



国联证券
GUOLIAN SECURITIES

以旧换新补贴落地，重视内销反转预期 ——家电行业7月月报及8月投资策略

分析师：管泉森 | 孙珊 | 贺本东 | 崔甜甜 | 莫云皓

联系人：蔡奕娴

行业评级：强于大市（维持）

证券研究报告

2024年8月5日

目 录

第一部分

8月投资观点

第二部分

7月市场回顾

第三部分

重点数据跟踪

第四部分

投资建议&核心报告



1、8月投资观点

内销预期或迎改善，优质龙头值得重视

投资观点

- 白电：**此次以旧换新力度比肩家电下乡，后续政策逐步落地有望支撑下半年内需；新兴市场/OBM贡献外销增量，欧美需求触底改善，空调出口环比提速；结构升级支撑下，行业均价预计维持稳健。综合考虑到内销韧性为底弹性可期，龙头出口订单保持较快增长，龙头业绩预期稳健，报表质量优异，后续经营有支撑。推荐美的集团、海尔智家、格力电器、海信家电等。
- 黑电：**彩电内外销景气仍有分化，国内需求相对平淡，新兴市场支撑全球出货表现，叠加年内欧洲杯、奥运会的带动，2024年全球市场规模有望稳中有增。同时，国内彩电龙头全球份额提升逻辑持续兑现；盈利端面板波动影响趋弱，产品升级助益盈利改善，推荐龙头海信视像。
- 小家电：**扫地机受益于年初新品集中上市，是为数不多的上半年可实现量价齐升的品类，后续新品的推出及市场反馈仍需重点关注，此外行业龙头海外份额稳步提升，品牌出海大势所趋。整体可选品类景气仍依赖消费环境改善，2024Q1厨房小家电龙头经营出现拐点，Q2行业景气及恢复斜率虽有波动，年内困境反转机遇仍值得关注；此外，新兴品类、渠道及出海带来的结构性机遇也值得关注。推荐石头、科沃斯，关注极米、小熊等。
- 后周期：**近期央行降息持续加码，中央会议经济政策定调积极，前期中央快速放松地产需求端政策，高线城市持续跟进，近2月房贷利率下行，住宅销售短期有回升迹象，后周期估值修复待跟踪；渠道变化对份额的影响值得关注，龙头或可在下沉渠道及整装渠道崛起过程中收获增量，新品类有望实现更优增长。推荐强α标的华帝股份、公牛集团、老板电器。

事件提示

类别	日期	数据/事件
重点个股	8月5日	兆驰股份中报
	8月7日	TCL智家/长虹华意中报
	8月9日	萤石网络/比依股份中报
	8月15日	海容冷链/北鼎股份/欧圣电器中报
	8月16日	长虹美菱中报
	8月19日	美的集团中报
	8月22日	爱玛科技中报
	8月23日	四川长虹/创维数字/富佳股份/万和电气中报
	8月26日	老板电器/德尔玛/倍轻松/利仁科技中报
	8月27日	新宝股份/飞科电器/欧普照明/荣泰健康/盾安环境中报
	8月28日	海尔智家/小熊电器/火星入/帅丰电器中报
	8月29日	苏泊尔/石头科技/九阳股份/公牛集团/华帝股份/浙江美大/亿田智能/极米科技/莱克电气中报
宏观指标	8月30日	格力电器/海信家电/海信视像/科沃斯/三花智控/光峰科技中报
	8月1日	美联储政策利率，美国7月ISM制造业PMI，欧元区/英/德7月制造业PMI，欧元区6月失业率
	8月2日	美国7月非农就业/失业率/耐用品订单
	8月7日	中国7月出口快讯
	8月9日	中国7月CPI/PPI，德国7月CPI/PPI
	8月12日	中国7月货币供给及社融
	8月14日	美国7月CPI，英国7月CPI
	8月15日	中国7月社零/地产/工业增加值，美国7月零售，日本/英国24Q2 GDP
	8月20日	欧元区7月CPI
	8月22日	欧元区/德国8月制造业PMI
	8月23日	美国7月新屋销售，日本7月CPI
	8月29日	美国24Q2 GDP及PCE
	8月30日	美国7月PCE，欧元区8月CPI，欧元区/德国7月失业率
	8月31日	中国8月制造业PMI

以旧换新资金落地，力度比肩家电下乡

行业动态回顾

类型	日期	数据/事件
行业宏观	7月2日	生态环境部发布《中国履行〈关于消耗臭氧层物质的蒙特利尔议定书〉国家方案（2024-2030）（征求意见稿）》，提出自2027年1月1日起，禁止生产以HCFCs为制冷剂的多联式空调（热泵）机组；自2030年1月1日起，禁止生产以HCFCs为制冷剂的工商制冷空调设备。
	7月9日	江苏省表示将于2024年7-12月开展家电以旧换新活动，投入3亿元对能/水效1-2级的16类家电产品以“折扣立减”方式提供成交价10%补贴，单件商品补贴上限1000元，同型号产品购买数量不超5件。
	7月17日	四川省财政厅预拨各市（州）2024年汽车和家电以旧换新中省补贴资金共5.17亿；对省内以旧换新购买电视机、冰箱、洗衣机、空调、投影仪、集成灶、热水器等七类绿色智能家电，按其成交价10%给予补贴，单台不超1000元。
	7月25日	发改委、财政部印发《关于大力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，发改委直接向地方安排1500亿左右超长期特别国债资金用于落实包括家电消费补贴在内的六项设备更新/消费品换新政策，资金按9：1央地共担；对二级能效及以上的8类主要家电产品给予消费补贴，基准比例15%，一级能效及以上额外补贴5%。
重点公司	7月1日	三花智控发布2024H1业绩预告：1）2024Q2：预计实现营收67.2~79.7亿，同比-2%~+16%；归母净利润8.2~9.6亿，同比+3%~+21%；2）2024H1：预计实现营收131.6~144.1亿，同比+5%~+15%；归母净利润14.6~16.0亿，同比+5%~+15%。
	7月4日	盾安环境发布2024H1业绩预告：1）2024Q2：预计实现营收35.0~40.6亿，同比+12%~+30%；归母净利润2.36~2.85亿，同比+41%~+70%；2）2024H1：预计实现营收61.3~66.9亿，同比+10%~+20%；归母净利润4.44~4.94亿，同比+35%~+50%。
	7月4日	小熊电器拟以1.54亿元现金收购广东罗曼智能科技股份有限公司61.78%股权，标的主营个护小家电（电动牙刷、无刷电吹风、直发器等）。
	7月5日	格力电器：公司副总裁庄培因退休辞职，不再担任公司任何职务。
	7月8日	兆驰股份发布2024H1业绩预告：1）2024Q2：实现营收49.0~59.0亿，同比+21.26%~+46.01%，归母净利润4.8~5.2亿，同比+36.65%~+48.03%；2）2024H1：实现营收90.0~100.0亿，同比+16.35%~+29.27%，归母净利润8.9~9.3亿，同比+21.21%~+26.66%。
	7月9日	松下电器拟100%收购波兰制冷设备制造商Area Cooling Solutions Sp. z o.o；Area Cooling正投资于变频控制冷凝机组和CO2冷凝机组等；此次收购不含Area Cooling压缩机及其他HVACR组件分销业务。
	7月9日	帅丰电器发布2024H1业绩预告：1）2024Q2：预计实现归母净利润0.13~0.20亿，同比-82.7%~ -73.2%；2）2024H1：预计实现归母净利润0.35~0.42亿，同比-69.2%~ -63.1%。
	7月12日	石头科技发布2024H1业绩预告：1）2024Q2：预计实现归母净利润6.0~8.0亿，同比+12.3%~+49.7%；2）2024H1：预计实现归母净利润10.0~12.0亿，同比+35.2%~+62.3%。
	7月12日	莱克电气发布2024H1业绩快报：1）2024Q2：实现营收24.37亿，同比+19.4%；归母净利润3.31亿，同比-16.2%；2）2024H1：实现营收47.50亿，同比+15.5%；归母净利润6.03亿，同比+1.4%。
	7月12日	欧普照明发布2024年限制性股权激励计划草案：1）对象：董事/高管/技术业务骨干323人；2）规模：限制性股票746万股，占总股本1.0%，授予价8.61元/股；3）目标：2024-2025年营收或归母净利润不低于前两个会计年度均值，2026年不低于前两年均值的110%。
	7月12日	浙江美大发布2024H1业绩预告：1）2024Q2：预计实现归母净利润0.19~0.25亿，同比-84.0%~ -78.8%；2）2024H1：预计实现归母净利润0.96~1.02亿，同比-56.0%~ -53.2%。
	7月12日	德尔玛发布2024年限制性股权激励计划草案：1）对象：高管/核心管理人员/骨干59人；2）规模：限制性股票415.3万股，占总股本0.9%，授予价4.5元/股；3）目标：2024-2026年营收相对23年增长20%/44%/73%，归母净利润相对2023年增长38%/82%/135%；对应2025/2026年营收增速20%，归母净利润增速32%/29%。
	7月15日	TCL电子发布盈利预告，预计2024H1经调整归母净利润同比+130%~+160%。
	7月18日	海尔智家拟以24.5亿南非兰特（折合人民币约9.8亿）收购伊莱克斯南非热水器业务主体ESA 100%股权，交易预计于2024Q4完成。
	7月23日	博世集团拟以总对价74亿欧元收购江森自控住宅及轻型商用HVAC业务，同时全资收购江森自控-日立合资公司（含日立40%股权）。
	7月24日	海信家电与博世集团签署利润分配协议： 1）对海信日立以下期间留存收益75%现金分配，收益期间/分配时间如下：a）截至2023年末/2024年11月1日与交割日孰早；b）24年初至交割日/次年4月1日与交割日孰早；c）交割当年至交割日/次年5月1日。 2）交割当年起5年内，海信日立每年向股东分配不少于60%年度利润；之后考虑资金使用情况，每5年为一期向股东额外分配期内年度利润总和的20%。
	7月26日	极米科技发布2024H1业绩预告：1）2024Q2：预计实现归母净利润-0.11亿，同比-0.51亿；2）2024H1：预计实现归母净利润0.04亿，同比-0.89亿

