

“618”首周清洁电器稳步增长，石头科技表现亮眼

2023 年 06 月 11 日

► 本周核心观点：

“618”首周：清洁电器稳步增长，石头科技表现亮眼

扫地机“618”首周实现量额齐涨，石头科技表现亮眼。“618”首周扫地机实现量额齐增，全渠道销额首周达 12.3 亿元，同比增长 8.7%，销量达 35 万台，同比增长 4.1%，均价为 3499 元。头部品牌份额稳固，前三品牌销额占比近 80%。石头科技表现亮眼，量额增长优于行业。石头科技“618”首周线上销量销额同比上升幅度均大于行业，销量/销额同比分别为+30%/25%，较 5 月前四周同比分别提升 8pct/7pct。

洗地机“618”大促首周高速放量，追觅/美的/石头增速亮眼。洗地机“618”首周延续自疫情以来高速增长态势，销量大幅上升，全渠道销量、销额达 33.5 万台、8.6 亿元，同比增长 46.1%、19.6%。自 4 月以来，追觅/美的/石头洗地机增长显著，其中，追觅/美的/石头洗地机“618”首周销量/销额同比分别为+110%/458%/442%、+101%/489%/183%，较 5 月前四周分别提升 53pct/130pct/199pct、45pct/289pct/50pct，远高于行业增速，品牌处于快速发展中。

四部门发布通知：细化 2023 年绿色智能家电消费促进政策

本次细化至各地商务部门，要求反馈具体情况安排，主要强调“废旧家电回收+绿色节能家电消费”。主要强调了 1) 绿色家电消费促进活动落实，2) 废旧产品以旧换新及引导 2 级能效以上家电产品消费，3) 在县、乡两级设立线下网点，推动绿色智能家电下乡，4) 引导家电售后进入终端场景，打造售后服务平台，5) 推进家电“互联网+回收”模式，推动线上回收及线下回收有机结合，因地制宜开展家电回收，配合家电换新及绿色智能家电下乡。

下乡政策期间添置的大家电逐步进入置换周期，本轮政策或有望成为推动绿色智能家电消费促进政策落地的“及时雨”。2007-2013 年全国范围内家电下乡政策刺激后，我国城乡家电普及率已大幅提升，考虑大家电更换周期为 10 年左右，家电下乡政策期间添置的大家电已经基本步入替换周期，本轮家电政策旨在推进老旧家电换新及绿色智能家电渗透率提升，强调加强家电回收及节能换新相关配套服务的支持。

投资建议：从家电板块投资角度，建议从以下三条主线进行布局：1) 稳增长背景下，保交楼、“三支箭”政策从竣工端、供给端带来的地产链相关投资机会，建议关注亿田智能、老板电器、火星人。2) 行业产品结构性替代进入尾声+以价换量，量增逻辑逐步强化，建议关注石头科技、科沃斯。3) 低估值、具备全球竞争力的白电龙头，原材料价格下行有望带来盈利端修复，建议关注海尔智家。

风险提示：主要原材料价格波动的风险、疫后需求恢复不及预期、地产恢复不及预期。

重点公司盈利预测、估值与评级

代码	简称	股价 (元)	EPS (元)			PE (倍)			评级
			2022A	2023E	2024E	2022A	2023E	2024E	
000921	海信家电	24.91	1.05	1.44	1.68	24	17	15	推荐
688169	石头科技	334.24	12.66	16.02	19.30	26	21	17	推荐
300911	亿田智能	39.08	1.96	2.38	2.84	20	16	14	推荐
002959	小熊电器	84.15	2.47	3.06	3.72	34	28	23	推荐

资料来源：Wind，民生证券研究院预测；

(注：股价为 2023 年 6 月 9 日收盘价)

推荐

维持评级



分析师 汪海洋

执业证书：S0100522100003

邮箱：wanghaiyang@mszq.com

分析师 王刚

执业证书：S0100522020001

邮箱：wanggang_yjy@mszq.com

相关研究

1. 家电行业周报 20230605：家电“618”预售表现良好-2023/06/05
2. 热泵行业深度报告：景气度与成长性兼具，把握热泵行业投资机会-2023/05/29
3. 家电行业周报 20230522：海信 Vidda 三色激光新品发布-2023/05/22
4. 2023 年 4 月清洁电器月报：扫地机短暂承压，洗地机持续高增-2023/05/16
5. 家电行业周报 20230514：极米科技 2023 年春季新品发布-2023/05/14

目录

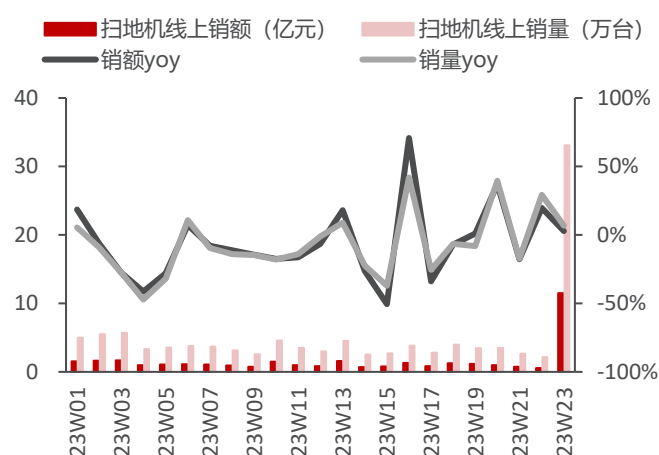
1 本周核心观点	3
1.1 “618”首周清洁电器稳步增长，石头科技表现亮眼	3
1.2 四部门发布通知：细化 2023 年绿色智能家电消费促进政策	5
1.3 关注各城市限购政策的变化情况	8
2 行业重点数据跟踪	9
2.1 市场及板块行情回顾	9
2.2 北上资金动态	9
2.3 原材料价格跟踪	10
2.4 汇率及海运价格跟踪	11
2.5 房地产数据跟踪	12
3 重点公司公告及行业动态	14
3.1 重点公司公告	14
3.2 行业动态	14
4 投资建议	16
5 风险提示	17
插图目录	18
表格目录	18

