

分析师：欧洋君
登记编码：S0730522100001
ouyj@ccnew.com 021-50586769

行业 2 月数据跟踪：内销显增，出口修复

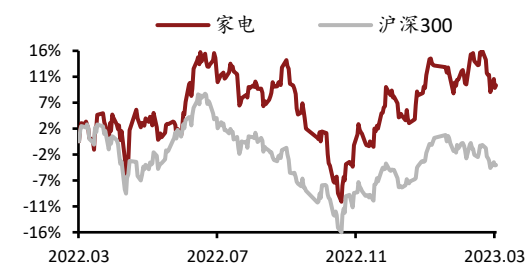
——家电行业跟踪报告

证券研究报告-行业分析报告

强于大市(维持)

家电相对沪深 300 指数表现

发布日期：2023 年 03 月 16 日



资料来源：中原证券

相关报告

《家电行业月报：政策护航消费复苏，家电行业景气回升》 2023-03-06

《家电行业月报：需求边际改善，行业回暖加速》 2023-02-15

《家电行业月报：内需潜力持续释放，家电消费回暖向好》 2023-01-30

联系人：马巍琦

电话：021-50586973

地址：上海浦东新区世纪大道 1788 号 16 楼

邮编：200122

投资要点：

● 行业内销：社消增速转正，2 月家电零售量价齐升

2023 年 1-2 月我国社会消费品零售总额为 77067 亿元，同比增长 3.5%，其中，除汽车外消费零售额同比增长 5.0%。从不同消费类型来看，2023 年 1-2 月商品零售额为 66796 亿元，同比增长 2.9%，为连续 5 个月以来首次低于餐饮消费增速（+9.2%）。其中，家电及音像器材类零售额 1277 亿元，同比下降 1.9%，但整体增速延续上升态势。从不同终端市场表现来看，2023 年 2 月我国家电双端市场整体“量价齐升”态势明显，线上/线下市场销售量同比增长 5.14%/15.54%，均价同比增长 14.69%/23.07%，增速水平较上月大幅提升。

● 行业出口：增速回升加快，洗衣机出口相对平稳

2023 年 1-2 月我国总出口规模 5063 亿美元（同比-6.8%），其中家电产品出口额 122.04 亿美元，同比下降 13.2%，增速仍弱于同期总出口水平，但整体保持上升态势。在主要出口大家电品类中，2023 年 1 月空调与冰箱出口量均同比大幅下滑，洗衣机出口表现相对较好，增速基本保持平稳，且较 2022 年 12 月小幅提升约 2pct。具体出口量与增长率分别为，空调：597.16 万台，同比-22.74%；冰箱：215.70 万台，同比-35.53%；洗衣机：243.27 万台，同比-1.73%。

● 关联房地产：板块持续修复，单月市场升温明显

各项增速均保持回升态势。2023 年 1-2 月，全国房地产开发投资 13669 亿元，同比下降 5.7%，其中住宅投资 10273 亿元，同比下降 4.6%；房地产开发企业到位资金 21331 亿元，同比下降 15.2%。2 月房地产开发景气指数 94.67，连续 3 个月提升。全国二手房市场 2 月延续升温，挂牌量与挂牌价指数进一步上扬。截止 2023 年 2 月 26 日分别为 43.36 和 187.68，环比 1 月末提升 106.1%和 0.8%。

● **投资建议：**建议关注受益于地产市场修复，海外需求逐渐改善的大家电龙头：美的集团（000333.SZ）、海尔智家（600690.SH）、格力电器（000651.SZ）、海信家电（000921.SZ）、老板电器（002508.SZ）；以及消费需求不断释放下，新兴与高景气品类头部标的：火星人（300894.SZ）、亿田智能（300911.SZ）、小熊电器（002959.SZ）、科沃斯（603486.SH）、极米科技（688696.SH）。

风险提示：市场需求不及预期；原材料价格与汇率持续波动；房地产市场增长慢于预期；行业竞争加剧风险。

内容目录

1. 行业内销：社消增速转正，2月家电零售量价齐升	3
2. 行业出口：增速回升加快，洗衣机出口相对平稳	5
3. 关联房地产：板块持续修复，单月市场升温明显	6
4. 行业政策与动态更新	8
5. 投资建议	10
6. 风险提示	10

