

淘系平台成交额同比-4%，厨电保持高韧性

——7月家用电器电商数据跟踪专题

行业核心观点：

2020年7月，淘系平台家用电器行业（含厨房电器、生活电器、大家电）成交额为124亿元，同比-4%，环比-50%，销量3997万件，同比+5%，环比-30%。6月大促后家用电器行业成交额普遍回落，细分板块来看，厨房电器韧性更强，大家电回落幅度最大。

短期来看，国内疫情趋于稳定，居民消费水平恢复叠加房屋竣工面积回暖，需求显著改善，家电市场复苏态势不断向好。长期来看，消费理念转型叠加健康观念提升推升具有健康特性、物联网功能的智能家电需求，白电、厨电中高端升级预期较明显，小家电渗透率提升。人口流动性提高、城镇化推动家电产品量增，直播带货渠道加速库存商品流转。

白电方面：国内大循环新格局下，下半年内需提振，业绩修复较大的龙头企业确定性较强。**厨电方面：**房产下半年竣工提速，有望带动其产业链后端的厨电需求，销售回暖正逐渐兑现。**小家电方面：**渠道变革催生直播营销新常态，扫地机器人等新型智能产品不断获认可。**建议关注白电、厨电、小家电中行业龙头。**

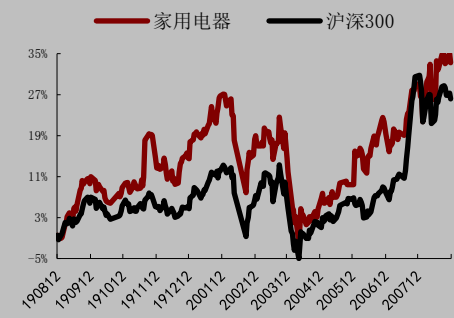
投资要点：

- **行业数据跟踪：**2020年7月，厨房电器成交额为40亿元，同比+16%，环比-36%，销量1962万件，同比+8%，环比-25%；生活电器成交额为24亿元，同比+3%，环比-44%，销量1167万件，同比+4%，环比-36%；大家电成交额为60亿元，同比-16%，环比-57%，销量868万件，同比+1%，环比-33%。
- **细分板块来看：**1) **生活电器：**干衣机同比+121%，扫地机器人同比+25%，表现亮眼；2) **厨房电器：**电热类成交额同比涨幅居前，主要品类降价明显；3) **大家电：**热水器成交额同比+22%，涨幅最大，空调同比-40%，成交额大幅萎缩；总体上细分板块本月线上促销力度延续。
- **重点品牌天猫官方旗舰店数据跟踪：**7月，我们跟踪的18个重点品牌天猫旗舰店，11个品牌实现销售额同比正增长。摩飞、苏泊尔同比+141%、+111%，涨幅居前；小熊厨电、华帝成交额同比-43%、-36%，持续低迷。
- **风险因素：**海内外疫情仍难确定，需求前景不明、疫情带来收入下滑，家电以旧换新成效存疑、原材料价格上涨，带来利润压缩。

强于大市（维持）

日期：2020年08月12日

家用电器行业相对沪深300指数表



数据来源：WIND，万联证券研究所

数据截止日期：2020年08月11日

相关研究

万联证券研究所 20200810_行业周观点_AAA_家用电器行业周观点报告

万联证券研究所 20200803_行业周观点_AAA_家用电器行业周观点报告

万联证券研究所 20200727_行业周观点_AAA_家用电器行业周观点报告

分析师：陈雯

执业证书编号：S0270519060001

电话：18665372087

邮箱：chenwen@wlzq.com.cn

研究助理：李滢

电话：15521202580

邮箱：liying1@wlzq.com.cn

研究助理：王鹏

电话：15919158497

邮箱：wangpeng1@wlzq.com.cn

每日免费获取报告

- 1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；
- 2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；
- 3、每周分享**经济学人**
- 4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码

关注公众号

回复：**研究报告**

加入“起点财经”微信群。。



目录

1、家用电器行业数据跟踪	5
1.1 生活电器：干衣机同比+121%,扫地机器人同比+35%	8
1.2 厨房电器：电热类成交额同比涨幅居前	9
1.3 大家电：热水器涨幅最大，线上促销力度延续	11
2、重点跟品牌旗舰店数据追踪	13
3、投资建议	17
4、风险提示	18
 图表 1：家电行业淘系平台 7 月主要行业数据	5
图表 2：淘系平台家用电器 7 月销量（万件）及同比增速	5
图表 3：淘系平台家用电器 7 月单件均价（元）及同比增速	5
图表 4：淘系平台家用电器 7 月成交额（亿元）及同比增速	6
图表 5：淘系平台厨房电器近期成交额及环比增速	6
图表 6：淘系平台厨房电器近期销量及环比增速	6
图表 7：淘系平台生活电器近期成交额及环比增速	6
图表 8：淘系平台生活电器近期销量及环比增速	6
图表 9：淘系平台大家电近期成交额及环比增速	7
图表 10：淘系平台大家电近期销量及环比增速	7
图表 11：主要跟踪二级板块以及子品类 7 月成交额（亿元）和销量（万件）	7
图表 12：淘系平台生活电器重点品类 7 月成交额（亿元）及同比增速	8
图表 13：淘系平台生活电器重点品类 7 月销量（万件）及同比增速	8
图表 14：淘系平台生活电器重点品类 7 月成交单件均价同比增速	9
图表 15：淘系平台生活电器重点品类 7 月成交单件均价环比增速	9
图表 16：主要跟踪的生活电器品类 7 月的新品数和关注程度	9

图表 17: 淘系平台厨房电器重点品类 7 月成交额 (亿元) 及同比增速.....	10
图表 18: 淘系平台厨房电器重点品类 7 月销量 (万件) 及同比增速.....	10
图表 19: 淘系平台厨房电器重点品类 7 月成交单件均价同比增速.....	10
图表 20: 淘系平台厨房电器重点品类 7 月成交单件均价环比增速.....	10
图表 21: 主要跟踪的厨房电器品类 7 月的新品数和关注程度.....	11
图表 22: 淘系平台大家电重点品类 7 月成交额 (亿元) 及同比增速.....	11
图表 23: 淘系平台大家电重点品类 7 月销量 (万件) 及同比增速.....	11
图表 24: 淘系平台大家电重点品类 7 月成交单件均价同比增速.....	12
图表 25: 淘系平台大家电重点品类 7 月成交单件均价环比增速.....	12
图表 26: 主要跟踪的大家电品类 7 月的新品数和关注程度.....	12
图表 27: 主要跟踪品牌天猫旗舰店 7 月的销售额 (亿元) 和销量 (万件)	13
图表 28: 7 月苏泊尔官方旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 29: 7 月惠而浦官方旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 30: 7 月九阳官方旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 31: 7 月九阳厨房电器旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 32: 7 月小熊厨房电器旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 33: 7 月摩飞电器旗舰店分品类成交额占比.....	14
图表 34: 7 月老板电器官方旗舰店分品类成交额占比.....	15
图表 35: 7 月美大官方旗舰店分品类成交额占比.....	15
图表 36: 7 月方太官方旗舰店分品类成交额占比.....	15
图表 37: 7 月华帝官方旗舰店分品类成交额占比.....	15
图表 38: 7 月万和官方旗舰店分品类成交额占比.....	15

图表 39：7 月美的天猫旗舰店分品类成交额占比	16
图表 40：7 月 GREE 格力官方旗舰店分品类成交额占比	16
图表 41：7 月海信冰洗官方旗舰店分品类成交额占比	16
图表 42：7 月海尔官方旗舰店分品类成交额占比	16
图表 43：7 月海信官方旗舰店分品类成交额占比	17

