

# 家用电器

证券研究报告

2022年11月14日

## 双十一家电成交总结：高端化与智能化产品持续增长，新兴渠道贡献增量——22W46 周度研究

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

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:22W45 行业周度数据追踪》2022-11-07
- 2 《家用电器-行业研究周报:研究聚焦：申菱环境计划向特定对象发行股票并在创业板上市》2022-11-03
- 3 《家用电器-行业研究周报:一图解读毅昌科技——22W43 周度研究》2022-10-25

### 双十一家电成交总结：高端化与智能化产品持续增长，新兴渠道贡献增量

**传统电商平台：家电以旧换新与高端套系化需求双轮共振。**本年度双十一天猫及京东平台均未公布具体成交额数据，但根据天猫公布的情况整体稳中向好，成交额与去年持平。根据京东家电双十一战报：1) 从消费群体看，Z世代成为家电消费主力，巅峰28小时中95后成交额同比增长达到50%；2) 从消费需求看，换新需求高增，高端化、套系化需求提升明显。本次双十一活动期间家电以旧换新订单金额为去年同期7倍，同时中高端成交额占比提升50%，套购订单量提升2倍；3) 从消费流程看，促销活动简化带来了用户购买决策效率的提升，PV转化率较去年同期提升20%。

**抖音新兴渠道：货架电商带动新兴渠道持续高增，清洁电器占据家电品类热门榜单前列。**根据抖音电商数据显示，10月31日至11月11日，抖音电商内参与双11活动的商家数量同比增长了86%，兴趣电商内容带货持续发力，直播带货总时长累计达3821万小时，7667个直播间销售额超过百万元，平台重点打造了货架电商，加强商城、搜索、橱窗等渠道的经营。活动期间平台货架电商带动日均销量同比增长了156%，商品曝光量是上半年的1.6倍。

**线下渠道：智能化与高端化产品仍为增速最快品类。**根据苏宁线下数据，双十一期间分品类看，智能化电器增长向好，智能空调、智能扫地机、智能空气净化器等智能家电走俏，线下销售环比增长超150%，而智能洗地机、炒菜机器人、擦窗机器人消费增速较快，销售环比增长均超200%。小家电领域多功能料理锅销售环比增长181%，咖啡机销售环比增长1100%，而大家电领域高端化、大尺寸产品备受欢迎，三开门大容量冰箱销售同比增长达136%，“一机多能”最受欢迎，蒸烤一体机、洗烘一体机、洗碗消毒柜销售环比增长均超140%，8K超高清电视销售环比增长183%。

**本周家电板块走势：**本周沪深300指数+0.56%，创业板指数-1.87%，中小板指数-1.47%，家电板块+3.37%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为+5.07%、+0.24%、+0.9%。个股中，本周涨幅前五名是荣泰健康、海联金汇、\*ST雪莱、哈尔斯、公牛集团；本周跌幅前五名是东方电热、珈伟新能、视源股份、飞科电器、英唐智控。

**原材料价格走势：**2022年11月11日，SHFE铜、铝现货结算价分别为68130和18840元/吨；SHFE铜相较于上周+4.27%，铝相较于上周+1.95%。今年以来铜价-2.24%，铝价-7.05%。2022年11月11日，中国塑料城价格指数为876.84，相较于上周-0.42%，今年以来-11.7%。2022年11月11日，钢材综合价格指数为107.31，相较于上周价格+0.36%，今年以来-18.58%。

**投资建议：**我们认为目前预期有所改善，尚需时间传递至基本面，延续业绩为主，布局拐点的思路：

i) 地产链条：首选白电，推荐【海尔智家】、【海信家电】、【格力电器】、【美的集团】；布局拐点，推荐【老板电器】、【亿田智能】等

ii) 小家电链条：首选业绩表现较好标的，推荐【飞科电器】、【小熊电器】、【新宝股份】；布局拐点，【科沃斯】、【石头科技】、建议关注【极米科技】（商社组覆盖）、建议关注【光峰科技】（电子组覆盖）等；

