 7：出货端空调内销月零售量、同比增速



资料来源：产业在线，天风证券研究所

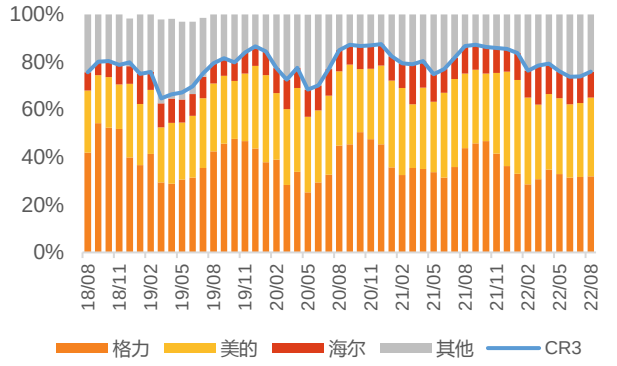
注：21 年同比增速调整为较 19 年同期增速，下同。

图 8：出货端空调外销月零售量、同比增速



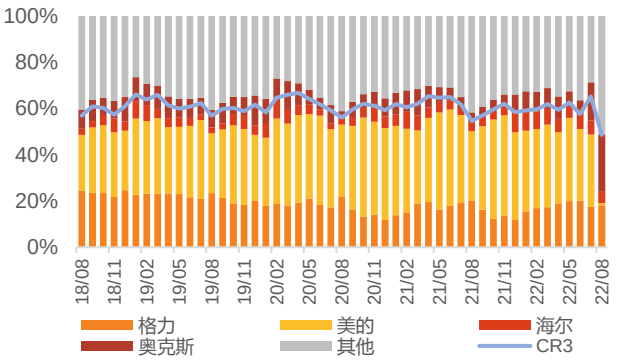
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 9：出货端空调内销分品牌市占率、CR3



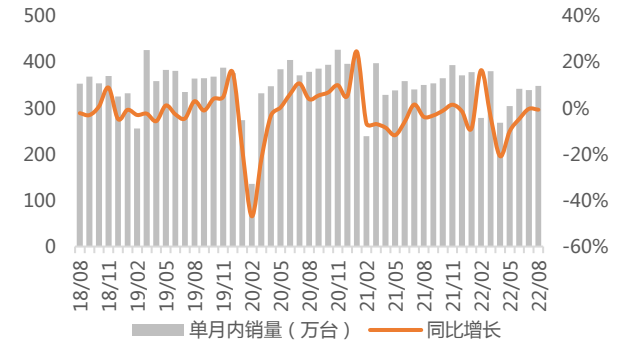
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 10：出货端空调外销分品牌市占率、CR3



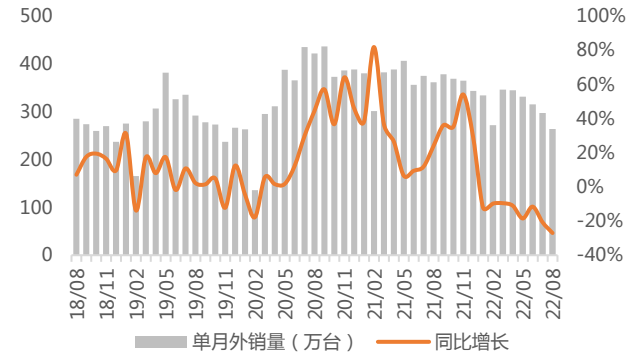
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 11：出货端冰箱内销月零售量、同比增速



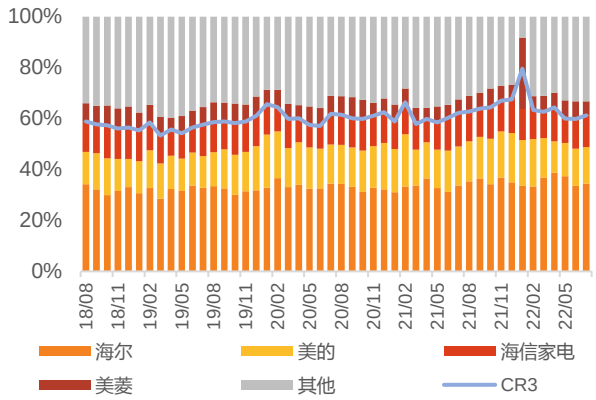
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 12：出货端冰箱外销月零售量、同比增速