1 本周核心观点

1.1 “618”首周清洁电器稳步增长，石头科技表现亮眼

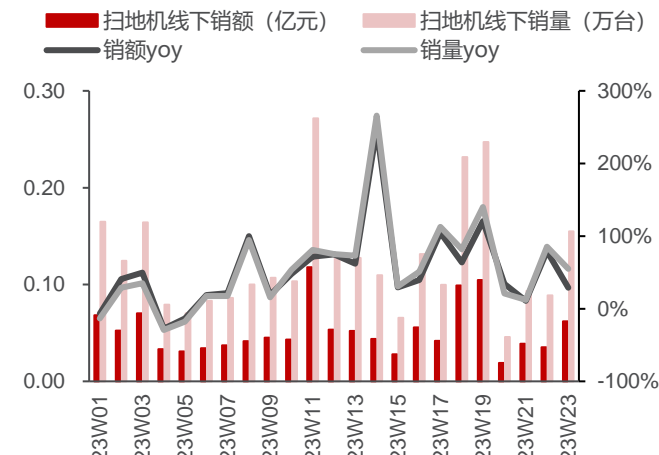
扫地机“618”首周实现量额齐涨，头部品牌集中度稳固。扫地机“618”首周实现量额齐增，全渠道销额首周达 12.3 亿元，同比增长 8.7%%，销量达 35 万台，同比增长 4.1%，均价为 3499 元。头部品牌份额稳固，前三品牌销额占比近 80%，科沃斯稳居首位，石头、追觅份额排名第二、三位，同比均实现正增长，前三品牌销额占比达 34.2%/31.8%/13.9%，同比-2.9%/5.6%/4.9%。分渠道来看，线上传统电商渠道销额占比 95%，抖音等新兴电商渠道占比 6%，占比提升 1.0pct。

图1：扫地机线上销售数据



资料来源：奥维云网，民生证券研究院

图2：扫地机线下销售数据



资料来源：奥维云网，民生证券研究院

石头科技表现亮眼，量额增长优于行业。5月前四周行业线上销量、销额同比由负转正。“618”首周行业销线上销量销额保持正增长，销量同比+7%，销额同比+3%。石头科技表现亮眼，线上销量销额同比上升幅度均大于行业，销量/销额同比分别为+30%/25%，较5月前四周同比分别提升 8pct/7pct。

表1：扫地机主要品牌线上销量、销额同比数据

扫地机线上销量同比数据			
	4月	5月前四周	“618”第一周
行业	-12%	6%	7%
石头科技	-19%	22%	30%
科沃斯	-5%	-5%	0%
云鲸	-27%	-8%	-44%
追觅	127%	103%	58%
小米	5%	38%	8%
扫地机线上销额同比数据			
	4月	5月前四周	“618”第一周
行业	-17%	6%	3%

石头科技	-24%	18%	25%
科沃斯	-8%	-13%	-7%
云鲸	-27%	0%	-35%
追觅	150%	130%	75%
小米	-27%	33%	-4%

资料来源：奥维云网，民生证券研究院

“618”首周扫地机 Top10 机型销量市占近 60%，石头科技表现突出。扫地机首周销量 Top10 机型中，科沃斯 T20 PRO 稳居销冠宝座，石头 P10 排名第二，两款机型销量/销额分别达到 5.04 万台/2.02 亿元、3.5 万台/1.15 亿元，市占均超 10%，分别达到 15.24%/10.60%。“618”首周石头科技产品销售火热，Top10 排行榜中占据六席，科沃斯、云鲸则各占据两席。

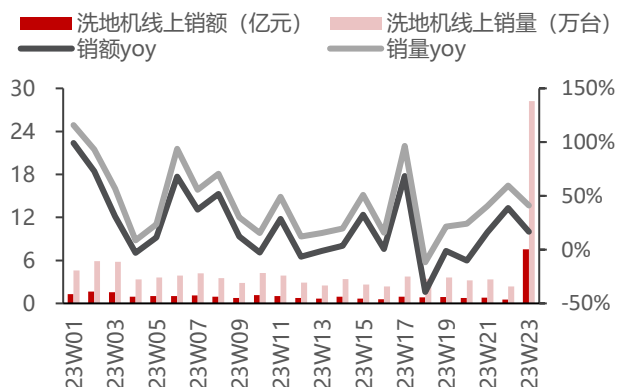
表2：扫地机“618”首周 Top 机型（以销量计）

排名	机型	品牌	销量（万台）	市占	均价（元）
1	T20 PRO	科沃斯	5.04	15.24%	4002
2	P10	石头	3.50	10.60%	3273
3	T10 OMNI	科沃斯	1.90	5.74%	2986
4	G20（上下水版）	石头	1.57	4.74%	5575
5	J3	云鲸	1.54	4.66%	4019
6	J3（上下水版）	云鲸	1.32	3.99%	4401
7	米家免洗扫拖机器人 2	小米	1.28	3.86%	2001
8	P10（上下水版）	石头	1.03	3.12%	3898
9	G10S PURE	石头	1.00	3.01%	4002
10	G10S PURE（上下水版）	石头	0.95	2.86%	4600

资料来源：奥维云网，民生证券研究院

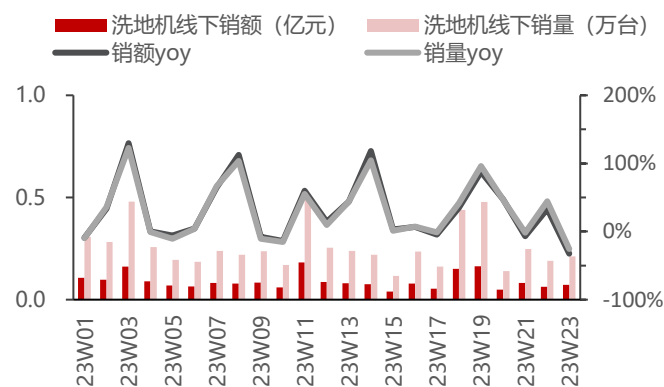
洗地机“618”大促首周高速放量。洗地机“618”首周延续自疫情以来高速增长态势，市场成交量大幅上升，全渠道销量、销额规模达 33.5 万台、8.6 亿元，同比增长 46.1%、19.6%。洗地机均价较 22 年同期下滑 18.1%，降至 2579 元。分渠道来看，线上传统电商渠道销额占比 87.4%，抖音等新兴电商渠道占比 12.6%。

图3：洗地机线上销售数据



资料来源：奥维云网，民生证券研究院

图4：洗地机线下销售数据



资料来源：奥维云网，民生证券研究院

追觅/美的/石头洗地机增速亮眼。”618”首周洗地机行业线上销量/销额同比为+41%/17%，较5月前四周分别提升8pct/11pct。自4月以来，追觅/美的/石头洗地机增长显著，其中，追觅/美的/石头洗地机”618”首周销量/销额同比分别为+110%/458%/442%、+101%/489%/183%，较5月前四周分别提升53pct/130pct/199pct、45pct/289pct/50pct，远高于行业增速，品牌处于快速发展中。

