家用电器

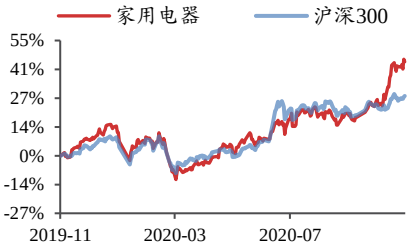
2020 年 11 月 22 日

Q4 小家电外销增长可期，白电出口景气度持续提升

—行业周报

投资评级：看好（维持）

行业走势图



数据来源：贝格数据

相关研究报告

《行业双周报-行业Q3业绩显著改善，看好扫地机和白电龙头》-2020.11.8

《行业周报-小家电板块Q3业绩优异，电商旺季有望再创佳绩》-2020.10.25

《行业双周报-国庆掀起家电消费热潮，继续坚守长逻辑核心标的》-2020.10.11

吕明（分析师）
lvming@kysec.cn
证书编号：S0790520030002

● **核心推荐：石头科技、新宝股份、小熊电器、美的集团、格力电器、九阳股份、老板电器、科沃斯、安克创新**

1）小家电龙头组合：石头科技、小熊电器、新宝股份、九阳股份、科沃斯；2）厨电龙头标的：老板电器；3）白电龙头组合：美的集团、格力电器，受益标的：海尔智家；4）跨境电商标的：安克创新；

● **2020Q4 小家电外销、白电出口景气度有望持续提升**

双十一带动小家电企业 Q4 业绩高增，白电结构升级明显。根据奥维云网数据，Week44-46 小家电 12 个品类零售额 50.5 亿元，同比提升 17.3%；零售量 2423.3 万台，同比提升 17.1%。头部品牌增速远超行业。白电除空调销额同比有所下滑，多数行业增长超 30%。在原材料价格上行、产业结构升级等影响下，白电除冷柜外，各行业均价上行 10%以上。健康功能白电表现出较强的溢价能力，空调、冰箱、洗衣机等产业的高端需求持续上行。根据产业在线数据，空调前三季度出口同比提升 4%，10 月出口同比 28%，景气度显著提升，其中美的集团 10 月空调出口同比增长达 61%；冰箱/冷柜前三季度出口增速持续提升，2020Q1、Q2、Q3 同比分别为-0.9%、12.5%、49.2%，企业 Q4 订单充足，美的集团冰箱交货期排到 180 天，冷柜交货期排到 90 天。预计冰箱/冷柜 2020 财年出口累计同比增长接近 30%。洗衣机出口自 8 月份以来大幅增长，其中 9 月单月出口增幅达到 25.7%。

● **建议关注线上持续高增长的小家电及跨境电商龙头企业**

1）小家电：Week44-46 行业整体保持高增长的同时，部分品牌增速显著超行业均值。小熊电器、摩飞（新宝股份）、九阳股份、科沃斯在双 11 期间全渠道同比增长分别 100%+、80%、70%、84%。继续推荐线上高增长的小家电龙头企业：石头科技、新宝股份、小熊电器、九阳股份、科沃斯等；2）跨境电商：海外 Q4 购物节较多。2020 年亚马逊会员日从 7 月改至 10 月，亚马逊“黑色星期五”也于 11/20 正式启动。在疫情背景下，线上有望实现高速增长，根据 Drive Research 预计，2020 年黑色星期五的在线购物与 2019 年相比增长 28%、预计“网络星期一”的收入也将同比增长 18%。此外，12 月圣诞节作为传统购物旺季，有望进一步提升 Q4 海外终端销售。推荐跨境出海高增长企业：石头科技、安克创新。

● **建议关注业绩改善、出口回暖的白电龙头及地产精装回暖下的厨电龙头**

1）白电：内销结构升级，销额持续改善，出口数据表现亮眼。随着疫情对线下销售冲击逐步缓解，Q3 以来白电龙头企业业绩改善明显。推荐标的：a.美的集团：2020Q3 业绩超预期，内外销均回归高速增长；b.格力电器：业绩有所改善，大力进行渠道改革。受益标的：海尔智家。2）看好厨电龙头。考虑前期房屋新开工及竣工面积剪刀差逐步修复，2020Q4 竣工端回暖有望提速，厨电内销有望持续增长。推荐标的：老板电器，2020Q3 业绩改善明显，看好新品类拓展放量。公司扩产品、拓渠道、品牌年轻化，业绩有望继续增长。

● **风险提示：**疫情缓和不及预期，全球经济衰退，行业竞争格局恶化等。

目 录

1、 行业更新：近一个月以来家电涨幅领先大盘 5
1.1、 行业交易数据更新：家电板块本周收盘上涨 1.58% 5
1.1.1、 行业涨跌公司及原因：家用零部件板块逐渐回暖 5
1.1.2、 行业核心公司的估值：白电、厨电龙头企业估值仍处于低位 6
1.2、 行业重要信息：Q4 小家电外销、白电出口业务景气度显著提升 7
1.2.1、 奥维数据：家电品类 Week44-46 表现优异 7
1.2.2、 RECP 协议对空调行业影响 8
1.2.3、 海外疫情影响、国内产能逐步恢复，大家电出口持续向好 9
1.2.4、 亚马逊“黑五”11 月 20 日开启，海外终端销售 Q4 再提速 10
1.2.5、 海尔日日顺物流拟上市 10
2、 推荐组合及逻辑：看好 Q4 小家电外销放量，白电内销业绩回暖、出口景气度提升 10
2.1、 核心推荐：石头科技、新宝股份、小熊电器、美的集团、格力电器、九阳股份、老板电器、科沃斯、安克创新 10
3、 行业数据更新：原材料价格略有波动，零售端线上优于线下 11
3.1、 原材料：原材料价格略有上涨 11
3.2、 大家电终端零售表现 12
3.2.1、 空调：销量销额同比出现下滑 12
3.2.2、 冰箱：销量销额同比波动，线下表现有所回暖 14
3.2.3、 洗衣机：销量销额同比上涨显著，线下表现有所回暖 15
3.2.4、 彩电：销量销额同比下滑显著，线上表现有所回落 17
3.3、 厨电终端零售表现 18
3.3.1、 油烟机：销量销额同比上涨显著，线下表现回暖 18
3.3.2、 燃气灶：销量销额同比波动，线下表现有所回暖 20
3.3.3、 厨电套餐：销量销额同比下滑，线下表现有所回暖 21
3.4、 小家电终端零售表现 23
3.4.1、 电饭煲：销量销额同比下滑现在，线下表现依旧疲软 23
3.4.2、 料理机：销量销额同比有所下滑，线下表现依然疲软 24
3.4.3、 扫地机器人：销量销额同比下滑显著，线上表现有所放缓 26
4、 2020 年内重点限售股解禁公司时间表 28
5、 沪深股通数据更新：近 10 日北向资金增持三花智控、华帝股份、海尔智家股份较多 29
6、 风险提示 30

图表目录

图 1： 家用电器板块周度涨幅小于上证指数 0.46pct 5
图 2： 家电板块本周收盘上涨 1.58% 5
图 3： 惠而浦、聚隆科技、天银机电创涨幅居前三 5
图 4： 天际股份、*ST 同洲、ST 中科创跌幅居前三 5
图 5： 20W46 中国塑料价格指数略有下跌 12
图 6： 20W46 钢材综合价格指数略有上涨 12
图 7： 20W46 铝材价格指数略有上涨 12
图 8： 20W46 铜材价格指数略有上涨 12
图 9： 20W46 空调销量同比下滑 51.03% 13

图 10: 20W46 空调销售额同比下滑 42.44% 13
图 11: 线下 20W46 空调销量同比下滑 40.43% 13
图 12: 线下 20W46 空调销售额同比下滑 23.21% 13
图 13: 线上 20W46 空调销量同比下滑 52.26% 14
图 14: 线上 20W46 空调销售额同比下滑 44.96% 14
图 15: 20W46 冰箱销量同比下滑 8.00% 14
图 16: 20W46 冰箱销售额同比上涨 1.53% 14
图 17: 线下 20W46 冰箱销量同比上涨 28.66% 15
图 18: 线下 20W46 冰箱销售额同比上涨 40.40% 15
图 19: 线上 20W46 冰箱销量同比下滑 11.20% 15
图 20: 线上 20W46 冰箱销售额同比下滑 4.89% 15
图 21: 20W46 洗衣机销量同比上涨 1.76% 16
图 22: 20W46 洗衣机销售额同比上涨 6.77% 16
图 23: 线下 20W46 洗衣机销量同比上涨 20.74% 16
图 24: 线下 20W46 洗衣机销售额同比上涨 31.76% 16
图 25: 线上 20W46 洗衣机销量同比上涨 0.44% 17
图 26: 线上 20W46 洗衣机销售额同比上涨 3.47% 17
图 27: 20W46 彩电销量同比下滑 20.07% 17
图 28: 20W46 彩电销售额同比下滑 2.67% 17
图 29: 线下 20W46 彩电销量同比上涨 7.34% 18
图 30: 线下 20W46 彩电销售额同比上涨 27.85% 18
图 31: 线上 20W46 彩电销量同比下滑 21.87% 18
图 32: 线上 20W46 彩电销售额同比下滑 6.56% 18
图 33: 20W46 油烟机销量同比上涨 4.98% 19
图 34: 20W46 油烟机销售额同比上涨 1.35% 19
图 35: 线下 20W46 油烟机销量同比上涨 22.59% 19
图 36: 线下 20W46 油烟机销售额同比上涨 38.28% 19
图 37: 线上 20W46 油烟机销量同比上涨 3.90% 20
图 38: 线上 20W46 油烟机销售额同比下滑 2.97% 20
图 39: 20W46 燃气灶销量同比下滑 1.83% 20
图 40: 20W46 燃气灶销售额同比上涨 5.17% 20
图 41: 线下 20W46 燃气灶销量同比上涨 15.19% 21
图 42: 线下 20W46 燃气灶销售额同比上涨 26.07% 21
图 43: 线上 20W46 燃气灶销量同比下滑 2.88% 21
图 44: 线上 20W46 燃气灶销售额同比上涨 2.61% 21
图 45: 20W46 厨电套餐销量同比下滑 4.78% 22
图 46: 20W46 厨电套餐销售额同比下滑 3.43% 22
图 47: 线下 20W46 厨电套餐销量同比上涨 8.09% 22
图 48: 线下 20W46 厨电套餐销售额同比上涨 23.31% 22
图 49: 线上 20W46 厨电套餐销量同比下滑 5.23% 23
图 50: 线上 20W46 厨电套餐销售额同比下滑 4.92% 23
图 51: 20W46 电饭煲销量同比下滑 13.79% 23
图 52: 20W46 电饭煲销售额同比下滑 17.83% 23
图 53: 线下 20W46 电饭煲销量同比下滑 33.75% 24
图 54: 线下 20W46 电饭煲销售额同比下滑 28.04% 24

图 55: 线上 20W46 电饭煲销量同比下滑 13.32% 24
图 56: 线上 20W46 电饭煲销售额同比下滑 17.28% 24
图 57: 20W46 料理机销量同比下滑 6.38% 25
图 58: 20W46 料理机销售额同比下滑 7.92% 25
图 59: 线下 20W46 料理机销量同比下滑 7.44% 25
图 60: 线下 20W46 料理机销售额同比下滑 25.40% 25
图 61: 线上 20W46 料理机销量同比下滑 6.37% 26
图 62: 线上 20W46 料理机销售额同比下滑 6.83% 26
图 63: 20W46 扫地机器人销量同比下滑 28.17% 26
图 64: 20W46 扫地机器人销售额同比下滑 9.94% 26
图 65: 线下 20W46 扫地机器人销量同比上涨 18.74% 27
图 66: 线下 20W46 扫地机器人销售额同比上涨 36.92% 27
图 67: 线上 20W46 扫地机器人销量同比下滑 28.52% 27
图 68: 线上 20W46 扫地机器人销售额同比下滑 10.38% 27

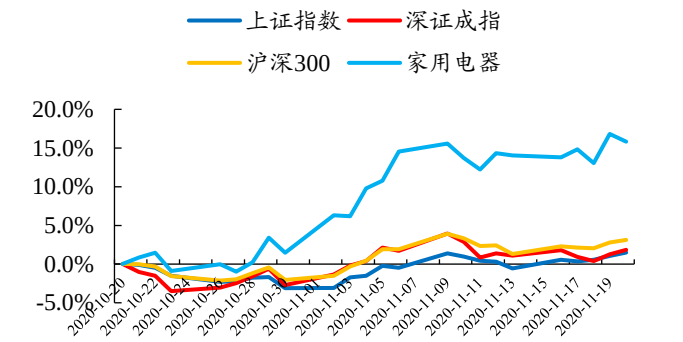
表 1: 小家电业绩有望超预期，行业景气度持续 6
表 2: 20W44-46（10 月 26 日~11 月 20 日）家电类产品销量大幅增长 7
表 3: RCEP 国家对中国空调出口征收关税税率 8
表 4: 2020 年内重点限售股解禁公司时间表 28
表 5: 近 10 日北向资金增持三花智控、华帝股份、海尔智家较多 29

1、 行业更新：近一个月以来家电涨幅领先大盘

1.1、 行业交易数据更新：家电板块本周收盘上涨 1.58%

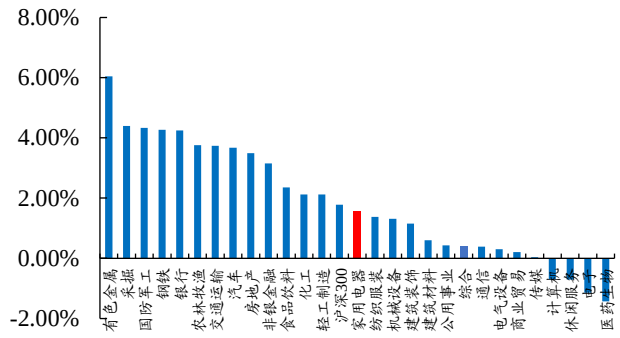
本周（2020 年 11 月 16 日至 11 月 20 日）上证指数收于 3,377.73 点，较上周（2020 年 11 月 9 日至 11 月 13 日）收盘上涨 2.04%；深证成指收于 13,852.42 点，较上周收盘上涨 0.71 %；沪深 300 收于 4,943.29 点，较上周收盘上涨 1.78 %；家用电器板块收于 10,259.84 点，较上周收盘上涨 1.58 %。