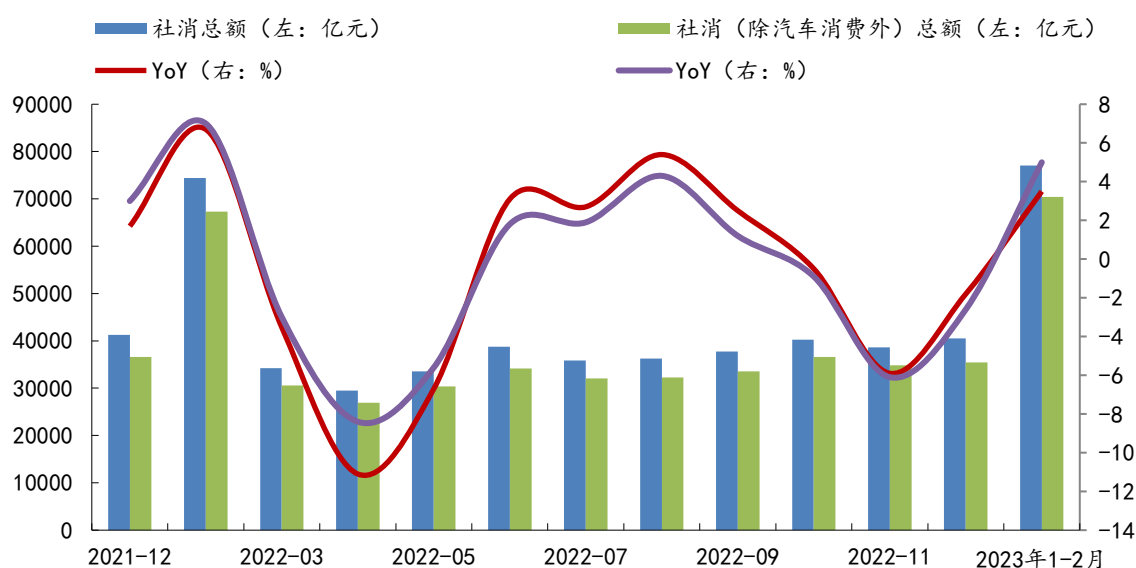
图表目录

图 1：中国社会消费品零售总额及同比增速	3
图 2：家用电器及音像器材类零售额及同比增速	3
图 3：家电全市场单月销售量增速（%）	4
图 4：家电全市场单月销售均价增速（%）	4
图 5：家电单月出口规模及同比增速	5
图 6：主要大家电单月出口规模及同比增速	5
图 7：国房景气指数	6
图 8：房地产开发投资与房企到位资金增速（%）	6
图 9：国内房屋竣工面积增速（%）	6
图 10：国内商品房销售面积与销售额增速（%）	7
图 11：全国城市二手房指数（周）	7
图 12：全国 70 大中城市新房与二手房价格指数环比（%）	8
图 13：各线 70 大中城市新房价格指数环比（%）	8
图 14：全国 30 大中城市商品房总成交面积（万平方米）	8
图 15：各线 30 大中城市商品房总成交面积（万平方米）	8
表 1：2 月重点家电品类销售情况	4
表 2：推荐公司估值表	10

1. 行业内销：社消增速转正，2月家电零售量价齐升

随着疫情等因素影响的逐渐消退,同时在 2022 年末以来持续宽松及多方面的促消费政策支持下,全国消费市场得以显著恢复。根据国家统计局数据显示,2023 年 1-2 月我国社会消费品零售总额为 77067 亿元,同比增长 3.5%,其中,除汽车外消费零售额同比增长 5.0%。从地区结构来看,乡村消费额增速继续高于同期城镇水平,分别为 4.5%和 3.4%。

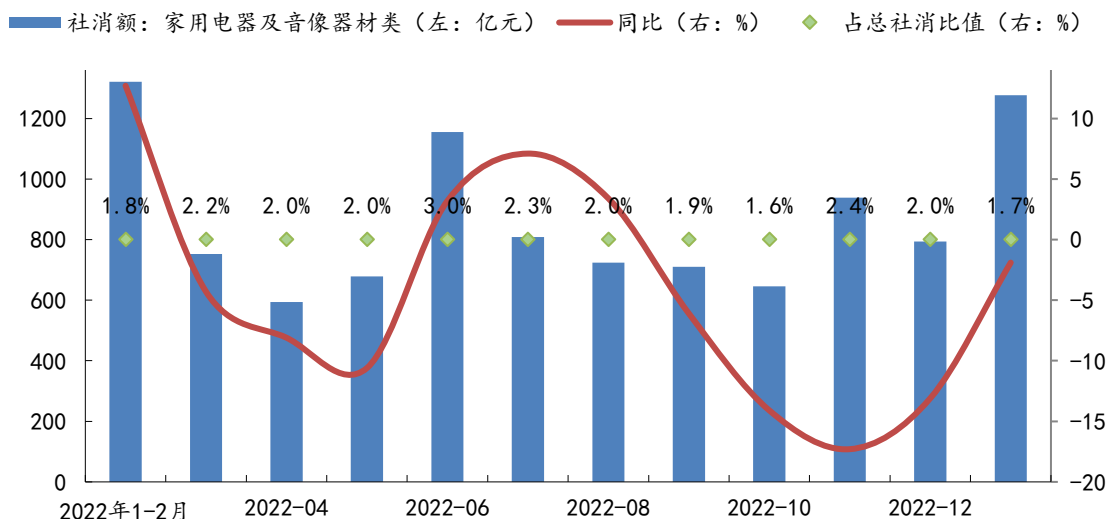
图 1：中国社会消费品零售总额及同比增速



资料来源：国家统计局，中原证券研究所

从不同消费类型来看,2023 年 1-2 月商品零售额为 66796 亿元,同比增长 2.9%,为连续 5 个月以来首次低于餐饮消费增速(+9.2%)。其中,家电及音像器材类零售额 1277 亿元,同比下降 1.9%,但整体增速延续上升态势。

