

家用电器

证券研究报告
2024年12月11日

小米集团家电业务研究：Q4 以来零售端表现亮眼，推进家空产能建设——24W49 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

周度研究聚焦：Q4 以来零售端表现亮眼，推进家空产能建设——小米集团家电业务研究

作者

孙谦

分析师

SAC 执业证书编号：S1110521050004
sungqiana@tfzq.com

赵嘉宁

分析师

SAC 执业证书编号：S1110524070003
zhaojiaoning@tfzq.com

家电品类覆盖多元，AIoT 平台全球领先。小米在家电领域的产品线不断扩展，已实现黑电、白电、厨房电器、小家电、电工照明等多领域布局，基于自主品牌品类多元化优势的推进以及全球合作伙伴数量的不断开拓，小米已成为全球领先的消费级 IoT 平台。截至 2024 年三季度，小米 AIoT 平台已连接的 IoT 设备（不包括智能手机、平板及笔记本电脑）数增长至 8.61 亿台，同比+23.2%，米家 APP 月活跃用户数同比+19.2%至 1 亿。

Q3 空调出货环比提速、冰洗出货创新高，大家电领域竞争优势深化。

据小米集团 2024 年三季报，24Q3 公司 IoT 与生活消费产品业务收入达 261 亿元，同比+26.3%，对比 24H1 增长 20.6%进一步提速；毛利率达到 20.8%，同比+2.9pcts，创历史新高。智能大家电业务方面，受国内空调出货量增加带动，24Q3 收入同比增长+55%实现高增，其中空调出货超 170 万台，同比增长超过 55%（24Q2 出货超 330 万台，增长 40%+）；冰箱出货超 81 万台，同比增长超 20%（24Q2 出货超 60 万台，增长 25%+），洗衣机出货超过 48 万台，同比增长超 50%（24Q2 出货超 40 万台，增长 30%+），冰箱与洗衣机出货量均创历史新高。

从近期高频零售数据看，据奥维云网监测数据，24M10-M11 小米品牌空调/冰箱/洗衣机/线上销额分别 10.3/4.8/4.6 亿元，同比分别+113%/+53%/+77%，延续双位数增长态势，近年来份额持续扩张；油烟机/燃气灶/洗碗机线上销额分别 2.6/1.3/1.3 亿元，同比分别+262%/+528%/+118%，份额扩张趋势明显；电饭煲/加湿器线上销额分别 1.1/1.4 亿元，同比分别+34%/+47%，近年来份额稳定且领先行业；扫地机/洗地机线上销额分别 4.7/1.4 亿元，同比分别+94%/+105%。

积极推动家空产能建设，深化“人车家”全生态战略布局。今年 11 月 26 日小米智能家电工厂在武汉东湖高新区开工，这是小米集团在全国建设的第三座智能工厂，项目一期将建设家用空调智能制造示范工厂，计划于 25 年 11 月投产，26 年大规模量产。伴随家电工厂的逐步落地，意味着小米“人车家”全生态战略在大型自建智能工厂上完成闭环。

投资建议：商务部全国家电以旧换新平台数据显示，截止 12 月 6 日，有 2964 万消费者参与家电以旧换新，带动销售额超过 2000 亿元，一级能效占比超过 90%。我们认为，如果按此前 1:5 左右补贴销售带动比例，预计家电补贴额度已近 400 亿，符合我们此前判断，消费补贴为 1500 亿总池调配而非各方向有固定分配额度。同时，近期湖北省开启 25 年以旧换新商户报名，江苏省商务厅在本周宣布开启 2024 “苏新消费·暖冬购物季”时（活动至明年 2 月），也明确包含以旧换新国补。

标的推荐：1) 大家电：如【格力电器】/【美的集团】/【海尔智家】/【海信家电】；2) 小家电：如【科沃斯】/【极米科技】/【小熊电器】等；3) 厨大电：如【华帝股份】/【老板电器】；4) 黑电：如【TCL 电子】/【海信视像】；5) 其他家电：如【盾安环境】（与机械组联合覆盖）等。

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

行业走势图



资料来源：贝格数据

相关报告

- 《家用电器-行业投资策略:内需搭台，寻结构性增量——家电行业 2025 年投资策略》2024-11-29
- 《家用电器-行业研究周报:家电行业数据追踪——24W47 周度研究》2024-11-25
- 《家用电器-行业研究周报:热水器行业分析：政策激活存量市场，电燃需求加速转化——24W46 周度研究》2024-11-23

内容目录

1. 周度研究聚焦：Q4 以来零售端表现亮眼，推进家空产能建设——小米集团家电业务研究	4
2. 周度家电板块走势	8
3. 周度资金流向	9
4. 原材料价格走势	10
5. 行业数据	11
6. 行业新闻	14
7. 公司公告	14

图表目录

图 1：截至 2024Q3，米家已接入超 200 个品类，累计接入设备超 8.61 亿台，与全球合作企业数量超万家	5
图 2：2019-2023 年、2024 年前三季度小米集团 IoT 与生活消费产品及智能大家电收入增速	5
图 3：2022-2023 年、2024 年前三季度小米集团空冰洗出货量及同比增速（万台）	6
图 4：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌空调线上销额及增速	6
图 5：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌冰箱线上销额及增速	6
图 6：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌洗衣机线上销额及增速	6
图 7：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌油烟机线上销额及增速	6
图 8：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌燃气灶线上销额及增速	7
图 9：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌洗碗机线上销额及增速	7
图 10：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌电饭煲线上销额及增速	7
图 11：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌加湿器线上销额及增速	7
图 12：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌扫地机线上销额及增速	7
图 13：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌洗地机线上销额及增速	7
图 14：2022-2023 年、2024M1-M11 核心家电品类小米线上销额市占排名走势	8
图 15：周度（2024/12/2-12/6）家电板块走势	8
图 16：家电板块历史走势	9
图 17：格力电器北上净买入	9
图 18：美的集团北上净买入	10
图 19：海尔智家北上净买入	10
图 20：铜、铝价格走势（元/吨）	10
图 21：中国塑料城价格指数（2010 年 1 月 4 日=1000）	11
图 22：钢材综合价格指数（1994 年 4 月=100）	11
图 23：出货端空调内销月零售量、同比增速	11
图 24：出货端空调外销月零售量、同比增速	11
图 25：出货端空调内销分品牌市占率、CR3	11
图 26：出货端空调外销分品牌市占率、CR3	11

图 27: 出货端冰箱内销月零售量、同比增速.....	12
图 28: 出货端冰箱外销月零售量、同比增速.....	12
图 29: 出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3.....	12
图 30: 出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3.....	12
图 31: 出货端洗衣机内销月零售量、同比增速.....	12
图 32: 出货端洗衣机外销月零售量、同比增速.....	12
图 33: 出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3.....	13
图 34: 出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3.....	13
图 35: 奥维周度数据.....	13
表 1: 小米在家电领域的业务布局.....	4
表 2: 周度 (2024/12/2-12/6) 家电板块周涨跌幅、周换手率表现.....	9