图1：家用电器板块周度涨幅小于上证指数 0.46pct



数据来源：Wind、开源证券研究所

图2：家电板块本周收盘上涨 1.58%

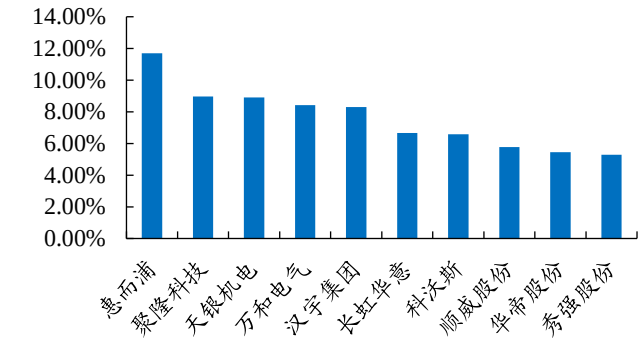


数据来源：Wind、开源证券研究所

1.1.1、 行业涨跌公司及原因：家用零部件板块逐渐回暖

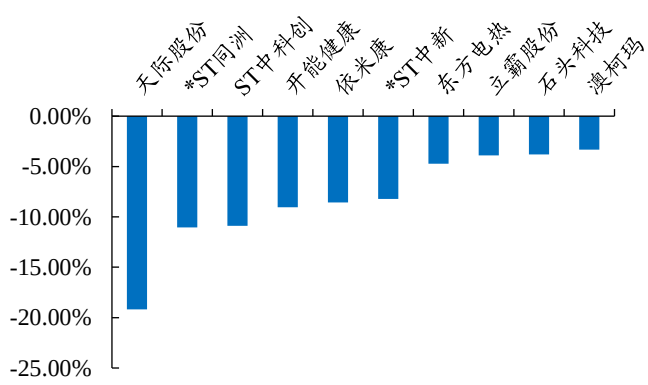
个股方面，惠而浦、聚隆科技、天银机电创涨幅居前三。天际股份、*ST 同洲、ST 中科创跌幅居前三。整体来看，家电零部件板块也有所回弹。

图3：惠而浦、聚隆科技、天银机电创涨幅居前三



数据来源：Wind、开源证券研究所

图4：天际股份、*ST 同洲、ST 中科创跌幅居前三



数据来源：Wind、开源证券研究所

1.1.2、 行业核心公司的估值：白电、厨电龙头企业估值仍处于低位

表1：小家电业绩有望超预期，行业景气度持续

证券简称	PE			净利润（百万元）			净利润增长率			2019-2021预测净利润CAGR	总市值（亿元）
	2019A	2020E	2021E	2019A	2020E	2021E	2019A	2020E	2021E		
白电											
美的集团*	26.56	25.27	22.04	24211.22	25448.00	29178.00	19.68%	5.11%	14.66%	9.78%	6431.26
格力电器*	16.54	19.90	16.12	24696.64	20525.00	25332.00	-5.75%	-16.89%	23.42%	1.28%	4084.68
海尔智家	23.68	25.36	21.77	8206.25	7663.18	8928.41	10.30%	-6.62%	16.51%	4.31%	1943.60
海信家电	12.59	15.85	13.50	1793.67	1424.35	1672.25	30.22%	-20.59%	17.40%	-3.44%	225.80
澳柯玛	35.00	24.56	19.52	192.97	275.00	346.00	176.06%	42.51%	25.82%	33.90%	67.53
小家电											
苏泊尔*	31.36	32.99	26.92	1919.91	1825.00	2236.00	14.97%	-4.94%	22.52%	7.92%	602.02
九阳股份*	33.39	30.31	25.06	824.11	908.00	1098.00	9.26%	10.18%	20.93%	15.43%	275.18
石头科技*	71.11	45.15	37.49	782.86	1233.00	1485.00	154.52%	57.50%	20.44%	37.73%	556.67
新宝股份*	53.52	30.89	23.97	687.34	1191.00	1535.00	36.73%	73.28%	28.88%	49.44%	367.88
飞科电器	34.54	35.00	31.81	685.82	676.74	744.68	-18.83%	-1.32%	10.04%	4.20%	236.88
小熊电器*	65.13	34.25	28.04	268.18	510.00	623.00	44.57%	90.17%	22.16%	52.42%	174.67
科沃斯*	339.75	84.04	58.34	120.71	488.00	703.00	-75.12%	304.29%	44.06%	141.33%	410.10
莱克电气	28.93	25.81	22.49	502.27	563.02	646.01	18.73%	12.09%	14.74%	13.41%	145.31
奥佳华	31.95	20.73	17.27	288.98	445.41	534.42	-34.19%	54.13%	19.98%	35.99%	92.32
厨电											
老板电器*	26.11	24.06	21.19	1589.81	1725.00	1959.00	7.89%	8.50%	13.57%	11.01%	415.10
华帝股份	11.91	14.75	12.26	747.77	604.22	726.93	10.46%	-19.20%	20.31%	-1.40%	89.10
浙江美大	24.58	21.59	18.03	460.01	523.63	627.18	21.85%	13.83%	19.78%	16.76%	113.06
家电零部件											
公牛集团*	50.32	48.00	39.19	2303.72	2415.00	2958.00	37.38%	4.83%	22.48%	13.31%	1159.30
三花智控	63.36	59.41	47.01	1421.20	1515.75	1915.70	9.97%	6.65%	26.39%	16.10%	900.52
黑电											
兆驰股份	24.54	17.72	14.25	1134.73	1571.18	1953.79	154.77%	38.46%	24.35%	31.22%	278.41
海信视像	26.90	16.98	14.45	556.07	880.69	1034.92	41.71%	58.38%	17.51%	36.42%	149.56
创维数字	15.11	16.26	12.55	632.00	587.14	760.72	92.72%	-7.10%	29.57%	9.71%	95.49

数据来源：Wind、开源证券研究所

备注： 1）截至时间 2020 年 11 月 20 日； 2）表中标*为重点覆盖标的，盈利预测来源于报告；未标*公司盈利预测均来源于 Wind。

1.2、 行业重要信息：Q4 小家电外销、白电出口业务景气度显著提升

1.2.1、 奥维数据：家电品类 Week44-46 表现优异

在长周期、多阶段促销等因素的影响下，家电类产品销量在“双十一”期间增幅较大。健康功能白电表现出较强的溢价能力，行业整体消费升级趋势明显。

白电：

1）空调：W44、W45、W46 线上销额同比分别为 83.2%、40.80%、-44.96%。Week46 周有所下滑主要系全年需求相对低迷、2019 年价格战下高基数所致，回顾整个双 11，线上空调销额同比下滑 24.4%。从均价来看，2020 年双 11 空调均价 2848 元，同比提升 16%，市场已逐步向价值战、服务战转变。

2）冰箱：W44-46 线上销额/销量同比增长 46.3%/31.2%，行业规模、利润实现多方位增长。产品结构升级显著，十字及对开、法式冰箱继续保持较高的溢价能力。在上游成本压力和企业积极迭代的双重影响下，线上市场价格或将持续上行。

3）洗衣机：W44-46 线上销售额同比增长 43.8%，其中 W44、W45 线上销额同比增长超 100%。产品结构继续升级，洗烘一体机销额占比接近 40%，行业均价提升超 10%。无论是波轮还是滚筒，各产品类型均价水平均呈现上升态势，品牌商在重视线上渠道的同时，也在尝试跳出价格战的桎梏，以大容量、健康化、功能化的产品获取消费者的青睐，价格竞争向更加理性的方向发展。

厨电：W44-46 表现良好。分品类来看，油烟机、燃气灶、洗碗机线上销额同比提升 32.0%、42.9%、40.7%。油烟机低端市场同比增长显著，大风量产品占比提升显著。燃气灶高端市场表现较好，大火力产品占比显著提升。洗碗机全嵌式、独嵌两用增势迅猛，整体低端产品占比提升。

小家电方面：W44-46 小家电（电饭煲、电磁炉、电压力锅、豆浆机、破壁机、搅拌机、榨汁机、电水壶、养生壶、电蒸炖锅、煎烤机、台式电烤箱）零售额 50.5 亿元，同比提升 17.3%；零售量 2423.3 万台，同比提升 17.1%。从渠道端来看，新兴渠道抖音、快手、小红书销售占比正逐步提升。品牌端，受疫情影响，线上品牌数量增加，竞争激烈，中尾品牌小幅侵占头部品牌份额。产品端来看：IP 联名款萌系小家电（颜值小家电）、空气炸锅、多功能锅等受消费者喜爱。

（数据资料来源：奥维云网）

表2：20W44-46（10 月 26 日~11 月 20 日）家电类产品销量大幅增长

			整体		线下		线上	
			销量同比（%）	销额同比（%）	销量同比（%）	销额同比（%）	销量同比（%）	销额同比（%）
Week46（11/16-11/20）	白电	空调	-51.03%	-42.44%	-40.43%	-23.21%	-52.26%	-44.96%
		冰箱	-8.00%	1.53%	28.66%	40.40%	-11.20%	-4.89%
		洗衣机	1.76%	6.77%	20.74%	31.76%	0.44%	3.47%
	厨电	油烟机	4.98%	1.35%	22.59%	38.28%	3.90%	-2.97%
		燃气灶	-1.83%	5.17%	15.19%	26.07%	-2.88%	2.61%
		厨电套餐	-4.78%	-3.43%	8.09%	23.31%	-5.23%	-4.92%
	小家电	电饭煲	-13.79%	-17.83%	-33.75%	- 28.04%	-13.32%	-17.28%
		料理机	-6.38%	-7.92%	-7.44%	-25.40%	-6.37%	-6.83%

		扫地机器人	-28.17%	-9.94%	18.74%	36.92%	-28.52%	-10.38%
Week45（11/9-11/13）	白电	空调	-4.56%	-0.52%	-36.93%	-30.84%	31.08%	40.80%
		冰箱	60.75%	51.73%	-32.62%	-26.82%	130.02%	192.85%
		洗衣机	49.30%	49.68%	-33.14%	-28.81%	88.73%	151.74%
	厨电	油烟机	46.33%	30.61%	-26.51%	-20.27%	78.00%	84.94%
		燃气灶	40.94%	35.24%	-27.99%	-22.89%	66.23%	90.11%
		厨电套餐	41.91%	39.18%	-37.69%	-29.42%	68.41%	82.93%
	小家电	电饭煲	73.97%	82.87%	-50.57%	-48.30%	88.01%	121.59%
		料理机	72.34%	129.79%	-34.52%	-49.96%	60.06%	171.48%
		扫地机器人	53.31%	91.62%	3.70%	15.68%	56.20%	98.87%
Week44（10/26-11/1）	白电	空调	62.77%	69.73%	37.55%	28.48%	68.67%	83.15%
		冰箱	110.07%	141.16%	36.76%	61.02%	122.44%	167.29%
		洗衣机	73.46%	109.48%	28.67%	50.30%	78.89%	123.83%
	厨电	油烟机	108.24%	119.74%	30.66%	47.69%	118.24%	139.68%
		燃气灶	108.40%	139.27%	20.53%	31.76%	120.41%	170.63%
		厨电套餐	154.66%	181.06%	13.63%	32.56%	167.30%	204.89%
	小家电	电饭煲	36.09%	43.99%	-33.27%	-28.66%	40.15%	54.60%
		料理机	52.09%	52.09%	-7.76%	-24.92%	27.01%	63.80%
		扫地机器人	362.55%	532.42%	65.16%	70.54%	368.76%	546.21%

数据来源：奥维云网、开源证券研究所

1.2.2、 RECP 协议对空调行业影响

2020 年 11 月 15 日，历时 8 年“长跑”，东盟十国以及中国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰 15 个国家，正式签署区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）。

中国家用空调出口 RCEP 国家的占比也呈现稳步扩张的趋势，2020 冷年中国家用空调出口 RCEP 国家共计 1278.4 万台，占比全球已达 22.7%，亚太地区人口众多，经济发展，气候环境等因素使其具有巨大的增长潜力，成为重要的出口目标区域。因此，RCEP 协议的签订，也将有利于家用空调企业品牌在这一区域的扩张，促进我国家用空调出口市场的发展。

表3：RCEP 国家对中国空调出口征收关税税率

	国家	原关税	备注	RCEP 协议后关税调整
东盟十国	越南	15%		各成员国之间：立即降至零关税或 10 年内降至零关税
	泰国	整机 5%，散件 0%	FORM E	
	缅甸	7-8%	FORM E	
	老挝	0		
	柬埔寨	15%		
	马来西亚	0	FORM E	
	新加坡	0		
	文莱	0		
	菲律宾	整机 5%，散件 0%		
	印尼	0	FORM E	
	日本	0		
	韩国	5%		

国家	原关税	备注	RCEP 协议后关税调整
澳大利亚	0	中澳优惠证	
新西兰	0	中澳优惠证	

数据来源：产业在线（注：FORM E 是中国-东盟自由贸易区优惠原产地证明书）

目前空调出口国有一半以上基本没有征税，越南和柬埔寨的征收关税较高税率有待进一步降低。泰国，缅甸，韩国等国家对中国空调出口征税都维持在 10%以内，因此，这些国家因 RCEP 协议的签订更易将关税进一步降至为零。

RCEP 的落地对空调行业长期发展带来利好。短期来看，RCEP 协议的签订对我国家用空调出口市场并不会产生太大影响，但对空调行业长期发展带来利好:

1）加快产业转型升级。RCEP 的签署，势必将加剧与日本，韩国等国家的竞争，但从另一方面来看，同台竞争也会倒逼中国空调企业在产品，技术，品牌，制造等多方面加快升级，从而推动我国空调产业转型升级，提升行业国际竞争力。