数据来源：Wind、发改委、财政部、生态环境部、中国政府网、公司公告，国联证券研究所

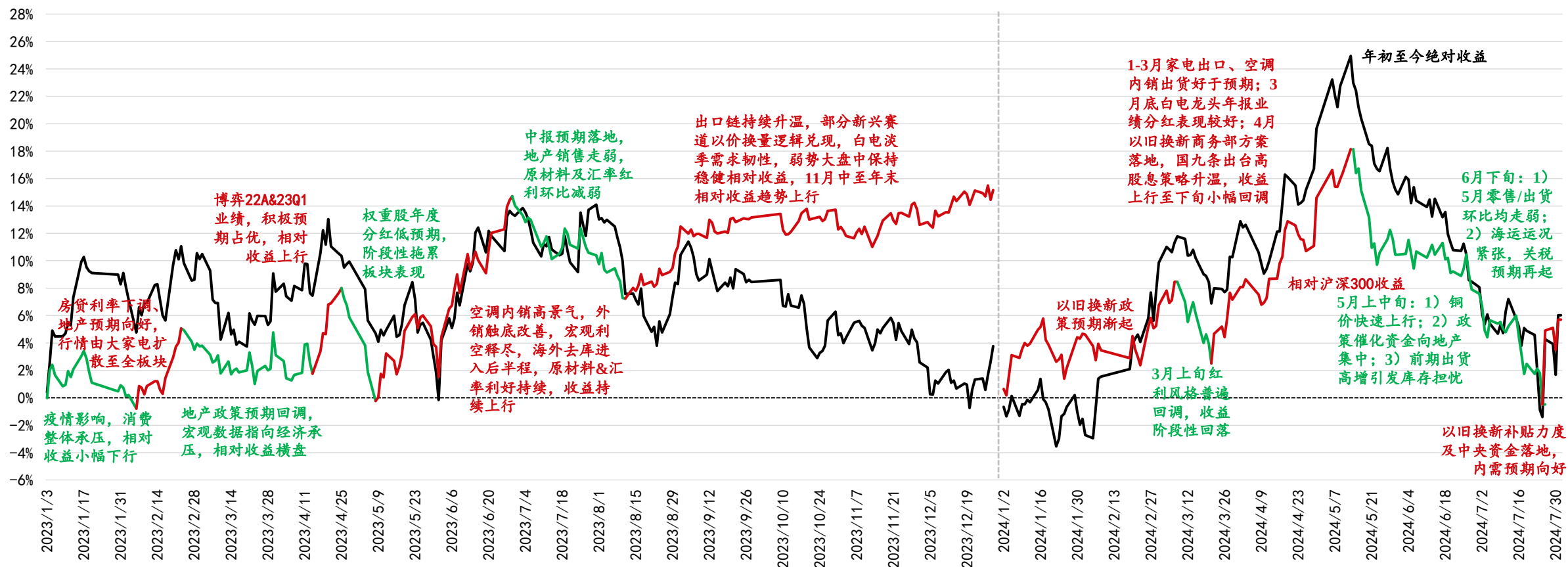


2、7月行情回顾

板块收益复盘

- 7月申万家电指数-2.27%，相对沪深300/上证综指分别-1.70pct/-1.30pct，当月涨跌幅在31个申万一级行业中排第21位。横向对比，单月涨幅前三依次为综合(+7.5%)、非银金融(+5.7%)、商贸零售(+5.0%)，后三分别为石油石化(-5.6%)、纺织服饰(-5.8%)、煤炭(-10.9%)。
- 5月/6月/7月家电指数分别-1.60%/-5.83%/-2.27%，相对沪深300指数分别-0.39/-2.14/-1.70pct，3月上旬红利风格普遍回调，3月下旬至4月基本面及龙头一季报拉升涨幅；5-6月受成本/库存/关税担忧情绪压制回调，7月末以旧换新消费补贴落地，内需预期向好，收益持续上行。

