

家用电器

家电“618”成交数据跟踪——24W22 周度研究

周度研究聚焦：家电“618”成交数据跟踪

白电：格力空调优势扩大，卡萨帝增速领跑冰箱品类。

空调：格力延续品类龙头地位，优势进一步扩大。根据奥维云网数据显示（5/20-5/26），空调品类线上销额达到 26.6 亿元，同比+137%，占 23 年 618 期间比例为 11%。分品牌看，格力延续品类龙头地位，期间线上销额达 8 亿元，销额份额达到 29.94%，同比 23 年 618 第一周提升 0.77pct，销额份额赶超美的。

冰箱：卡萨帝高端线增长动力彰显，美的销额份额同比有所提升。根据奥维云网数据显示（5/20-5/26），冰箱品类线上销额达到 16.1 亿元，同比+300%，占 23 年 618 期间比例为 17%，均价同比提升 71%。分品牌看，1) 海尔系，海尔品牌期间线上销额达 5.2 亿元，销售份额达 32.28%，龙头地位夯实，销额份额同比略有下降；卡萨帝品牌期间线上销额达 1.0 亿元，同比+986%，高端线增长动力彰显。2) 美的冰箱线上销额 3.5 亿元，销额份额同比 23 年 618 第一周提升 3.47pct 至 21.56%，份额同比提升显著。3) 海信系，容声品牌冰箱线上销额 2.1 亿元，销额份额 12.92%。

洗衣机：海尔系与美的系龙头地位稳固。根据奥维云网数据显示（5/20-5/26），洗衣机品类线上销额占 23 年 618 期间的 16%。分品牌看，1) 海尔系，海尔品牌洗衣机线上销额达 2.8 亿元，份额提升 1.02pct 至 33.92%；卡萨帝品牌线上销额达 0.2 亿元；2) 美的系，小天鹅实现线上销额 2.4 亿元，销额份额 29.75%；美的实现线上销额 0.6 亿元，销额份额 6.73%。

清洁电器：石头扫地机龙头地位凸显，追觅同比增速表现亮眼

扫地机：根据奥维云网数据（5/20-5/26），扫地机品类销额占 23 年 618 期间的 37%，均价同比 46% 贡献主要增速。分品牌看，石头线上销额为 2.7 亿元，同比呈现 2220% 的增长，销额占 23 年 618 期间的 43%，成交水平居首位，销额份额占比同比有所提升，为+2.4pct；追觅线上销额 1.2 亿元，同比增长 2366%，市场份额同比 23 年 618 第一周增长 2.59pct 至 15.52%，表现亮眼。

洗地机：根据奥维云网数据（5/20-5/26），洗地机品类占 23 年 618 期间的 26%，均价微增 2%。分品牌看，添可线上销额 1.8 亿，销额份额同比略下降 6.94pct；追觅销额占 23 年 618 期间比例的 50%，销额份额同比 23 年 618 第一周增长 15.06pct 至 28.49%，表现较好。

标的推荐：1) 大家电：如【美的集团】/【海信家电】/【格力电器】/【海尔智家】；2) 小家电：如【石头科技】/【科沃斯】；3) 厨大电：如【华帝股份】/【老板电器】；4) 其他家电：如【欧普照明】（与电子团队联合覆盖）/【盾安环境】（与机械团队联合覆盖）/【公牛集团】等。

风险提示：房地产市场景气程度回落的风险；汇率、原材料价格波动风险；新品销售不及预期的风险。

证券研究报告

2024 年 06 月 11 日

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

zhaojiaoning@tfzq.com

行业走势图



资料来源：聚源数据

相关报告

- 《家用电器-行业研究周报:24Q1 外销景气度回升，家电出口持续跑赢大盘——24W21 周度研究》 2024-06-01
- 《家用电器-行业投资策略:红利为旗，出口为帆——家电行业 23A&24Q1 总结》 2024-05-25
- 《家用电器-行业研究周报:监管层推出楼市“去库存”组合拳，后周期家电需求有望提振——24W20 周度研究》 2024-05-21

1. 周度研究聚焦：家电“618”数据跟踪

主流电商渠道纷纷取消预售、精简规则，减少用户等待时间，提高用户购物体验。天猫淘宝以及京东均取消了“618”预售的活动机制。预售制最初是为了方便商家提前备货，减少物流压力，但存在发货时间冗长，消费者需要凑单计算最大折扣等问题。我们认为取消“预售”机制可以减少用户等待时间，提高用户购物体验，有利于促进更多用户参与“618”活动。

今年“618”的营销节奏更为前置。今年天猫“618”共有两波现货售卖期，第一波自5月20日晚8点开始，第二波自5月31日晚8点开始。京东“618”将在5月31日晚8点开启，直接用现货进行促销，随后进入专场期、高潮期和返场期。

表 1：2024 年 618 各平台玩法（以下信息截至 2024 年 5 月 15 日 15:00）

平台名称	京东	淘宝&天猫	拼多多	抖音	小红书
时间段	京东每年都把时间分得比较细，一共有5个阶段： 预热期——5月31日0:00-5月31日19:59 开门红——5月31日20:00-6月3日23:59 专场期——6月4日0:00-6月15日19:59 高潮期——6月15日20:00-6月18日23:59 返场期——6月19日0:00-6月20日23:59	作为淘系成员，淘宝&天猫今年活动同步，一共分成两大场次： 【年中开门红】 预热期——5月19日0:00-5月20日19:59 活动期——5月20日20:00-5月28日23:59 【618年中狂欢节】 预热期——5月29日0:00-5月31日19:59 活动期——5月31日20:00-6月20日23:59	5月23日20:00到6月20日23:59	5月24日0:00-6月18日23:59	5月19日0:00-6月18日23:59
满减信息	活动期间，每满300-50。	活动期间，有跨店每满300-50，也有官方立减15%（约等于1件85折），不用去凑单了！	活动期间，每满200-30。	活动期间，有官方立减15%优惠，以及平台一件直降优惠。官方立减和平台一件直降都可以与单品级优惠（限时限量购、大促活动价等）、店铺优惠（店铺满减、店铺优惠券等）、达人优惠（达人优惠券、达人红包等）、其他平台优惠（平台优惠券、平台红包等）等玩法的优惠进行叠加。	活动期间，跨店每满300-50，部分商品直接85折起。
玩法	1.5月31日20点开门红，会有百亿补贴大放送，买手机等电子产品超划算； 2.除了开门红，在特定的日期还会有主题活动，比如6月2日9块9包邮日、6月3日超级直播日、6月8日Plus会员日等； 3.服务方面，参加618大促主题活动的店铺，京东将为售出商品统一开通免费上门退换服务。	1.根据平台的报名规则，“年中开门红”商品标价必须小于等于“618年中狂欢节”标价，所以在两个活动期开始的时候，就是最便宜的时候，不要再等到最后一刻，看上了就第一时间下单，还能避开物流高峰； 2.活动期间每天可以领惊喜红包，还有类似往年的喵币盖楼瓜分红包活动； 3.淘宝88VIP会员会有大额券； 4.服务方面，价保延长到7月5日，买贵就赔！	1.APP内整点抢神券； 2.大促期间每天签到额外领券； 3.据消息称，还会发送价值300-500之间的官方大促优惠券； 4.还有9块9专场、超值大牌专场等玩法。		1.主会场领券：搜索“小红书618”进入活动页面，金额最高可达90元； 2.直播间领券：在所有卖货直播间，每天都能领到优惠券，最高可享100元券包； 3.新人专属价：搜索“小红书618”进入活动页面，点击活动页面的新人挂件，领取专属券后可进入新人专属会场，最低只要花费1元； 4.“你的心愿我买单”：搜索“618免单”，选择心愿礼物，完成每日任务，攒星星，点亮“我”、“买”、“单”三个进度条，即可0.1元购买该礼物； 5.服务方面，还有“买贵必赔”保障，买贵了赔付三倍差价，网购不再闹心！

