



2022年11月07日

标配

证券分析师:

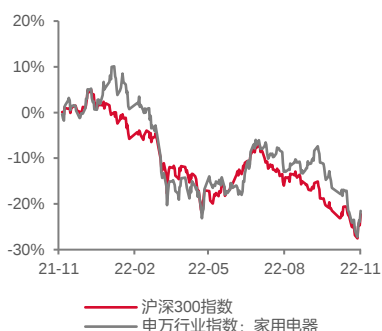
王敏君 S0630522040002

wmj@longone.com.cn

联系人:

梁帅奇

lsqi@longone.com.cn



“双十一”销售趋势向好，国产品牌表现亮眼

——家用电器行业周报

投资要点:

- **部分平台发布战报，家电预售额呈现高增长。**据京东发布数据，“双十一”预售开启当晚，家电全品类1分钟成交额超10亿元，10分钟整体成交额同比增长超40%。除传统电商平台外，社交电商作为新兴渠道呈现亮眼表现，抖音“双十一好物节”预售期间，大家电行业累计预售总金额同比去年增加426%。
- **新兴品类颇受青睐。**据京东发布数据，“双十一”预售开启当晚，超薄冰箱、洗烘套装10分钟成交额分别同比增长140%、60%。苏宁平台亦呈现家电产品升级趋势，据苏宁《“双十一”家消费趋势报告》，“双十一”开门红期间，该平台万元以上高端家电销售环比增长137%，智能家电销售环比增长143%；从产品看，零嵌入式冰箱、微蒸汽洗烘一体机销售环比增速分别达117%、121%。
- **体育赛事带动黑电需求，头部品牌优势稳固。**“双十一”开门红期间，苏宁平台75英寸以上大屏电视销售同比增长96%、投影仪销售同比增长54%。海信旗下Vidda品牌发布战报，10月31日20点开售10分钟销售额超去年同期全天；截止10月31日24点，两款旗舰产品分别位列100英寸、85英寸尺寸段全网销量排名第一。据极米发布战报，该品牌京东GMV在“双十一”开售17分钟后，打破去年开门红全天记录。极米在京东、天猫平台均维持投影品类GMV、销量“双十一”开门红第一。
- **政企共同助力，推进绿色家电消费。**近期深圳、上海等多地推出家电消费补贴，针对的品类以符合能效要求的大家电为主。同时，苏宁等平台亦联合品牌推出补贴。“双十一”开门红期间，苏宁全国门店一站式以旧换新订单量环比增长122%，绿色节能家电销售环比增长126%。
- **国产品牌销售亮眼。**据星图数据，“双十一”预售监测期，天猫、京东TOP10品牌预售额分别占行业整体预售额的比重为50%、65%，海尔、美的、老板等国产品牌份额居前。据苏宁发布数据，“双十一”开门红期间，该平台国货家电品牌销售占比超六成。
- **近期投资建议：**新突破铸就成长力，传统龙头显韧性。1、新品类：新兴小家电长期渗透率空间广阔，但可选性较强，部分品类品牌分散、竞争激烈。在此背景下，需要精选具有行业优势、自身变革双重动力的个股，建议关注：C端品牌与创新器件取得突破的光峰科技、内部提效与品牌焕新的小熊电器。2、新业务：关注制冷配件主业稳健、汽车零部件业务持续爬坡的盾安环境，关注中央空调业务具有优势、三电业务有望构建新增长曲线的海信家电。3、传统龙头：白电龙头业绩韧性较强，建议优先关注海尔智家。内销方面，随着套系化战略推进，海尔在空调等品类的市场份额提升；外销方面，高端品牌销售放量，内部人单合一模式推动提效，海外业务逐渐进入布局收获期。
- **风险提示：**(1) 疫情反复风险：局部地区疫情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. “双十一”销售趋势向好，国产品牌表现亮眼.....	4
2. 学习二十大报告，看家电行业高质量发展	6
3. 行业新闻动态	6
4. 二级市场表现	7
5. 风险提示	8