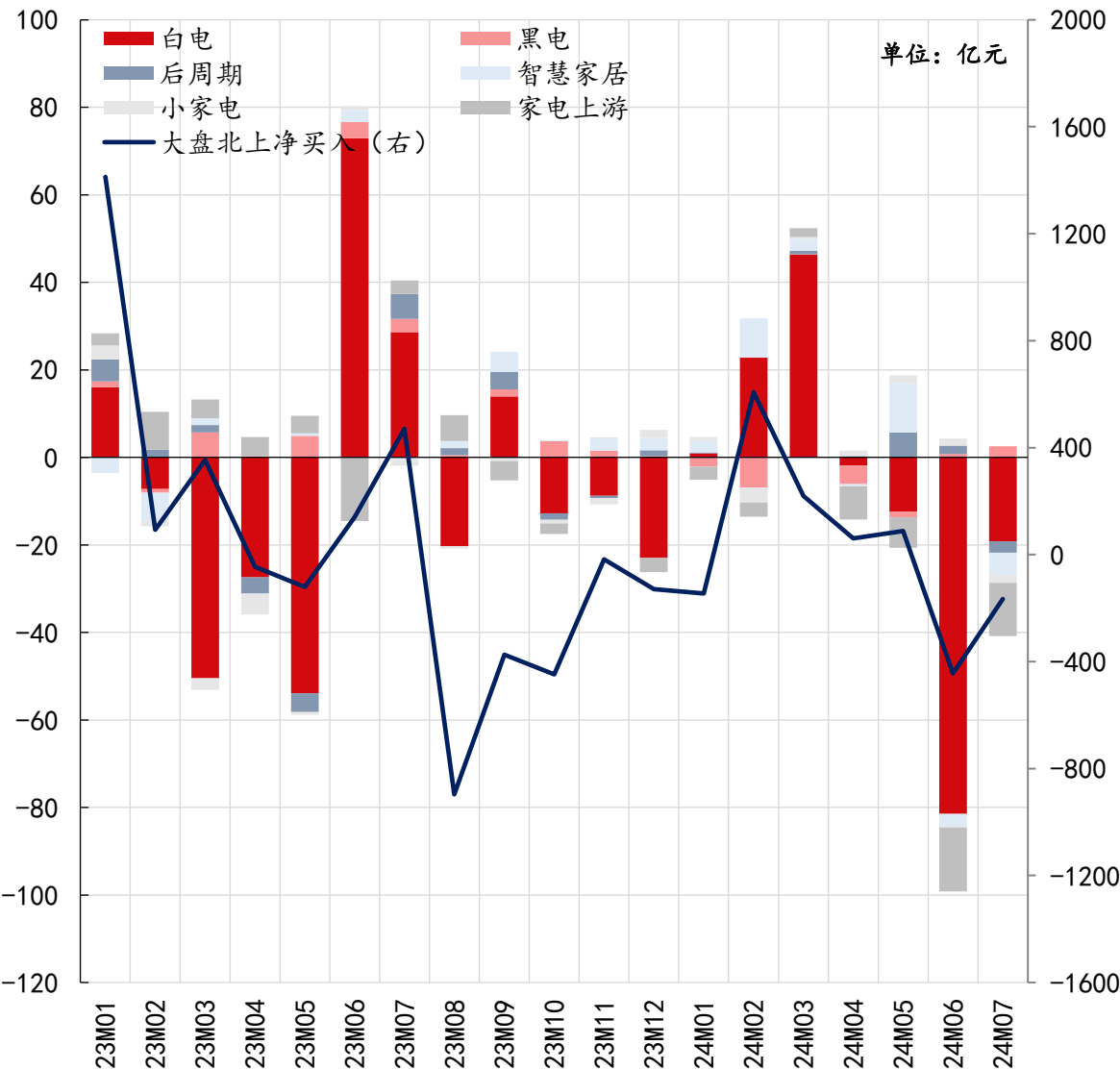
2023全年及2024年初至8月1日家用电器（申万）指数收益复盘





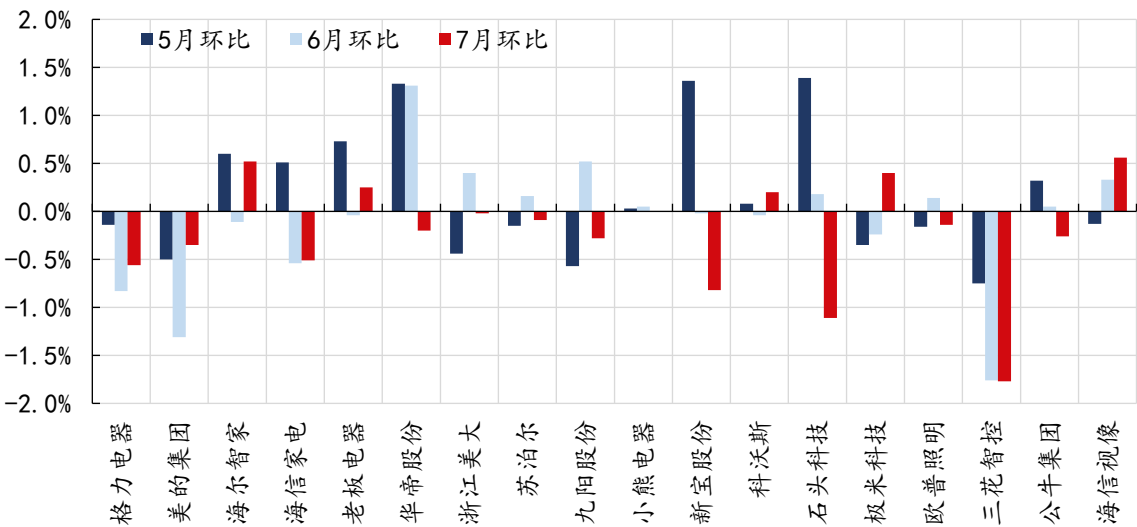
7月家电板块北上资金净流出38亿，其中白电净流出19亿；6月板块净流出95亿

家电主要子行业及大盘月度北上资金净流入/流出情况

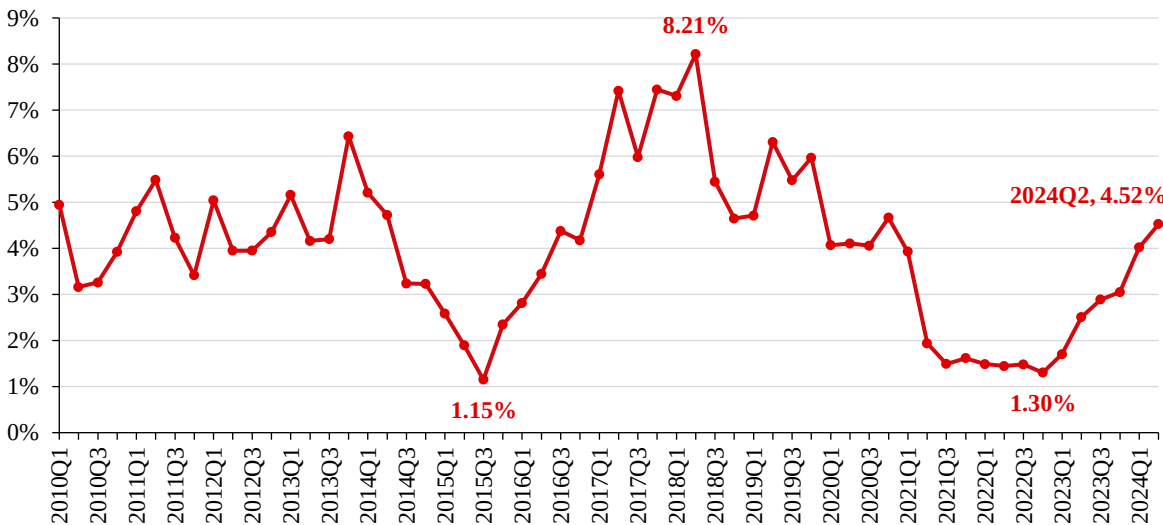


数据来源: Wind, 国联证券研究所

家电重点个股北上持仓占全部流通股比例月度环比变动

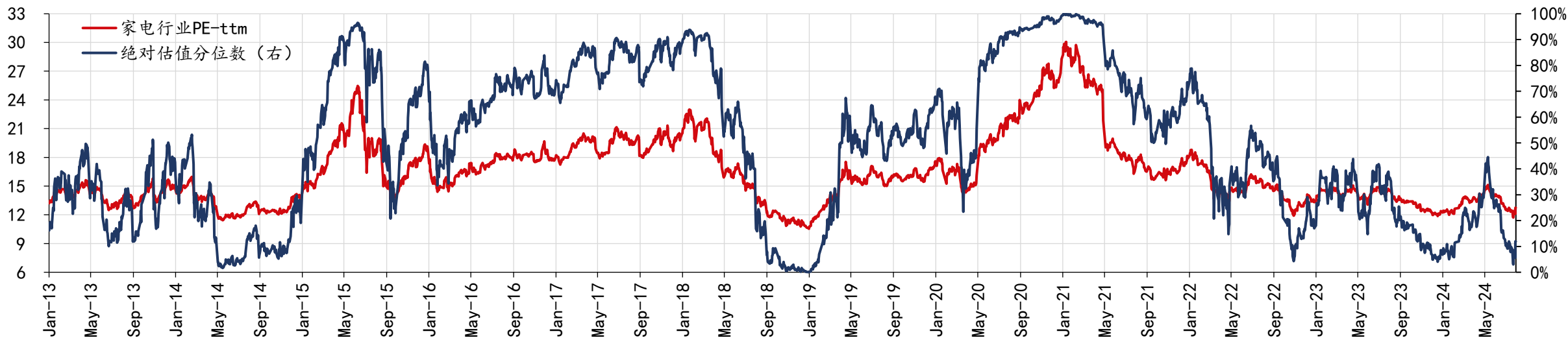


家电板块季度公募重仓持股比例

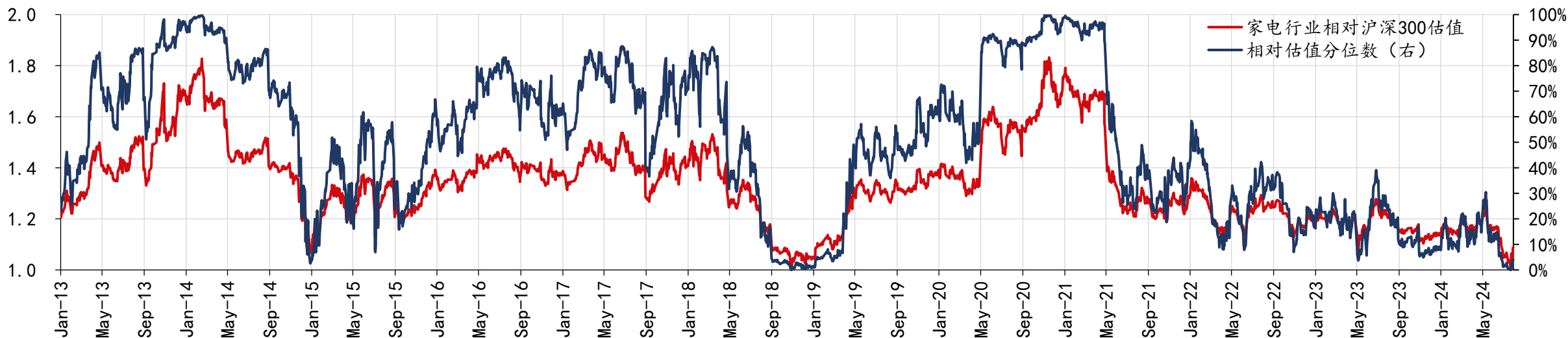


7月31日家电指数PE-ttm/相对沪深300估值分别为12.7倍/1.1倍，处于2013年以来12%/4%分位

申万家电绝对估值及2013年以来分位数



申万家电相对估值及2013年以来分位数

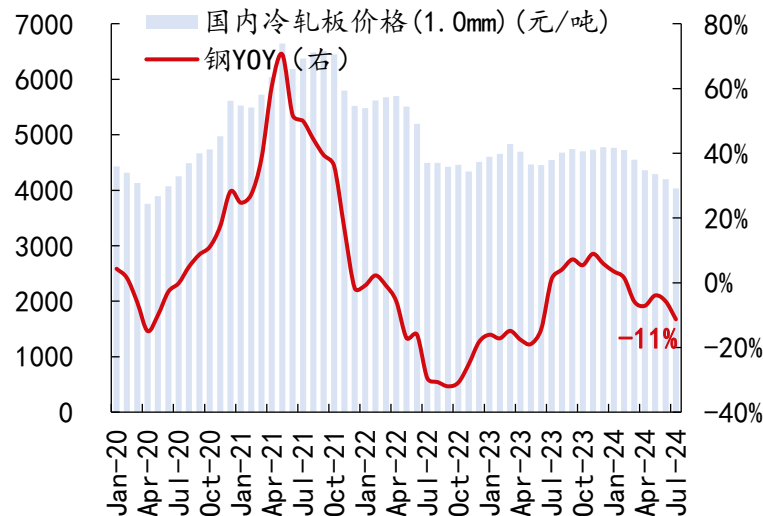




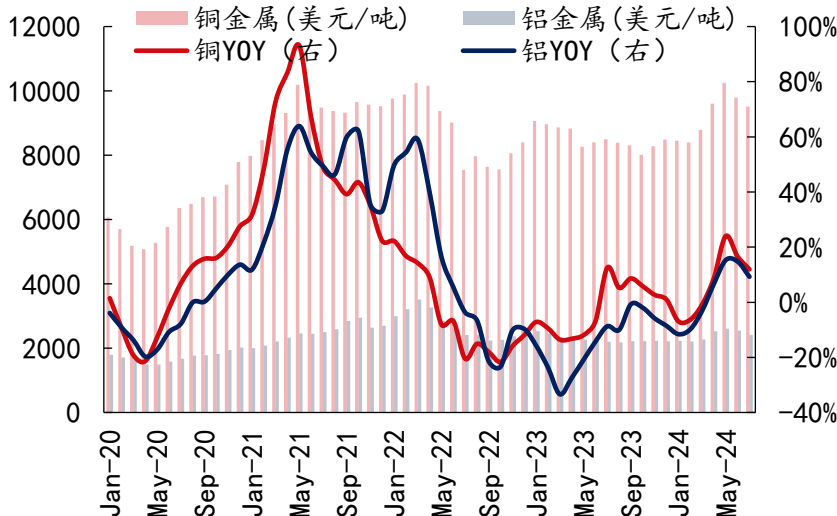
3、重点数据跟踪

7月钢价同环比继续回落，铜铝同比涨幅收窄；运价高位震荡，汇率基本稳定

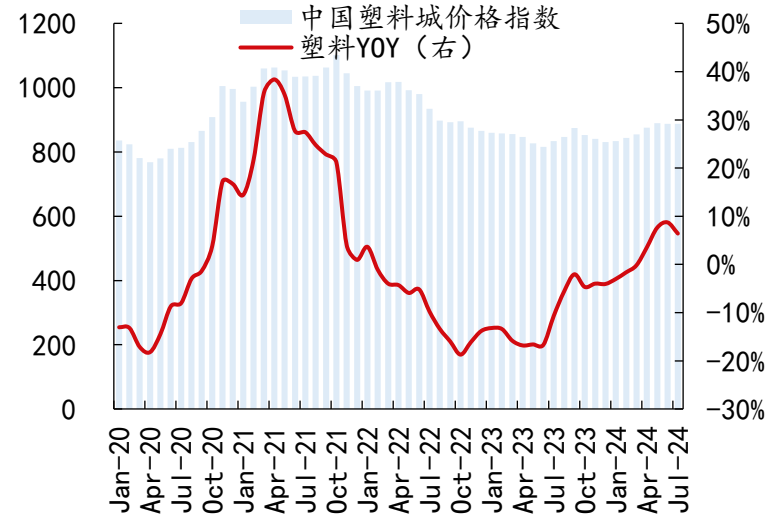
7月冷轧板价格同比-11%，环比-4%



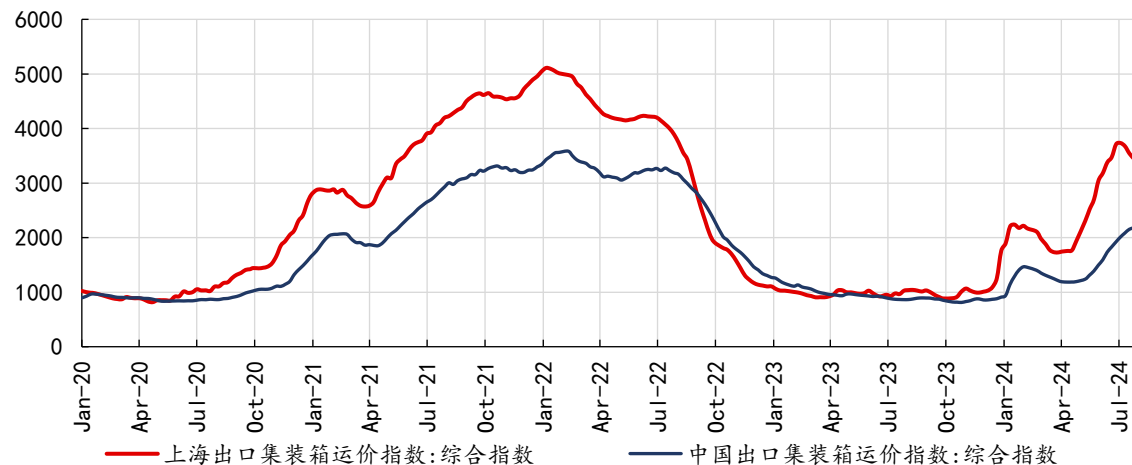
7月铜/铝价同比+12%/+9%，环比-3%/-6%



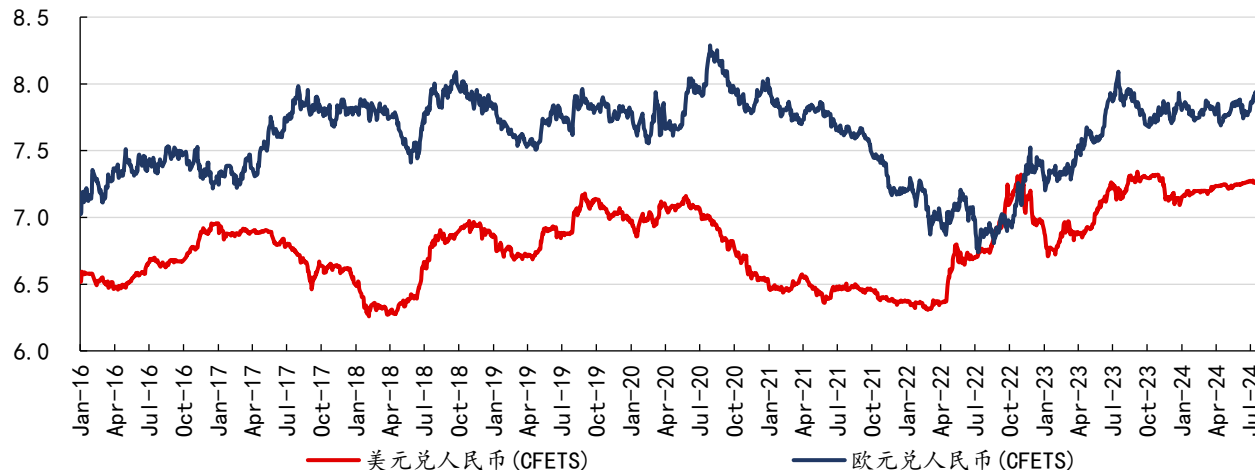
7月塑料城价格指数同比+6%，环比持平



7月SCFI/CCFI均值同比分别+269%/+142%，环比分别+5%/+19%

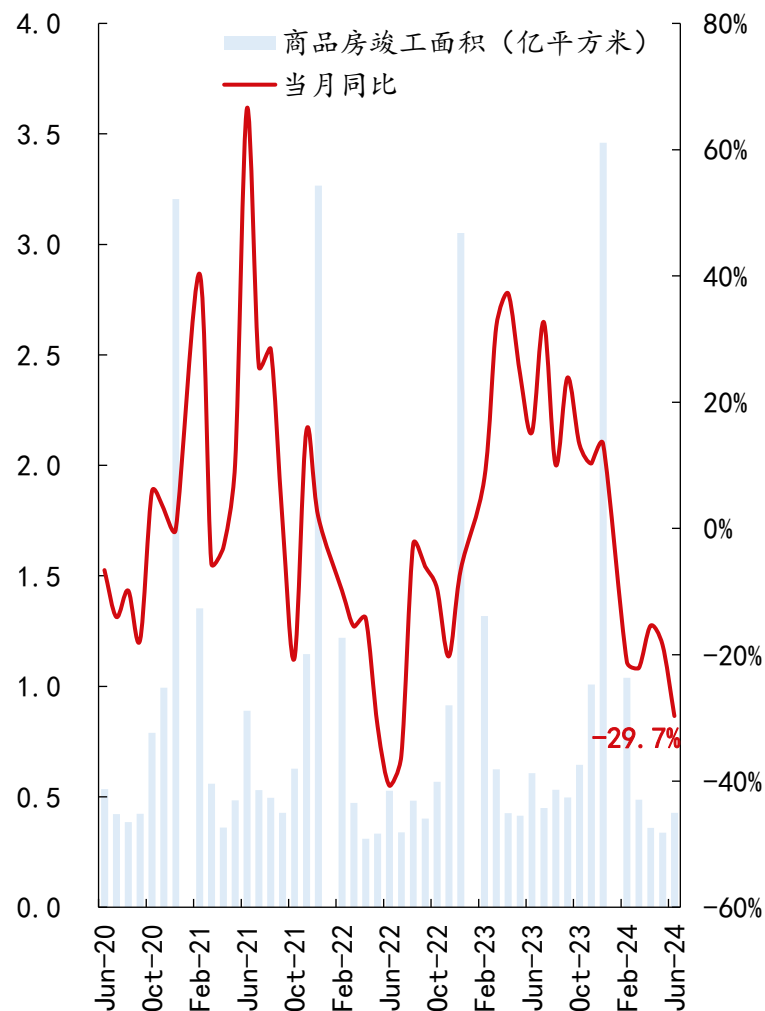


7月初至31日美元/欧元兑人民币分别-0.5%/+0.5%