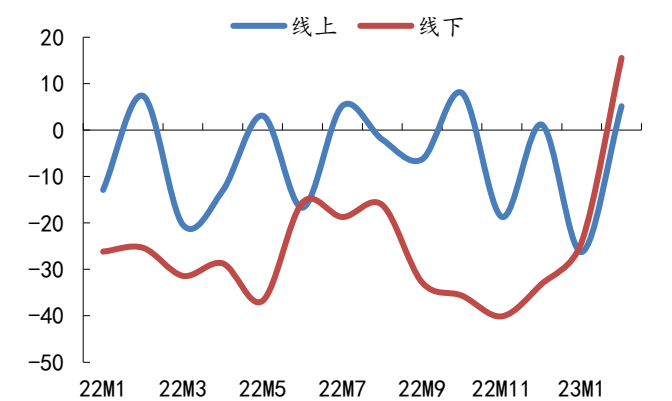
图 2：家用电器及音像器材类零售额及同比增速



资料来源：国家统计局，中原证券研究所

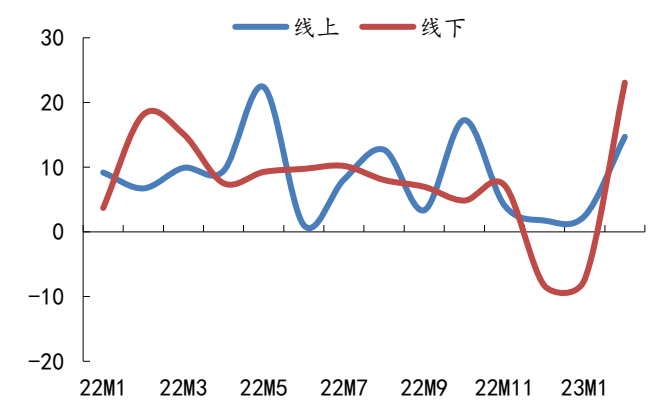
从不同终端市场表现来看，2023年2月我国家电双端市场整体“量价齐升”态势明显，线上/线下市场销售量同比增长5.14%/15.54%，均价同比增长14.69%/23.07%，增速水平较上月大幅提升。

图3：家电全市场单月销售量增速（%）



资料来源：奥维云网，中原证券研究所

图4：家电全市场单月销售均价增速（%）



资料来源：奥维云网，中原证券研究所

从重点细分品类销售来看，大家电中空调与冰洗类产品出货量同比高增，其中空调双端销量同比均增长50%以上，干衣机线下销量同比增长近70%，且均价同比涨幅超过500元/台；厨电各品类销量亦大幅增长，其中线下市场集成灶销量同比增长72.7%，洗碗机销量同比提升近1倍；小家电与消费类电器表现相对较弱，但洗地机仍保持较高增速水平，其线上与线下销量分别同比增长约60%和30%。

表1：2月重点家电品类销售情况

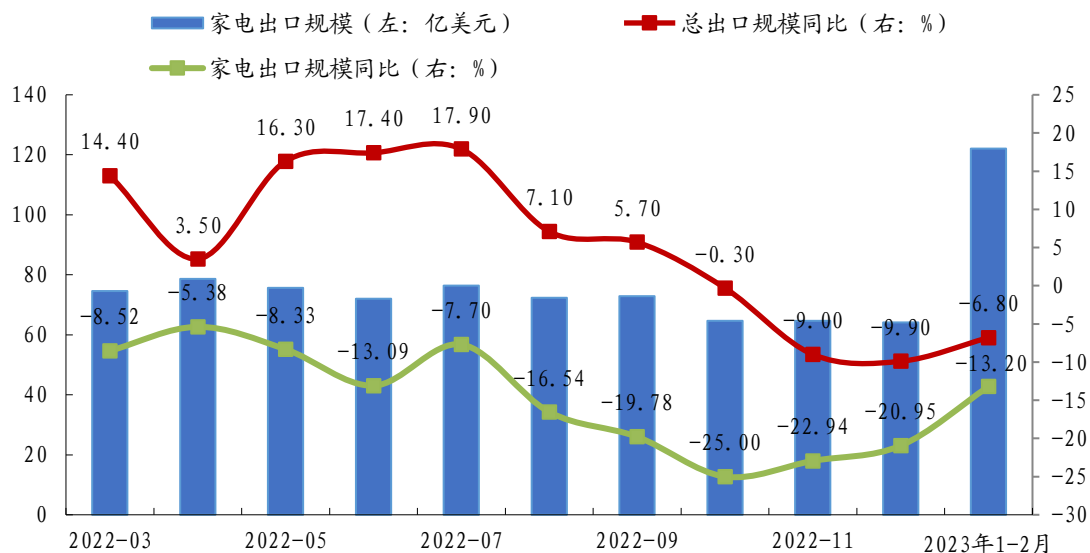
品类	线上市场			线下市场		
	销量同比 (%)	均价 (元)	均价同比 (元/台)	销量同比 (%)	均价 (元)	均价同比 (元/台)
彩电	5.34	2237	+24	3.92	5321	+361
空调	50.15	3247	-148	51.93	4238	+283
冰箱	21.26	2240	+245	27.19	6243	+1033
冰柜	40.73	1057	-63	8.84	1705	+84
洗衣机	8.8	1516	+41	15.74	4047	+519
洗干套装/干衣机	48.71	8414	-652	69.06	8682	+553
油烟机	32.5	1501	+54	52.2	3985	+415
燃气灶	21.57	737	+24	24.98	1925	+209
集成灶	32.07	7401	-690	72.71	9835	-167
洗碗机	13.01	4172	585	97.59	7306	+234
养生壶	18.86	127	-2	-10.65	242	+8
空气炸锅	-17.71	256	-40	-2.39	432	+36
扫地机器人	-4.53	2932	+36	34.63	4228	+107
吸尘器	-8.79	682	-103	-17.37	3088	+550
洗地机	61.95	2687	-399	29.15	3503	+93

