

## 强于大市

# 家用电器行业周报

### 高端化成为出口新亮点，多公司发布半年报

高端化产品成为家电出口新亮点，海信激光电视、海尔中央空调、变频洗衣机等高端产品出口表现较好；本周家电行业上市公司密集发布半年报。上周沪深 300 指数下跌 0.96%，长江家用电器指数下跌 0.58%，跑赢沪深 300 指数 0.38pct。从细分板块来，上周长江白色家电、厨卫家电、小家电、黑色家电、照明设备分别-0.44%/-2.02%/-0.80%/+6.67%/+3.38%。

子版块核心数据追踪：

- **白色家电&彩电**：奥维云网 33 周数据显示，空调、冰箱、洗衣机线下渠道零售额分别同比增长 19.45%、下降 18.42%、下降 25.27%；空调、冰箱、洗衣机线上渠道零售额分别同比增长 83.69%、下降 7.40%、下降 23.44%；彩电线下渠道同比下降 21.17%，线上渠道同比增长 4.25%。
- **厨房电器**：奥维云网 33 周数据显示，油烟机线下渠道零售额同比下降 28.68%，线上渠道零售额同比增长 13.75%；燃气灶线下渠道零售额同比下降 23.18%，线上渠道零售额同比增长 8.44%；集成灶线下零售额同比增长 6.53%，线上零售额同比增长 0.40%；燃气热水器线下零售额同比下降 31.57%，线上零售额同比增长 3.70%。
- **小家电**：奥维云网 33 周数据显示，洗碗机、电饭煲、料理机、养生壶、破壁机、扫地机器人线下渠道零售额分别同比增长 6.81%、下滑 21.01%、下滑 37.26%、下滑 18.87%、下滑 37.31%、增长 8.95%；线上渠道零售额分别同比增长 0.63%、下滑 3.46%、下滑 8.67%、下滑 3.60%、增长 1.41%、增长 7.84%。

### 投资建议

- **高端化产品成为家电出口新亮点**。海关总署发布的最新数据显示，7 月中国出口家用电器 30957.8 万台，同比下降 4.6%；1-7 月累计出口 201907.2 万台，同比下降 7.3%。受原材料及海运成本上涨、国际地缘冲突、新冠疫情反复等因素影响，中国大家电出口面临严重挑战。其中高端化家电产品表现较好，如海信激光电视在澳大利亚、法国、加拿大等多个海外市场的销量已超过去年全年；海尔中央空调 1-6 月在欧洲的销量同比增长 31.4%，出口规模持续保持高增长。此外，今年 6 月，海尔智家日本双品牌变频洗衣机市场占有率达 30.5%，跃居市场第一。
- **上周多家家电行业公司发布半年报**。飞科电器上半年营收 22.79 亿元，yoy+30%；归母净利润 4.56 亿元，yoy+45%；扣非归母净利润 4.28 亿元，yoy+56%。公牛集团上半年营收 68 亿元，yoy+18%，归母净利润 15 亿元，yoy+6%，扣非归母净利润 14 亿元，yoy+4%。极米科技上半年营收 20.36 亿元，yoy+21%；净利润 2.69 亿元，yoy+40%；实现归母净利润 2.69 亿元，yoy+40%；扣非归母净利润 2.32 亿元，同比+30%。得邦照明上半年营收 24.45 亿元，yoy-1%；归母净利润 1.56 亿元，yoy-14%；扣非归母净利润 1.60 亿元，yoy+25%。
- **建议关注**：科沃斯、石头科技、火星机器人、亿田智能、老板电器、格力电器、海尔智家、美的集团、极米科技
- **风险提示**：1) 疫情影响宏观经济未能达到预期；2) 家电行业价格战加剧；3) 原材料价格上涨超预期等。

### 相关研究报告

《家电社零&地产数据点评：21M6：地产竣工数据表现较好，有望带动家电内销持续复苏》  
20210719

《21M6 家电月度数据点评：电商大促带动线上高增长，新兴品类维持较高景气度》  
20210719

《家电社零&地产数据点评：21M5：地产竣工延续复苏趋势，带动家电内销持续回暖》  
20210618

中银国际证券股份有限公司  
具备证券投资咨询业务资格

家用电器

证券分析师：张译文

yiwen.zhang@bocichina.com

证券投资咨询业务证书编号：S1300520090004

## 目录

|                      |    |
|----------------------|----|
| 上周家电行业走势 .....       | 6  |
| 1. 行业点评.....         | 6  |
| 2. 核心公司交易数据 .....    | 6  |
| 3. 未来三个月大小非解禁一览..... | 7  |
| 4. 上周大宗交易一览 .....    | 7  |
| 5. 上周南北向资金一览.....    | 8  |
| 行业数据更新 .....         | 10 |
| 1. 家电终端零售数据追踪 .....  | 10 |
| 2. 家电行业原材料数据更新 ..... | 17 |
| 行业新闻及核心公司重要公告.....   | 19 |
| 1. 行业新闻 .....        | 19 |
| 2. 核心公司公告.....       | 23 |
| 风险提示.....            | 25 |

## 图表目录

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| 图表 1. 沪深 300、长江家用电器指数：家用电器板块周度变动跑赢沪深 300 指数 0.38pct .....      | 6  |
| 图表 2. 上周各板块涨跌幅：家电制造板块上周收盘上涨 0.96% .....                        | 6  |
| 图表 3. 家电板块细分子板块行情走势：黑色家电表现最好，上涨 6.67% .....                    | 6  |
| 图表 4. 上周家电板块涨幅前 10 的个股：彩虹集团涨幅最大为 8.92% .....                   | 7  |
| 图表 5. 上周家电板块跌幅前 10 的个股：北鼎股份跌幅最大为 7.81% .....                   | 7  |
| 图表 6. 未来三个月解禁 .....                                            | 7  |
| 图表 7. 上周大宗交易 .....                                             | 7  |
| 图表 8. 22W33 白色家电板块北向资金持股占比 .....                               | 8  |
| 图表 9. 22W33 黑色家电板块北向资金持股占比 .....                               | 8  |
| 图表 10. 22W33 厨卫家电板块北向资金持股占比 .....                              | 9  |
| 图表 11. 22W33 小家电板块北向资金持股占比 .....                               | 9  |
| 图表 12. 22W33 照明类电器板块北向资金持股占比 .....                             | 9  |
| 图表 13. 22W33 按摩器材板块北向资金持股占比 .....                              | 9  |
| 图表 14. 22W33 扫地机器人板块北向资金持股占比 .....                             | 9  |
| 图表 15. 22W33 冷链板块北向资金持股占比 .....                                | 9  |
| 图表 16. 空调月度销售额同比变化：22 年 7 月线下、线上同比下滑 6.06%、增长 25.37% .....     | 10 |
| 图表 17. 空调月度销售均价同比变化：22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 317 元、下跌 77 元 .....  | 10 |
| 图表 18. 冰箱月度销售额同比变化：22 年 7 月线下、线上同比下滑 1.45%、增长 6.36% .....      | 10 |
| 图表 19. 冰箱月度销售均价同比变化：22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 874 元、下跌 71 元 .....  | 10 |
| 图表 20. 洗衣机月度销售额同比变化：22 年 7 月线下、线上同比下滑 14.31%、上涨 8.29% .....    | 11 |
| 图表 21. 洗衣机月度销售均价同比变化：22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 358 元、下跌 17 元 ..... | 11 |
| 图表 22. 彩电月度销售额同比变化：22 年 7 月线下、线上同比下滑 23.13%、下滑 1.52% .....     | 11 |
| 图表 23. 彩电月度销售均价同比变化：22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 367 元、下跌 633 元 ..... | 11 |
| 图表 24. 油烟机月度销售额同比变化：22 年 7 月线下、线上同比下滑 17.07%、上涨 7.79% .....    | 11 |
| 图表 25. 油烟机月度销售均价同比变化：22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨                     |    |

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| 255 元、下跌 66 元.....                                                             | 11 |
| 图表 26. 燃气灶月度销售额同比变化: 22 年 7 月线下、线上同比上涨 14.38%、上涨 2.02% .....                   | 12 |
| 图表 27. 燃气灶月度销售均价同比变化: 22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 109 元、下跌 69 元.....                 | 12 |
| 图表 28. 集成灶月度销售额同比变化: 22 年 7 月线下、线上同比下滑 1.01%、增长 0.41% .....                    | 12 |
| 图表 29. 集成灶月度销售均价同比变化: 22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 237 元、上涨 777 元.....                | 12 |
| 图表 30. 燃气热水器月度销售额同比变化: 22 年 7 月线下、线上同比下滑 21.85%、上涨 6.03%.....                  | 12 |
| 图表 31. 燃气热水器月度销售均价同比变化: 22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 148 元、上涨 59 元.....               | 12 |
| 图表 32. 洗碗机月度销售额同比变化: 22 年 7 月线下、线上同比下滑 8.95%、上涨 4.02% .....                    | 13 |
| 图表 33. 洗碗机月度销售均价同比变化: 22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 108 元、上涨 154 元.....                | 13 |
| 图表 34. 电饭煲月度销售额同比变化: 22 年 7 月线下、线上同比下滑 16.58%、下滑 0.23% .....                   | 13 |
| 图表 35. 电饭煲月度销售均价同比变化: 22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 45 元、上涨 23 元.....                  | 13 |
| 图表 36. 料理机月度销售额同比变化: 22 年 7 月线下、线上同比下滑 34.14%、上涨 2.14% .....                   | 13 |
| 图表 37. 料理机月度销售均价同比变化: 22 年 7 月线下、线上均价同比分别下滑 17 元、上涨 29 元.....                  | 13 |
| 图表 38. 养生壶月度销售额同比变化: 22 年 7 月线下、线上同比下滑 19.29%、下滑 8.14% .....                   | 14 |
| 图表 39. 养生壶月度销售均价同比变化: 22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 13 元、上涨 1 元.....                   | 14 |
| 图表 40. 破壁机月度销售额同比变化: 22 年 7 月线下、线上同比下滑 33.73%、上涨 14.19% .....                  | 14 |
| 图表 41. 破壁机月度销售均价同比变化: 22 年 7 月线下、线上均价同比分别下滑 47 元、下滑 18 元.....                  | 14 |
| 图表 42. 扫地机器人月度销售额同比变化: 22 年 7 月线下、线上同比上涨 17.39%、下滑 18.45%.....                 | 14 |
| 图表 43. 扫地机器人月度销售均价同比变化: 22 年 7 月线下、线上均价同比分别上涨 1815 元、上涨 549 元.....             | 14 |
| 图表 44. 空调年度销额与均价: 22 年 Q1 线下、线上销额达到 63.50 亿元、121.97 亿元, 均价为 4086 元、3245 元..... | 15 |

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 图表 45. 冰箱年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 59.37 亿元、118.05 亿元，均价为 6015 元、2230 元.....  | 15 |
| 图表 46. 洗衣机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 42.24 亿元、109.32 亿元，均价为 3970 元、1590 元..... | 15 |
| 图表 47. 彩电年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 53.63 亿元、138.32 亿元，均价为 5292 元、2358 元.....  | 15 |
| 图表 48. 油烟机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 10.08 亿元、23.29 亿元，均价为 3821 元、1528 元.....  | 15 |
| 图表 49. 燃气灶年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 5.76 亿元、14.56 亿元，均价为 1832 元、761 元.....    | 15 |
| 图表 50. 集成灶年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 0.58 亿元、8.63 亿元，均价为 10267 元、7998 元.....   | 16 |
| 图表 51. 燃气热水器年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 8.12 亿元、20.74 亿元，均价为 3241 元、1590 元..... | 16 |
| 图表 52. 洗碗机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 3.94 亿元、7.75 亿元，均价为 7366 元、3821 元.....    | 16 |
| 图表 53. 电饭煲年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 3.66 亿元、16.82 亿元，均价为 602 元、231 元.....     | 16 |
| 图表 54. 料理机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 1.78 亿元、12.51 亿元，均价为 722 元、195 元.....     | 16 |
| 图表 55. 养生壶年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 0.20 亿元、4.31 亿元，均价为 233 元、127 元.....      | 16 |
| 图表 56. 破壁机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 1.63 亿元、7.52 亿元，均价为 995 元、447 元.....      | 17 |
| 图表 57. 扫地机器人年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 0.58 亿元、17.81 亿元，均价为 4157 元、2927 元..... | 17 |
| 图表 58. LME3 个月铜上涨 0.45%，铝上涨 3.75%，铅上涨 4.61%，锌上涨 2.68%.....                    | 17 |
| 图表 59. 镀锌板价格走势：镀锌板（0.5，含税价）为 5050 元/吨，较上周下滑 0.76%.....                        | 17 |
| 图表 60. 冷轧板卷(1.0mm)价格为 4370 元/吨，较上周下滑 2.02%.....                               | 18 |
| 图表 61. 中国塑料城价格指数截至 8 月 19 日为 891.50 点，较上周下滑 1.45% .....                       | 18 |
| 图表 62. 液晶面板价格方面，7 月价格下跌，32 寸、43 寸、55 寸环比分别下跌 2、5、6 美元/片 .....                 | 18 |