1. 周度研究聚焦：Q4 以来零售端表现亮眼，推进家空产能建设——小米集团家电业务研究

家电品类覆盖多元，AIoT 平台全球领先。小米在家电领域的产品线不断扩展，已实现黑电、白电、厨房电器、小家电、电工照明等多领域布局，基于自主品牌品类多元化优势的推进以及全球合作伙伴数量的不断开拓，小米已成为全球领先的消费级 IoT 平台。截至 2024 年三季度，小米 AIoT 平台已连接的 IoT 设备（不包括智能手机、平板及笔记本电脑）数增长至 8.61 亿台，同比+23.2%，米家 APP 月活跃用户数同比+19.2%至 1 亿。

表 1：小米在家电领域的业务布局

黑电						
	小米电视 S Pro Mini LED	小米电视 S Mini LED 系列	Redmi 智能电视 X 2025 款	Redmi 智能电视 A Pro 系列	小米电视 A 竞技系列	
	Redmi 电视 A 系列 2025	Redmi 电视 MAX 系列	投影仪			
白电						
	壁挂空调	立式空调	中央空调	冰箱	滚筒洗衣机	波轮洗衣机
厨房电器						
	烟灶	微蒸烤	洗碗机	电磁炉		
小家电						
	除湿机	洗地机	电暖器	净水器	扫地机器人	吸尘器
	空气净化器	电饭煲	加湿器	水壶	落地风扇	除螨仪
	洗手机	剃须刀	修剪器	牙刷	吹风机	理发器
电工照明						
	灯具	插座插排	移动电源	数据线	充电器	

资料来源：小米商城，天风证券研究所

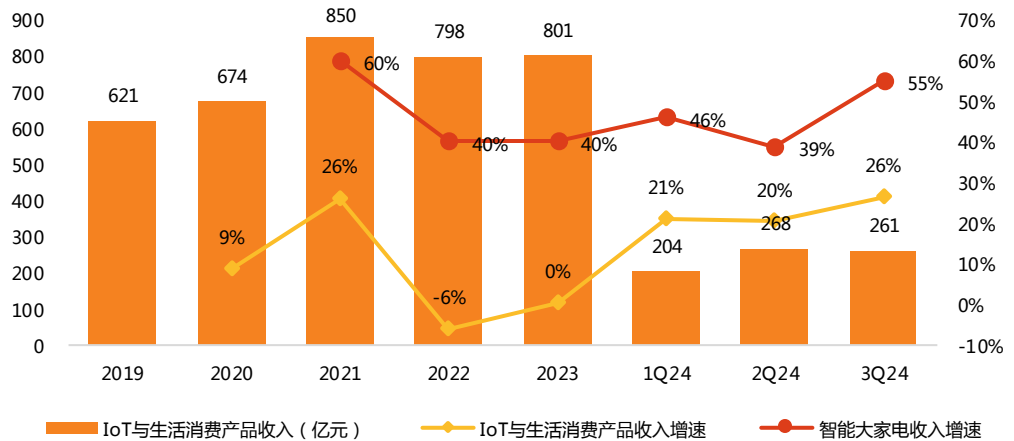
图 1：截至 2024Q3，米家已接入超 200 个品类，累计接入设备超 8.61 亿台，与全球合作企业数量超万家



资料来源：小米澎湃智联 IoT 开发者平台官网，天风证券研究所

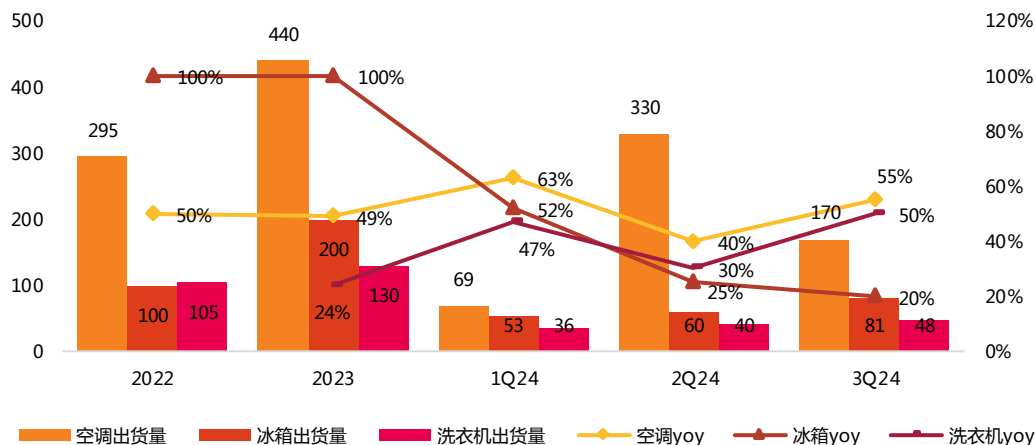
Q3 空调出货环比提速、冰洗出货创新高，大家电领域竞争优势深化。据小米集团 2024 年三季报，24Q3 公司 IoT 与生活消费产品业务收入达 261 亿元，同比+26.3%，对比 24H1 增长 20.6%进一步提速；毛利率达到 20.8%，同比+2.9pcts，创历史新高。智能大家电业务方面，受国内空调出货量增加带动，24Q3 收入同比增长+55%实现高增，其中空调出货超 170 万台，同比增长超过 55%（24Q2 出货超 330 万台，增长 40%+）；冰箱出货超 81 万台，同比增长超 20%（24Q2 出货超 60 万台，增长 25%+），洗衣机出货超过 48 万台，同比增长超 50%（24Q2 出货超 40 万台，增长 30%+），冰箱与洗衣机出货量均创历史新高。从近期高频零售数据看，据奥维云网监测数据，24M10-M11 小米品牌空调/冰箱/洗衣机/线上销额分别 10.3/4.8/4.6 亿元，同比分别+113%/+53%/+77%，延续双位数增长态势，近年来份额持续扩张；油烟机/燃气灶/洗碗机线上销额分别 2.6/1.3/1.3 亿元，同比分别+262%/+528%/+118%，份额扩张趋势明显；电饭煲/加湿器线上销额分别 1.1/1.4 亿元，同比分别+34%/+47%，近年来份额稳定且领先行业；扫地机/洗地机线上销额分别 4.7/1.4 亿元，同比分别+94%/+105%，市占排名在 5-6 名左右。