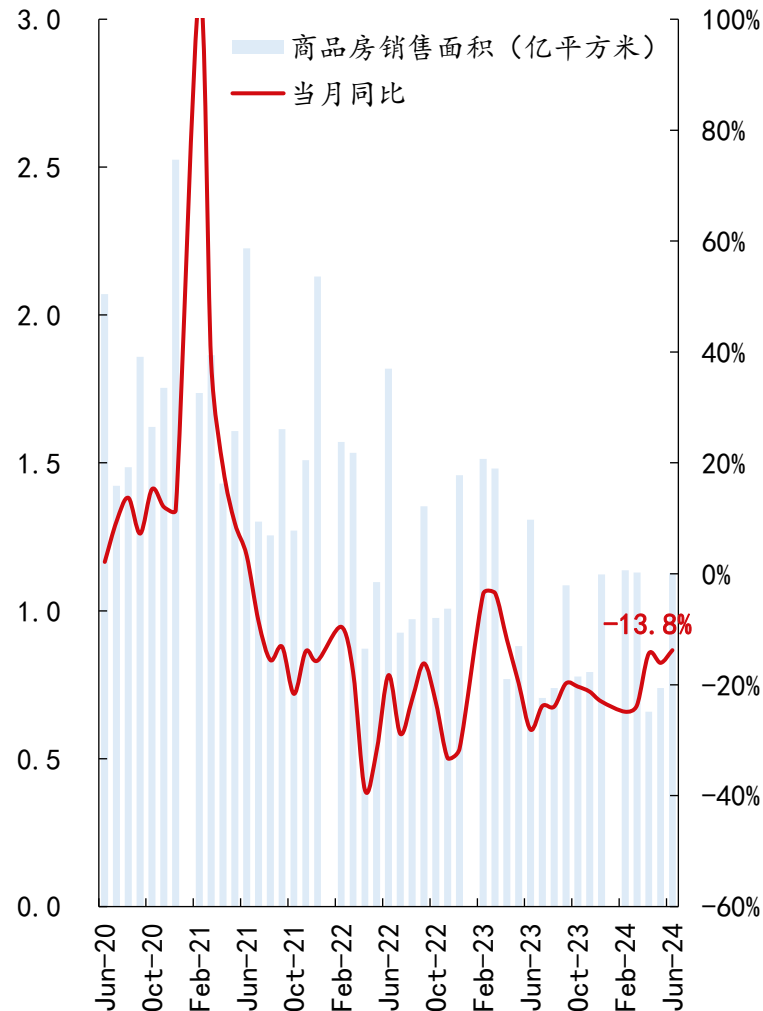


6月商品房竣工走弱，成交降幅略有收窄

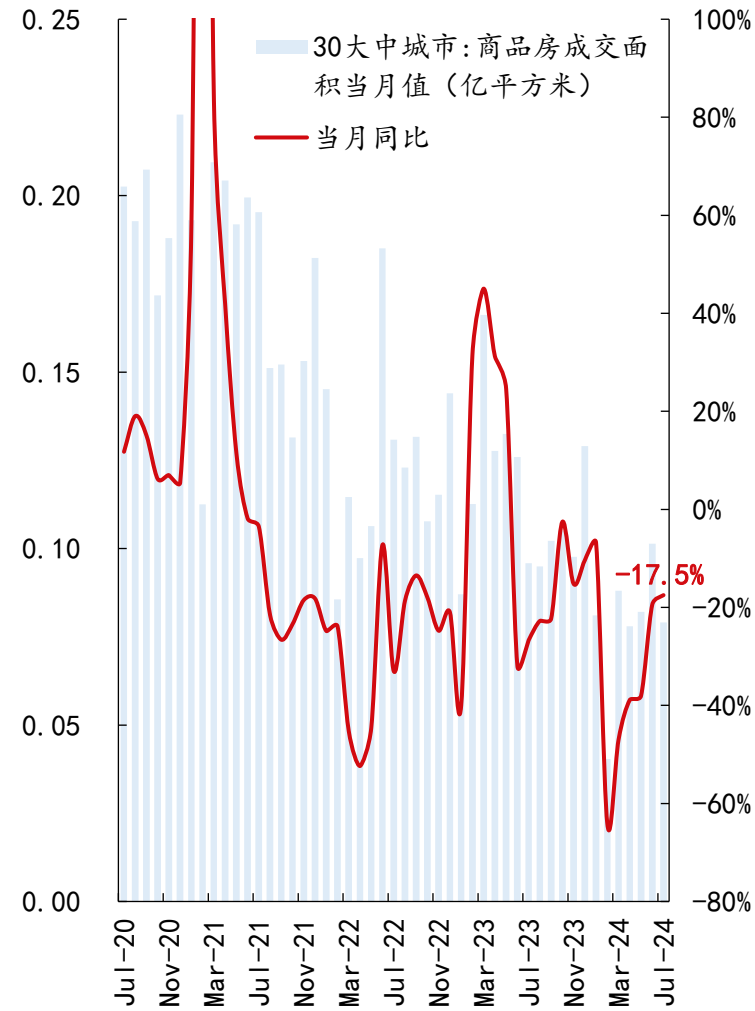
6月商品房竣工面积同比-29.7%



6月商品房销售面积同比-13.8%



7月30大中城市商品房成交面积-17.5%

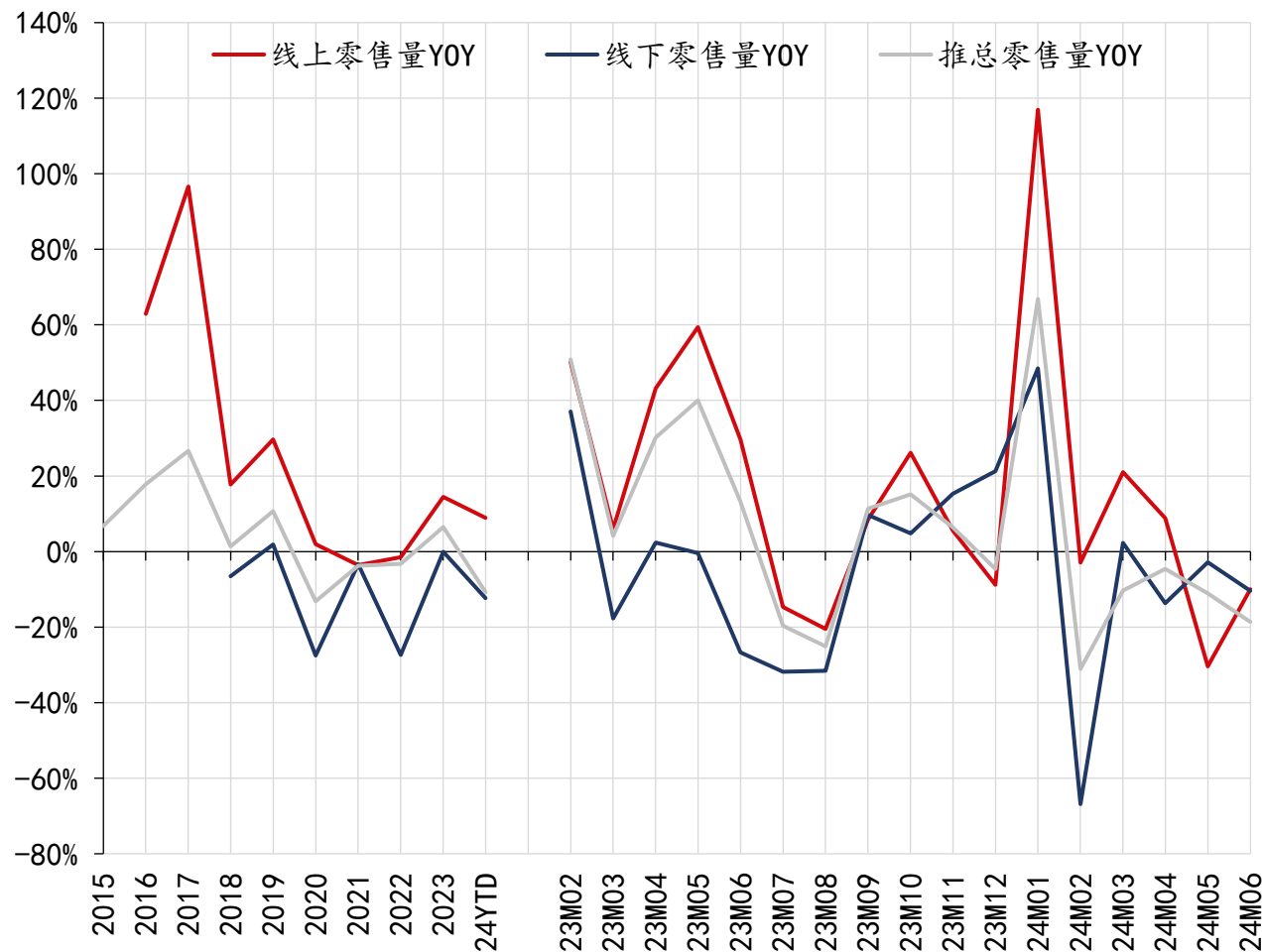


空调6月双线零售景气较弱，大促影响下价格短期有所波动

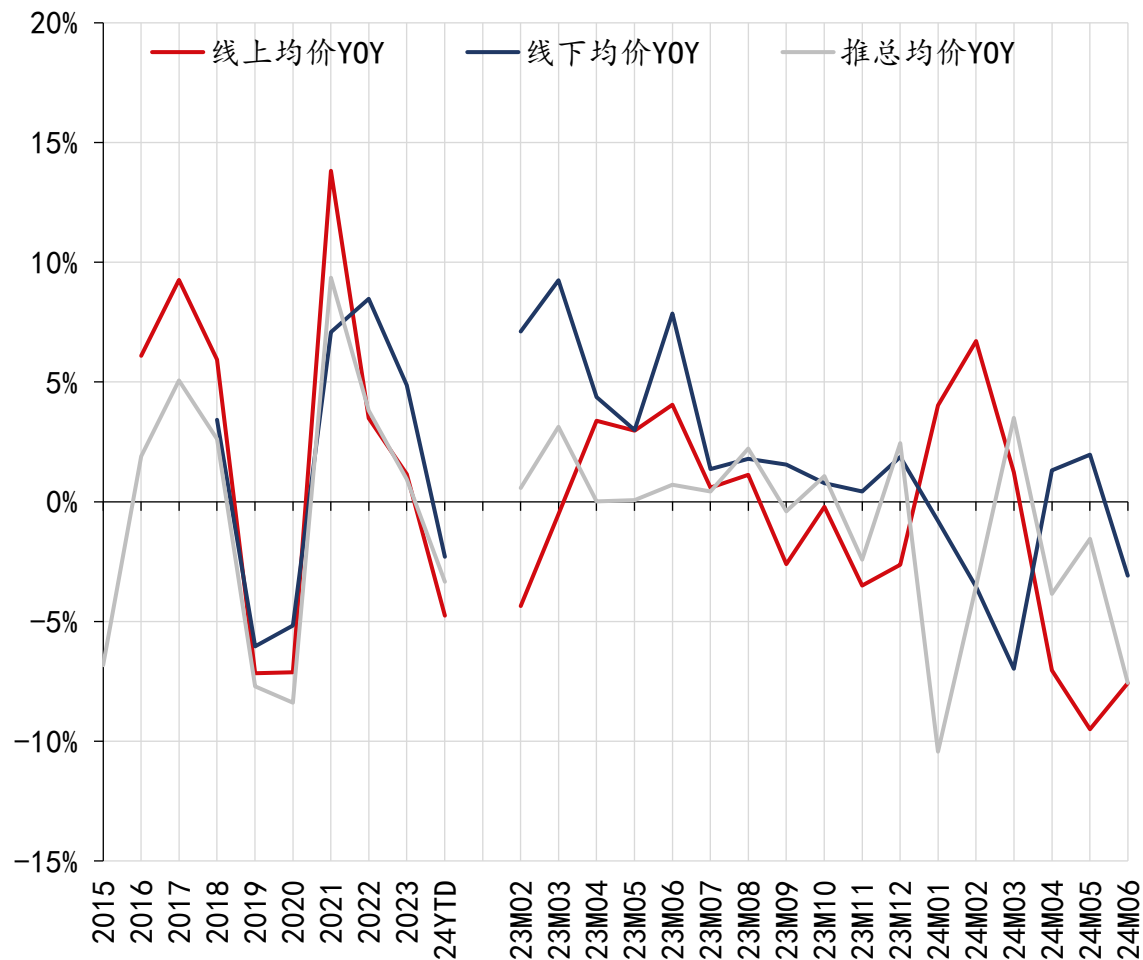
6月空调线上/线下零售量分别同比-10%/-10%，线上/线下均价分别同比-8%/-3%，全渠道均价同比-8%，大促影响下，价格短期有所波动。

W27至W30（07.01-07.28）逐周，空调线上零售量分别同比-9%/-19%/+30%/+33%，周度增速环比向上。

空调线上/线下零售量增速



空调线上/线下零售均价同比



数据来源：奥维云网，国联证券研究所（注：奥维线下监测口径较窄且调整较多，谨慎参考；2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

6月空调零售龙头份额降幅收窄，美的线下同比提升

空调分品牌线上/线下零售均价及份额同比变动

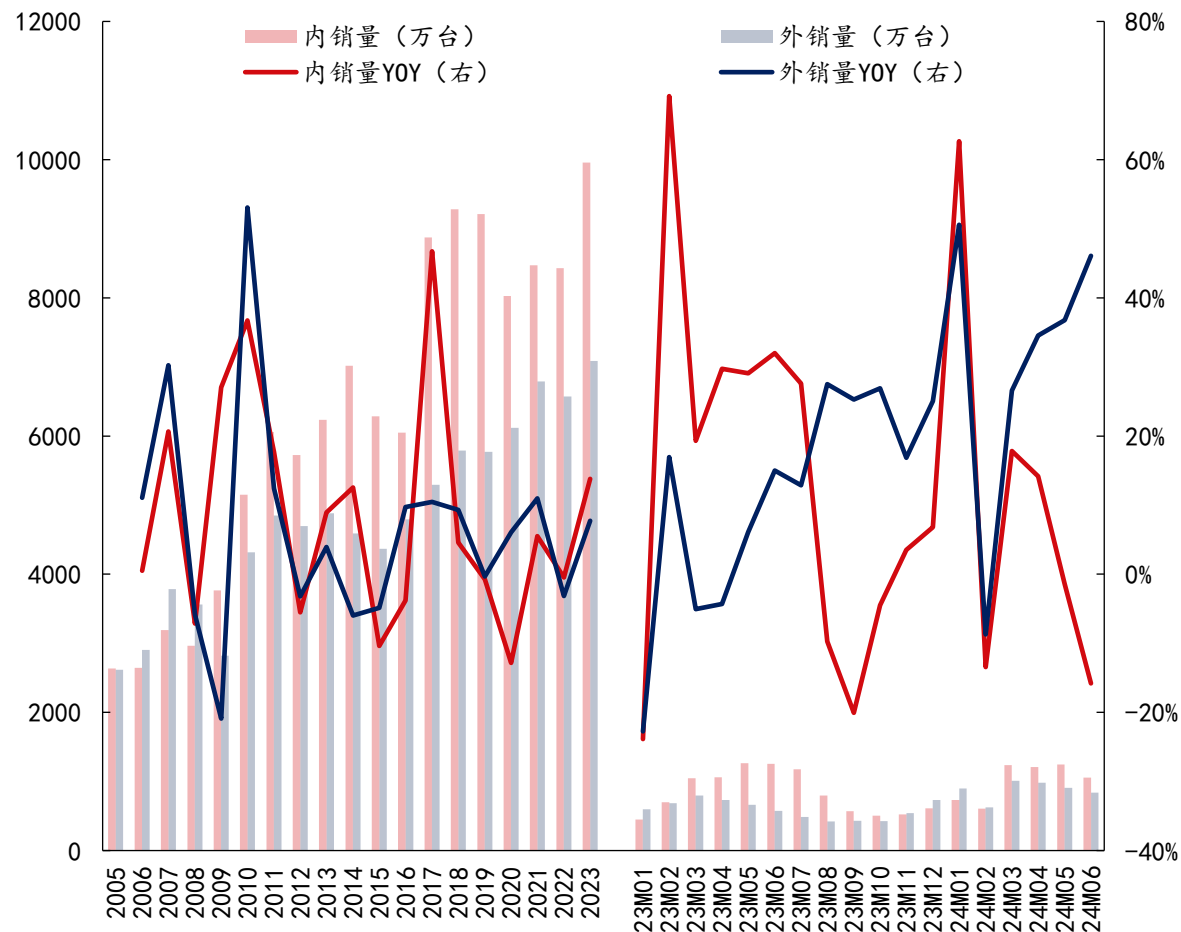
渠道	品牌	指标	2018	2019	2020	2021	2022	2023	24YTD	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
线上	格力	量份额同比 (pct)	-1.5	1.3	6.4	1.6	-2.5	-0.6	-3.4	0.0	-2.2	0.2	-4.5	-1.4	-2.3	1.5	-7.5	-2.0	-2.9	-3.7	-4.0	-2.3
		均价同比	6%	-13%	-10%	17%	5%	1%	-3%	1%	4%	-2%	-1%	1%	-5%	-1%	-4%	6%	2%	-2%	-8%	-6%