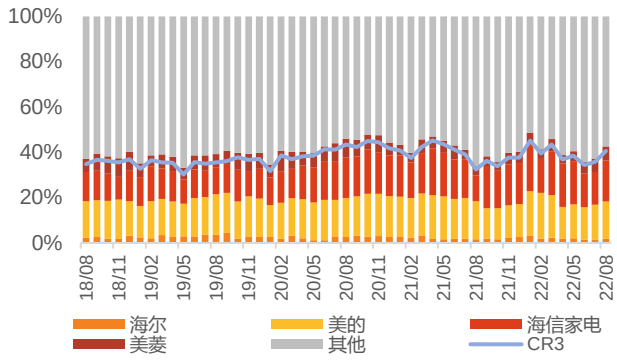
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 13：出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3



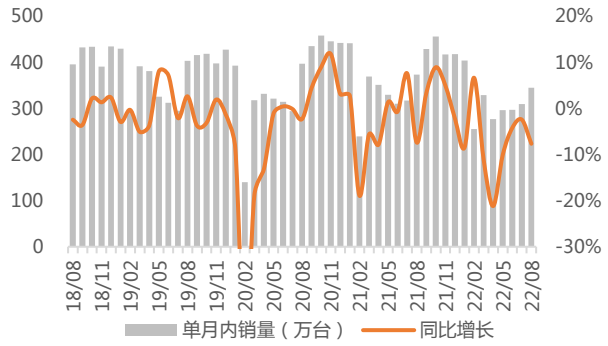
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 14：出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3



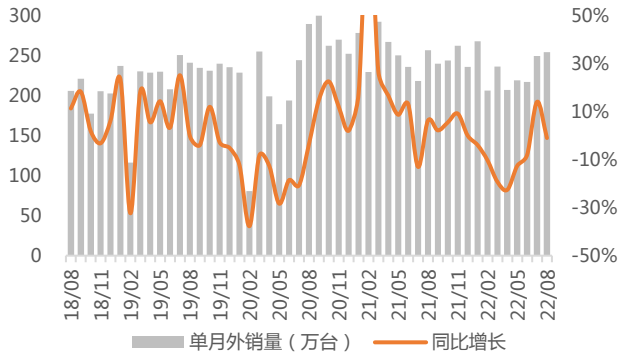
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 15：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



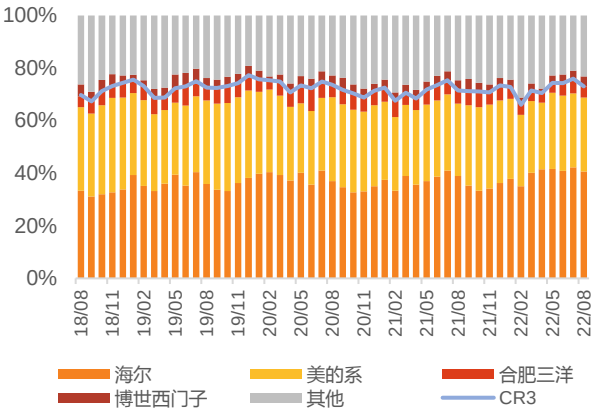
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 16：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



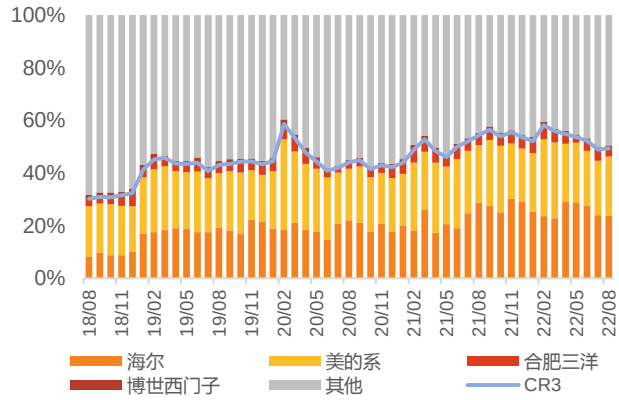
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 17：出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3