图 2：2019-2023 年、2024 年前三季度小米集团 IoT 与生活消费产品及智能大家电收入增速



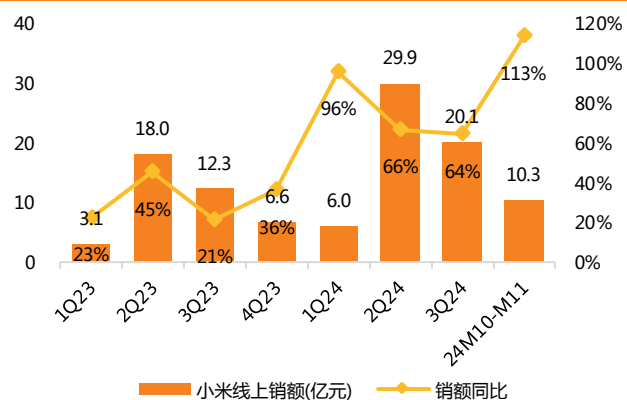
资料来源：小米集团定期报告，天风证券研究所

图 3：2022-2023 年、2024 年前三季度小米集团空冰洗出货量及同比增速（万台）



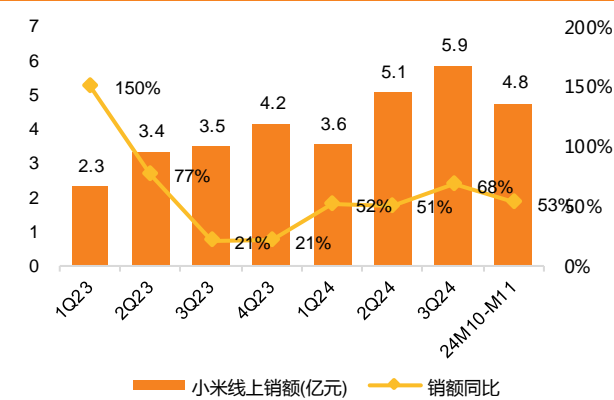
资料来源：小米集团定期报告，天风证券研究所

图 4：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌空调线上销额及增速



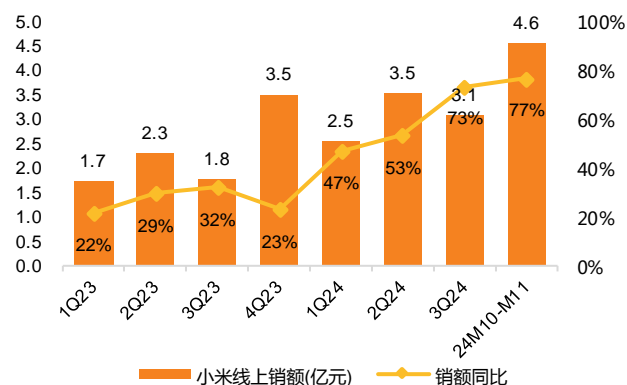
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 5：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌冰箱线上销额及增速



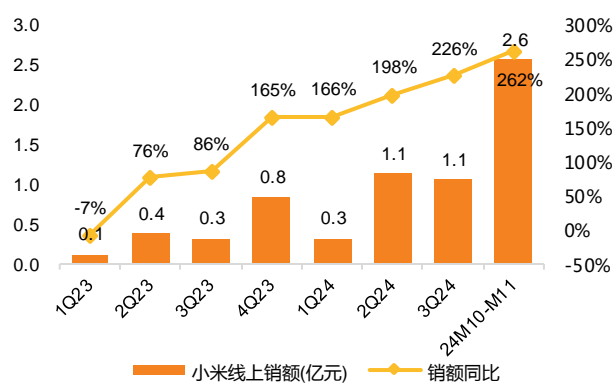
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 6：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌洗衣机线上销额及增速



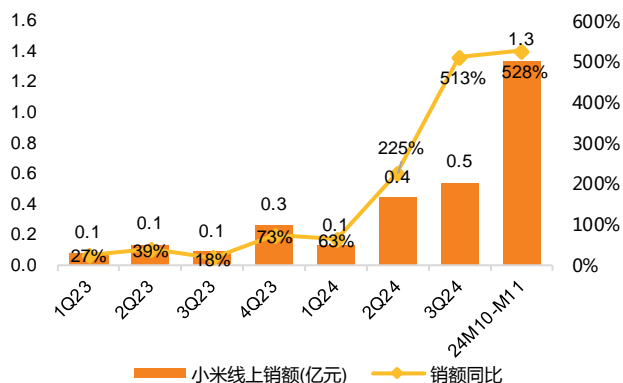
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 7：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌油烟机线上销额及增速



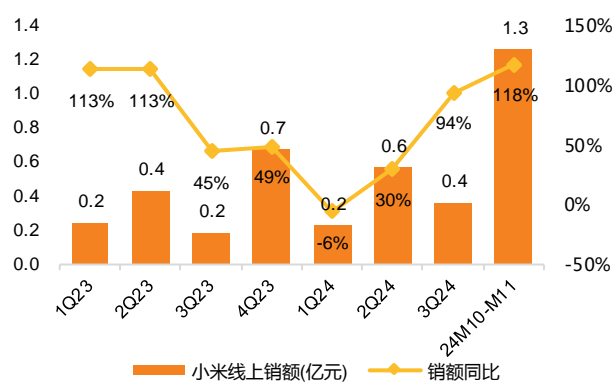
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 8：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌燃气灶线上销额及增速



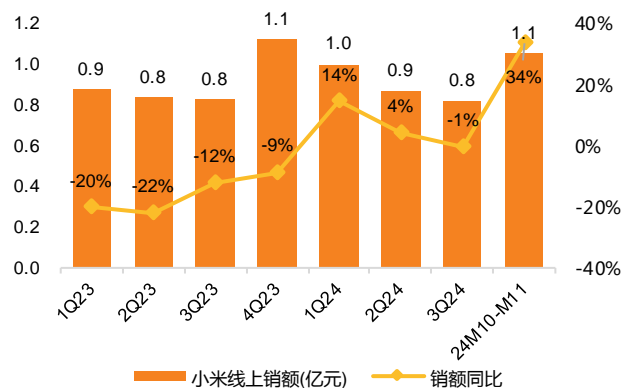
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 9：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌洗碗机线上销额及增速



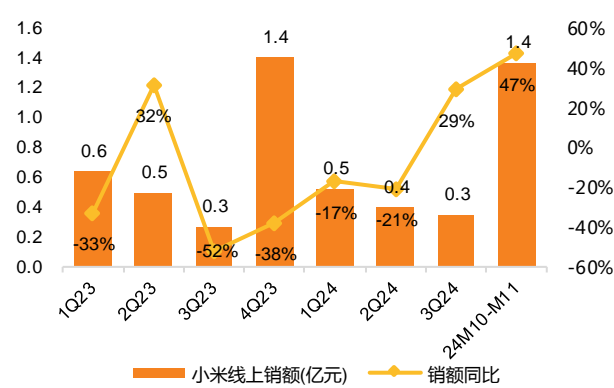
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 10：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌电饭煲线上销额及增速



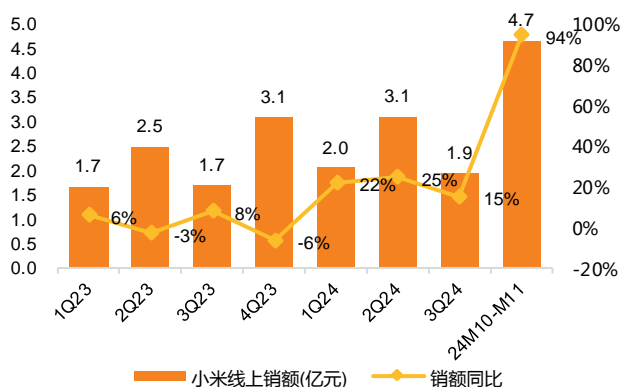
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 11：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌加湿器线上销额及增速