万联证券

1、家用电器行业数据跟踪

2020年7月，淘系平台家用电器行业（含厨房电器、生活电器、大家电）成交额为124亿元，同比-4%，环比-50%，销量3997万件，同比+5%，环比-30%。其中，厨房电器成交额为40亿元，同比+16%，环比-36%，销量1962万件，同比+8%，环比-25%；生活电器成交额为24亿元，同比+3%，环比-44%，销量1167万件，同比+4%，环比-36%；大家电成交额为60亿元，同比-16%，环比-57%，销量868万件，同比+1%，环比-33%。

6月大促后家用电器行业成交额普遍回落，细分板块来看，厨房电器韧性更强，大家电回落幅度最大。全行业淘系平台成交额同比下降5亿元，其中大家电同比减少12亿元，是本轮成交额回落的驱动板块，生活电器同比增长1亿元，厨房电器同比增长6亿元，需求持续释放下韧性更强。销量来看，3个板块均有不同程度上涨，其中厨电同比+8%涨幅居前。

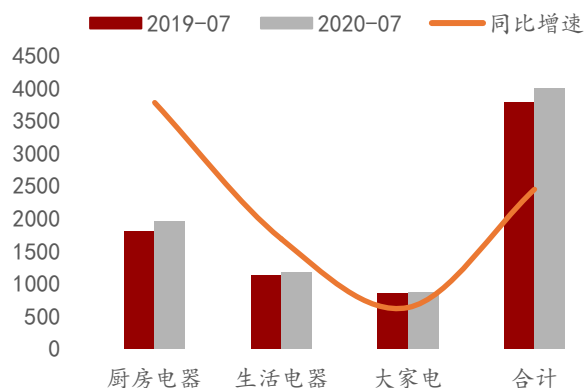
图表1：家电行业淘系平台7月主要行业数据

二级板块	成交额 (亿元)	同比增速	环比增速	销量 (万件)	同比增速	环比增速	单价 (元)	同比增速	环比增速
厨房电器	40	16%	-36%	1962	8%	-25%	202	7%	-15%
生活电器	24	3%	-44%	1167	4%	-36%	203	-1%	-13%
大家电	60	-16%	-57%	868	1%	-33%	696	-17%	-36%
合计	124	-4%	-50%	3997	5%	-30%	310	-9%	-28%

资料来源：淘系平台、万联证券研究所

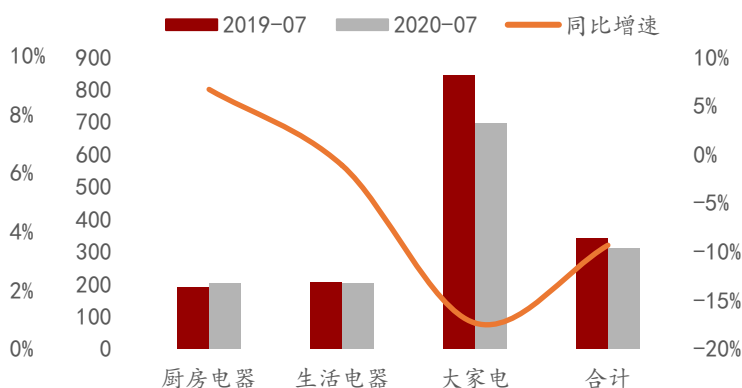
7月行业成交额同比小幅度回落，主要系量升价降导致。价格方面，厨房电器客单价同比+6.7%，生活电器同比-1.1%，大家电同比-17.4%，为本次价格下降驱动因素。销量方面，3个板块均有不同幅度上涨，其中生活电器和家电小幅上涨，厨房电器同比+8%涨幅最大，成为唯一量价齐升板块。整体上家电行业成交单件均价同比-9%，销量同比+5%，价格下降幅度略大于销量上涨幅度，致成交额较去年同期出现略微降幅。

图表2：淘系平台家用电器7月销量（万件）及同比增速



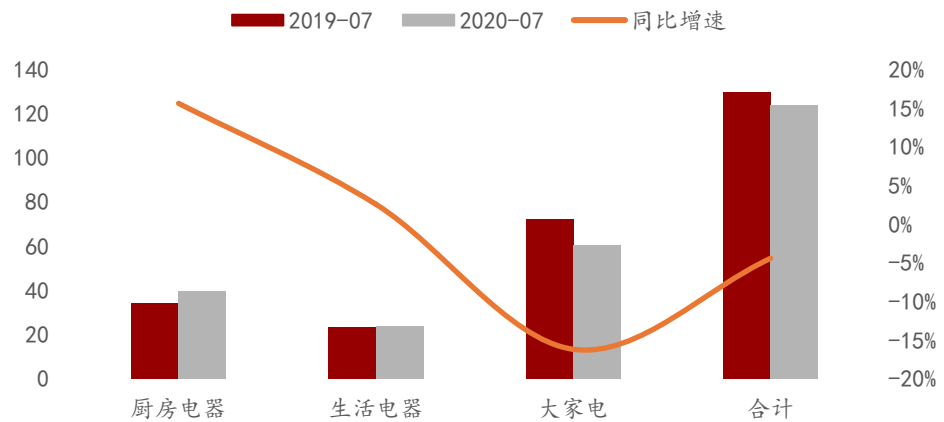
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表3：淘系平台家用电器7月单件均价（元）及同比增速



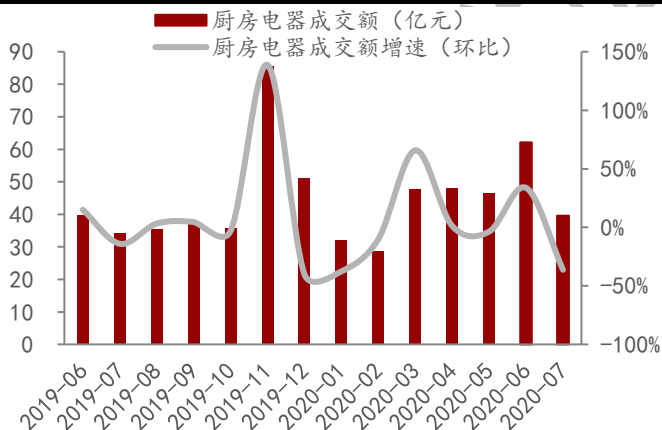
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表4：淘系平台家用电器7月成交额（亿元）及同比增速



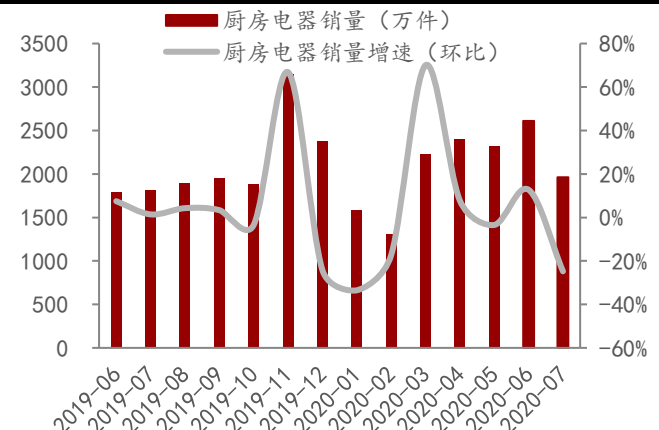
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表5：淘系平台厨房电器近期成交额及环比增速



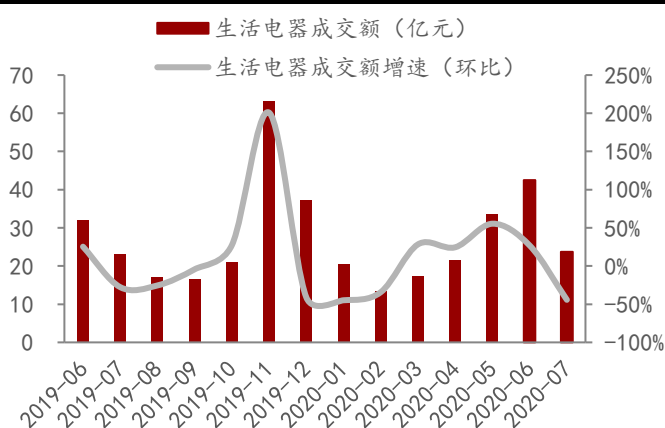
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表6：淘系平台厨房电器近期销量及环比增速