资料来源：奥维云网，中原证券研究所

2. 行业出口：增速回升加快，洗衣机出口相对平稳

根据国家海关总署公布数据显示,2023年1-2月我国总出口规模5063亿美元(同比-6.8%),其中家电产品出口额122.04亿美元,同比下降13.2%,增速仍弱于同期总出口水平,但整体保持上升态势。

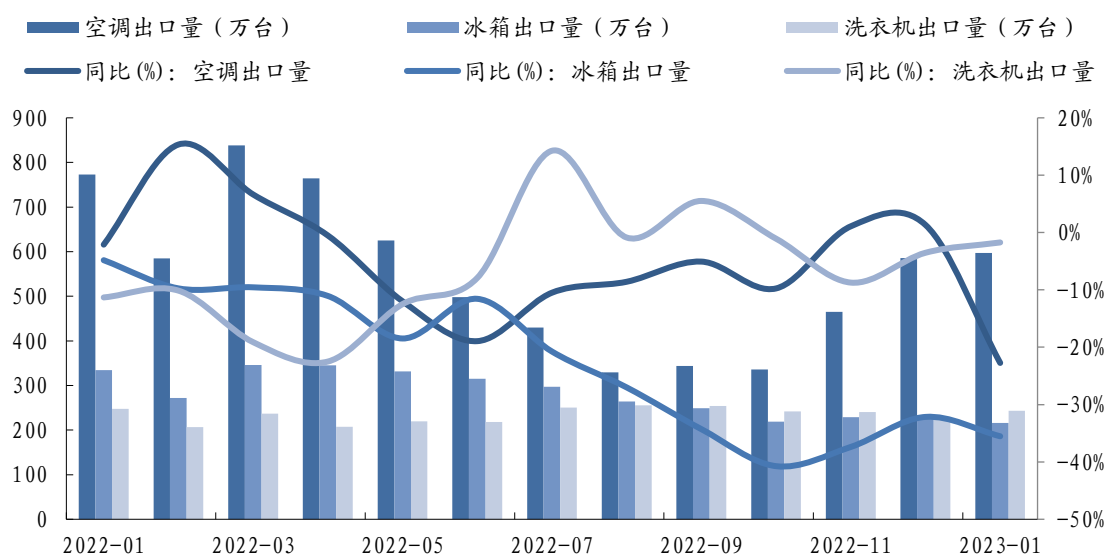
图 5：家电单月出口规模及同比增速



资料来源：海关总署，中原证券研究所

在主要出口大家电品类中，2023年1月空调与冰箱出口量均同比大幅下滑，洗衣机出口表现相对较好，增速基本保持平稳，且较2022年12月小幅提升约2pct。具体出口量与增长率分别为，空调：597.16万台，同比-22.74%；冰箱：215.70万台，同比-35.53%；洗衣机：243.27万台，同比-1.73%。