资料来源：热点科技，天风证券研究所

由于24年“618”与23年“618”错期，因此本文数据均以24年“618”第一周与23年“618”第一周进行同比。由于天猫淘宝取消预售的因素，今年5/20-5/26第一周为平台直接成交数据，而去年“618”第一周则处于预售阶段，因此各品类在该阶段零售额均有较好增长。其中，洗干套装/洗碗机/扫地机器人线上销额分别同比+2273%/+968%/+1439%，增速领跑。

图 1：奥维云网品类端 618 线上零售数据跟踪（5/20-5/26）

品类端	零售额 (亿元)	零售额占23年618 (23W22-W25) 比例	零售额YoY (%)	零售量oY (%)	均价YoY (%)	
白/黑电	空调	26.6	11%	137%	146%	-4%
	冰箱	16.1	17%	300%	134%	71%
	洗衣机	8.2	16%	183%	96%	44%
	洗干套装	5.8	27%	2273%	2284%	0%
	彩电	10.5	15%	188%	64%	76%
厨卫电器	油烟机	4.1	21%	238%	111%	60%
	燃气灶	2.2	21%	221%	130%	40%
	洗碗机	2.8	23%	968%	916%	5%
	集成灶	2.0	20%	406%	264%	39%
小家电	养生壶	0.3	28%	58%	75%	-10%
	电压力锅	0.4	17%	56%	56%	0%
	电水壶	0.4	20%	46%	21%	21%
	电炖锅	0.2	29%	47%	51%	-2%
	电磁炉	0.2	16%	25%	29%	-3%
	电饭煲	1.1	17%	69%	17%	-44%
	空气炸锅	0.4	17%	40%	38%	1%
	豆浆机	0.3	26%	70%	63%	5%
环境电器	净化器	1.5	32%	539%	333%	48%
	净水器	2.9	21%	593%	374%	46%
	吸尘器	1.4	23%	273%	84%	102%
	扫地机器人	8.1	37%	1439%	953%	46%
	洗地机	3.8	26%	631%	618%	2%

资料来源：奥维云网，天风证券研究所

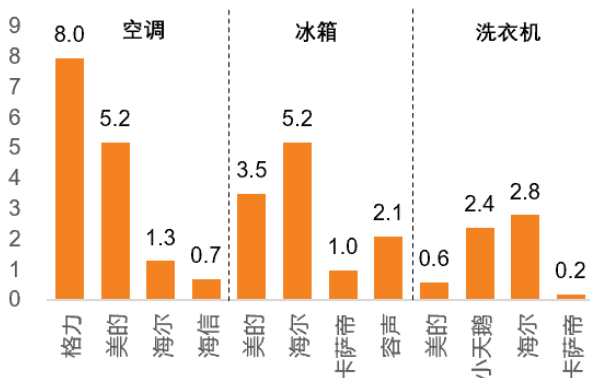
1.1. 白电：格力空调龙头地位稳固，卡萨帝增速领跑冰箱品类

空调：格力延续品类龙头地位，优势进一步扩大。根据奥维云网数据显示（5/20-5/26），空调品类线上销额达到 26.6 亿元，同比+137%，占 23 年 618 期间比例为 11%。分品牌看，格力延续品类龙头地位，期间线上销额达 8 亿元，销额份额达到 29.94%，同比 23 年 618 第一周提升 0.77pct，销额份额赶超美的。

冰箱：卡萨帝高端线增长动力彰显，美的销额份额同比有所提升。根据奥维云网数据显示（5/20-5/26），冰箱品类线上销额达到 16.1 亿元，同比+300%，占 23 年 618 期间比例为 17%，均价同比提升 71%。分品牌看，1）海尔系，海尔品牌期间线上销额达 5.2 亿元，销售份额达 32.28%，龙头地位夯实，销额份额同比略有下降；卡萨帝品牌期间线上销额达 1.0 亿元，同比+986%，高端线增长动力彰显。2）美的冰箱线上销额 3.5 亿元，销额份额同比 23 年 618 第一周提升 3.47pct 至 21.56%，份额同比提升显著。3）海信系，容声品牌冰箱线上销额 2.1 亿元，销额份额 12.92%。

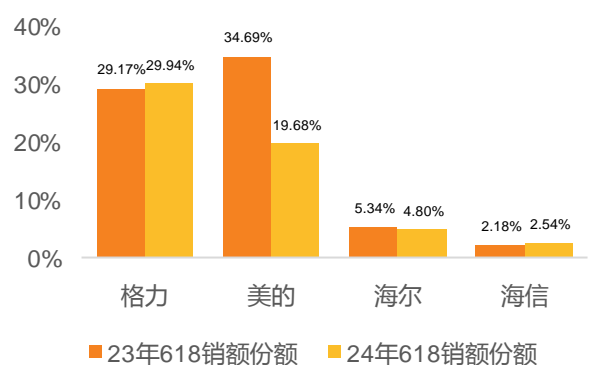
洗衣机：海尔系与美的系龙头地位稳固。根据奥维云网数据显示（5/20-5/26），洗衣机品类线上销额占 23 年 618 期间的 16%。分品牌看，1）海尔系，海尔品牌洗衣机线上销额达 2.8 亿元，份额提升 1.02pct 至 33.92%；卡萨帝品牌线上销额达 0.2 亿元；2）美的系，小天鹅实现线上销额 2.4 亿元，销额份额 29.75%；美的实现线上销额 0.6 亿元，销额份额 6.73%。

图 2：2024.5.20-5.26 白电主要品牌线上销额（亿元）



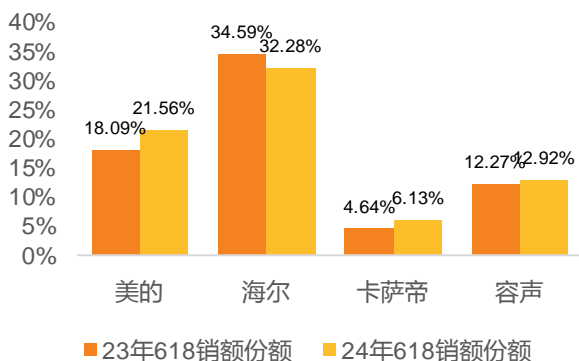
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 3：2023-2024 年 618 第一周空调主要品牌线上销额份额



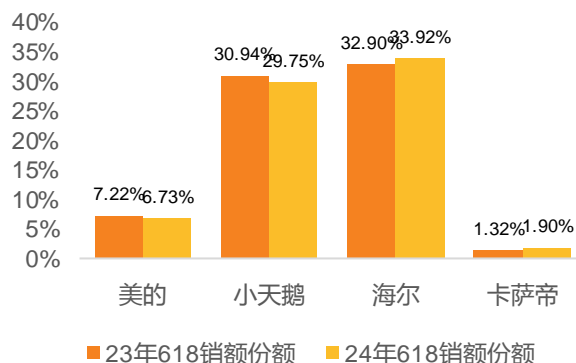
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 4：2023-2024 年 618 第一周冰箱主要品牌线上销额份额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 5：2023-2024 年 618 第一周洗衣机主要品牌线上销额份额



