

家用电器

证券研究报告
2023 年 06 月 07 日

小家电 618 一阶段成交追踪——23W23 周度研究

周度研究聚焦：小家电 618 一阶段成交追踪

平台端：整体看，随着电商行业竞争愈发激烈，各大平台在商品和服务方面的差距也逐渐缩小，在经济加速复苏以及消费活力持续释放背景下各电商平台促销力度明显加大，“低价策略”成为今年 618 活动关键词，通过最直接的价格来争夺流量。同时，头部平台也纷纷抛出减负计划，加大对中小商家扶持力度。

品牌端：截至 6 月 3 日天猫平台成交情况：

1) 清洁电器：科沃斯/添可/石头旗舰店成交额同比分别-3%/-15%/14%，科沃斯添可合计小幅下降，石头有所增长。畅销机型方面，扫地机中科沃斯 T20 pro 贡献科沃斯品牌 58%的成交额，石头的性价比机型 P10 和旗舰机 G20 成交占比分别占石头品牌的 30%/26%。洗地机中添可品牌仍独占鳌头，成交机型以去年的机型为主，芙万 3.0 led 和 2.0 pro Led 分别占比添可品牌成交额的 37%/24%。

2) 厨房小家电：美的/九阳/苏泊尔/小熊/北鼎/摩飞品牌店铺自 5.31 累计成交占比分别为 30%/22%/13%/34%/47%/22%，北鼎、小熊完成进度较好。细分品类方面，九阳在电饭煲品类（完成进度 37%）、小熊在电热水壶（完成进度 69%）/破壁机（完成进度 104%）表现较好。

前周家电板块走势：前周（2023/5/29-2023/6/02）沪深 300 指数+0.28%，创业板指数+0.18%，中小板指数+0.95%，家电板块+0.43%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为+0.39%、+3.9%、-1.06%。个股中，本周涨幅前五名是创维数字、春兰股份、TCL 科技、长虹华意、兆驰股份；本周跌幅前五名是汉宇集团、金海高科、飞科电器、九阳股份、苏泊尔。

原材料价格走势：2023 年 6 月 2 日，SHFE 铜、铝现货结算价分别为 66440 和 18665 元/吨；SHFE 铜相较于前周+2.50%，铝相较于前周+1.69%。今年以来铜价+0.14%，铝价-0.32%。中国塑料城价格指数为 813.04，相较于前周-0.07%，今年以来-5.95%；钢材综合价格指数为 106.67，相较于前周价格-0.21%，今年以来-5.81%。

投资建议：

1) 空调景气度延续，继续看好。今年看，一是目前天气已转热，华南地区高温，零售端压力有所减轻；二是出货端相对压力有限（去年 7 月低，8 月高基数，合并看 3Q 基数有限），因此我们对今年三季度相对乐观。

2) 618 数据提示复苏仍为渐进过程。我们延续此前观点，认为清洁电器中期维度仍具备投资价值，但短期仍需观察

3) OEM/ODM 在海外库存改善后步入恢复通道。

标的方面：1) 白电链条，推荐美的集团、海信家电、格力电器、海尔智家；2) 智能家居链条，推荐科沃斯、石头科技、海信视像等 3) 小家电链条，推荐小熊电器、新宝股份等。

风险提示：三方数据偏差风险；后续出口不及预期；房地产、汇率、原材料价格波动风险等。

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
zhaojianing@tfzq.com

行业走势图



资料来源：贝格数据

相关报告

- 1 《家用电器-行业研究周报:家电行业 618 促销全景及预售情况追踪——23W22 周度研究》 2023-05-31
- 2 《家用电器-行业研究周报:家用空调数据点评——23W21 周度研究》 2023-05-24
- 3 《家用电器-行业研究周报:一图解读德尔玛——23W20 周度研究》 2023-05-20

1. 周度研究聚焦：小家电 618 一阶段成交追踪

618 年中大促已正式拉开序幕，从平台端看，随着电商行业竞争愈发激烈，各大平台在商品和服务方面的差距也逐渐缩小，在经济加速复苏以及消费活力持续释放背景下各电商平台促销力度明显加大，“低价策略”成为今年 618 活动关键词，通过最直接的价格来争夺流量。同时，头部平台也纷纷抛出减负计划，加大对中小商家扶持力度。

图 1：主流电商平台 618 整体活动持续时间、满减力度及活动节奏

 <p>整体活动持续时间 5.26-6.20 满300-50</p> <p>第一波：天猫6.1开门红 1. 预售 定金*支付: 5月26日20:00-5月31日18:00 尾款*支付: 5月31日20:00-6月3日23:59:59 2. 现货: 5月31日20:00-6月3日23:59:59 第二波：天猫品类日 狂欢妙享日: 6月4日00:00-6月6日23:59:59 风尚日: 6月7日00:00-6月9日23:59:59 智家日: 6月10日00:00-6月12日23:59:59 进口日: 6月13日00:00-6月13日23:59:59 第三波：天猫618狂欢日 现货: 6月15日20:00-6月20日23:59:59</p>	 <p>整体活动持续时间 5.23-6.20 满299-50</p> <p>预售期: 5月23日20:00-5月31日 开门红: 5月31日20:00-6月3日 专场期: 6月4日-6月14日 高潮期: 6月15日20:00-6月18日 返场期: 6月19日-6月20日</p>	 <p>整体活动持续时间 5.23-6.20 专区每满200减30</p> <p>专区每满200减30 官方券包 (满200-30 满300-50 满500-100) 其他活动如砸金蛋、整点抢券、大转盘等</p>	 <p>整体活动持续时间 5.29-6.20 满200-30</p> <p>1. 开门红: 活动预热: 5月29日00:00-5月31日19:59:59 正式活动: 5月31日20:00-6月03日23:59:59 2. 品类日: 妙享日正式活动: 6月4日-6月6日 进口日正式活动: 6月13日 3. 狂欢日: 活动预热: 6月14日00:00-6月15日19:59:59 正式活动: 6月15日20:00-6月20日23:59:59</p>
---	---	---	---