图 6：主要大家电单月出口规模及同比增速

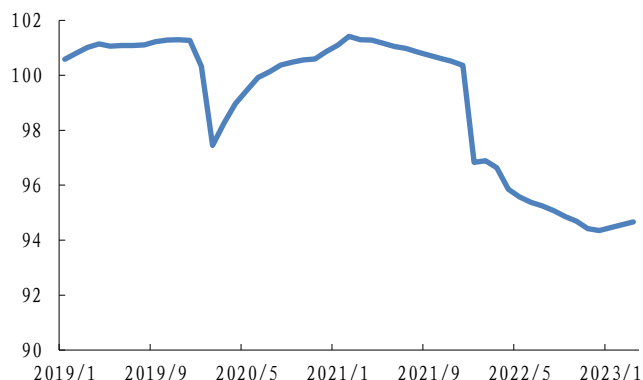


资料来源：通联数据，产业在线，中原证券研究所

3. 关联房地产：板块持续修复，单月市场升温明显

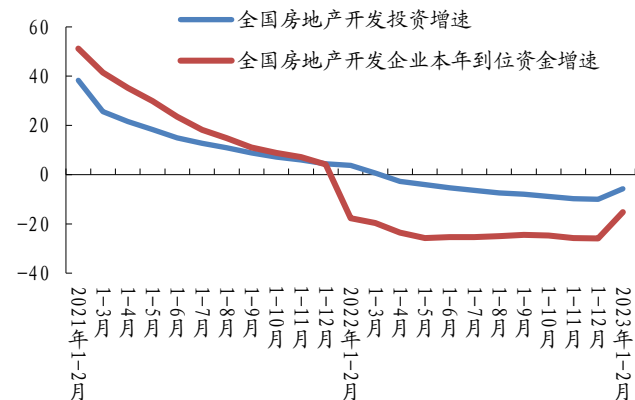
各项增速均保持回升态势。根据国家统计局公布的数据显示，2023年1-2月，全国房地产开发投资13669亿元，同比下降5.7%，其中住宅投资10273亿元，同比下降4.6%；房地产开发企业到位资金21331亿元，同比下降15.2%。2月房地产开发景气指数94.67，连续3个月提升。

图7：国房景气指数



资料来源：国家统计局，中原证券研究所

图8：房地产开发投资与房企到位资金增速（%）

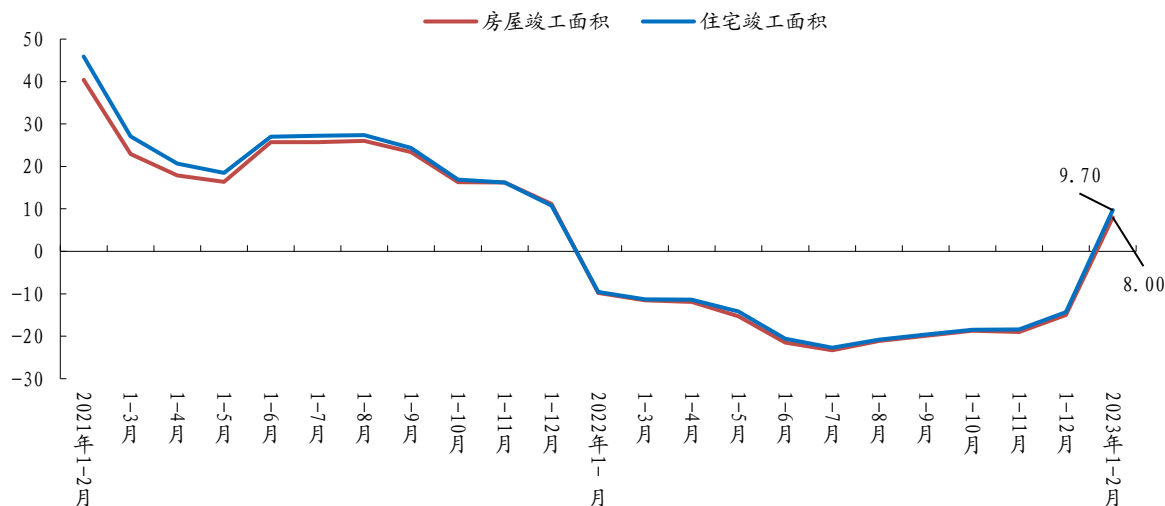


资料来源：国家统计局，中原证券研究所

2023年1-2月，房地产开发企业房屋施工面积750240万平方米，同比下降4.4%，其中住宅施工面积527695万平方米，同比下降4.7%；房屋新开工面积13567万平方米，同比下降9.4%，其中住宅新开工面积9891万平方米，同比下降8.7%；房屋竣工面积13178万平方米，同比增长8.0%，其中住宅竣工面积9782万平方米，同比增长9.7%。

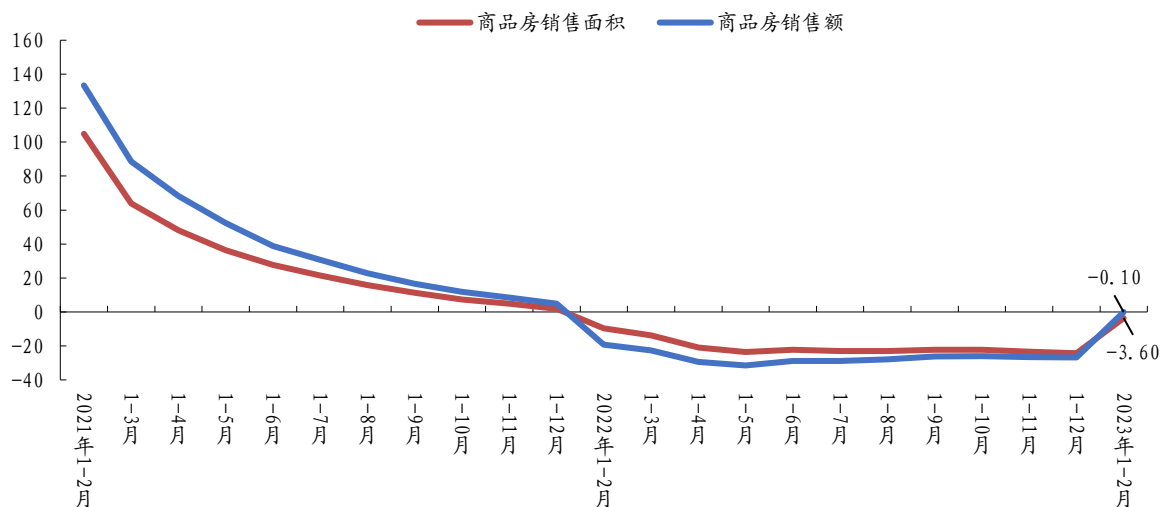
2023年1-2月，国内商品房销售总面积15133万平方米，同比下降3.6%，其中住宅销售面积同比下降0.6%。国内商品房销售总额15449亿元，同比下降0.1%；其中住宅销售额13387亿元，同比增长3.5%。

