

2023 年 06 月 25 日  
家电

ESSENCE

 行业动态分析

证券研究报告

# 618 家电消费稳步复苏，空调表现亮眼

■ **618 家电景气上行，子行业复苏节奏分化。**今年 618 大促落下帷幕，整体消费稳健复苏，直播电商表现突出。据星图数据统计，今年 618 全网商品交易总额达 7987 亿元，YoY+14.8%，其中直播电商销售额 1844 亿元，YoY+27.6%。品类方面，家用电器品类稳坐综合电商平台销售额榜首，家电消费景气持续上行，今年 618 京东到家家电品类销售额同比增长 180%。家电子行业方面，空调、厨电复苏节奏相对较快；扫地机销量增速转正，行业景气复苏渐行渐近；厨房小家电行业表现平稳，龙头销售额稳步提升。

■ **白电：空调消费景气上行，行业均价稳步提升。**2023 年 618 期间，空调销售表现亮眼，冰箱消费景气有所回升，洗衣机消费仍有承压。据奥维数据显示，2023W22-W25 (2023 年 5 月 22 日-2023 年 6 月 18 日) 空调、冰箱、洗衣机线上销售额 YoY+53.9%、+13.3%、-7.2%；线下销售额 YoY-4.1%、-18.7%、-21.6%。前期因疫情而积压的空调更新需求持续释放，且受到高温天气的催化，空调消费景气持续上行。均价方面，受益于产品结构优化，白电行业均价稳步提升，其中冰箱、洗衣机功能升级较多，均价提升明显（见表 3、表 4）。品牌方面，空调龙头表现突出。战报显示，今年 618 期间美的品牌销售额同比增长近 40%。格力全网累计销售额破 90 亿元，天猫 618 全周期全品类销售额同比增长 40%，京东 618 品牌零销售额同比提升 28%。

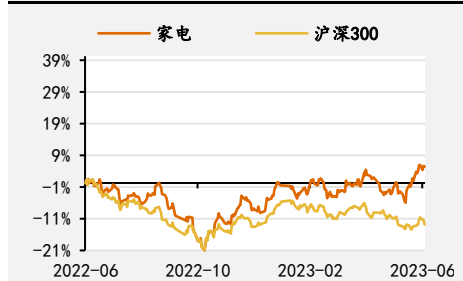
■ **厨电：全渠道消费景气明显复苏。**受益于地产竣工边际改善，年初以来厨电终端零售持续复苏，今年 618 期间厨电消费延续快速提升态势。奥维数据显示，2023W22-W25 油烟机线上、线下销售额 YoY+14.1%、+14.2%。品牌方面，厨电龙头持续加大线上渠道布局，618 期间线上销售额增速领先（见表 5）。战报显示，老板全网销售总额破 14 亿元。火星人最终成交额超 4.55 亿元，同比增长 31%。

■ **清洁电器：行业需求复苏，扫地机均价逐步回升。**今年 618 期间清洁电器需求有所回升。奥维数据显示，2023W22-W25 扫地机、洗地机线上销售额 YoY+4.8%、+9.8%，线上均价 YoY+1.2%、-17.0%。大促期间，扫地机均价同比持平，销量增速转正，行业景气复苏渐行渐近；洗地机仍处于降价提升普及率的阶段。品牌方面，奥维数据显示，618 期间科沃斯表现较为平稳，石头增速优于行业，降价对销量提振效果较好（见表 6、表 7）。长期来看，扫地机在国内普及率较低，我们认为拉动普及率提升的核心驱动力仍然是产品的持续迭代和升级。期待头部企业加速迭代新品，拉动行业进入新的成长周期。

**投资评级** **领先大市-A**  
**维持评级**

首选股票	目标价（元）	评级
000333 美的集团	72.30	买入-A
000651 格力电器	47.55	买入-A
600690 海尔智家	27.75	买入-A

