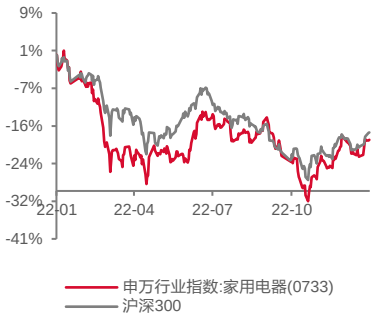
2023年01月16日

标配

智能化、套系化逐步推进，创新驱动行业发展

——家用电器行业周报（2023/01/09-2023/01/15）

证券分析师
王敏君 S0630522040002
wmj@longone.com.cn
联系人
梁帅奇
lsqi@longone.com.cn



相关研究

1.家电内销仍有亮点，海外CES展会新品迭出——家用电器行业周报（2023/01/02-2023/01/08）
2.家用电器行业周报：短期白电行业销售平淡，期待疫情平稳后逐步复苏
3.家用电器行业2023年投资策略：顺势而变，突破创新

投资要点：

- **智能化为家电市场带来新机遇。**数字化时代不仅能实现单一家电的语音交互、APP互联，还能打造全屋智能的人工管家。IDC根据前期数据预测，2022年中国智能家居设备出货量将达到2.2亿台，同比持平微涨；2022年中国全屋智能市场销售额将突破100亿元，在未来5年内复合增长率将达到46.9%。据市场调研公司Statista数据，全球智能家居技术的使用普及率约7.7%，美国普及率为15%，而中国普及率则不足2%。早期全屋智能普及受限的原因主要在于底层互联协议不兼容。当前，全屋智能市场的参与者主要为三大类：消费电子企业，如小米、华为等；家电企业，如美的、海尔等；全屋智能方案商，如欧瑞博、涂鸦智能等。各类企业各有优势，很难说家电企业未来会在这个市场占多少份额，但更深层的逻辑是带动套系化销售和积累长期客群。基于APP沉淀的客群可以衍生更多的服务，如面向厨电用户的预制菜配送、面向清洁电器用户的耗材配送等。对于非集团化的家电品牌来说，未来机会可能主要是推出参与某种生态链的新款，或是专营单品的智能化。新品类的智能体验其实还有明显提升的空间，一方面是硬件传感器、控制模块的配置优化，更重要的是算法的优化，如扫地机的避障算法、投影的自动矫正算法等。基于多轮反馈达成的算法迭代能力是在智能家电市场上取得突破的重要竞争力。

- **格局展望：众多品牌逐鹿高端套系家电市场，但龙头具有明显落地优势。**首先，从产能布局来说，龙头的先进产能可以使其保证品质，数字工厂保证生产效率；第二，品牌构建起生态合作，能够以口碑赢得消费者的信任；第三，龙头在数字互联技术研发上起步较早，更易于建立起完整的全屋管理体系。多品类的扩张往往通过收购实现，而协同效应能否达成则有赖于良好的管理架构。以海尔为例，经营战略从国际品牌到场景品牌再走向生态品牌，以人单合一的机制实现项目间的通力合作、灵活响应。一站式的解决方案是消费者明确的诉求，只有龙头具备企业间的号召力，能够实现销售场景的前置和跨界互联。2023年，海尔场景品牌三翼鸟计划实现3300多家的智慧生活体验馆布局，生态收入有望快速增长。放眼海外，美国龙头Whirpool和韩国LG电子也是类似的战略。Whirpool对Yummly的收购即是为了丰富厨电使用场景、助力厨电智能化，而旗下洗衣剂品牌的推出则是为了更好地完善旗舰洗衣机产品体验。LG电子亦是凭借高端智能系列玺印实现欧美市场的突破。

