

家用电器

奥维云网 1 月线上清洁电器数据简评：

龙头扫地机上新提速，洗地机均价延续下滑

行业事件：

奥维云网发布 1 月线上清洁电器数据：1 月传统电商清洁电器额/量分别同比+2.82%、+3.27%，其中扫地机额/量分别同比+4.60%、+1.47%，洗地机额/量分别同比+4.77%、+33.53%，推杆式吸尘器额/量分别同比-5.25%、-10.65%；分品牌来看，科沃斯额/量分别同比-18.64%、-17.17%，添可额/量分别同比-8.80%、+18.59%，石头额/量分别同比-13.00%、-14.08%，追觅额/量分别同比+53.05%、+59.72%，云鲸额/量分别同比+14.69%、+10.86%。

扫地机销额小幅增长，价格带有所分化

2023 年春节时间较为靠前，低基数基础上清洁电器传统电商销售实现小幅增长；具体看扫地机器人，其传统电商额、量同比均小幅增长，均价同比+3.1%至 3079 元，主要是由于 3-3.5K、4-4.5K 两个价格带的份额被 3.5-4K、5K+分流；分品牌看销额份额，追觅上年同期份额基数低、当期同比提升明显，美的扫地机新品 W20 环比大幅带动份额至 8.8%，科沃斯与石头同比有所波动，云鲸、小米同比基本持平，其他品牌无份额显著提升迹象。

洗地机销量延续高增，降价仍为主旋律

进入 2024 年洗地机降价节奏仍延续，1 月传统电商均价同比-21.5%至 2166 元，带动线上销量延续高增，各品牌均价同比均延续下滑，环比看添可基本持平于 2380 元，追觅小幅提升至 2539 元，其余主要品牌环比均下滑；分品牌看销额份额，美的、追觅、德尔玛同比提升，添可、石头同比下滑。自 2023 年 7 月添可洗地机开启新一轮降价以来，其份额环比较平稳，销额 TOP5 产品中有 4 款属添可，品牌底蕴深厚，行业后续格局变动有待观察。

龙头加快扫地机上新，洗地机或仍降价

一方面，2024 年各龙头或加快布局性价比全能型扫地机，科沃斯 T30 Pro 2 月已开启预售，与往年大促前集中推新明显不同，预售价 3699 元起，石头 P 系列迭代周期较此前 G 系列显著缩短，P10S 预售价 3299 元起；另一方面，我们认为产品功能创新仍有空间，石头 P10S Pro、追觅 X40 等新品均推出“拖布+边刷双机械臂”微创新，同时洗地机器人等新产品形态也有望引领行业风潮；此外我们认为洗地机竞争激烈，2024 年大概率延续降价。

投资建议

低基数基础上，1 月清洁电器传统电商额、量同比小幅增长，其中扫地机价格带分化，洗地机均价延续下行。分品牌看销额份额，科沃斯、石头小幅承压，追觅份额基数较低，同比表现较好。后续看，一方面我们认为性价比全能型扫地机仍是 2024 年兵家必争之地，围绕 3-4K 价格段竞争或越发白热化，另一方面我们认为高端产品功能迭代或仍有空间，此外洗地机均价或持续下行。维持行业“强于大市”评级，推荐石头科技，关注科沃斯。

风险提示：1、国内需求不及预期；2、海外需求低预期；3、原材料价格大幅上涨；4、汇率大幅波动。

投资建议：强于大市（维持）

上次建议：强于大市

相对大盘走势



作者

分析师：管泉森
 执业证书编号：S0590523100007
 邮箱：guanqs@glsc.com.cn
 分析师：孙珊
 执业证书编号：S0590523110003
 邮箱：sunshan@glsc.com.cn
 分析师：莫云皓
 执业证书编号：S0590523120001
 邮箱：moyh@glsc.com.cn