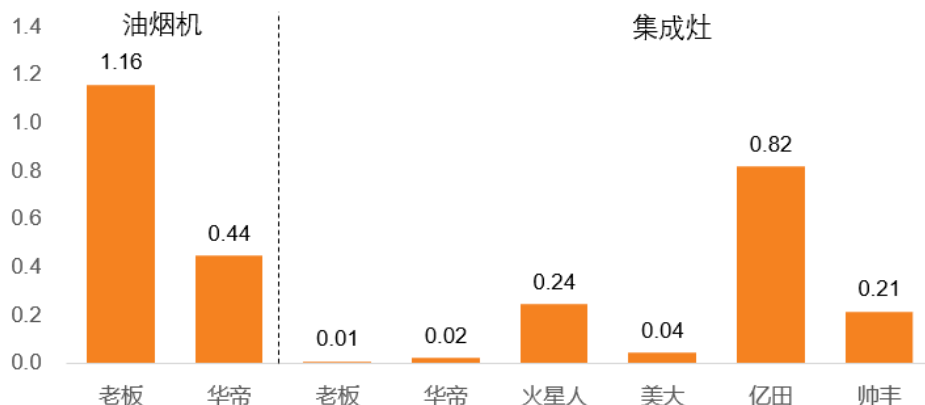
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

1.2. 厨房大电：油烟机赛道均价上涨，亿田销售表现领先行业

油烟机：油烟机赛道均价有较大幅度上涨，老板龙头地位夯实。根据奥维云网数据显示（5/20-5/26），油烟机品类销额占 23 年 618 期间的 21%，品类均价同比上涨 60%，行业均价提升明显。分品牌看，老板龙头地位夯实，线上销额达 1.16 亿元，销额份额 28.04%，均价小幅下降 3%；华帝油烟机线上销额 0.44 亿元，销额份额 10.74%，均价提升 18%。

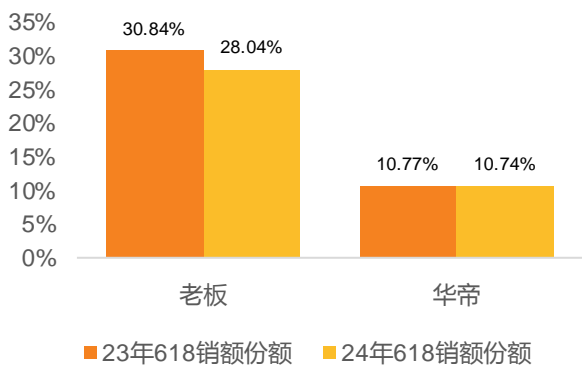
集成灶：亿田销额市占率居首位，在低基数下销售表现领先行业。根据奥维云网数据（5/20-5/26），集成灶品类销额占 23 年 618 期间的 20%，品类均价同比上涨 39%。分品牌看，亿田实现线上销额 0.8 亿元，同比增长 2672%，销额份额同比 23 年 618 第一周提升 18.89pct 至 41.38%，销额市占率居首位，销售表现领先行业；帅丰实现线上销额 0.2 亿元，同比增长 2790%，表现出较好成长性，均价同比上涨 45%，成交均价领先行业。

图 6：2024.5.20-5.26 厨大电主要品牌线上销额（亿元）



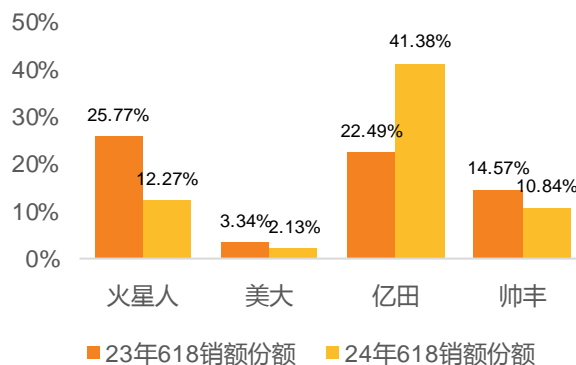
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 7：2023-2024 年 618 第一周油烟机主要品牌线上销额份额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 8：2023-2024 年 618 第一周集成灶主要品牌线上销额份额



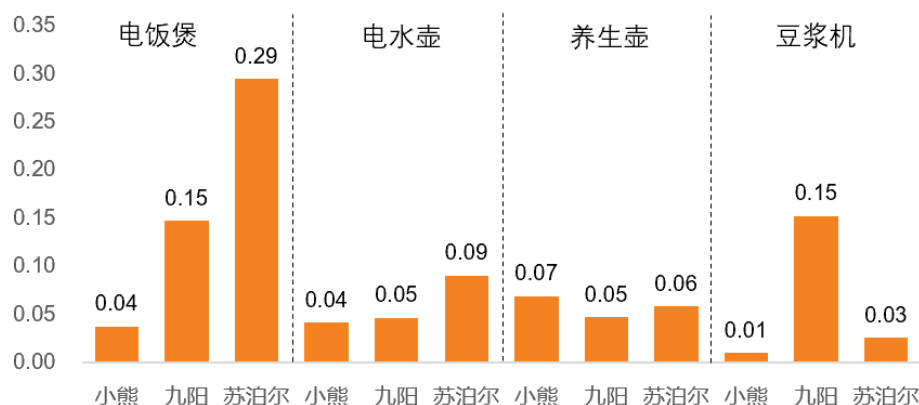
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

1.3. 厨房小电：养生壶赛道热度不减，九阳豆浆机龙头地位稳固

品类端：厨房小电在低基数下增速表现较好，其中养生壶行业表现更为亮眼，线上销额增长情况较好。根据奥维云网数据（5/20-5/26），养生壶销额占 23 年 618 期间的 28%，线上销额同比增长 58%，线上销量同比增长 75%。豆浆机销额占 23 年 618 期间的 26%，线上销额同比增长 70%，销量同比增长 63%，同比增速表现较好。电饭煲/电水壶销额分别占 23 年 618 期间的 17%/20%，刚需品类在 618 的表现相对稳定，成交更加匀速。

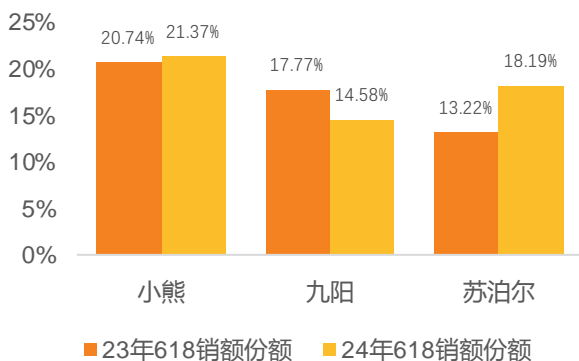
品牌端：根据奥维云网数据（5/20-5/26），小熊养生壶均价同比下降 19%，带动销量同比提升 101%，销额份额占比 21.37%，位居该品类成交额首位。九阳豆浆机销额份额同比 23 年 618 第一周增长 7.66pct 至 56.07%，龙头地位稳固；苏泊尔在偏刚需类的电饭煲/电水壶品类表现较好，销额份额同比 23 年 618 第一周分别+1.7/+4.9pct。