- **投资建议：1、稳增长政策陆续出台，地产链估值有望逐步修复。**厨电、白电与地产关联度较强；同时原材料价格归于平稳，有利于成本压力的缓解；线下销售场景逐渐恢复；建议关注传统厨电龙头老板电器、集成灶品牌火星人、推进场景品牌建设的白电龙头海尔智家。**3、新品类具备成长属性。**关注双品牌驱动的清洁电器企业科沃斯、智能投影龙头极米科技、内销市占提升且海外新品受到认可的石头科技。**3、家电零部件公司入局新赛道，有望贡献收入增量。**关注空调制冷配件份额突出、汽车零部件业务逐步放量的盾安环境。

- **风险提示：**宏观经济下行风险、原材料价格波动风险、市场竞争加剧风险

正文目录

1. 年度回顾：大家电高端市场可期，创新驱动发展 4
2. 上市公司业绩预告 6
3. 二级市场表现 7
4. 风险提示 8

图表目录

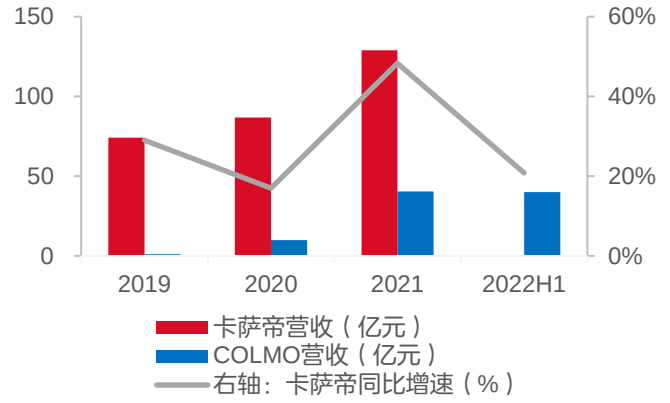
图 1 高端品牌卡萨帝及 COLMO 稳步增长（亿元，%）.....4
图 2 中国冰洗高端市场在国际（除北美）的占比（%）.....4
图 3 线上市场冰箱各价格段占比（%）.....4
图 4 线下市场冰箱各价格段占比（%）.....4
图 5 大容积冰箱零售额占比（%）.....5
图 6 线下自由嵌入式冰箱零售额占比（%）.....5
图 7 老板电器 ROKI 数字厨电.....5
图 8 老板电器洗碗机 2022 年线下销售额占比（%）.....5
图 9 本周申万一级行业各板块涨跌幅（%）.....7
图 10 家电板块周涨幅排名前五的个股.....8
图 11 家电板块周跌幅排名前五的个股.....8

表 1 2022 年中国家用电器创新成果“年度技术创新”（大家电，排名不分先后）.....4

1.年度回顾：大家电高端市场可期，创新驱动发展

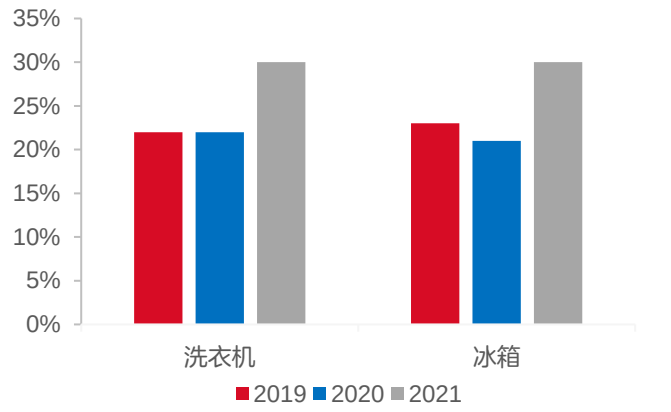
大家电高端市场势头向好。从品牌看，以卡萨帝、COLMO 为代表的高端套系品牌近年收入逐步增长。从整体看，以冰洗为例，中国高端市场规模可观，在国际大盘中亦占有近 30%的比例（GFK 统计口径下，不包含北美）。从奥维跟踪的零售数据也可看到，以冰箱为例，22 年线上、线下价格段均明显抬升。