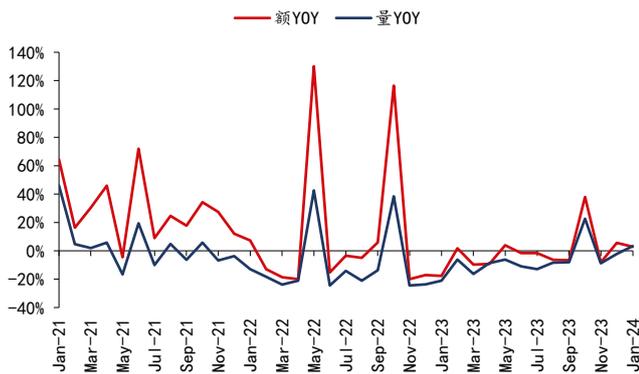
相关报告

1、《家用电器：洗地机器人是下一个扫地机升级方向吗？》2024.02.04
 2、《家用电器：从“制造出海”到“品牌出海”》2024.02.02

1. 2024年1月线上清洁电器零售表现

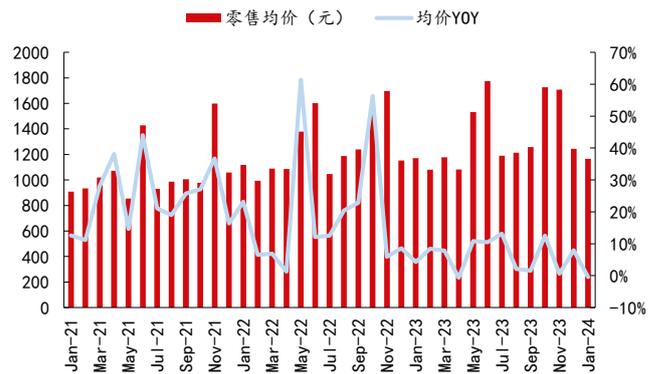
1月线上清洁电器额/量分别同比+2.82%、+3.27%。分品牌来看，科沃斯额/量分别同比-18.64%、-17.17%，添可额/量分别同比-8.80%、+18.59%，石头额/量分别同比-13.00%、-14.08%，追觅额/量分别同比+53.05%、+59.72%，云鲸额/量分别同比+14.69%、+10.86%。

图表1：清洁电器线上零售额/量同比



资料来源：奥维云网，国联证券研究所

图表2：清洁电器线上零售均价（元）及同比



资料来源：奥维云网，国联证券研究所

图表3：2024年1月清洁电器线上TOP10品牌零售表现

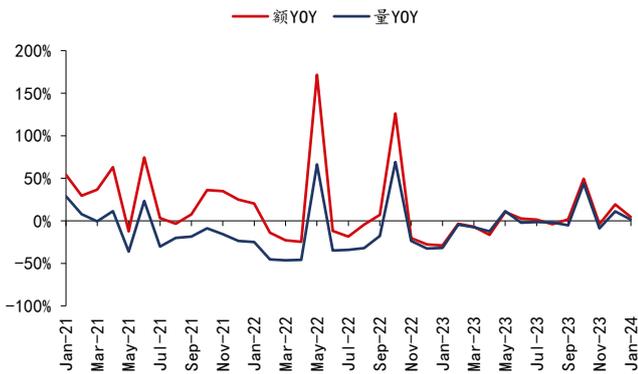
品牌名称	零售额 (万元)	额 YOY	零售量 (台)	量 YOY	零售均价 (元)	均价 YOY
添可	26420	-8.80%	111026	18.59%	2380	-23.09%
科沃斯	23140	-18.64%	72615	-17.17%	3187	-1.77%
追觅	21943	53.05%	75655	59.72%	2900	-4.18%
戴森	16564	0.40%	55087	-10.49%	3007	12.17%
美的	14501	105.70%	151084	9.93%	960	87.12%
石头	14133	-13.00%	39251	-14.08%	3601	1.26%
小米	12673	-12.77%	153549	-34.47%	825	33.10%
云鲸	9878	14.69%	25770	10.86%	3833	3.45%
苏泊尔	4380	-14.73%	117721	-25.07%	372	13.81%
海尔	4167	-6.20%	83568	21.44%	499	-22.76%

资料来源：奥维云网，国联证券研究所

2. 2024年1月线上扫地机器人零售表现

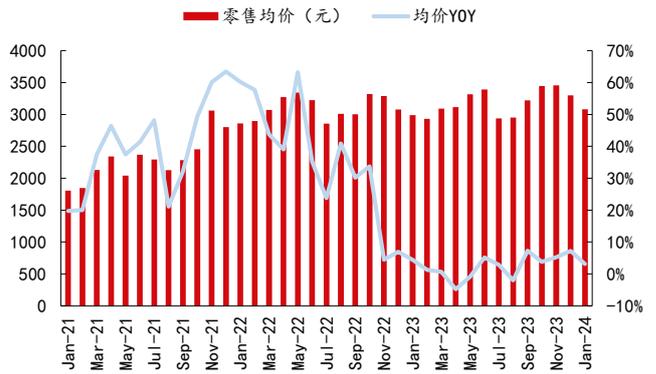
1月扫地机器人额/量分别同比+4.60%、+1.47%。扫地机器人分品牌来看，科沃斯额份额 26.88% (同比-10.55pct)，石头额份额 18.59% (同比-3.28pct)，追觅额份额 14.53% (同比+7.73pct)，云鲸额份额 14.12% (同比-0.28pct)，小米额份额 12.15% (同比-0.27pct)。