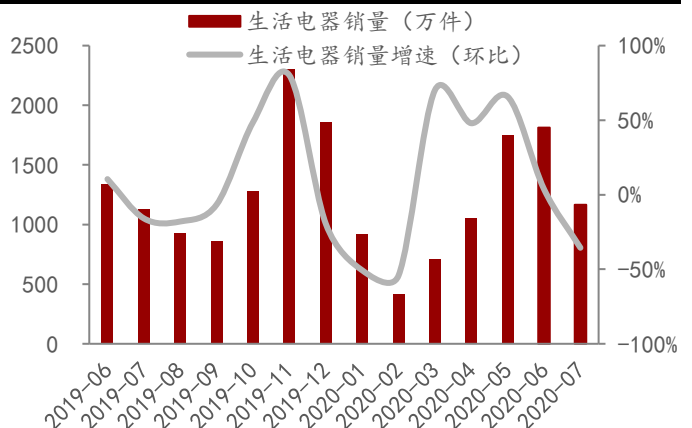
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表7：淘系平台生活电器近期成交额及环比增速



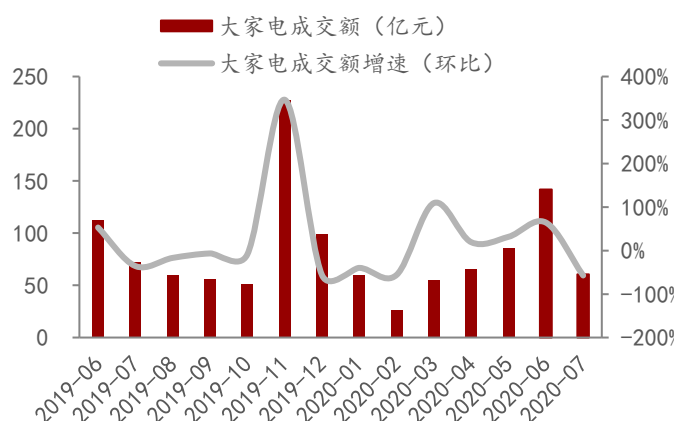
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表8：淘系平台生活电器近期销量及环比增速



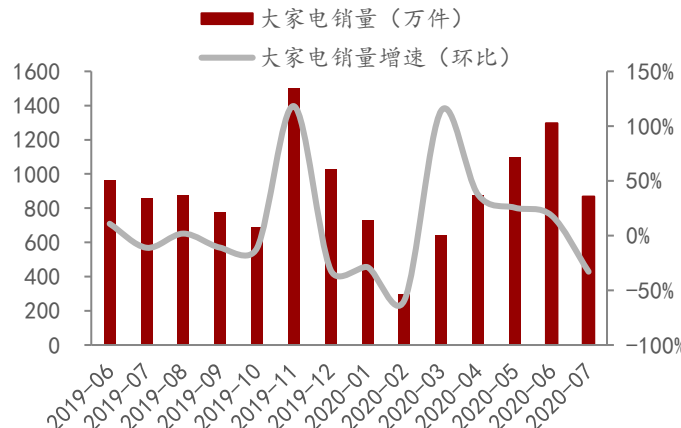
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表9：淘系平台大家电近期成交额及环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表10：淘系平台大家电近期销量及环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

7月，我们重点跟踪的27个二级板块（含生活电器7个品类、厨房电器15个品类、大家电5个品类）淘系平台实现成交额合计73亿元，占全平台家用电器行业的59%，销量合计1686万件，占全平台家用电器行业的42%。细分来看，厨房电器中电热类电器、生活电器中干衣机和扫地机器人等品类成交额涨幅居前；大家电中热水器表现亮眼，空调成交额大幅萎缩。

图表11：主要跟踪二级板块以及子品类7月成交额（亿元）和销量（万件）

分类	品类	成交额 (亿元)	成交额增速 (同比)	成交额增速 (环比)	销量 (万件)	销量增速 (同比)	销量增速 (环比)
厨房电器	微波炉	1.71	127%	-11%	38	142%	12%
	电烤炉	0.06	54%	-44%	2	63%	-49%
	电蒸锅	0.21	52%	-34%	9	74%	-22%
	电烤箱	1.21	43%	-51%	29	30%	-48%
	电热/火锅	1.10	30%	-15%	123	21%	-15%
	豆浆机	0.85	18%	-31%	27	60%	-23%
	净水器	3.75	16%	-66%	136	52%	-33%
	电饭煲	2.53	15%	-36%	141	20%	-26%
	电磁炉	1.11	14%	-23%	57	12%	-19%
	搅拌/料理机	0.40	12%	-41%	27	41%	-20%
	咖啡机	0.47	-3%	-52%	5	-22%	-47%
	电热水壶	1.77	-7%	-20%	186	0%	-15%
	电压力锅	0.82	-13%	-51%	27	-7%	-47%
	饮水机	0.53	-53%	-33%	26	-36%	-18%
	榨汁机	1.19	-72%	-45%	114	-67%	-44%
生活电器	干衣机	0.31	121%	-6%	12	125%	0%
	扫地机器人	3.14	35%	-39%	27	51%	-20%
	暖风机/取暖器	0.13	1%	-25%	5	175%	-4%
	吸尘器	2.07	0%	-63%	50	24%	-25%

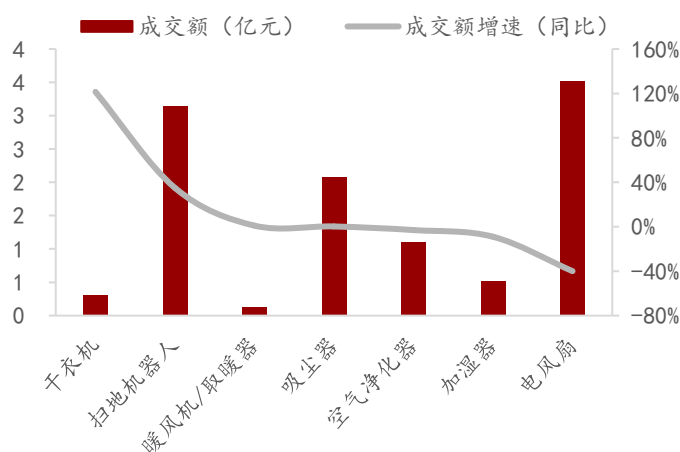
大家电	空气净化器	1.10	-3%	-48%	14	19%	-29%
	加湿器	0.52	-9%	-20%	43	-8%	-19%
	电风扇	3.52	-40%	-55%	276	-29%	-52%
	冰箱	9.23	-	-59%	71	-	-49%
	热水器	5.16	22%	-53%	67	31%	-35%
	洗衣机	6.61	1%	-59%	63	4%	-44%
	平板电视	7.71	0%	-53%	48	3%	-42%
	空调	16.06	-40%	-63%	61	-42%	-61%