资料来源：天猫，京东，拼多多，淘宝，天风证券研究所

➤ 天猫&淘宝

今年淘系 618 活动分 3 个阶段，跨店满减规则为满 300 减 50（天猫）、满 200 减 30（淘宝）。在 5 月 31 日至 6 月 20 日的 618 现货开卖同期，天猫将首次推出聚划算直降场，所有商品直接降价，无需凑单一件也打折。今年淘宝天猫 618 投入力度将继续加码，全周期预计实现超 600 亿流量曝光，为商家引来海量顾客，同时阿里妈妈还提供总计 23 亿红包为超 100 万商家带来百亿流量支持。同时本次 618 天猫推出多举措支持中小商家，在 6 月 4 日到 6 月 13 日期间将首次上线中小商家专属 618 营销通道淘宝好价节，“好货好价”商品在今年 618 会获得确定性流量支持。

➤ 京东

京东零售 CEO 辛利军在 618 启动发布会上介绍，今年京东 618 将围绕产品、价格、服务进行全方位加码。从跨店满减力度上看，京东全平台满减力度最高（满 299 减 50），推出“单件到手价”，即消费者在京东 App 搜索商品后，结果列表将直接展示购买单件商品优惠后的价格，减少消费者促销计算环节，在全场价格直降的基础上，每位用户每天最多可以领取三张“满 200 减 20”的补贴券。继 3 月初京东全面上线百亿补贴频道后，今年京东 618 参与百亿补贴的商品数量将达到 3 月的 10 倍以上，百亿补贴力度进一步加码。今年 618，京东将通过站内升级流量生态、站外联动流量平台及达人营销资源，提供超 10 亿优质流量红利；同时，京东还通过持续的费用减免和补贴、提供更多技术支持和自动化工具，来降低商家的经营成本，提升商家的经营效率。下沉渠道方面，沈阳京东 MALL、石家庄京东 MALL、西安京东 MALL、合肥与重庆的京东超级体验店、60 多家京东城市旗舰店，以及即将于 618 期间盛大开业的东莞京东 MALL 和昆明京东 MALL 将举办 618 城市专属活动，覆盖全国 2.5 万个乡镇、60 万个行政村的超 1.7 万京东家电专卖店也将推出福利活动与服务保障，助力京东全渠道活动开展。

➤ 拼多多

拼多多在 618 并没有预售活动，仅通过“补贴+直销”方式让利，活动卖点为全程现货，全程发券，全网低价。此前拼多多提出“天天都是 618”的概念，不断加码低价策略抢夺市场：4 月 6 日拼多多百亿补贴正式启动“数码家电消费季”，并对手机、平板、冰箱、

空调等数码家电全品类进行额外 10 亿补贴；5 月 12 日拼多多百亿补贴“超级加补”活动再次出手，重点针对电脑品类，部分产品的补贴力度甚至达到 40%。

➤ 兴趣电商

兴趣电商头部平台在对商家扶持和加码补贴方面亦有所发力，为了帮助商家抢占生意增量，抖音电商针对今年 618 发布了“恒星计划”和“节盟计划”，前者针对商家站内推广，平台将给予最高 12% 广告营销费补贴。同时面向消费者，抖音电商采取了每满 150 减 25 跨店满减与定金预售的方式，并推出定金预告、互动城、直播间等多种玩法。针对本次 618，快手电商推出多种补贴玩法，包括跨店满减、尾款立减、大牌大补、分期免息、直播间消费金、品牌商家会员等，同时还推出流量投入、商品预售、商品补贴等多种平台扶持，预计将投入百亿平台流量和十亿商品补贴。

品牌端，截至 6 月 3 日天猫平台成交情况：

- 1) **清洁电器**：科沃斯/添可/石头旗舰店成交额同比分别 -3%/-15%/14%，科沃斯添可合计小幅下降，石头有所增长。畅销机型方面，扫地机中科沃斯 T20 pro 贡献科沃斯品牌 58% 的成交额，石头的性价比机型 P10 和旗舰机 G20 成交占比分别占石头品牌的 30%/26%。洗地机中添可品牌仍独占鳌头，成交机型以去年的机型为主，芙万 3.0 led 和 2.0 pro led 分别占比添可品牌成交额的 37%/24%。
- 2) **厨房小家电**：美的/九阳/苏泊尔/小熊/北鼎/摩飞品牌店铺自 5.31 累计成交占比分别为 30%/22%/13%/34%/47%/22%，北鼎、小熊完成进度较好。细分品类方面，九阳在电饭煲品类（完成进度 37%）、小熊在电热水壶（完成进度 69%）/破壁机（完成进度 104%）表现较好。

图 2：“618”一阶段清洁电器成交情况（天猫平台）

清洁电器				
	科沃斯	添可	石头	追觅
2023/5/31	20870	19459	16107	11636
2023/6/1	4555	4614	3562	2357
2023/6/2	2114	2333	1992	1274
2023/6/3	3119	3170	2678	2160
累计	30659	29577	24340	17426
累计同比增速	-3%	-15%	14%	
扫地机热销商品TOP5				
排名	商品名		金额	占该品牌累计成交比例
1	科沃斯T20PRO		17890	58%
2	石头P10		7309	30%
3	石头G20		6334	26%
4	科沃斯X1SPRO		6010	20%
5	追觅S20Pro		4672	27%
洗地机热销商品TOP5				
排名	商品名		金额	占该品牌累计成交比例
1	添可芙万3.0LED		11035	37%
2	添可芙万2.0ProLed		7050	24%
3	添可芙万2.0ProSlim		6535	22%
4	追觅H12ProPlus		3901	22%
5	必胜4.0		2362	