表3：洗地机行业和头部企业线上销量、销额同比数据

洗地机线上销量同比数据			
	4月	5月前四周	“618”第一周
行业	26%	33%	41%
添可	0%	7%	7%
追觅	24%	57%	110%
美的	514%	328%	458%
石头科技	213%	200%	489%
洗地机线上销额同比数据			
	4月	5月前四周	“618”第一周
行业	1%	6%	17%
添可	-16%	-15%	-6%
追觅	37%	56%	101%
美的	365%	243%	442%
石头科技	124%	133%	183%

资料来源：奥维云网，民生证券研究院

1.2 四部门发布通知：细化 2023 年绿色智能家电消费促进政策

事件：2023年6月9日，商务部、发改委、工信部及市场监督管理总局联合发布《关于做好2023年促进绿色智能家电消费工作的通知》，落实2022年7月13部门联合发布的《商务部等13部门关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，促进绿色家电消费，深化开展以旧换新，加强家电售后及回收工作。

复盘 2007 以来全国性家电消费刺激政策，“家电下乡”政策周期财政补贴力度大，实际落地范围广，本轮“绿色智能家电消费”政策强调老旧家电的替换升级，各省市落地情况有待持续验证。2007-2013年“家电下乡”政策周期共包含3类政策：1) 家电下乡政策，2007年12月政策开始试点，2008年11月推广至全国范围，2023年1月底政策结束。2) 以旧换新政策，2009年6月开始试点，2010年下半年后逐步推广至全国，2011年12月补贴结束。3) 节能惠民政策分为两个阶段，第一阶段2009年5月开始，至2011年5月结束，第二阶段2012年5月开始，至2013年6月结束。截止到2012年9月，此轮家电下乡政策累计财政补贴765亿元，基本覆盖全国范围。本轮“绿色智能家电消费”政策内容

中，多次强调“有条件的地方”，距我们不完整统计，2019年以来仅有少数财政自给率较高的省市实际落地家电消费的相关促进政策。

表4：2007-2023 年家电消费政策可以分为两轮

政策	开始日期	结束日期	核心内容
家电下乡	2007.12	2013.1	农村居民购买指定家电下乡产品可获得补贴
以旧换新	2009.6	2011.12	预约回收旧家电后可获得以旧换新凭证，依此凭证可在购买家电产品时获得补贴
节能惠民	2009.5	2013.6	以政府补贴后的价格购买高效节能产品
2014-2018 年家电相关的消费政策较少			
《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》	2019.1	-	a) 支持绿色、智能家电销售。 有条件的地方 可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售，给予消费者适当补贴。 b) 促进家电产品更新换代。 有条件的地方 可对消费者交售旧家电并购买新家电产品给予适当补贴。
《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》	2021.1	-	a) 促进家电家具家装消费。鼓励 有条件的地区 对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴。 b) 支持废旧物资回收体系建设。
《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》	2022.7	-	以旧换新、绿色智能家电下乡、家电售后提升、加强废旧家电回收
《关于做好 2023 年促进绿色智能家电消费工作的通知》	2023.6	-	对 2022 年 7 月政策细化，明确各地区商务主管部门的反馈时间

资料来源：中央人民政府官网，商务部，发改委，民生证券研究院

本次《通知》细化至各地商务部门，要求反馈具体情况安排，主要强调“废旧家电回收+绿色节能家电消费”。具体内容来看，本次《通知》细化了 2022 年 7 月下发的《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，主要强调了 1) 绿色家电消费促进活动落实，2) 废旧产品以旧换新及引导 2 级能效以上家电产品消费，3) 在县、乡两级设立线下网点，推动绿色智能家电下乡，4) 引导家电售后进入终端场景，打造售后服务平台，5) 推进家电“互联网+回收”模式，推动线上回收及线下回收有机结合，因地制宜开展家电回收，配合家电换新及绿色智能家电下乡。

下乡政策期间添置的大家电逐步进入置换周期，本轮政策或有望成为推动绿色智能家电消费促进政策落地的“及时雨”。2007-2013 年全国范围内家电下乡政策刺激后，我国城乡家电普及率已大幅提升，考虑大家电更换周期为 10 年左右，家电下乡政策期间添置的大家电已经基本步入替换周期，本轮家电政策旨在推进老旧家电换新及绿色智能家电渗透率提升，强调加强家电回收及节能换新相关配套服务的支持。本轮政策明确了各地商务主管部门的反馈汇报日期，除近期反馈促销活动安排、企业推荐表外，每季度结束后 15 日内需报送《2023 年绿色智能家电下乡和家电以旧换新季报》，我们认为本次政策在反馈方面进行的着重强调或有望推动各省市绿色家电消费相关的促进措施从实际上落地。

表5：2022-2023 年家电消费政策梳理

日期	政策名称	主题方向	核心内容
2022 年 7 月	《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》	开展全国家电“以旧换新”活动	通过政府支持、企业促销等方式，开展家电“以旧换新”活动。 各地可结合实际探索促进废旧家电回收行业发展，鼓励企业上门回收、免费拆装，鼓励有条件的地方通过现有资金渠道给予政策支持。
		推进绿色智能家电下乡	鼓励家电生产和流通企业开发适应农村市场特点和老年人消费需求的绿色智能家电产品； 鼓励有条件的地方对购买绿色智能家电产品给予相关政策支持。
		鼓励基本装修交房和家电租赁	积极开展家电租赁业务，满足新市民、青年人等群体消费需求。
		拓展消费场景提升消费体验	统筹举办家电消费季、家电网购节等各类消费促进活动。 推动实体商业与电商平台全渠道融合，开展家电新品首发首秀体验活动，打造沉浸式、体验式、一站式家电消费新场景。
		优化绿色智能家电供给	完善绿色智能家电标准，推行绿色家电、智能家电、物联网等高端品质认证，为绿色智能家电消费提供指引。
		实施家电售后服务提升行动	完善家电配送、安装、维修服务标准，推动全链条服务标准化。 培育一批售后服务领跑企业，提升售后维修人员服务水平，推动售后维修服务进社区、进商场、进平台，提升专业化、标准化、便利化水平。
		加强废旧家电回收利用	依托产品销售维修服务网络，通过自建或合作共建等方式， 构建废旧家电逆向回收体系。 各地要加快废旧物资循环利用体系建设，强化政策保障， 支持家电回收网点、绿色分拣中心建设。
		加强基础设施支撑	加快推进高清超高清智能机顶盒普及应用，丰富电视内容供给，提升网络传输能力。 加快城镇老旧小区改造，实施农村电网巩固提升工程，加大用电用水用气用网保障。
2023 年 6 月	《关于做好 2023 年促进绿色智能家电消费工作的通知》	落实财税金融政策	全面落实增值税留抵退税政策，切实减轻家电流通企业资金压力。 引导金融机构提升服务能力，加大对中小微企业的金融支持力度， 加强对绿色智能家电生产、服务和消费的支持。
		绿色智能家电消费促进	a) 统筹线上线下消费渠道， 组织举办家电节、购物节、网购节等活动 ，营造绿色智能家电消费浓厚氛围。 b) 顺应数字家庭发展趋势，探索家电、家居一体化融合消费。 c) 支持家电企业围绕“家场景”， 在步行街、商圈、一刻钟便民生活圈开设绿色智能家电体验店 ，鼓励开展新店首秀新品首发等活动，不断提升消费体验。 d) 各地商务主管部门于 6 月 11 日前报送《2023 年家电消费促进活动安排表》。
		深入开展家电以旧换新	a) 鼓励有条件的地方通过组织生产企业、电商平台、实体商业、回收企业建立对接机制、搭建协作平台、明确换新流程等方式， 提升废旧家电交售和补贴领取便利性 ，促进绿色智能家