iii) 2B链条：推荐【盾安环境】（与机械组联合覆盖）、【三花智控】，建议关注【大元泵业】等。

**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。

# 1. 双十一家电成交总结：高端化与智能化产品持续增长，新兴渠道贡献增量

## 1.1. 分品牌双十一战报汇总

图 1：分品牌双十一战报汇总

品牌	渠道	统计周期	22年成交情况	成交亮点
科沃斯	全渠道	10/20-11/11	18.9亿, 同比+20%	科沃斯扫地机器人蝉联五大平台品类第一, 基站类产品同比+49%
添可	全渠道	10/20 20:00至11/11 24: 00	18.3亿, 同比+26%	添可智能洗地机蝉联五大平台品类第一, 洗地机销量同比+28%
追觅	全渠道	双十一期间	11亿, 同比+600%	天猫GMV+600%, 抖音GMV+1200%, 京东GMV+300%
极米	全渠道	10/20 00:00-11/11 23:59	破8亿, 19万台	天猫/京东/抖音投影品类销量&GMV第一; Z系列销额破3.5亿, 销量破11万台; H系列销额破3亿, 销量破5万台
TCL	全渠道	双十一期间	GMV34亿, 同比+60%	Mini LED/98寸巨幕电视/高刷新率电视/75寸+电视全渠道销量销额冠军, 空调+47%, 600L+容量冰箱GMV+102%
TCL雷鸟	全渠道	双十一期间	GMV同比+88%	高刷新率电视+108%, 75寸+电视+258%
海信	全渠道	10.20-11.11		ULED电视销量+12倍, 激光电视销售+120%, Vidda Z100尺寸段销量TOP1, 东芝Z570系列销量+740%; 650冰箱600L大容量TOP1, 容声pro+118%; 空调销额+49%, 科龙世界杯冠军套系+132%; 哈利洗衣机破万台; 容声立式冷冻柜销量+397%; C501i电热销量1500台
Vidda	全渠道	截至11/11 24:00	GMV破7亿	C1京东+天猫4K投影市占率超20%, Z100 (100寸+) X85 (85寸+) 尺寸段销量分别位居top1
小熊	全渠道	10/31 20时-11/11 24时	GMV同比+40%	台式净饮机+692%, 暖奶器同比+291%, 面条机同比+284%, 电热水壶同比+218%, 电压力锅同比+215%, 消毒锅同比+156%, 足浴器同比+153%, 破壁机同比+129%, 电蒸锅同比+110%, 电饭煲同比+68%
东菱	全渠道	双十一期间	GMV同比+100%	
百胜图	全渠道	10/24-11/11	GMV同比+500%	全网研磨一体机排名top1
苏泊尔	全渠道	10/31 20:00-11/11 24:00	17.8亿, 663万件	全网: 电压力锅、电炖锅、蒸锅、汤锅、奶锅、砂锅、勺铲锅铲、燃气灶、烧水壶品类销额top1; 洗地机销额+201%; 珐琅锅销额+137%; 净水销额+80%。烹饪用具销额天猫京东top1; 电饼档天猫拼多多销额top1; 咖啡保温杯、保温壶、焖烧杯、保温提锅、封口机天猫销额top1; 吸尘器天猫销额top5; 电蒸锅天猫销额+65%; 破壁机、空气炸锅京东金榜top1; 有钛无涂层不粘锅、小C料理机京东品类top1; 挂烫机京东销额top2; 空气炸锅京东+50%; 除螨仪京东销额top4; 厨电抖音top1。
火星人	全渠道	截至11/11 24: 00	4.86亿	集成灶全网销售TOP1,14000+高端蒸烤TOP1,新品ET50全网单品TOP1, 集成洗碗机销量+128%
亿田	全渠道	双十一期间		开门红4小时破亿, D6ZK单品销量第一
美大	全渠道	10/31 20:00-11/11 24:00	2.6亿	集成灶全网销量top2, 京东自营集成灶销售top1, 天猫分体式集成灶top1, 集成水槽洗碗机京东集成净洗类目销售TOP1, 抖音: 集成灶行业销售TOP1, 京东POP: 集成灶行业销售品牌TOP1
帅丰	全渠道	10/31 20:00-11/11 24:00		蒸烤一体同步款天猫+京东第一
美的	全渠道	双十一期间	总销额全网第一	COLMO套系销额+110%, GMV+50%; 东芝GMV+105%, 小天鹅洗衣机行业增速top1
海尔	全渠道	截至11/11 24:00	大家电全网第一	冰箱、洗衣机、热水器、冷柜市场份额稳居第一; 卡萨帝在京东、天猫两大渠道主站增幅均超30%
荣泰	全渠道	双十一期间	按摩椅全网GMVtop1	按摩椅品类A52梦想家单品top1, 天猫旗舰店GMV破亿, 抖音GMV+206%

资料来源: 各品牌微信公众号及官微, 顺德发布公众号, 佛山日报, 今日头条, 天风证券研究所

从各品牌目前公布的双十一战报来看：1) 清洁电器品牌如科沃斯、添可等大促期间保持较好增长，同时追觅等新品牌入局实现高增；2) 投影仪领域极米龙头地位稳固，整体稳中向好，海信旗下品牌 Vidda 激光投影 C1 在中高端领域表现亮眼；3) 厨房小家电方面，小熊、东菱等性价比品牌增长表现较为亮眼；4) 大家电中高端品牌表现较为亮眼，CLOMO 销额同比+50%，卡萨帝同比+30%。

## 1.2. 分平台看双十一家电成交：传统电商及线下渠道高端化与智能化产品表现亮眼，新兴内容电商渠道持续增长

**传统电商平台：家电以旧换新与高端套系化需求双轮共振。**本年度双十一天猫及京东平台均未公布具体成交额数据，但根据天猫公布的情况整体稳中向好，成交额与去年持平。我们以京东家电公布的双十一战报来分析传统电商平台家电品类销售趋势。根据京东家电双十一战报，11.11 期间超 2000 万用户选择在京东购买家电，累积售出超 5000 万件商品，并为用户累计补贴金额超 30 亿元。其中：1) 从消费群体看，Z 世代成为家电消费主力，巅峰 28 小时中 95 后成交额同比增长达到 50%；2) 从消费需求看，换新需求高增，高端化、套系化需求提升明显。本次双十一活动期间家电以旧换新订单金额为去年同期 7 倍，同时家电专卖店中高端成交额占比提升 50%，家电专卖店门店套购订单量提升 2 倍；3) 从消费流程看，促销活动简化带来了用户购买决策效率的提升，PV 转化率较去年同期提升 20%。而从品牌端来看，京东平台大家电领域海尔、美的、格力表现依旧强势，小家电领域清洁电器诸多品牌表现亮眼。

图 2：京东大家电规模 top10 品牌



资料来源：京东家电微信公众号，天风证券研究所

图 3：京东小家电规模 top10 品牌



资料来源：京东家电微信公众号，天风证券研究所

**抖音新兴渠道：货架电商带动新兴渠道持续高增，清洁电器占据家电品类热门榜单前列。**根据抖音电商数据显示，10 月 31 日至 11 月 11 日，抖音电商内参与双 11 活动的商家数量同比增长了 86%，兴趣电商内容带货持续发力，直播带货总时长累计达 3821 万小时，7667 个直播间销售额超过百万元，平台重点打造了货架电商，加强商城、搜索、橱窗等渠道的经营。活动期间平台货架电商带动日均销量同比增长了 156%，商品曝光量是上半年的 1.6 倍。

其中中国货占据抖音商城热卖榜 top100 的九成。而家电方面，清洁电器成为新兴渠道双十一销售的热门产品，科沃斯、石头、添可的旗舰产品位列家电类热销国货商品前列。