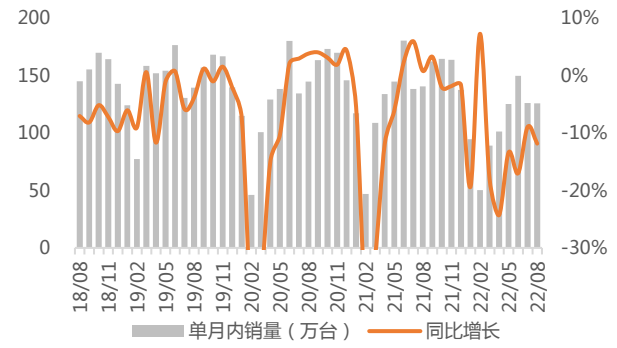
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 18：出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3



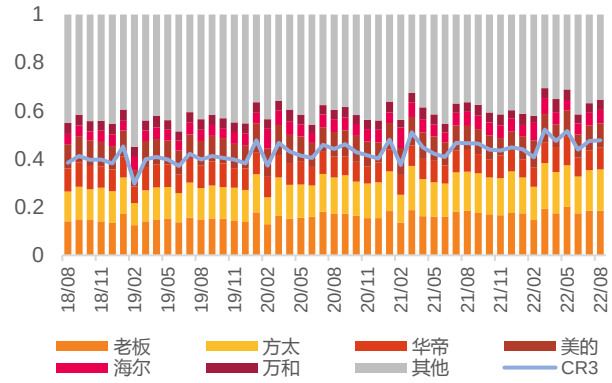
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 19：出货端油烟机内销月零售量、同比增速



资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 20：出货端油烟机内销分品牌市占率、CR3



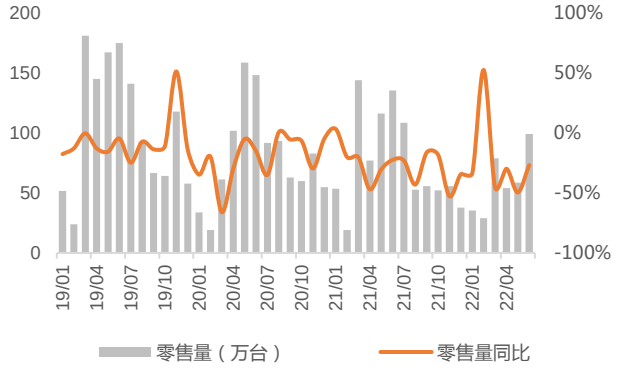
资料来源：产业在线，天风证券研究所

➢ **零售端**

1）中怡康数据跟踪

销量端，22M6 空/冰/洗/烟机较 21 年同期仍存在双位数缺口，分别-27%/-18%/-32%/-39%；累计看 22M1-M6 白电销量同比均有双位数下滑，空/冰/洗/烟机分别-35%/-25%/-28%/-31%。**均价端，**大家电 22M6 均价较 21 年同期均有一定幅度增长，空/冰/洗/烟机分别+8%/+11%/+6%/+2%；累计看 22M1-M6 空/冰/洗/烟机均价分别+10%/+13%/+11%/+8%。