图1 高端品牌卡萨帝及 COLMO 稳步增长（亿元，%）



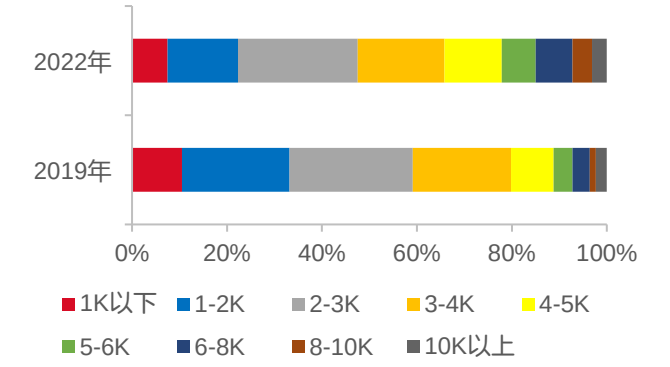
资料来源：公司公告，东海证券研究所

图2 中国冰洗高端市场在国际（除北美）的占比（%）



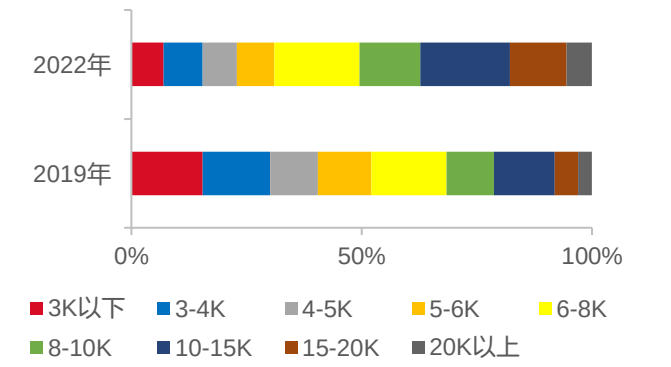
资料来源：GFK，东海证券研究所

图3 线上市场冰箱各价格段占比（%）



资料来源：奥维云网，东海证券研究所

图4 线下市场冰箱各价格段占比（%）



资料来源：奥维云网，东海证券研究所

技术创新尚无止境，大家电龙头持续研发，积极应对存量市场挑战。如表 1 所示，国产家电企业针对用户需求仍在持续完善产品性能。产品升级的趋势对价格形成有利支撑。

表1 2022 年中国家用电器创新成果“年度技术创新”（大家电，排名不分先后）

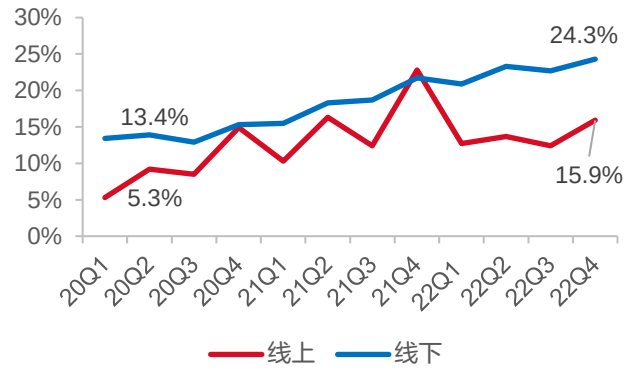
	技术		技术
1	海尔底置恒温节能保鲜技术	6	美的领航者系列家用中央空调-全屋空气解决方案
2	美的光量子脉冲杀菌技术、肤感定制健康沐浴技术	7	长虹美菱烘道水洗技术
3	长虹美菱风冷冰箱 AI 云保湿技术	8	老板电器一种可独立烘干的中式洗碗机（W755-S1）
4	TCL 冰箱分子保鲜科技	9	华帝双芯净化分人定制沐浴技术
5	海信 Hi-cat 纳米触媒抗病毒技术	10	华帝家用燃气灶一键爆炒炬焰燃烧技术

资料来源：全国家用电器工业信息中心，东海证券研究所

白电：以冰箱为例，大容量、嵌入式产品渗透率提升，海尔基于痛点完善性能。根据奥维数据，大容积冰箱的销额占比从 2020 年一季度的 5.3%增长至 2022 年四季度的 15.9%，