	<p>电升级换新消费。</p> <p>b) 积极推进绿色家电、智能家电认证，引导家电企业进一步丰富绿色智能家电产品供给。</p> <p>c) 大力推广通过认证的绿色智能家电，引导消费者优先选购 2 级及以上能效家电产品。</p>
推进绿色智能家电下乡	<p>a) 加快研发推广性价比高、操作简便、质量优良的水热水器、油烟机、微波炉等绿色智能家电产品。</p> <p>b) 在县乡两级设立直营店、体验店、服务网点、回收站点、前置仓，推动绿色智能家电下乡，进一步挖掘农村市场消费潜力。</p>
家电售后服务提升行动	<p>a) 加快发掘、培育一批家电售后服务优秀企业，着力提升家电售后服务专业化、标准化、便利化水平。</p> <p>b) 引导家电售后服务进社区、进商圈、进平台，扩大便民服务点覆盖范围，打造售后服务平台，提供在线预约上门等个性化服务，营造优质便利的售后服务环境。</p> <p>c) 各地商务主管部门于 6 月 15 日前反馈《家电售后服务领跑企业推荐表》。</p>
加强废旧家电回收工作	<p>a) 推动回收主体多元化、规模化发展，通过“互联网+回收”等模式，加速推进线上交废与线下回收有机结合，提升废旧家电回收能力和规范化水平。</p> <p>b) 指导家电销售、售后服务企业利用销售、服务网络，结合家电以旧换新和绿色智能家电下乡，提供废旧家电便民回收服务。</p>

资料来源：中央人民政府官网，商务部，民生证券研究院

1.3 关注各城市限购政策的变化情况

事件：6 月 6 日，由国务院发展研究中心主办的中国经济时报，发表署名文章《一线城市房地产限购应适时优化调整》，强调 23Q1 积压购房需求释放后市场动能减弱，4、5 月市场交易热度持续下降，限购等限制性政策一定程度上妨碍了住房合理需求的释放，此类行政政策应及时优化调整。

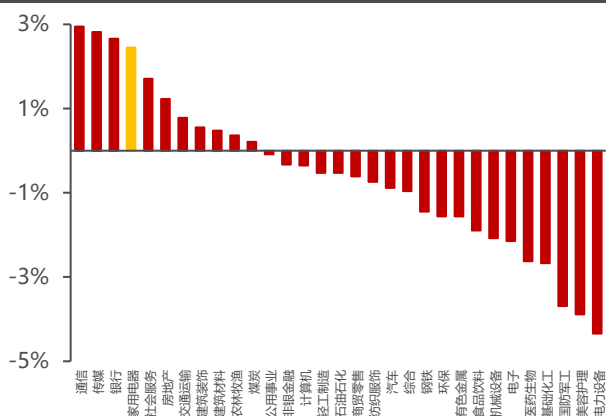
23 年以来，杭州、南京、合肥、郑州、沈阳、厦门、武汉、长沙、济南等 14 个城市已对限购政策进行了优化。业内认为，一些一线、新一线城市采取“一区一策”优化限购等楼市限制性政策，促使非核心区去库存的同时，又不影响核心区域稳定房价，是值得尝试的政策变化方向。对于一些住宅市场比较冷、购买力较弱的区域，可能会先放开限购等政策，而对于一些住宅市场购买力较旺的地方，可能会继续执行限购等政策，以保持具有风向标意义的一线城市房地产市场平稳、健康发展。随着地产交易热度下降，我们认为房地产政策有迎来进一步调整的可能性，以支持居民合理住房需求的释放，一线城市地产限购等政策的调整值得关注。

2 行业重点数据跟踪

2.1 市场及板块行情回顾

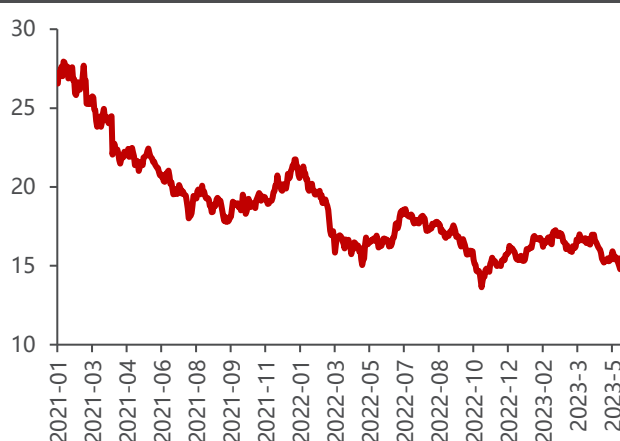
本周沪深 300 指数-0.65%，申万家电指数+2.45%。个股中，涨幅前三名分别是四川长虹（+11.38%）、九联科技（+10.63%）、美的集团（+8.32%）；本周跌幅前三名分别是极米科技（-10.59%）、科沃斯（-8.87%）、立霸股份（-7.26%）。