	美的	量份额同比 (pct)	-1.0	8.5	4.2	-4.9	-3.5	-1.9	-0.6	-0.9	-4.0	-2.1	-2.8	-5.4	-2.5	-2.7	8.4	2.3	0.1	-3.9	-7.0	-2.6
		均价同比	9%	-12%	-8%	16%	10%	9%	0%	11%	16%	17%	12%	12%	8%	2%	16%	11%	10%	1%	-3%	-6%
	华凌	量份额同比 (pct)		-0.1	1.1	3.9	1.0	0.9	0.8							3.8	1.2	0.9	-0.4	0.0	3.8	1.0
		均价同比			-12%	18%	6%	5%	-10%							-4%	-7%	-5%	1%	-9%	-16%	-11%
	海尔	量份额同比 (pct)	-2.0	-0.3	4.3	-0.4	1.6	-0.7	0.2	0.5	-2.9	-2.0	-1.6	-0.3	-0.1	-2.8	-2.1	0.0	-0.4	0.1	0.2	-0.7
		均价同比	14%	-7%	-15%	21%	1%	2%	-4%	4%	4%	-1%	-5%	-1%	-2%	-3%	0%	3%	-4%	-11%	-6%	-3%
	海信	量份额同比 (pct)	-0.3	-1.3	0.6	0.0	0.3	0.6	0.3	0.7	0.6	0.7	1.0	0.5	0.5	0.8	2.6	-0.1	1.6	0.9	0.3	-0.1
		均价同比	5%	-1%	-9%	13%	2%	1%	-3%	5%	1%	-4%	-6%	-2%	-2%	-2%	13%	6%	1%	-7%	-8%	-8%
	奥克斯	量份额同比 (pct)	5.8	-4.5	-13.4	-2.9	-0.9	1.2	0.4	0.5	0.7	0.8	3.7	5.3	5.5	-0.7	-0.8	-0.3	-1.1	0.6	-0.3	1.3
		均价同比	6%	-4%	-5%	5%	1%	-1%	-11%	9%	4%	1%	-5%	-10%	-16%	-6%	-5%	1%	-9%	-14%	-17%	-15%