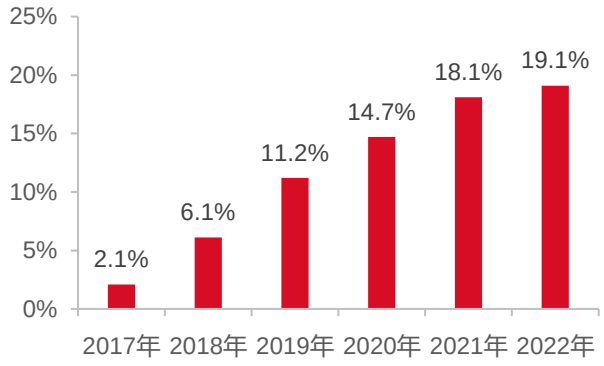
线下这一比例则是由 13.4%增长至 24.3%。此外，嵌入式产品也是 22 年冰箱企业主推的方向之一，22 年线下自由嵌产品零售额规模占比已达 19.1%。据奥维线下调研，以 500-600L 冰箱为例，嵌入式产品较常规品均价高出 2744 元。市场份额方面，据 GFK 中怡康数据，22 年海尔冰箱品牌份额涨至 43.9%，超过第二名至第六名份额总和；尤其在 8000 元以上价位段份额高达 50.6%。海尔实现突破的原因之一，在于把握了大容量这一关键市场，该品牌在多开门冰箱 551-600 升、601-650 升、650 升以上份额分别为 57.9%、62.8%、81.8%。此外，针对消费者的使用痛点，海尔进行了多项创新，如：底置恒温保鲜科技，可以为用户带来冻肉存放 30 天不流血水、口感鲜嫩的新体验；阻氧干湿分储科技，能够显著延长食材保鲜期限；EPP 全空间超净系统，实现除菌、除味、防霉、祛农残、抗病毒多重功效等。

图5 大容积冰箱零售额占比（%）



资料来源：奥维云网，东海证券研究所

图6 线下自由嵌入式冰箱零售额占比（%）



资料来源：奥维云网，东海证券研究所

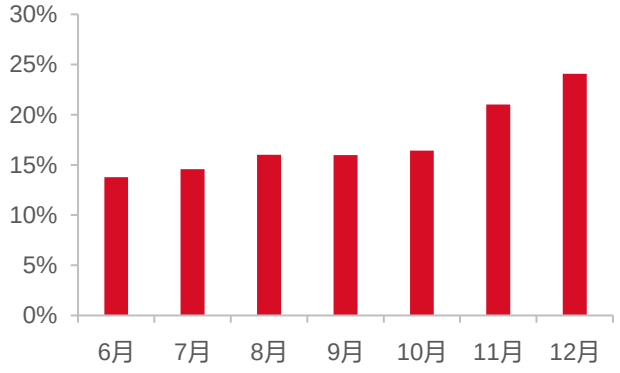
厨电：龙头推动数字化升级，新品类有望构建第二增长曲线。老板电器 22 年发布全新数字厨电产品线品牌 ROKI 及“创造者 i1”新品 6 件套（洗碗机、全自动蒸烤炸一体机、自动巡航智能灶、超薄全自动油烟机、明火自动翻炒锅、ROKI 先生 AI 烹饪音响）。降低烹饪门槛是厨电企业的一致愿景，以往市面上的自动烹饪机主要为炒菜机器人、料理机等产品，基本为非明火烹饪，而老板电器主打的明火自动翻炒锅则更接近中国家庭主流的烹饪方式。借助数字厨电控制系统，“创造者 i1”厨电套装在烹饪前，可以根据食材、营养搭配以及专属口味推荐菜谱；在烹饪中，可控制油烟、温度与火候，并记录烹饪曲线；在烹饪结束后，可以帮助用户自动洗净并消毒餐具。新品类方面，老板电器主打的大容量嵌入式洗碗机取得市场突破，份额提升明显。据公开披露，公司 22 年洗碗机实现约 25 万台的发货量，2023 年目标发货量为增长 60%达到 40 万台。