图9：国内房屋竣工面积增速（%）



资料来源：国家统计局，中原证券研究所

图 10：国内商品房销售面积与销售额增速（%）



资料来源：国家统计局，中原证券研究所

全国二手房市场 2 月延续升温，挂牌量与挂牌价指数进一步上扬。截止 2023 年 2 月 26 日分别为 43.36 和 187.68，环比 1 月末提升 106.1%和 0.8%。

图 11：全国城市二手房指数（周）

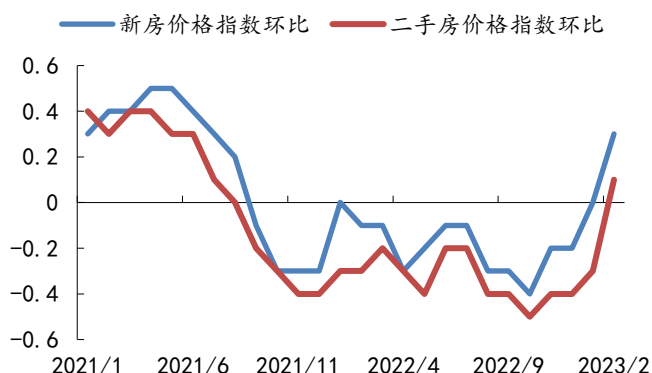


资料来源：链家二手房，通联数据，中原证券研究所

从商品房销售价格来看，2023 年 2 月全国 70 大中城市新建商品住宅与二手房销售价格环比 1 月均明显提升。其中，4 个一线城市二手房出售价格环比涨幅高于新房成交水平，分别为 0.7%和 0.2%；31 个二线与 35 个三线城市中，新房销售价格均环比进一步增长，二手房销售价格增长相对较弱，但环比增速仍保持提升。

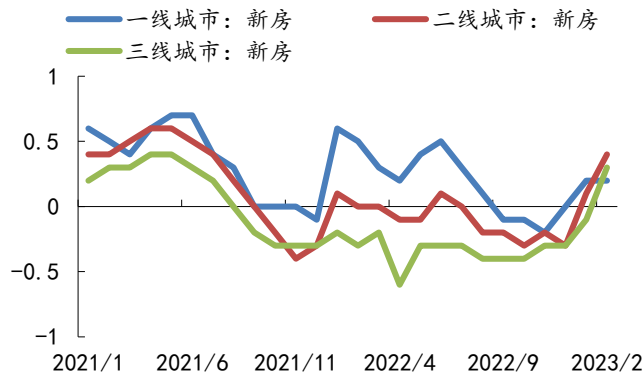
同时，2 月全国 30 大中城市商品房成交面积整体持续提升，其中一、二线城市成交面积环比涨幅显著。截止 2023 年 2 月 28 日，全国 30 大中城市商品房成交面积相较 1 月末情况：一线城市增长 94.4%，二线城市增长 138.9%，三线城市增长 60.7%。

图 12: 全国 70 大中城市新房与二手房价格指数环比(%)



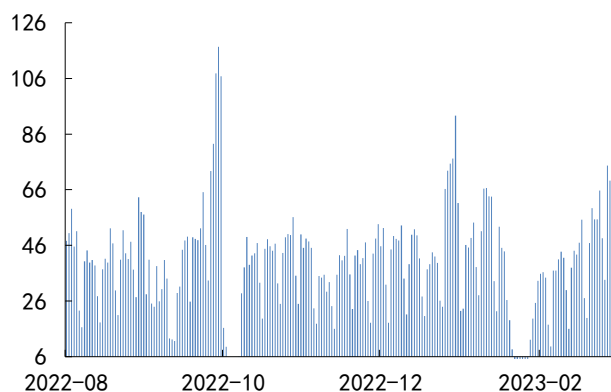
资料来源：国家统计局，中原证券研究所

图 13: 各线 70 大中城市新房价格指数环比 (%)