图 4：清洁电器产品占据抖音商城家电类热销国货商品榜首



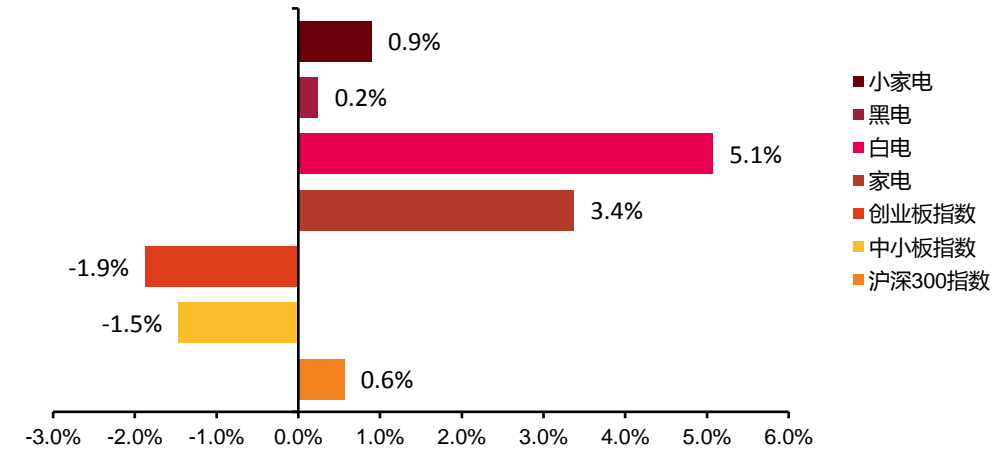
资料来源：抖音商城微信公众号，天风证券研究所

**线下渠道：智能化与高端化产品仍为增速最快品类。**根据电器微刊公众号援引苏宁易购发布的《2022 双十一家消费趋势报告》显示，今年双十一，苏宁易购线下绿色节能家电销售环比增长 141%，智能家居产品销售环比提升 153%，全屋定制订单环比提升 186%，中央集成家电销售环比增长 113%。分品类看，智能化电器增长向好，智能空调、智能扫地机、智能空气净化器等智能家电走俏，线下销售环比增长超 150%，而智能洗地机、炒菜机器人、擦窗机器人消费增速较快，销售环比增长均超 200%。小家电领域多功能料理锅销售环比增长 181%，咖啡机销售环比增长 1100%，而大家电领域高端化、大尺寸产品备受欢迎，三开门大容量冰箱销售同比增长达 136%，“一机多能”最受欢迎，蒸烤一体机、洗烘一体机、洗碗消毒柜销售环比增长均超 140%，8K 超高清电视销售环比增长 183%。

## 2. 本周家电板块走势

本周沪深 300 指数+0.56%，创业板指数-1.87%，中小板指数-1.47%，家电板块+3.37%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为+5.07%、+0.24%、+0.9%。个股中，本周涨幅前五名是荣泰健康、海联金汇、\*ST 雪莱、哈尔斯、公牛集团；本周跌幅前五名是东方电热、珈伟新能、视源股份、飞科电器、英唐智控。

图 5：本周家电板块走势



资料来源：Wind，天风证券研究所

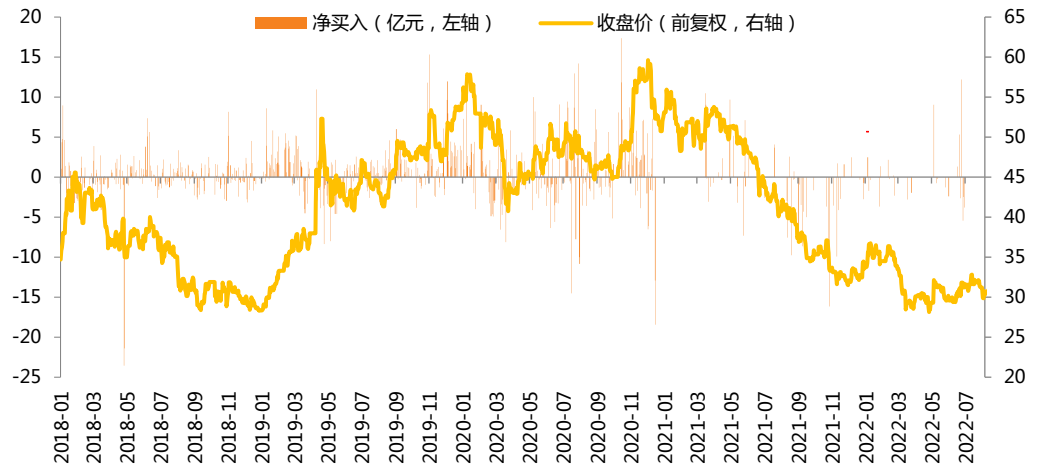
表 1：家电板块 22W46 周涨跌幅、周换手率表现

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	603579.SH	荣泰健康	18.68%	17.92%	1	300217.SZ	东方电热	-6.47%	18.55%
2	002537.SZ	海联金汇	12.66%	50.14%	2	300317.SZ	珈伟新能	-5.11%	6.62%
3	002076.SZ	*ST 雪莱	10.50%	11.94%	3	002841.SZ	视源股份	-4.92%	1.97%
4	002615.SZ	哈尔斯	7.69%	27.38%	4	603868.SH	飞科电器	-4.48%	0.75%
5	603195.SH	公牛集团	7.50%	7.42%	5	300131.SZ	英唐智控	-4.46%	13.13%