图7 老板电器 ROKI 数字厨电



资料来源：老板电器官网，东海证券研究所

图8 老板品牌洗碗机 2022 年线下监测销售额占比（%）



资料来源：奥维云网，通联数据，东海证券研究所

智能化为家电市场带来新机遇。数字化时代不仅能实现单一家电的语音交互、APP 互联，还能打造全屋智能的人工管家。IDC 根据前期数据预测，2022 年中国智能家居设备出货量将达到 2.2 亿台，同比持平微涨；2022 年中国全屋智能市场销售额将突破 100 亿元，在未来 5 年内复合增长率将达到 46.9%。据市场调研公司 Statista 数据，全球智能家居技术的使用普及率约 7.7%，美国普及率为 15%，而中国普及率则不足 2%。早期全屋智能普及受限的原因主要在于底层互联协议不兼容。当前，全屋智能市场的参与者主要为三大类：消费电子企业，如小米、华为等；家电企业，如美的、海尔等；全屋智能方案商，如欧瑞博、涂鸦智能等。各类企业各有优势，很难说家电企业未来会在这个市场占多少份额，但更深层的逻辑是带动套系化销售和积累长期客群。基于 APP 沉淀的客群可以衍生更多的服务，如面向厨电用户的预制菜配送、面向清洁电器用户的耗材配送等。对于非集团化的家电品牌来说，未来机会可能主要是推出参与某种生态链的新款，或是专营单品的智能化。新品类的智能体验其实还有明显提升的空间，一方面是硬件传感器、控制模块的配置优化，更重要的是算法的优化，如扫地机的避障算法、投影的自动矫正算法等。基于多轮反馈达成的算法迭代能力是在智能家电市场上取得突破的重要竞争力。

格局展望：众多品牌逐鹿高端套系家电市场，但龙头具有明显落地优势。首先，从产能布局来说，龙头的先进产能可以使其保证品质，数字工厂保证生产效率；第二，品牌构建起生态合作，能够以口碑赢得消费者的信任；第三，龙头在数字互联技术研发上起步较早，更易于建立起完整的全屋管理体系。多品类的扩张往往通过收购实现，而协同效应能否达成则有赖于良好的管理架构。以海尔为例，经营战略从国际品牌到场景品牌再走向生态品牌，以人单合一的机制实现项目间的通力合作、灵活响应。一站式的解决方案是消费者明确的诉求，只有龙头具备企业间的号召力，能够实现销售场景的前置和跨界互联。2023 年，海尔场景品牌三翼鸟计划实现 3300 多家的智慧生活体验馆布局，生态收入有望快速增长。放眼海外，美国龙头 Whirpool 和韩国 LG 电子也是类似的战略。Whirpool 对 Yummly 的收购即是为了丰富厨电使用场景、助力厨电智能化，而旗下洗衣剂品牌的推出则是为了更好地完善旗舰洗衣机产品体验。LG 电子亦是凭借高端智能系列玺印实现欧美市场的突破。

2.上市公司业绩预告

三花智控预计 2022 年收入及业绩实现双增长

公司于 2023 年 1 月 15 日发布业绩预告，初步测算 2022 年全年营业收入为 1,922,497.18 万元–2,242,913.37 万元，比上年同期增长 20% -40%；归属于上市公司股东的净利润为 252,606.66 万元–303,127.99 万元，比上年同期增长 50% -80%。据公告，公司报告期内业绩预增的主要原因为：1、新能源汽车产业蓬勃发展，公司是全球新能源车热管理的领先企业，与世界各大优质车企合作，持续获得订单；2、公司是制冷空调电器零部件行业的龙头企业，在行业竞争格局变化过程中，全球化布局和产业龙头优势凸显；3、公司多产业协同和规模优势开始体现，毛利率指标同向提升。4、本年度归属于上市公司股东的非经常性损益共计约 3 亿元（所得税后）。