资料来源：生意参谋，天风证券研究所

注：1)数据口径为天猫平台官旗成交额对比去年品牌整体成交额，可能导致同比增速偏低，但由于清洁电器官旗销售占比比较高预计影响有限；2)成交金额单位均为万元

图 3：“618”一阶段厨房小家电成交情况（天猫平台）

厨房电器						
（单位：百万元）	美的	九阳	苏泊尔	小熊	北鼎	摩飞
2023/5/31	110.64	40.56	27.83	27.07	11.05	11.19
2023/6/1	27.96	16.16	10.07	9.12	2.59	2.60
2023/6/2	15.83	9.71	6.67	6.27	1.50	1.51
2023/6/3	19.73	10.77	9.20	7.63	2.14	1.86
累计	174.16	77.21	53.77	50.09	17.28	17.16
累计占22M6销额比例	30%	22%	13%	34%	47%	22%
电饭煲						
（单位：百万元）	美的	九阳	苏泊尔	小熊	北鼎	摩飞
2023/5/31	10.40	6.98	10.52	1.09	-	-
2023/6/1	3.24	2.58	3.35	0.56	-	-
2023/6/2	2.20	2.84	2.13	0.44	-	-
2023/6/3	2.23	2.08	3.02	0.56	-	-
累计	18.07	14.48	19.02	2.65	-	-
累计占22M6销额比例	20%	37%	18%	30%	-	-
电热水壶						
（单位：百万元）	美的	九阳	苏泊尔	小熊	北鼎	摩飞
2023/5/31	3.09	1.22	0.79	4.86	0.22	0.27
2023/6/1	1.41	0.47	0.45	1.20	0.07	0.12
2023/6/2	1.01	0.35	0.32	0.76	0.03	0.09
2023/6/3	1.27	0.87	0.49	0.78	0.05	0.12
累计	6.79	2.91	2.05	7.60	0.38	0.60
累计占22M6销额比例	22%	16%	8%	69%	-	21%
破壁机						
（单位：百万元）	美的	九阳	苏泊尔	小熊	北鼎	摩飞
2023/5/31	3.24	14.84	2.16	1.99	-	0.33
2023/6/1	1.05	6.09	1.06	0.64	-	0.09
2023/6/2	0.68	3.28	0.68	0.38	-	0.07
2023/6/3	0.99	3.90	1.05	0.40	-	0.12
累计	5.95	28.11	4.94	3.40	-	0.61
累计占22M6销额比例	21%	34%	13%	104%	-	28%
空气炸锅						
（单位：百万元）	美的	九阳	苏泊尔	小熊	北鼎	摩飞
2023/5/31	3.58	4.19	1.06	1.52	-	0.37
2023/6/1	2.48	1.00	0.52	0.55	-	0.12
2023/6/2	1.59	0.57	0.35	0.41	-	0.05
2023/6/3	1.40	0.63	0.45	0.47	-	0.09
累计	9.06	6.39	2.38	2.95	-	0.63
累计占22M6销额比例	30%	17%	8%	22%	-	-
养生壶/煎药壶/养生杯						
（单位：百万元）	美的	九阳	苏泊尔	小熊	北鼎	摩飞
2023/5/31	0.79	2.02	0.40	1.20	1.37	0.02
2023/6/1	0.34	0.62	0.22	0.64	0.42	0.00
2023/6/2	0.26	0.39	0.16	0.49	0.23	0.00
2023/6/3	0.30	0.54	0.17	0.68	0.33	0.01
累计	1.69	3.57	0.95	3.00	2.36	0.03
累计占22M6销额比例	17%	26%	7%	17%	-	3%

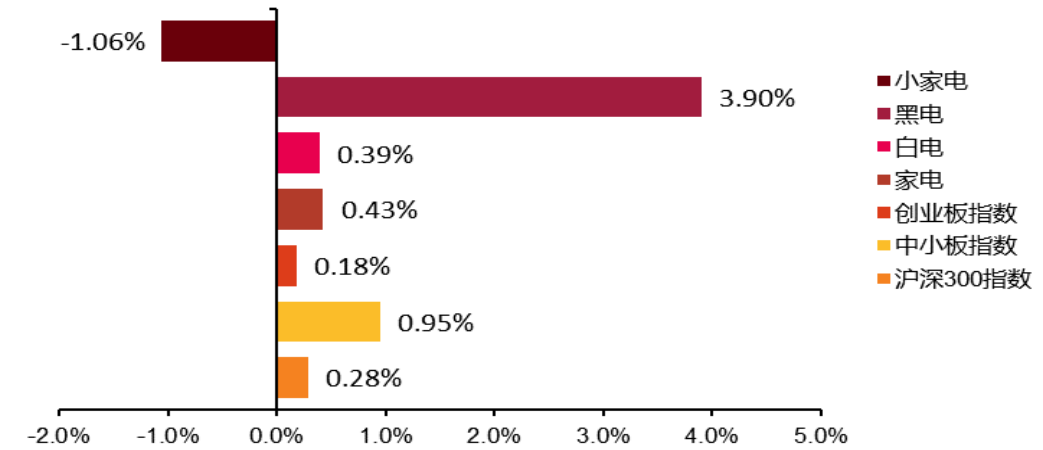
资料来源：生意参谋，天风证券研究所

数据口径为天猫平台官旗成交额对比去年品牌整体成交额

2. 前周家电板块走势

前周（2023/5/29-2023/6/02）沪深 300 指数+0.28%，创业板指数+0.18%，中小板指数+0.95%，家电板块+0.43%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为+0.39%、+3.9%、-1.06%。个股中，本周涨幅前五名是创维数字、春兰股份、TCL 科技、长虹华意、兆驰股份；本周跌幅前五名是汉宇集团、金海高科、飞科电器、九阳股份、苏泊尔。