线下	格力	量份额同比 (pct)	0.4	-1.7	-0.2	-1.2	-0.3	-0.1	-2.9	-0.1	0.2	4.5	-2.0	2.6	-0.9	-1.4	-5.0	-3.1	-3.4	-0.5	-4.8	-2.2
		均价同比	5%	-5%	-8%	6%	8%	3%	1%	4%	1%	-6%	-1%	1%	1%	4%	3%	1%	1%	2%	3%	-1%
	美的	量份额同比 (pct)	0.0	4.8	6.3	2.0	-4.3	-0.2	-0.3	-4.7	-3.2	-0.3	2.3	-2.3	-1.8	-1.5	4.1	-2.6	-3.9	-2.9	3.6	1.1
		均价同比	5%	-10%	-6%	5%	14%	9%	-2%	20%	3%	5%	6%	5%	3%	5%	-1%	9%	-6%	7%	5%	-6%
	海尔	量份额同比 (pct)	-0.2	0.3	2.8	0.5	3.3	-2.2	-0.2	1.2	-1.0	-7.0	-2.9	-1.9	-1.1	-1.5	-2.6	1.3	1.8	-1.3	0.5	-1.0
		均价同比	4%	-7%	-10%	15%	0%	6%	-5%	4%	5%	10%	6%	-1%	2%	3%	-1%	-22%	-13%	2%	0%	-4%
	海信	量份额同比 (pct)	0.0	0.0	-0.5	1.1	2.0	1.2	0.7	2.2	2.7	1.2	1.5	0.1	1.7	1.2	0.8	-0.8	3.7	1.5	-1.0	-0.3
		均价同比	-1%	-3%	-5%	7%	6%	3%	-1%	-2%	1%	-1%	-2%	0%	1%	0%	2%	-3%	-12%	-2%	5%	2%
	奥克斯	量份额同比 (pct)	0.1	-0.7	-1.9	-1.2	0.5	0.7	0.7	0.5	0.3	0.6	1.4	1.5	1.6	1.4	0.9	1.3	0.7	0.6	0.2	0.7
		均价同比	-3%	-7%	-5%	1%	6%	-2%	-6%	0%	-1%	-2%	-14%	-9%	-9%	-11%	-13%	-3%	-7%	-6%	-2%	-6%