图5：申万一级行业涨跌幅（6/5-6/9）



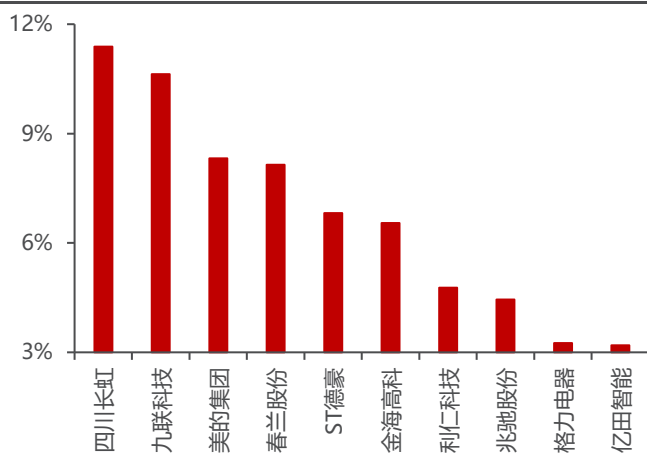
资料来源：Wind，民生证券研究院

图6：家电板块 PE-TTM（21/1/1-23/6/9）



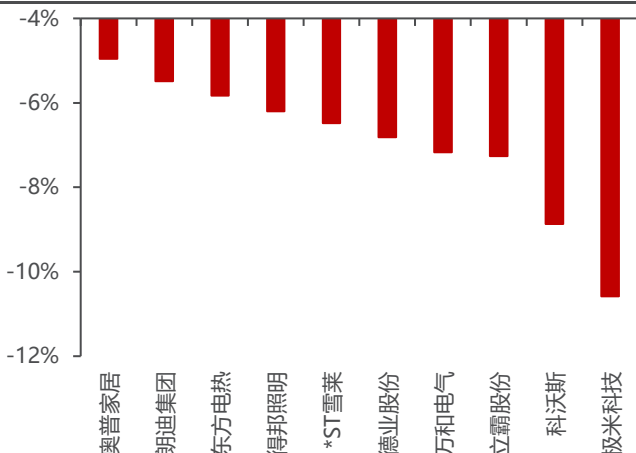
资料来源：Wind，民生证券研究院

图7：本周涨幅前十名公司（6/5-6/9）



资料来源：Wind，民生证券研究院

图8：本周跌幅前十名公司（6/5-6/9）



资料来源：Wind，民生证券研究院

2.2 北上资金动态

本周（6/5-6/9）北上资金持股占比环比增加 TOP3：美的集团（+0.54%）、海信家电（+0.43%）、九阳股份（+0.16%）；持股占比环比减少 TOP3：海容冷链

(-1.11%)、老板电器 (-0.64%)、小熊电器 (-0.44%)。

表6：陆股通家电持仓变动情况 (6/5-6/9)

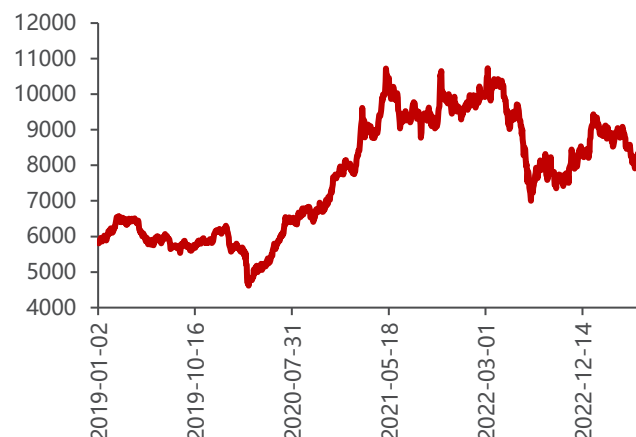
公司名称	公司市值 (亿元)	占流通 A 股 (%)	陆股通持股数量 (万股)	本周股价市场表现%	北上资金本周增持比例
美的集团	3,940	18.71%	131,387	8.32%	0.54%
海信家电	305	4.95%	4,598	-0.28%	0.43%
九阳股份	111	4.29%	3,296	-2.30%	0.16%
石头科技	313	2.38%	223	2.85%	0.15%
海尔智家	2,050	10.65%	67,193	0.22%	0.06%
公牛集团	880	1.52%	1,351	-36.03%	0.02%
华帝股份	0	0.00%	0	0.00%	0.00%
新宝股份	138	0.92%	762	-2.45%	-0.10%
浙江美大	66	0.89%	577	-3.11%	-0.10%
苏泊尔	378	9.32%	7,526	2.47%	-0.17%
科沃斯	393	2.75%	1,568	-8.87%	-0.17%
格力电器	1,982	9.98%	56,254	3.26%	-0.19%
小熊电器	132	2.57%	402	2.33%	-0.44%
老板电器	233	6.83%	6,487	-1.84%	-0.64%
海容冷链	70	2.43%	932	-6.70%	-1.11%

资料来源：Wind，民生证券研究院

注：市值对应日期为 2023/6/9

2.3 原材料价格跟踪

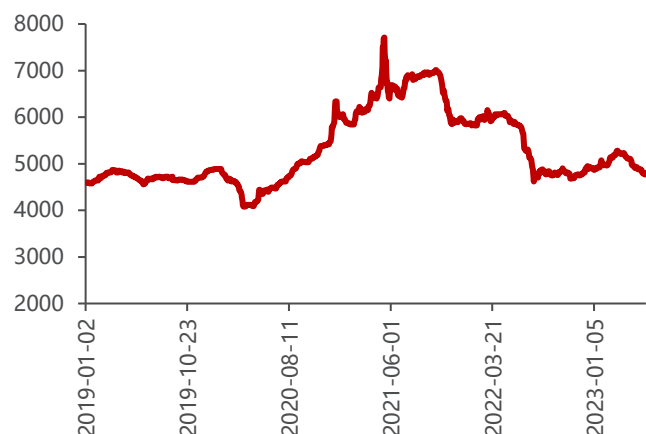
本周(6/5-6/9)铜价指数-0.78%，铝价指数+1.75%，冷轧板卷指数+0.21%，中国塑料城价格指数+0.39%。本月(6/1-6/9)铜价指数-4.09%，铝价指数-2.25%，冷轧板卷指数+1.89%，中国塑料城价格指数+0.14%。23年以来，铜价指数-2.00%，铝价指数-1.60%，冷轧板卷指数-0.41%，中国塑料城价格指数-8.50%。

图9: LME 铜价本周 6/5-6/9 下降 0.78% (美元/吨)


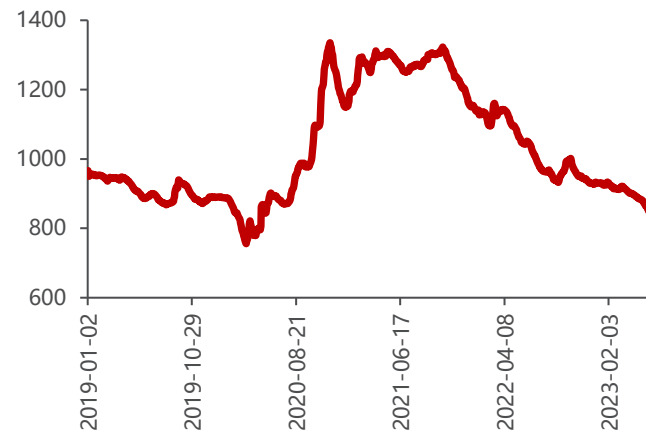
资料来源: Wind, 民生证券研究院

图10: LME 铝价本周 6/5-6/9 上升 1.75% (美元/吨)