资料来源：淘系平台、万联证券研究所

1.1 生活电器：干衣机同比+121%，扫地机器人同比+35%

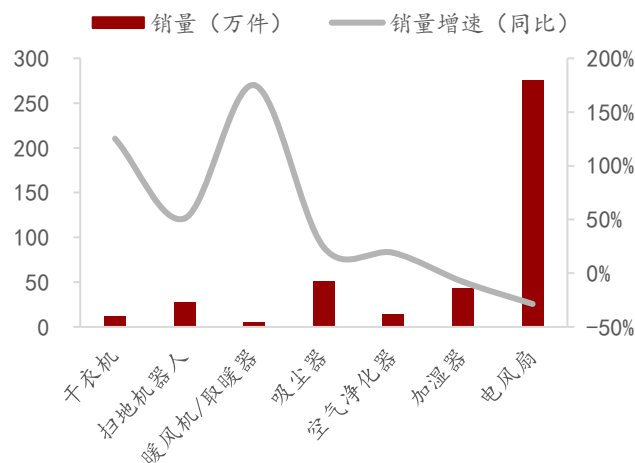
我们跟踪的7个生活电器的品类中，成交额同比增幅由高到低依次为干衣机(+121%)、扫地机器人(+35%)、暖风机/取暖器(+1%)、吸尘器(+0%)、空气净化器(-3%)、加湿器(-9%)和电风扇(-40%)。价格方面，各大品牌成交均价较6月环比增幅均为负，降价力度进一步加大。横向对比来看，7月各大品类成交单件均价有所下降，加湿器和干衣机价格变化较小，而扫地机器人、电风扇、空气净化器和吸尘器同比降幅在10%-20%之间，暖风机价格同比-63%。暖风机延续6月趋势，成交额和销量同比涨幅出现较大偏离，我们认为原因系疫情影响下暖风机错过销售旺季后商家大幅降价促销去库存。整体上除暖风机外其余品类销量同比增速和成交额同比增速较为相符，价格稳定下销量增长提升成交额。

图表12：淘系平台生活电器重点品类7月成交额（亿元）及同比增速



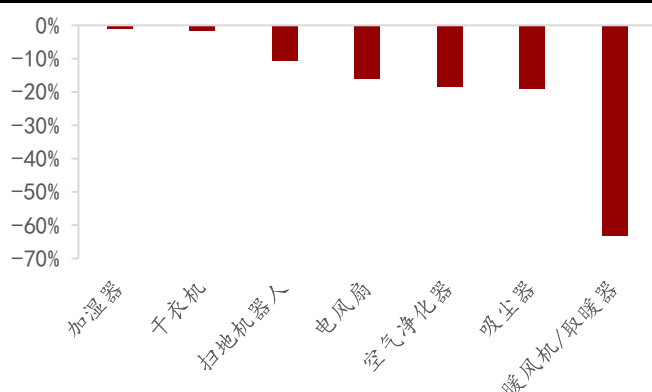
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表13：淘系平台生活电器重点品类7月销量（万件）及同比增速

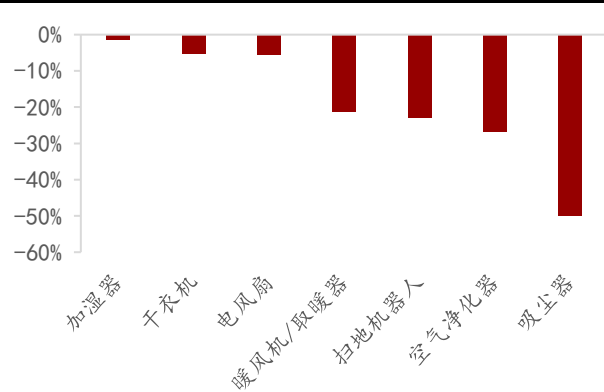


资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表14：淘系平台生活电器重点品类7月成交单件均价同比增速



图表15：淘系平台生活电器重点品类7月成交单件均价环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

资料来源：淘系平台、万联证券研究所

子品类分析：7月天猫官方旗舰店数据显示，销售旺季6月后，整体品类的关注度有所下降，7个品类中仅有吸尘器的收藏次数为环比正增长。其中关注度下滑较多的有暖风机/取暖器和干衣机，收藏次数分别为1421万次和624万次，较6月环比-12%和-7%。本月依旧是电风扇品类最受关注，收藏数达1755万次，但环比-4%，关注度有所下滑。单品方面，干衣机、扫地机器人和加湿器单品数环比涨幅为正，其中扫地机器人成为唯一的品牌数环比涨幅、店铺数环比涨幅和单品数环比涨幅为正的品类，其中品牌数环比+3%，店铺数环比+13%，单品数环比+10%，我们认为技术愈趋成熟的扫地机器人正获得消费者认可，各大商店和品牌加速布局线上渠道，未来销售可期。

图表16：主要跟踪的生活电器品类7月的新品数和关注程度

品类	品牌数 (个)	品牌数 环比增幅	店铺数 (个)	店铺数 环比增幅	单品数 (个)	单品数 环比增幅	收藏次数 (万次)	收藏次数 环比增幅
电风扇	530	-2.57%	2413	6.35%	10104	-3.79%	1755	-3.75%
吸尘器	206	-5.94%	1038	0.10%	4152	-2.28%	1698	0.47%
暖风机/取暖器	283	-6.00%	807	-6.00%	1758	-10.00%	1421	-12.00%
扫地机器人	156	2.63%	612	13.12%	2362	9.66%	1047	-4.06%
加湿器	327	-8.00%	1328	0.00%	3904	8.00%	1008	0.00%
干衣机	176	-2.76%	722	5.09%	1586	12.40%	624	-6.52%
空气净化器	284	3.00%	722	1.00%	1949	0.00%	542	-1.00%

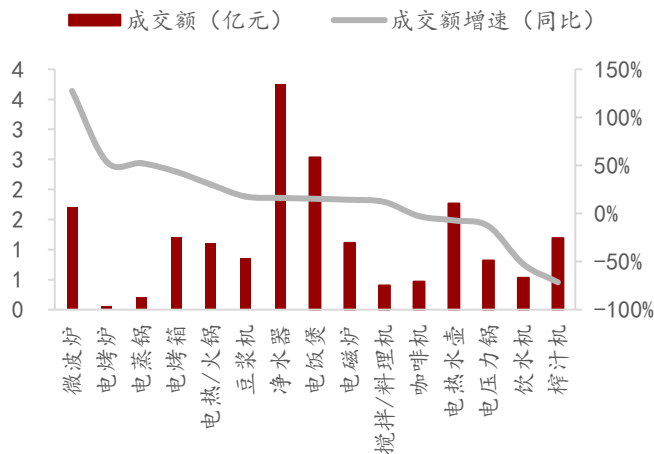
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

1.2 厨房电器：电热类成交额同比涨幅居前

7月，淘系平台厨房电器重点品类成交额为18亿元，同比-5%，销量为948万件，同比-10%。我们跟踪的15个厨房电器的品类中，成交额同比增幅前五名由高到低依次为微波炉(+127%)、电烤炉(+54%)、电蒸锅(+52%)、电烤箱(+43%)、电热/火锅(+30%)，出现较大降幅的榨汁机(-72%)和饮水机(-53%)。量价细分来看，我们跟踪的重点

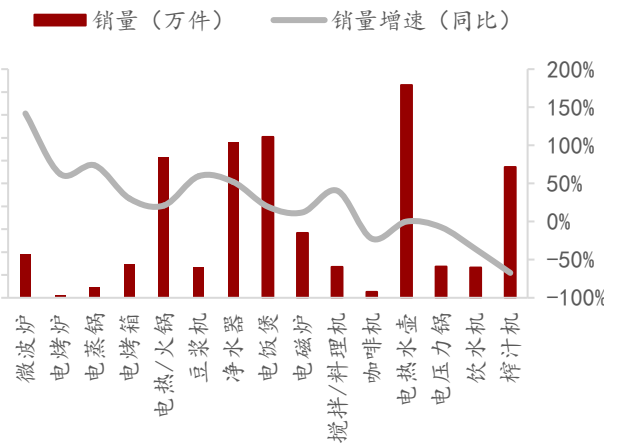
品类中大部分销量同比涨幅为正，仅有4个品类（咖啡机、电压力锅、饮水机和榨汁机）销量下滑，其中微波炉同比+142%，排行第一。价格方面，仅仅咖啡机、电烤箱和电热/火锅有所提价，其余品类成交均价同比增速为负。成交单价环比来看，除电烤炉外，厨电各品类单价均价较6月均有不同程度跌幅，即厨电类在电商节后继续延续低价促销策略，其中暖风机/取暖器、扫地机器人、空气净化器、吸尘器成交均价环比跌幅超过20%，分别为-21%、-23%、-27%、-50%。