2）推动空调企业海外布局。面对国内市场激烈的竞争和海外市场的广阔前景，开拓海外市场已是大势所趋，国内越来越多的企业向家用空调海外市场布局，RCEP 的签订促进了亚太地区内部经济一体化，也为空调企业提供了布局亚太市场的动力。

3)提高品牌竞争力。由于关税水平的降低，将使企业生产和投资成本大幅减少，因此销售价格也会相应降低，在保证质量的同时，依靠价格优势提高品牌竞争力。

4）促进空调出口规模上量。未来税率下调，价格降低，进而刺激市场需求，我国家用空调出口也存在一定规模上涨的可能。

（资料来源：产业在线）

1.2.3、 海外疫情影响、国内产能逐步恢复，大家电出口持续向好

根据产业在线数据，

1）空调 2020 年前三季度家用空调累计出口 4883.8 万台（+4%），10 月份空调出口同比提升 28%，景气度持续。其中 10 月美的出口同比提升 61%，优于行业均值。

2）冰箱/冷柜出口 2020Q1、Q2、Q3 同比分别为-0.9%、12.5%、49.2%，各企业 Q4 订单充足。以美的为例，其冰箱的交货期已经排到了 180 天，而冷柜的交货期也排到了 90 天。预计 2020 财年出口累计同比增长接近 30%。

3)洗衣机出口自 8 月份以来大幅增长。从 8 月开始，洗衣机出口需求大幅提升，其中 9 月单月出口增幅达到 25.7%。2020 年 1-9 月家用洗衣机累计外销量为 1868 万台，同比下滑 2.3%。年初受疫情影响，洗衣机出口一度受阻。随着疫情常态化，居民生活逐渐恢复正轨，对洗衣机需求逐渐反弹。加上海外洗衣机制造国复工艰难，纷纷选择从中国进口洗衣机以解决目前的需求缺口，市场开始逐步升温。

分地区看，欧美地区增势迅猛，北美需求从 6 月起开始快速升温，当月同比增长 14%；欧洲在 6 月也顺利恢复，当月同比增长 5%；同期亚洲地区虽然未见明显增长迹象，但局部地区开始增长，带动当月整体降幅收窄到 5%以内。

4）2020 年 1-9 月中国厨电出口量 14996.5 万台，同比增长 3.0%，出口额为 567479.4 万美元，同比增长 9.5%。

（资料来源：产业在线）

1.2.4、 亚马逊“黑五”11 月 20 日开启，海外终端销售 Q4 再提速

亚马逊官方新闻中心于美国当地时间 11 月 16 日 9:00 发布了 2020 年黑五大促的具体时间——亚马逊今年的黑色星期五特卖周从 11 月 20 日开始，11 月 27 日结束。

由于疫情影响，美国大多数的线下商场都不营业，消费者在黑五大促期间只能到电商平台上去购物。根据 Drive Research 对 2000 名美国消费者的调查更是显示，预计 2020 年黑色星期五的在线购物与 2019 年相比增长 28％、预计“网络星期一”的收入也将比 2019 年增长 18％。

（资料来源：亿恩网）

1.2.5、 海尔日日顺物流拟上市

大件物流“独角兽”日日顺供应链科技股份有限公司已于 11 月 16 日在青岛证监局进行辅导备案登记，启动登陆创业板的进程。

公司目前共有 18 名股东，包括日日顺（上海）投资有限公司（持股 56.4%为该公司第一大股东）、阿里巴巴、太平国发、中投、天壹资本、泰康资产、金镒资本、越秀产业基金、国家开发银行装备基金等。其中日日顺（上海）投资有限公司的实际控制人为海尔集团。

目前非海尔业务占比近 70%。2014 年，日日顺业务中 85%收入为海尔配套服务，15%来自第三方；目前，公司非海尔品牌业务占据了近 70%。菜鸟、宜家、格兰仕、创维、小米手机，都与日日顺供应链建立了合作。

日日顺依托海尔集团的家电物流起步，作为物联网时代场景物流生态品牌，基于数字化、科技化、场景化创新服务，致力于为品牌商和用户提供“仓、干、配、装、揽、鉴、修、访”全链路、全场景服务体验。日日顺启用了全国首个大件智能无人仓--即墨仓，实现全国 2915 个区县无盲区覆盖，并建立大件物流供应链一体化服务平台，牵头制定了《家用电器最后一公里物流服务规范》行业标准（CAS 230-2013（C））。最近三年的营收年复合增长率在 40%左右，利润率在 18%-20%左右。

（资料来源：家电圈）

2、 推荐组合及逻辑：看好 Q4 小家电外销放量，白电内销业绩回暖、出口景气度提升

2.1、 核心推荐：石头科技、新宝股份、小熊电器、美的集团、格力电器、九阳股份、老板电器、科沃斯、安克创新

- **小家电龙头组合：**石头科技、新宝股份、小熊电器、九阳股份、科沃斯；
- **厨电龙头标的：**老板电器；
- **白电龙头组合：**美的集团、格力电器，受益标的：海尔智家；
- **跨境电商标的：**安克创新；

（1）小家电：双十一促销有望推动 Q4 内销业绩高增

根据奥维云网（AVC）20W44-46 累计监测数据显示，小家电 12 品类（电饭煲、电磁炉、电压力锅、豆浆机、破壁机、搅拌机、榨汁机、电水壶、养生壶、电蒸炖锅、煎烤机、台式电烤箱）零售额 50.5 亿元，同比提升 17.3%；零售量 2423.3 万台，同比提升 17.1%。分品牌来看，小熊电器、摩飞（新宝股份）、九阳股份、科沃斯在双 11 期间全渠道同比增长分别 100%+、80%、70%、84%。

继续推荐高增长的小家电龙头企业：石头科技、新宝股份、小熊电器、九阳股份、科沃斯等；

（2）厨电：疫情后国民经济逐渐恢复，厨电销售保持增长趋势

2020W44-46，厨热市场表现良好，增势迅猛。分品类来看，无论是传统品类还是新兴品类，促销期体量都有着明显的提升，厨热品类同比增速均在 15%以上。各品类的主销产品趋势稳定，大风量油烟机、全尺寸嵌入式洗碗机和大升数热水器产品渗透率持续增长。从价格段来看，燃气灶、燃热水器高端提升，其余品类低端产品增长为主。传统品类精进功能，新兴品类解决痛点，未来市场仍将保持良好的增长势头。推荐厨电龙头：**老板电器**。

（3）白电：内销结构升级，销额持续改善，出口数据表现亮眼

2020 年双 11 期间，白电行业除空调下降外，多数产业规模正增长超过 30%。在原材料价格上行、产业结构升级等因素的影响下，白电市场也经历了史上最贵双 11，各产业均价突破历年新高，除冷柜外，其他产业价格向上调整幅度超过 10%；从价格结构来看，健康功能表现出较强的溢价能力，消费者品质追求仍在，线上市场低价低质的标签开始被淡化，空调、冰箱、洗衣机等产业的高端需求保持上行。

龙头企业出口表现持续超预期。空调前三季度出口同比提升 4%，10 月出口同比 28%，景气度显著提升，其中龙头企业如美的集团 10 月空调出口同比增长达 61%；冰箱/冷柜行业前三季度出口增速持续提升，2020Q1、Q2、Q3 同比分别为-0.9%、12.5%、49.2%，各企业 Q4 订单充足。以美的为例，其冰箱的交货期已经排到了 180 天，而冷柜的交货期也排到了 90 天。预计 2020 财年出口累计同比增长接近 30%。洗衣机出口自 8 月份以来大幅增长，其中 9 月单月出口增幅达到 25.7%。

推荐白电龙头企业：美的集团、格力电器；建议关注：海尔智家。

（4）跨境电商：亚马逊“黑色星期五”正式开启，海外高占比企业 Q4 业绩有望再增

海外市场 Q4 购物节较多。2020 年亚马逊会员日从 7 月改至 10 月，而为期一周的亚马逊“黑色星期五”也在 11 月 20 日正式启动。在疫情影响线下渠道背景下，线上有望实现高速增长，根据 Drive Research 预计，2020 年黑色星期五的在线购物与 2019 年相比增长 28%、预计“网络星期一”的收入也将同比增长 18%。此外，12 月圣诞节作为传统购物旺季，有望进一步提升 Q4 海外终端销售。

推荐跨境出海高增长企业：**石头科技、安克创新**。

3、 行业数据更新：原材料价格略有波动，零售端线上优于线下

3.1、 原材料：原材料价格略有上涨

2020 年第 46 周，以下简写为 20W46。

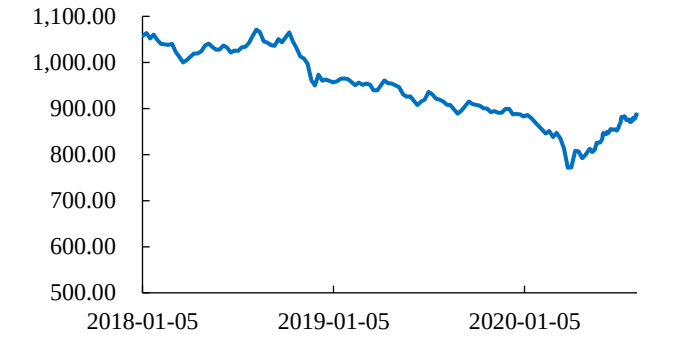
中国塑料价格指数(中塑指数)：11 月 19 日为 1000.27，较上周五（11 月 13 日）下跌 3.48%，较 2020 年初上涨 13.37%;

钢材综合价格指数：11 月 6 日为 108.94，较 10 月 30 日上涨 1.49%，较 2020 年初上涨 2.44%;

铝材价格指数：11 月 13 日为 99.33，较上周（11 月 6 日）上涨 1.62%，较 2020 年初上涨 7.06%;

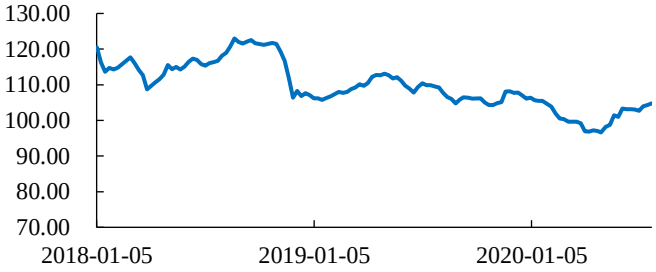
铜材价格指数：11 月 13 日为 87.62，较上周（11 月 13 日）上涨 4.09%，较 2020 年初上涨 15.50%。

图5：20W46 中国塑料价格指数略有下跌



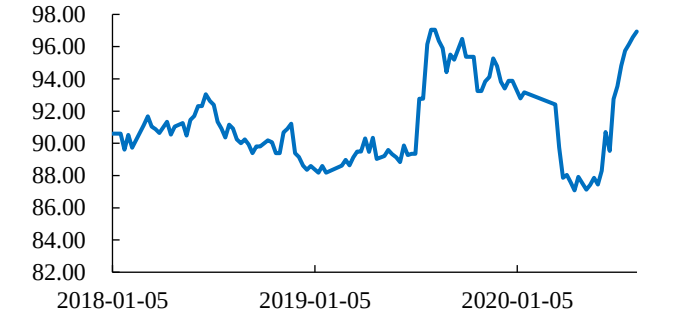
数据来源：Wind、开源证券研究所

图6：20W46 钢材综合价格指数略有上涨



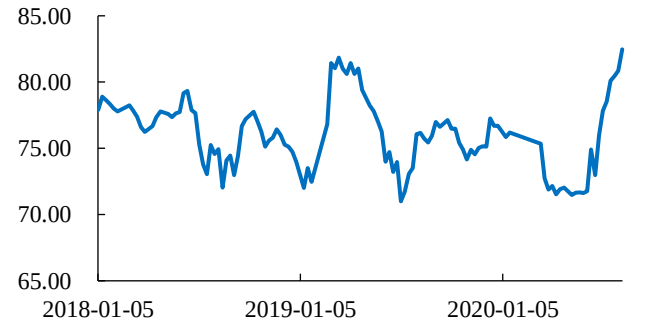
数据来源：Wind、开源证券研究所

图7：20W46 铝材价格指数略有上涨



数据来源：Wind、开源证券研究所

图8：20W46 铜材价格指数略有上涨



数据来源：Wind、开源证券研究所

3.2、 大家电终端零售表现

3.2.1、 空调：销量销额同比出现下滑

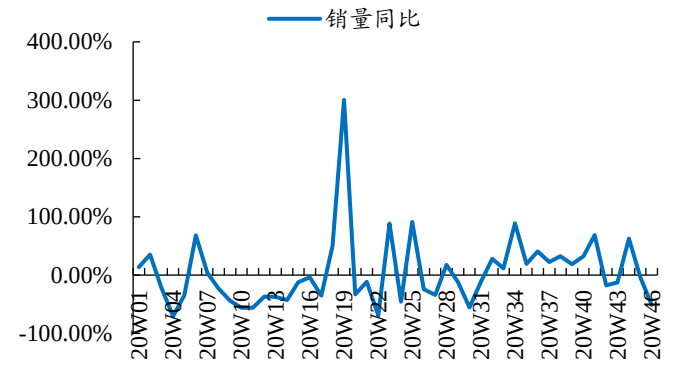
2020 年第 46 周，以下简写为 20W46。

20W46 空调销量约 192.43 万台（-51.03%），全年累计 3550.96 万台（-5.98%）;

20W46 空调销额约 55.53 亿（-42.44%），全年累计销售额 981.42 亿（-15.28%）;

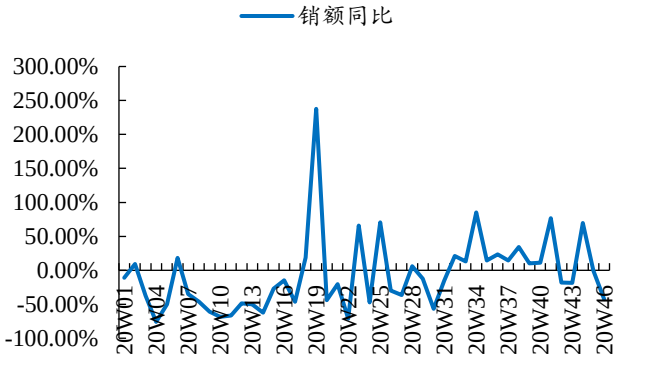
20W46 空调均价 2886 元（18.95%），全年累计均价 2764 元（-9.12%）；