资料来源: Wind, 民生证券研究院

图11: 冷轧板卷本周 6/5-6/9 上升 0.21% (元/吨)


资料来源: Wind, 民生证券研究院

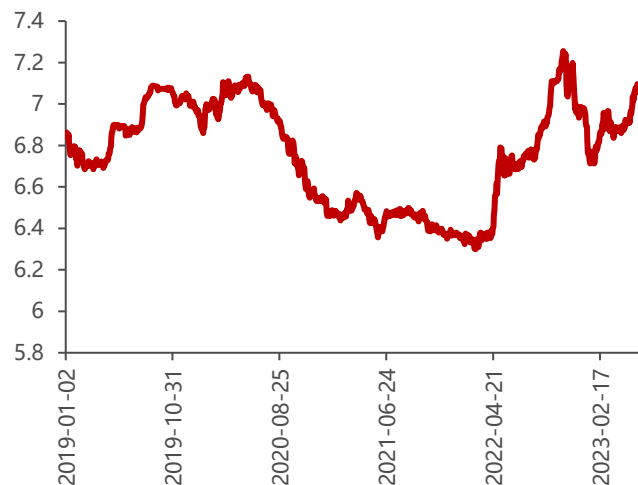
图12: 塑料本周 6/5-6/9 上升 0.39% (元/吨)


资料来源: Wind, 民生证券研究院

2.4 汇率及海运价格跟踪

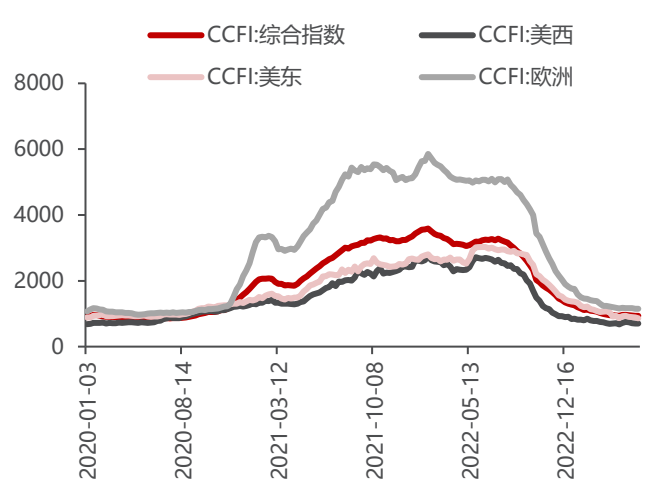
22 年 11 月以来美元对人民币快速贬值, 23 年 1 月中旬美元兑人民币汇率在 6.7 左右筑底, 2 月以来在大幅波动中回弹。截至 2023 年 6 月 9 日, 美元兑人民币汇率中间价报 7.11, 周涨幅+0.30%, 年初至今+2.36%。本周出口集装箱运价综合指数-1.02%, 近一年来呈现持续下跌趋势。

图13: 美元兑人民币汇率: 周涨幅+0.12%



资料来源: Wind, 民生证券研究院

图14: 集装箱运价综合指数-1.02%

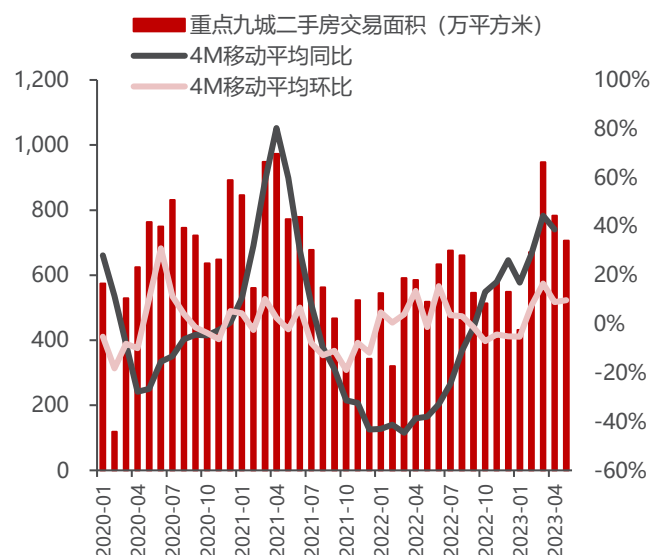


资料来源: Wind, 民生证券研究院

2.5 房地产数据跟踪

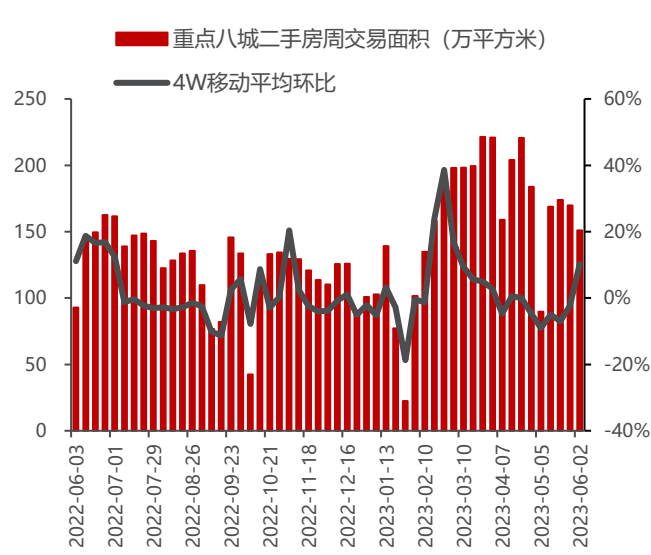
5月重点九城二手房交易面积为706.3万平方米,在达到近两年的最高水平后下滑,环比-9.80%,同比+36.3%。重点八城本周二手房交易面积为169.8万平方米,环比下降11.03%。