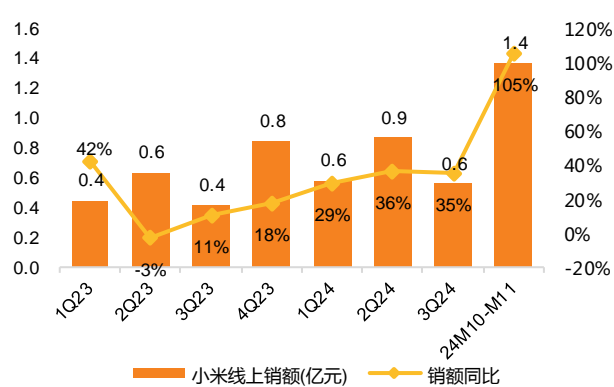
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 12：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌扫地机线上销额及增速



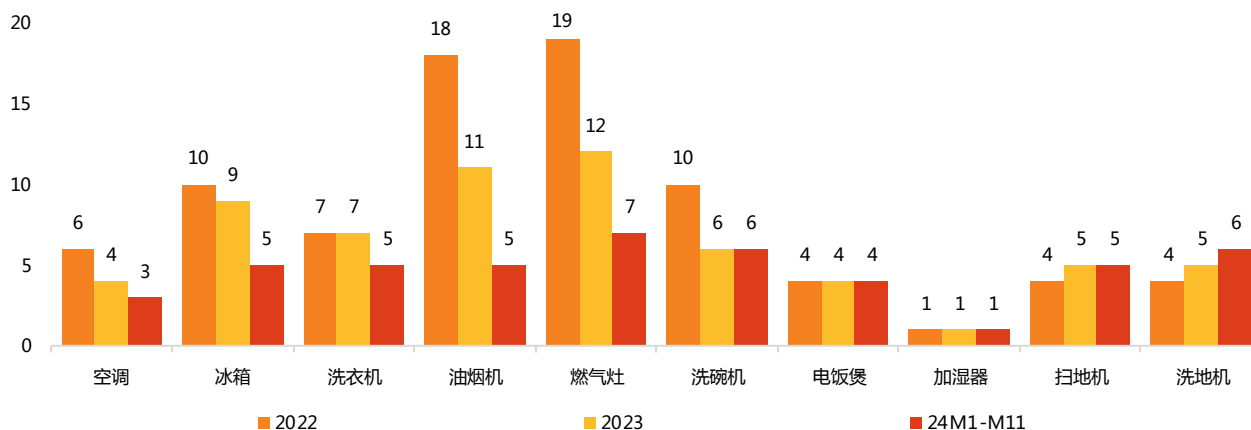
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 13：23Q1 至 24M10-M11 小米品牌洗地机线上销额及增速



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

图 14：2022-2023 年、2024M1- M11 核心家电品类小米线上销售额市占排名走势



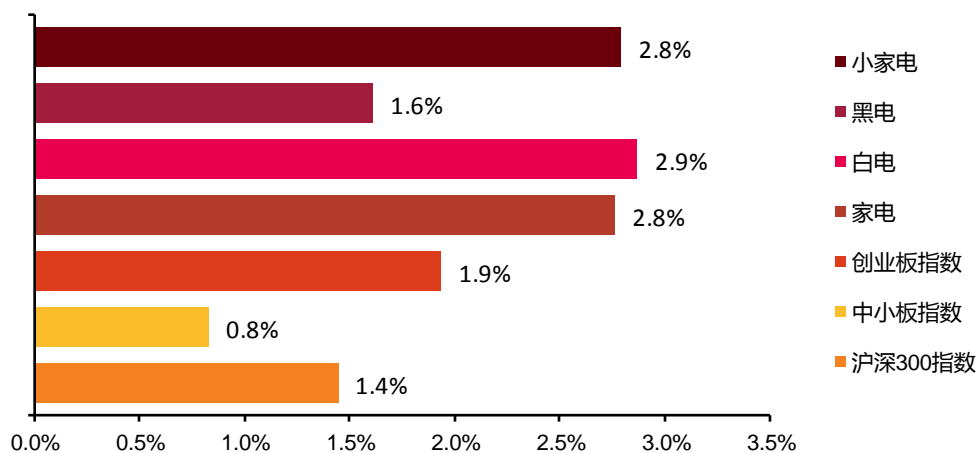
资料来源：奥维云网，天风证券研究所

积极推动家空产能建设，深化“人车家”全生态战略布局。今年 11 月 26 日小米智能家电工厂在武汉东湖高新区开工，这是小米集团在全国建设的第三座智能工厂，项目一期将建设家用空调智能制造示范工厂，计划于 2025 年 11 月投产，2026 年大规模量产。伴随家电工厂的逐步落地，意味着小米“人车家”全生态战略在大型自建智能工厂上完成闭环。

2. 周度家电板块走势

周度（2024/12/2-12/6）沪深 300 指数+1.44%，创业板指数+1.94%，中小板指数+0.83%，家电板块+2.76%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为+2.87%、+1.61%、+2.79%。个股中，本周涨幅前五名是奋达科技、ST 德豪、勤上股份、康盛股份、爱仕达；本周跌幅前五名是日出东方、浙江美大、华帝股份、东方电热、飞科电器。