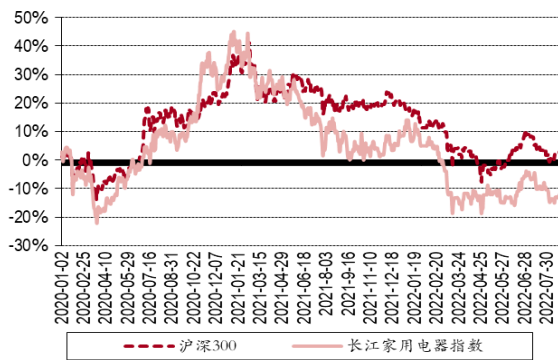
## 上周家电行业走势

### 1. 行业点评

上周沪深 300 指数下跌 0.96%，长江家用电器指数下跌 0.58%，跑赢沪深 300 指数 0.38pct。从细分板块来，上周长江白色家电、厨卫家电、小家电、黑色家电、照明设备分别 -0.44%/-2.02%/-0.80%/+6.67%/+3.38%

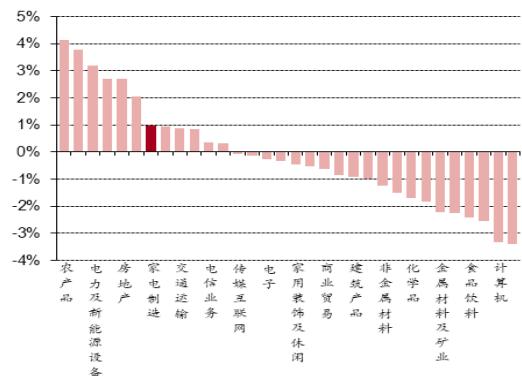
从 2020 年至今的板块表现来看，沪深 300 上涨 1.33%，家电板块下跌 13.40%，家电板块表现弱于沪深 300，上周黑色家电指数表现相对较好。

图表1. 沪深 300、长江家用电器指数：家用电器板块周度变动跑赢沪深 300 指数 0.38pct



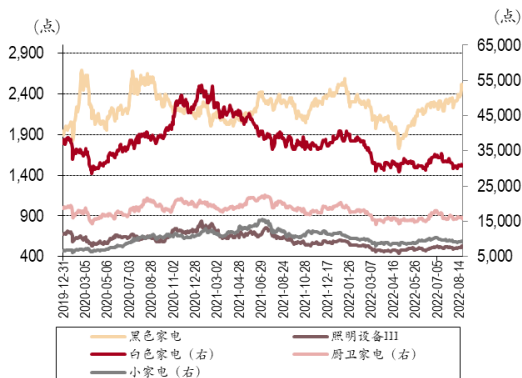
资料来源：万得，中银证券

图表2. 上周各板块涨跌幅：家电制造板块上周收盘上涨 0.96%



资料来源：万得，中银证券

图表3. 家电板块细分子板块行情走势：黑色家电表现最好，上涨 6.67%



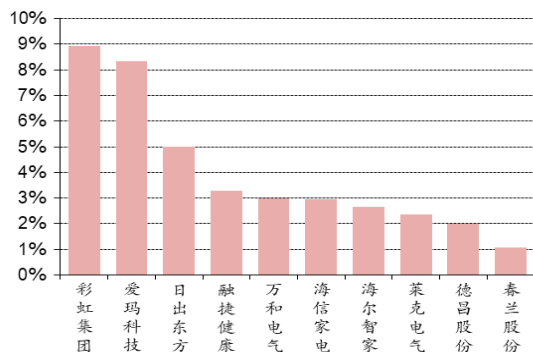
资料来源：万得，中银证券

### 2. 核心公司交易数据

上周家电板块主要上市公司表现，彩虹集团涨幅最大为 8.92%，北鼎股份跌幅最大为 7.81%。

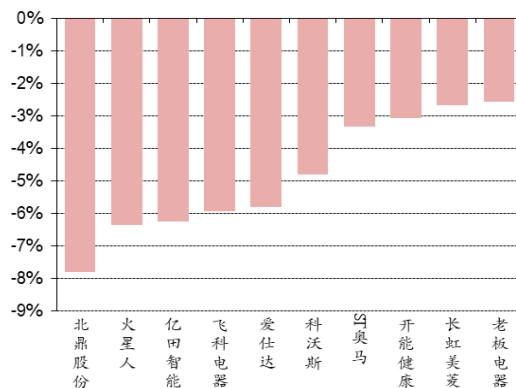
从各主要家电上市公司的年初至今股价表现来看：日出东方(涨幅 93.82%)、飞科电器(涨幅 85.97%)、爱玛电器(涨幅 85.41%)，领跑整个长江家用电器指数。

图表4. 上周家电板块涨幅前10的个股：彩虹集团涨幅最大为8.92%



资料来源：万得，中银证券

图表5. 上周家电板块跌幅前10的个股：北鼎股份跌幅最大为7.81%



资料来源：万得，中银证券

### 3. 未来三个月大小非解禁一览

图表6. 未来三个月解禁

| 代码        | 简称   | 解禁日期  | 解禁数量 (万股) | 变动前 (万股)  |          |        | 变动后 (万股)  |           |        |
|-----------|------|-------|-----------|-----------|----------|--------|-----------|-----------|--------|
|           |      |       |           | 总股本       | 流通A股     | 占比 (%) | 总股本       | 流通A股      | 占比 (%) |
| 002959.SZ | 小熊电器 | 8月23日 | 7,977.06  | 15,600.00 | 7,622.11 | 48.86  | 15,600.00 | 15,599.17 | 99.99  |

资料来源：万得，中银证券

### 4. 上周大宗交易一览

图表7. 上周大宗交易

| 股票代码      | 公司名称 | 交易日期  | 成交价 (元) | 前一交易日<br>收盘价 (元) | 折价率 (%) | 当日收盘价<br>(元) | 成交量<br>(万股) | 成交额<br>(万元) |
|-----------|------|-------|---------|------------------|---------|--------------|-------------|-------------|
| 000333.SZ | 美的集团 | 8月17日 | 53.43   | 52.60            | 1.58    | 53.43        | 7.00        | 374.01      |
| 688696.SH | 极米科技 | 8月18日 | 335.00  | 355.25           | (5.70)  | 359.71       | 11.50       | 3,852.50    |
| 688696.SH | 极米科技 | 8月18日 | 335.00  | 355.25           | (5.70)  | 359.71       | 8.50        | 2,847.50    |
| 688696.SH | 极米科技 | 8月19日 | 340.00  | 359.71           | (5.48)  | 371.02       | 1.00        | 340.00      |
| 688696.SH | 极米科技 | 8月19日 | 340.00  | 359.71           | (5.48)  | 371.02       | 1.00        | 340.00      |
| 688696.SH | 极米科技 | 8月19日 | 340.00  | 359.71           | (5.48)  | 371.02       | 1.00        | 340.00      |
| 688696.SH | 极米科技 | 8月19日 | 340.00  | 359.71           | (5.48)  | 371.02       | 1.00        | 340.00      |
| 688696.SH | 极米科技 | 8月19日 | 340.00  | 359.71           | (5.48)  | 371.02       | 1.00        | 340.00      |

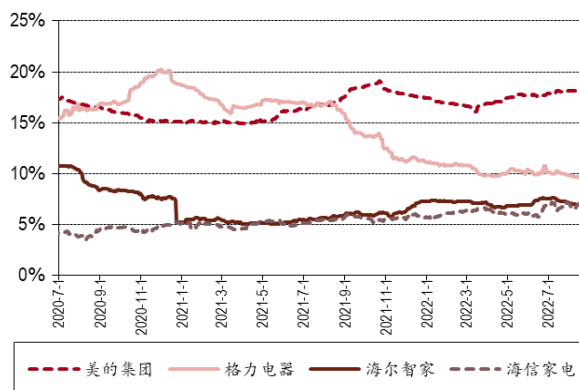
资料来源：万得，中银证券

## 5. 上周南北向资金一览

- **白色家电北向资金持股:** 截至 8 月 19 日, 北向资金持股比例方面, 美的集团较上周减少 0.04pct; 格力电器较上周减少 0.08pct; 海尔智家较上周减少 0.11pct; 海信家电较上周增加 0.15pct。
- **黑色家电北向资金持股:** 截至 8 月 19 日, 北向资金持股比例方面, 视源股份较上周减少 0.04pct; 海信视像较上周不变; 兆驰股份较上周增加 0.02pct; 创维数字较上周减少 0.04pct; 四川长虹较上周不变。
- **厨卫家电北向资金持股:** 截至 8 月 19 日, 北向资金持股比例方面, 老板电器较上周减少 0.29pct; 华帝股份较上周减少 0.44pct; 火星人较上周减少 0.04pct; 浙江美大较上周减少 0.01pct。
- **小家电北向资金持股:** 截至 8 月 19 日, 北向资金持股比例方面, 九阳股份较上周减少 0.08pct; 苏泊尔较上周增加 0.03pct; 飞科电器较上周增加 0.10pct; 小熊电器较上周减少 0.03pct; 新宝股份较上周增加 0.27pct; 莱克电气较上周增 0.05pct。
- **照明类电器北向资金持股:** 截至 8 月 19 日, 北向资金持股比例方面, 公牛集团较上周减少 0.001pct; 欧普照明较上周增加 0.07pct; 阳光照明较上周不变。
- **按摩器材北向资金持股:** 截至 8 月 19 日, 北向资金持股比例方面, 奥佳华较上周减少 0.08pct; 荣泰健康较上周维持不变。
- **扫地机器人北向资金持股:** 截至 8 月 19 日, 北向资金持股比例方面, 石头科技较上周减少 0.03pct; 科沃斯较上周增加 0.02pct。
- **冷链相关北向资金持股:** 截至 8 月 19 日, 北向资金持股比例方面, 海容冷链较上周减少 0.09pct; 冰轮环境较上周减少 0.01pct; 四方科技较上周维持不变; 雪人股份较上周减少 0.63pct; 汉钟精机较上周增加 0.62pct。