图表目录

图 1 天猫 TOP10 品牌双十一预售额占比（%）	4
图 2 京东 TOP10 品牌双十一预售额占比（%）	4
图 3 本周申万一级行业各板块涨跌幅（%）	8
图 4 家电板块周涨幅排名前五的个股	8
图 5 家电板块周跌幅排名前五的个股	8
表 1 头部品牌预售额占比（%）	5
表 2 10 月 26 日李佳琦直播间“超级潮电节”销售的部分产品	5
表 3 天猫家电品牌累计预售排行榜（截至 2022 年 10 月 31 日）	5
表 4 《2022 年智能投影产品创新指南》创新产品	7

1. “双十一”销售趋势向好，国产品牌表现亮眼

部分平台发布战报，家电预售额呈现高增长。据京东发布数据，“双十一”预售开启当晚，家电全品类1分钟成交额超10亿元，10分钟整体成交额同比增长超40%。除传统电商平台外，社交电商作为新兴渠道呈现亮眼表现，抖音“双十一好物节”预售期间，大家电行业累计预售总金额同比去年增加426%。

新兴品类颇受青睐。据京东发布数据，“双十一”预售开启当晚，超薄冰箱、洗烘套装10分钟成交额分别同比增长140%、60%。苏宁平台亦呈现家电产品升级趋势，据苏宁《“双十一”家消费趋势报告》，“双十一”开门红期间，该平台万元以上高端家电销售环比增长137%，智能家电销售环比增长143%；从产品看，零嵌入式冰箱、微蒸汽洗烘一体机销售环比增速分别达117%、121%。

体育赛事带动黑电需求，头部品牌优势稳固。“双十一”开门红期间，苏宁平台75英寸以上大屏电视销售同比增长96%、投影仪销售同比增长54%。海信旗下Vidda品牌发布战报，10月31日20点开售10分钟销售额超去年同期全天；截止10月31日24点，两款旗舰产品分别位列100英寸、85英寸尺寸段全网销量排名第一。据极米发布战报，该品牌京东GMV在“双十一”开售17分钟后，打破去年开门红全天记录。极米在京东、天猫平台均维持投影品类GMV、销量“双十一”开门红第一。

政企共同助力，推进绿色家电消费。近期深圳、上海等多地推出家电消费补贴，针对的品类以符合能效要求的大家电为主。同时，苏宁等平台亦联合品牌推出补贴。“双十一”开门红期间，苏宁全国门店一站式以旧换新订单量环比增长122%，绿色节能家电销售环比增长126%。

国产品牌销售亮眼。据星图数据，“双十一”预售监测期，天猫、京东TOP10品牌预售额分别占行业整体预售额的比重为50.13%、6%，海尔、美的、老板等国产品牌份额居前。据苏宁发布数据，“双十一”开门红期间，该平台国货家电品牌销售占比超六成。新兴家电长期渗透率广阔，传统家电在高端套系、绿色节能等领域仍存结构性机会，细分赛道龙头销售表现可期，建议予以关注。

图1 天猫 TOP10 品牌双十一预售额占比（%）

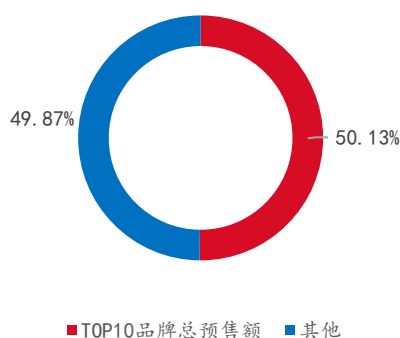
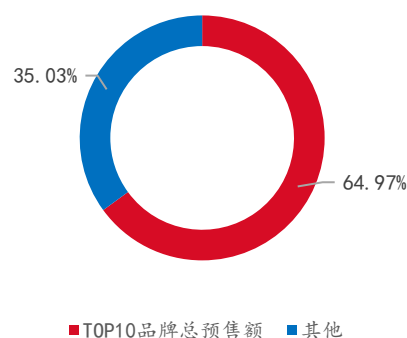