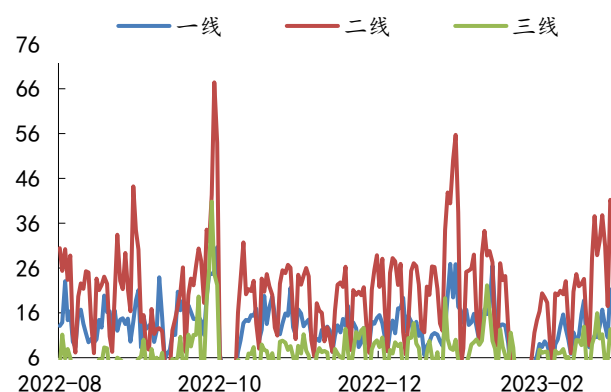
资料来源：国家统计局，中原证券研究所

图 14: 全国 30 大中城市商品房总成交面积(万平方米)



资料来源：通联数据，中原证券研究所

图 15: 各线 30 大中城市商品房总成交面积(万平方米)



资料来源：通联数据，中原证券研究所

4. 行业政策与动态更新

【住建部：房地产企稳回升 2023 将在三方面下功夫】在 3 月 7 日第十四届全国人大一次会议第二场“部长通道”上，住房和城乡建设部部长倪虹表示，对房地产市场企稳回升充满信心。并强调，“我们期待的企稳回升，第一，是牢牢坚持‘房子是用来住的，不是用来炒的’定位的企稳回升；第二，是大力支持刚性和改善性住房需求的企稳回升；第三，是防止市场大起大落的企稳回升；第四是促进行业高质量发展的企稳回升。”（证券日报）

【拼多多跨境电商业务将正式登陆澳洲】拼多多出海又有新进展。据最新消息，拼多多跨境电商业务将于 3 月 13 日正式进入澳大利亚、新西兰，持续推动中国制造业直连澳洲以及全球市场。去年 9 月，拼多多正式在北美地区上线跨境电商平台 TEMU。自上线至今，TEMU 已经实现对国内制造业品类的全覆盖，先后推动服装、数码、家电、箱包、户外、配饰、玩具、文具等上万家制造业企业成功出海。目前，TEMU 平台上的女装、小家电等热销产品已经实现单品日销 10000 件，单店日销超过 3 万单。（济南时报）

【全国人大代表、格力电器董事长董明珠：建立超期服役家电的淘汰机制】全国人大代表、

格力电器董事长董明珠今年参会带来了 7 份建议案。其中《建立超期服役家电的淘汰机制，促进企业持续创新投入，保障消费者生命财产安全》和《规范二手家电流通市场》建议案聚焦于家电行业。董明珠建议，以家用空调为试点，由工信部出台安全使用年限的标示制度，由市场监管总局制定安全使用年限国家标准；厂家应明确告知消费者安全使用年限的具体截止时间，方便指引消费者及时更换老旧家电产品；超过安全使用年限的产品，如发生维修问题，厂家可以通过暂停售后服务等方式引导消费者更换产品；持续推动废旧家电回收处理体系建设，规范废旧家电交易，严禁超期服役的废旧家电进入二手市场和农村市场。（产业在线）

【电视面板价格全线调涨 业内看好新一轮涨价周期】据半导体显示产业咨询顾问机构 CINNO Research 统计，在面板厂 1 月份低稼动率下 2 月面板价格终于迎来全面小幅回弹迹象预计 2 月各主要尺寸的 LCD TV 面板价格全面小幅上涨，面板厂迎来短暂的价格与稼动率双双回升的有利局面。（金融界）

【长虹首批搭载自研 MCU 芯片变频空调下线】据 3 月 3 日，首批搭载长虹自主研发 MCU 芯片的变频空调在中国（绵阳）科技城下线，这也是继去年 12 月，搭载长虹 MCU 芯片冰箱整机下线后又一品类装机应用。（中国经济新闻网）

【短期铜价预计上行】中国 2 月制造业 PMI52.6%（前值 50.1%）；非制造业 PMI56.3%（前值 54.4%），PMI 超预期的上升指向近期经济修复速度较快，基本面拐点再次确认。国内铜冶炼厂 3 月即将进入检修期，产量释放受限，但加工和下游企业逐步恢复生产，供求有望错位。总体而言，国内政策端、经济端的积极信号正在变多，短期铜价预计上行，压力区间 【71500，73000】。（制冷快报）

【京东家电与海尔达成战略合作：全年预计上新百余款家电产品】近日，京东家电与海尔在线下举行了 2023 年战略合作签约仪式，基于目前的家电消费市场现状，双方敲定了有关 3 月京东家电超级新品季的首波合作细项。届时，双方将携手为消费者带来海量新品，激活家电市场的新活力。除了带给用户更好更新的家电产品，京东家电也将携手海尔带给用户更好的服务和更实在的优惠。其中包括“新品首发 12 期免息”、“以旧换新立减 10%起”、“30 天价保”、“新品安装辅材费用减免”等为新品首发保驾护航的服务政策，以及海尔为京东用户定制的家电新品专享价格福利，确保用户在京东平台享受到最实在的“尝鲜价”。除此之外，2023 年全年海尔将在京东上线 300 多款家电新品，其中还包含冰箱、洗衣机、空调等八大品类的核心爆品 150 多个，预计销售目标占海尔全年销售额的 18%。（江西网络广播电视台）