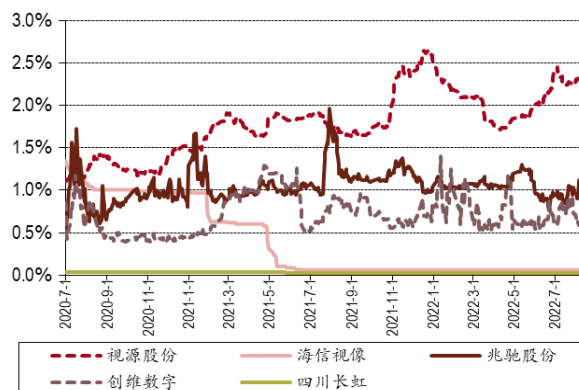
注: 北向资金持股比例计算方法为: 北向资金持股数量/总股本。

图表8. 22W33 白色家电板块北向资金持股占比



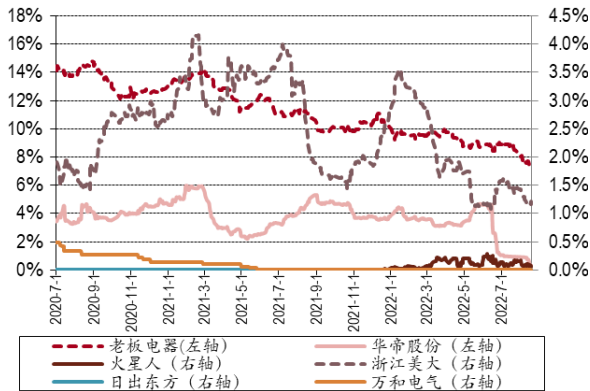
资料来源: 万得, 中银证券

图表9. 22W33 黑色家电板块北向资金持股占比



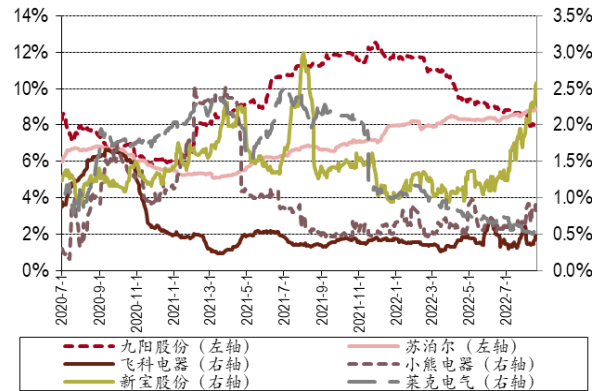
资料来源: 万得, 中银证券

图表10. 22W33 厨卫家电板块北向资金持股占比



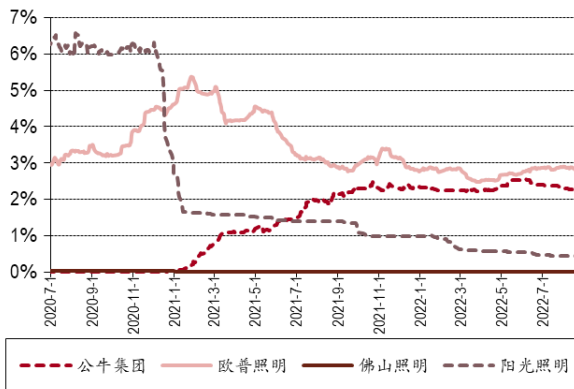
资料来源：万得，中银证券

图表11. 22W33 小家电板块北向资金持股占比



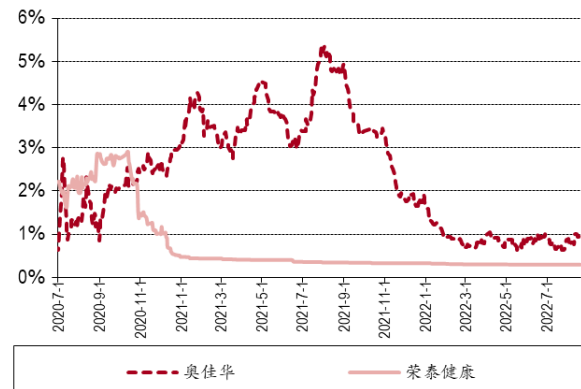
资料来源：万得，中银证券

图表12. 22W33 照明类电器板块北向资金持股占比



资料来源：万得，中银证券

图表13. 22W33 按摩器材板块北向资金持股占比



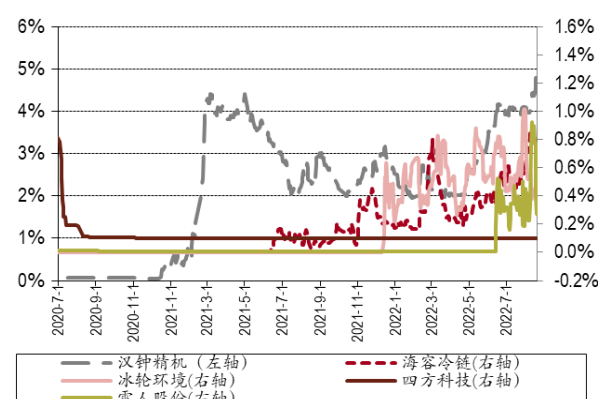
资料来源：万得，中银证券

图表14. 22W33 扫地机器人板块北向资金持股占比



资料来源：万得，中银证券

图表15. 22W33 冷链板块北向资金持股占比



资料来源：万得，中银证券

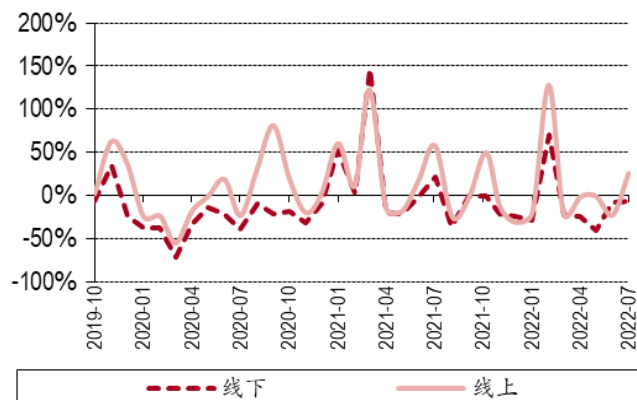
## 行业数据更新

### 1. 家电终端零售数据追踪

#### (1) 月度数据

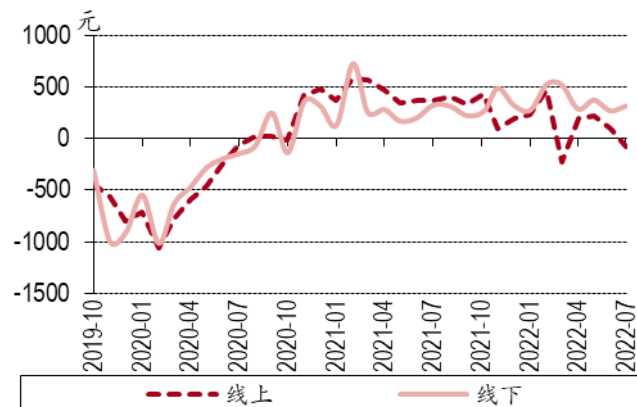
##### ① 白色家电和彩电:

图表16. 空调月度销售额同比变化: 22年7月线下、线上同比下滑6.06%、增长25.37%



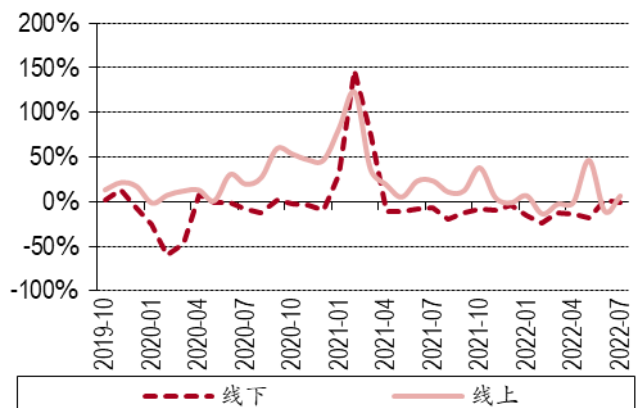
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表17. 空调月度销售均价同比变化: 22年7月线下、线上均价同比分别上涨317元、下跌77元



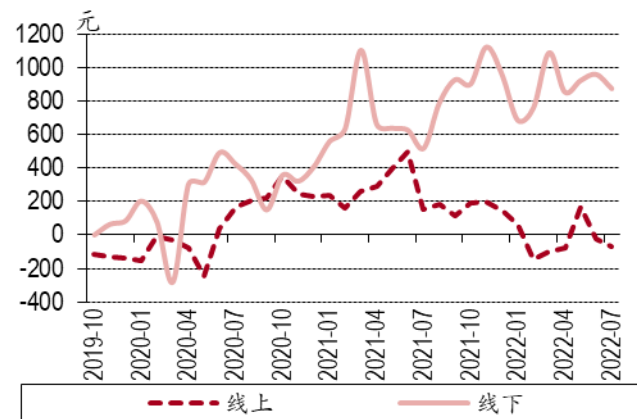
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表18. 冰箱月度销售额同比变化: 22年7月线下、线上同比下滑1.45%、增长6.36%



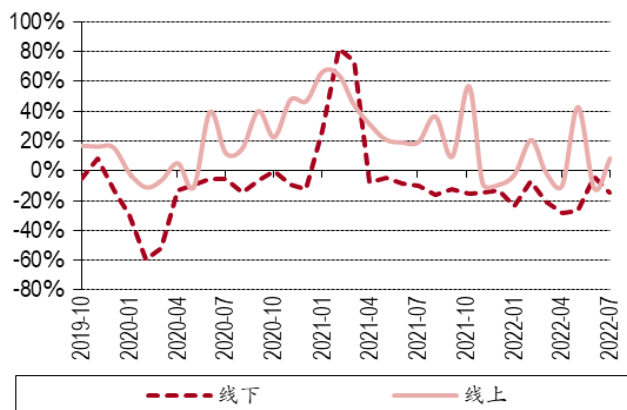
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表19. 冰箱月度销售均价同比变化: 22年7月线下、线上均价同比分别上涨874元、下跌71元



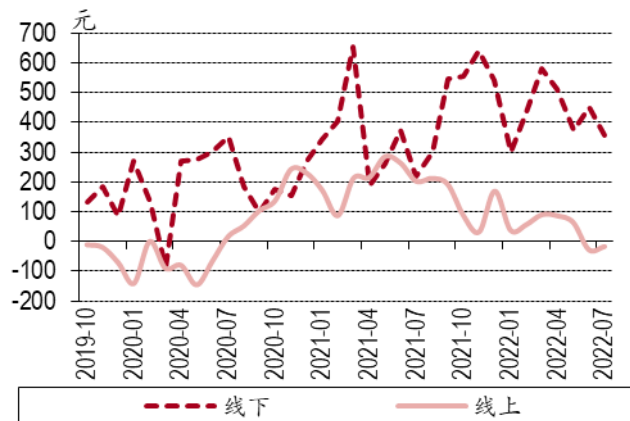
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表20. 洗衣机月度销售额同比变化：22年7月线下、线上同比下滑 14.31%、上涨 8.29%



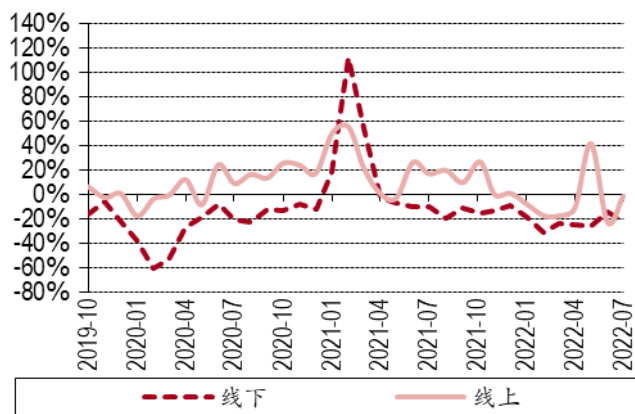
资料来源：奥维云网，中银证券

图表21. 洗衣机月度销售均价同比变化：22年7月线下、线上均价同比分别上涨 358 元、下跌 17 元



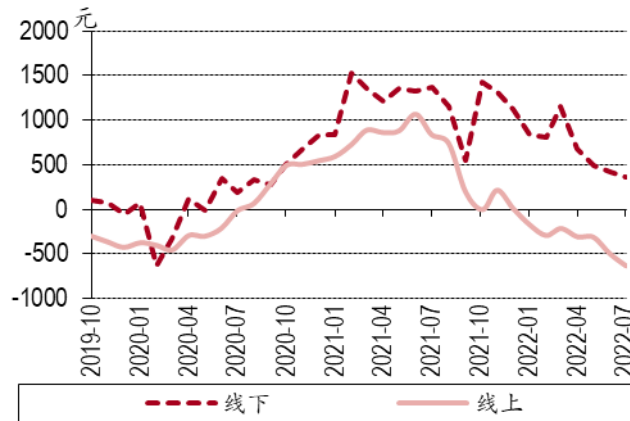
资料来源：奥维云网，中银证券

图表22. 彩电月度销售额同比变化：22年7月线下、线上同比下滑 23.13%、下滑 1.52%



资料来源：奥维云网，中银证券

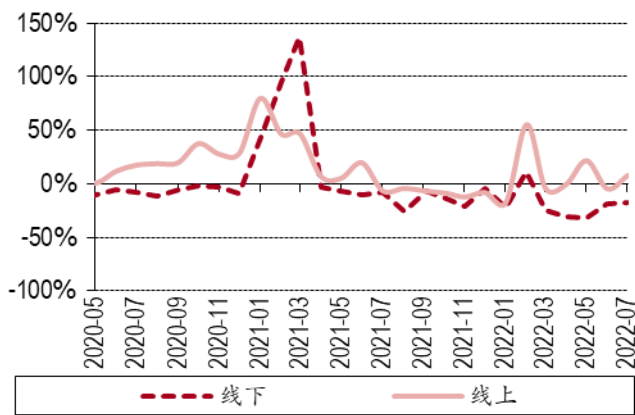
图表23. 彩电月度销售均价同比变化：22年7月线下、线上均价同比分别上涨 367 元、下跌 633 元