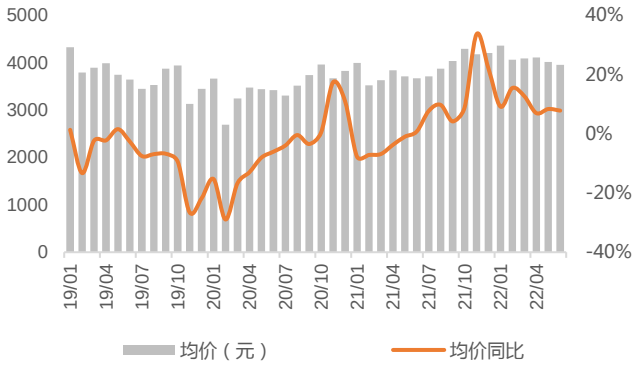
图 21：中怡康空调月零售量、同比增速



资料来源：中怡康，天风证券研究所

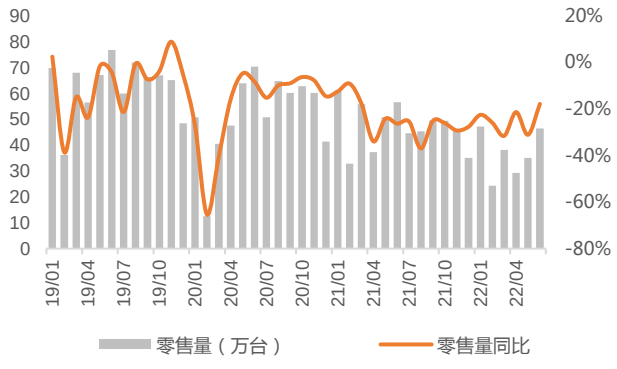
注：21 年增速调整为较 19 年同期，下同。

图 22：中怡康空调月均价、同比增速



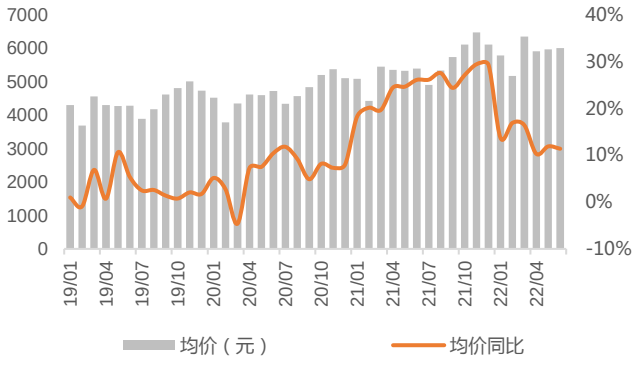
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 23：中怡康冰箱月零售量、同比增速



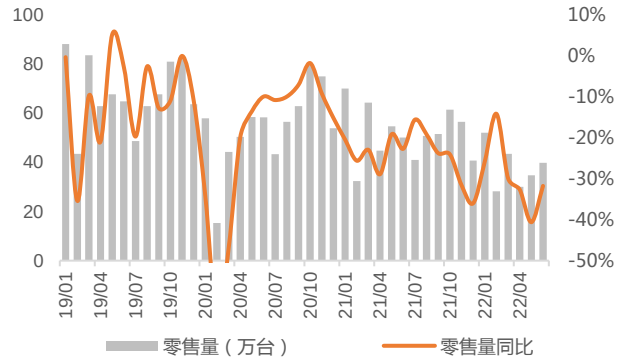
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 24：中怡康冰箱月均价、同比增速



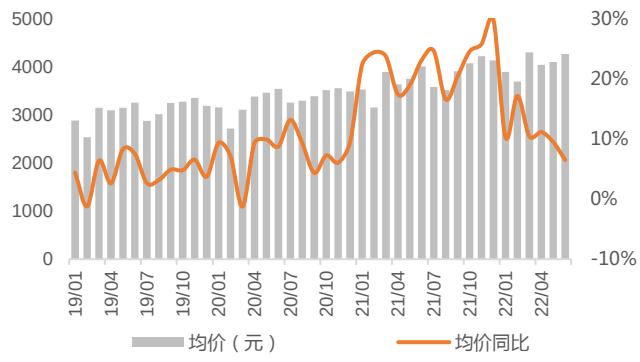
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 25：中怡康洗衣机月零售量、同比增速