图9：20W46 空调销量同比下滑 51.03%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图10：20W46 空调销售额同比下滑 42.44%



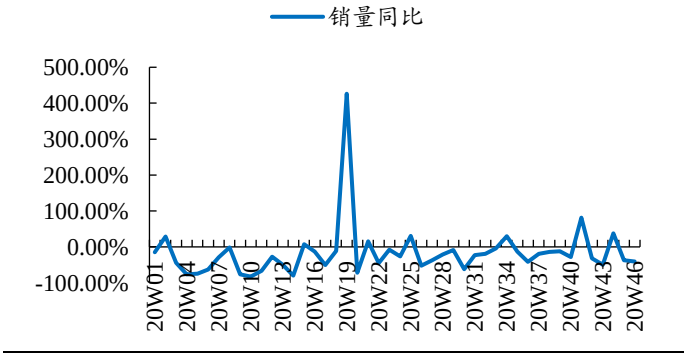
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线下 20W46 空调销量约 30.15 万台（-40.43%），全年累计 833.55 万台（-29.29%）；

线下 20W46 空调销额约 10.77 亿（-23.21%），全年累计销售额 289.54 亿（-33.60%）；

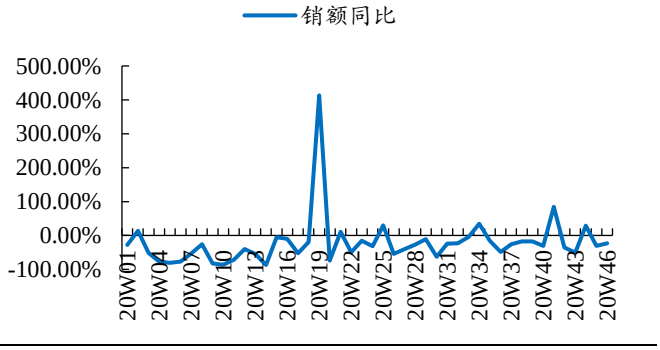
线下 20W46 空调均价 3571 元（32.51%），全年累计均价 3473.60 元（-5.26%）；

图11：线下 20W46 空调销量同比下滑 40.43%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图12：线下 20W46 空调销售额同比下滑 23.21%



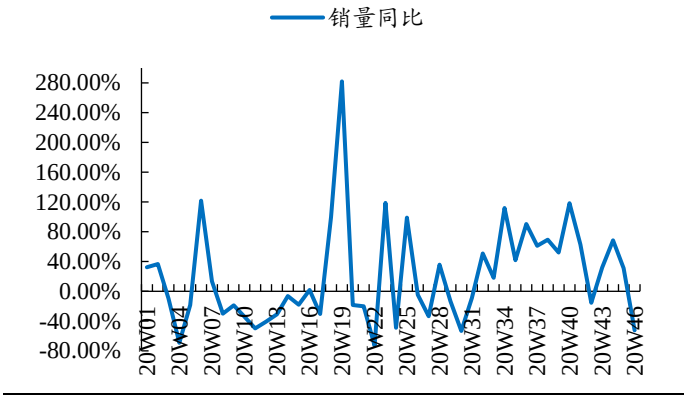
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 空调销量约 162.28 万台（-52.26%），全年累计 2717.41 万台（2.70%）；

线上 20W46 空调销额约 44.76 亿（-44.96%），全年累计销售额 691.88 亿（-6.29%）；

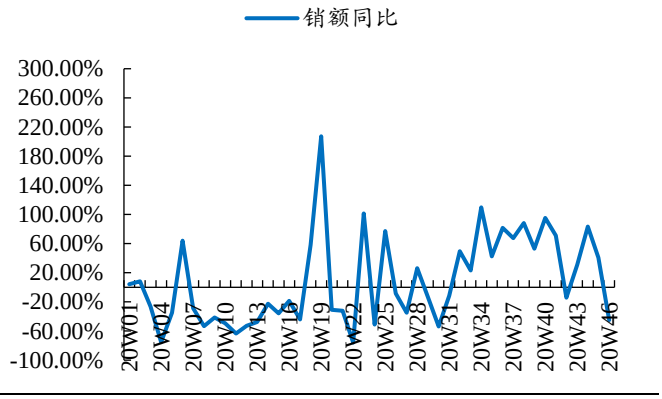
线上 20W46 空调均价 2758 元（15.29%），全年累计均价 2546 元（-8.75%）；

图13：线上 20W46 空调销量同比下滑 52.26%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图14：线上 20W46 空调销售额同比下滑 44.96%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

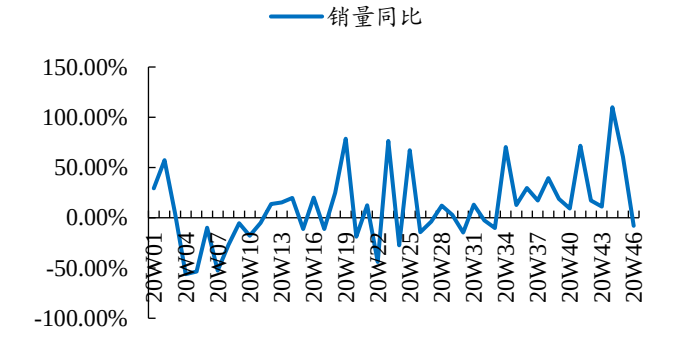
3.2.2、 冰箱：销量销额同比波动，线下表现有所回暖

20W46 冰箱销量约 152.66 万台（-8.00%），全年累计 2592.34 万台（10.44%）；

20W46 冰箱销额约 48.60 亿（1.53%），全年累计销售额 674.56 亿（8.91%）；

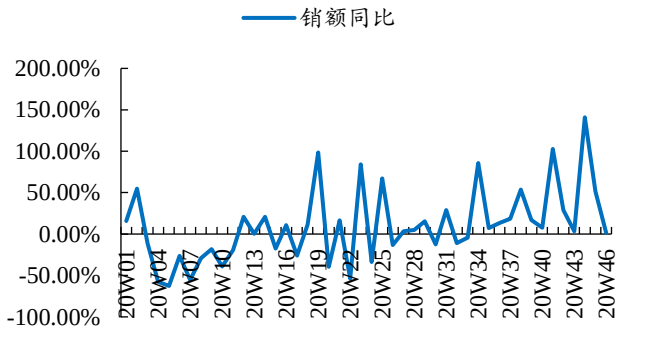
20W46 冰箱均价 3183 元（12.23%），全年累计均价 2602 元（-0.06%）；

图15：20W46 冰箱销量同比下滑 8.00%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图16：20W46 冰箱销售额同比上涨 1.53%



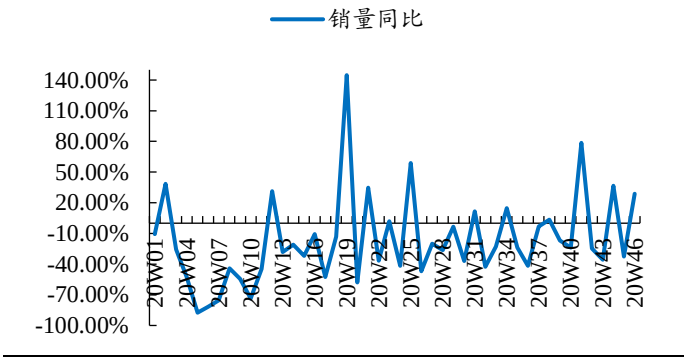
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线下 20W46 冰箱销量约 19.84 万台(28.66%)，全年累计 501.92 万台(-20.73%)；

线下 20W46 冰箱销额约 11.08 亿(40.40%)，全年累计销售额 240.73 亿(-14.50%)；

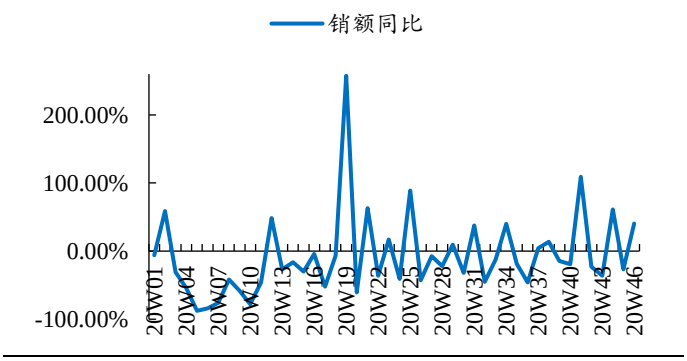
线下 20W46 冰箱均价 5583 元（12.09%），全年累计均价 4796 元（8.43%）；

图17：线下 20W46 冰箱销量同比上涨 28.66%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图18：线下 20W46 冰箱销售额同比上涨 40.40%



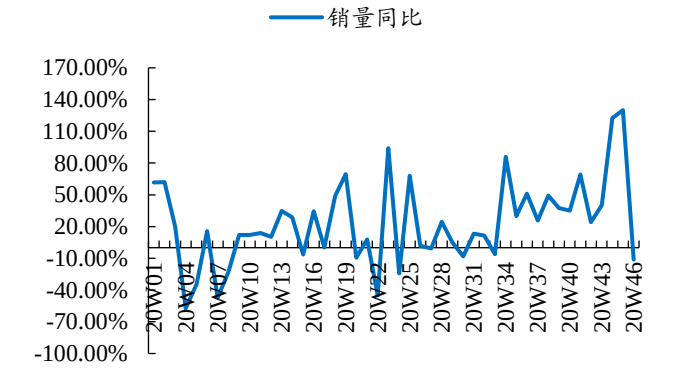
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 冰箱销量约 132.82 万台(-11.20%)，全年累计 2090.42 万台(20.08%)；

线上 20W46 冰箱销额约 37.52 亿(-4.89%)，全年累计销售额 433.83 亿(25.16%)；

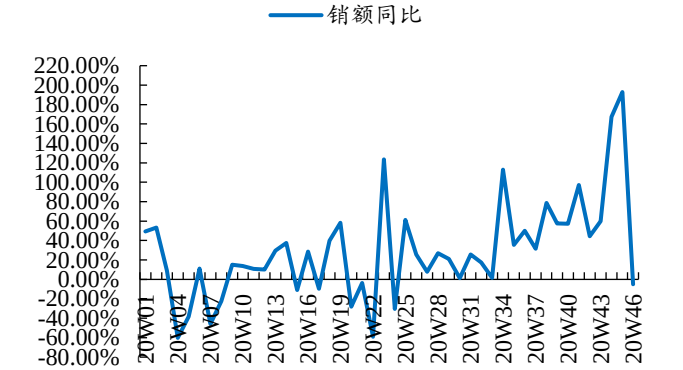
线上 20W46 冰箱均价 2825 元（7.11%），全年累计均价 2075 元（4.23%）；

图19：线上 20W46 冰箱销量同比下滑 11.20%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图20：线上 20W46 冰箱销售额同比下滑 4.89%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

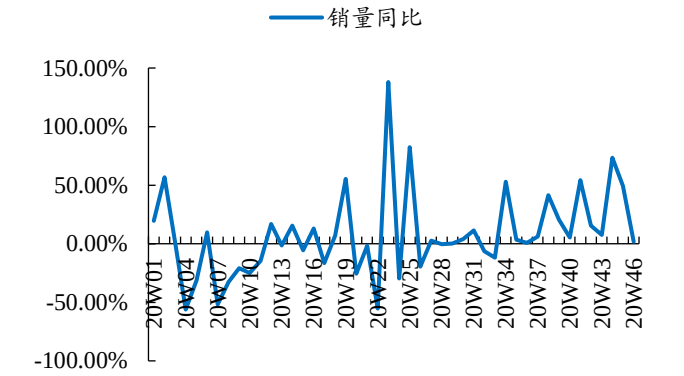
3.2.3、 洗衣机：销量销额同比上涨显著，线下表现有所回暖

20W46 洗衣机销量约 260.78 万台（1.76%），全年累计 2926.46 万台（8.51%）；

20W46 洗衣机销额约 51.17 亿（6.77%），全年累计销售额 534.68 亿（5.85%）；

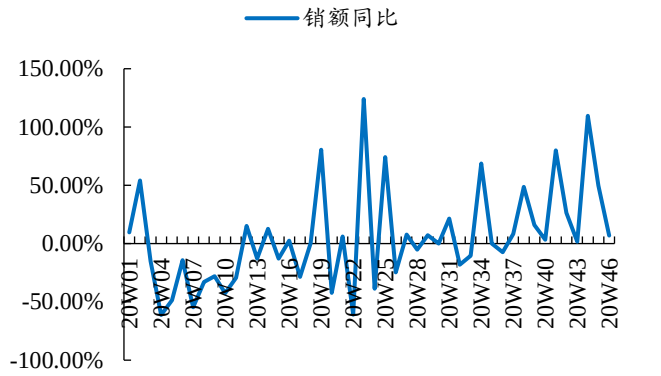
20W46 洗衣机均价 1962 元（6.20%），全年累计均价 1827 元（-1.19%）；

图21：20W46 洗衣机销量同比上涨 1.76%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图22：20W46 洗衣机销售额同比上涨 6.77%



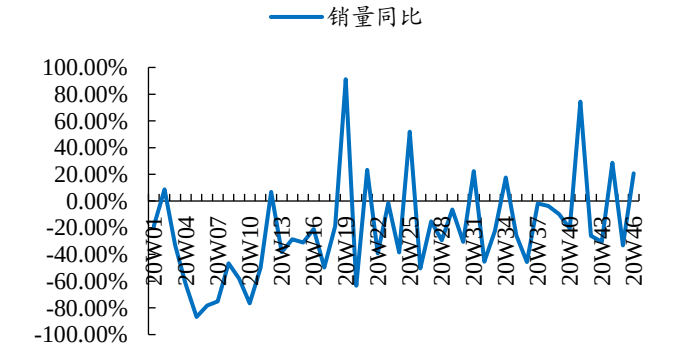
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