图表17：淘系平台厨房电器重点品类7月成交额（亿元）及同比增速



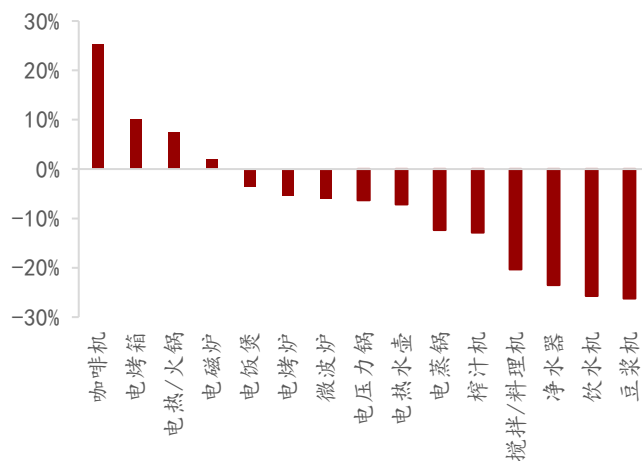
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表18：淘系平台厨房电器重点品类7月销量（万件）及同比增速



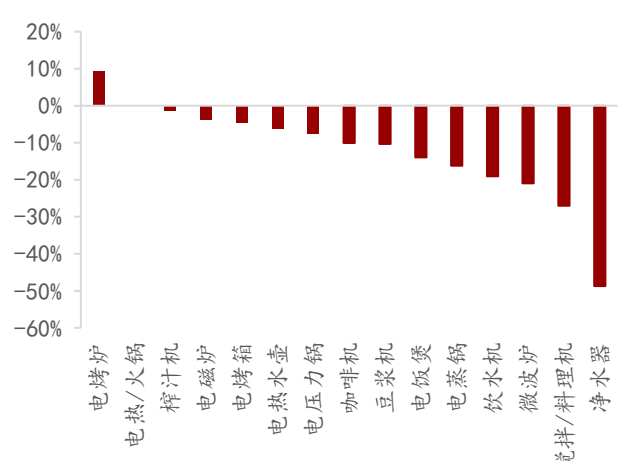
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表19：淘系平台厨房电器重点品类7月成交单件均价同比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表20：淘系平台厨房电器重点品类7月成交单件均价环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

子品类分析：7月天猫官方旗舰店数据显示，关注度方面，电热类最获消费者欢迎。电热/火锅收藏次数为4536万次，电饭煲收藏次数为3635万次，电热水壶为3275万次，

排行前三；电蒸锅收藏环比增幅达5.55%，增幅排行第一。单品数量方面，饮水机和电热/火锅单品数环比+9.20%和+4.11%，涨幅居前，而咖啡机和净水器环比-8.65%和-5.42%，跌幅较大，其余品类整体环比变化幅度不大。

图表21：主要跟踪的厨房电器品类7月的新品数和关注程度

品类	品牌数 (个)	品牌数环 比增幅	店铺数 (个)	店铺数环 比增幅	单品数 (个)	单品数环 比增幅	收藏次数 (万次)	收藏次数环 比增幅
电热/火锅	522	1.16%	2181	6.70%	7341	4.11%	4536	-3.12%
电饭煲	444	1.83%	1902	0.58%	9129	-0.97%	3635	1.99%
电热水壶	654	-1.95%	2372	0.21%	9692	-0.98%	3275	-0.60%
榨汁机	504	1.82%	1889	2.22%	4750	2.93%	2984	1.83%
净水器	760	-0.91%	1673	2.20%	13734	-5.42%	2481	0.37%
电烤箱	149	-8.02%	782	1.03%	2374	-2.59%	2055	-1.97%
电磁炉	330	2.48%	930	1.20%	3428	-0.58%	1353	2.31%
电压力锅	109	1.87%	624	0.65%	2624	-2.89%	1061	-4.48%
微波炉	27	-3.57%	204	-4.67%	1034	-0.96%	973	0.36%
豆浆机	161	2.55%	618	4.39%	1725	0.64%	931	3.50%
搅拌/料理机	273	5.41%	930	3.45%	2098	-1.41%	664	-2.53%
饮水机	187	-0.53%	737	12.01%	2244	9.20%	581	-1.49%
咖啡机	139	0.72%	417	-0.71%	1235	-8.65%	519	-0.80%
电蒸锅	146	-4.58%	548	2.05%	1168	3.36%	406	5.55%
电烤炉	82	2.50%	194	2.65%	318	3.58%	164	-2.62%

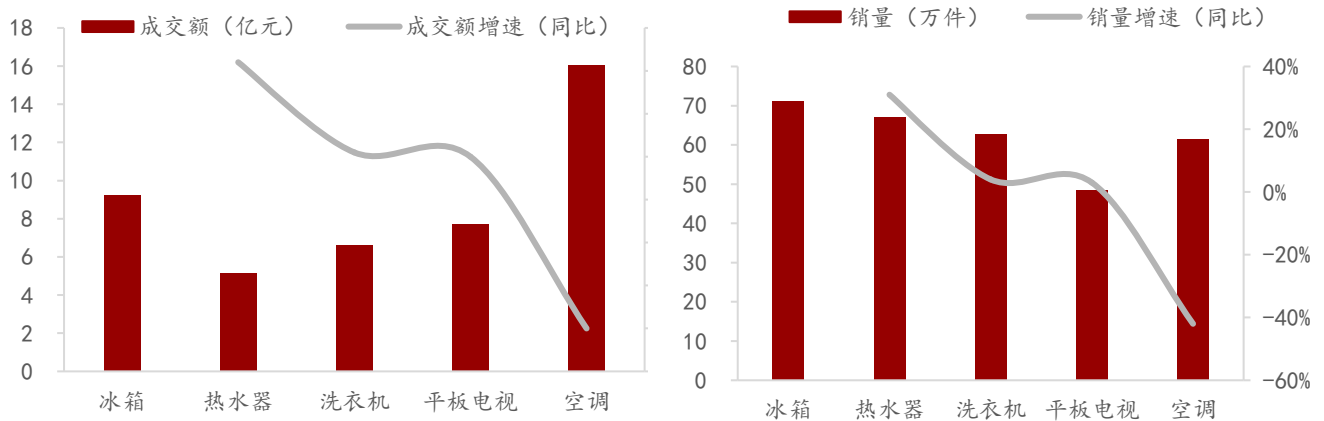
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

1.3 大家电：热水器涨幅最大，线上促销力度延续

7月，淘系平台大家电重点品类成交额为45亿元，销量为311万件。我们跟踪的5个大家电的品类，热水器、洗衣机、平板电视、空调实现成交额+22%、+1%、+0%、-40%，对应销量同比+31%、+4%、+3%、-42%。冰箱实现成交额9.23亿元，销量71万件。量价拆分来看，冰箱成交单件均价同比-36%，促销力度较大。除冰箱外其余3个重点品类成交单件均价变化相对较小。环比来看，4个品类单价均录得环比负增长，家电线上促销力度延续。