图 9：2024.5.20-5.26 厨小电主要品牌线上销额（亿元）



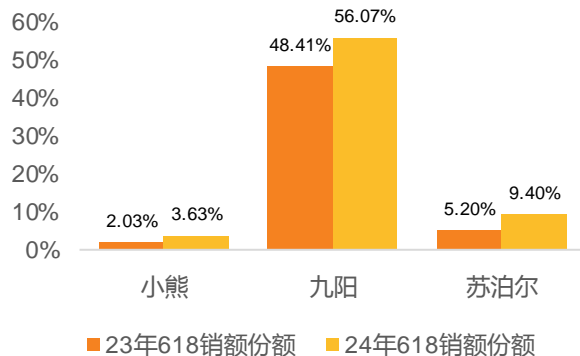
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 10：2023-2024 年 618 第一周养生壶主要品牌线上销额份额



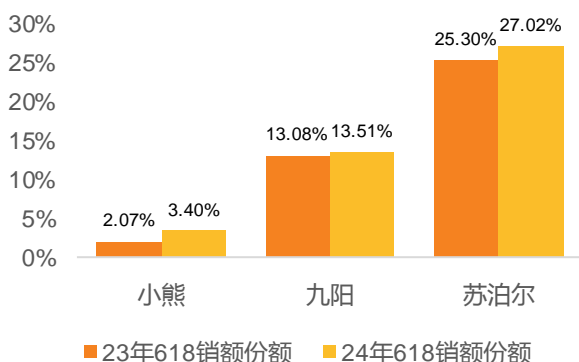
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 11：2023-2024 年 618 第一周豆浆机主要品牌线上销额份额



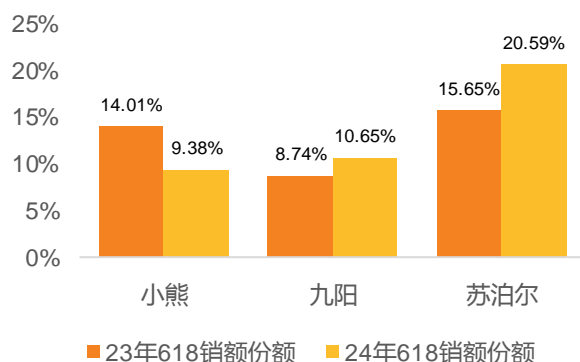
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 12：2023-2024 年 618 第一周电饭煲主要品牌线上销额份额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 13：2023-2024 年 618 第一周电水壶主要品牌线上销额份额



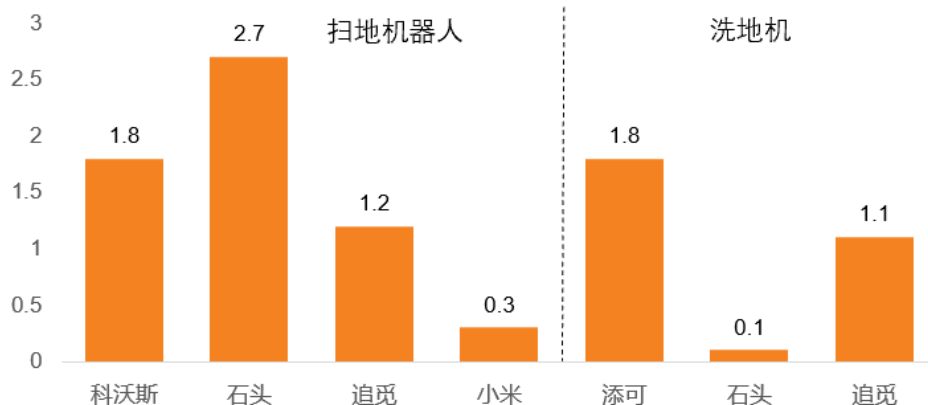
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

1.4. 清洁电器：石头扫地机龙头地位凸显，追觅同比增速表现亮眼

扫地机：根据奥维云网数据（5/20-5/26），扫地机品类销额占 23 年 618 期间的 37%，均价同比 46% 贡献主要增速。分品牌看，石头线上销额为 2.7 亿元，同比呈现 2220% 的增长，销额占 23 年 618 期间的 43%，成交水平居首位，销额份额占比同比有所提升，为 +2.4pct；追觅线上销额 1.2 亿元，同比增长 2366%，市场份额同比 23 年 618 第一周增长 2.59pct 至 15.52%，表现亮眼。

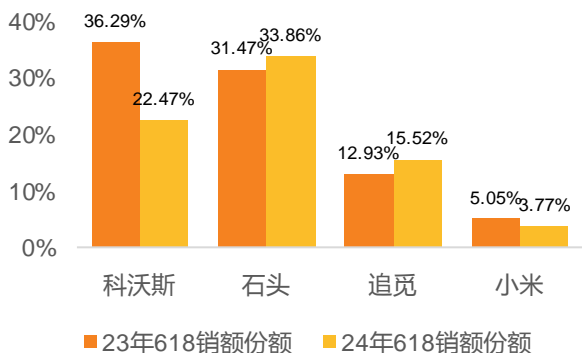
洗地机：根据奥维云网数据（5/20-5/26），洗地机品类占 23 年 618 期间的 26%，均价微增 2%。分品牌看，添可线上销额 1.8 亿，销额份额同比略下降 6.94pct；追觅销额占 23 年 618 期间比例的 50%，销额份额同比 23 年 618 第一周增长 15.06pct 至 28.49%，表现较好。

图 14：2024.5.20-5.26 清洁电器主要品牌线上销额（亿元）



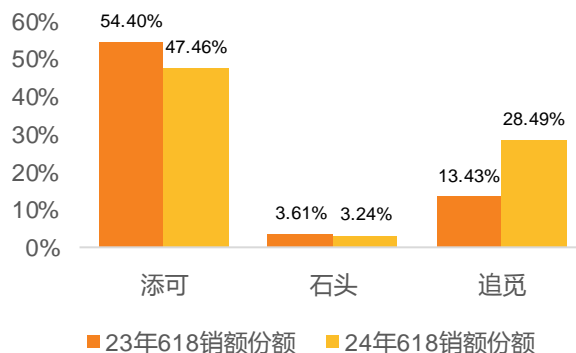
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 15：2023-2024 年 618 第一周扫地机主要品牌线上销额份额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 16：2023-2024 年 618 第一周洗地机主要品牌线上销额份额

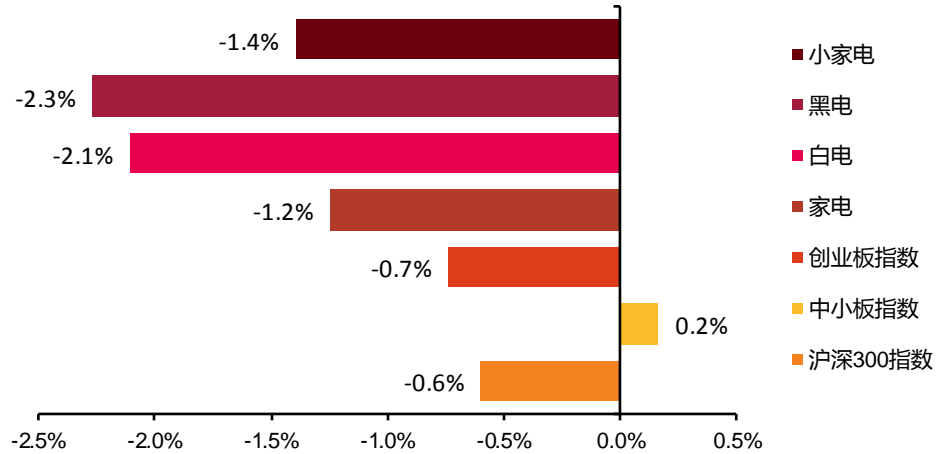


资料来源：奥维云网，天风证券研究所

2. 周度家电板块走势

2024/5/27-2024/5/31 沪深 300 指数-0.6%，创业板指数-0.7%，中小板指数+0.2%，家电板块-1.2%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为-2.1%、-2.3%、-1.4%。个股中，涨幅前五名是天银机电、顺威股份、三花智控、亿田智能、银河电子；跌幅前五名是惠而浦、北鼎股份、长虹美菱、珈伟新能、火星人。