图2 京东 TOP10 品牌双十一预售额占比（%）



资料来源：星图数据，东海证券研究所

数据监测周期：22年10月20日20:00-10月31日19:19

资料来源：星图数据，东海证券研究所

数据监测周期：22年10月20日20:00-10月31日19:19

表1 头部品牌预售额占比 (%)

天猫预售家电 TOP10 品牌	份额	京东预售家电 TOP10 品牌	份额
海尔	9.67%	老板	17.58%
美的	9.14%	海尔	9.39%
科沃斯	6.79%	方太	9.17%
小天鹅	5.66%	华帝	7.93%
添可	4.66%	美的	7.17%
西门子	3.70%	索尼	3.60%
TCL	3.22%	松下	3.01%
海信	2.75%	小天鹅	2.83%
追觅	2.27%	TCL	2.40%
老板	2.27%	卡萨帝	1.90%

资料来源：星图数据，东海证券研究所

数据监测周期：22 年 10 月 20 日 20:00-10 月 31 日 19:19

头部主播带货情况值得关注。据凯度发布的消费者洞察系列报告，30%的Z世代已经习惯于在直播间领取优惠，而点击购物APP弹出红包的Z世代占比仅9%，使用会员专属优惠的Z世代占比仅7%，这意味着头部直播间已成为重要的流量来源。“双十一”预售期间，小熊、九阳、山本、追觅等与李佳琦直播间开启合作，新锐品牌在多重营销的加持下，取得良好销售成果。追觅作为成长较快的清洁电器品牌，已发布了官方战报，自10月31日晚8点预售开启，该品牌全网销售额3分钟破亿元，3小时突破3亿元；其中，在天猫平台，追觅预售期前3分钟销售额超去年“双十一”全周期，位居生活电器行业前三。

表2 10月26日李佳琦直播间“超级潮电节”销售的部分产品

类别	产品
大家电	海尔热泵洗烘套装、海尔变频洗烘一体机、海尔变频速热电热水器、美的对开门风冷变频冰箱、TCL65 英寸
生活电器	云鲸 J3 扫拖机器人、追觅无线洗地机、飞科剃须刀、莱克吉米除螨仪、奥佳华元气颈宝、SKG 腰部按摩仪、倍轻松眼部按摩器、美的智能踢脚线取暖器、格力油汀取暖器
厨房电器	山本空气炸锅、九阳破壁机、九阳真空封口机、九阳即热饮水机、碧云泉台式净饮机、美的多功能电磁炉、小熊打蛋器、小熊迷你电饭煲、小熊免注水电热饭盒、小熊大容量绞肉机

资料来源：李佳琦 Austin 公众号，东海证券研究所

表3 天猫家电品牌累计预售排行榜（截至 2022 年 10 月 31 日）

编号	大家电	生活电器	厨房电器
1	海尔	科沃斯	美的
2	美的	添可	沁园
3	小天鹅	追觅	小熊
4	TCL	石头	九阳
5	西门子	戴森	山本

资料来源：魔镜市场情报，东海证券研究所

风险提示：不同数据监测机构数据分析技术不完全相同，可能导致结果差异。

2.学习二十大报告，看家电行业高质量发展

今年 10 月，中国共产党第二十次全国代表大会召开。党的二十大报告指出：“要建设现代化产业体系，坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化”。家电行业是我国重要的轻工制造业，当下亦面临着需求、贸易环境等方面的新挑战。此次报告中提及的“推动制造业高端化、智能化、绿色化发展”等理念，为家电行业的长期发展指明了方向。