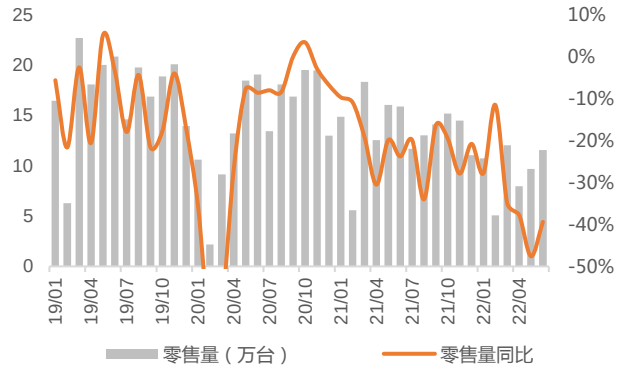
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 26：中怡康洗衣机月均价、同比增速



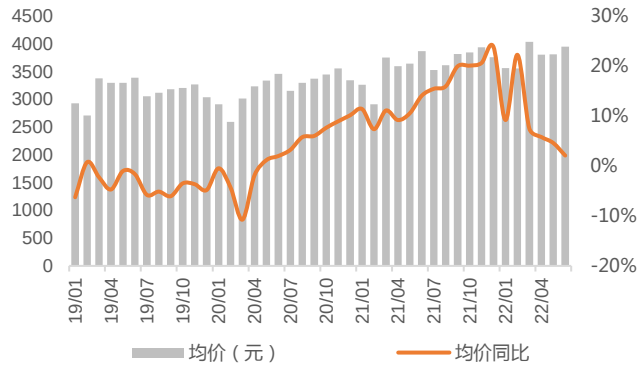
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 27：中怡康油烟机月零售量、同比增速



资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 28：中怡康油烟机月均价、同比增速



资料来源：中怡康，天风证券研究所

2）22W42 奥维数据跟踪

线上：22W42 油烟机、燃气灶、扫地机、破壁机销额同比上升；22W1-W42 冷柜、油烟机、集成灶、洗碗机、扫地机线上销额分别同比+14.8%、+2.4%、+11.1%、+7.8%、12.8%。

线下：22W42 空调、冰箱、油烟机、燃气灶、集成灶、洗碗机销额同比上升；22W1-W42 仅扫地机品类销额实现 14.6%正增长。

图 29：奥维周度数据

奥维云网（线上周度）

品类	零售额累计增速 22W1-W42 (22/01/01-22/10/16)	零售额周度增速 22W42 (22/10/10-22/10/16)	22W41 (22/10/03-22/10/09)	22W40 (22/09/26-22/10/02)	22W39 (22/09/19-22/09/25)	22W38 (22/09/12-22/09/18)
空调	-0.8%	-46.5%	11.5%	-13.7%	14.8%	-24.5%
冰箱	0.4%	-26.5%	3.4%	24.1%	14.8%	-20.2%
洗衣机	-1.2%	-37.2%	-14.7%	35.5%	25.7%	9.4%
冷柜	14.8%	-6.2%	9.4%	-1.5%	20.6%	-12.0%
油烟机	2.4%	3.4%	2.5%	-10.7%	-1.4%	-1.0%
燃气灶	-0.2%	2.8%	-3.0%	-10.8%	-9.7%	-5.4%
集成灶	11.1%	-34.4%	-2.0%	47.5%	67.3%	-26.0%
洗碗机	7.8%	-12.6%	1.1%	8.3%	54.5%	-8.5%
电热水器	-9.1%	-19.9%	3.8%	0.7%	41.0%	16.3%
净水器	-11.2%	-10.6%	-17.0%	-8.3%	-2.3%	-8.2%
净化器	-19.6%	-2.7%	-18.1%	-13.6%	-13.5%	-18.6%
扫地机	2.8%	32.7%	11.6%	-33.5%	79.9%	-0.2%
电饭煲	-8.5%	-9.0%	8.6%	4.4%	18.6%	3.5%
破壁机	-4.3%	11.2%	8.1%	10.8%	14.2%	11.6%
彩电	-9.2%	-11.2%	-11.8%	-18.3%	-14.7%	-17.9%