图 4：前周家电板块走势



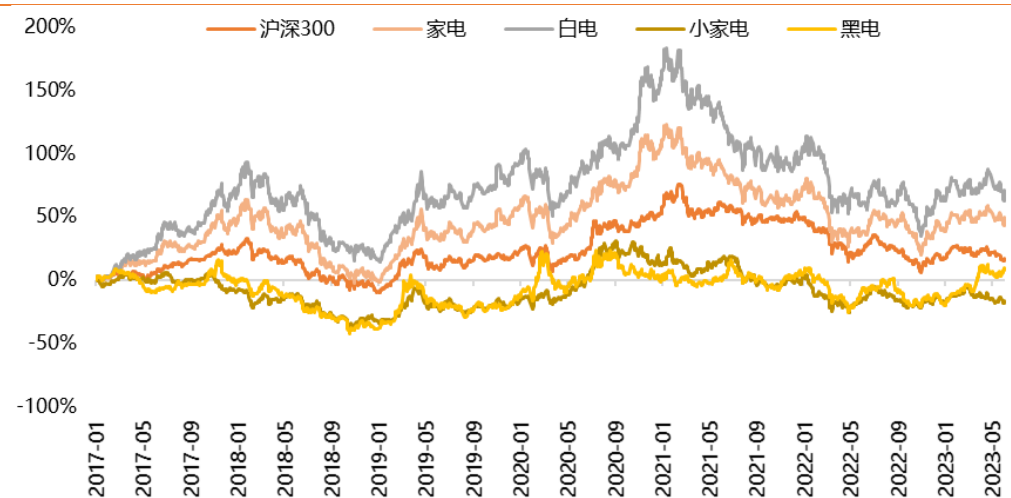
资料来源：Wind，天风证券研究所

表 1：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	000810.SZ	创维数字	27.08%	21.96%	1	300403.SZ	汉宇集团	-5.67%	37.41%
2	600854.SH	春兰股份	13.91%	24.21%	2	603311.SH	金海高科	-4.26%	2.92%
3	000100.SZ	TCL 科技	9.66%	8.24%	3	603868.SH	飞科电器	-4.13%	0.96%
4	000404.SZ	长虹华意	6.86%	15.11%	4	002242.SZ	九阳股份	-3.85%	3.06%
5	002429.SZ	兆驰股份	6.82%	3.57%	5	002032.SZ	苏泊尔	-3.61%	1.05%

资料来源：Wind，天风证券研究所

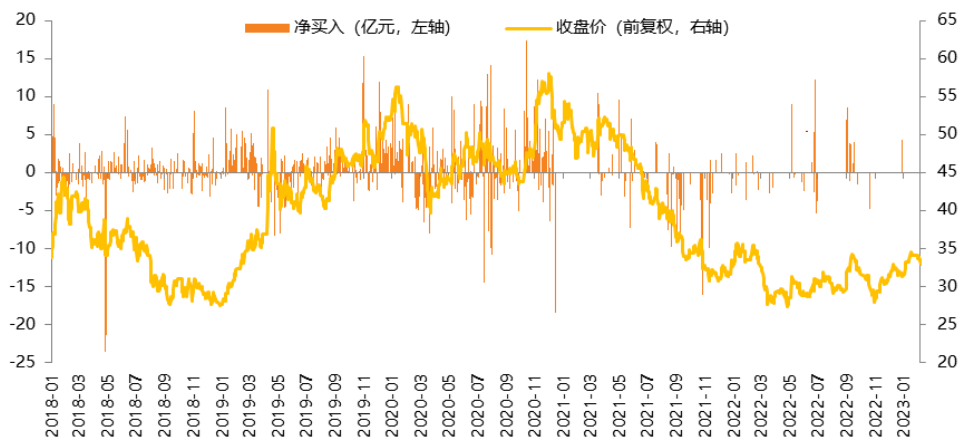
图 5：家电板块历史走势



资料来源：Wind，天风证券研究所

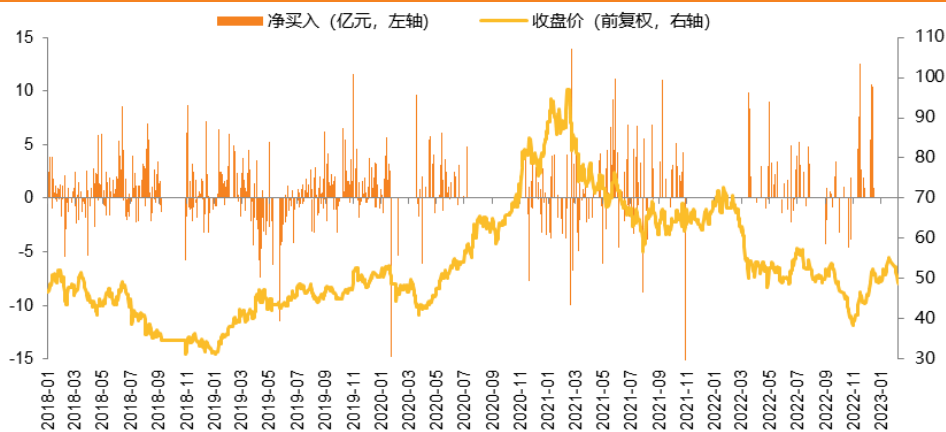
3. 周度资金流向

图 6：格力电器北上净买入



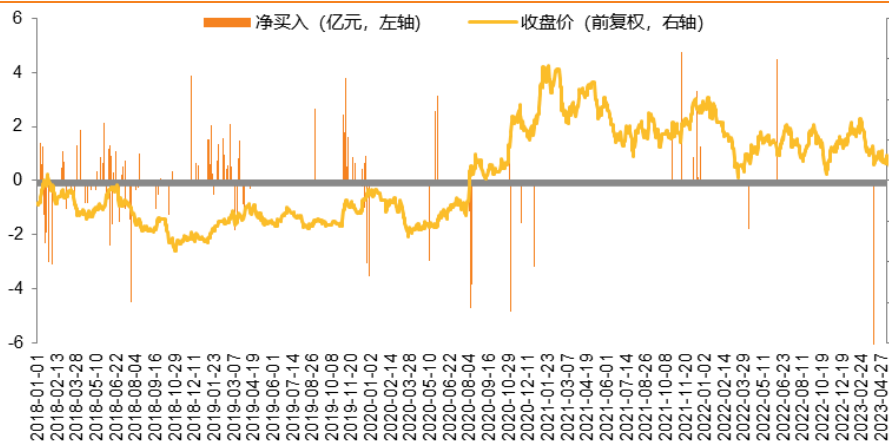
资料来源：Wind，天风证券研究所

图 7：美的集团北上净买入



资料来源：Wind，天风证券研究所

图 8：海尔智家北上净买入

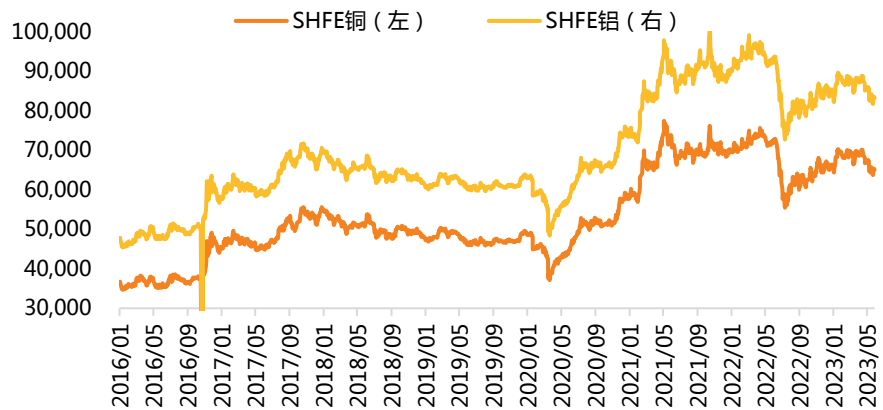


资料来源：Wind，天风证券研究所

4. 原材料价格走势

2023 年 6 月 2 日，SHFE 铜、铝现货结算价分别为 66440 和 18665 元/吨；SHFE 铜相较于前周+2.50%，铝相较于前周+1.69%。今年以来铜价+0.14%，铝价-0.32%。中国塑料城价格指数为 813.04，相较于前周-0.07%，今年以来-5.95%；钢材综合价格指数为 106.67，相较于前周价格-0.21%，今年以来-5.81%。