图表22：淘系平台大家电重点品类7月成交额（亿元）及同比增速

图表23：淘系平台大家电重点品类7月销量（万件）及同比增速

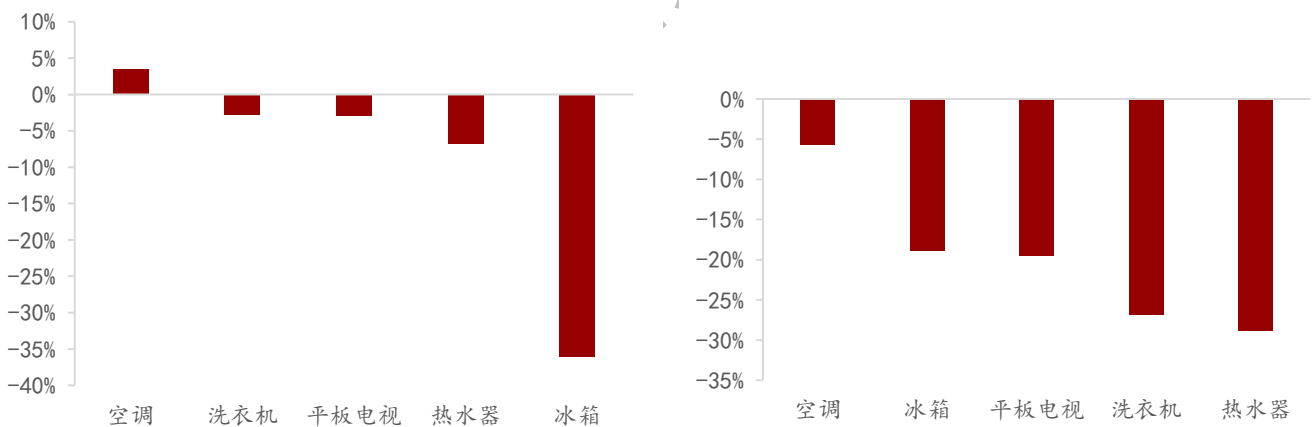


资料来源：淘系平台、万联证券研究所

资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表24：淘系平台大家电重点品类7月成交单件均价同比增速

图表25：淘系平台大家电重点品类7月成交单件均价环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

资料来源：淘系平台、万联证券研究所

子品类分析：7月天猫官方旗舰店数据显示，关注度方面，白电冰洗类依旧在大家电中受欢迎。洗衣机收藏次数达4078万次，冰箱收藏次数达3747万次，排行前二名。整体上5个品类收藏次数环比变化幅度不大。单品数方面，全部品类均为环比负增长，其中空调、热水器环比-8.00%和-6.00%，下滑较多。店铺数方面，整体各大品牌类变化幅度较小。品牌数方面，洗衣机品牌数环比+11%，

图表26：主要跟踪的大家电品类7月的新品数和关注程度

品类	品牌数 (个)	品牌数环 比增幅	店铺数 (个)	店铺数环 比增幅	单品数 (个)	单品数环 比增幅	收藏次数 (万次)	收藏次数环 比增幅
洗衣机	147	11.00%	752	2.00%	6089	-4.00%	4078	-3.00%
冰箱	159	3.25%	717	0.84%	6577	-5.64%	3747	1.75%
热水器	369	-2.00%	924	0.00%	7142	-6.00%	2982	0.00%
空调	84	4.00%	457	0.00%	5186	-8.00%	1810	-4.00%

平板电视 151 -6.00% 415 0.00% 5381 -5.00% 1795 -2.00%

资料来源：淘系平台、万联证券研究所

2、重点跟品牌旗舰店数据追踪

摩飞、苏泊尔同比涨幅居前，小熊厨电、华帝持续低迷。7月，我们跟踪的18个重点品牌天猫旗舰店，11个品牌实现销售额同比正增长。涨幅前五名的品牌分别是摩飞、苏泊尔、九阳官方、海信、创维，其销售额分别同比+141%、+111%、+63%、+49%、+38%。销售额同比降幅最大的5家店铺是小熊厨电（-43%）、华帝（-36%）、海尔（-27%）、惠而浦（-21%）和美的（-18%）。与6月相比，美大电器同比涨幅由负转正，表现较好。小熊厨电、华帝成交额同比连续录得负增长，持续低迷。

图表27：主要跟踪品牌天猫旗舰店7月的销售额（亿元）和销量（万件）

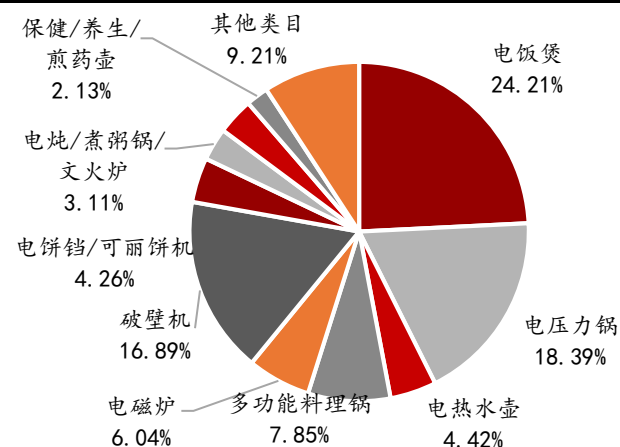
上市公司	品牌店铺名称	销售额（亿元）	销量（万件）	销售额增速（同比）	销量增速（同比）
新宝股份	摩飞电器旗舰店	0.20	4.39	141%	109%
苏泊尔	苏泊尔官方旗舰店	0.56	16.12	111%	89%
九阳股份	九阳官方旗舰店	0.69	25.35	63%	108%
海信家电	海信官方旗舰店	0.52	2.69	49%	40%
创维数字	创维官方旗舰店	0.39	1.75	38%	47%
浙江美大	美大电器旗舰店	0.05	455.00	36%	58%
海信家电	海信电视官方旗舰店	0.60	2.57	27%	40%
万和电气	vanward 万和官方旗舰店	0.29	1.69	24%	18%
老板电器	老板电器旗舰店	0.53	2.17	18%	-63%
-	方太官方旗舰店	0.65	1.87	14%	22%
九阳股份	九阳厨房电器旗舰店	0.46	17.45	1%	33%
格力电器	GREE 格力官方旗舰店	4.16	18.39	-7%	8%
海信视像	海信冰洗官方旗舰店	0.15	1.01	-9%	-17%
美的集团	美的官方旗舰店	4.29	71.26	-18%	-5%
惠而浦	惠而浦官方旗舰店	0.02	0.06	-21%	-27%
海尔电器	海尔官方旗舰店	3.98	21.18	-27%	-25%
华帝股份	华帝旗舰店	0.28	0.96	-36%	-23%
小熊电器	小熊厨房电器旗舰店	0.07	4.67	-43%	-39%

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

细分子品类来看，厨房电器方面，电热类产品成为多家旗舰店的主要来源。其中苏泊尔收入品类最高为电饭煲（24.21%）和电压力锅（18.39%），小熊厨电中最大收入来源为电热火锅（21.06%）。九阳和摩飞方面，旗下的料理机、榨汁机和破壁机较受欢迎。其中，摩飞主打品类多功能料理机占比下滑22pct，碎肉机和三明治机等小众品牌占比上升明显。九阳官方旗舰店最大收入来源破壁机占比下滑7pct，九阳厨电榨汁

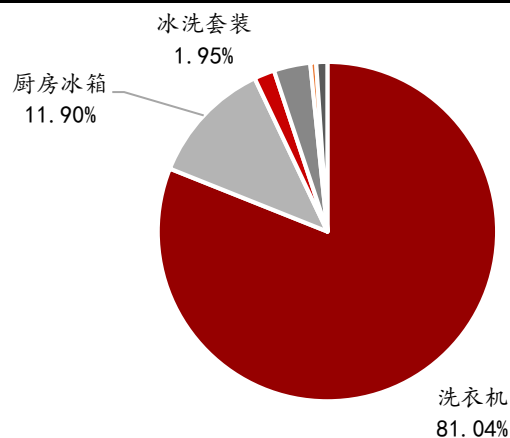
机占比较上月上涨5pct。大件厨电方面，美的旗舰店集成灶占比由6月的83.51%上涨到92.42%，集成灶销售向好助推店铺成交额边际改善。