奥维云网（线下周度）

品类	零售额累计增速 22W1-W42 (22/01/01-22/10/16)	零售额周度增速 22W42 (22/10/10-22/10/16)	22W41 (22/10/03-22/10/09)	22W40 (22/09/26-22/10/02)	22W39 (22/09/19-22/09/25)	22W38 (22/09/12-22/09/18)
空调	-17.6%	35.3%	-17.8%	-43.6%	-14.3%	-24.5%
冰箱	-12.1%	11.8%	-12.0%	-40.8%	-2.3%	-17.8%
洗衣机	-19.6%	-6.7%	-23.1%	-44.7%	-11.3%	-28.6%
冷柜	-3.1%	-7.1%	-5.1%	-24.6%	-7.5%	-19.4%
油烟机	-21.4%	19.0%	-19.2%	-37.2%	-1.3%	-29.1%
燃气灶	-17.9%	4.5%	-19.0%	-34.1%	-0.9%	-25.6%
集成灶	-10.4%	20.0%	-16.2%	-46.2%	43.6%	5.1%
洗碗机	-1.5%	55.3%	-11.2%	-39.2%	-5.9%	-39.1%
电热水器	-23.5%	-10.8%	-22.7%	-45.6%	-18.0%	-28.8%
净水器	-28.4%	-9.0%	-30.2%	-46.2%	-14.0%	-33.7%
净化器	-40.0%	-36.4%	-51.9%	-56.6%	-16.6%	-56.0%
扫地机	14.6%	-11.1%	-2.5%	-23.0%	52.6%	18.6%
电饭煲	-18.8%	-15.8%	-13.5%	-32.2%	-23.4%	-19.0%
破壁机	-34.0%	-28.3%	-34.3%	-46.9%	-34.4%	-24.6%
彩电	-23.3%	-0.7%	-18.0%	-44.9%	-12.0%	-36.1%

资料来源：奥维云网，天风证券研究所

6. 本周公司公告及新闻

10 月 20 日

科沃斯：科沃斯机器人股份有限公司股权激励限制性股票回购注销实施公告

2022 年 10 月 20 日，科沃斯机器人股份有限公司宣布股权激励限制性股票回购注销公告。鉴于 2019 年限制性股票激励计划、2021 年限制性股票激励计划、2021 年股票期权与限制性股票激励计划部分激励对象已离职，根据《上市公司股权激励管理办法》和公司《2019 年限制性股票激励计划（草案修订稿）》《2021 年限制性股票激励计划（草案）》《2021 年股票期权与限制性股票激励计划（草案）》的相关规定，公司将前述激励对象已获授但未解除限售的限制性股票进行回购注销。本次限制性股票回购注销涉及其他骨干员工卢正家等 32 名激励对象，合计回购注销限制性股票 222,660 股，本次回购注销完成后，剩余股权激励限制性股票 9,717,960 股。

10 月 21 日

新宝股份:关于收购 MORPHYRICHARDSLIMITED 持有的中国商标等资产

2022 年 10 月 21 日，公司召开了公司第六届董事会第十一次临时会议、第六届监事会第九次临时会议，审议通过了《关于收购 MORPHY RICHARDS LIMITED 持有的中国商标等资产的议案》：同意公司以自有资金 1.61 亿美元收购摩飞公司持有的中国商标，同时以自有资金 0.37 亿美元收购摩飞公司境外持有的 Morphy Richards Consumer Appliances Limited 100%股权而间接收购摩飞公司境外（保留地区印度、尼泊尔、不丹、孟加拉国、

马尔代夫、斯里兰卡和以色列除外）持有的国际知识产权等资产，上述收购事项金额合计 1.98 亿美元。独立董事对该议案发表了同意的独立意见。

7. 行业新闻

10 月 20 日

美的系发布全嵌生态战略布局，嵌入式家电革新行业生态标准

10 月 20 日，以“不凸出才突出”为主题的超薄全嵌新品首发暨美的品牌日启动会正式举办。在中国家居生活正从“有居”向“优居”进阶之时，“科技创新”及“美学设计”成为高净值人群购买家电产品两大重要因素的背景下，美的系精准洞察用户对家电全面嵌入 600mm 主流家装柜体的迫切需求，四大品牌美的、COLMO、东芝、小天鹅联合发布超薄全嵌洗烘套装、纯平全嵌冰箱等组成的全嵌家族，以嵌入式理念为根基，科技领先为楼宇，开启超薄全嵌生态，构建平整家居新范式。全嵌时代序幕，由此开启。