图 9：铜、铝价格走势（元/吨）



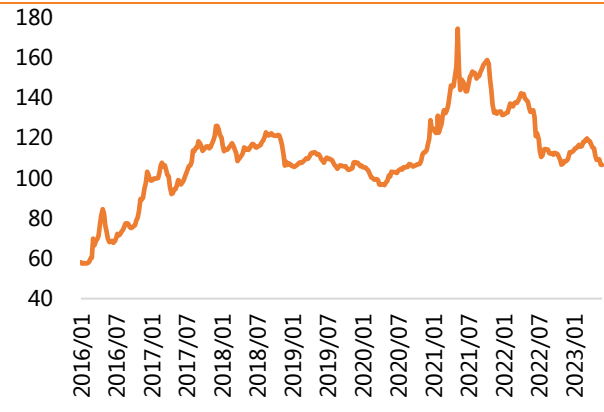
资料来源：Wind，天风证券研究所

图 10：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 11：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：4 月空调内销维持较高增速

空调：23M4 内/外销量分别同比+29.7%/-4.3%，增速环比+10.4/+0.8pcts；23M1-M4 年累计内/外销量分别同比+26.6%/-5.1%（22 年分别-0.5%/-3.2%），内销量增速改善明显，外销仍承压。

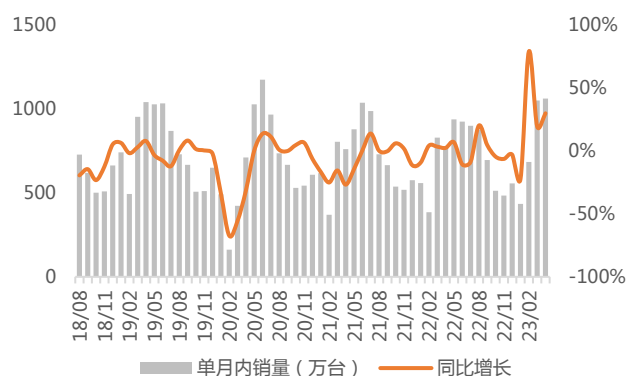
冰箱：23M4 内/外销量分别同比+23.6%/+8.7%，增速环比-21.4/+15.5pcts；M1-M4 年累计内/外销量分别同比+2.7/-11.1%（22 年分别-3.1%/-22.1%），内外需较 22 年同步改善。

洗衣机：23M4 内/外销量分别同比+12.6%/+44.0%，增速环比-25.3/+23.5pcts；M1-M4 年累计内/外销量分别同比+3.3%/+18.0%（22 年分别-9.4%/-6.4%），外需增速改善明显。

油烟机：23M4 内/外销量分别同比+31.0%/-19.6%，增速环比-50.9/+32.4pcts；M1-M4 年累计内/外销量分别同比+5.4%/-11.6%（22 年分别-15.5%/-26.8%），内需增速转正，外销降幅缩窄。

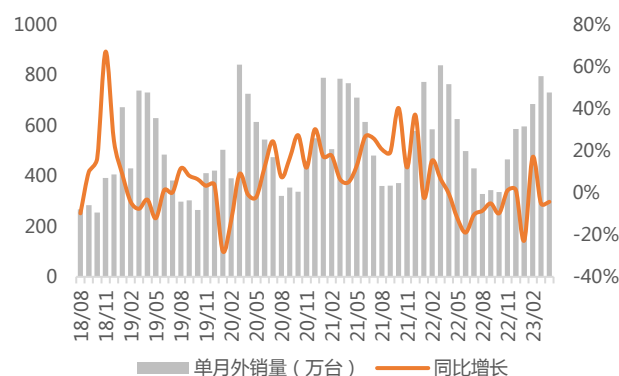
图 12：出货端空调内销月零售量、同比增速

图 13：出货端空调外销月零售量、同比增速



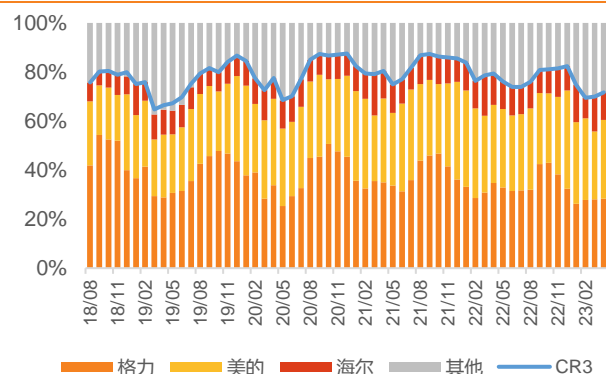
资料来源：产业在线，天风证券研究所

注：21年同比增速调整为较19年同期增速，下同。



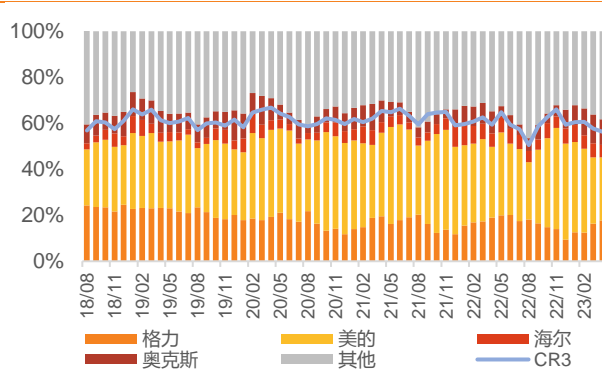
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 14: 出货端空调内销分品牌市占率、CR3