数据来源：奥维云网，国联证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

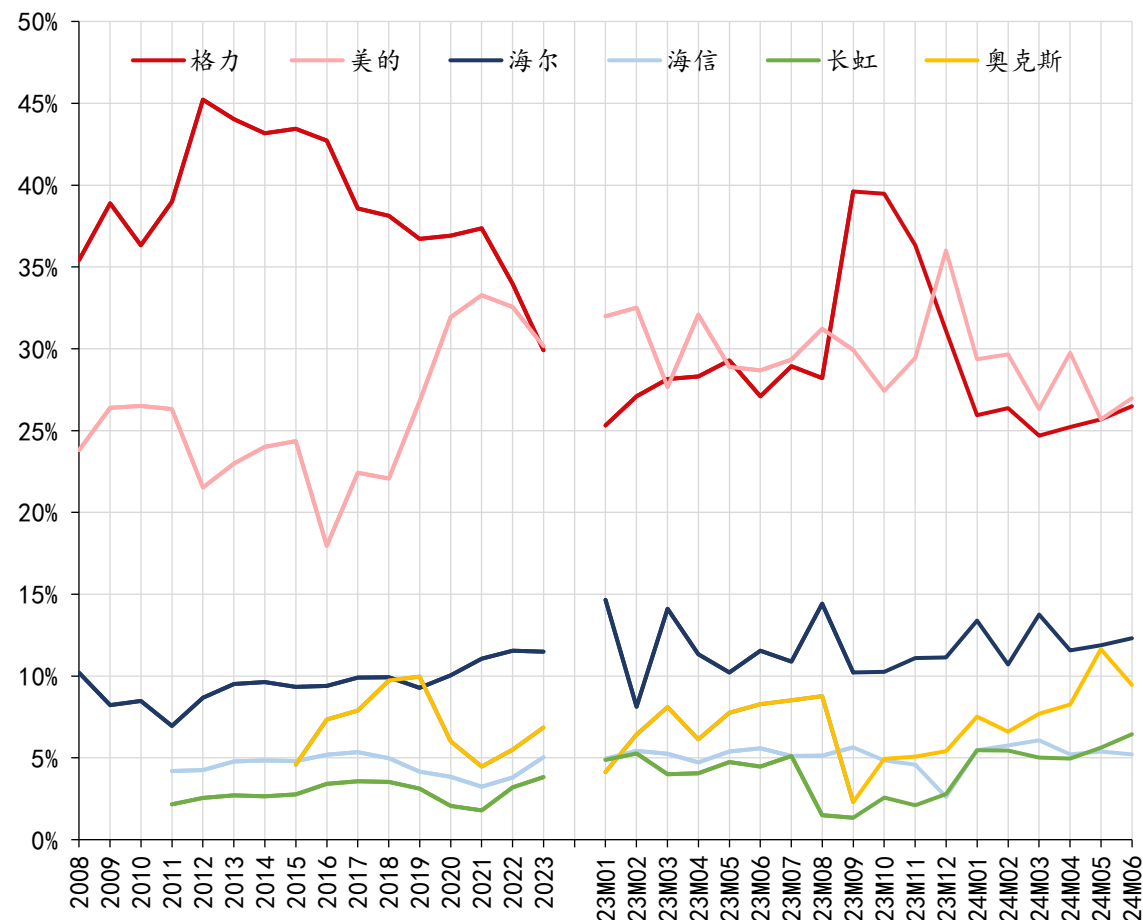
空调6月内/外销出货量分别-16%/+46%，外销继续提速

6月家用空调内销量同比-15.8%，上年同期+32%至历史新高，当月较21/19年CAGR分别-0.6%/+0.5%，环比4-5月有所放缓，仍在平稳区间，符合预期。当月美的/格力/海尔空调内销出货分别同比-21%/-18%/-10%，海信/长虹/奥克斯分别-21%/+21%/-4%，二线增势有所放缓。

空调内外销出货规模及增速



空调内销出货量份额走势



6月空调龙头份额降幅环比收窄，二线表现分化

主要空调公司出货量增速及内外销份额同比变动

公司	2018	2019	2020	2021	2022	2023	24YTD	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
总销量增速																				
格力	7%	-6%	-13%	6%	-7%	2%	1%	13%	16%	-13%	-19%	-2%	8%	17%	56%	-15%	5%	3%	-9%	-9%
美的	6%	16%	13%	12%	-7%	6%	12%	22%	16%	-5%	0%	8%	-4%	3%	41%	-21%	24%	29%	7%	0%
海尔	11%	-12%	-2%	18%	9%	9%	19%	24%	23%	22%	-8%	0%	-4%	25%	44%	13%	17%	25%	20%	1%
海信	1%	-7%	-5%	15%	13%	17%	23%	33%	45%	33%	27%	8%	50%	41%	86%	9%	23%	10%	24%	16%
奥克斯	26%	4%	-32%	-11%	7%	45%	35%	52%	57%	41%	-10%	59%	81%	55%	126%	-16%	22%	46%	49%	27%
长虹	2%	-11%	-24%	-4%	48%	47%	29%	93%	67%	-30%	-29%	-3%	4%	40%	88%	-20%	36%	42%	22%	30%
内销份额同比(pct)																				
格力	-0.4	-1.4	0.2	0.5	-3.4	-2.8	-2.2	-3.4	-2.0	-3.5	-1.9	-2.0	-0.3	-0.4	0.6	-0.7	-3.5	-3.1	-3.6	-0.6
美的	-0.3	4.7	5.1	1.3	-0.7	-1.2	-2.2	-1.3	-1.0	-1.6	1.6	0.1	-0.8	-3.0	-2.6	-2.9	-1.4	-2.3	-3.2	-1.7
海尔	0.0	-0.6	0.8	1.0	0.5	0.4	0.8	0.3	0.0	3.7	1.1	0.8	0.0	1.5	-1.3	2.6	-0.4	0.2	1.7	0.8
海信	-0.4	-0.8	-0.3	-0.6	0.6	0.8	0.3	0.9	1.4	1.2	2.0	0.3	0.6	0.1	0.5	0.3	0.8	0.5	0.0	-0.4
奥克斯	1.8	0.2	-4.0	-1.5	1.0	1.6	1.6	0.8	0.8	2.8	-1.7	1.5	1.7	1.0	3.4	0.2	-0.4	2.1	3.9	1.2
外销份额同比(pct)																				
格力	1.9	-2.2	-4.5	-1.1	0.3	-1.5	-2.4	-2.6	-1.6	-1.5	-2.6	0.4	0.9	2.2	-0.9	-0.6	-2.4	-3.7	-4.0	-3.1
美的	0.0	3.0	5.7	1.3	-3.1	-2.3	0.4	-0.6	-3.2	0.1	0.5	-1.6	-9.1	-6.3	-3.8	-4.5	2.9	6.7	0.0	-0.7
海尔	1.0	-1.5	0.1	0.4	1.4	-1.1	0.3	-1.5	-0.5	-0.1	-0.6	-1.9	-1.6	0.1	-0.7	1.4	-0.1	0.6	0.1	0.5
海信	-0.1	0.5	0.3	1.4	1.1	-0.2	0.3	-0.7	-0.7	0.6	-0.2	-2.1	2.0	1.5	1.8	2.6	-0.9	-2.8	1.3	1.5
奥克斯	0.9	0.8	-1.0	-0.8	-0.1	2.3	0.9	2.7	4.2	1.7	1.0	1.9	3.5	2.7	2.8	-1.3	0.3	0.5	0.8	2.6