20W46 洗衣机销量约 23.95 万台（20.74%），全年累计 511.03 万台（-24.26%）；

20W46 洗衣机销额约 8.70 亿（31.76%），全年累计销售额 172.93 亿（-17.84%）；

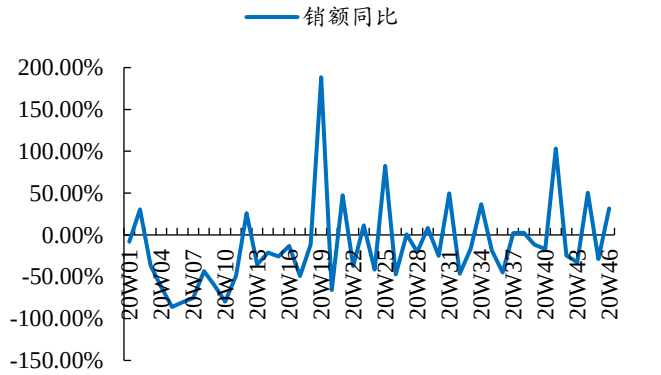
20W46 洗衣机均价 3631 元（10.35%），全年累计均价 3384 元（8.98%）；

图23：线下 20W46 洗衣机销量同比上涨 20.74%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图24：线下 20W46 洗衣机销售额同比上涨 31.76%



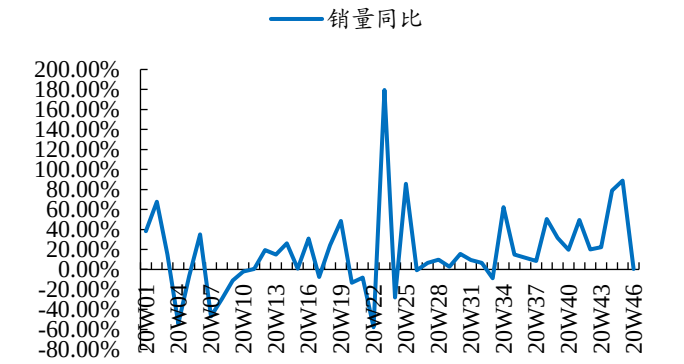
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 洗衣机销量约 236.83 万台（0.44%），全年累计 2415.43 万台（17.64%）；

线上 20W46 洗衣机销额约 42.47 亿（3.47%），全年累计销售额 361.75 亿（19.98%）；

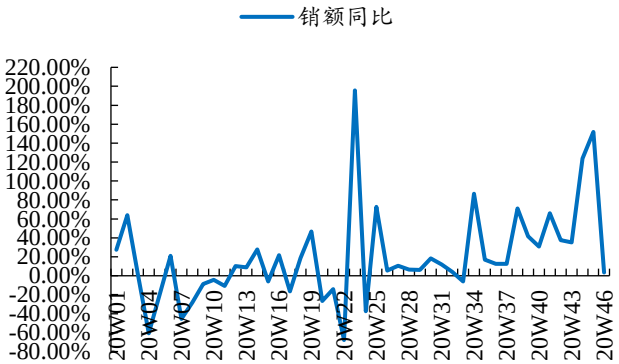
线上 20W46 洗衣机均价 1793 元（3.02%），全年累计均价 1498 元（1.99%）；

图25：线上 20W46 洗衣机销量同比上涨 0.44%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图26：线上 20W46 洗衣机销售额同比上涨 3.47%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

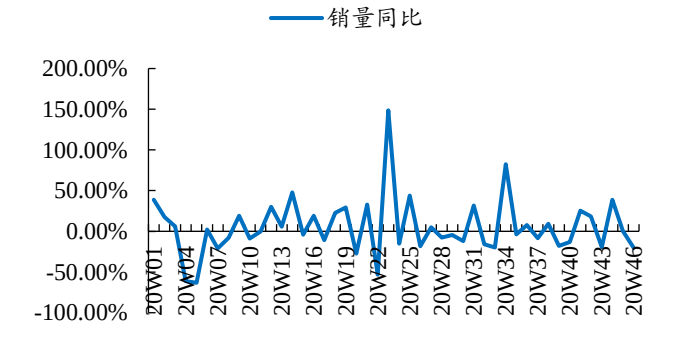
3.2.4、彩电：销量销额同比下滑显著，线上表现有所回落

20W46 彩电销量约 232.48 万台（-20.07%），全年累计 2973.80 万台（1.52%）；

20W46 彩电销额约 64.91 亿（-2.67%），全年累计销售额 727.32 亿（-6.49%）；

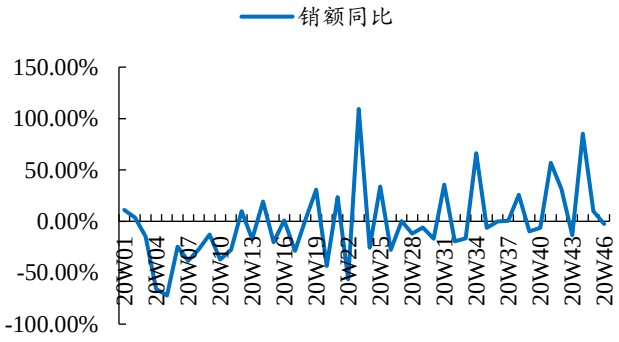
20W46 彩电均价 2792 元（-2.67%），全年累计均价 2446 元（-4.97%）；

图27：20W46 彩电销量同比下滑 20.07%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图28：20W46 彩电销售额同比下滑 2.67%



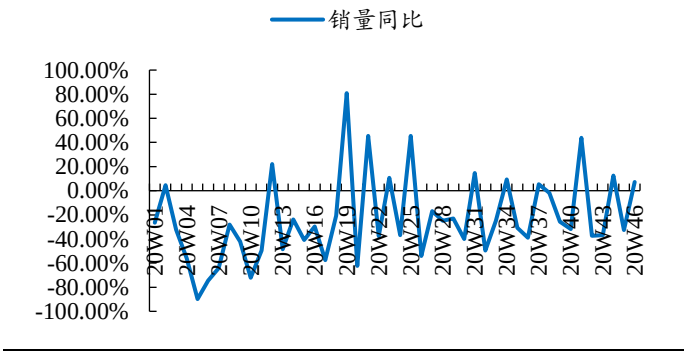
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线下 20W46 彩电销量约 22.52 万台（7.34%），全年累计 554.20 万台（-27.46%）；

线下 20W46 彩电销额约 11.14 亿（27.85%），全年累计销售额 222.81 亿（-24.41%）；

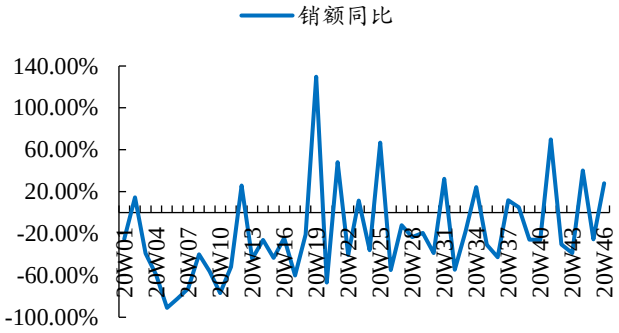
线下 20W46 彩电均价 4945 元（19.52%），全年累计均价 4020 元（3.38%）；

图29：线下 20W46 彩电销量同比上涨 7.34%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图30：线下 20W46 彩电销售额同比上涨 27.85%



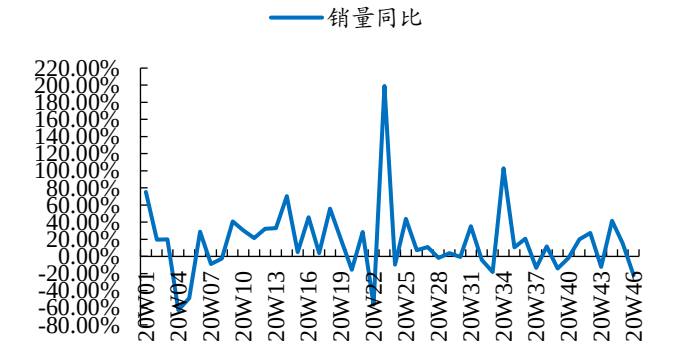
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 彩电销量约 209.96 万台(-21.87%)，全年累计 2419.59 万台(10.40%)；

线上 20W46 彩电销额约 53.77 亿(-6.56%)，全年累计销售额 504.50 亿(8.50%)；

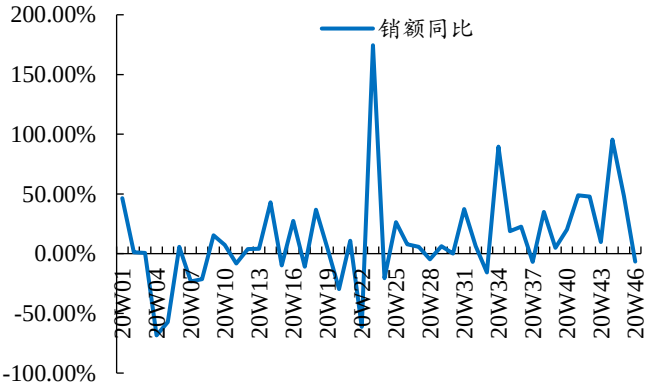
线上 20W46 彩电均价 2561 元（19.60%），全年累计均价 2085 元（-1.72%）；

图31：线上 20W46 彩电销量同比下滑 21.87%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图32：线上 20W46 彩电销售额同比下滑 6.56%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

3.3、 厨电终端零售表现

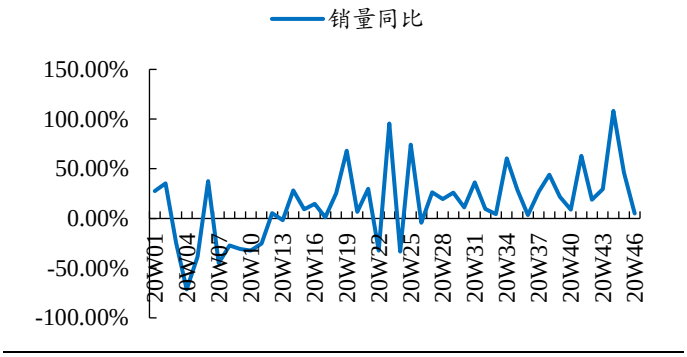
3.3.1、 油烟机：销量销额同比上涨显著，线下表现回暖

20W46 油烟机销量约 74.33 万台（4.98%），全年累计 887.60 万台（16.65%）；

20W46 油烟机销额约 13.14 亿（1.35%），全年累计销售额 151.49 亿（0.94%）；

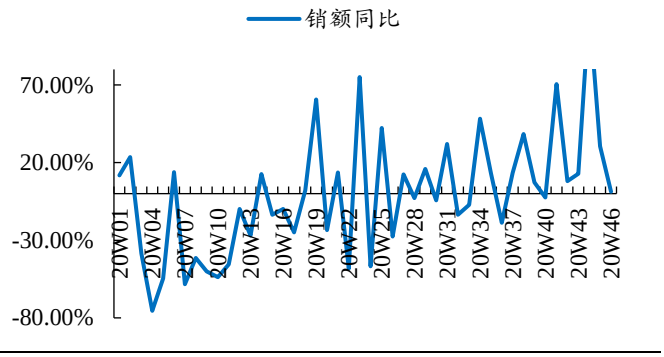
20W46 油烟机均价 1768 元（-2.48%），全年累计均价 1707 元（-12.23%）；

图33：20W46 油烟机销量同比上涨 4.98%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图34：20W46 油烟机销售额同比上涨 1.35%



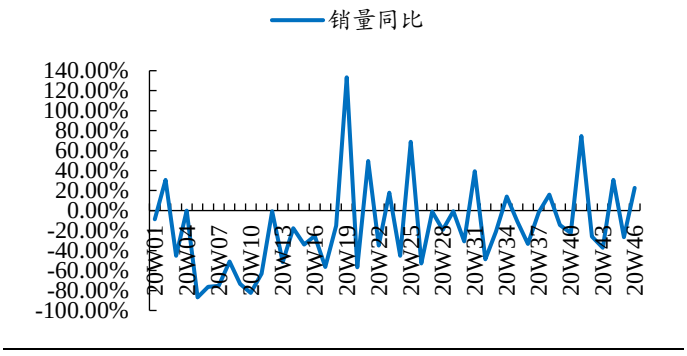
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线下 20W46 油烟机销量约 5.79 万台(22.59%)，全年累计 140.55 万台(-20.65%)；

线下 20W46 油烟机销额约 2.13 亿(38.28%)，全年累计销售额 47.73 亿(-17.54%)；

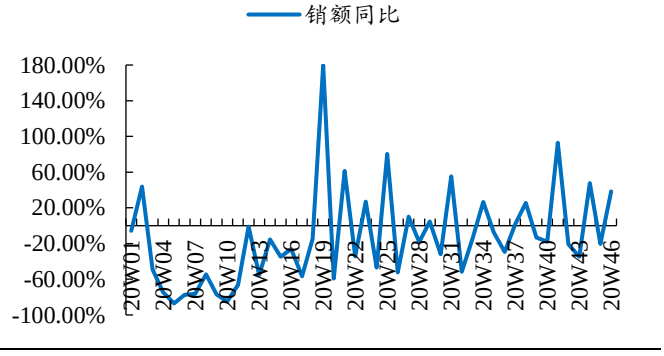
线下 20W46 油烟机均价 3682 元（13.47%），全年累计均价 3396 元（4.63%）；

图35：线下 20W46 油烟机销量同比上涨 22.59%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图36：线下 20W46 油烟机销售额同比上涨 38.28%