资料来源：Wind，天风证券研究所

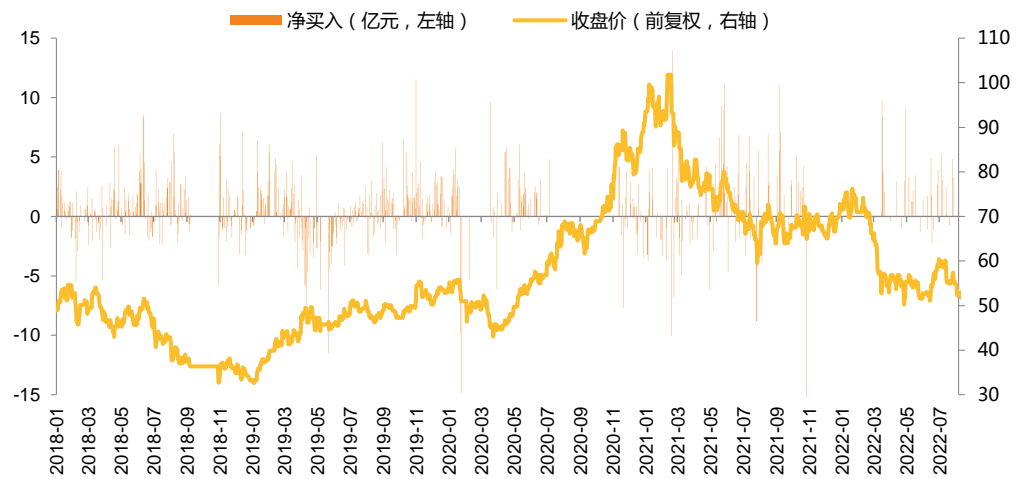
### 3. 本周资金流向

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

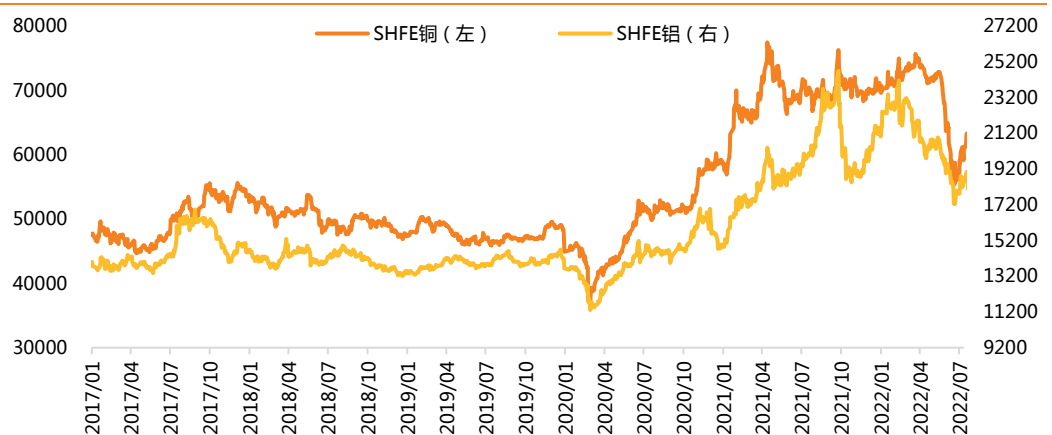


资料来源: wind, 天风证券研究所

## 4. 原材料价格走势

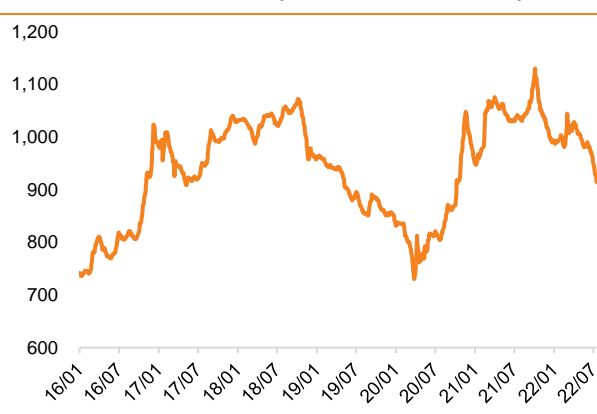
2022年11月11日，SHFE铜、铝现货结算价分别为68130和18840元/吨；SHFE铜相较于上周+4.27%，铝相较于上周+1.95%。今年以来铜价-2.24%，铝价-7.05%。2022年11月11日，中国塑料城价格指数为876.84，相较于上周-0.42%，今年以来-11.7%。2022年11月11日，钢材综合价格指数为107.31，相较于上周价格+0.36%，今年以来-18.58%。

图4：铜、铝价格走势（元/吨）



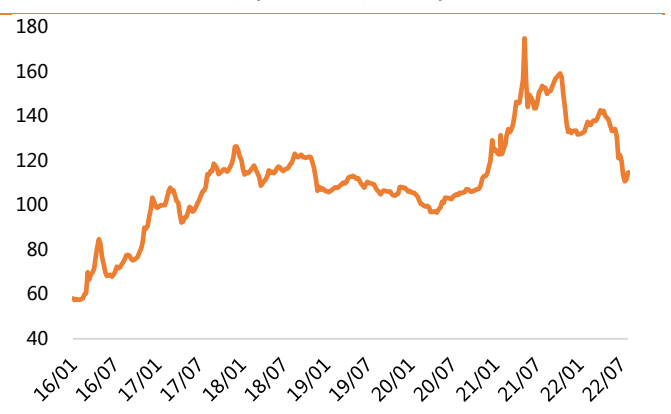
资料来源：Wind，天风证券研究所

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）



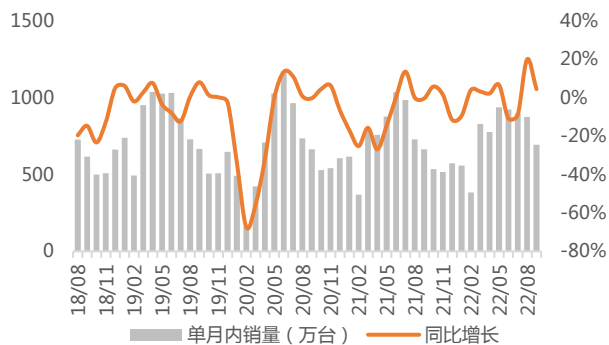
资料来源：Wind，天风证券研究所

## 5. 行业数据

➤ **出货端：受益于高温催化，9月空调内销需求提振，累计增速保持正向增长**

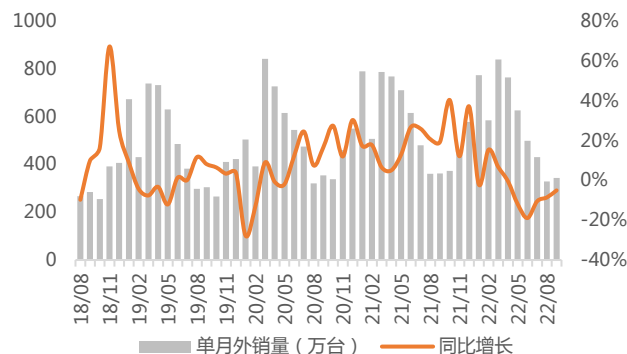
**空调** 22M9 内/外销量分别同比+4.5%/-5.1%，增速环比-15.5/+3.5pct，22M1-M9 内/外销量累计同比增速分别为+0.5%/-3.6%；**冰箱** 22M9 内/外销量分别同比+4.1%/-34.3%，增速环比+4.7/-7.3pct，22M1-M9 内/外销量累计同比增速分别为-3.6%/-17.3%；**洗衣机** 22M9 内/外销量分别同比-6.7%/+5.5%，增速环比+1.0/+6.4pct，22M1-M9 内/外销量累计同比增速分别为-7.8%/-6.9%；**油烟机** 22M9 内/外销量分别同比-13.2%/-40.1%，增速环比-1.3/-7.2pct，22M1-M9 内/外销量累计同比增速分别为-14.5%/-21.4%。