【2023 年 1 月美国中央空调和空气源热泵出货量同比下降】美国空调、供热及制冷工业协会发布最新数据，2023 年 1 月，美国中央空调和空气源热泵的出货量为 609156 台，比 2022 年 1 月的 757278 台下降 19.6%。美国空调的出货量从 2022 年 1 月的 431835 台下降了 24.2%，至 327455 台。美国空气源热泵的出货量从 2022 年 1 月的 325443 台下降了 13.4%，至 281701 台。（制冷快报）

5. 投资建议

建议关注受益于地产市场修复，海外需求逐渐改善的大家电龙头：美的集团（000333.SZ）、海尔智家（600690.SH）、格力电器（000651.SZ）、海信家电（000921.SZ）、老板电器（002508.SZ）；以及消费需求不断释放下，新兴与高景气品类头部标的：火星人（300894.SZ）、亿田智能（300911.SZ）、小熊电器（002959.SZ）、科沃斯（603486.SH）、极米科技（688696.SH）。

表 2：推荐公司估值表

公司简称	总股本 (亿股)	收盘价 (元, 3 月 15 日)	EPS		PE		PB	投资评级
			2022E	2023E	2022E	2023E		
美的集团	69.97	50.46	4.32	4.79	11.69	10.53	2.54	增持
海尔智家	94.47	23.70	1.62	1.87	14.64	12.68	2.44	买入
格力电器	56.31	37.45	4.61	5.06	8.13	7.40	2.34	买入
海信家电	13.63	19.69	0.97	1.20	20.28	16.46	2.40	增持
老板电器	9.49	28.11	1.95	2.23	14.42	12.60	2.84	买入
火星人	4.05	29.96	0.83	1.08	36.20	27.67	8.35	增持
亿田智能	1.07	45.71	2.16	2.68	21.12	17.09	3.85	增持
小熊电器	1.56	66.78	2.93	3.40	22.80	19.63	4.59	买入
科沃斯	5.72	83.42	3.01	3.65	27.68	22.84	8.33	买入
极米科技	0.70	182.21	8.87	10.90	20.55	16.72	4.04	增持

资料来源：Wind 一致预期（以 2023 年 3 月 15 日为基准），中原证券

6. 风险提示

- （1）市场需求不及预期；
- （2）原材料价格与汇率持续波动；
- （3）房地产市场增长慢于预期；
- （4）行业竞争加剧风险。

行业投资评级

强于大市：未来 6 个月内行业指数相对大盘涨幅 10% 以上；

同步大市：未来 6 个月内行业指数相对大盘涨幅-10%至 10%之间；

弱于大市：未来 6 个月内行业指数相对大盘跌幅 10% 以上。

公司投资评级

买入：未来 6 个月内公司相对大盘涨幅 15% 以上；

增持：未来 6 个月内公司相对大盘涨幅 5% 至 15%；

观望：未来 6 个月内公司相对大盘涨幅-5%至 5%；

卖出：未来 6 个月内公司相对大盘跌幅 5% 以上。

证券分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券分析师执业资格，本人任职符合监管机构相关合规要求。本人基于认真审慎的职业态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑，独立、客观的制作本报告。本报告准确的反映了本人的研究观点，本人对报告内容和观点负责，保证报告信息来源合法合规。

重要声明

中原证券股份有限公司具备证券投资咨询业务资格。本报告由中原证券股份有限公司（以下简称“本公司”）制作并仅向本公司客户发布，本公司不会因任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告中的信息均来源于已公开的资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证，也不保证所含的信息不会发生任何变更。本报告中的推测、预测、评估、建议均为报告发布日的判断，本报告中的证券或投资标的的价格、价值及投资带来的收益可能会波动，过往的业绩表现也不应当作为未来证券或投资标的表现的依据和担保。报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或征价。本报告所含观点和建议并未考虑投资者的具体投资目标、财务状况以及特殊需求，任何时候不应视为对特定投资者关于特定证券或投资标的的推荐。

本报告具有专业性，仅供专业投资者和合格投资者参考。根据《证券期货投资者适当性管理办法》相关规定，本报告作为资讯类服务属于低风险（R1）等级，普通投资者应在投资顾问指导下谨慎使用。

本报告版权归本公司所有，未经本公司书面授权，任何机构、个人不得刊载、转发本报告或本报告任何部分，不得以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。未经授权的刊载、转发，本公司不承担任何刊载、转发责任。获得本公司书面授权的刊载、转发、引用，须在本公司允许的范围内使用，并注明报告出处、发布人、发布日期，提示使用本报告的风险。

若本公司客户（以下简称“该客户”）向第三方发送本报告，则由该客户独自为其发送行为负责，提醒通过该种途径获得本报告的投资者注意，本公司不对通过该种途径获得本报告所引起的任何损失承担任何责任。

特别声明

在合法合规的前提下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问等各种服务。本公司资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告意见或者建议不一致的投资决策。投资者应当考虑到潜在的利益冲突，勿将本报告作为投资或者其他决定的唯一信赖依据。