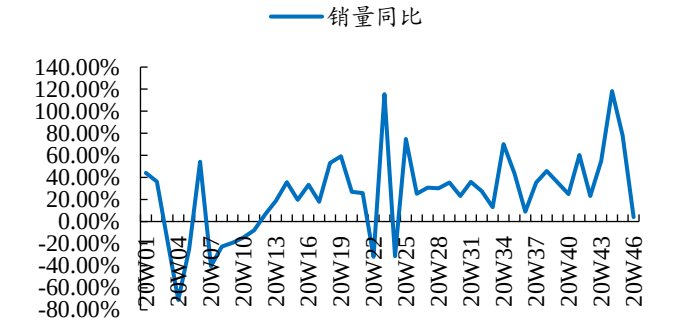
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 油烟机销量约 68.54 万台(3.90%)，全年累计 747.04 万台(26.22%)；

线上 20W46 油烟机销额约 11.01 亿(-2.97%)，全年累计销售额 103.75 亿(10.82%)；

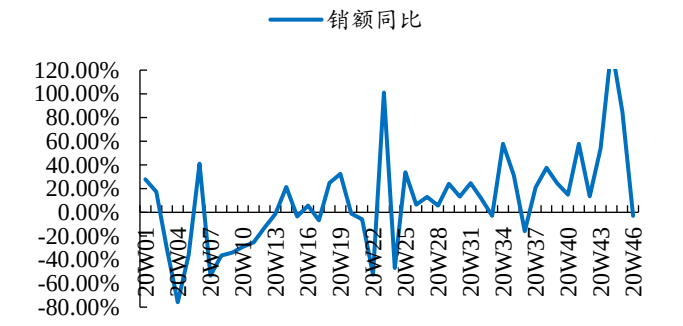
线上 20W46 油烟机均价 1606 元（-6.61%），全年累计均价 1389 元（-12.20%）；

图37：线上 20W46 油烟机销量同比上涨 3.90%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图38：线上 20W46 油烟机销售额同比下滑 2.97%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

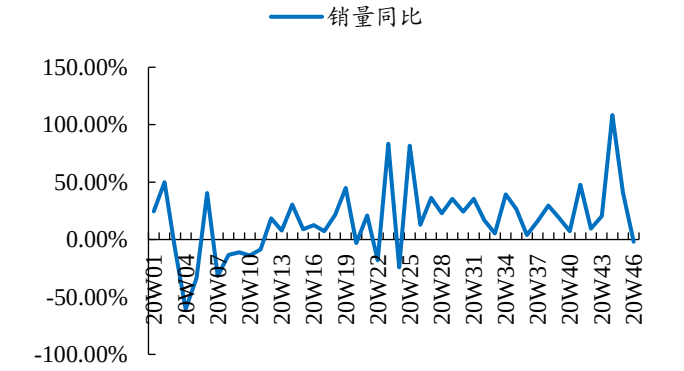
3.3.2、 燃气灶：销量销额同比波动，线下表现有所回暖

20W46 燃气灶销量约 72.18 万台（-1.83%），全年累计 1075.19 万台（17.36%）；

20W46 燃气灶销额约 6.72 亿（5.17%），全年累计销售额 88.27 亿（7.82%）；

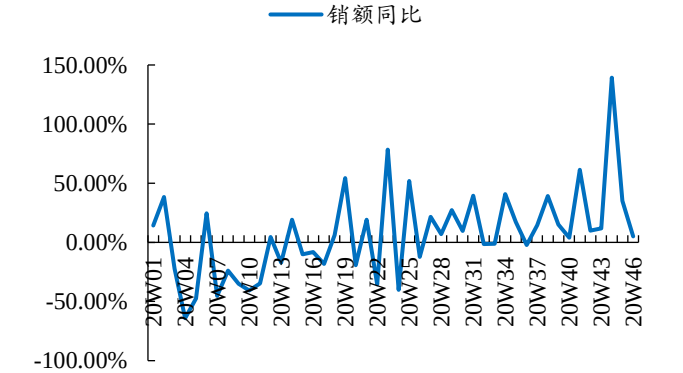
20W46 燃气灶均价 931 元（8.08%），全年累计均价 821 元（-7.08%）；

图39：20W46 燃气灶销量同比下滑 1.83%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图40：20W46 燃气灶销售额同比上涨 5.17%



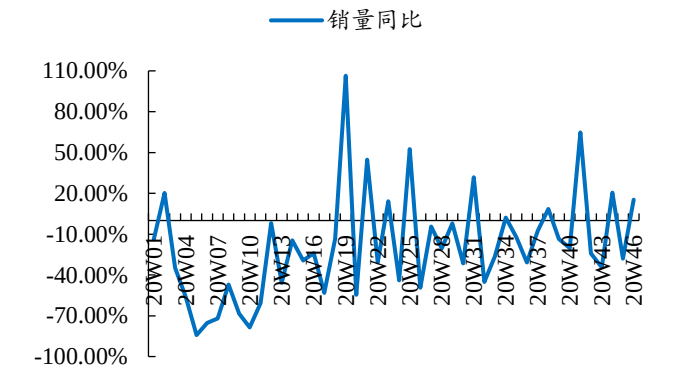
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线下 20W46 燃气灶销量约 5.72 万台（15.19%），全年累计 149.41 万台（-21.73%）；

线下 20W46 燃气灶销额约 1.01 亿（26.07%），全年累计销售额 24.49 亿（-18.61%）；

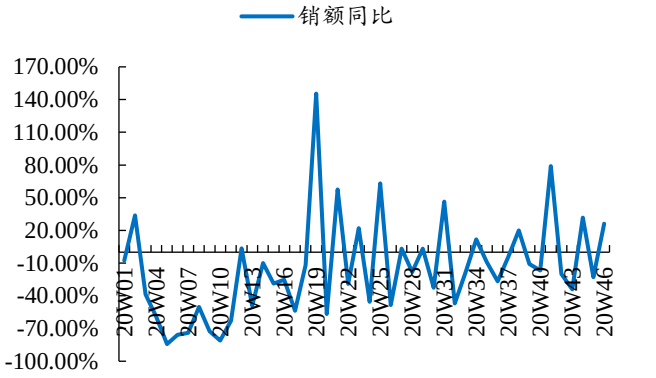
线下 20W46 燃气灶均价 1764 元（10.10%），全年累计均价 1639 元（4.26%）；

图41：线下 20W46 燃气灶销量同比上涨 15.19%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图42：线下 20W46 燃气灶销售额同比上涨 26.07%



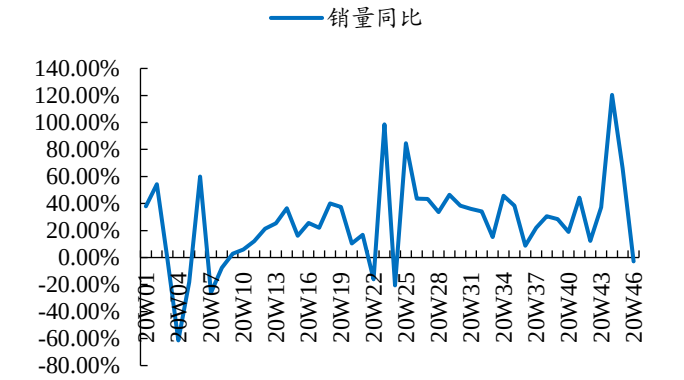
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 燃气灶销量约 66.46 万台(-2.88%)，全年累计 925.79 万台(26.03%)；

线上 20W46 燃气灶销额约 5.71 亿(2.61%)，全年累计销售额 63.78 亿(20.82%)；

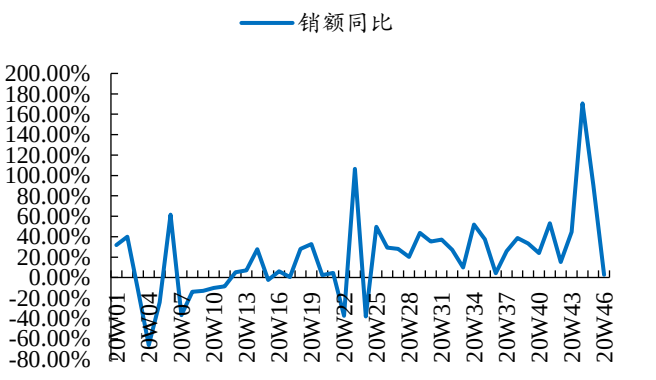
线上 20W46 燃气灶均价 859 元（5.66%），全年累计均价 689 元（-4.13%）；

图43：线上 20W46 燃气灶销量同比下滑 2.88%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图44：线上 20W46 燃气灶销售额同比上涨 2.61%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

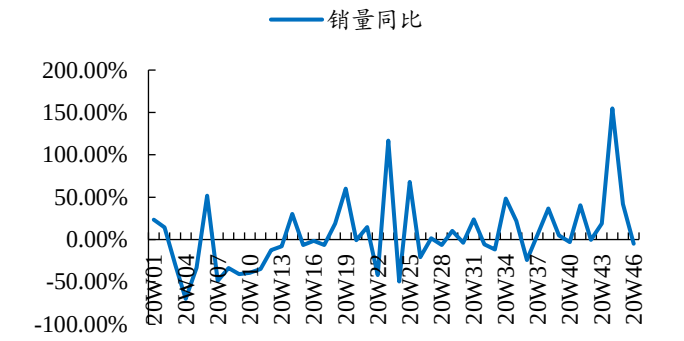
3.3.3、 厨电套餐：销量销额同比下滑，线下表现有所回暖

20W46 厨电套餐销量约 32.57 万台（-4.78%），全年累计 324.41 万台（7.88%）；

20W46 厨电套餐销额约 10.65 亿(-3.43%)，全年累计销售额 102.72 亿(1.23%)；

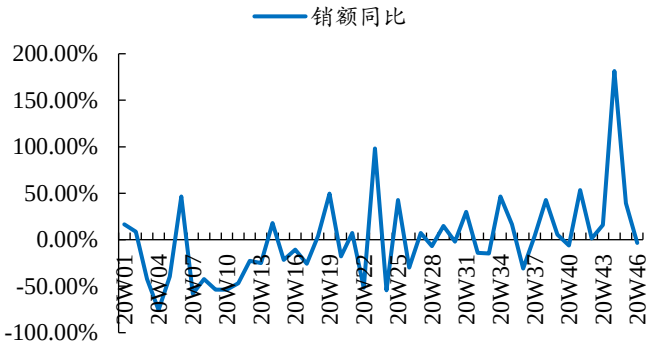
20W46 厨电套餐均价 3270 元（1.87%），全年累计均价 3166 元（-5.73%）；

图45：20W46 厨电套餐销量同比下滑 4.78%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图46：20W46 厨电套餐销售额同比下滑 3.43%



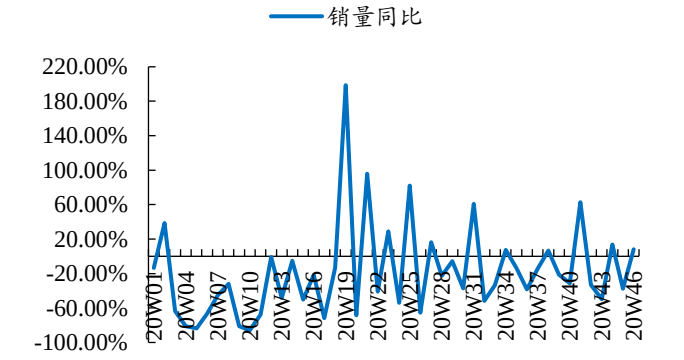
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线下 20W46 厨电套餐销量约 1.50 万台（8.09%），全年累计 35.02 万台（-25.45%）；

线下 20W46 厨电套餐销额约 0.84 亿（23.31%），全年累计销售额 19.18 亿（-20.69%）；

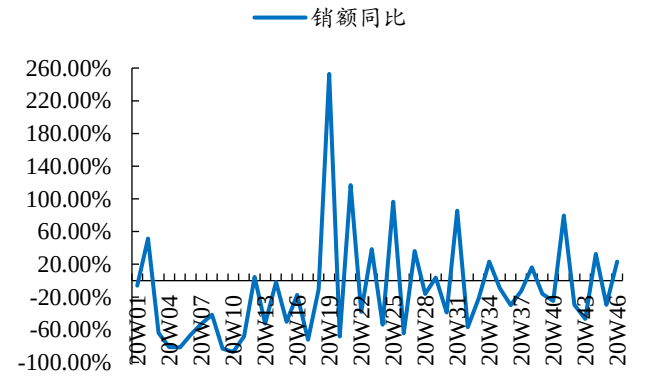
线下 20W46 厨电套餐均价 5642 元（14.41%），全年累计均价 5477 元（6.78%）；

图47：线下 20W46 厨电套餐销量同比上涨 8.09%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图48：线下 20W46 厨电套餐销售额同比上涨 23.31%



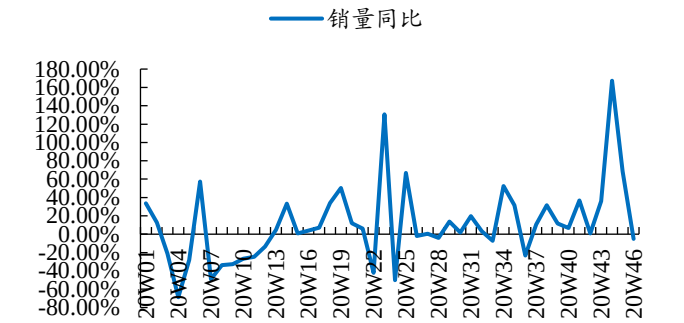
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 厨电套餐销量约 31.08 万台（-5.23%），全年累计 289.39 万台（13.10%）；

线上 20W46 厨电套餐销额约 9.81 亿（-4.92%），全年累计销售额 83.54 亿（7.12%）；

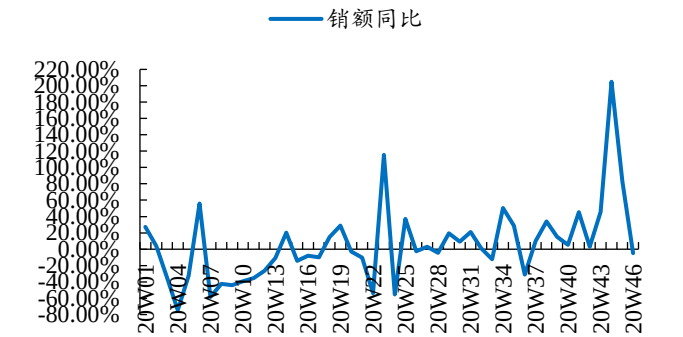
线上 20W46 厨电套餐均价 3156 元（0.33%），全年累计均价 2887 元（-5.29%）；