多措施并举，有望推动行业稳健发展。推动产业体系升级、研发绿色智能家电一直是家电行业发展的重要课题。结合今年工信部等五部门联合发布的《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》，未来家电行业有望在以下方面重点发力：（1）坚持科技创新驱动：深入研发高速电机、高效热交换器等共性关键技术；优化标准体系建设，加快强制性国家标准修订。（2）构建高质量的供给体系：升级智能节能健康空调等创新产品制造；培育国际知名品牌。（3）提升产业链现代化水平：大力开发家电等行业高端专用装备；编制产业链图谱，建立风险技术和产品清单；推进数字化智能制造解决方案。（4）加快绿色低碳转型：推动家电等行业废弃产品循环利用；加快完善产品能效标准，促进绿色节能产品消费；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。

强技术孵化新机会，提效率把握主动权。实现行业的稳定运行，主要需关注两个方面：一是规模增速如期，即“做大蛋糕”；二是在国际竞争中保持份额，即“占据优势”。纵观家电行业发展历史，一直是供给创造需求，所以科技创新是行业成长的首要驱动力。而关于取得竞争优势，除了技术，还主要涉及三个方面：品牌、价格（性价比）、产业链安全。（1）自主创牌是必由之路：衡量家电品质的因素较为复杂，难以通过简单参数比较全盘概括。当产品差异不显著时，品牌信誉成为影响消费者决策的关键因素。我国已积累起相当规模的家电制造产能和代工产业集群，但在部分海外区域品牌影响力有限，产品定价能力有待加强。培育品牌将成为部分家电成熟企业出海转型的重要课题。（2）数字化转型降成本：信息中台建设有利于减少流程冗余，帮助家电企业精简费用，为应对价格竞争留有余地。（3）提升产业链自主化水平：核心零部件在家电生产中占据重要地位。历史上，正是关键产线的引入开启了中国家电的高产时代。目前，在家电芯片等领域，国产企业仍有明显的发力空间。

强调绿色发展具有多重意义。首先，推进绿色制造，是对国家 2030 年前碳达峰战略的积极响应。同时，进行绿色转型亦是与国际接轨。“十四五”期间，我国家电行业致力于达成制冷剂、发泡剂 HCFC 替代和 HFC 削减的国际履约目标。此外，推动绿色发展的过程中，可能会催化家电更新需求，并促使部分企业构建新的技术壁垒。绿色消费政策、能效标准提升，或将加速老旧家电的报废换新。而先行布局技术改造的家电公司，将能够更灵活地适应标准体系的要求，稳定地提供家电保养及焕新服务。

展望未来，关注两类公司：多元化的家电集团和专业化的细分赛道龙头。龙头家电集团品牌力突出且拥有规模优势，在套系化销售的潮流中更具竞争力；借助收购走多品牌、多品类、全球化道路。此外，虽然传统大家电市场逐渐进入存量竞争时代，但新兴品类仍具有结构性机会，细分赛道龙头深耕某一领域或是抓住非传统渠道，以更专业的技术积累或是个性化定位，亦有机会占得一席之地。

3.行业新闻动态

前三季度全球 TV 代工厂整体出货同比略有增长

奥维睿沃发布监测数据，前三季度全球 TV 代工市场整体出货同比增长 3.2%，其中第三季度出货同比增长 10.3%。分区域看，北美市场前三季度出货同比下滑 28.2%，受到通货膨胀加剧以及需求提前透支的影响较大。虽然黑五促销在一定程度上拉动了北美市场订单需求，但从整体来看，受限于多重因素影响，单三季度北美市场出货同比下滑 36.4%。

中国市场前三季度整体出货同比增长 2.2%，主要来自小米、海信等国内品牌外放订单需求增长。亚洲除中国以外的市场前三季度出货同比增长 6.7%。中东非、欧洲、南美市场前三季度出货分别同比增长 32.9%、7.3%、33.1%。从竞争格局看，前三季度代工厂 TOP5 整体占比为 52.6%，这一数据与去年同期持平，也充分说明即使市场环境不好，头部客户仍然可以依靠自身强大抗压性以及出众资源整合能力轻松应对当下极为复杂的市场环境。