图15: 重点九城5月二手房交易面积同比增幅36.3%



资料来源: Wind, 民生证券研究院

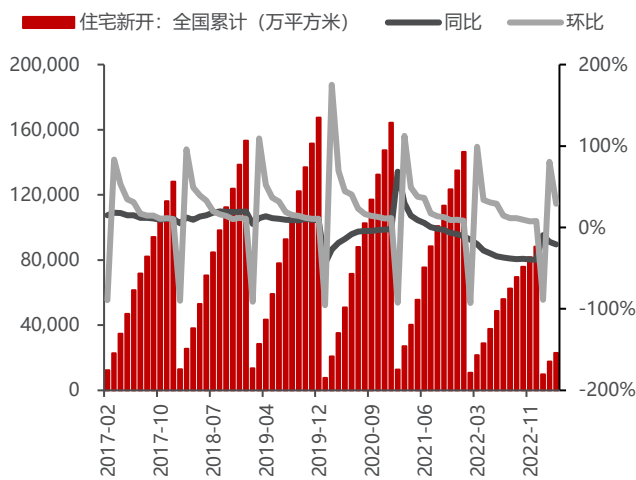
图16: 重点八城本周二手房交易面积环比下降11.03%



资料来源: Wind, 民生证券研究院

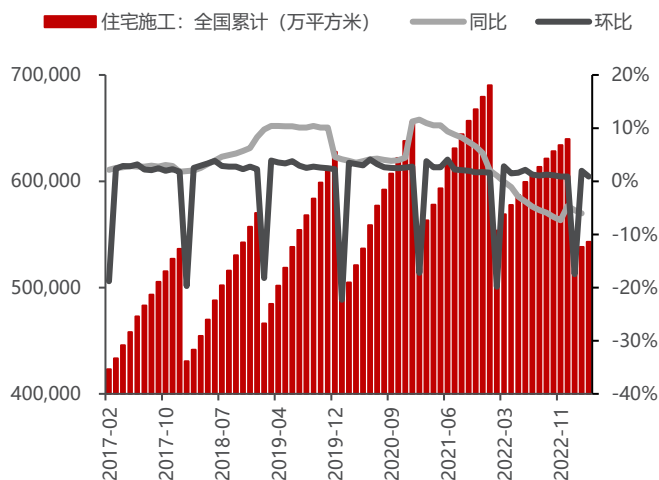
2023年以来住宅竣工端、需求端恢复情况优于供给端,1-4月,住宅新开工全国累计面积22899.9万平方米,同比-20.70%;住宅施工全国累计面积为542968.1万平米,同比-6.01%;住宅竣工全国累计面积17396.0万平方米,同比+18.65%;住宅销售全国累计面积为32965.9万平米,同比-2.24%。

图17：1-4月住宅新开工全国累计面积同比-20.7%



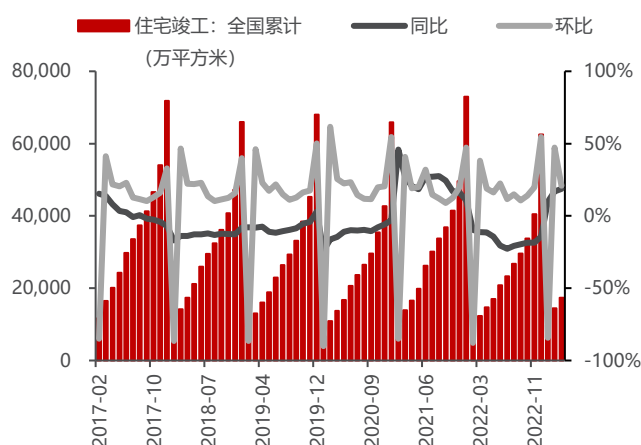
资料来源：Wind，民生证券研究院

图18：1-4月住宅施工全国累计面积同比-6.01%



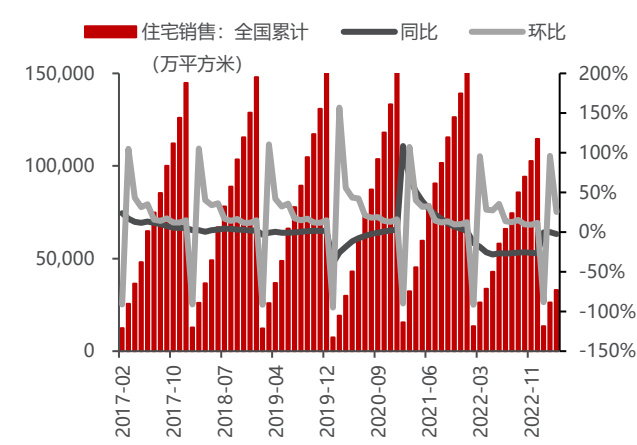
资料来源：Wind，民生证券研究院

图19：1-4月住宅竣工全国累计面积同比+18.65%



资料来源：Wind，民生证券研究院

图20：1-4月住宅销售全国累计面积同比-2.24%



资料来源：Wind，民生证券研究院

3 重点公司公告及行业动态

3.1 重点公司公告

【极米科技】权益分派：6月5日，极米科技发布2022年年度权益分派实施公告。以2023年6月8日登记的70,000,000股总股本，扣减公司回购专用证券账户中的股份127,883股，向全体股东每10股派发现金红利21.4680元(含税)，共计派发现金红利约1.5亿元(含税)。

【小熊电器】持有可转债比例变动：6月8日，小熊电器发布关于债券持有人持有可转换公司债券比例变动达10%的公告。控股股东兆峰于2023年6月1日至6月7日期间通过大宗交易方式减持“小熊转债”共计600,000张，占发行总量的11.19%。

【科沃斯】权益分派：6月9日，极米科技发布2022年年度权益分派实施公告。以权益分派前公司总股本572,398,363股作为基数，每股派发现金红利0.90元(含税)，共计派发现金红利515,158,526.70元。

【兆驰股份】权益变动：6月9日，兆驰股份发布关于持股5%以上股东减持至5%以下权益变动的提示性公告。南昌产投投资基金于2023年6月7日通过大宗交易的方式减持公司无限售条件流通股300,000股，权益变动持有公司股份226,047,100股，占公司总股本的4.99%，不再是公司持股5%以上股东。

【万和电气】权益变动：6月10日，万和电气发布简式权益变动报告书。叶远璋先生于2023年6月7日至6月8日通过大宗交易方式累计减持1000万股公司股份，占总股本的1.34%。权益变动后叶远璋先生持股比例由5.51%减至4.17%，不再是公司持股5%以上股东。

3.2 行业动态

【下沉渠道或将成为大家电市场重大机遇】下沉渠道体量经历快速扩张后，仍有较强向上动能，2023年1-4月大家电市场下沉渠道零售额同比+34.8%，线上渠道零售额同比增长仅4.9%。2月下沉市场出货指数达189，体现市场的规模压力及对下沉渠道的积极布局。从具体行业看，干衣机品类处于发展初期，1-4月同比+389.7%；空调的下沉市场仍有较大成长空间，1-4月同比+59.2%；冰箱/洗衣机市场趋于饱和，1-4月下沉渠道同比+8.8/5.9%。从行业格局看，各品类品牌合作选择较少，品牌集中度较高且呈逐年上涨的趋势，1-4月冰箱/冷柜/洗衣机/干衣机/空调CR3为89.0/77.9/94.2/91.6/92.7%。