图49：线上 20W46 厨电套餐销量同比下滑 5.23%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图50：线上 20W46 厨电套餐销售额同比下滑 4.92%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

3.4、 小家电终端零售表现

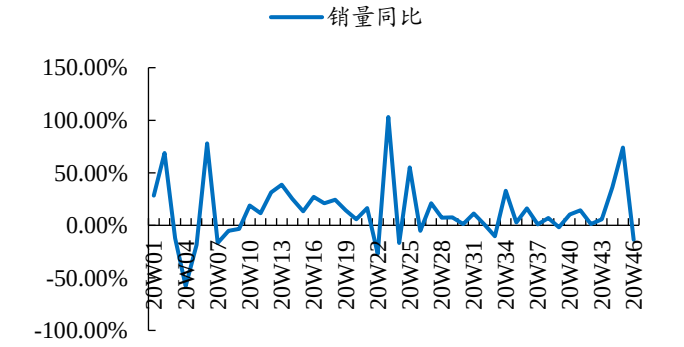
3.4.1、 电饭煲：销量销额同比下滑现在，线下表现依旧疲软

20W46 电饭煲销量约 213.92 万台(-13.79%)，全年累计 3206.98 万台(11.27%)；

20W46 电饭煲销额约 5.72 亿（-17.83%），全年累计销售额 77.51 亿（0.13%）；

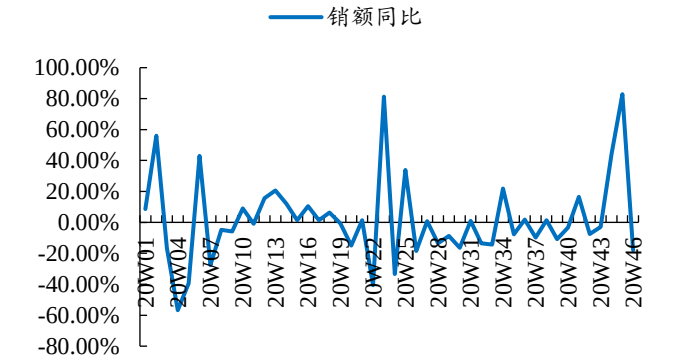
20W46 电饭煲均价 268 元（-3.80%），全年累计均价 242 元（-8.16%）；

图51：20W46 电饭煲销量同比下滑 13.79%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图52：20W46 电饭煲销售额同比下滑 17.83%



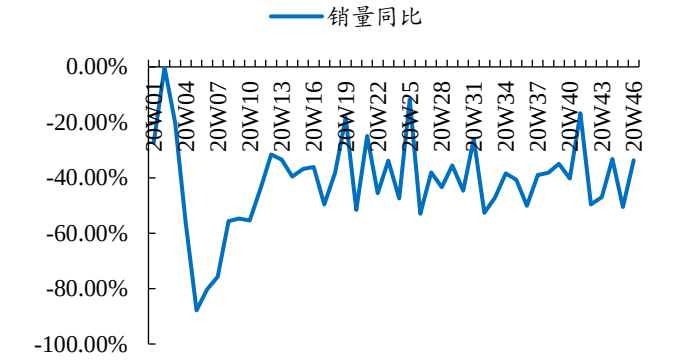
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线下 20W46 电饭煲销量约 6.11 万台(-33.75%)，全年累计 238.01 万台(-42.35%)；

线下 20W46 电饭煲销额约 0.38 亿(-28.04%)，全年累计销售额 12.93 亿(-38.04%)；

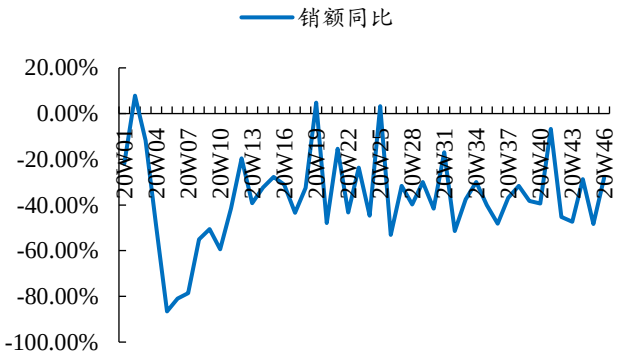
线下 20W46 电饭煲均价 615 元（2.63%），全年累计均价 543.07 元（0.24%）；

图53：线下 20W46 电饭煲销量同比下滑 33.75%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图54：线下 20W46 电饭煲销售额同比下滑 28.04%



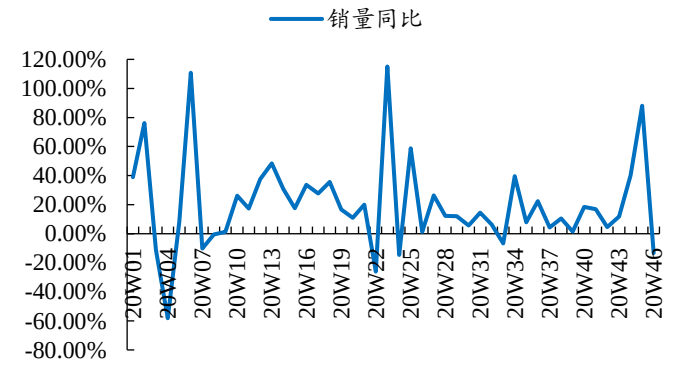
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 销量约 207.81 万台（-13.32%），全年累计 2968.99 万台（16.51%）；

线上 20W46 电饭煲销额约 5.35 亿（-17.28%），全年累计销售额 64.58 亿（8.97%）；

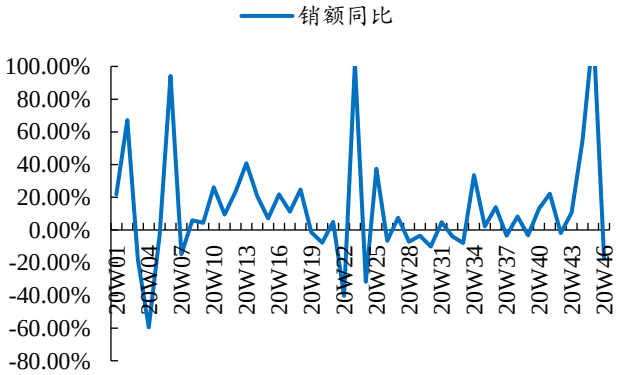
线上 20W46 电饭煲均价 257 元（-4.57%），全年累计均价 218 元（-0.47%）；

图55：线上 20W46 电饭煲销量同比下滑 13.32%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图56：线上 20W46 电饭煲销售额同比下滑 17.28%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

3.4.2、 料理机：销量销额同比有所下滑，线下表现依然疲软

20W46 料理机销量约 211.61 万台（-6.38%），全年累计 4255.58 万台（35.21%）；

20W46 料理机销额约 5.51 亿（-7.92%），全年累计销售额 80.70 亿（28.97%）；

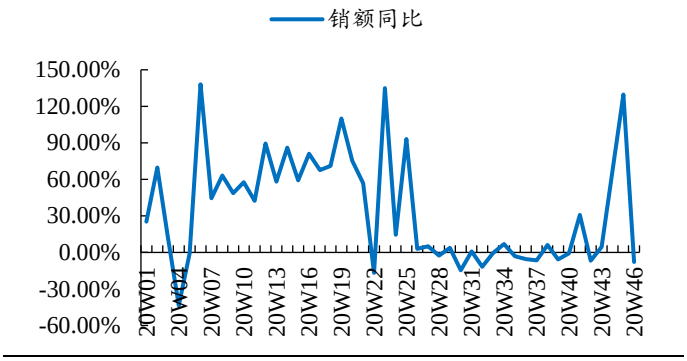
20W46 料理机均价 260 元（-0.62%），全年累计均价 190 元（-3.25%）；

图57：20W46 料理机销量同比下滑 6.38%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图58：20W46 料理机销售额同比下滑 7.92%



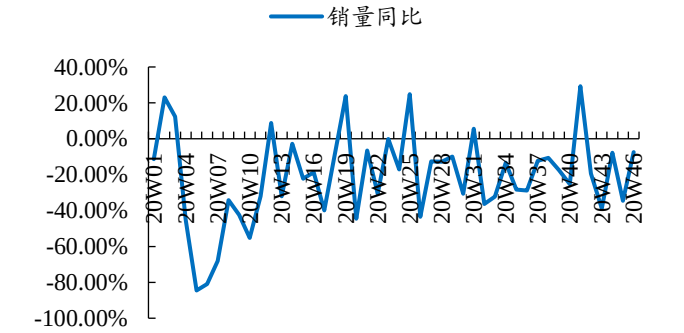
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线下 20W46 料理机销量约 4.13 万台(-7.44%)，全年累计 128.30 万台(-21.72%)；

线下 20W46 料理机销额约 0.37 亿(-25.40%)，全年累计销售额 11.07 亿(-33.48%)；

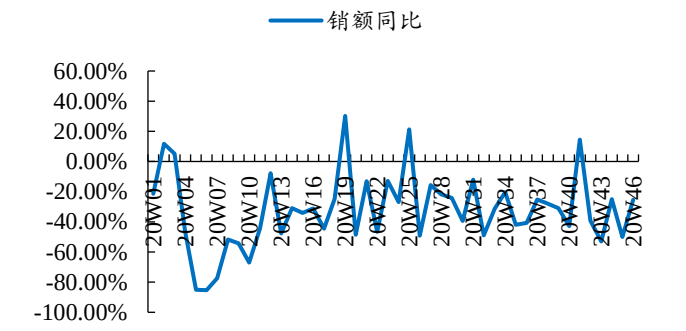
线下 20W46 料理机均价 894 元（-22.89%），全年累计均价 862 元（-19.21%）；

图59：线下 20W46 料理机销量同比下滑 7.44%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图60：线下 20W46 料理机销售额同比下滑 25.40%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 料理机销量约 207.49 万台(-6.37%)，全年累计 4127.29 万台(37.28%)；

线上 20W46 料理机销额约 5.14 亿(-6.83%)，全年累计销售额 69.63 亿(44.37%)；

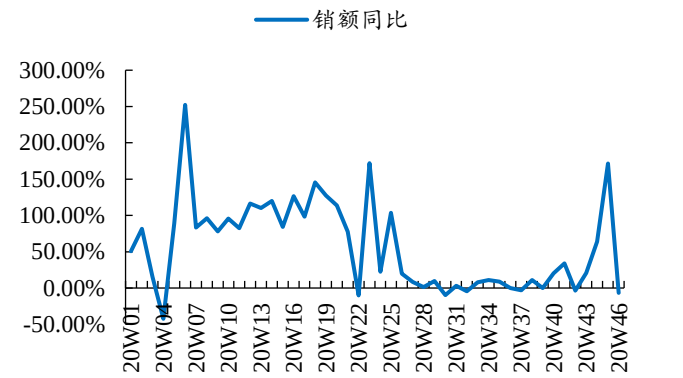
线上 20W46 料理机均价 248 元（-0.49%），全年累计均价 169 元（5.16%）；

图61：线上 20W46 料理机销量同比下滑 6.37%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图62：线上 20W46 料理机销售额同比下滑 6.83%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

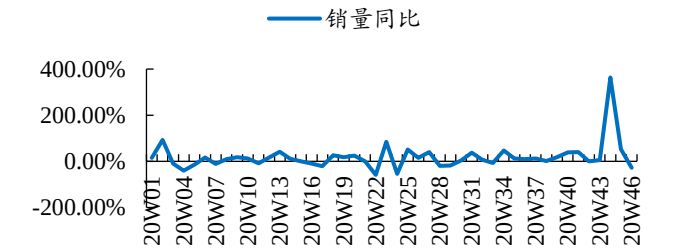
3.4.3、 扫地机器人：销量销额同比下滑显著，线上表现有所放缓

20W46 扫地机销量约 45.82 万台（-28.17%），全年累计 426.84 万台（36.91%）；

20W46 扫地机销额约 9.40 亿（-9.94%），全年累计销售额 72.14 亿（56.08%）；

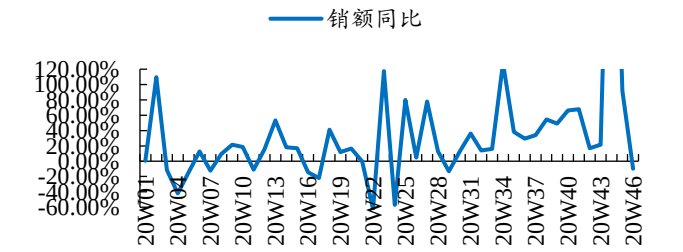
20W46 扫地机均价 2051 元（25.39%），全年累计均价 1690 元（14.00%）；

图63：20W46 扫地机器人销量同比下滑 28.17%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图64：20W46 扫地机器人销售额同比下滑 9.94%



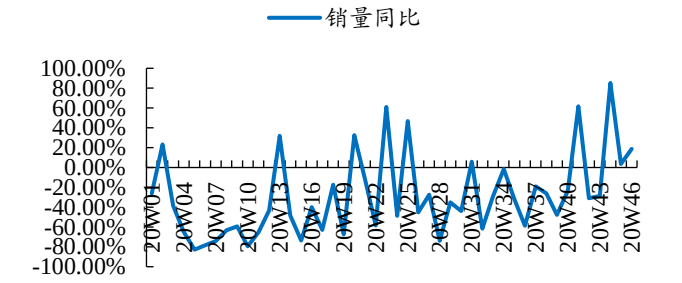
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线下 20W46 扫地机销量约 0.56 万台（18.74%），全年累计 8.56 万台（-65.20%）；