## 行业表现



资料来源：Wind 资讯

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	8.7	10.5	19.5
绝对收益	6.7	7.5	8.8

**张立聪** 分析师

SAC 执业证书编号：S1450517070005

zhanglc@essence.com.cn

**余昆** 分析师

SAC 执业证书编号：S1450521070002

yukun@essence.com.cn

## 相关报告

更新，添置：空调市场隐秘的角落	2023-06-04
需求拐点已显，盈利能力持续改善	2023-05-21
成本红利持续释放，Q1 基金重仓家电比例环比回升	2023-05-09
Q1 单季度毛利率改善明显	2023-04-27
电动两轮车：天花板已至？	2023-04-17

**厨房小家电：**行业景气表现平稳，龙头销售额稳步提升。年初以来，可选属性较强的厨房小家电复苏节奏较为滞后。奥维数据显示，今年 618 期间，厨房小家电主要品类线上销售表现承压，仅电蒸锅、豆浆机、电饼铛销售额同比增长（见表 8）。均价方面，618 期间厨房小家电行业（奥维监测的 14 个主要品类）均价 YoY-4%，其中空气炸锅、破壁机、豆浆机、煎烤机等品类均价下降幅度较大。当前居民消费意愿偏弱，小家电企业增加了高性价比的入口产品投放，行业均价有所下降。品牌方面，苏泊尔持续完善线上渠道，小熊升级品牌定位、聚焦重点品类，618 销售额稳健提升。据苏泊尔战报，今年 618 期间苏泊尔总销售额 14.2 亿元，同比增长 2.9%。小熊战报显示，小熊总销售额 3.4 亿元，其中母婴小家电销售额突破 2000 万元，同比增长 109%。

**投资建议：**年初以来，家电的复苏进度稳健。监测数据显示，家电的需求已经有所恢复，尤其空调、厨电的恢复节奏相对较快。今年 618 数据也可以看出，虽然各子行业进度不一，但家电整体景气处于上行阶段。另外，由于存在成本红利、汇率红利，二季度家电有望实现较好的业绩表现。结合估值，我们优先推荐美的集团、格力电器、三花智控、海容冷链、老板电器。部分家电出口企业的订单已经开始恢复，人民币贬值增厚相关企业利润，重点关注新宝股份、奥马电器。资本市场对家电智能化的关注度提升，科沃斯、石头科技等值得关注。

**风险提示：**原材料价格大幅上涨，人民币大幅升值，竞争格局恶化，地产政策变化，三方监测数据与实际数据存在误差。

表1：2023 年 618 家电公司战报汇总

公司	618 期间销售表现
美的集团	美的系总销售额位居全网第一。美的品牌销售额同比增长近 40%；COLMO 品牌购买用户同比增长超 30%；东芝品牌购买用户同比增长超 110%，销售额同比增长超 120%；小天鹅水魔方系列销售量超 53 万台；华凌品牌销售额同比增长超 70%。
海尔智家	冰箱、洗衣机、热水器、冷柜销售额位居全网第一；空调、厨电、洗衣机、机器人销售额分别同比增长 83%、37%、38%、86%；卡萨帝品牌销售额增长 60%。
格力电器	全网累计销售额破 90 亿元，天猫 618 全周期全品类销售额同比增长 40%，京东 618 品牌零售额同比提升 28%，抖音格力官方旗舰店居抖音 618 大家电店铺 TOP 1。天猫格力空调销售额同比增长 49%，京东格力空调零售额同比增长 30%。
老板电器	全网销售总额破 14 亿元。
火星人	最终成交额超 4.55 亿元，同比增长 31%；蝉联京东、天猫集成灶类目销售第一。
亿田智能	亿田 D6ZK 蒸烤炖炸集成灶稳坐全网第一单品桂冠。
极米科技	京东、天猫、抖音投影品类 GMV NO. 1；线下门店 4K 投影产品 GMV 同比增长超 100%；抖音 GMV 同比增长超 200%。
光峰科技	激光电视 618 线上销额&销量 6 连冠；线下渠道增长 139%；峰米激光电视 C3 荣获线上渠道销额&销量冠军。
苏泊尔	总销售额 14.2 亿元，同比增长 2.9%，销量 550.6 万件；电饭煲、炒锅、煎锅、电炖锅等品类销售额位居全网 TOP 1。
小熊电器	总销售额 3.4 亿元，总销量 280 万台；小型半自动咖啡机销量突破 7000 台，同比增长 550%；母婴小家电销售额突破 2000 万元，同比增长 109%。
九号公司	自营全渠道销售额 7.62 亿元，同比增长 61%；线上销售额 6.52 亿元，同比增长 128%；电动两轮车全渠道销售额 6.85 亿元，同比增长 101%，线上销售额 6.01 亿元，同比增长 208%；短交通全渠道销售额 7766 万元，线上销售额 5065 万元。
倍轻松	全网销售额同比增长 100%+；N5mini 累计售出 20 万台+；店铺、品牌维度排名京东、抖音双 NO. 1，天猫店铺维度排名 NO. 1。