图 15：周度（2024/12/2-12/6）家电板块走势



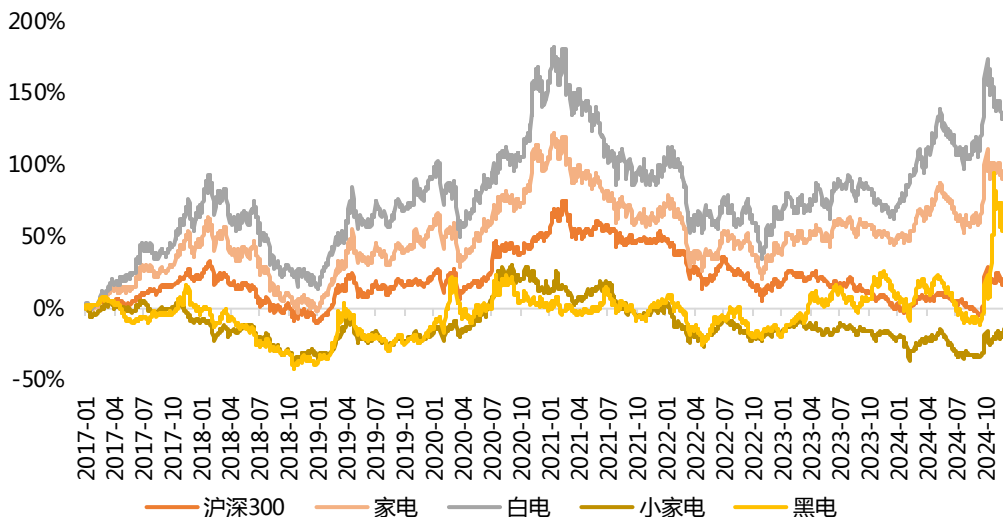
资料来源：Wind，天风证券研究所

表 2：周度（2024/12/2-12/6）家电板块周涨跌幅、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	002681.SZ	奋达科技	29.0%	125.8%	1	603366.SH	日出东方	-20.1%	91.1%
2	002005.SZ	ST 德豪	20.6%	6.7%	2	002677.SZ	浙江美大	-4.1%	12.0%
3	002638.SZ	勤上股份	15.8%	59.8%	3	002035.SZ	华帝股份	-3.8%	8.0%
4	002418.SZ	康盛股份	14.6%	31.7%	4	300217.SZ	东方电热	-2.4%	34.4%
5	002403.SZ	爱仕达	14.4%	98.0%	5	603868.SH	飞科电器	-1.9%	1.2%