资料来源：奥维云网，中银证券

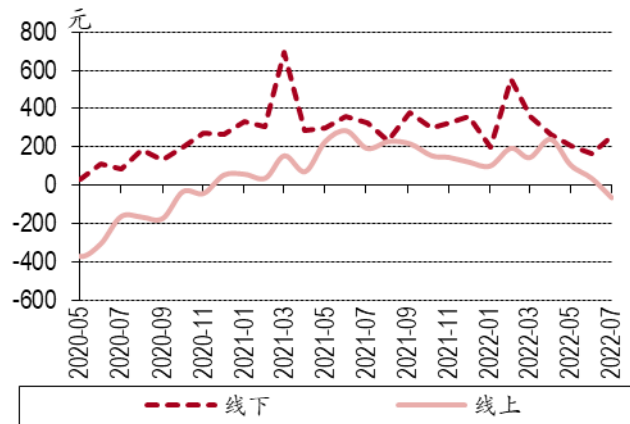
## ② 厨房电器：

图表24. 油烟机月度销售额同比变化：22年7月线下、线上同比下滑 17.07%、上涨 7.79%



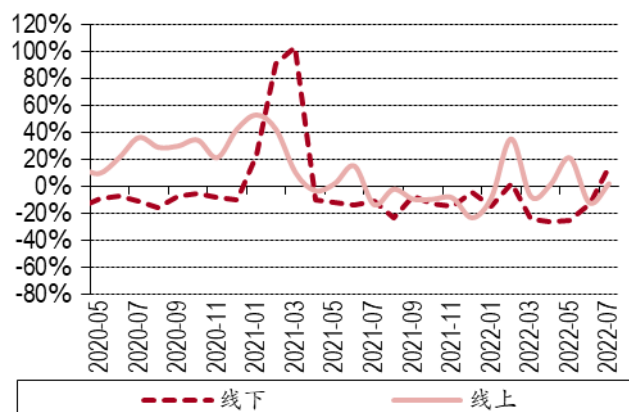
资料来源：奥维云网，中银证券

图表25. 油烟机月度销售均价同比变化：22年7月线下、线上均价同比分别上涨 255 元、下跌 66 元



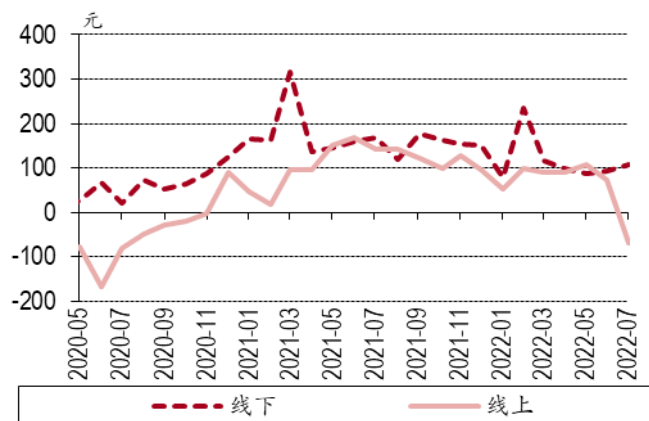
资料来源：奥维云网，中银证券

图表26. 燃气灶月度销售额同比变化：22年7月线下、线上同比上涨 14.38%、上涨 2.02%



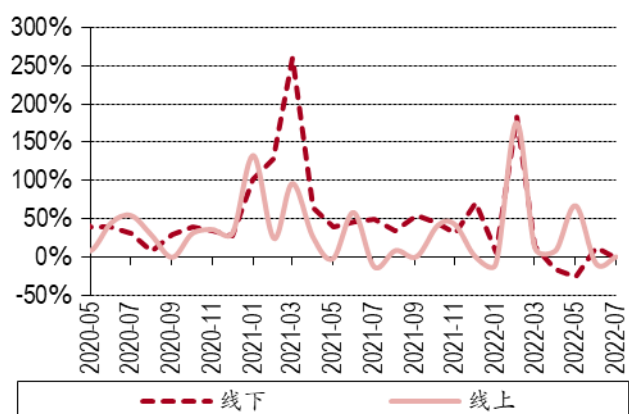
资料来源：奥维云网，中银证券

图表27. 燃气灶月度销售均价同比变化：22年7月线下、线上均价同比分别上涨 109 元、下跌 69 元



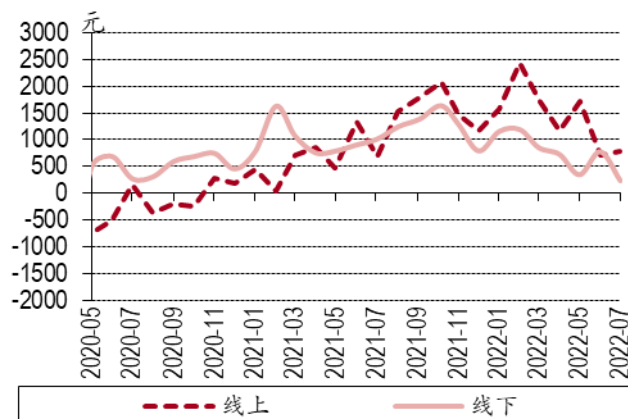
资料来源：奥维云网，中银证券

图表28. 集成灶月度销售额同比变化：22年7月线下、线上同比下滑 1.01%、增长 0.41%



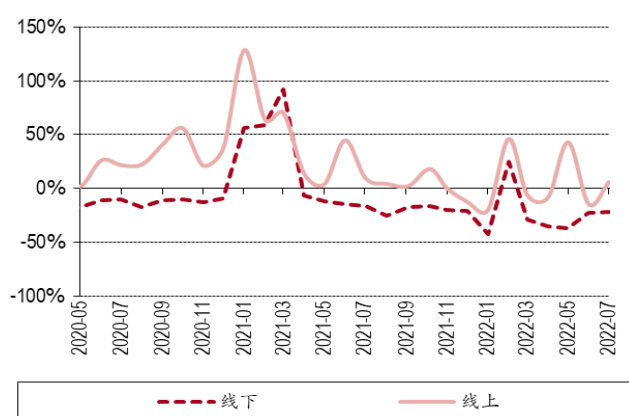
资料来源：奥维云网，中银证券

图表29. 集成灶月度销售均价同比变化：22年7月线下、线上均价同比分别上涨 237 元、上涨 777 元



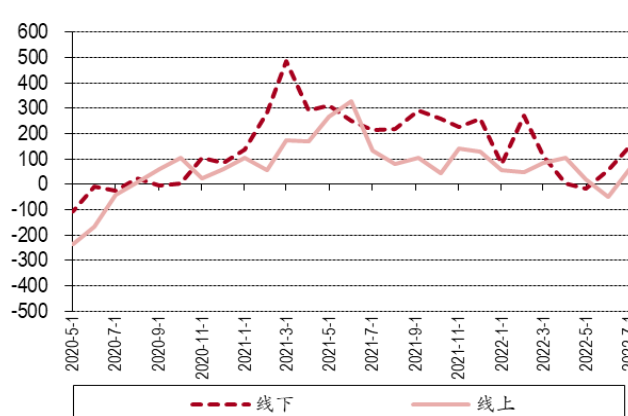
资料来源：奥维云网，中银证券

图表30. 燃气热水器月度销售额同比变化：22年7月线下、线上同比下滑 21.85%、上涨 6.03%



资料来源：奥维云网，中银证券

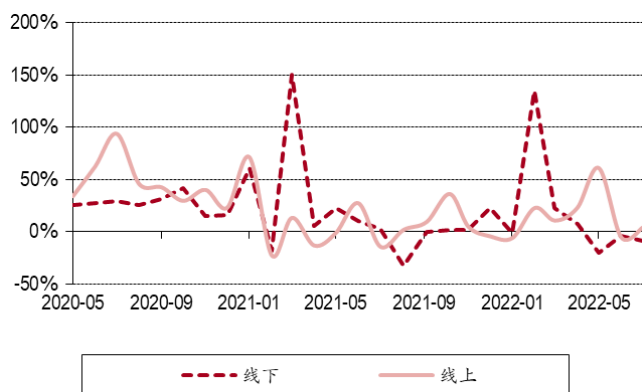
图表31. 燃气热水器月度销售均价同比变化：22年7月线下、线上均价同比分别上涨 148 元、上涨 59 元



资料来源：奥维云网，中银证券

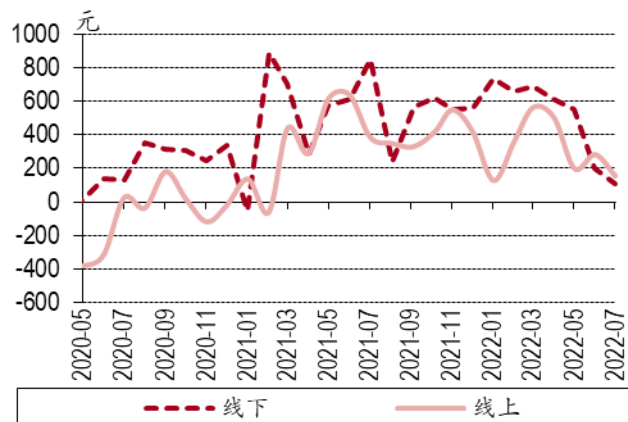
## ③ 小家电:

图表32. 洗碗机月度销售额同比变化: 22年7月线下、线上同比下滑 8.95%、上涨 4.02%



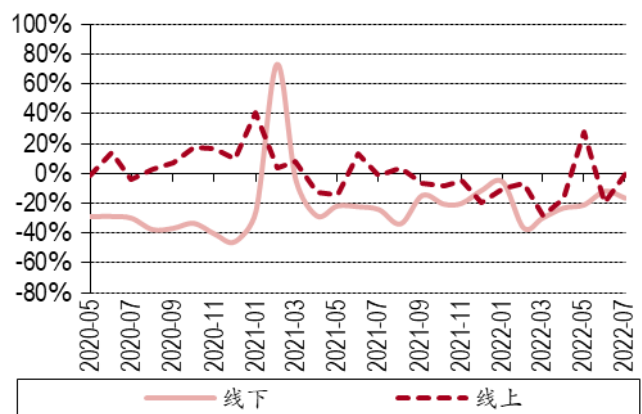
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表33. 洗碗机月度销售均价同比变化: 22年7月线下、线上均价同比分别上涨 108 元、上涨 154 元



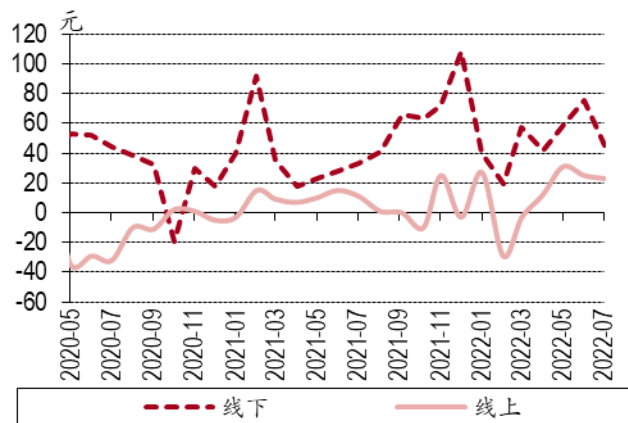
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表34. 电饭煲月度销售额同比变化: 22年7月线下、线上同比下滑 16.58%、下滑 0.23%



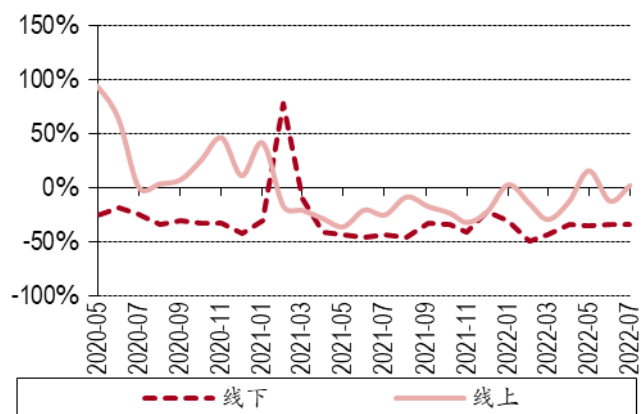
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表35. 电饭煲月度销售均价同比变化: 22年7月线下、线上均价同比分别上涨 45 元、上涨 23 元



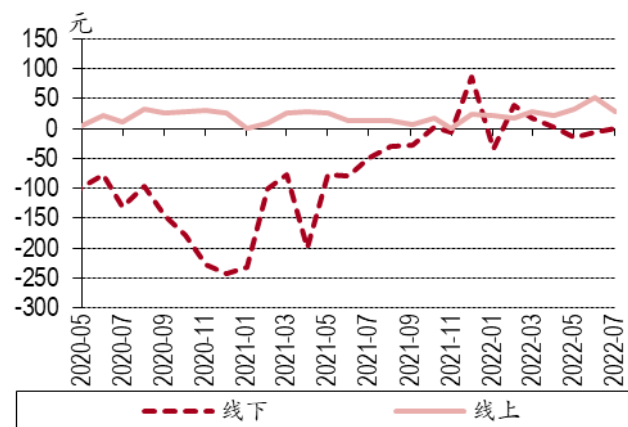
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表36. 料理机月度销售额同比变化: 22年7月线下、线上同比下滑 34.14%、上涨 2.14%



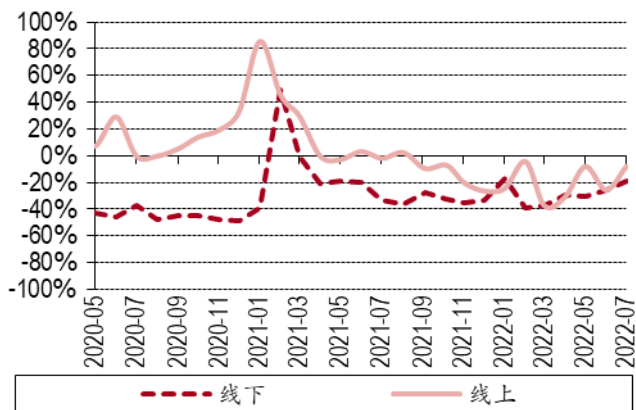
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表37. 料理机月度销售均价同比变化: 22年7月线下、线上均价同比分别下滑 17 元、上涨 29 元



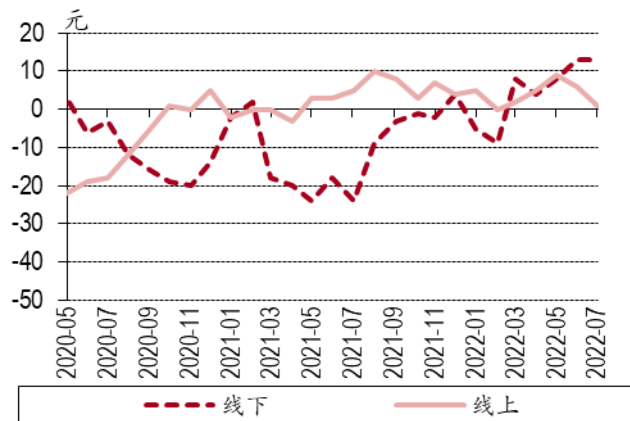
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表38. 养生壶月度销售额同比变化：22年7月线下、线上同比下滑 19.29%、下滑 8.14%