图表4：扫地机器人线上零售额/量同比



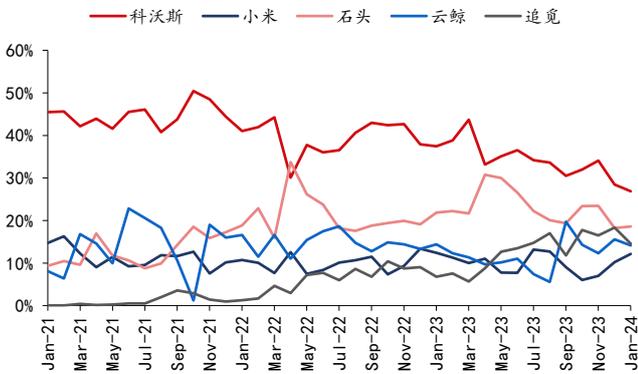
资料来源：奥维云网，国联证券研究所

图表5：扫地机器人线上零售均价（元）及同比



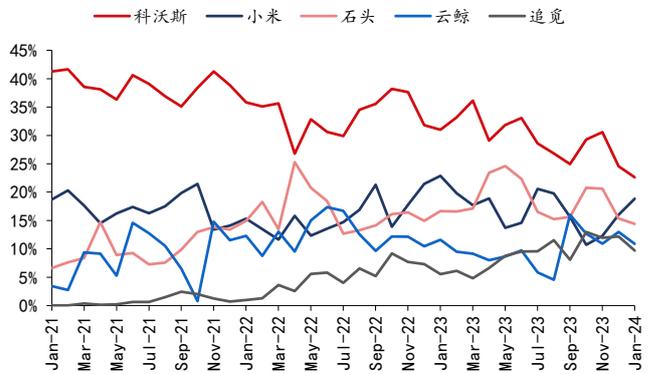
资料来源：奥维云网，国联证券研究所

图表6：扫地机器人线上分品牌零售额份额



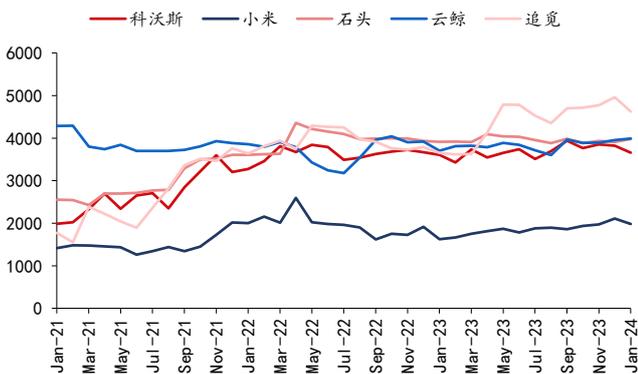
资料来源：奥维云网，国联证券研究所

图表7：扫地机器人线上分品牌零售量份额



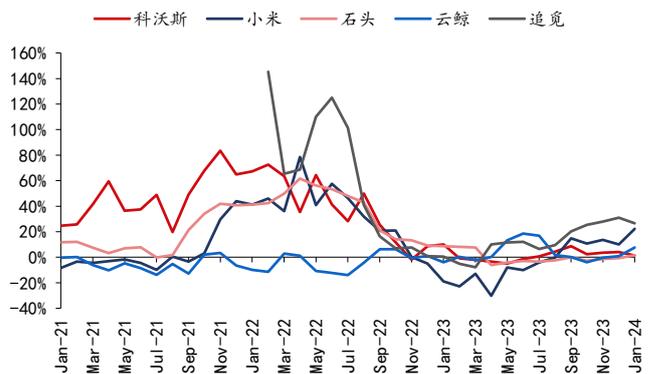
资料来源：奥维云网，国联证券研究所

图表8：扫地机器人线上分品牌均价（元）



资料来源：奥维云网，国联证券研究所

图表9：扫地机器人线上分品牌均价同比

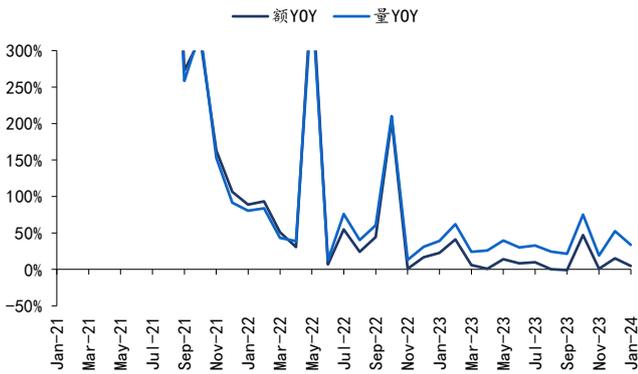


资料来源：奥维云网，国联证券研究所

3. 2024年1月线上洗地机零售表现

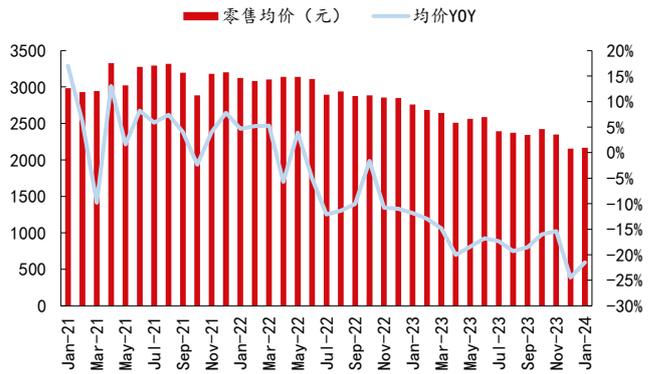
1月洗地机额/量分别同比+4.77%，+33.53%。洗地机分品牌来看，添可额份额44.46%（同比-6.59pct），追觅额份额18.59%（同比+2.70pct），美的额份额9.33%（同比+5.02pct），石头额份额4.17%（同比-1.28pct），德尔玛额份额3.76%（同比+2.00pct）。