资料来源：Wind，天风证券研究所

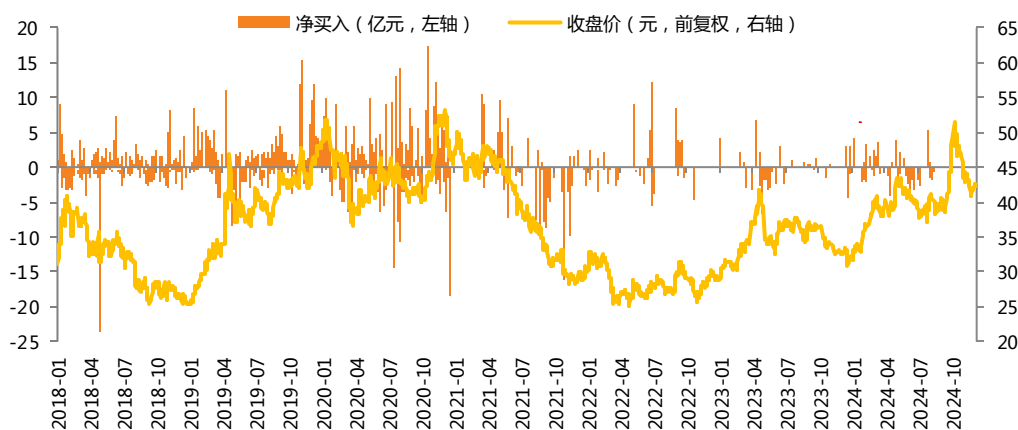
图 16：家电板块历史走势



资料来源：Wind，天风证券研究所

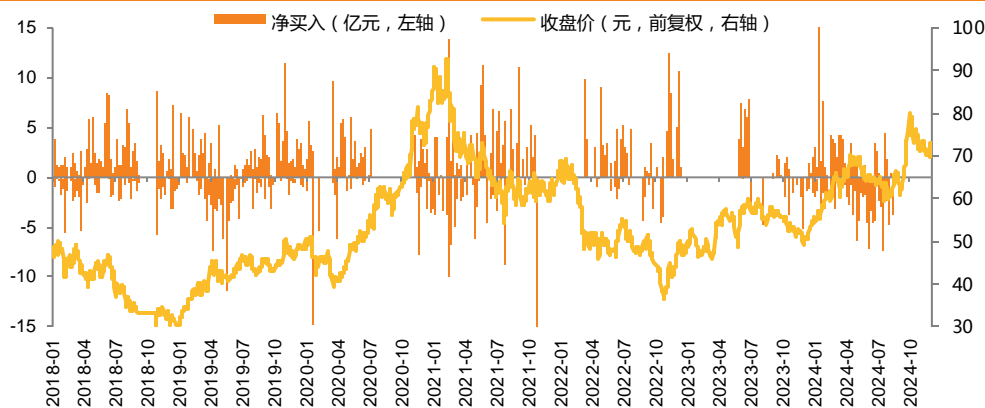
3. 周度资金流向

图 17：格力电器北上净买入



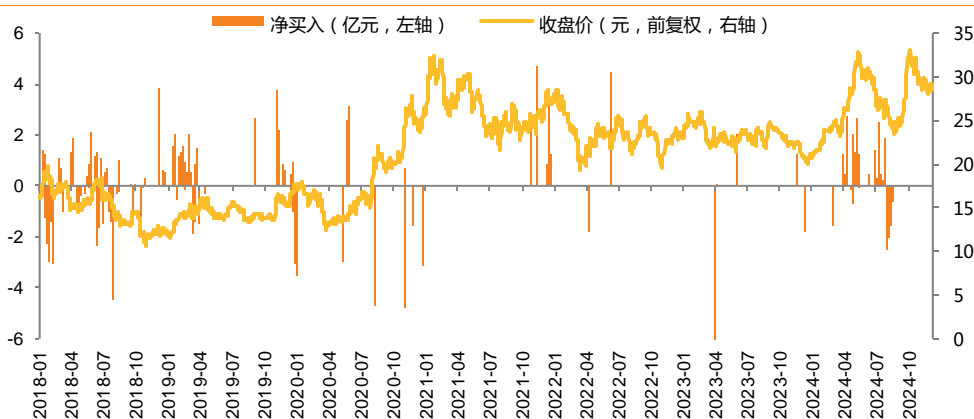
资料来源：Wind，天风证券研究所

图 18: 美的集团北上净买入



资料来源: Wind, 天风证券研究所

图 19: 海尔智家北上净买入

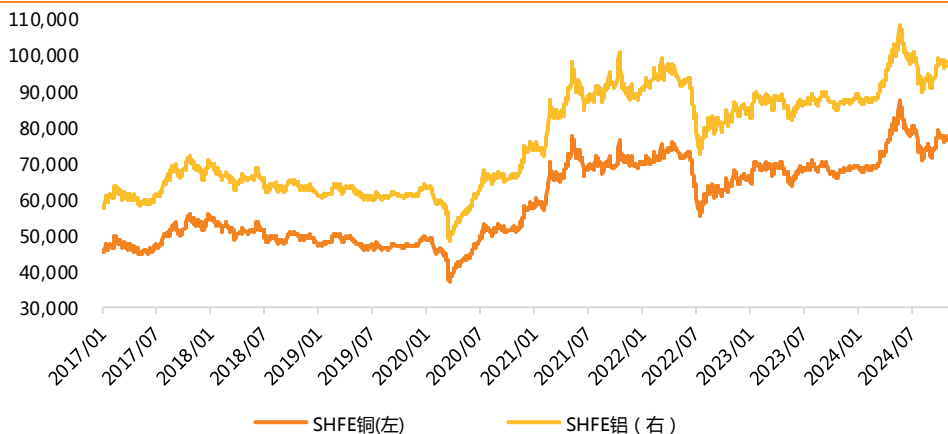


资料来源: Wind, 天风证券研究所

4. 原材料价格走势

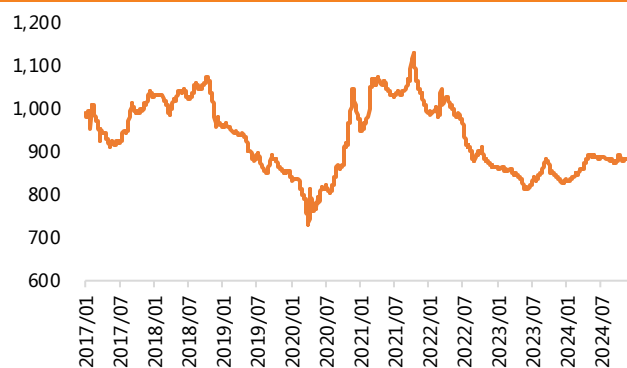
2024 年 12 月 6 日, 期货阴极铜收盘价为 74730 元/吨, 相较于上周+1.1%, 今年以来+7.94%; 期货铝收盘价为 20305 元/吨, 相较于上周-0.51%, 今年以来+3.33%; 中国塑料城价格指数为 887.05, 相较于上周+0.43%, 今年以来+6.26%; 钢材综合价格指数为 97.44, 相较于上周价格+0.89%, 今年以来-13.69%。

图 20: 铜、铝价格走势 (元/吨)



资料来源: Wind, 天风证券研究所

图 21：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 22：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

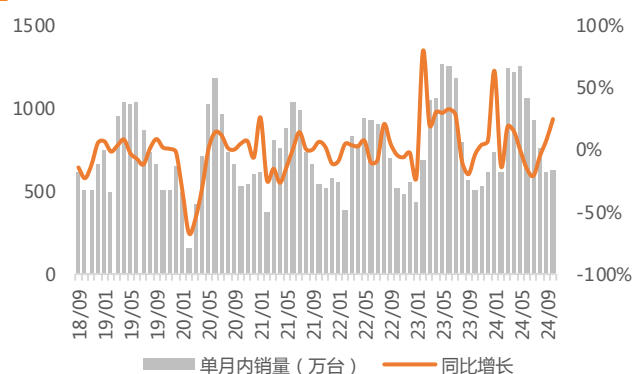
➢ 出货端：24M10 空调内外销增长环比改善

空调： 24M10 内/外销量同比+24.1%/+54.3%，24M1-M10 内/外销量同比+2.0%/+33.7%。

冰箱： 24M10 内/外销量同比+8.6%/+18.1%，24M1-M10 内/外销量同比+2.3%/+20.0%。

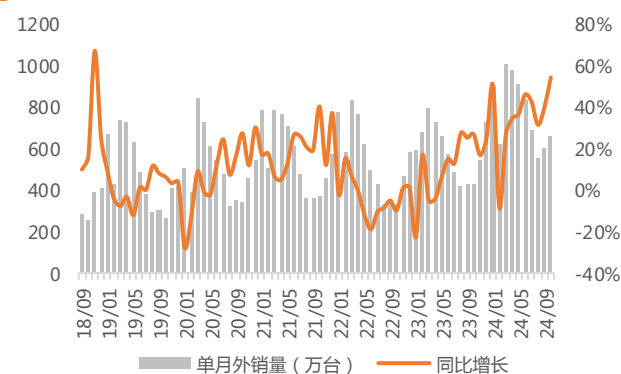
洗衣机： 24M10 内/外销量同比+17.4%/+17.8%，24M1-M10 内/外销量同比+5.8%/+17.7%。

图 23：出货端空调内销月零售量、同比增速



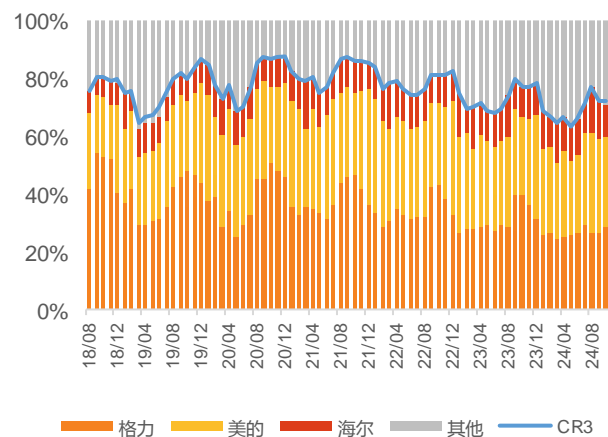
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 24：出货端空调外销月零售量、同比增速



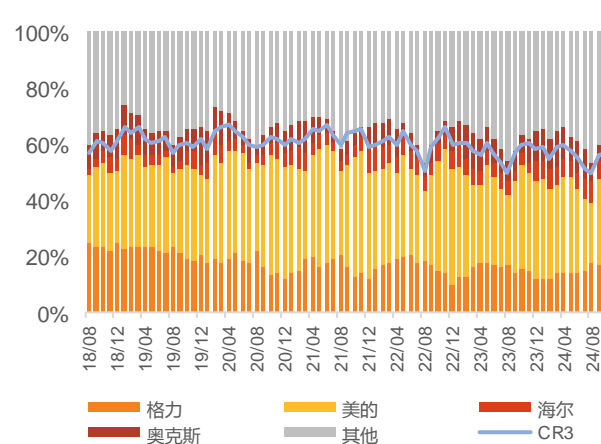
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 25：出货端空调内销分品牌市占率、CR3



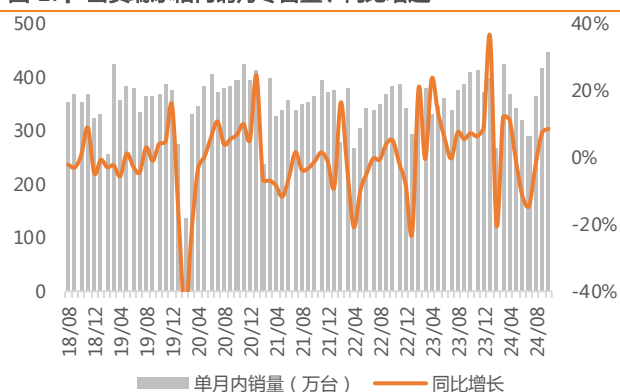
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 26：出货端空调外销分品牌市占率、CR3



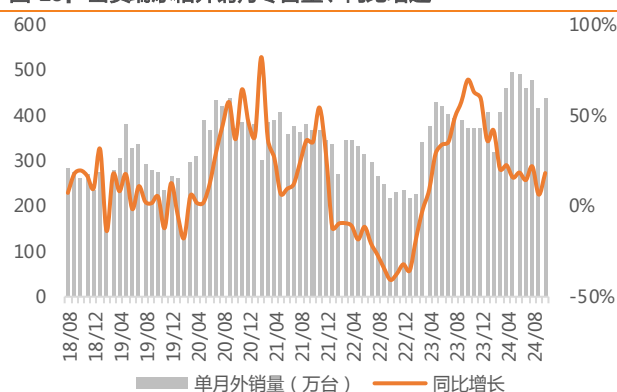
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 27：出货端冰箱内销月零售量、同比增速