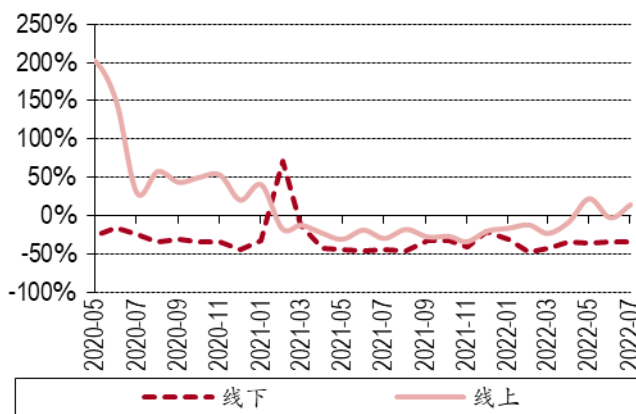
资料来源：奥维云网，中银证券

图表39. 养生壶月度销售均价同比变化：22年7月线下、线上均价同比分别上涨 13 元、上涨 1 元



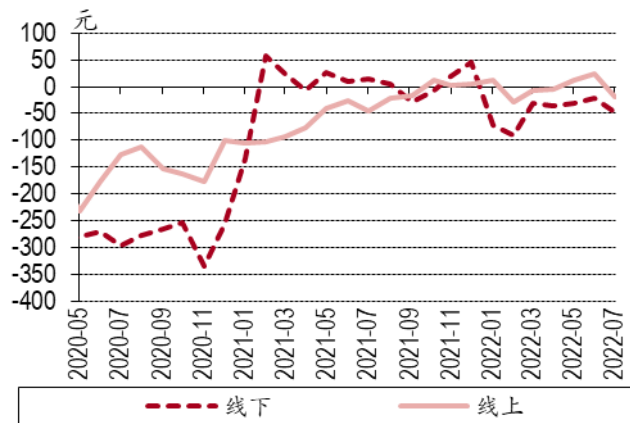
资料来源：奥维云网，中银证券

图表40. 破壁机月度销售额同比变化：22年7月线下、线上同比下滑 33.73%、上涨 14.19%



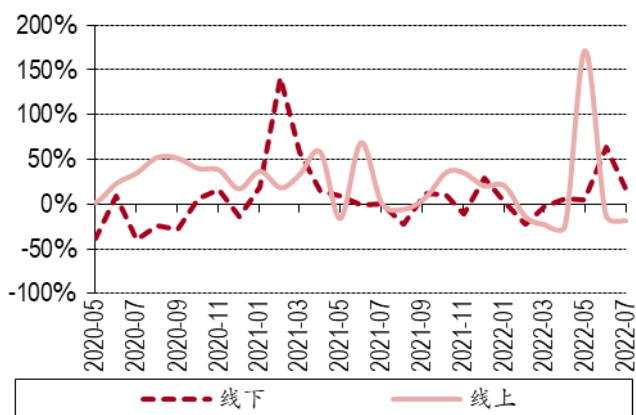
资料来源：奥维云网，中银证券

图表41. 破壁机月度销售均价同比变化：22年7月线下、线上均价同比分别下滑 47 元、下滑 18 元



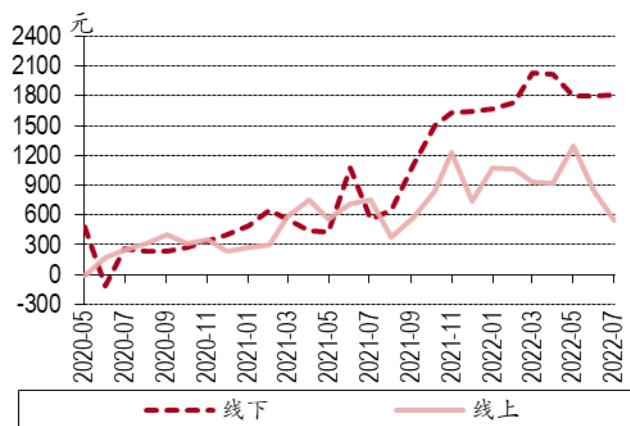
资料来源：奥维云网，中银证券

图表42. 扫地机器人月度销售额同比变化：22年7月线下、线上同比上涨 17.39%、下滑 18.45%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表43. 扫地机器人月度销售均价同比变化：22年7月线下、线上均价同比分别上涨 1815 元、上涨 549 元

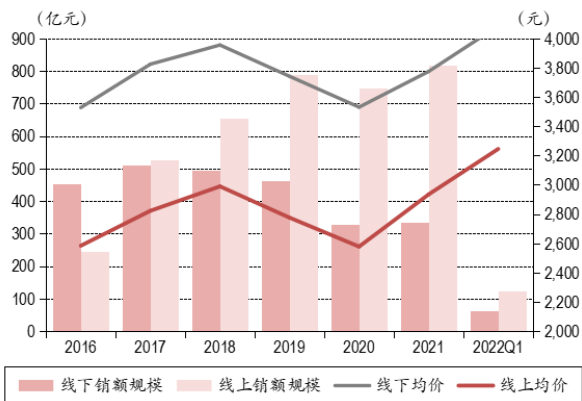


资料来源：奥维云网，中银证券

## (2) 过往年度及 2022 年 Q1 数据

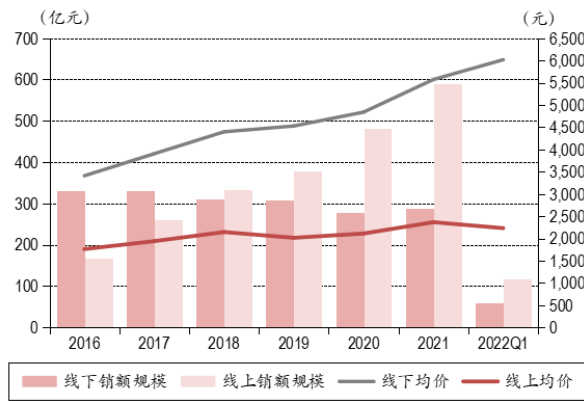
### ① 白色家电和彩电：

图表44. 空调年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 63.50 亿元、121.97 亿元，均价为 4086 元、3245 元



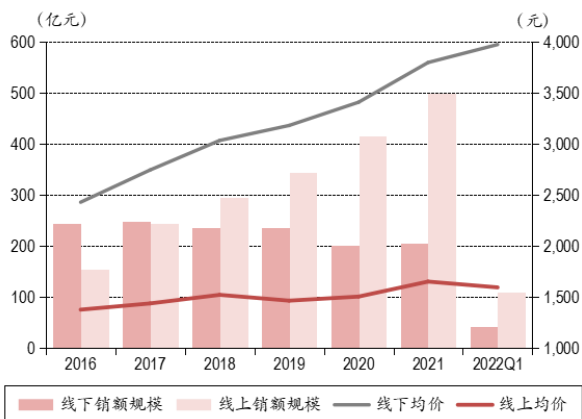
资料来源：奥维云网，中银证券

图表45. 冰箱年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 59.37 亿元、118.05 亿元，均价为 6015 元、2230 元



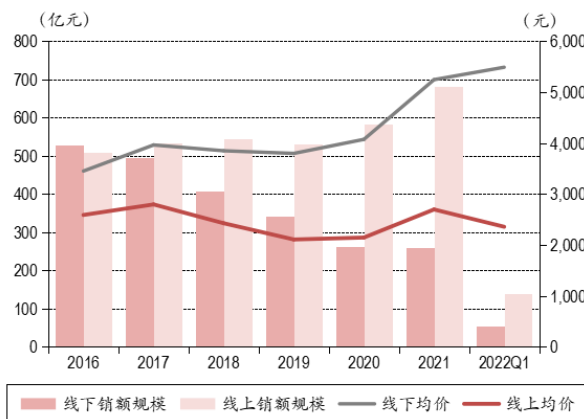
资料来源：奥维云网，中银证券

图表46. 洗衣机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 42.24 亿元、109.32 亿元，均价为 3970 元、1590 元



资料来源：奥维云网，中银证券

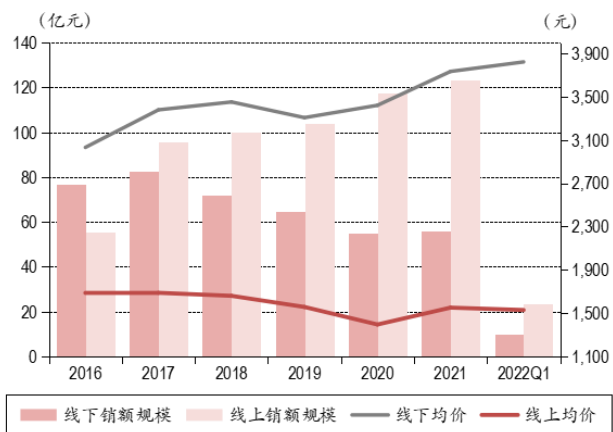
图表47. 彩电年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 53.63 亿元、138.32 亿元，均价为 5292 元、2358 元



资料来源：奥维云网，中银证券

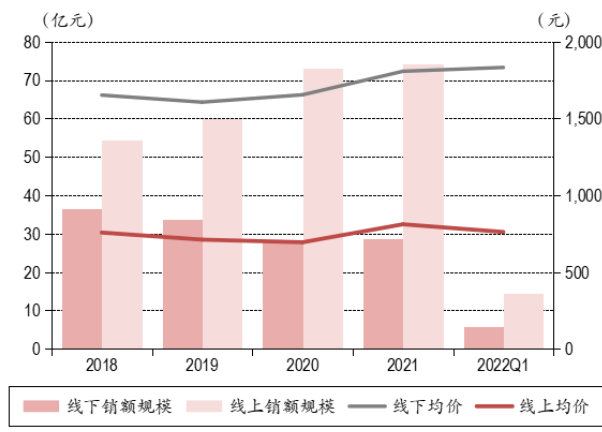
### ② 厨房电器：

图表48. 油烟机年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 10.08 亿元、23.29 亿元，均价为 3821 元、1528 元



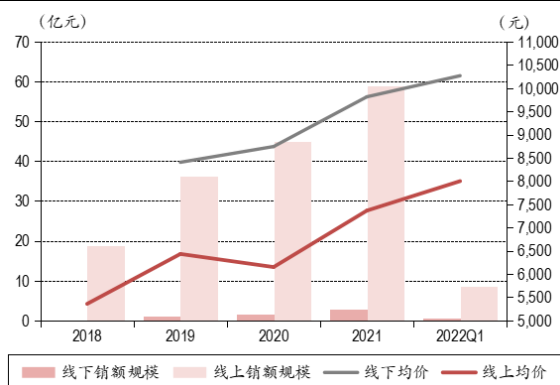
资料来源：奥维云网，中银证券

图表49. 燃气灶年度销额与均价：22 年 Q1 线下、线上销额达到 5.76 亿元、14.56 亿元，均价为 1832 元、761 元



资料来源：奥维云网，中银证券

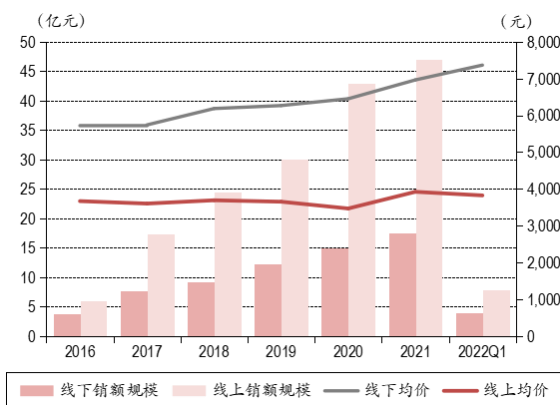
图表50. 集成灶年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到0.58亿元、8.63亿元，均价为10267元、7998元



资料来源：奥维云网，中银证券

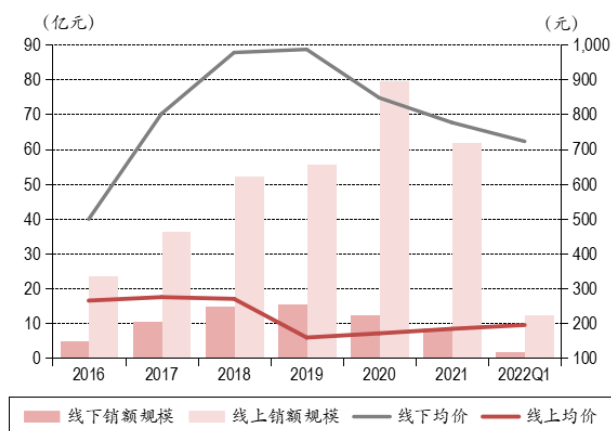
### ③ 小家电：

图表52. 洗碗机年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到3.94亿元、7.75亿元，均价为7366元、3821元



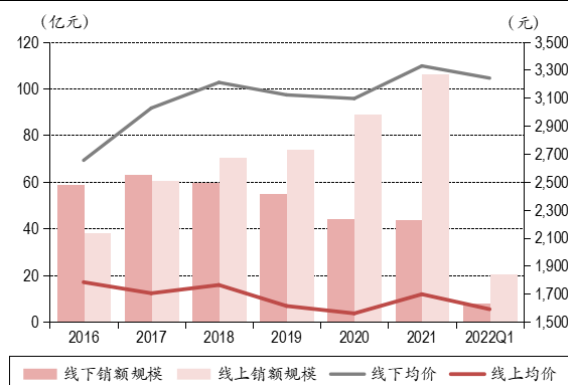
资料来源：奥维云网，中银证券

图表54. 料理机年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到1.78亿元、12.51亿元，均价为722元、195元



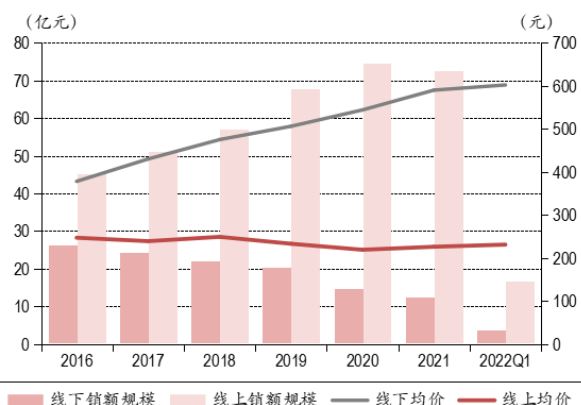
资料来源：奥维云网，中银证券

图表51. 燃气热水器年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到8.12亿元、20.74亿元，均价为3241元、1590元



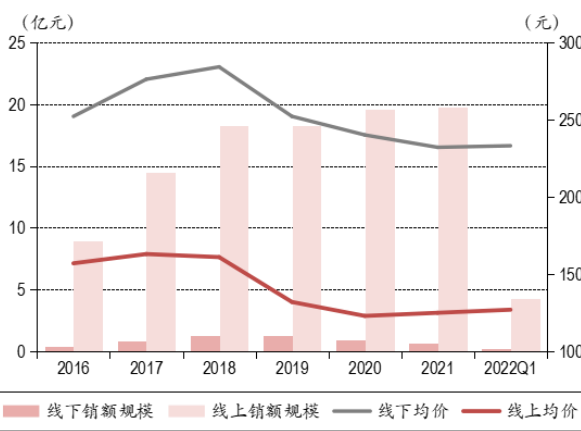
资料来源：奥维云网，中银证券

图表53. 电饭煲年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到3.66亿元、16.82亿元，均价为602元、231元