兆驰股份预计 2022 年业绩实现同比高增长

公司于 2023 年 1 月 15 日发布业绩预告，初步测算归属于上市公司股东的净利润为 95,000.00 万元–111,000.00 万元，比上年同期增长 185.28%-233.33%；扣除非经常性损益后的净利润为 76,110.80 万元–92,110.80 万元，比上年同期增长 818.07%-1,011.06%。公司公告中提到，报告期内，各业务板块均实现稳健发展。智慧显示板块，公司核心产品液晶电视 ODM 出货量位列行业前列。LED 全产业链板块，公司积极拓展 Mini/Micro LED 新型显示业务，进一步投资建设 Mini LED 芯片及 Mini LED 显示屏项目，完成了从芯到屏的垂直一体化布局。智慧家庭组网板块，公司聚焦通信领域和 IoT 领域，拓宽产品品类、开拓更多的应用场景，努力提升市场份额，为智慧生活提供一站式解决方案。

立达信预计 2022 年业绩实现同比高增长

公司于 2023 年 1 月 13 日发布业绩预告，初步测算，预计 2022 年度实现归属于母公司所有者的净利润 4.72 亿元至 5.32 亿元，同比增加 56.65%至 76.57%；预计 2022 年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润 4.94 亿元至 5.54 亿元，同比增加 135.88%至 164.53%。业绩预增的主要原因为：1、公司内、外销业务的营业收入及毛利额均有提升；2、公司外销产品以美元结算为主，受人民币兑美元汇率贬值影响，本期产生较大金额的汇兑收益，而上年同期为汇兑损失。