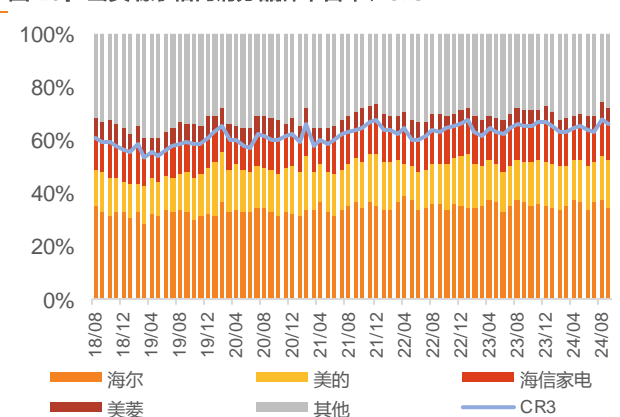
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 28：出货端冰箱外销月零售量、同比增速



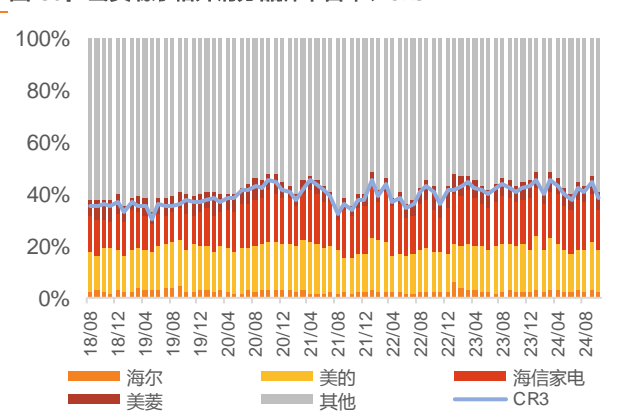
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 29：出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3



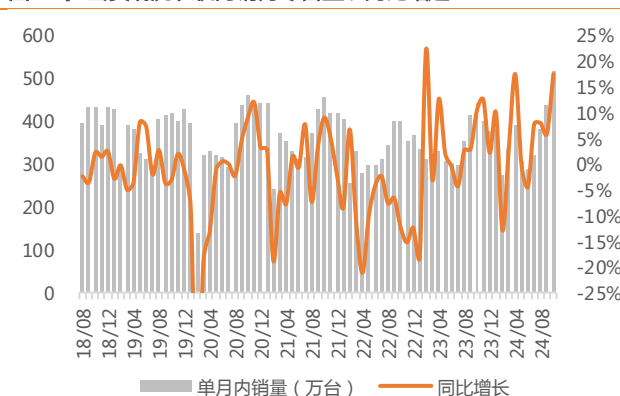
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 30：出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3



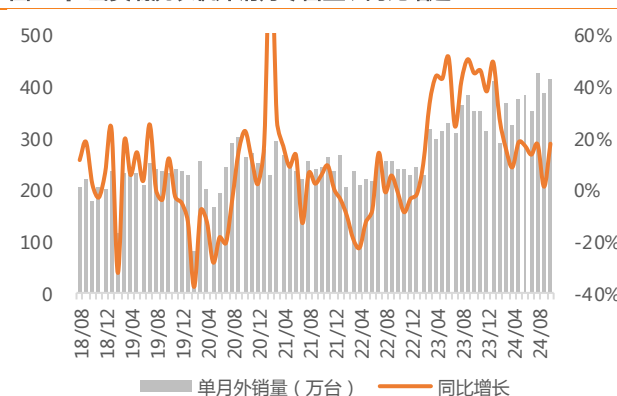
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 31：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



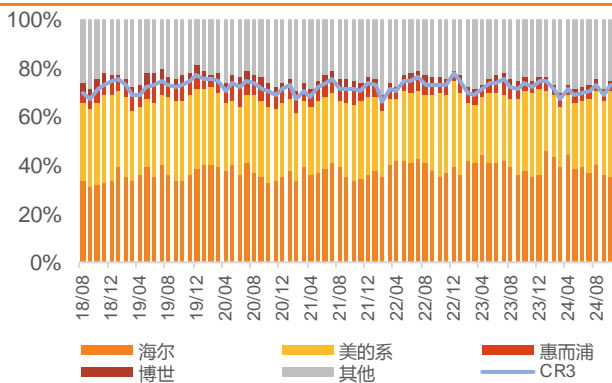
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 32：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



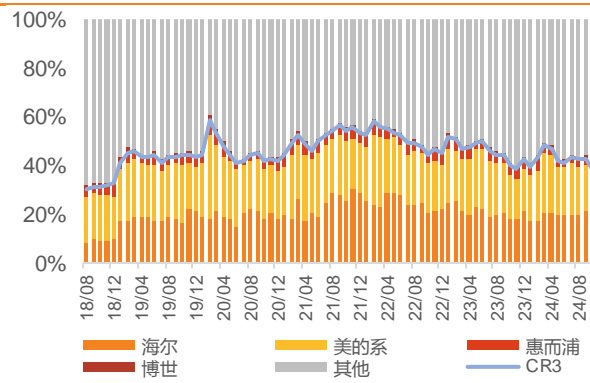
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 33：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 34：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

零售端：奥维数据跟踪

线上：大家电板块，24W1-W48 彩电/冰箱/空调/洗衣机销额分别同比+17%/+10%/+10%/+9%；生活电器板块，净化器、扫地机销额增速亮眼，年累分别同比+33%/+44%；厨小板块，养生壶/豆浆机/电炖锅年累销额分别同比为+22%/+20%/+11%，增速领先板块。

线下：受益于以旧换新政策拉动，空冰洗 24W1-W48 累计销额同比增速分别达到+10%/+15%/+18%；厨大电板块除集成灶品类外，线下零售额同比均实现增长；扫地机线下零售额同比+55%，继续领跑。