图 7：出货端空调内销月零售量、同比增速



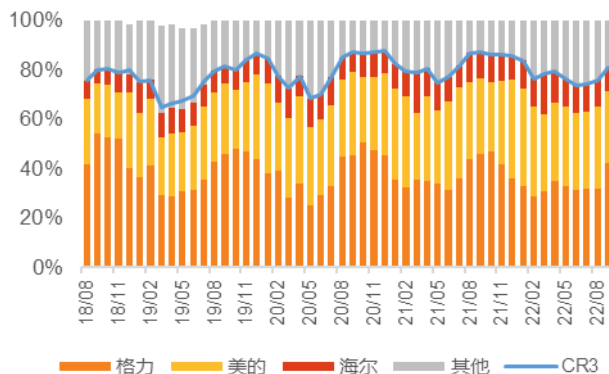
资料来源：产业在线，天风证券研究所  
注：21 年同比增速调整为较 19 年同期增速，下同。

图 8：出货端空调外销月零售量、同比增速



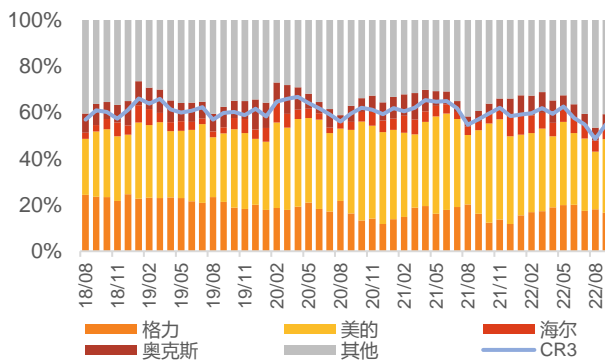
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 9：出货端空调内销分品牌市占率、CR3



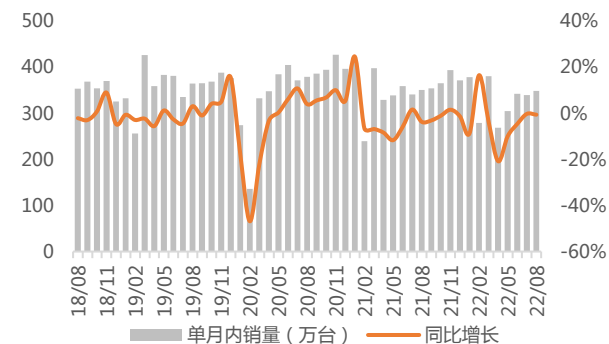
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 10：出货端空调外销分品牌市占率、CR3



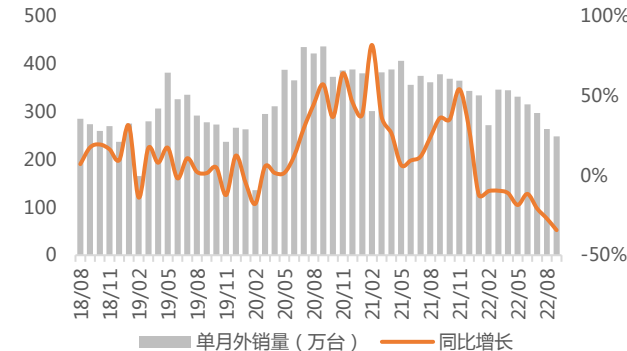
资料来源：产业在线，天风证券研究所

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

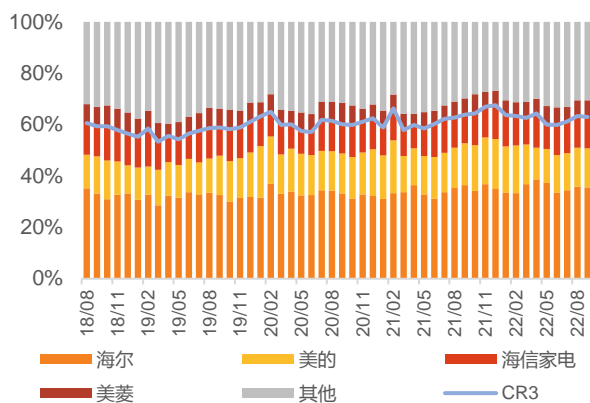
图 12：出货端冰箱外销月零售量、同比增速



资料来源：产业在线，天风证券研究所

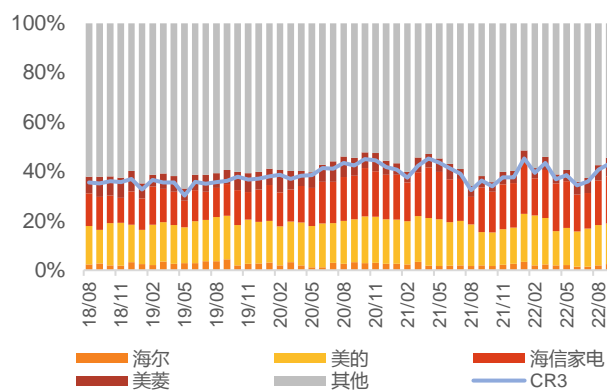


图 13：出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3



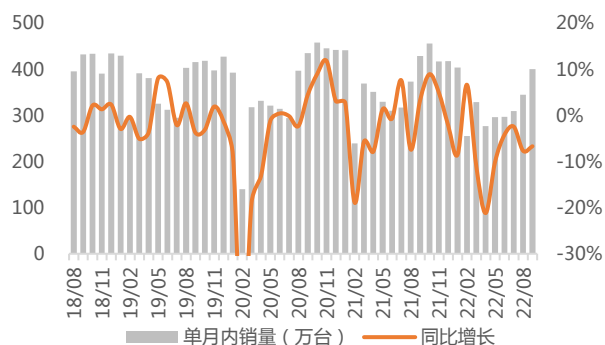
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 14：出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3