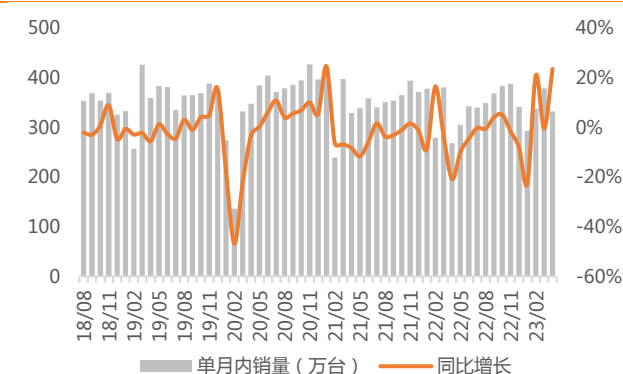
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 15: 出货端空调外销分品牌市占率、CR3



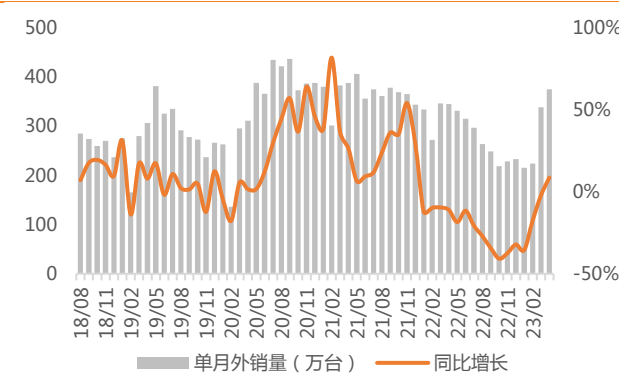
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 16: 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 17: 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 18: 出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3

图 19: 出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3

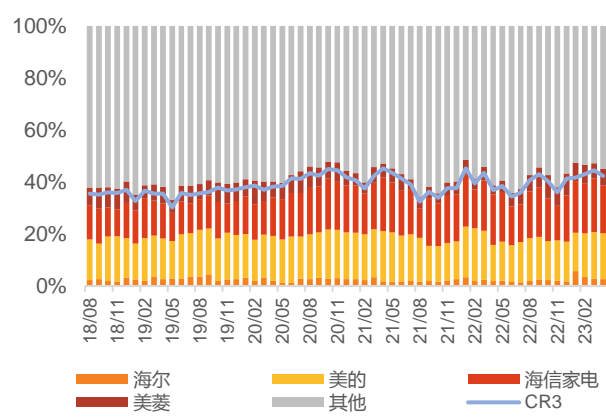
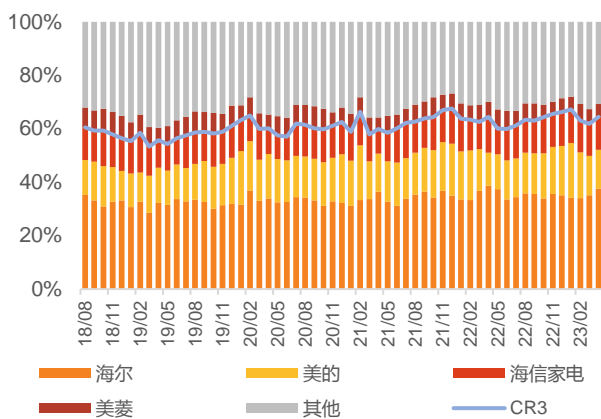