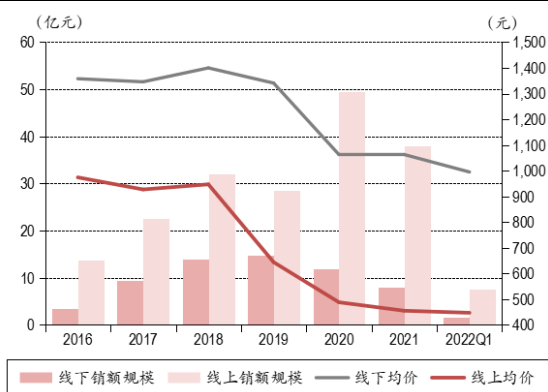
资料来源：奥维云网，中银证券

图表55. 养生壶年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到0.20亿元、4.31亿元，均价为233元、127元



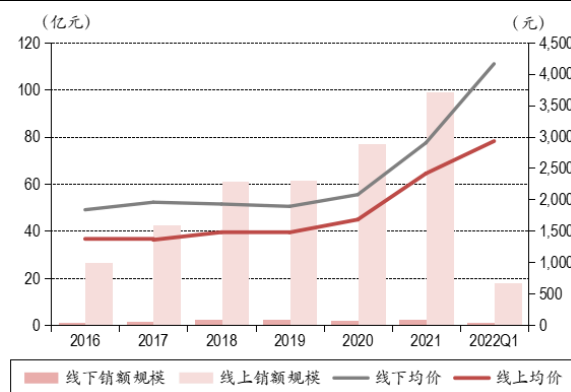
资料来源：奥维云网，中银证券

图表56. 破壁机年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到1.63亿元、7.52亿元，均价为995元、447元



资料来源：奥维云网，中银证券

图表57. 扫地机器人年度销额与均价：22年Q1线下、线上销额达到0.58亿元、17.81亿元，均价为4157元、2927元



资料来源：奥维云网，中银证券

## 2 家电行业原材料数据更新

上周铜下滑0.45%，铝下滑3.75%，铅下滑4.61%，锌下滑2.68%；

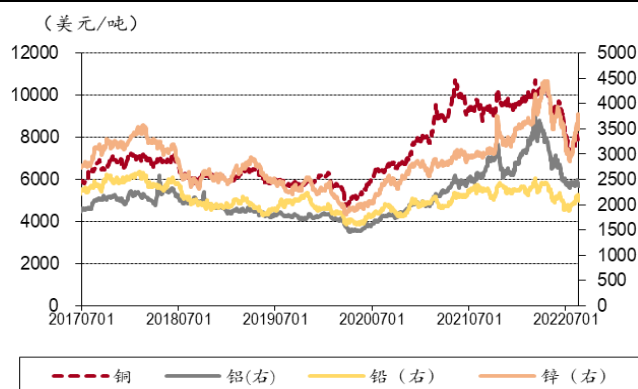
镀锌板价格方面，截至8月19日，镀锌板（0.5，含税价）为5050元/吨，较上周下滑0.76%；

冷轧板卷价格方面，截止8月19日，冷轧板卷（1.0mm）价格为4370元/吨，较上周下滑2.02%；

塑料价格方面，中国塑料城价格指数截至8月19日为891.50点，较上周下滑1.45%；

液晶面板价格方面，7月价格下跌，32寸、43寸、55寸环比分别下跌2、5、6美元/片。

图表58. LME3个月铜上涨0.45%，铝上涨3.75%，铅上涨4.61%，锌上涨2.68%



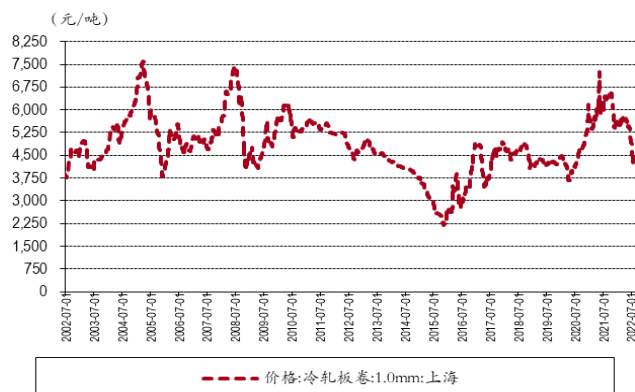
资料来源：万得，中银证券

图表59. 镀锌板价格走势：镀锌板（0.5，含税价）为5050元/吨，较上周下滑0.76%



资料来源：万得，中银证券

图表60. 冷轧板卷(1.0mm)价格为 4370 元/吨, 较上周下滑 2.02%



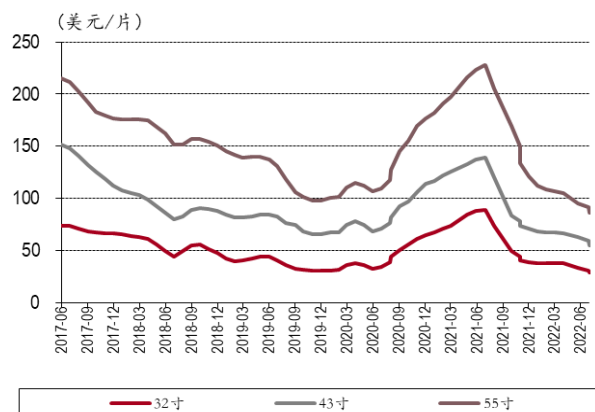
资料来源: 万得, 中银证券

图表61. 中国塑料城价格指数截至 8 月 19 日为 891.50 点, 较上周下滑 1.45%



资料来源: 万得, 中银证券

图表62. 液晶面板价格方面, 7 月价格下跌, 32 寸、43 寸、55 寸环比分别下跌 2、5、6 美元/片



资料来源: 万得, 中银证券

## 行业新闻及核心公司重要公告

### 1. 行业新闻

#### 白电

**【高温带热空调大卖：全渠道零售额同比涨幅为 25.4%】**7 月份，空调全渠道零售额同比涨幅为 25.4%。奥维云网（AVC）大家电事业部产品总监杨超对《华夏时报》记者分析认为：“与以往对比来看，7 月份的增幅非常大。因为 7 月本身就是一个绝对旺季，在去年绝对值比较大的基础上实现上述增速比较难得。”他预计，空调的暴增对全年白电市场的拉升有非常积极明显的作用。7、8 月份空调大基数下的高增长，能把空调市场全年颓势拉平，下半年空调市场应是持平或略微增长的状态。海尔、美的等企业的空调相关品类也受到强力拉动，迎来阶段的销量高增长。苏宁易购对《华夏时报》记者表示，受高温天气影响，空调和风扇的整体销量保持了高增长。受欢迎的品牌主要包括海尔、美的、格力和奥克斯等。以美的为例，8 月 1 日至 14 日，美的全品类产品在苏宁易购渠道销售增长显著，其中空调产品销售同比增长 147%。不过，杨超认为，在地产下行和消费低迷的情况下，消费动能不足，更新需求无法持续释放。而智能家电、家电下乡的政策大部分地方还未完全落地，阻碍增长的不利因素仍然存在。（新浪）

**【爆款补贴以旧换新，天津绿色家电惠民月启动】**昨晚，2022 天津“品质生活节”绿色智能家电换新活动在蓟州区启动，将推出绿色智能家电爆款补贴、以旧换新等活动。这也标志着绿色家电惠民月在我市全面启动。海尔智家天津分公司总经理费满荣表示，从卖产品到卖场景生态，目前海尔智家已经搭建起食联网、衣联网、空气网等 7 大生态圈，在“品质生活节”期间还会推出多种优惠活动，可以叠加政府消费券使用，为消费者带来更多优惠。市商务局相关负责人表示，智能家电消费有利于提升居民生活品质。此次“品质生活节”专门安排了 4000 万元的家电类消费券，将通过中国银联“云闪付”、京东平台发放。（天津日报）

**【美的与清华大学签约发力绿色智能科技，为楼宇建筑、工业园区提供“美的样本”】**当前，伴随绿色低碳发展成为全球共识，作为一家“世界 500 强”的科技公司，美的集团正以绿色智能科技，为全球楼宇建筑、工业园区提供“美的样本”。8 月 19 日，美的零碳业务发布会暨清华大学联合研究课题云签约仪式在位于佛山的美的全球创新中心内举行。发布会上，来自中国科学院广州能源研究所战略研究中心主任赵黛青等行业“大咖”，对“双碳”背景之下行业发展做趋势观察。现场，美的工业技术低碳智能微电网解决方案、美的楼宇科技绿色低碳业务重磅发布，为社会提供绿色低碳发展的“美的方案”。（中国能源网）

**【向更多新模式、新业态领域探索 格力系布局餐饮智能配送】**格力系在多元化的道路上越走越远。8 月 18 日消息，格力集团正在试水布局餐饮外卖业务。天眼查 APP 显示，珠海格创优食餐饮管理有限公司（以下简称“格创优食”）于近日成立，法定代表人为甘锦鸿，注册资本 1000 万元人民币，企业性质为餐饮业，主营餐饮服务、城市配送运输服务、外卖递送服务等。而格创优食是由珠海格力物业管理有限公司 100% 控股。股权穿透显示，珠海格力置业股份有限公司通过珠海格力物业管理有限公司 100% 持有格创优食，而格力集团持有珠海格力置业 72.5% 的股份，为其第一大股东。（证券日报网）

**【海尔智家 x 诺贝尔战略合作再升级，加速智慧生活入户】**在消费升级和一站式需求的持续作用下，传统家电、家居领域边界逐步消解，“一体化”市场正成为泛家装领域转型升级的关键入口，也成为各板块头部企业争相竞逐、抢滩的新蓝海。8 月 17 日，海尔智家与诺贝尔陶瓷集团展开新一轮战略合作洽谈。双方明确了未来战略合作升级规划，约定将围绕品牌营销、联合建店、工程 TOB、场景共创等方面进行深度联合，共建高端智慧家庭场景，加速定制智慧生活步入千家万户。（中国经济导报）

【20家广州高定品牌参观海尔，还干了啥？】8月16日，由广东省家居业联合会轮值主席、广东高定展和高定俱乐部创始人张传喜及广东省家居业联合会执行主席蒋德辉带领的广州高定品牌代表团，来到青岛市黄岛区海尔工业园进行参观访问。此次参观，集结了来自中至信家居、赛诺家居、西安原点新城、派雅门窗、联邦家私等20家高定品牌创始人和董事长，各方就海尔智家品牌战略、智能制造、核心优势进行了充分了解，并对高端定制上下游产业链融合共创展开了深入沟通。当日下午，海尔智家与中国高定展正式举办对接大会，现场海尔智家副总裁、中国区总经理徐萌及海尔智家中国区卡萨帝总经理宋照伟等代表出席并发表讲话，在各行业协会、高定品牌及供应链企业的见证下，海尔智家广州分公司与中国高定展、广东省家居业联合会正式达成签约，携手开启了智慧场景解决方案高端定制的时代新篇章。（中国经济导报）

【格力在珠海成立产业开发公司，注册资本2.73亿】天眼查App显示，近日，珠海格创云谷产业开发有限公司成立，法定代表人为龙鑫，注册资本2.73亿人民币，经营范围包括承接总公司工程建设业务；工程管理服务；工业工程设计服务；非居住房地产租赁。股权穿透图显示，该公司由珠海格力集团有限公司间接全资控股。（第一财经）

【长虹美菱上半年营收同比增长超6%，冰箱冰柜降、空调涨】8月17日晚间，长虹美菱发布2022年上半年财报显示，公司营业收入102.25亿元，同比增长6.47%；归属于上市公司股东的净利润6038万元，同比增长62.48%。其中，冰箱、冰柜营收降，空调营收涨。冰箱、冰柜是长虹美菱的重要品类。半年报显示，公司线上C端运营能力稳步提升，损益改善，B端拓展能力提升，上半年线上规模同比增长超20%。不过，公司冰箱(柜)业务实现收入约33.44亿元，同比减少12.53%；毛利率14.18%，同比减少4.19%。（新京报）

【全腔深烘省时不返潮，美的晶焰洗碗机S66全球首发助阵苏宁易购品牌节】8月16日，在奥维云网、中国家用电器研究院等行业大咖的共同见证下，家电头部品牌美的与零售市场头部企业苏宁易购联合举办了“晶焰时刻，烘然心动”美的晶焰洗碗机S66新品发布会，该产品搭载全新升级热旋双驱引擎、7天长效抑菌储存、中德认证四星级独立消毒等多项技术，将伴随苏宁易购强大的市场布局能力，走进千万消费者家中。（凤凰网）