（资料来源：奥维睿沃）

第二届中国智能投影产业高峰论坛成功召开

11 月 3 日，以“融绘光影新视界”为主题的 2022 年第二届 CSPC 中国智能投影产业高峰论坛在北京线下和线上成功召开。在中国电子视像行业协会的主导下，由京东发起，极米牵头，当贝、峰米、爱普生、知麻、联想、大眼橙、明基、极视等上下游厂商共同参与，撰写了《游戏投影仪技术规范》团体标准，并在本次论坛上正式发布。此外，中国电子视像行业协会宣布了一项重要的工作规划--2023 年投影机企业标准“领跑者”评估工作的启动，京东及智能投影品牌方在现场予以见证。为贯彻落实国务院“三品”战略及《数字化助力消费品工业“三品”行动方案(2022-2025)》，中国电子视像行业协会汇编了《2022 年中国智能投影产业发展报告暨 2022 年智能投影产品创新指南》，从而向消费者推荐质量好、信誉高的智能投影企业和产品。

（资料来源：国家电网）

表4 《2022 年智能投影产品创新指南》创新产品

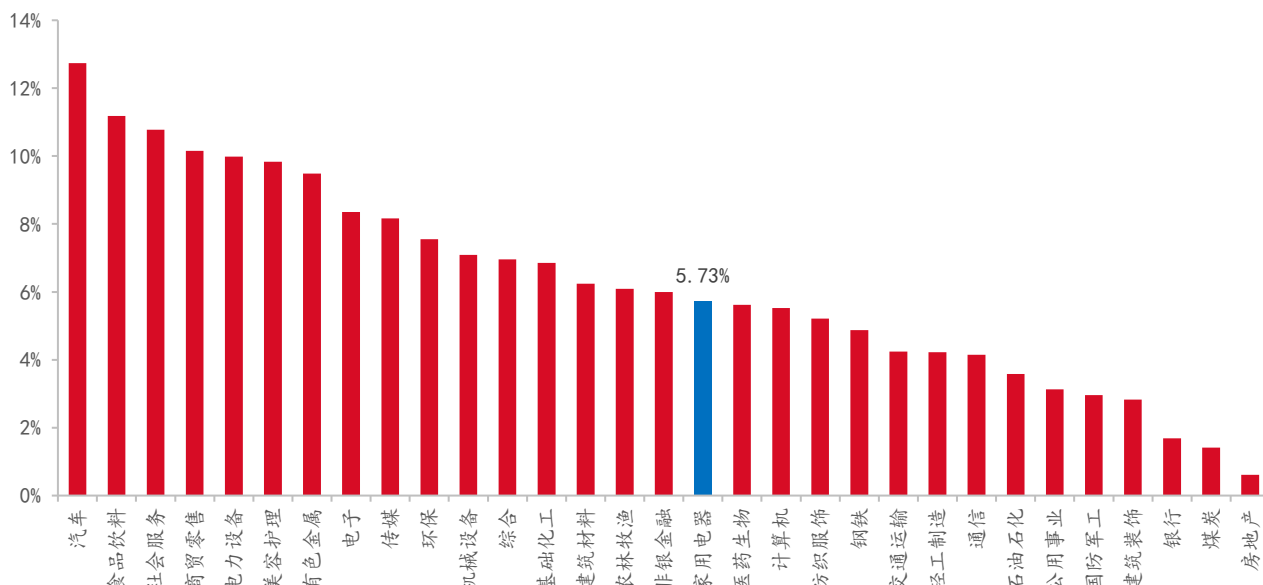
序号	公司名称	产品名称
1	成都极米科技股份有限公司	极米神灯
2	杭州当贝网络科技有限公司	当贝超短焦激光投影 U1
3	峰米（重庆）创新科技有限公司	峰米 S5 激光投影仪
4	爱普生（中国）有限公司	CH-TW6280T
5	明基智能科技（上海）有限公司	明基 i780
6	聚好看科技股份有限公司	海信 Vidda C1
7	三星（中国）投资有限公司	三星随享智能投影仪(SP-LSP3BLAXXZ)
8	联想（北京）有限公司	联想 YOGA7000 智能投影仪
9	深圳市橙子数字科技有限公司	大眼橙 X20
10	江苏金视传奇科技有限公司	知麻 Z1
11	重庆小明	小明 Q2 Pro 智能投影仪
12	小米通讯技术有限公司	Redmi 投影仪 Pro