图表28：7月苏泊尔官方旗舰店分品类成交额占比



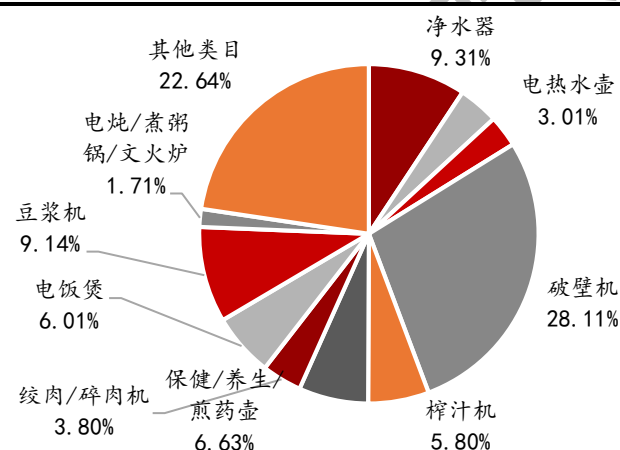
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表29：7月惠而浦官方旗舰店分品类成交额占比



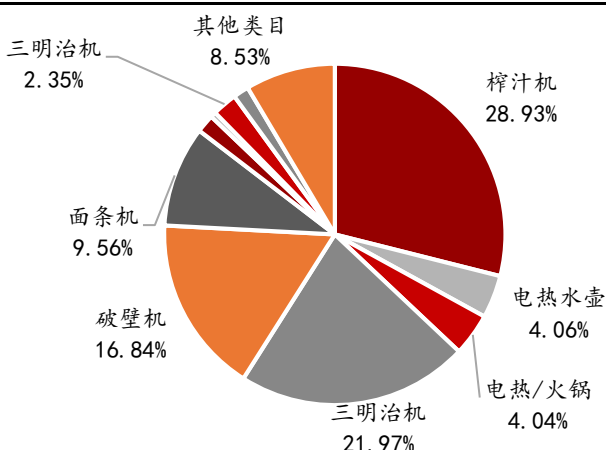
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表30：7月九阳官方旗舰店分品类成交额占比



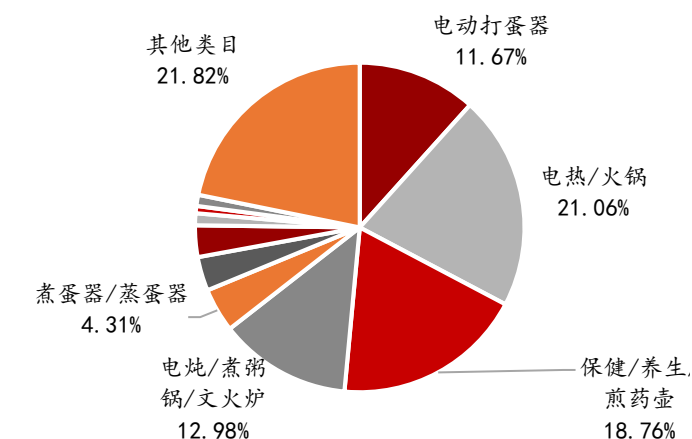
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表31：7月九阳厨房电器旗舰店分品类成交额占比

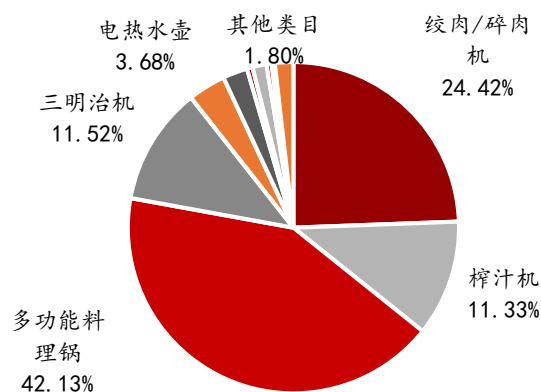


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表32：7月小熊厨房电器旗舰店分品类成交额占比



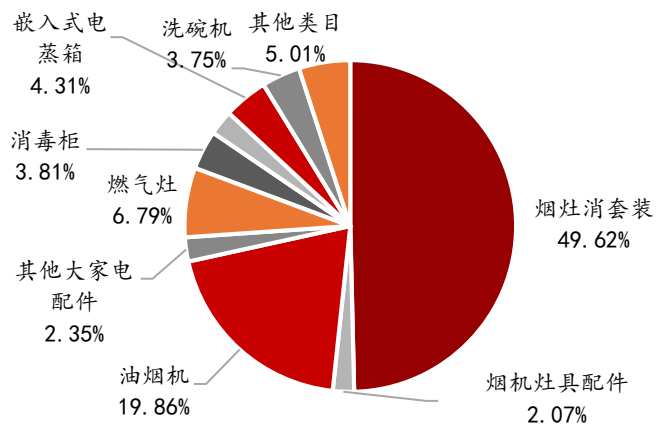
图表33：7月摩飞电器旗舰店分品类成交额占比



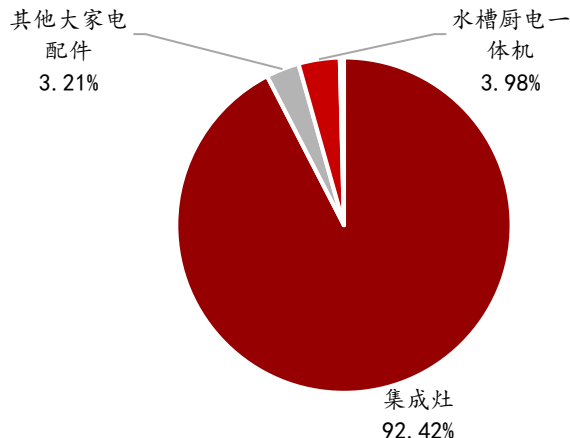
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表34：7月老板电器官方旗舰店分品类成交额占比



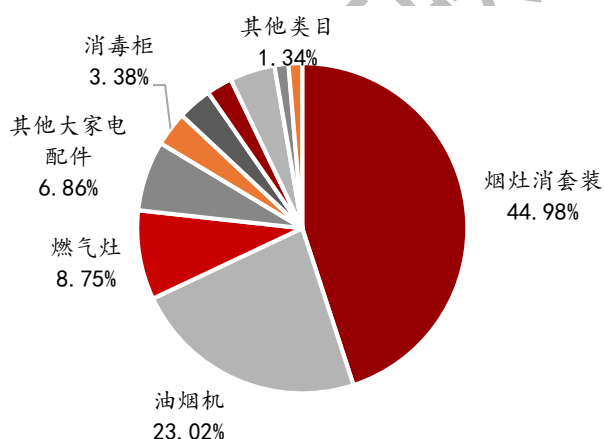
图表35：7月美大官方旗舰店分品类成交额占比



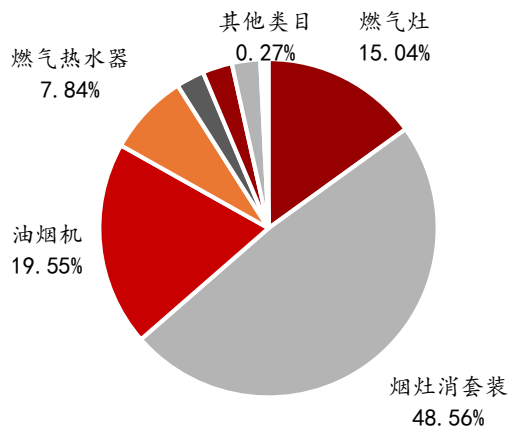
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表36：7月方太官方旗舰店分品类成交额占比