资料来源：各公司 618 官方战报，安信证券研究中心

注：海尔智家统计时间为各电商平台预售开启至 6 月 18 日，其余公司统计时间 5 月 31 日-6 月 18 日。

表2：空调行业及主要公司零售数据同比增速（2023. 05. 22-2023. 06. 18）

	行业	格力	美的	海尔	海信系
<b>线上零售</b>					
零售额	53.9%	44.8%	65.3%	66.4%	86.8%
零售量	48.6%	42.6%	53.4%	60.3%	76.3%
零售均价	3.5%	1.5%	7.7%	3.8%	5.9%
<b>线下零售</b>					
零售额	-4.1%	-16.2%	5.3%	-9.5%	7.5%
零售量	-7.9%	-18.0%	-6.1%	-10.6%	12.3%
零售均价	4.2%	2.2%	12.2%	1.2%	-4.3%

资料来源：奥维云网，安信证券研究中心

注：海信系为海信和科龙品牌

表3：冰箱行业及主要公司零售数据同比增速（2023. 05. 22-2023. 06. 18）

	行业	海尔	美的	海信系
<b>线上零售</b>				
零售额	13.3%	15.7%	28.2%	24.0%
零售量	-1.8%	0.5%	6.6%	4.2%
零售均价	15.4%	15.1%	20.3%	19.0%
<b>线下零售</b>				
零售额	-18.7%	-18.5%	-7.8%	-14.9%
零售量	-25.2%	-24.7%	-14.3%	-18.6%
零售均价	8.6%	8.2%	7.6%	4.6%

资料来源：奥维云网，安信证券研究中心

注：海信系为海信和容声品牌

表4：洗衣机行业及主要公司零售数据同比增速（2023.05.22-2023.06.18）

	行业	海尔	美的系	海信
<b>线上零售</b>				
零售额	-7.2%	-10.1%	7.6%	-16.5%
零售量	-17.7%	-13.9%	-4.2%	-11.0%
零售均价	12.8%	4.4%	12.3%	-6.1%
<b>线下零售</b>				
零售额	-21.6%	-22.9%	-29.1%	-18.4%
零售量	-23.4%	-24.3%	-26.9%	-18.3%
零售均价	2.4%	1.8%	-3.1%	-0.1%

资料来源：奥维云网，安信证券研究中心

注：美的系为美的和小天鹅品牌

表5：油烟机行业及主要公司零售数据同比增速（2023.05.22-2023.06.18）

	行业	方太	老板	美的	华帝
<b>线上零售</b>					
零售额	14.1%	28.2%	40.1%	15.9%	10.9%
零售量	0.5%	27.4%	23.7%	18.9%	-8.7%
零售均价	13.5%	0.6%	13.2%	-2.5%	21.5%
<b>线下零售</b>					
零售额	14.2%	19.9%	12.6%	34.1%	9.9%
零售量	10.1%	15.6%	10.5%	73.6%	1.8%
零售均价	3.8%	3.7%	1.9%	-22.7%	8.0%