【欧洲能源紧缺，热泵需求提升，我国空气能热泵出口有望迎来增长】近年来，欧盟及各国制定一系列能源政策及实施计划，一方面，为加大可再生能源比例，推动能源结构改革，以实现气候中和的目标；另一方面，受俄乌冲突影响，欧洲天然气资源供应紧张，叠加极端天气影响，欧洲电价屡创新高。根据卓创资讯数据，荷兰TTF管道气期货价格从6月1日的26.7美元/mmbtu上涨至8月15日的65.57美元/mmbtu，近两月来涨幅达145.6%。国内方面，我国“双碳”战略下持续推动电气化进程，支持热泵技术推广利用，扩大电气化设备使用比例，推动“以电代煤”、“以电代油”等电能替代进程。今年3月，住建部发布的《“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划》中指出，在寒冷地区、夏热冬冷地区积极推广空气热能热泵技术应用，在严寒地区开展超低温空气源热泵技术及产品应用。此外，地方政府也密集出台政策，推动城市节能热泵建设。据机构测算，预计至2025年中国空气源热泵市场规模将达到351.2亿元人民币，2021-2025年CA为14.6%；欧洲热泵市场规模将达到174.7亿美元，2021-2025年CAGR为27.9%。依托于全制造产业链的生产优势，中国是全球热泵生产和出口规模最大的国家，预计受益于欧洲热泵需求提升带来的出口红利。（智通财经）

【首批AI示范应用场景！自动驾驶、智能家居再迎政策东风】8月15日，科技部发布关于支持建设新一代人工智能示范应用场景的通知，首批支持建设十个示范应用场景，分别为智慧农场、智能港口、智能矿山、智能工厂、智慧家居、智能教育、自动驾驶、智能诊疗、智慧法院、智能供应链。关于智能家居，通知指出针对未来家庭生活中家电、饮食、陪护、健康管理等个性化、智能化需求，运用云侧智能决策和主动服务、场景引擎和自适应感知等关键技术，加强主动提醒、智能推荐、健康管理、智慧零操作等综合示范应用，推动实现从单品智能到全屋智能、从被动控制到主动学习、各类智慧产品兼容发展的全屋一体化智控覆盖。（格隆汇）

## 黑电

【极米科技公布半年度业绩，净利润 2.69 亿元，同比增长 39.78%】2022 年 8 月 19 日，极米科技发布 2022 年中期报告全文。报告显示，2022 年上半年，极米科技实现营收 20.36 亿元，同比增长 20.71%；净利润 2.69 亿元，同比增长 39.77%；实现归属于上市公司股东的净利润 2.69 亿元，同比增长 39.77%；基本每股收益为 3.85 元；平均净资产收益率 ROE 为 9.51%。截止报告期末公司净资产为 29.05 亿元，与去年同期相比增长 5.17%，资产负债率为 43.42%。经营活动、投资活动、筹资活动产生的现金流量净额分别为 -1.10 亿元、1.01 亿元、-1.04 亿元，同比下降 218.73%、增长 106.52%、下降 106.74%。（智通财经）

【创维数字：创维新世界还处于国内外市场的拓展阶段 营收占比较低】财联社 8 月 18 日电，创维数字发布异动公告，近期投资者对公司虚拟现实业务较为关注，截至本公告披露日，控股子公司创维新世界还处于国内外市场的拓展阶段，在公司营业收入中的占比较低。（财联社）

【创维数字：公司具备独立、成熟的 VR 软硬件的设计、研发、生产的能力（含光学镜片的研究、设计、开模）】香港万得通讯社报道，8 月 17 日有投资者向创维数字提问，请问贵司的 VR 产品是自己生产的还是请代工厂代工的呢？对此，创维数字 8 月 18 日在投资者互动平台表示，公司具备独立、成熟的 VR 软硬件的设计、研发、生产的能力（含光学镜片的研究、设计、开模），部分零部件组件委外代工，整体自行进行生产，具体完整的制造体系。（香港万得通讯社）

【TUV 南德授予光峰科技目击测试实验室资质】近日，TUV 南德意志集团授予深圳光峰科技股份有限公司目击测试实验室资质。此次光峰科技 DQA 实验室顺利通过 TUV 南德目击实验室资质审核，体现了 TUV 南德对光峰科技 DQA 实验室技术水平和检测能力的全面认可，充分印证了光峰科技在实验室产品测试、质量管控等方面的高质量水准。该目击测试实验室资质的颁发再度加强了 TUV 南德与光峰科技的紧密合作，为今后相关工作的顺利开展提供了强有力的保障和支持。（美通社）

【海信视像：亮相第十届中国电子信息博览会，前沿科技打造炫酷显示场景】8 月 16 日，第十届中国电子信息博览会（CITE2022）在深圳会展中心召开，海信视像携全球领先的高端家用、商用激光显示产品集中亮相。时尚潮流的前沿科技、炫酷丰富的应用场景，光影与虚实融合交互，让海信激光展区成为备受青睐的热门展区。根据海信视像的业绩预告显示，2022 年上半年，海信视像智慧显示终端销量进一步提升，产品结构进一步改善。根据奥维云网监测数据，公司在国内的电视市场销售额占有率为 24.29%，同比提高 4.82 个百分点。GFK 统计显示，海信及东芝两品牌在日本的电视市场销售量占有率约为 32.2%，同比提高约 5.6 个百分点。有券商认为，随着“1+4+N”全产业链价值释放，海信全球化将迈入收获期。（证券时报网）

【千元投影机皇尽享大屏！小明 Q2 智能投影仪即将发布】后疫情时代，居家观影已然成为都市年轻人新的生活方式，投影仪相比电视可投射的屏幕更大，体积更小，放置在卧室便于携带及移动，能大大提升室内户外观影幸福感。近日，作为千元投影王者，小明投影透露即将发布的今年首款千元旗舰新品——小明 Q2 智能投影仪，作为千元投影机皇小明 Q1 迷你投影仪的全面升级版，将赋予消费者更加畅快的大屏越级体验。据悉，小明 Q2 拥有在千元价位段的顶级画质，通过新一代镀膜技术，小明 Q2 达到了均值 500ANSI 流明亮度，还拥有 1080P 物理分辨率，和高达 2000:1 的对比度，多种技术的组合加持让小明 Q2 画面明暗有度、清晰细腻，真实自然。音效上，小明 Q2 延续了小明家族的传统，继续与全国已被 400 多家影院采用的中国全景声 WANOS®合作，搭载其旗下虚拟声场（AVE）技术，让小明 Q2 高音清透，低音澎湃，立体空间感更强，打造家即影院的音效沉浸。在智能方面，小明 Q2 也优于一般的千元投影，小明 Q2 拥有全向自动校正、自动对焦功能和自动画面避障功能，让小明 Q2 能智能识别环境情况进行调整，带来自动清晰的使用体验（新浪）

## 厨卫家电

【**火星入：52899.9 万元可转债将于 8 月 23 日起在深交所挂牌交易**】火星入公布，经深交所同意，公司 52899.9 万元可转换公司债券将于 2022 年 8 月 23 日起在深交所挂牌交易，债券简称“火星转债”，债券代码“123154”。（格隆汇）

【**推动洗嵌产品规模增长，苏宁易购与老板电器敲定 2022 下半年战略主推**】随着家庭场景解决方案和门店体验建设的不断推进，苏宁易购正在与更多品牌升级战略合作。8 月 19 日，苏宁易购和老板电器以“数字厨电理想生活”为主题，召开 2022 年下半年战略主推暨厨卫家装节全国动员会。针对家电家居行业场景化、套系化、数智化的发展趋势，双方团队将聚焦场景打造、洗嵌产品规模增长、数智新品首发等多个方面深化合作。会上，老板电器高级副总裁何亚东对苏宁易购在 2022 上半年不断变化的市场环境中，持续推动老板品牌商品规模增长、销售增速领先行业表示尊重。7 月，老板电器在苏宁易购渠道销售增长 42%，为单个渠道的最高增速。何亚东表示，老板电器坚定与苏宁易购合作的信心，双方将围绕全年最大力度的厨卫家装节，加大主推品类和定制产品资源投放，全力推动销售目标的达成。（和讯）

【**浙江美大：年新增 110 万台集成灶及厨房电器项目已投产**】8 月 17 日，浙江美大在互动平台表示，公司已提前规划建设年新增 110 万台集成灶及厨房电器产品的生产基地，一期项目已建成并投产。公司产品已出口马来西亚、越南等国际市场，但由于国外烹饪和饮食习惯与我国的差异性较大，以及建筑结构等条件的限制，目前市场覆盖率还较低。公司毛利率保持稳定水平，略有下降主要是原材料价格增长，以及产品结构调整所致。（我的钢铁）

【**老板电器使用 5 亿元自有闲置资金购买理财产品**】8 月 15 日，老板电器(002508.SZ)发布公告称，公司近期向兴业银行股份有限公司购买兴银理财金雪球优享 C 款 2022 年第 7 期封闭式固收类理财产品，认购资金总额为 5 亿元。截至目前，老板电器过去 24 个月内累计使用自有闲置资金购买的已到期的理财产品共计人民币 36.6 亿元。（乐居财经）

## 照明类电器

【**阳光照明发布半年度业绩：净利润 9964.62 万元 同比减少 64.27%**】智通财经 APP 讯，阳光照明发布 2022 年半年度报告，该公司实现营业收入 19.95 亿元，同比减少 7.83%；实现归属于上市公司股东的净利润 9964.62 万元，同比减少 64.27%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 7030.31 万元，同比减少 50.40%。基本每股收益 0.07 元/股。2022 年上半年，面对复杂严峻的国际环境和全球疫情影响，导致风险挑战增多，公司积极应对，始终坚持“见所不同”的理念，打造更具专业性、智能化的产品解决方案，同时不断提升经营管理水平。同时，照明行业仍面临着竞争持续加剧、成本不断提升、需求增长乏力、创新能力不强等诸多制约行业高质量发展的瓶颈问题，全行业面临转型升级和创新发展的新一轮挑战。（智通财经）

【**得邦照明披露 2022 年半年报，实现营收 24.45 亿元**】8 月 18 日，A 股上市公司得邦照明发布 2022 年半年度业绩报告。2022 年 1 月 1 日-2022 年 6 月 30 日，公司实现营业收入 24.45 亿元，同比下降 0.67%，净利润 1.56 亿元，同比下降 14.23%，基本每股收益为 0.33 元。公司所属行业为光学光电子。公司报告期内，期末资产总计为 49.92 亿元，营业利润为 1.65 亿元，应收账款为 13.66 亿元，经营活动产生的现金流量净额为 5.28 亿元，销售商品、提供劳务收到的现金为 30.92 亿元。（资本邦）

【**公牛集团发布半年度业绩，各产品线销售较好，净利润 15.08 亿元，同比增 6.08%**】智通财经 APP 讯，公牛集团(603195.SH)披露 2022 年半年度报告，该公司半年度实现营业收入 68.38 亿元，同比增长 17.50%。归属于上市公司股东的净利润 15.08 亿元，同比增长 6.08%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 13.73 亿元，同比增长 3.93%。基本每股收益为 2.51 元/股。2022 年上半年，该公司电连接业务实现收入 33.56 亿元，同比增长 12.30%。智能电工照明业务实现收入 32.63 亿元，同比增长 23.62%；其中墙壁开关插座业务收入同比增长 14.13%，LED 照明业务收入同比增长 37.67%，智能生态产品共计实现收入同比增长 60.70%。数码配件业务收入 2.02 亿，同比上涨 16.10%。（智通财经）

【签约喜讯 | 瑞泰信息再次携手公牛集团，精细化渠道管理提升运营效率】近日，公牛集团再次携手瑞泰信息，共建标准的渠道开发及管理流程，提升企业业务运营效率，持续优化伙伴体系。公牛集团是国内领先的高档开关插座、转换器的专业供应商。经过 25 年的发展，已经成为国内民用电工龙头企业，公牛转换器自 2001 年以来在国内转换器市场一直稳居第一位，至今仍然占据国内市场的半壁江山；公牛墙壁开关插座市场占有率排名第一。本次双方二度携手，实现经销商/门店全生命周期管理，赋能伙伴团队，提升渠道管理效率，持续提高公牛产品的市场地位和整体竞争能力。（欧柴网）

## 小家电

【火爆全网动辄万元！家用美容仪治得好颜值焦虑吗？ | 资本盯上新消费】颜值经济盛行下，“宅家美容”成为院线美容的延伸和补充，家用美容仪正以其多功能、便携式、操作简单等特点受到越来越多爱美人士的青睐。“丁香医生”的一组调研显示，功效型护肤品是消费者普遍选择的抗老方式，但与此同时，家用美容仪也以较大的增长潜力，在多样化的抗老手段中占有一席之地。同时有 52% 的受访者正走在心动的路上，准备或考虑过购买，16% 已经加购或收藏。家用美容仪赛道的广阔天地，自然吸引了一批又一批渴望大有作为的企业躬身入局。有数据显示，在家用美容仪市场发展不到十年的时间里，行业企业超过 8 万家，进入品牌众多，除已占领先机的海外品牌外，本土品牌也奋起直追，凭借敏锐的嗅觉，滚滚热钱不断推动家用美容仪市场涌向高潮。但伴随家用美容仪蓬勃发展的，还有诸多疑问。如，消费者对家用美容仪产品的体验众说纷纭，是否“智商税”的争辩也仍在继续，而市场方面，各家仍在跑马圈地，行业格局仍未确定，未来谁是“黑马”，谁又将暗淡出局，都充满未知。（和讯）

【北鼎股份：目前公司自主品牌产品生产全部采用国产芯片】香港万得通讯社报道，8 月 15 日有投资者向北鼎股份提问，请问公司是否受美国限制芯片技术出口中国影响？公司产品出口有无受到主要销售市场国家限制。对此，北鼎股份 8 月 17 日在投资者互动平台表示，目前公司自主品牌产品生产全部采用国产芯片。出口方面，公司外销产品目前无出口受限情况，公司会持续关注相关国家贸易政策。（万得通讯社）