图 20：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速

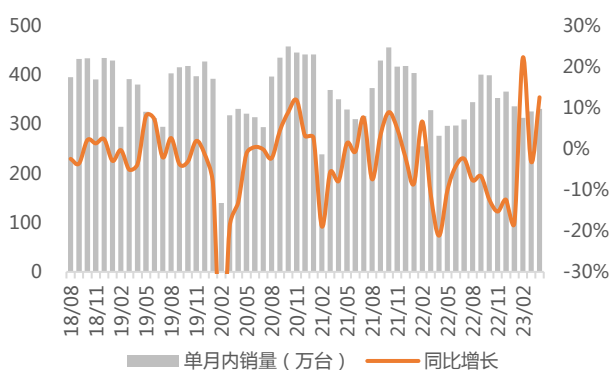


图 21：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速

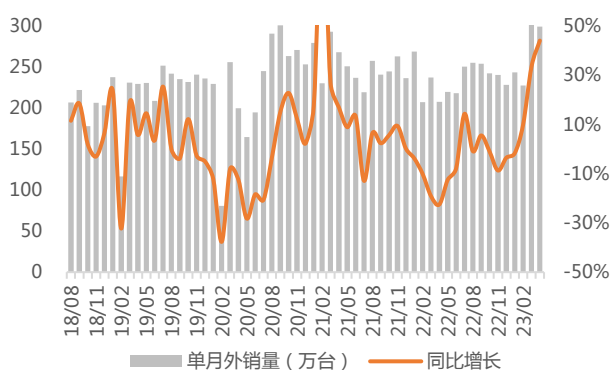


图 22：出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3

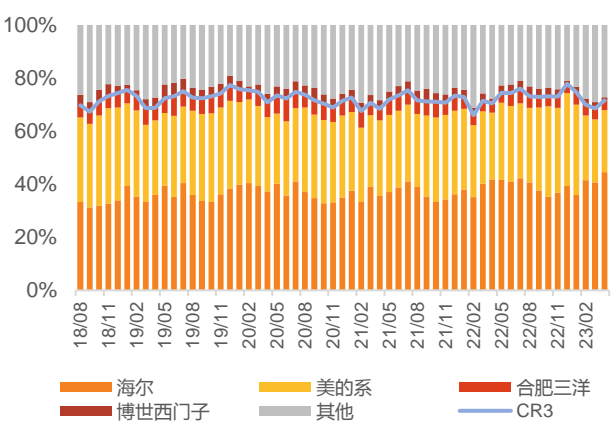


图 23：出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3

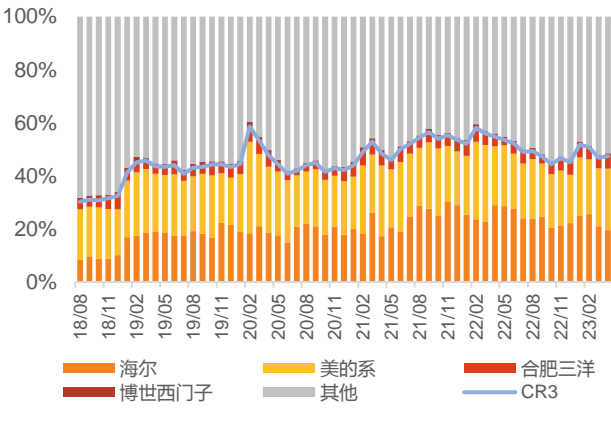
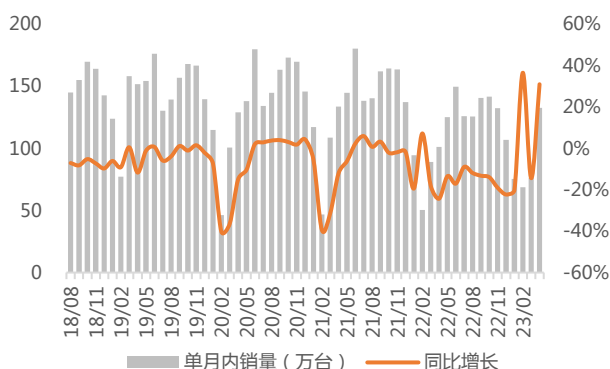
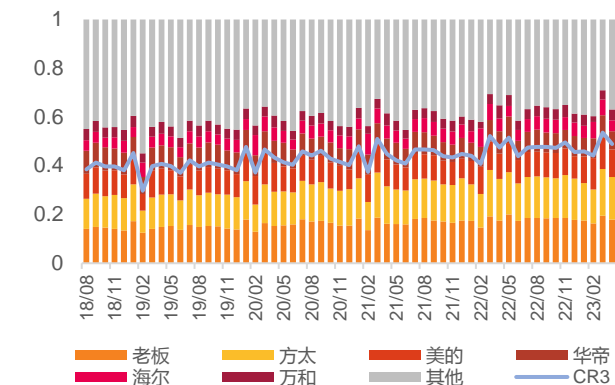


图 24：出货端油烟机内销月零售量、同比增速

图 25：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



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：23W22 空调增长放缓，销售额实现+45%的增长；同期扫地机（+20%）和豆浆机（+12%）实现较快正增长。23W1-W22，空调、电蒸锅、油烟机、电热水器、净水器、养生壶和电蒸锅实现同比正增长。

线下：23W22 较多品类实现同比正增长，其中扫地机（+44%）和集成灶（+28%）增速较好。23W1-W22，空调、油烟机、燃气灶、集成灶、洗碗机、电热水器、净水器、扫地机实现正增长，其中扫地机累计同比+44%增速较领先。

图 26：奥维云网数据跟踪

奥维云网（线上周度）									
品类	零售额累计增速	23W1-22	23W22	23W21	23W20	23W19	23W18	23W17	
	(22/12/26-23/5/28)	(23/5/15-23/5/21)	(23/5/13-23/5/21)	(23/5/08-23/5/14)	(23/5/01-23/5/07)	(23/4/24-23/4/30)	(23/4/17-23/4/23)		
彩电	-16%	-1%	-6%	-6%	-3%	-14%	14%		
空调	34%	45%	174%	137%	30%	28%	114%		
冰箱	-7%	-16%	23%	17%	-7%	0%	1%		
洗衣机	-7%	-6%	-16%	25%	-4%	-4%	2%		
冷柜	-4%	-37%	-11%	-28%	-28%	-44%	-27%		
油烟机	2%	11%	15%	12%	-2%	-8%	19%		
燃气灶	-2%	8%	8%	6%	-6%	-9%	4%		
集成灶	-18%	-28%	-9%	-41%	-23%	-33%	-21%		
洗碗机	-6%	-20%	-1%	0%	-19%	-13%	-15%		
电热水器	4%	-8%	2%	-2%	-14%	-6%	-13%		
净水器	1%	2%	26%	6%	-3%	5%	0%		
净化器	-4%	-5%	7%	6%	-13%	-2%	6%		
扫地机	-11%	20%	-18%	37%	1%	-7%	-34%		
电饭煲	-4%	-11%	-5%	-9%	-14%	-1%	3%		
破壁机	-12%	-20%	-20%	-11%	-32%	-31%	-22%		
养生壶	7%	5%	0%	1%	-17%	-20%	1%		
搅拌机	-23%	-38%	-33%	-29%	-42%	-33%	-30%		
榨汁机	-9%	-23%	1%	-14%	-26%	-28%	1%		
煎烤机	-12%	5%	-14%	-8%	-25%	-15%	-7%		
电压力锅	-5%	-3%	5%	-8%	-11%	6%	4%		
电水壶	-2%	-9%	-4%	0%	-6%	1%	5%		
电炖锅	-13%	-9%	-18%	-15%	-24%	-17%	-30%		
电磁炉	-14%	-18%	-1%	-16%	-20%	-24%	-14%		
电蒸锅	28%	8%	7%	8%	-6%	12%	13%		
电饼铛	-7%	6%	-14%	-4%	-22%	-16%	-6%		
空气炸锅	-48%	-57%	-64%	-55%	-69%	-62%	-60%		
豆浆机	-7%	12%	15%	18%	-5%	-7%	-25%		
奥维云网（线下周度）									
品类	零售额累计增速	23W1-21	23W22	23W21	23W20	23W19	23W18	23W17	
	(22/12/26-23/5/21)	(23/5/15-23/5/21)	(23/5/13-23/5/21)	(23/5/08-23/5/14)	(23/5/01-23/5/07)	(23/4/24-23/4/30)	(23/4/17-23/4/23)		
彩电	-15%	6%	-5%	5%	21%	-10%	11%		
空调	12%	14%	53%	36%	56%	10%	93%		
冰箱	0%	4%	12%	17%	43%	5%	24%		
洗衣机	-12%	6%	-3%	17%	17%	-20%	13%		
冷柜	-9%	-25%	-23%	-26%	-21%	-42%	-35%		
油烟机	6%	21%	17%	45%	40%	14%	43%		
燃气灶	2%	16%	14%	34%	37%	16%	34%		
集成灶	28%	33%	24%	68%	53%	68%	58%		
洗碗机	17%	40%	38%	62%	85%	8%	5%		
电热水器	2%	13%	7%	11%	38%	4%	22%		
净水器	7%	30%	6%	11%	36%	1%	24%		
净化器	-20%	-33%	-7%	-5%	-1%	-16%	-19%		
扫地机	44%	79%	11%	34%	121%	64%	-4%		
电饭煲	-4%	-1%	-11%	-9%	8%	15%	1%		
破壁机	-21%	-20%	-26%	-25%	-11%	-21%	-22%		