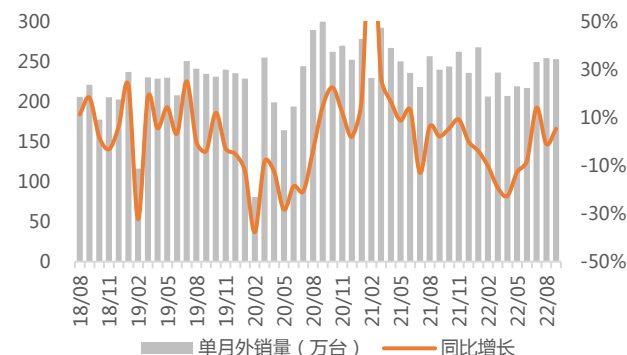
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 15：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



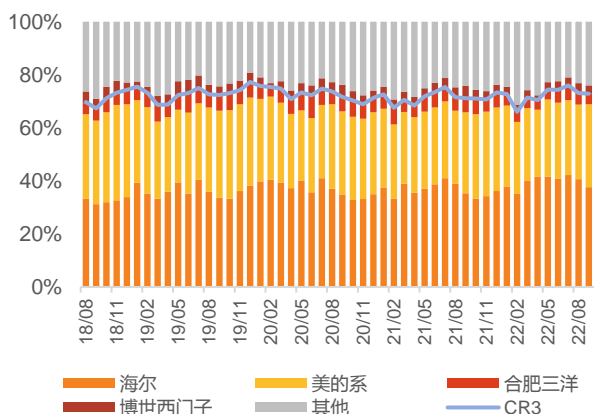
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 16：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



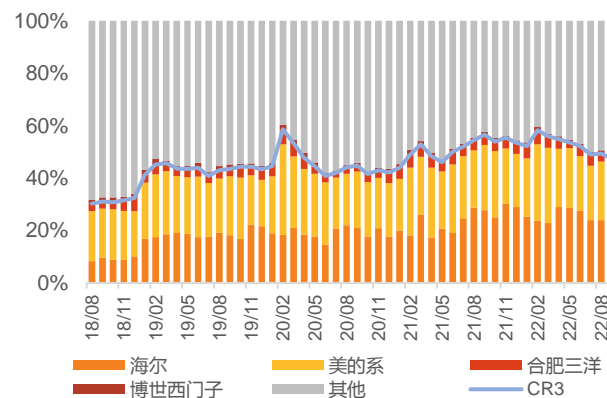
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 17：出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3



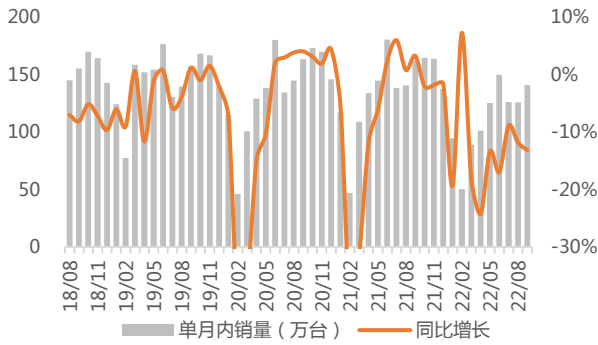
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 18：出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3



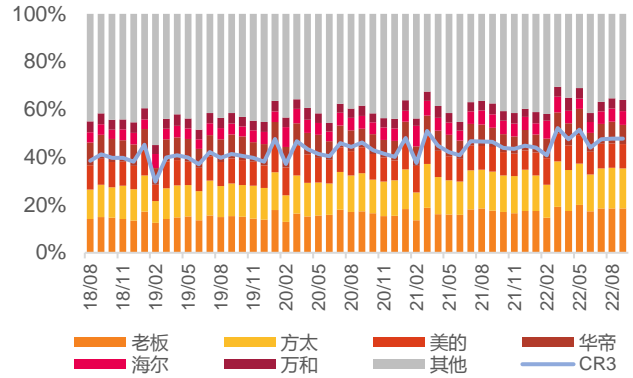
资料来源：产业在线，天风证券研究所

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



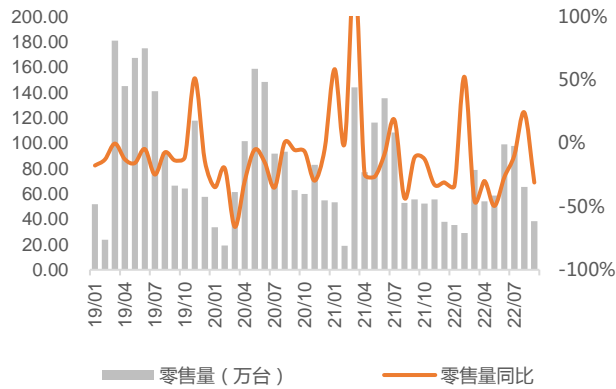
资料来源：产业在线，天风证券研究所

零售端

1) 中怡康数据跟踪

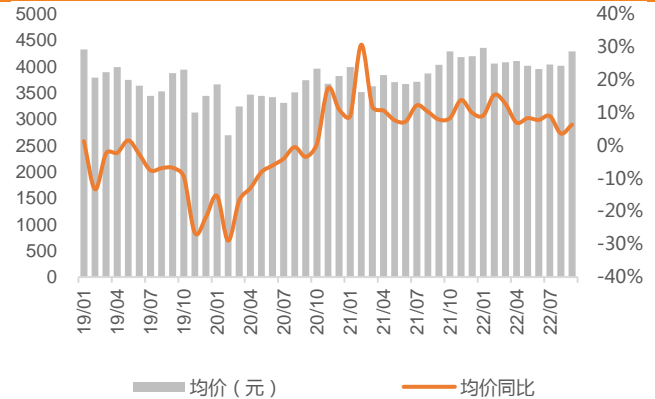
**销量端**，22M9 空/冰/洗/烟机零售量较 21 年同期仍存在缺口，分别-31%/-26%/-32%/-28%；**均价端**，除冰箱外，大家电 22M9 均价较 21 年同期均有一定幅度增长，空/冰/洗/烟机分别+6%/-8%/+8%/+4%；**累计看** 22M1-9 空/冰/洗均价分别+9%/-8%/+11%。