图 17：2024/5/27-2024/5/31 家电板块走势



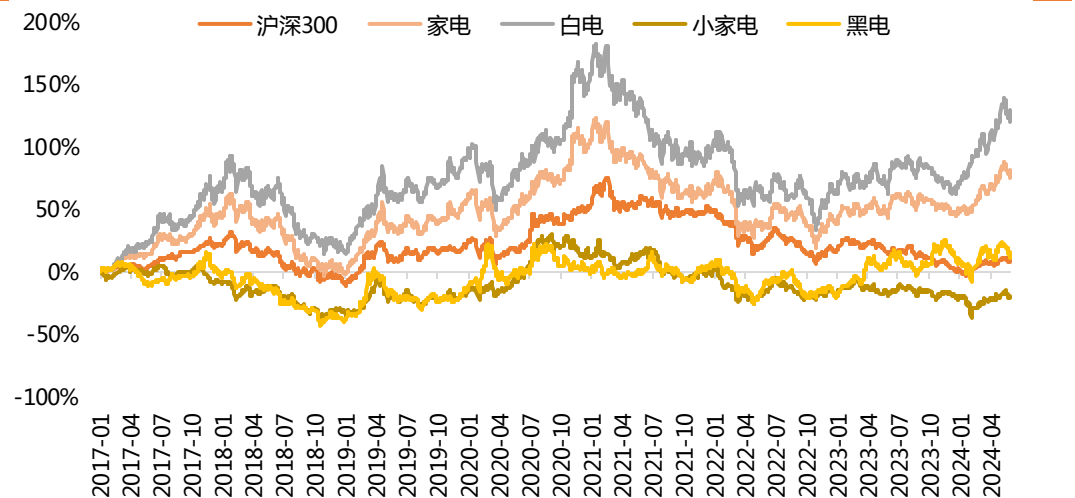
资料来源：Wind，天风证券研究所

表 2：家电板块周涨跌幅、周换手率表现（2024/5/27-2024/5/31）

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	300342.SZ	天银机电	35.9%	64.9%	1	600983.SH	惠而浦	-11.3%	4.7%
2	002676.SZ	顺威股份	11.6%	41.6%	2	300824.SZ	北鼎股份	-10.0%	14.8%
3	002050.SZ	三花智控	7.9%	5.7%	3	000521.SZ	长虹美菱	-9.9%	20.2%
4	300911.SZ	亿田智能	6.7%	8.1%	4	300317.SZ	珈伟新能	-9.8%	40.2%
5	002519.SZ	银河电子	5.2%	18.4%	5	300894.SZ	火星人	-7.4%	21.5%