资料来源：奥维云网，天风证券研究所

6. 公司公告

- 2023 年 5 月 30 日

石头科技：关于以集中竞价交易方式首次回购股份的公告

公司拟使用 5,000 万至 10,000 万元自有资金回购股份，回购价格不超过 400 元/股，用于实施员工持股计划或股权激励，回购期限自 2023 年 4 月 28 日至 2024 年 4 月 27 日。2023 年 5 月 29 日，公司通过集中竞价交易方式首次回购股份 0.2945 万股，已回购股份占公司总股本的比例为 0.0031%，购买的最高价为 298.84 元/股，最低价为 297.24 元/股，已支付的总金额为 877,376.40 元（不含印花税、交易佣金等交易费用）。

- 2023 年 6 月 01 日

小熊电器：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

经中国证券监督管理委员会《关于核准小熊电器股份有限公司公开发行可转换公司债券的批复》（证监许可〔2022〕1099 号）核准，小熊电器股份有限公司（以下简称“公司”）向社会公开发行了 5,360,000 张可转换公司债券，每张面值 100 元，期限 6 年，发行总额为 53,600.00 万元。经深圳证券交易所（以下简称“深交所”）“深证上[2022]869 号”文同意，公司 53,600.00 万元可转换公司债券于 2022 年 9 月 7 日起在深交所挂牌交易，债券简称“小熊转债”，债券代码“127069”。公司控股股东佛山市兆峰投资有限公司（以下简称“兆峰投资”）及其一致行动人永新县吉顺资产管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“永新吉顺”）、龙少宏女士通过优先配售合计持有“小熊转债”2,742,114 张，占发行总量的 51.16%。

7. 行业新闻

- 2023 年 6 月 01 日

打造健康烹饪空间 推动厨电迭代升级——首批通过厨卫电器品质评价认证产品发布（来源：家电消费网）

伴随着人们对品质生活需求的提升，帮助消费者构建舒适健康的家居环境成为驱动厨卫产业技术升级，迈向高质量发展的核心动力。5 月 30 日，《轻工标准与质量》与《家电科技》期刊共同主办的“品质厨卫 优享生活”厨卫电器品质评价 CLUB 技术质量论坛暨首批品质认证发布会在京召开。

中国家用电器研究院副院长葛丰亮、北京工业大学环境与生命学部教授梁文俊、中家院(北京)检测认证有限公司生活电器检测中心部长陆伟、奥维云网厨卫事业部研究总监刘冀元、《轻工标准与质量》杂志社副社长孟慧敏、北京中轻生产力促进中心有限公司副总经理孙鹏、中家院(北京)检测认证有限公司认证中心副部长宋珊珊、《家电科技》期刊编辑主任张蕊、中家院(北京)检测认证有限公司生活电器检测中心主任工程师王莹莹等专家学者与老板、美的、卡萨帝、海尔、万家乐、火星人、净微(澄一)、华帝、百得、苏泊尔、亿田、康佳、松下、美菱、康泉等厨卫企业代表以及行业媒体共同研讨厨卫行业发展趋势和产品迭代创新方向，探索未来家电市场新发展机遇。

- 2023 年 6 月 02 日

威能推出全新 turboMAG 平衡机，舒适生活触手可及（来源：环球家电网）

随着人们生活水平的日渐提升，消费者对家用热水的性能提出了更高的要求。炎炎夏日，在忙碌了一天的工作后，能够享受一次酣畅淋漓的洗浴，卸下一身的疲惫，是很多用户共同追求的美好生活体验。对于家用燃气热水器来说，安全、稳定、高效能已经成为必要的性能指标。近日，百年舒适家居品牌德国威能推出的 turboMAG 平衡机，融合了创新科技与实用功能，成为追求高性能热水器消费者的全新选择。

不同于强排机消耗室内氧气进行燃烧，turboMAG 平衡机采用全密闭温燃结构，从外部抽取新鲜空气进行燃烧，不消耗室内氧气。这意味着即便在抽油烟机运行时，或者在严冬无法开窗的情况下，平衡机仍能安全且高效地工作。这个特性使得 turboMAG 平衡机更适合国内家庭安装在厨房，如此不论何时都能提供可靠的热水。同时，在封闭的环境中，其无需开窗通风的特性，使用户在寒冬和盛夏都能避免由于额外供暖或制冷造成的能源消耗，节能又环保。

8. 投资建议与个股推荐

- 1) 空调景气度延续，继续看好。今年看，一是目前天气已转热，华南地区高温，零售端压力有所减轻；二是出货端相对压力有限（去年 7 月低，8 月高基数，合并看 3Q 基数有限），因此我们对今年三季度相对乐观。
- 2) 618 数据提示复苏仍为渐进过程。我们延续此前观点，认为清洁电器中期维度仍具备投资价值，但短期仍需观察
- 3) OEM/ODM 在海外库存改善后步入恢复通道。

标的方面：

- 1) 白电链条，推荐美的集团、海信家电、格力电器、海尔智家；
- 2) 智能家居链条，推荐科沃斯、石头科技、海信视像等
- 3) 小家电链条，推荐小熊电器、新宝股份等；

9. 风险提示

三方数据偏差风险；后续出口不及预期；房地产、汇率、原材料价格波动风险等。

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。

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
北京市西城区佟麟阁路 36 号 邮编：100031 邮箱：research@tfzq.com	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 邮编：570102 电话：(0898)-65365390 邮箱：research@tfzq.com	上海市虹口区北外滩国际客运中心 6 号楼 4 层 邮编：200086 电话：(8621)-65055515 传真：(8621)-61069806 邮箱：research@tfzq.com	深圳市福田区益田路 5033 号平安金融中心 71 楼 邮编：518000 电话：(86755)-23915663 传真：(86755)-82571995 邮箱：research@tfzq.com