资料来源：6月5日，奥维云网

【大家电“618”开门红表现优异】随着社会居民消费水平的逐步恢复,“618”第一周消费市场势头强劲。大家电市场中,各品类均实现零售额规模正增长,冰箱/洗衣机/干衣机同比+31.3/6.7/33.9%。空调同比+90.2%,系去年同期低基数以及部分地区温度较高。从产品结构看,各细分产品结构持续升级贡献价格上涨,冰箱/洗衣机/空调均价同比+24.7/20.2/2.2%。从渠道看,平台电商零售额飙升,空调/干衣机/冰箱/洗衣机同比+169.6/83.7/56.9/39.1%。专业电商与平台电商趋势相反,空调/冰箱零售额同比+51.2/13.9%,其余品类的零售额体量均呈现同比超两位数的萎缩。此外,今年“618”各平台保持超长促销期机制,且优惠政策删繁就简,多数平台直接以低价策略抢占市场,大家电市场在去年同期基数较高的情况下整体仍维持亮眼增长。

资料来源:6月8日,奥维云网

【清洁电器“618”首周小幅增长】清洁电器细分行业在“618”开门红期间略有提升,较去年同期提升6.3%,系去年同期高基数,叠加当前处于疫后时期居民对清洁电器的需求减弱。平台分布方面,“618”第一周新兴电商占比低于平时,其中洗地机表现较好,新兴电商首周占比12.6%。市场表现方面,洗地机增长突出,销额/销量同比+19.6/46.1%;扫地机器人销售向好,销额/销量同比+8.7/4.1%;吸尘器延续缩减的趋势,销额同比-11.8%,销量同比+6.9%。单品价格方面,各品类均呈现下滑趋势,洗地机/吸尘器/扫地机器人同比-18.1/17.5/4.2%。产品趋势方面,各品牌扫地机器人向全能型、上下水全面进军;洗地机和吸尘器仍以常规款为主,产品迭代较慢。

资料来源:6月8日,奥维云网

4 投资建议

从家电板块投资角度，建议从以下三条主线进行布局：1) 稳增长背景下，保交楼、“三支箭”政策从竣工端、供给端带来的地产链相关投资机会，建议关注亿田智能、老板电器、火星人。2) 行业产品结构性替代进入尾声+以价换量，量增逻辑逐步强化，建议关注石头科技、科沃斯。3) 低估值、具备全球竞争力的白电龙头，原材料价格下行有望带来盈利端修复，建议关注海尔智家。

5 风险提示

1) 主要原材料价格波动的风险：家电产品原材料成本占公司主营业务成本比例较高，其价格波动将会影响公司产品成本，从而影响公司盈利能力。

2) 疫后需求不及预期：家电市场需求受宏观经济影响较大，若疫后需求恢复速度缓于预期，对家电需求会有一定负面冲击。

3) 地产恢复不及预期：家电行业具备一定地产后周期属性，白电、厨电等大家电板块地产后周期属性强，若地产销售、竣工恢复情况不及预期，对家电整体需求将会造成一定影响。

插图目录

图 1: 扫地机线上销售数据	3
图 2: 扫地机线下销售数据	3
图 3: 洗地机线上销售数据	4
图 4: 洗地机线下销售数据	4
图 5: 申万一级行业涨跌幅 (6/5-6/9)	9
图 6: 家电板块 PE-TTM (21/1/1-23/6/9)	9
图 7: 本周涨幅前十名公司 (6/5-6/9)	9
图 8: 本周跌幅前十名公司 (6/5-6/9)	9
图 9: LME 铜价本周 6/5-6/9 下降 0.78% (美元/吨)	11
图 10: LME 铝价本周 6/5-6/9 上升 1.75% (美元/吨)	11
图 11: 冷轧板卷本周 6/5-6/9 上升 0.21% (元/吨)	11
图 12: 塑料本周 6/5-6/9 上升 0.39% (元/吨)	11
图 13: 美元兑人民币汇率: 周涨幅+0.12%	12
图 14: 集装箱运价综合指数-1.02%	12
图 15: 重点九城 5 月二手房交易面积同比增幅 36.3%	12
图 16: 重点八城本周二手房交易面积环比下降 11.03%	12
图 17: 1-4 月住宅新开工全国累计面积同比-20.7%	13
图 18: 1-4 月住宅施工全国累计面积同比-6.01%	13
图 19: 1-4 月住宅竣工全国累计面积同比+18.65%	13
图 20: 1-4 月住宅销售全国累计面积同比-2.24%	13

表格目录

重点公司盈利预测、估值与评级	1
表 1: 扫地机主要品牌线上销量、销额同比数据	3
表 2: 扫地机“618”首周 Top 机型 (以销量计)	4
表 3: 洗地机行业和头部企业线上销量、销额同比数据	5
表 4: 2007-2023 年家电消费政策可以分为两轮	6
表 5: 2022-2023 年家电消费政策梳理	7
表 6: 陆股通家电持仓变动情况 (6/5-6/9)	10

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投资咨询执业资格并登记为注册分析师，基于认真审慎的工作态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑得出研究结论，独立、客观地出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。本报告清晰地反映了研究人员的研究观点，结论不受任何第三方的授意、影响，研究人员不曾因、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。

评级说明

投资建议评级标准		评级	说明
以报告发布日后的 12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。	公司评级	推荐	相对基准指数涨幅 15%以上
		谨慎推荐	相对基准指数涨幅 5% ~ 15%之间
		中性	相对基准指数涨幅 -5% ~ 5%之间
		回避	相对基准指数跌幅 5%以上
	行业评级	推荐	相对基准指数涨幅 5%以上
		中性	相对基准指数涨幅 -5% ~ 5%之间
		回避	相对基准指数跌幅 5%以上

免责声明

民生证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司境内客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告仅为参考之用，并不构成对客户的投资建议，不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，客户应当充分考虑自身特定状况，不应单纯依靠本报告所载的内容而取代个人的独立判断。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容而导致的任何可能的损失负任何责任。

本报告是基于已公开信息撰写，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，且预测方法及结果存在一定程度局限性。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。

在法律允许的情况下，本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问、咨询服务等相关服务，本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

若本公司以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构的客户应联系该机构以交易本报告提及的证券或要求获悉更详细的信息。本报告不构成本公司向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议。本公司不会因任何机构或个人从其他机构获得本报告而将其视为本公司客户。

本报告的版权仅归本公司所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式、任何目的进行翻版、转载、发表、篡改或引用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。本公司版权所有并保留一切权利。

民生证券研究院：

上海：上海市浦东新区浦明路 8 号财富金融广场 1 幢 5F； 200120

北京：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 18 层； 100005

深圳：广东省深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 32 层 05 单元； 518026