资料来源：Wind，天风证券研究所

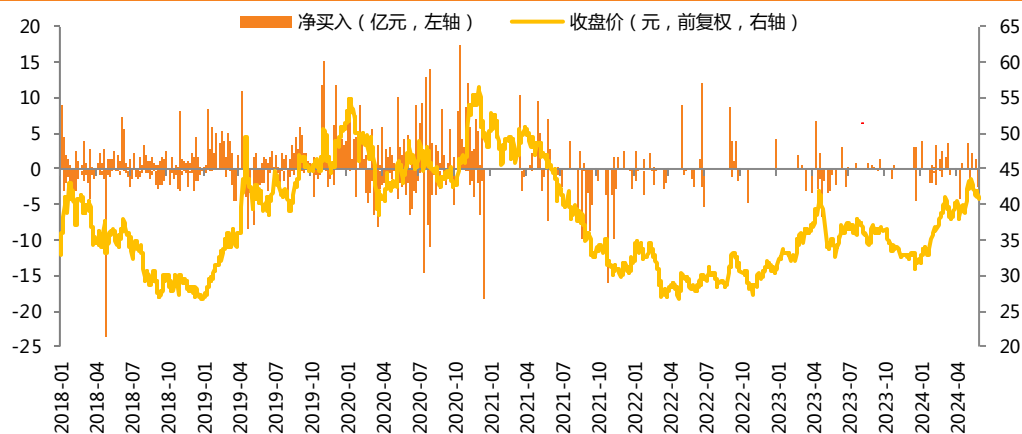
图 18：家电板块历史走势



资料来源：Wind，天风证券研究所

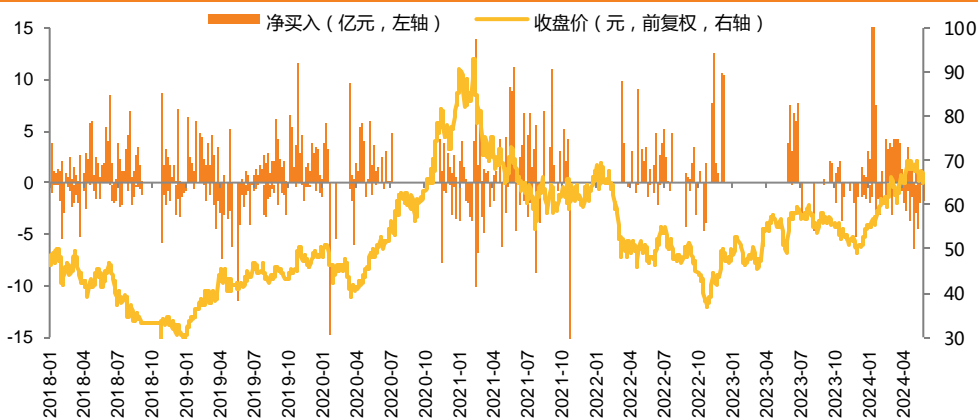
3. 周度资金流向

图 19：格力电器北上净买入



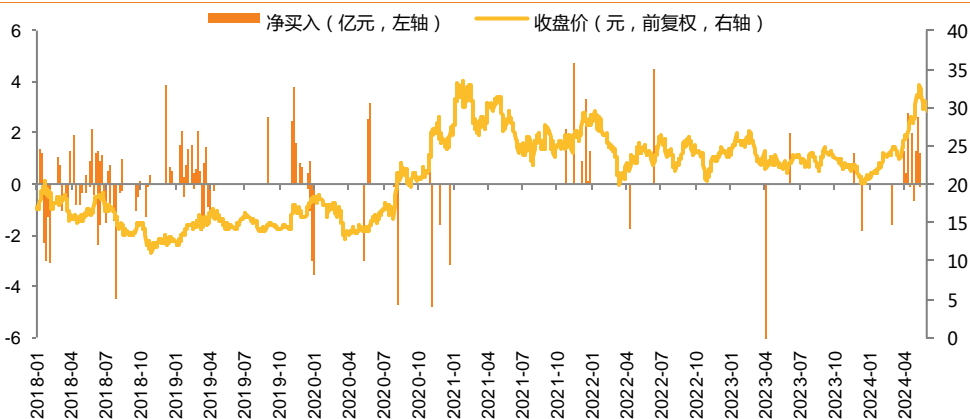
资料来源：Wind，天风证券研究所

图 20：美的集团北上净买入



资料来源：Wind，天风证券研究所

图 21：海尔智家北上净买入



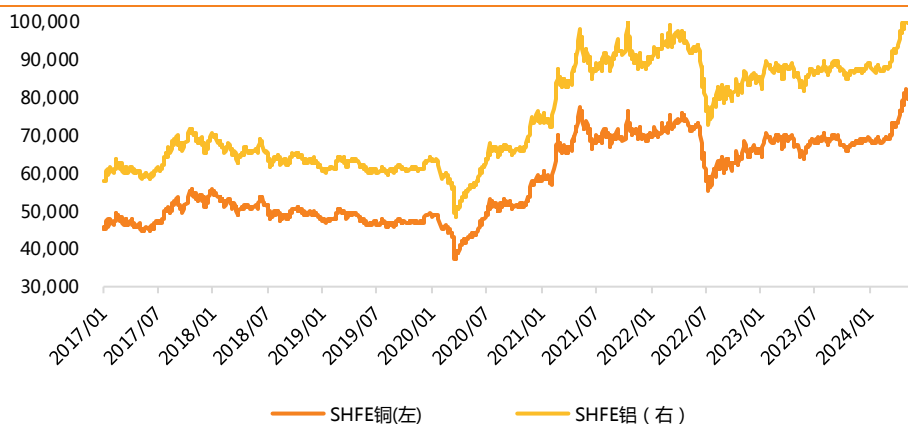
资料来源：Wind，天风证券研究所

4. 原材料价格走势

2024 年 5 月 31 日，SHFE 铜、铝现货结算价分别为 82280 和 21465 元/吨；SHFE 铜相较于 2024 年 5 月 24 日-1.8%，铝相较于 2024 年 5 月 24 日+3.1%。今年以来铜价+18.9%，铝

价+9.2%。中国塑料城价格指数为 890，相较于 2024 年 5 月 24 日+0.0%，今年以来+6.6%；2024 年 5 月 31 日，钢材综合价格指数为 107，相较于 2024 年 5 月 24 日价格-0.5%，今年以来-5.2%。

图 22：铜、铝价格走势（元/吨）



资料来源：Wind，天风证券研究所

图 23：中国塑料城价格指数（2010 年 1 月 4 日=1000）



资料来源：Wind，天风证券研究所

图 24：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：空冰洗烟机内销需求景气度较好，外销增速亮眼

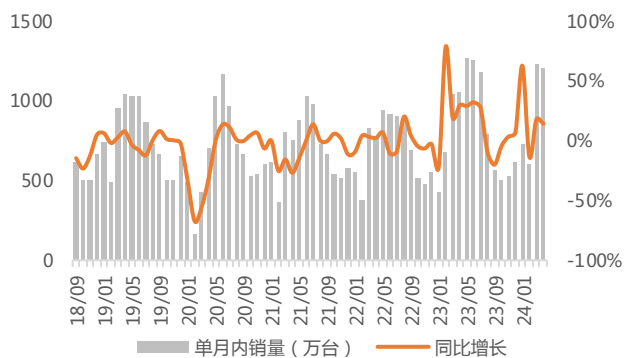
空调：24M4 内/外销量分别同比+14.2%/+34.6%，24M1-M4 内/外销量分别同比+16.1%/+25.2%。

冰箱：24M3 内/外销量分别同比+12.1%/+20.2%，24M1-M3 内/外销量分别同比+8.3%/+31.2%。

洗衣机：24M3 内/外销量分别同比+3.0%/+15.9%，24M1-M3 内/外销量分别同比+0.3%/+30.4%。

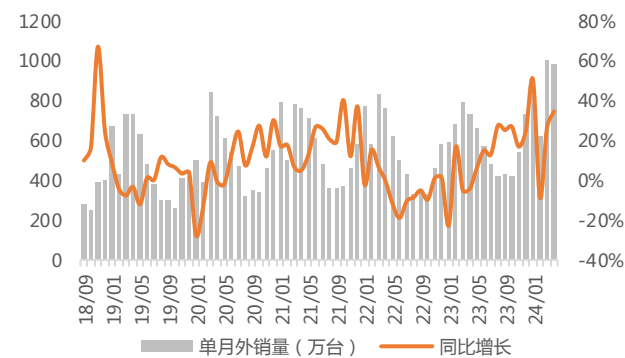
油烟机：24M3 内/外销量分别同比-2.9%/+0.3%，24M1-M3 内/外销量分别同比+2.9%/+20.8%。

图 25：出货端空调内销月零售量、同比增速



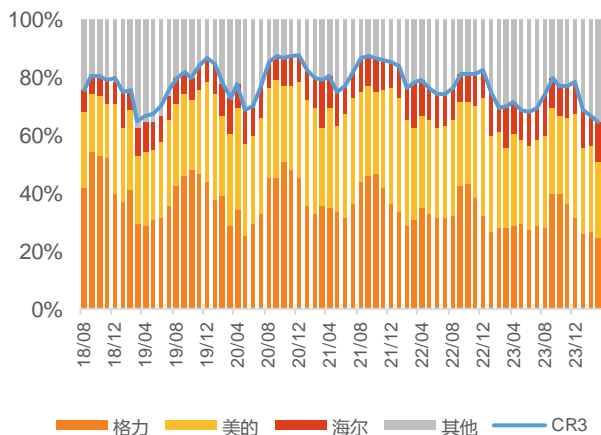
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 26：出货端空调外销月零售量、同比增速



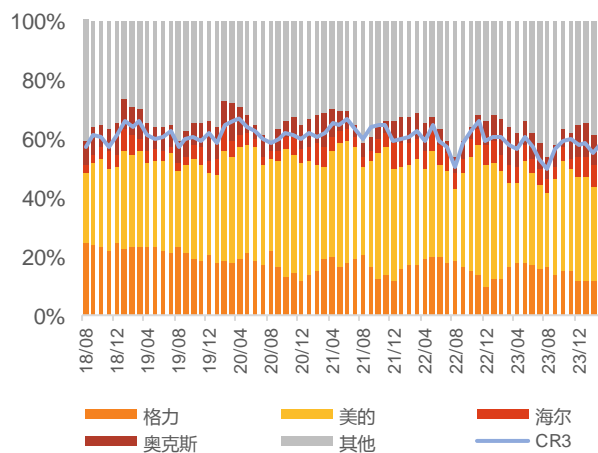
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 27：出货端空调内销分品牌市占率、CR3



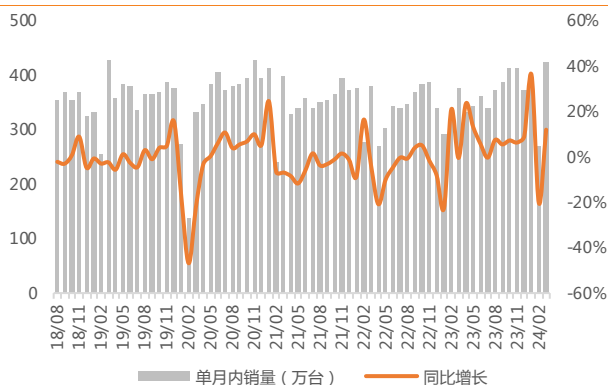
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 28：出货端空调外销分品牌市占率、CR3