线下 20W46 扫地机销额约 0.13 亿（36.92%），全年累计销售额 1.76 亿（-62.02%）；

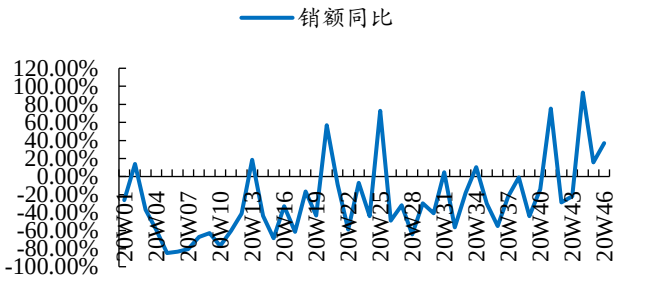
线下 20W46 扫地机均价 2393 元（16.00%），全年累计均价 2063 元（9.14%）；

图65：线下 20W46 扫地机器人销量同比上涨 18.74%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图66：线下 20W46 扫地机器人销售额同比上涨 36.92%



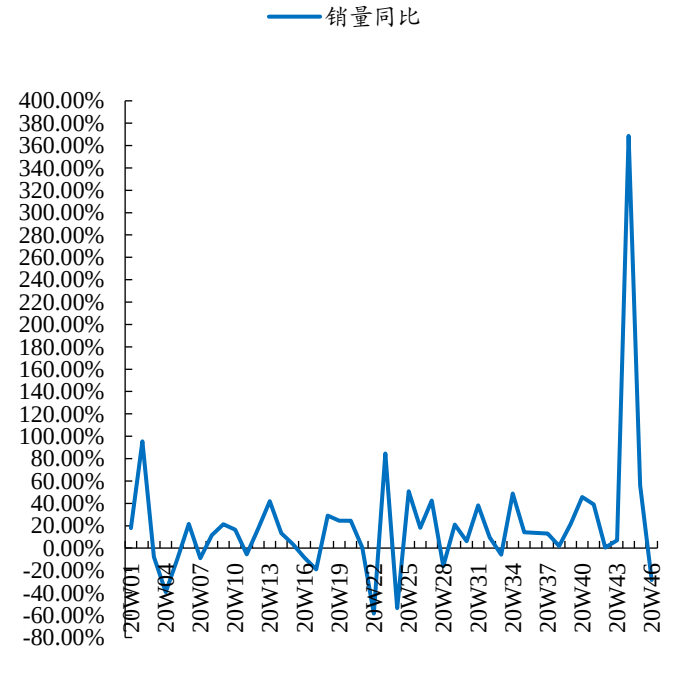
数据来源：奥维云网、开源证券研究所

线上 20W46 扫地机销量约 45.26 万台(-28.52%)，全年累计 415.28 万台(45.65%)；

线上 20W46 扫地机销额约 9.27 亿(-10.38%)，全年累计销售额 70.38 亿(69.28%)；

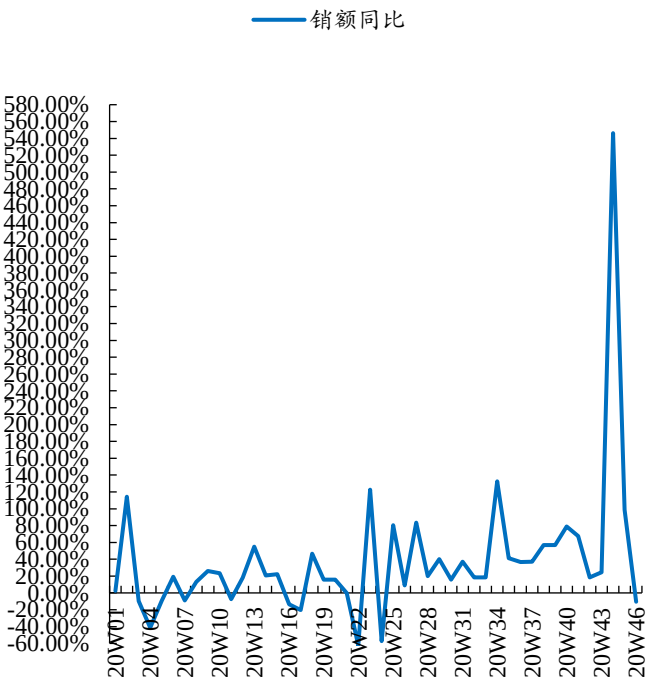
线上 20W46 扫地机均价 2047 元（21.68%），全年累计均价 1682 元（16.23%）；

图67：线上 20W46 扫地机器人销量同比下滑 28.52%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

图68：线上 20W46 扫地机器人销售额同比下滑 10.38%



数据来源：奥维云网、开源证券研究所

4、 2020 年内重点限售股解禁公司时间表

表4：2020 年内重点限售股解禁公司时间表

					变动前(万股)			变动后(万股)			
代码	简称	解禁日期	解禁数量(万股)	解禁收益率(%)	总股本	流通 A 股	占比(%)	总股本	流通 A 股	占比(%)	解禁股份类型
603579.SH	荣泰健康	2020-01-13	8,858.00		14,000.00	5,142.00	36.73	14,000.00	14,000.00	100.00	首发原股东限售股份
603195.SH	公牛集团	2020-02-06	6,000.00	44.00	60,000.00	0.00	0.00	60,000.00	6,000.00	10.00	首发一般股份,首发机构配售股份
603677.SH	奇精机械	2020-02-06	13,503.17		19,364.95	5,709.64	29.48	19,364.95	19,212.81	99.21	首发原股东限售股份
002848.SZ	高斯贝尔	2020-02-13	6,011.26		16,715.00	8,785.64	52.56	16,715.00	14,796.90	88.52	首发原股东限售股份
000333.SZ	美的集团	2020-02-19	134.08		698,699.25	682,164.87	97.63	698,699.25	682,298.95	97.65	股权激励限售股份
688169.SH	石头科技	2020-02-21	1,553.39	84.46	6,666.67	0.00	0.00	6,666.67	1,553.39	23.30	首发一般股份,首发机构配售股份
002668.SZ	奥马电器	2020-03-04	15,831.88	-14.26	108,411.14	68,732.96	63.40	108,411.14	68,732.96	63.40	定向增发机构配售股份
603578.SH	三星新材	2020-03-06	5,610.00		8,955.08	3,252.08	36.32	8,955.08	8,862.08	98.96	首发原股东限售股份
002860.SZ	星帅尔	2020-04-13	2,826.52		11,716.80	5,661.31	48.32	11,716.80	8,487.83	72.44	首发原股东限售股份
002723.SZ	金莱特	2020-04-15	104.00		19,185.00	17,474.13	91.08	19,185.00	17,578.13	91.62	股权激励限售股份
002242.SZ	九阳股份	2020-05-08	9.00		76,731.20	76,312.10	99.45	76,731.20	76,321.10	99.47	股权激励限售股份
000810.SZ	创维数字	2020-05-28	2,208.39	-8.14	106,366.82	98,968.39	93.04	106,366.82	101,176.77	95.12	定向增发机构配售股份
300342.SZ	天银机电	2020-06-01	890.05	85.79	43,184.43	40,748.58	94.36	43,184.43	41,638.63	96.42	定向增发机构配售股份
000333.SZ	美的集团	2020-06-22	553.25		700,173.27	684,110.00	97.71	700,173.27	684,663.25	97.78	股权激励限售股份
000333.SZ	美的集团	2020-07-01	370.41		700,974.59	685,792.48	97.83	700,974.59	685,792.48	97.83	股权激励限售股份
002242.SZ	九阳股份	2020-07-03	129.00		76,716.90	76,321.10	99.48	76,716.90	76,450.10	99.65	股权激励限售股份
002860.SZ	星帅尔	2020-07-27	41.65		19,912.61	13,338.08	66.98	19,912.61	13,379.73	67.19	股权激励限售股份
688169.SH	石头科技	2020-08-21	76.40	51.66	6,666.67	1,553.39	23.30	6,666.67	1,629.78	24.45	首发一般股份,首发机构配售

					变动前(万股)			变动后(万股)			
											股份
002959.SZ	小熊电器	2020-08-24	3,722.94		15,600.00	3,900.00	25.00	15,600.00	7,622.94	48.87	首发原股东限售股份
000810.SZ	创维数字	2020-09-02	222.65		106,336.08	101,177.68	95.15	106,336.08	101,400.33	95.36	股权激励限售股份
002614.SZ	奥佳华	2020-09-04	44.15		59,792.74	37,215.95	62.24	59,792.74	37,260.10	62.32	股权激励限售股份
002860.SZ	星帅尔	2020-09-15	132.60		19,914.64	13,381.76	67.20	19,914.64	13,514.36	67.86	股权激励限售股份
300272.SZ	开能健康	2020-09-18	2,882.90		58,279.49	37,565.76	64.46	58,279.49	37,565.76	64.46	首发原股东限售股份
002050.SZ	三花智控	2020-09-21	38,986.05	324.18	359,204.18	312,569.20	87.02	359,204.18	351,555.25	97.87	定向增发机构配售股份

数据来源：Wind、开源证券研究所

5、 沪深股通数据更新：近 10 日北向资金增持三花智控、华帝股份、海尔智家股份较多

表5：近 10 日北向资金增持三花智控、华帝股份、海尔智家较多

证券代码	证券简称	沪深股通持股市值（亿元）	沪深股通持股占总股本比例	持股比例近 10 日变动	持股比例近 30 日变动	持股比例近 60 日变动
000333.SZ	美的集团	979.9998	15.22%	-0.09%	-0.54%	15.22%
000651.SZ	格力电器	799.7531	19.57%	0.24%	1.27%	19.57%
600690.SH	海尔智家	152.3525	8.17%	0.26%	-0.41%	8.17%
002508.SZ	老板电器	52.3914	12.62%	0.16%	0.17%	12.62%
002050.SZ	三花智控	67.5755	7.50%	0.34%	0.59%	7.50%
002032.SZ	苏泊尔	34.8992	5.79%	-0.28%	-0.58%	5.79%
002242.SZ	九阳股份	16.4681	5.98%	-0.28%	-0.99%	5.98%
002035.SZ	华帝股份	3.8240	4.29%	0.33%	0.27%	4.29%
000921.SZ	海信家电	10.1758	6.79%	0.17%	0.06%	6.79%
600060.SH	海信视像	1.4604	0.97%	-0.01%	-0.01%	0.97%
002705.SZ	新宝股份	4.4698	1.21%	-0.06%	-0.19%	1.21%
603579.SH	荣泰健康	0.5394	1.14%	-0.25%	-1.15%	1.14%
000016.SZ	深康佳 A	0.6854	0.63%	0.04%	0.01%	0.63%
002677.SZ	浙江美大	3.1336	2.77%	0.12%	-0.01%	2.77%
603868.SH	飞科电器	1.5732	0.66%	-0.37%	-0.85%	0.66%
603486.SH	科沃斯	10.2850	7.88%	-0.57%	-0.56%	7.88%
002429.SZ	兆驰股份	2.6314	0.94%	-0.20%	0.06%	0.94%
603355.SH	莱克电气	2.5657	1.80%	0.00%	0.08%	1.80%
000810.SZ	创维数字	0.4103	0.42%	-0.06%	-0.04%	0.42%
002614.SZ	奥佳华	2.2618	2.43%	-0.12%	0.32%	2.43%

证券代码	证券简称	沪深股通持股市值（亿元）	沪深股通持股占总股本比例	持股比例近 10 日变动	持股比例近 30 日变动	持股比例近 60 日变动
002543.SZ	万和电气	0.1561	0.21%	-0.05%	-0.05%	0.21%
600839.SH	四川长虹	0.0461	0.03%	0.00%	0.00%	0.03%
002519.SZ	银河电子	0.0379	0.07%	0.00%	0.00%	0.07%
002418.SZ	康盛股份	0.0007	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

数据来源：Wind、开源证券研究所

注：持股市值及持股变动比例计算基数以 2020 年 11 月 20 日收盘数据为准。

6、 风险提示

疫情缓和不及预期，全球经济衰退，行业竞争格局恶化等。

特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，开源证券评定此研报的风险等级为R3（中风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者。若您并非专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。
因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

分析师承诺

负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及开源证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

股票投资评级说明

	评级	说明
证券评级	买入（Buy）	预计相对强于市场表现 20%以上；
	增持（outperform）	预计相对强于市场表现 5%～20%；
	中性（Neutral）	预计相对市场表现在－5%～＋5%之间波动；
	减持	预计相对弱于市场表现 5%以下。
行业评级	看好（overweight）	预计行业超越整体市场表现；
	中性（Neutral）	预计行业与整体市场表现基本持平；
	看淡	预计行业弱于整体市场表现。
备注：评级标准为以报告日后的 6~12 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅表现，其中 A 股基准指数为沪深 300 指数、港股基准指数为恒生指数、新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）、美股基准指数为标普 500 或纳斯达克综合指数。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。		

分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

法律声明

开源证券股份有限公司是经中国证监会批准设立的证券经营机构，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供开源证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的机构或个人客户（以下简称“客户”）使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给开源证券客户的，属于机密材料，只有开源证券客户才能参考或使用，如接收人并非开源证券客户，请及时退回并删除。

本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，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、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他金融工具的邀请或向人做出邀请。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。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所引致的任何损失负任何责任。若本报告的接收人非本公司的客户，应在基于本报告做出任何投资决定或就本报告要求任何解释前咨询独立投资顾问。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的开源证券网站以外的地址或超级链接，开源证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

开源证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。开源证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

开源证券研究所

上海
地址：上海市浦东新区世纪大道1788号陆家嘴金控广场1号楼10层
邮编：200120
邮箱：research@kysec.cn

深圳
地址：深圳市福田区金田路2030号卓越世纪中心1号楼45层
邮编：518000
邮箱：research@kysec.cn

北京
地址：北京市西城区西直门外大街18号金贸大厦C2座16层
邮编：100044
邮箱：research@kysec.cn

西安
地址：西安市高新区锦业路1号都市之门B座5层
邮编：710065
邮箱：research@kysec.cn