图 21：中怡康空调月零售量、同比增速



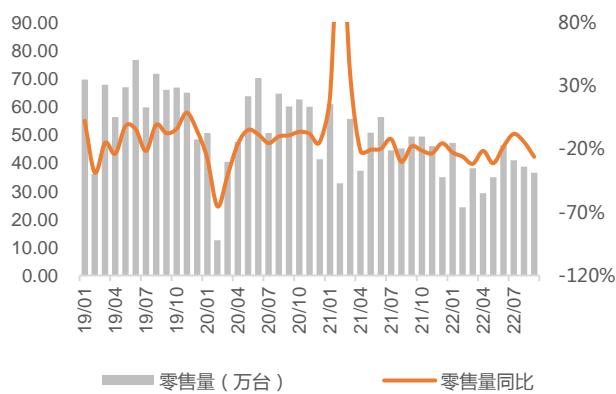
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 22：中怡康空调月均价、同比增速



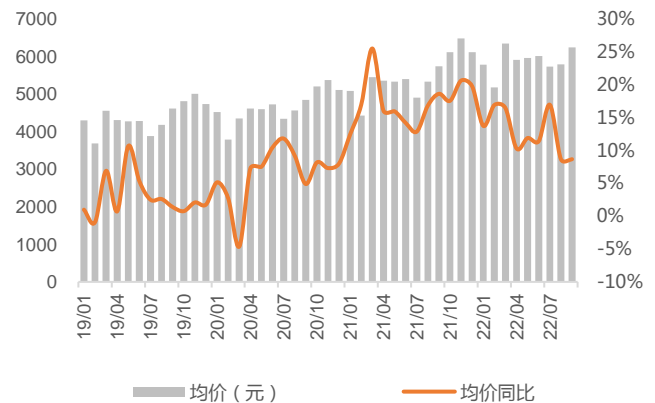
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 23：中怡康冰箱月零售量、同比增速



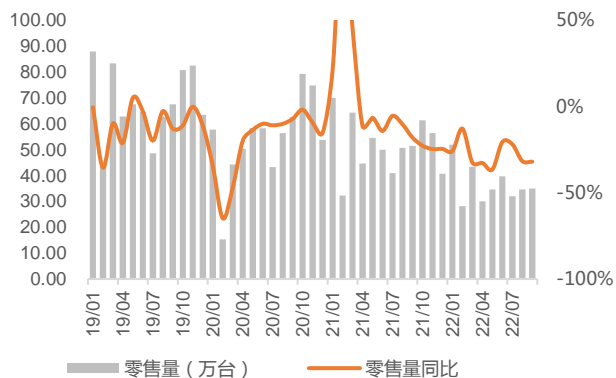
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 24：中怡康冰箱月均价、同比增速