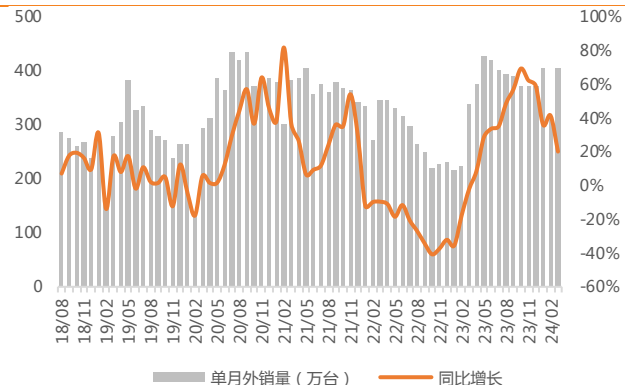
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 29：出货端冰箱内销月零售量、同比增速



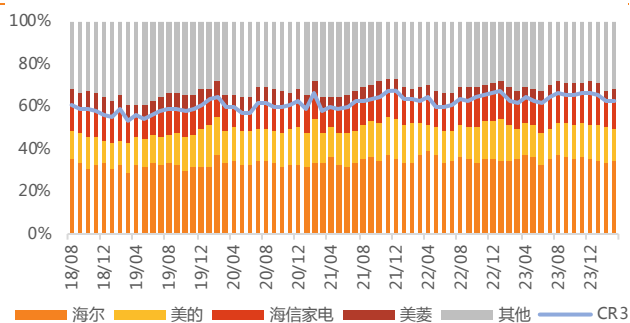
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 30：出货端冰箱外销月零售量、同比增速



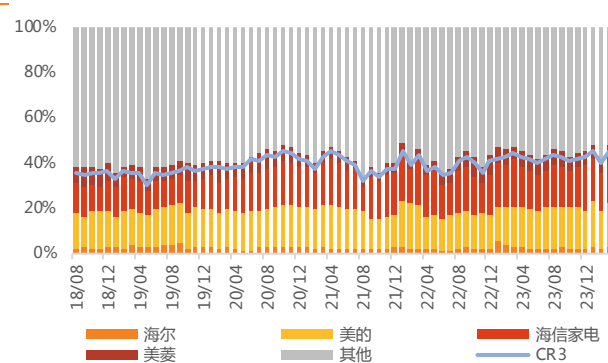
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 31：出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3



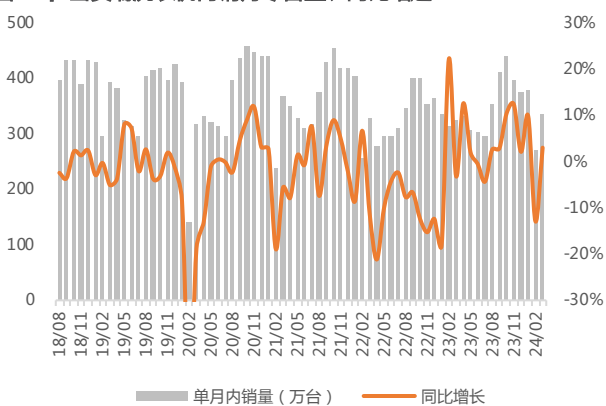
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 32：出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3



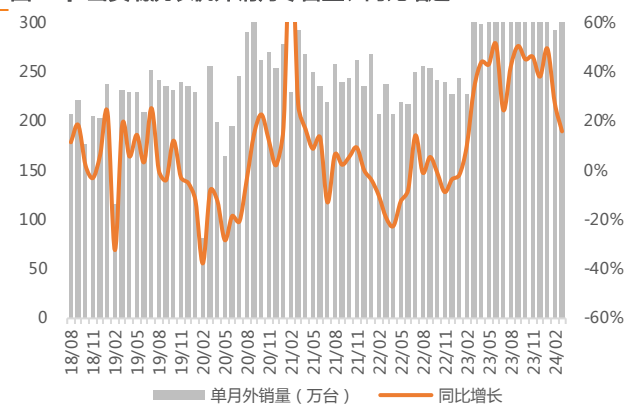
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 33：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



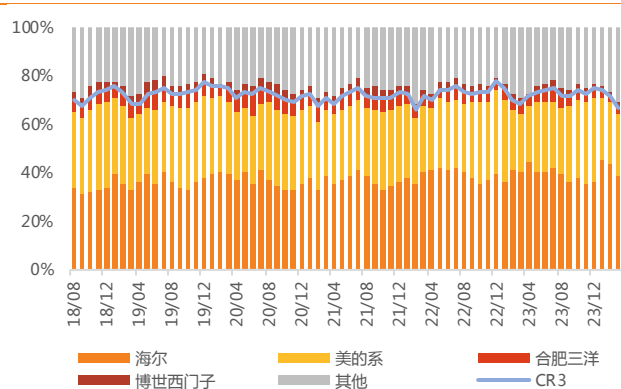
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 34：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



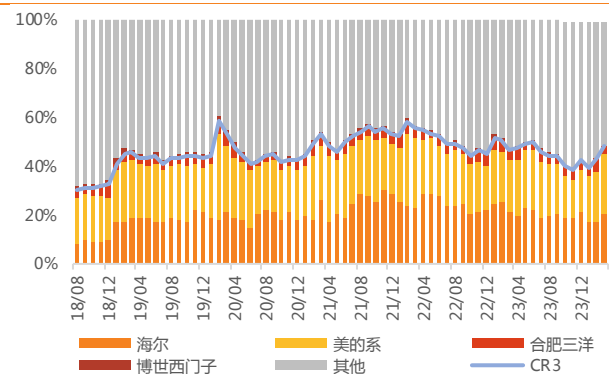
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 35：出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3



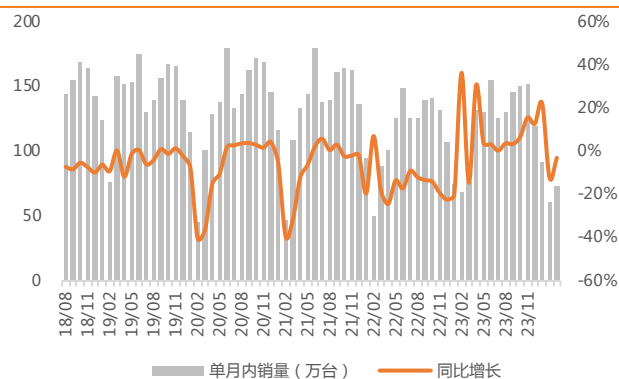
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 36：出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3



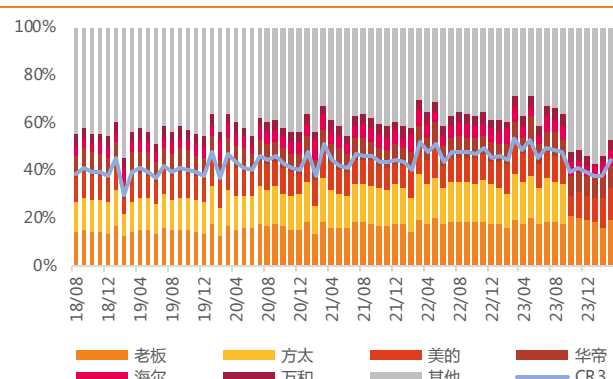
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 37：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 38：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