【飞科电器：上半年净利润增 45.23% 至 4.56 亿元】飞科电器公布 2022 年半年度报告，报告期营业收入 22.79 亿元，同比增长 30.18%；归属于上市公司股东的净利润 4.56 亿元，同比增长 45.23%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4.28 亿元，同比增长 56.39%；基本每股收益 1.05 元。（格隆汇）

【新宝股份：公司与 MORPHY RICHARDS LIMITED 的品牌交易尚处于实施当中】香港万得通讯社报道，8 月 12 日有投资者向新宝股份提问，公司对于摩飞品牌的收购进展怎么样了？对此，新宝股份 8 月 15 日在投资者互动平台表示，公司与 MORPHY RICHARDS LIMITED 的品牌交易尚处于实施当中，公司将根据事项进展情况，严格按照有关法律法规的要求，履行相应的信息披露义务，（万得通讯社）

## 2. 核心公司公告

【JS 环球生活拟 8 月 29 日举行董事会会议审批中期业绩】JS 环球生活发布公告，公司将于 2022 年 8 月 29 日（星期一）举行董事会会议，藉以（其中包括）审议及批准公司及其附属公司截至 2022 年 6 月 30 日止六个月的中期业绩及其刊发，以及考虑宣派中期股息（如有）。

【帅丰电器：关于召开 2022 年半年度业绩说明会的公告】浙江帅丰电器股份有限公司（以下简称“公司”）将于 2022 年 8 月 25 日在上海证券交易所官网（www.sse.com.cn）上披露 2022 年半年度报告，为便于广大投资者更全面深入地了解公司 2022 年半年度经营成果、财务状况，公司计划于 2022 年 8 月 25 日下午 13:00-14:00 举行 2022 年半年度业绩说明会，就投资者关心的问题进行交流。

**【小熊电器:投资者关系活动记录表】**2022年8月12日,公司参与深交所组织的“走进上市公司”活动,包括深交所投资者服务部门、资本市场关心行业和公司的投资者等共计43人参观了公司展厅和实验室,并与公司高管进行了互动交流。主要内容如下:问:公司2022年以来在新品类和高客单价产品上有进展,未来在新品和高客单价的产品规划如何?答:2021年以来,原材料价格上涨的幅度较大。小熊作为一个ToC端的企业,选择去调整自身产品结构,比如说对产品的工艺、用料、设计及用户体验等多方面进行调整,让产品更有价值。我们想通过调整产品结构,使得产品向精品化发展,在提升终端售价的同时,给消费者带来更好的体验感。小熊从去年二季度开始确立调整产品结构的思路并坚定推行,市场反馈良好。小熊能给消费者带来更有价值的产品,从而提升我们的客单价,以保证公司的盈利能力。未来会在产品策划、开发、制造以及终端销售中全链条地围绕产品精品化思路开展工作。问:房地产行业与家电行业关系紧密,而今房地产行业受到一定的冲击,去年以来也有很多企业加入小家电的竞争来,贵公司有什么应对的策略?答:对于大家电来讲,确实是与房地产行业有着非常紧密的关系。但是小家电与房地产的关系并没有大家电紧密。小家电行业是与整个社会人民的生活水平有密切关联。欧美等发达国家,每家每户都有着十几件甚至几十件的小家电产品,但中国目前小家电的覆盖还集中在一、二线城市,县城、农村等地小家电的覆盖率普遍偏低,未来随着社会发展,人民生活水平的提高以及对生活品质的追求,小家电在中国还有很大的市场。行业竞争方面,2020年的疫情爆发,整个中国的消费市场给小家电行业带来非常出色的表现,导致2021年进入小家电行业的企业、团队非常多。竞争一直都存在,但竞争也会有强弱周期,对于小熊来讲,更多地是关注自身内部能力的建设,拉近公司与消费者的距离,专注于服务好小熊的用户人群,从而提升自身的整体竞争力。问:小熊如何做产品研发,产品研发的过程是怎么样的?小熊是如何做产品用户调研的?答:小熊的产品是非刚需类产品居多。中国人口众多,需求更是展现出多层次、多元化、个性化的特点,小熊正是围绕这种需求的多元化和个性化进行产品的研发。小熊是一家非常重视在源头上获取资讯,获取需求,并快速转化成产品的企业,所以,产品从源头到后端销售的闭环,整个过程都在快速且精准地运行。用户调研方面,互联网时代给企业创造了非常好的条件,小熊将合理利用大数据建设数据中台,形成清晰明了的数据和趋势,以此来支撑我们对产品的决策。问:2020年疫情初期,小家电行业非常火爆,而随后也出现很多负面的影响,诸如物流不畅,导致供应链阻隔等问题?请问疫情的到来对于公司是利大于弊,还是弊大于利呢?答:2020年公司产品卖的非常好,甚至出现缺货的现象,但是今年和2020年的情况并不一样,2022年上海疫情对于公司来说影响偏负面,主要是终端物流配送中断导致产品不能送达消费者。但是现在中国的疫情防控措施越来越精准,对市场、对社会影响越来越小,所以随着防控能力、治理能力的提升,疫情对于企业方面的影响也会逐渐变弱。相对于疫情的影响,我们认为消费者的消费意愿和行业竞争的关系影响会更大。小熊会更快地把握消费者需求,并将其转化成产品精准触达到目标用户,这是我们需要持续加强的能力。问:海外市场份额占比是多少?未来海外市场的安排是怎么样的?答:海外市场一直以来都是小熊非常重视的一个市场。2021年国外销售额占公司营业收入的比重为6.37%。目前小熊的出口的方式有:ODM代工、自主品牌出海以及跨境电商销售。现在我们有针对目标国家去研究这些国家的用户,根据他们的生活习惯、使用方式来开发产品。我们也会有专门的事业部和工厂来支撑海外市场的拓展。问:小熊如何看待兴趣电商?答:我们认为兴趣电商于当下是新兴的、非常流行的,而且发展十分快速。小熊专注于年轻人喜欢的小家电,兴趣电商中如抖音的用户群体大部分为年轻人,其中聚集了众多新的消费人群,分流了传统电商的流量,我们应该去了解它、利用它,并运用其开拓市场。兴趣电商更多是基于娱乐性质,有优秀的产品,还需要优秀的内容来进行消费者的触达和转化。因此,对小熊来说,兴趣电商是一个非常重要且值得深入研究的一个渠道。

### 风险提示

- 1) 疫情影响宏观经济未能达到预期；
- 2) 家电行业价格战加剧；
- 3) 原材料价格上涨超预期等。

## 披露声明

本报告准确表述了证券分析师的个人观点。该证券分析师声明，本人未在公司内、外部机构兼任有损本人独立性与客观性的其他职务，没有担任本报告评论的上市公司的董事、监事或高级管理人员；也不拥有与该上市公司有关的任何财务权益；本报告评论的上市公司或其它第三方都没有或没有承诺向本人提供与本报告有关的任何补偿或其它利益。

中银国际证券股份有限公司同时声明，将通过公司网站披露本公司授权公众媒体及其他机构刊载或者转发证券研究报告有关情况。如有投资者于未经授权的公众媒体看到或从其他机构获得本研究报告的，请慎重使用所获得的研究报告，以防止被误导，中银国际证券股份有限公司不对其报告理解和使用承担任何责任。

## 评级体系说明

以报告发布日后公司股价/行业指数涨跌幅相对同期相关市场指数的涨跌幅的表现为基准：

### 公司投资评级：

买入：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 20%以上；  
增持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 10%-20%；  
中性：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数变动幅度在-10%-10%之间；  
减持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数跌幅在 10%以上；  
未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

### 行业投资评级：

强于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现强于基准指数；  
中性：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现基本与基准指数持平；  
弱于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现弱于基准指数；  
未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

沪深市场基准指数为沪深 300 指数；新三板市场基准指数为三板成指或三板做市指数；香港市场基准指数为恒生指数或恒生中国企业指数；美股市场基准指数为纳斯达克综合指数或标普 500 指数。

## 风险提示及免责声明

本报告由中银国际证券股份有限公司证券分析师撰写并向特定客户发布。

本报告发布的特定客户包括：1) 基金、保险、QFII、QDII 等能够充分理解证券研究报告，具备专业信息处理能力的中银国际证券股份有限公司的机构客户；2) 中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队，其可参考使用本报告。中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队可能以本报告为基础，整合形成证券投资顾问服务建议或产品，提供给接受其证券投资顾问服务的客户。

中银国际证券股份有限公司不得以任何方式或渠道向除上述特定客户外的公司个人客户提供本报告。中银国际证券股份有限公司的个人客户从任何外部渠道获得本报告的，亦不应直接依据所获得的研究报告作出投资决策；需充分咨询证券投资顾问意见，独立作出投资决策。中银国际证券股份有限公司不承担由此产生的任何责任及损失等。

本报告内含保密信息，仅供收件人使用。阁下作为收件人，不得出于任何目的直接或间接复制、派发或转发此报告全部或部分内容予任何其他人士，或将此报告全部或部分内容发表。如发现本研究报告被私自刊载或转发的，中银国际证券股份有限公司将及时采取维权措施，追究有关媒体或者机构的责任。所有本报告内使用的商标、服务标记及标记均为中银国际证券股份有限公司或其附属及关联公司（统称“中银国际集团”）的商标、服务标记、注册商标或注册服务标记。

本报告及其所载的任何信息、材料或内容只提供给阁下作参考之用，并未考虑到任何特别的投资目的、财务状况或特殊需要，不能成为或被视为出售或购买或认购证券或其它金融票据的要约或邀请，亦不构成任何合约或承诺的基础。中银国际证券股份有限公司不能确保本报告中提及的投资产品适合任何特定投资者。本报告的内容不构成对任何人的投资建议，阁下不会因为收到本报告而成为中银国际集团的客户。阁下收到或阅读本报告须在承诺购买任何报告中所指之投资产品之前，就该投资产品的适合性，包括阁下的特殊投资目的、财务状况及其特别需要寻求阁下相关投资顾问的意见。

尽管本报告所载资料的来源及观点都是中银国际证券股份有限公司及其证券分析师从相信可靠的来源取得或达到，但撰写本报告的证券分析师或中银国际集团的任何成员及其董事、高管、员工或其他任何个人（包括其关联方）都不能保证它们的准确性或完整性。除非法律或规则规定必须承担的责任外，中银国际集团任何成员不对使用本报告的材料而引致的损失负任何责任。本报告对其中所包含的或讨论的信息或意见的准确性、完整性或公平性不作任何明示或暗示的声明或保证。阁下不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告仅反映证券分析师在撰写本报告时的设想、见解及分析方法。中银国际集团成员可发布其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦有可能采取与本报告观点不同的投资策略。为免生疑问，本报告所载的观点并不代表中银国际集团成员的立场。

本报告可能附载其它网站的地址或超级链接。对于本报告可能涉及到中银国际集团本身网站以外的资料，中银国际集团未有参阅有关网站，也不对它们的内容负责。提供这些地址或超级链接（包括连接到中银国际集团网站的地址及超级链接）的目的，纯粹为了阁下的方便及参考，连结网站的内容不构成本报告的任何部份。阁下须承担浏览这些网站的风险。

本报告所载的资料、意见及推测仅基于现状，不构成任何保证，可随时更改，毋须提前通知。本报告不构成投资、法律、会计或税务建议或保证任何投资或策略适用于阁下个别情况。本报告不能作为阁下私人投资的建议。

过往的表现不能被视作将来表现的指示或保证，也不能代表或对将来表现做出任何明示或暗示的保障。本报告所载的资料、意见及预测只是反映证券分析师在本报告所载日期的判断，可随时更改。本报告中涉及证券或金融工具的价格、价值及收入可能出现上升或下跌。

部分投资可能不会轻易变现，可能在出售或变现投资时存在难度。同样，阁下获得有关投资的价值或风险的可靠信息也存在困难。本报告中包含或涉及的投资及服务可能未必适合阁下。如上所述，阁下须在做出任何投资决策之前，包括买卖本报告涉及的任何证券，寻求阁下相关投资顾问的意见。

中银国际证券股份有限公司及其附属及关联公司版权所有。保留一切权利。

## 中银国际证券股份有限公司

中国上海浦东  
银城中路 200 号  
中银大厦 39 楼  
邮编 200121  
电话: (8621) 6860 4866  
传真: (8621) 5888 3554

## 相关关联机构:

### 中银国际研究有限公司

香港花园道一号  
中银大厦二十楼  
电话: (852) 3988 6333  
致电香港免费电话:  
中国网通 10 省市客户请拨打: 10800 8521065  
中国电信 21 省市客户请拨打: 10800 1521065  
新加坡客户请拨打: 800 852 3392  
传真: (852) 2147 9513

### 中银国际证券有限公司

香港花园道一号  
中银大厦二十楼  
电话: (852) 3988 6333  
传真: (852) 2147 9513

### 中银国际控股有限公司北京代表处

中国北京市西城区  
西单北大街 110 号 8 层  
邮编: 100032  
电话: (8610) 8326 2000  
传真: (8610) 8326 2291

### 中银国际(英国)有限公司

2/F, 1 Lothbury  
London EC2R 7DB  
United Kingdom  
电话: (4420) 3651 8888  
传真: (4420) 3651 8877

### 中银国际(美国)有限公司

美国纽约市美国大道 1045 号  
7 Bryant Park 15 楼  
NY 10018  
电话: (1) 212 259 0888  
传真: (1) 212 259 0889

### 中银国际(新加坡)有限公司

注册编号 199303046Z  
新加坡百得利路四号  
中国银行大厦四楼(049908)  
电话: (65) 6692 6829 / 6534 5587  
传真: (65) 6534 3996 / 6532 3371