（来源：中国家电网 http://www.jdxfw.com/html/2022/lab_1021/70324.html）

10 月 20 日

小米汽车预计将在 2024 年实现量产

10 月 20 日消息，今日小米创始人雷军在社交平台上分享了谈到了其对电动汽车行业的一些看法，雷军表示，在小米进入电动汽车行业之前，对电动汽车进行了深度调研并获得了一些深刻见解。雷军认为，电动车是一种以智能化、软件化和用户体验为核心的消费电子产品。汽车行业的本质将从机械演变为消费电子，市场份额高度集中于顶级企业。雷军相信，当电动车行业进入成熟期时，世界前五大品牌将占据 80% 以上的市场份额，“换句话说，我们成功的唯一途径是成为前五名之一，并且每年出货量超过 1000 万辆。竞争将是残酷的。”小米汽车将在北京经济技术开发区分两期建设整车工厂，工厂累计年产量预计为 30 万辆，一期和二期的产能均为 15 万辆。2024 年小米汽车的首车将在北京经济技术开发区下线并实现量产。

（来源：第一家电网 http://www.jdw001.com/article-44584-1.html）

8. 投资建议与个股推荐

回顾：从上周来看，家电各个板块基本无差别回调，主要受到外资持股占比较高的白电大幅度回调影响，我们认为与基本面情况并无明显关联。

展望：临界年底，对于家电行业投资，由于最近伴随大盘、消费、散发疫情等诸多因素，家电板块调整明显，我们认为：1）在市场悲观时，紧握业绩是较好的应对方式，如白电中的【海尔】、【格力】，小家电中的【飞科】、【小熊】，零部件中的【盾安】、【三花】等；2）对于地产链，我们认为有两重压制因素，一是持续下行的地产销售，二是由前期销售下行等因素带来的交房压力，前者直接影响估值，后者通过需求传导至业绩。展望明年，我们认为今年的地产销售基本已完成对于非刚需的挤出，明年由于地产下行而带来的估值压力应该是减小的。这点对于新房占比内销较小的白电有利，我们仍然看好这一板块；3）紧盯拐点。今年因为各种原因，消费力承受压力，消费出现分化而使得新兴消费品如扫地机、投影仪等销售与费用承压，股价大幅度回调。对于这部分标的，一是行业渗透率较低，远期空间是大的，弹性较大；二是核心观测指标是行业的销量增速与龙头的盈利能力是否触底，接下来的双十一应是重要的观察窗口，值得关注。

风险提示

三方数据偏差风险，疫情扩大，房地产、汇率、原材料价格波动风险等。

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或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属天风证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“天风证券”）。未经天风证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为天风证券的商标、服务标识及标记。
本报告是机密的，仅供我们的客户使用，天风证券不因收件人收到本报告而视其为天风证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但天风证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，天风证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。
本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。
天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

在法律许可的情况下，天风证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到天风证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益 20%以上
		增持	预期股价相对收益 10%-20%
		持有	预期股价相对收益-10%-10%
		卖出	预期股价相对收益-10%以下
行业投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅 5%以上
		中性	预期行业指数涨幅-5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅-5%以下

天风证券研究

北京	海口	上海	深圳
北京市西城区佟麟阁路 36 号	海南省海口市美兰区国兴大道 3 号互联网金融大厦 A 栋 23 层 2301 房	上海市虹口区北外滩国际客运中心 6 号楼 4 层	深圳市福田区益田路 5033 号平安金融中心 71 楼
邮编：100031	邮编：570102	邮编：200086	邮编：518000
邮箱：research@tfzq.com	电话：(0898)-65365390	电话：(8621)-65055515	电话：(86755)-23915663
	邮箱：research@tfzq.com	传真：(8621)-61069806	传真：(86755)-82571995
		邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com