注：方太品牌油烟机数据自 23M10 缺失。

零售端：奥维数据跟踪

线上：24W1-W22 大家电线上零售景气度较好，其中彩电/冰箱/空调/洗衣机销额分别同比+19%/+24%/+7%/+15%；扫地机销额同比+66%，增速亮眼；厨小板块养生壶/豆浆机/电蒸锅/电炖锅/煎烤机销额分别同比为+12%/+33%/+8%/+11%/+15%。

线下：24W1-W22 线下零售整体承压；扫地机/洗碗机逆势增长，分别同比+19%/+4%。

图 39：奥维云网周度数据

奥维云网 (线上周度)						
品类	零售额累计增速			零售额单周增速		
	24W1-W21 (1/1-5/26)	24W21 (5/20-5/26)	24W20 (5/13-5/19)	24W19 (5/6-5/12)	24W18 (4/29-5/5)	24W17 (4/22-4/28)
彩电	19%	188%	-31%	-24%	9%	-23%
冰箱	24%	301%	-35%	-6%	9%	-26%
空调	7%	137%	-63%	-25%	-1%	-29%
冰柜	-6%	59%	-34%	-4%	3%	0%
洗衣机	15%	183%	-26%	-18%	8%	-22%
油烟机	2%	238%	-43%	-20%	8%	-14%
燃气灶	9%	221%	-26%	-14%	18%	-9%
洗碗机	24%	968%	-23%	20%	67%	10%
集成灶	-27%	406%	-52%	-29%	2%	-36%
电热水器	-7%	55%	-28%	-21%	-21%	-23%
净化器	39%	539%	5%	51%	45%	42%
净水器	26%	593%	-30%	-7%	5%	-14%
扫地机	66%	631%	77%	59%	47%	25%
空气炸锅	-32%	40%	-40%	-35%	-13%	-31%
电饭煲	2%	69%	-14%	3%	15%	0%
电压力锅	-5%	56%	-20%	2%	19%	12%
电磁炉	0%	25%	-18%	9%	21%	20%
电水壶	-6%	46%	-15%	0%	8%	-3%
养生壶	12%	58%	32%	36%	36%	46%
豆浆机	33%	70%	-5%	15%	30%	32%
破壁机	-9%	107%	-9%	13%	18%	3%
搅拌机	-5%	47%	-12%	36%	31%	6%
榨汁机	1%	107%	-10%	58%	49%	39%
电蒸锅	8%	100%	-14%	1%	22%	10%
电炖锅	11%	47%	7%	27%	36%	31%
煎烤机	15%	39%	-24%	-16%	8%	-6%

奥维云网 (线下周度)						
品类	零售额累计增速			零售额单周增速		
	24W1-W21 (1/1-5/26)	24W21 (5/20-5/26)	24W20 (5/13-5/19)	24W19 (5/6-5/12)	24W18 (4/29-5/5)	24W17 (4/22-4/28)
彩电	-3%	7%	-30%	-16%	31%	-47%
冰箱	-8%	20%	-38%	-19%	31%	-45%
空调	-15%	31%	-31%	-8%	15%	-47%
冰柜	-9%	8%	-21%	-17%	20%	-27%
洗衣机	-2%	9%	-30%	-16%	64%	-29%
油烟机	-3%	-7%	-21%	-21%	51%	-38%
燃气灶	-1%	24%	-19%	-22%	50%	-36%
洗碗机	4%	5%	-10%	-34%	51%	-22%
集成灶	-7%	-18%	-34%	136%	10%	-37%
电热水器	-2%	249%	-31%	-21%	32%	-37%
净化器	-15%	66%	-17%	-15%	31%	-32%
净水器	-8%	17%	-16%	-18%	43%	-39%
扫地机	19%	69%	5%	6%	121%	-37%
电饭煲	-10%	3%	-13%	-10%	8%	-47%
破壁机	-23%	-12%	-31%	-22%	-7%	-45%

资料来源：奥维云网，天风证券研究所

6. 公司公告

5月29日

- **石头科技:关于调整部分募集资金投资项目投资金额及实施方式的公告**

拟调整投资项目的投资金额及实施方式：拟缩减“自建制造中心项目”项目计划投资金额及调整实施方式，由原项目计划总投资金额人民币 4.60 亿元，调减为人民币 3.07 亿元，调减的金额共计人民币 1.53 亿元；同时 在调整总投资金额基础上调整项目部分实施方式，将部分投入由使用募集资金改 为使用自有资金投入，募集资金原承诺投资金额为 4.60 元，调整后为 2.32 亿元。

7. 行业新闻

- **2024 年 5 月 27 日**

旧不要，换新电！天猫优品在河南全面开展家电以旧换新活动

5月27日,在国家“以旧换新”政策的推动下,天猫优品宣布在河南省全面开展“绿色家电以旧换新”相关活动,积极响应消费者的绿色健康家电换新需求。河南省发展和改革委员会环资处副处长韩峰、中国家用电器协会副秘书长、中国家电网总编吕盛华、家电品牌方代表与天猫优品共同启动“天猫优品河南绿色家电以旧换新行动”。通过这一行动,天猫优品将联合 30 多个家电品牌和遍布省内的门店网络,为河南省内的消费者提供一次优惠力度空前的家电换新机会,推动河南家电市场向绿色、健康、智能的方向迈进。

- **2024 年 5 月 27 日**

荣登行业 TOP1！海信璀璨 509 冰箱引领行业新潮流

海信冰箱放大招了！据奥维 2024 年第 20 周数据显示，海信璀璨 509 真空魔方 Pro 全嵌冰箱，以其创新的真空保鲜技术和独特的魔方设计，登顶行业畅销榜 TOP1。这一“现象级”产品的成功，充分显示了海信冰箱聚焦用户，以场景为驱动，持续推动技术与产品创新的决心和信心。

8. 投资建议

标的推荐：

- 1) 大家电：如【美的集团】/【海信家电】/【格力电器】/【海尔智家】；
- 2) 小家电：如【石头科技】/【科沃斯】；
- 3) 厨大电：如【华帝股份】/【老板电器】；
- 4) 其他家电：如【欧普照明】(与电子团队联合覆盖)/【盾安环境】(与机械团队联合覆盖)/【公牛集团】等。

9. 风险提示

房地产市场景气程度回落：房地产市场景气情况与大家电销售关联性较高，地产市场遇冷将影响大家电终端销售情况。

汇率波动风险：部分家电企业以外销 ODM 业务为主，汇率波动会对企业盈利情况造成影响。

原材料价格波动风险：2021 年以来原材料成本快速上行，后续价格波动仍将影响家电企业盈利情况。

新品销售不及预期：洗地机、扫地机等新品销售不及预期将对相关家电企业营收业绩情况造成影响。

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。

特别声明

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
北京市西城区德胜国际中心 B 座 11 层	海南省海口市美兰区国兴大道 3 号互联网金融大厦 A 栋 23 层 2301 房	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 号平安金融中心 71 楼
邮编：100088	邮编：570102	邮编：200086	邮编：518000
邮箱：research@tfzq.com	电话：(0898)-65365390	电话：(8621)-65055515	电话：(86755)-23915663
	邮箱：research@tfzq.com	传真：(8621)-61069806	传真：(86755)-82571995
		邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com