资料来源：《2022 年智能投影产品创新指南》，东海证券研究所

4.二级市场表现

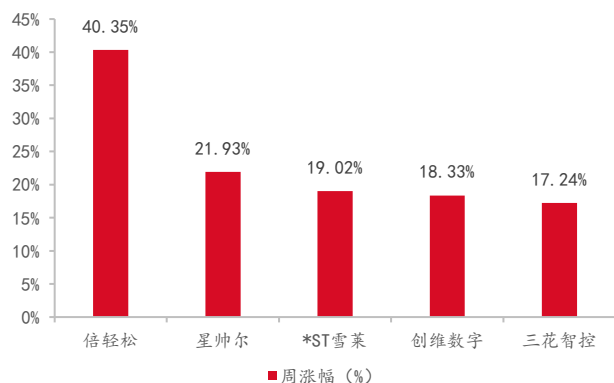
本周沪深 300 指数涨幅为 6.38%，家电板块涨幅为 5.73%，家电板块跑输沪深 300 指数 0.65 个百分点，在 31 个申万一级行业中排名第 17。本周涨幅前五的板块个股分别是倍轻松（40.35%）、星帅尔（21.93%）、*ST 雪莱（19.02%）、创维数字（18.33%）、三花智控（17.24%）。本周跌幅前五的板块个股分别是飞科电器（-6.44%）、佛山照明（-4.89%）、富佳股份（-1.23%）、朗迪集团（-0.26%）、格力电器（-0.10%）。

图3 本周申万一级行业各板块涨跌幅(%)



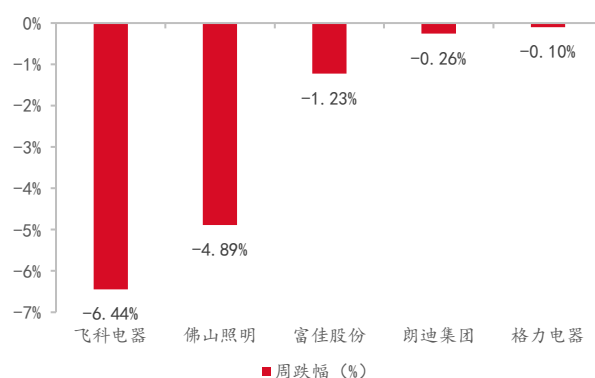
资料来源：同花顺，东海证券研究所

图4 家电板块周涨幅排名前五的个股



资料来源：同花顺，东海证券研究所

图5 家电板块周跌幅排名前五的个股



资料来源：同花顺，东海证券研究所

5.风险提示

- (1) 疫情反复风险：局部地区疫情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。
- (4) 市场竞争加剧风险：整体需求面临压力的情况下，部分企业可能会采取激烈的价格竞争策略，导致盈利受损。

一、评级说明

	评级	说明
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%
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%
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%

二、分析师声明：

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，具备专业胜任能力，保证以专业严谨的研究方法和分析逻辑，采用合法合规的数据信息，审慎提出研究结论，独立、客观地出具本报告。

本报告中准确反映了署名分析师的个人研究观点和结论，不受任何第三方的授意或影响，其薪酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来，均与其在本报告中所表述的具体建议或观点无任何直接或间接的关系。

署名分析师本人及直系亲属与本报告所涉及的内容不存在任何利益关系。

三、免责声明：

本报告基于本公司研究所及研究人员认为合法合规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。本报告仅反映研究人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和参考。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何机构和个人的投资建议，任何形式的保证证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效，本公司亦不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。本公司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。

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。

四、资质声明：

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
 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
 电话：(8610) 59707105
 传真：(8610) 59707100
 邮编：100089