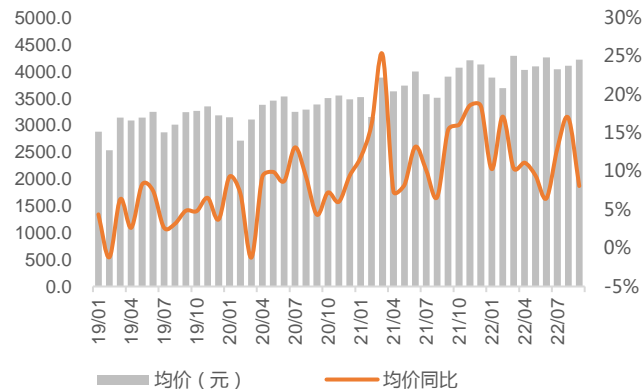
资料来源：中怡康，天风证券研究所

图 25：中怡康洗衣机月零售量、同比增速



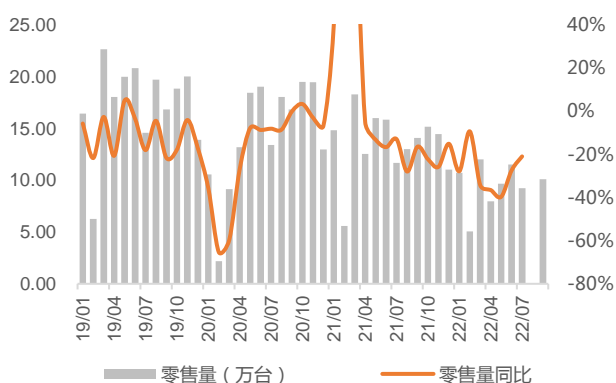
资料来源：中怡康，天风证券研究所

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

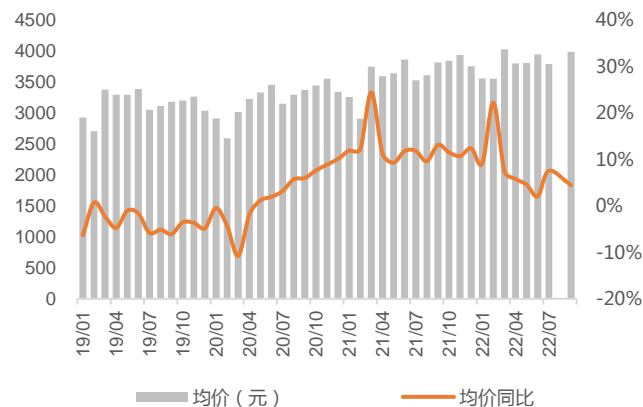
图 27：中怡康油烟机月零售量、同比增速



资料来源：中怡康，天风证券研究所

注：22/08 数据缺失，下同。

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) 22W45 奥维数据跟踪

**线上：**22W45 家电全品类同比增长；22W1-W45 冷柜、集成灶、洗碗机、空调、冰箱、油烟机、扫地机线上销额分别同比+15.1%、+10.9%、+10.4%、0.1%、2.5%、3.5%、3.8%。

**线下：**22W45 家电全品类，除扫地机外均同比下滑；22W1-W45 仅扫地机品类销额实现+13.7%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		零售额周度增速				
	22W1-W45 (22/01/01-22/11/6)	22W45 (22/10/31-22/11/6)	22W44 (22/10/24-22/10/30)	22W43 (22/10/17-22/10/23)	22W42 (22/10/10-22/10/16)	22W41 (22/10/03-22/10/09)	
空调	0.1%	68.2%	-81.8%	-31.8%	-46.5%	11.5%	
冰箱	2.5%	74.1%	-78.8%	-15.4%	-26.5%	3.4%	
洗衣机	-1.8%	46.8%	-80.6%	-37.6%	-37.2%	-14.7%	
冷柜	15.1%	55.6%	-37.5%	-2.2%	-6.2%	9.4%	
油烟机	3.5%	48.1%	-57.6%	-21.6%	3.4%	2.5%	
燃气灶	-0.1%	31.0%	-52.8%	-26.5%	2.8%	-3.0%	
集成灶	10.9%	49.5%	-81.6%	-14.1%	-34.4%	-2.0%	
洗碗机	10.4%	70.4%	-78.2%	-46.0%	-12.6%	1.1%	
电热水器	-5.9%	113.8%	-75.0%	2.2%	-19.9%	3.8%	
净水器	-8.9%	31.9%	-80.1%	-5.6%	-10.6%	-17.0%	
净化器	-18.9%	2.8%	-73.8%	-31.1%	-2.7%	-18.1%	
扫地机	3.8%	21.6%	-77.6%	9.2%	32.7%	11.6%	
电饭煲	-6.0%	34.9%	-7.3%	9.4%	-9.0%	8.6%	
破壁机	-3.1%	18.3%	-32.8%	2.8%	11.2%	8.1%	
彩电	-9.1%	32.8%	-81.4%	-24.4%	-11.2%	-11.8%	

		奥维云网（线下周度）					
品类	零售额累计增速		零售额周度增速				
	22W1-W45 (22/01/01-22/11/6)	22W45 (22/10/31-22/11/6)	22W44 (22/10/24-22/10/30)	22W43 (22/10/17-22/10/23)	22W42 (22/10/10-22/10/16)	22W41 (22/10/03-22/10/09)	
空调	-18.7%	-37.0%	-36.5%	-45.5%	35.3%	-17.8%	
冰箱	-13.6%	-33.8%	-36.2%	-32.1%	11.8%	-12.0%	
洗衣机	-21.4%	-42.8%	-46.7%	-42.4%	-6.7%	-23.1%	
冷柜	-4.0%	-21.0%	-14.7%	-22.2%	-7.1%	-5.1%	
油烟机	-22.2%	-29.0%	-30.3%	-36.8%	19.0%	-19.2%	
燃气灶	-18.9%	-32.0%	-28.1%	-36.5%	4.5%	-19.0%	
集成灶	-12.9%	-38.4%	-22.9%	-51.1%	20.0%	-16.2%	
洗碗机	-3.3%	-15.8%	-31.7%	-24.7%	55.3%	-11.2%	
电热水器	-25.0%	-42.0%	-30.6%	-52.7%	-10.8%	-22.7%	
净水器	-28.8%	-35.5%	-36.0%	-31.8%	-9.0%	-30.2%	
净化器	-41.3%	-52.7%	-63.1%	-62.6%	-36.4%	-51.9%	
扫地机	13.7%	27.6%	-20.6%	-13.9%	-11.1%	-2.5%	
电饭煲	-19.5%	-27.6%	-31.8%	-29.6%	-15.8%	-13.5%	
破壁机	-34.9%	-41.9%	-53.6%	-47.6%	-28.3%	-34.3%	
彩电	-24.2%	-35.7%	-40.3%	-32.8%	-0.7%	-18.0%	

资料来源：奥维云网，天风证券研究所

## 6. 行业新闻

● 11月12日

### 上海首批自动驾驶高速公路开放

上海首批自动驾驶高速公路正式开放，全球首张智能网联载货示范运营证件正式颁发。与此同时，两大针对智能网联汽车的政策——《上海市智能网联汽车示范运营实施细则》（以下简称《实施细则》）、《上海市车路协同创新应用工作实施方案(2023—2025年)》也发布。

其中，《实施细则》结合自动驾驶技术发展及上海市智能网联汽车测试应用实际，明确管理机制及第三方机构职责，确定了申请主体开展示范运营的范围、路径、流程、条件等，为企业开展示范运营活动提供了具体的操作指引。而《实施方案》以加速车路协同技术与智能交通体系融合为核心，以推进道路更智能、场景更丰富、服务更智慧、管理更精细、数据更开放为主线，以实现车路协同技术商业化应用为目标，重点推进 18 个各具特色的创新应用项目。

（来源：家电消费网 [http://www.jdxfw.com/html/2022/lab\\_1112/70813.html](http://www.jdxfw.com/html/2022/lab_1112/70813.html)）

## 7. 投资建议与个股推荐

本周市场的增量信息主要来自两方面：1) 防疫政策的优化：取消追踪次密接，入境隔离

时间缩短等，整体防疫政策朝向对经济影响更小的方向优化；2) 房企融资的宽松：扩大民营企业债券融资支持工具，支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资。预计可支持约 2500 亿元民营企业债券融资，且可视情况进一步扩容。

**怎么看？**我们认为这两点对家电行业投资都形成明显利好，防疫优化将减少消费场景/物流的制约，并逐步改善消费力与消费意愿；地产融资端改善，将通过为地产行业筑底而改善家电行业的需求与估值。

**投资方面，我们认为目前预期有所改善，尚需时间传递至基本面，延续业绩为主，布局拐点的思路：**

- i) **地产链条：**首选白电，推荐【海尔智家】、【海信家电】、【格力电器】、【美的集团】；布局拐点，推荐【老板电器】、【亿田智能】等
- ii) **小家电链条：**首选业绩表现较好标的，推荐【飞科电器】、【小熊电器】、【新宝股份】；布局拐点，【科沃斯】、【石头科技】、建议关注【极米科技】（商社组覆盖）、建议关注【光峰科技】（电子组覆盖）等；
- iii) **2B 链条：**推荐【盾安环境】（与机械组联合覆盖）、【三花智控】，建议关注【大元泵业】等。

## 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	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
邮编：100031	A 栋 23 层 2301 房	邮编：200086	平安金融中心 71 楼
邮箱：research@tfzq.com	邮编：570102	电话：(8621)-65055515	邮编：518000
	电话：(0898)-65365390	传真：(8621)-61069806	电话：(86755)-23915663
	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com	传真：(86755)-82571995
			邮箱：research@tfzq.com