图 35：奥维周度数据

奥维云网（线上周度）								
品类	零售额累计增速		零售额单周增速					
	24W1-W48 (1/1-12/1)	24W48 (11/25-12/1)	24W47 (11/18-11/24)	24W46 (11/11-11/17)	24W45 (11/4-11/10)	24W44 (10/28-11/3)	24W43 (10/21-10/27)	
彩电	17%	70%	130%	401%	-33%	-31%	129%	
冰箱	10%	17%	32%	348%	-49%	-43%	107%	
空调	10%	70%	100%	286%	-33%	-2%	64%	
冰柜	-6%	-23%	-7%	84%	-44%	-39%	74%	
洗衣机	9%	44%	41%	167%	-42%	-43%	99%	
油烟机	9%	11%	26%	262%	-40%	-36%	66%	
燃气灶	14%	18%	42%	217%	-29%	-34%	72%	
洗碗机	18%	78%	118%	581%	-22%	-46%	316%	
集成灶	-40%	-17%	58%	215%	-75%	-83%	1%	
电热水器	-14%	-7%	-9%	87%	-67%	-57%	-7%	
净化器	33%	27%	66%	278%	-21%	-40%	301%	
净水器	8%	37%	67%	409%	-33%	-41%	154%	
扫地机器人	44%	114%	73%	792%	1%	-42%	583%	
空气炸锅	-22%	5%	-2%	73%	-25%	-29%	111%	
电饭煲	-1%	5%	-1%	69%	-32%	-32%	111%	
电压力锅	-2%	7%	-1%	86%	-28%	-19%	74%	
电磁炉	-8%	14%	-16%	28%	-39%	-38%	23%	
电水壶	-1%	2%	13%	29%	-14%	-6%	109%	
养生壶	22%	7%	2%	58%	21%	15%	158%	
豆浆机	20%	8%	18%	69%	-3%	-7%	162%	
破壁机	-5%	8%	5%	94%	-30%	-29.3%	171%	
搅拌机	9%	6%	18%	66%	-1%	8%	155%	
榨汁机	9%	8%	28%	134%	5%	-15%	156%	
电蒸锅	9%	9%	2%	95%	-14%	-11%	256%	
电炖锅	11%	5%	-5%	49%	-23%	-10%	64%	
煎烤机	-2%	-15%	-17%	34%	-45%	-39%	75%	

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-W48 (1/1-12/1)	24W48 (11/25-12/1)	24W47 (11/18-11/24)	24W46 (11/11-11/17)	24W45 (11/4-11/10)	24W44 (10/28-11/3)	24W43 (10/21-10/27)	
彩电	16%	154%	48%	267%	11%	65%	87%	
冰箱	15%	153%	49%	305%	12%	68%	104%	
空调	10%	222%	85%	353%	33%	123%	99%	
冰柜	-7%	25%	14%	71%	-4%	10%	37%	
洗衣机	18%	157%	44%	280%	13%	72%	103%	
油烟机	28%	175%	67%	349%	36%	106%	109%	
燃气灶	26%	176%	63%	294%	35%	108%	105%	
洗碗机	22%	63%	58%	378%	1%	54%	118%	
集成灶	-2%	95%	34%	170%	-34%	69%	16%	
电热水器	7%	133%	27%	187%	15%	58%	98%	
净化器	-11%	26%	28%	74%	-19%	37%	11%	
净水器	17%	144%	44%	421%	27%	91%	110%	
扫地机器人	55%	264%	199%	512%	54%	139%	145%	
电饭煲	-7%	21%	-4%	42%	-11%	15%	12%	
破壁机	-17%	28%	-2%	54%	-25%	-6%	-2%	

资料来源：奥维云网，天风证券研究所

6. 行业新闻

● 12月9日

商务部：全国家电以旧换新销售额突破两千亿元

商务部全国家电以旧换新数据平台显示，截至12月6日24时，2963.8万名消费者购买8大类家电产品4585万台，带动销售2019.7亿元，其中一级能效产品销售额占比超过90%。

商务部数据显示，全国家电以旧换新销售额突破1000亿元用了79天，从1000亿元到2000亿元仅用40天，更新消费潜力加速释放。

京东淘宝2024年双12活动规则揭晓：满300减40，12月7日预热开启

京东和淘宝两大电商平台已经正式公布了2024年双十二的活动规则，为消费者带来新一轮的购物盛宴。

淘宝的活动将分为预热期和正式活动两个阶段。预热期从12月7日0点开始，一直持续到12月9日19点59分59秒；正式活动则从12月9日20点启动，至12月12日23点59分59秒结束。淘宝双十二特别设立了“跨店满减”及“官方立减”两种优惠方式，生效时间为12月9日20点至12月12日24点。其中，跨店满减档位为“每满300元减40元”，适用于约定类目范围内的所有商品。此外，消费者还可以通过搜索特定口令“红包到手8811”领取红包，红包领取时间为12月8日至12月12日，口令搜索的红包大小与搜索的口令相关，可以每天去领取。

京东双十二的活动也将分为预热期和正式期。预热期从12月7日0点开始，至12月9日19点59分结束；正式期则从12月9日20点开始，至12月12日23点59分结束。京东双十二的主要活动玩法同样为跨店满减，满300元即可减40元，全品类商家均可参与，活动费用由商家全额承担。京东平台将鼓励商家以全店商品形式报名，并为跨店满减商品提供流量支持。

7. 公司公告

● 11月29日

亿田智能:关于全资子公司签订日常经营重大合同的公告

浙江亿田智能厨电股份有限公司全资子公司甘肃亿算于2024年11月28日与无问芯穹在上海签署了《算力服务项目合同》，甘肃亿算向无问芯穹提供算力服务项目及相关配套设施，合同服务期为五年，合同金额为人民币1.13亿元（含税）。为助力全国一体化算力网络国家枢纽（甘肃）节点庆阳数据中心集群建设，做大做强“东数西算”规模，加快推动庆阳大数据产业发展，本合同的签署将有助于加快公司及全资子公司甘肃亿算在AI算力业务的布局，步入数字能源算力融合新赛道，有助于进一步扩大公司相关业务拓展，增强公司竞争力，获取更大规模的市场收益。

● 12月4日

浙江美大:关于董事兼常务副总经理辞职的公告

浙江美大实业股份有限公司董事会于近日收到董事兼常务副总经理钟传良先生递交的书面辞职报告，因身体原因申请辞去公司第五届董事会董事、常务副总经理及董事会薪酬

与考核委员会委员职务。辞职后，钟传良先生将不在公司及控股子公司担任其他职务。

8. 投资建议

商务部全国家电以旧换新平台数据显示，截止 12 月 6 日，有 2964 万消费者参与家电以旧换新，带动销售额超过 2000 亿元，一级能效占比超过 90%。我们认为，如果按此前 1:5 左右补贴销售带动比例，预计家电补贴额度已近 400 亿，符合我们此前判断，消费补贴为 1500 亿总池调配而非各方向有固定分配额度。同时，近期湖北省开启 25 年以旧换新商户报名，江苏省商务厅在本周宣布开启 2024 “苏新消费·暖冬购物季”时（活动至明年 2 月），也明确包含以旧换新国补。**标的方面，推荐：**

- 1) 大家电：如【格力电器】/【美的集团】/【海尔智家】/【海信家电】；
- 2) 小家电：如【科沃斯】/【极米科技】/【小熊电器】等；
- 3) 厨大电：如【华帝股份】/【老板电器】；
- 4) 黑电：如【TCL 电子】/【海信视像】；
- 5) 其他家电：如【盾安环境】(与机械组联合覆盖)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 邮箱：research@tfzq.com	电话：(8621)-65055515 传真：(8621)-61069806 邮箱：research@tfzq.com	电话：(86755)-23915663 传真：(86755)-82571995 邮箱：research@tfzq.com