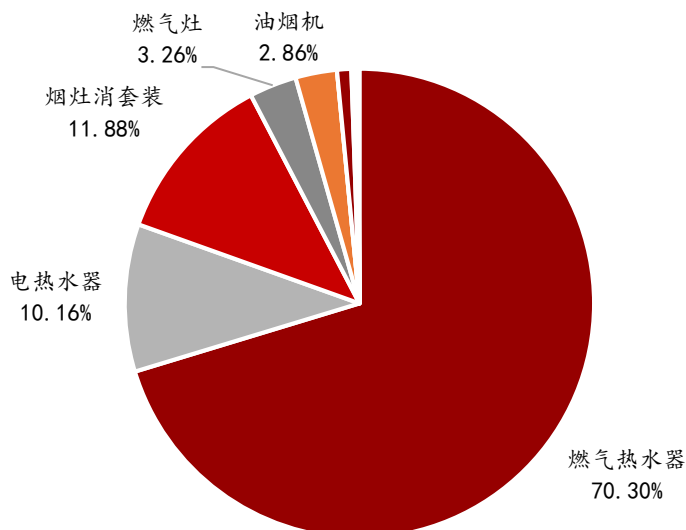
图表37：7月华帝官方旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

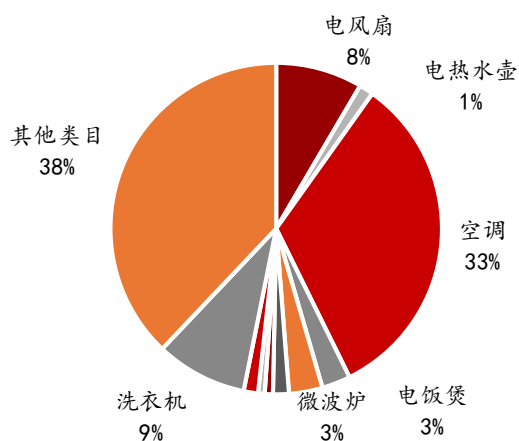
图表38：7月万和官方旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

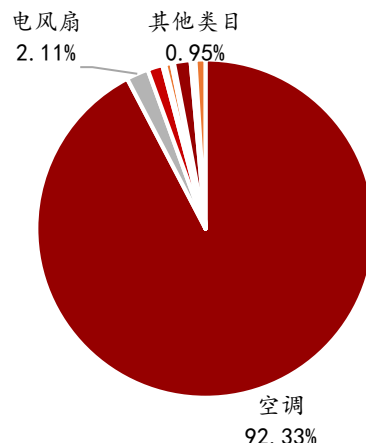
7月天猫官方旗舰店数据显示，大家电和生活电器方面，冰洗类依旧是多家旗舰店主要收入来源。格力、美的分品类成交额占比最大的产品皆为空调，分别占其对应店铺总成交额92.33%和33%，占比较6月有所下滑，分别下降1.11pct和4pct。海信冰洗和海尔官方旗舰店的主要收入来源为冰箱，分别占对应店铺总成交额的65.75%和31.98%，均较上月小幅增长。平板电视方面，海信旗舰店平板电视产品成交额占比达53.15%，较6月上漲3pct。

图表39：7月美的天猫旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

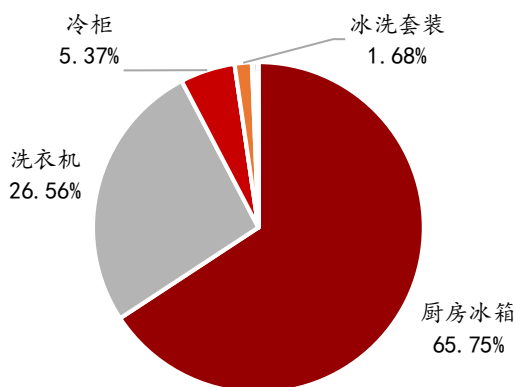
图表40：7月GREE格力官方旗舰店分品类成交额占比



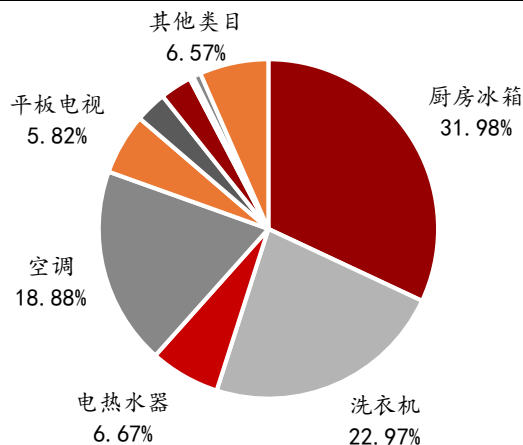
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表41：7月海信冰洗官方旗舰店分品类成交额占比

图表42：7月海尔官方旗舰店分品类成交额占比

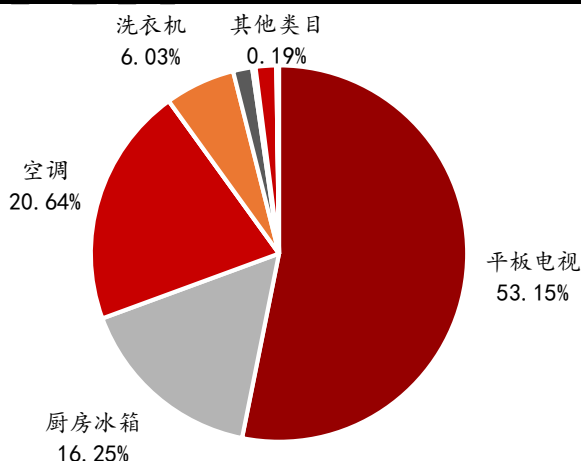


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表43：7月海信官方旗舰店分品类成交额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

3、投资建议

2020年7月，淘系平台家用电器行业（含厨房电器、生活电器、大家电）成交额为124亿元，同比-4%，环比-50%，销量3997万件，同比+5%，环比-30%。6月大促后家用电器行业成交额普遍回落，细分板块来看，厨房电器韧性更强，大家电回落幅度最大。

短期来看，国内疫情趋于稳定，居民消费水平恢复叠加房屋竣工面积回暖，需求显著改善，家电市场复苏态势不断向好。**长期来看**，消费理念转型叠加健康观念提升推升具有健康特性、物联网功能的智能家电需求，白电、厨电中高端升级预期较明显，小家电渗透率提升。人口流动性提高、城镇化推动家电产品量增，直播带货渠道加速库存商品流转。

白电方面：国内大循环新格局下，下半年内需提振，业绩修复较大的龙头企业确定性较强。**厨电方面**：房产下半年竣工提速，有望带动其产业链后端的厨电需求，销售回暖正逐渐兑现。**小家电方面**：渠道变革催生直播营销新常态，扫地机器人等新型智能产品不断获认可。**建议关注白电、厨电、小家电中行业龙头。**

4、风险提示

海内外疫情仍难确定，需求前景不明。若国内外疫情控制不力，渠道销售受阻，打乱需求供给复苏节奏。

疫情带来收入下滑，家电以旧换新成效存疑。疫情带来的收入下滑，阻碍消费增加，空调迎来的换新潮是否会被打乱，或被风扇替代，都存在变数。

原材料价格上涨，带来利润压缩。家电产品中原材料占比较大，下游原材料上涨，非必须产品在经济不稳定时期提价较难，带来利润的压缩。

万联证券

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。

基准指数：沪深300指数

风险提示

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

证券分析师承诺

本人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，以勤勉的执业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

免责声明

本报告仅供万联证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本公司是一家覆盖证券经纪、投资银行、投资管理和证券咨询等多项业务的全国性综合类证券公司。本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。在法律许可情况下，本公司或其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、财务顾问或类似的金融服务。

本报告为研究员个人依据公开资料和调研信息撰写，本公司不对本报告所涉及的任何法律问题做任何保证。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。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。研究员任何形式的分享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。

本报告的版权仅为本公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表和引用。

未经我方许可而引用、刊发或转载的，引起法律后果和造成我公司经济损失的，概由对方承担，我公司保留追究的权利。

万联证券股份有限公司 研究所

上海 浦东新区世纪大道1528号陆家嘴基金大厦

北京 西城区平安里西大街28号中海国际中心

深圳 福田区深南大道2007号金地中心

广州 天河区珠江东路11号高德置地广场



START YOUR FINANCE



起点财经，网罗天下报告