图表10: 洗地机线上零售额/量同比



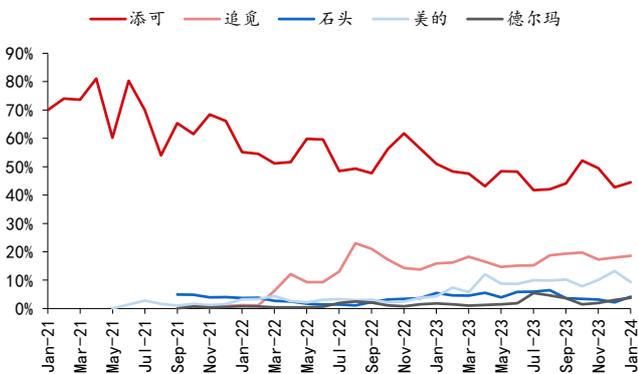
资料来源: 奥维云网, 国联证券研究所

图表11: 洗地机线上零售均价(元)及同比



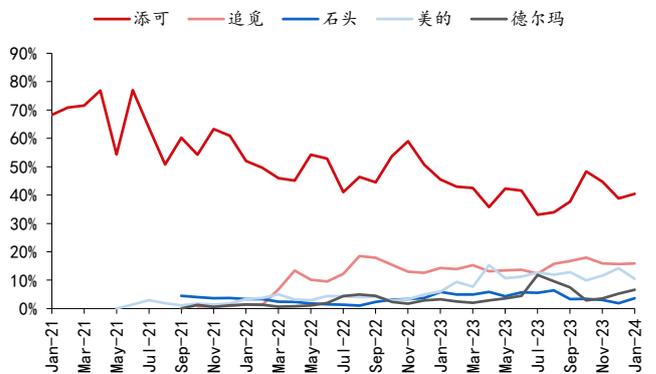
资料来源: 奥维云网, 国联证券研究所

图表12: 洗地机线上分品牌零售额份额



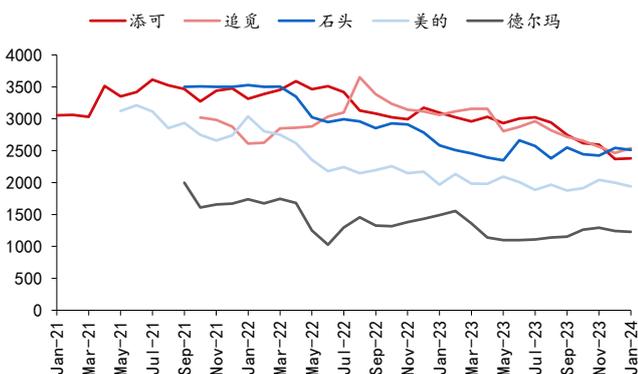
资料来源: 奥维云网, 国联证券研究所

图表13: 洗地机线上分品牌零售量份额



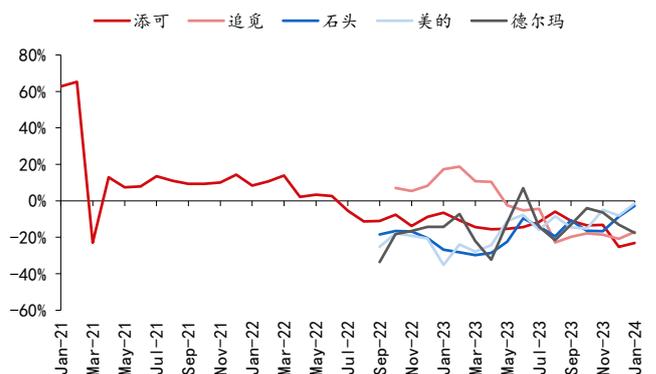
资料来源: 奥维云网, 国联证券研究所

图表14: 洗地机线上分品牌均价(元)



资料来源: 奥维云网, 国联证券研究所

图表15: 洗地机线上分品牌均价同比



资料来源: 奥维云网, 国联证券研究所

4. 风险提示

1、国内需求不及预期。我们预计接下来几个季度国内需求至少能够维持在 2023Q4 的水平，暂不做高景气预期，这一预测的重要前提条件是地产需求未再进一步大幅下滑，住宅销售至少能够保持在弱平稳区间，如上述假设受政策或宏观经济恢复节奏扰动，最终未能达成，存在国内需求不及预期的风险。

2、海外需求低预期。家电主要公司均有一定或较高比例的海外收入；当前预测建立在欧美后续需求至少维持在 2023 年下半年的水平，若进一步下滑，则有海外需求低预期的风险。

3、原材料价格大幅上涨。原材料占主要家电公司营业成本的比例在 80%以上，目前盈利预测建立在原材料价格总体平稳，至多能够容忍部分材料出现个位数同比涨幅，若超过这一水平，盈利能力可能会有不达预期甚至是下行的风险。

4、汇率大幅波动。2023 前三季度汇率贬值利好外销型公司出口竞争力及外币定价业务毛利率提升，家电公司外销业务普遍提速；Q4 以来汇率呈现高位企稳态势，但考虑 2022Q4 汇率整体处于相对高位，若后续海外经济放缓、中美利差收敛超预期演化，存在汇率升值压制出口的风险。

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。

评级说明

投资建议的评级标准		评级	说明
报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6到12个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的6到12个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以摩根士丹利中国指数为基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普500指数为基准；韩国市场以柯斯达克指数或韩国综合股价指数为基准。	股票评级	买入	相对同期相关证券市场代表指数涨幅20%以上
		增持	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于5%~20%之间
		持有	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于-10%~5%之间
		卖出	相对同期相关证券市场代表指数跌幅10%以上
	行业评级	强于大市	相对同期相关证券市场代表指数涨幅10%以上
		中性	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于-10%~10%之间
		弱于大市	相对同期相关证券市场代表指数跌幅10%以上

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属国联证券股份有限公司（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“国联证券”）。未经国联证券事先书面授权，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国联证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，国联证券不因收件人收到本报告而视其为国联证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但国联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，国联证券及/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，国联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。

国联证券的销售人员、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。国联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。国联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。

特别声明

在法律许可的情况下，国联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，投资者应当考虑到国联证券及/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。

版权声明

未经国联证券事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、转载、刊登和引用。否则由此造成的一切不良后果及法律责任有私自翻版、复制、转载、刊登和引用者承担。

联系我们

北京：北京市东城区安定门外大街208号中粮置地广场A塔4楼

无锡：江苏省无锡市金融一街8号国联金融大厦12楼

电话：0510-85187583

上海：上海浦东新区世纪大道1198号世纪汇一座37楼

深圳：广东省深圳市福田区益田路4068号卓越时代广场1期13楼