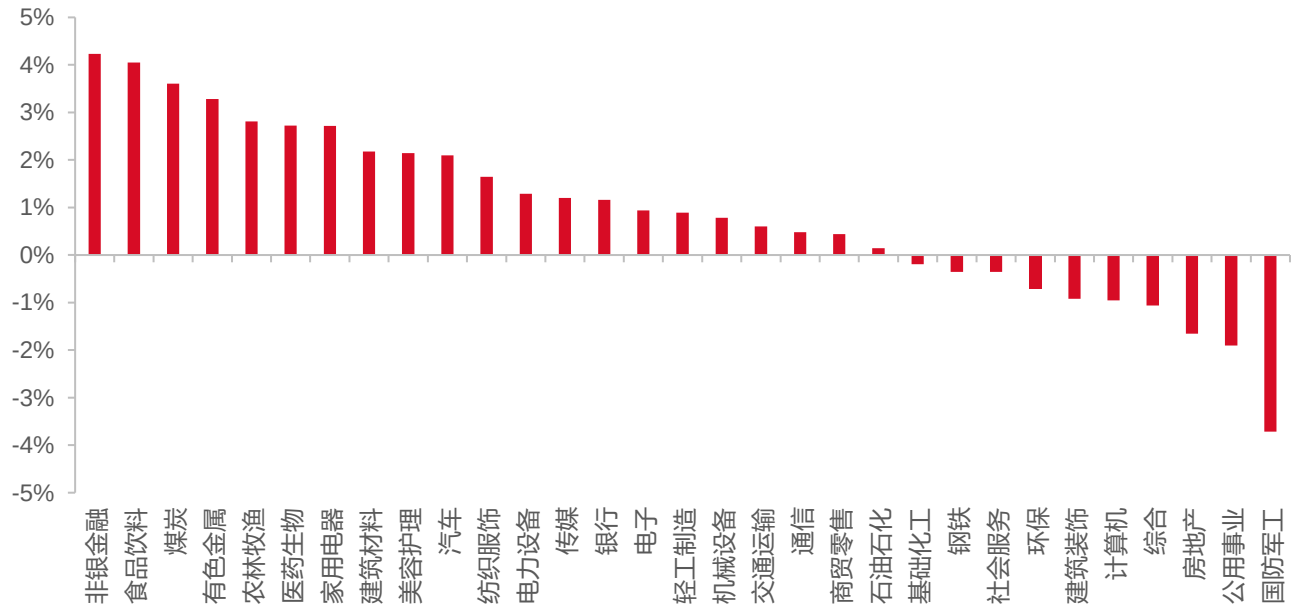
海信视像预计 2022 年业绩实现同比高增长

公司于 2023 年 1 月 11 日发布业绩预告，初步测算，预计 2022 年度实现归属于母公司所有者的净利润为 165,120 万元到 176,500 万元，同比增加 45.13%到 55.13%；预计 2022 年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润为 136,266 万元到 144,942 万元，同比增加 71.20%到 82.10%。业绩预增的主要原因为：1、中国电视市场竞争格局优化，公司领先优势明显提升；2、显示技术迭代、场景创新，公司显示产品结构升级，盈利空间有效提升；3、多元化品牌升级、全球化营销升级，公司全球市场竞争力持续提升。

3.二级市场表现

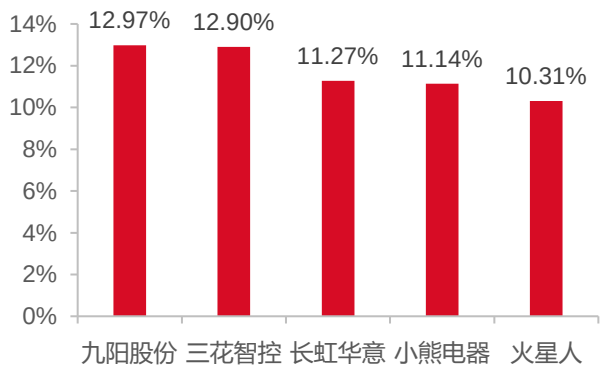
本周沪深 300 指数涨幅为 2.35%，家电板块涨幅为 2.72%，家电板块跑赢沪深 300 指数 0.37 个百分点，在 31 个申万一级行业中排名第 7。子板块中，家电零部件Ⅱ涨幅居前，上涨 1.90%，普遍上涨。本周涨幅前五的板块个股分别是九阳股份（12.97%）、三花智控（12.90%）、长虹华意（11.27%）、小熊电器（11.14%）、火星人（10.31%）。本周跌幅前五的板块个股分别是*ST 同洲（-16.61%）、小崧股份（-13.78%）、德业股份（-11.44%）、高斯贝尔（-6.78%）、顺威股份（-4.84%）。

图9 本周申万一级行业各板块涨跌幅（%）



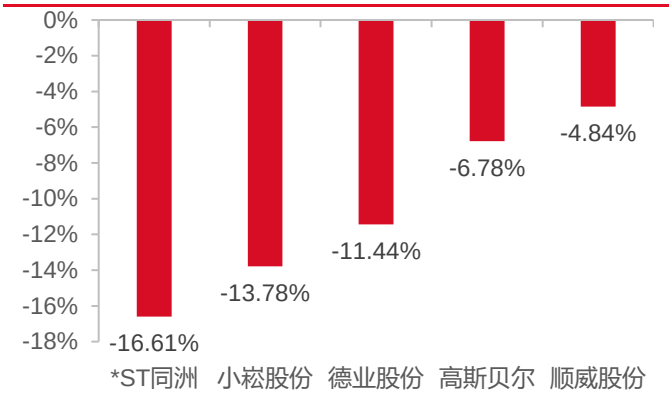
资料来源：同花顺，东海证券研究所

图10 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11 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

4.风险提示

（1）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。

（2）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。

（3）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 个月内沪深 300 指数上升幅度达到或超过 20%
	看平	未来 6 个月内沪深 300 指数波动幅度在-20%—20%之间
	看空	未来 6 个月内沪深 300 指数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沪深 300 指数达到或超过 10%
	标配	未来 6 个月内行业指数相对沪深 300 指数在-10%—10%之间
	低配	未来 6 个月内行业指数相对弱于沪深 300 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沪深 300 指数达到或超过 15%
	增持	未来 6 个月内股价相对强于沪深 300 指数在 5%—15%之间
	中性	未来 6 个月内股价相对沪深 300 指数在-5%—5%之间
	减持	未来 6 个月内股价相对弱于沪深 300 指数 5%—15%之间
	卖出	未来 6 个月内股价相对弱于沪深 300 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中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