资料来源：奥维云网，安信证券研究中心

表6：扫地机行业及主要公司零售数据同比增速（2023.05.22-2023.06.18）

	行业	科沃斯	石头	追觅	小米
<b>线上零售</b>					
零售额	4.8%	4.4%	18.9%	68.8%	-1.7%
零售量	3.6%	7.0%	23.5%	51.2%	9.2%
零售均价	1.2%	-2.4%	-3.7%	11.6%	-10.0%
<b>线下零售</b>					
零售额	45.4%	22.6%	521.9%	5029.5%	126.3%
零售量	58.2%	37.7%	531.5%	3943.4%	114.9%
零售均价	-8.1%	-11.0%	-1.5%	26.9%	5.3%

资料来源：奥维云网，安信证券研究中心

表7：洗地机行业及主要公司零售数据同比增速（2023.05.22-2023.06.18）

	行业	添可	必胜	石头	追觅
<b>线上零售</b>					
零售额	9.8%	-12.1%	-30.1%	285.8%	86.5%
零售量	32.3%	2.4%	22.2%	346.3%	97.4%
零售均价	-17.0%	-14.1%	-42.8%	-13.6%	-5.5%
<b>线下零售</b>					
零售额	-8.3%	-5.8%	-37.0%	523.9%	10076.3%
零售量	0.9%	9.8%	-26.4%	529.8%	9785.2%
零售均价	-9.2%	-14.2%	-14.4%	-0.9%	2.9%

资料来源：奥维云网，安信证券研究中心

表8：厨房小家电主要品类线上零售数据同比增速（2023.05.22-2023.06.18）

	合计	电蒸锅	豆浆机	电饼铛	电水壶	煎烤机	电饭煲	养生壶	榨汁机	电压力锅	电磁炉	电炖锅	破壁机	搅拌机	空气炸锅
零售额	-18%	21%	11%	2%	0%	-5%	-6%	-8%	-13%	-13%	-14%	-19%	-21%	-33%	-58%
零售量	-15%	4%	28%	8%	0%	8%	-12%	0%	-9%	-20%	-17%	-19%	-9%	-35%	-53%
均价	-4%	16%	-13%	-5%	0%	-12%	6%	-8%	-5%	8%	5%	0%	-13%	2%	-10%

资料来源：奥维云网，安信证券研究中心

## 目 行业评级体系 ■■■

收益评级：

领先大市 —— 未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 10%及以上；

同步大市 —— 未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-10%至 10%；

落后大市 —— 未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 10%及以上；

风险评级：

A —— 正常风险，未来 6 个月的投资收益率的波动小于等于沪深 300 指数波动；

B —— 较高风险，未来 6 个月的投资收益率的波动大于沪深 300 指数波动；

## 目 分析师声明 ■■■

本报告署名分析师声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

## 目 本公司具备证券投资咨询业务资格的说明 ■■■

安信证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。



## ■ 免责声明 ■ ■ ■

本报告仅供安信证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准，如有需要，客户可以向本公司投资顾问进一步咨询。

在法律许可的情况下，本公司及所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“安信证券股份有限公司研究中心”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

本报告的估值结果和分析结论是基于所预定的假设，并采用适当的估值方法和模型得出的，由于假设、估值方法和模型均存在一定的局限性，估值结果和分析结论也存在局限性，请谨慎使用。

安信证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

## 安信证券研究中心

深圳市

地 址： 深圳市福田区福田街道福华一路 19 号安信金融大厦 33 楼

邮 编： 518026

上海市

地 址： 上海市虹口区东大名路 638 号国投大厦 3 层

邮 编： 200080

北京市

地 址： 北京市西城区阜成门北大街 2 号楼国投金融大厦 15 层

邮 编： 100034