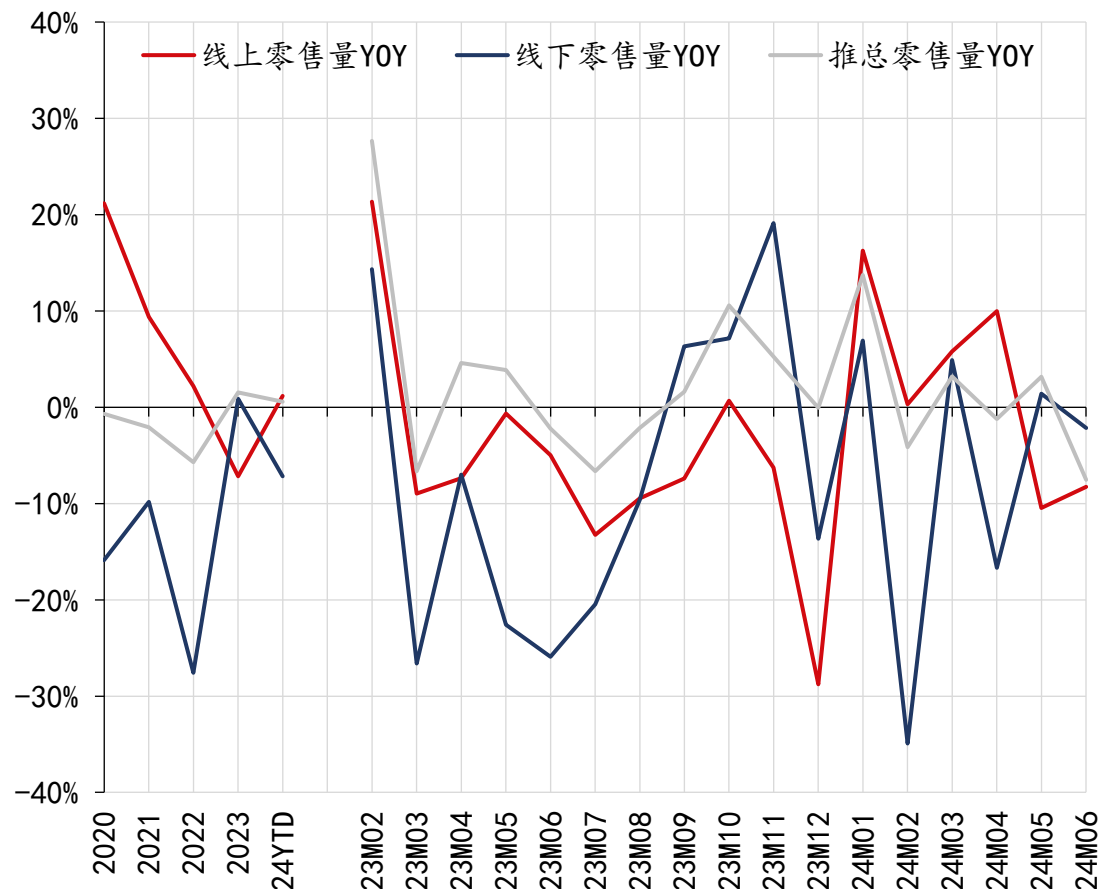
数据来源：产业在线，国联证券研究所

冰箱6月终端景气偏弱，线下均价保持升势

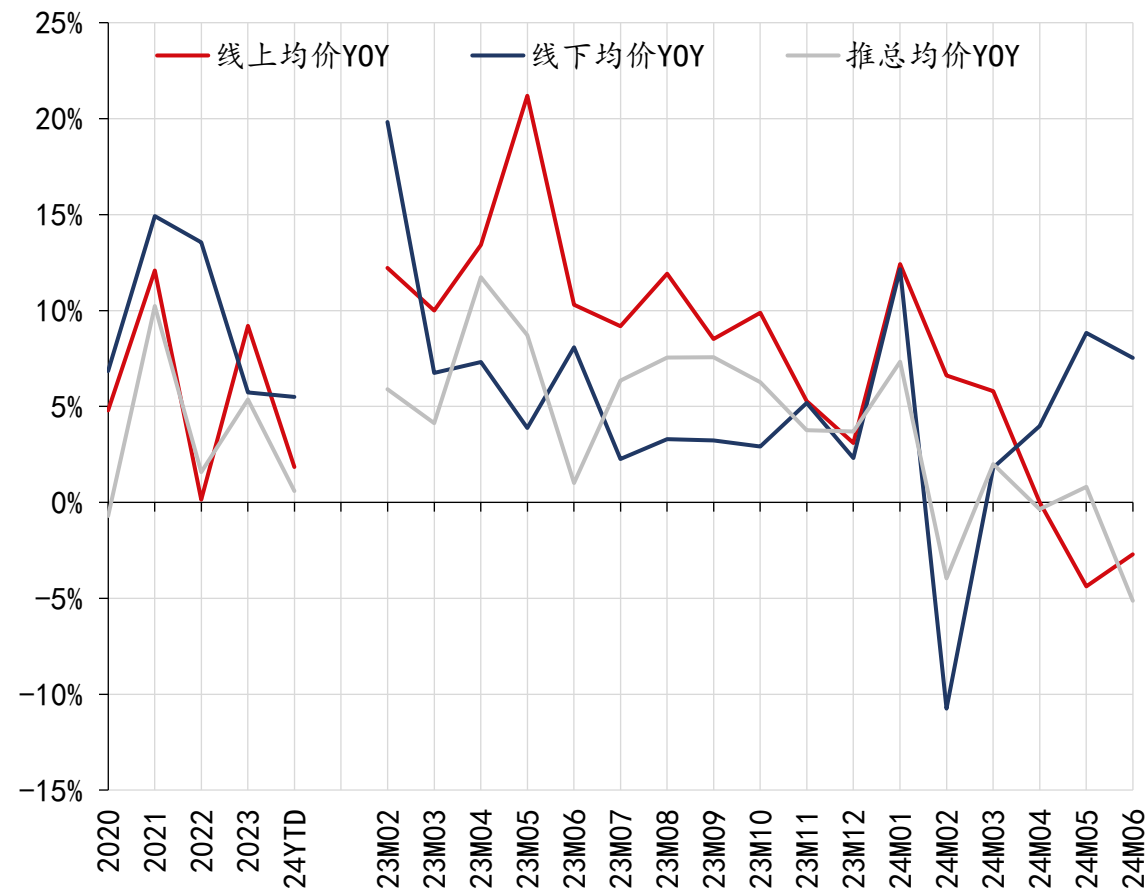
▼ 6月冰箱线上/线下零售量分别同比-8%/-2%，线上/线下均价分别同比-3%/+8%，全渠道量价同比均有所波动；

▼ W27至W30（07.01-07.28）逐周，冰箱线上零售量分别同比-3%/-18%/+2%/+24%，周度增速环比向上。

冰箱线上/线下零售量增速



冰箱线上/线下零售均价同比



数据来源：奥维云网，国联证券研究所（注：奥维线下监测口径较窄且调整较多，谨慎参考；2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

6月冰箱美的线上份额同比升势延续，二线平稳为主

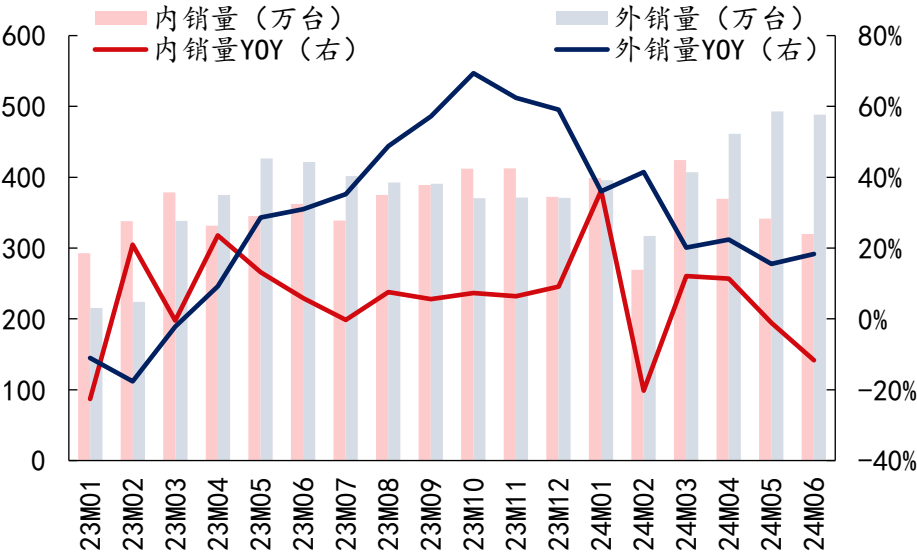
冰箱分品牌线上/线下零售均价及份额同比变动

渠道	品牌	指标	2020	2021	2022	2023	24YTD	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
线上	海尔	量份额同比(pct)	3.3	3.4	0.7	1.2	1.8	0.3	3.9	2.2	4.1	-0.7	0.4	-0.1	1.3	2.8	-0.8	3.2	0.9	0.8
		均价同比	4%	13%	1%	5%	-6%	8%	2%	3%	0%	9%	2%	3%	6%	4%	1%	-7%	-12%	-9%
	美的	量份额同比(pct)	-0.4	0.1	-1.2	0.0	2.4	0.5	1.6	1.7	-0.4	-2.0	-1.7	-4.3	4.4	-1.0	0.8	0.7	3.0	3.7
		均价同比	10%	5%	6%	15%	-3%	18%	13%	12%	13%	21%	17%	9%	11%	1%	9%	-4%	-8%	-11%
	容声	量份额同比(pct)	0.9	0.3	-0.2	1.2	0.4	0.9	0.1	2.8	0.0	1.8	1.3	0.4	0.2	0.3	0.8	-1.0	0.5	-0.2
		均价同比	6%	9%	5%	13%	2%	17%	17%	12%	13%	16%	13%	20%	16%	10%	11%	3%	-6%	-5%
	西门子	量份额同比(pct)	0.0	-0.1	-0.2	-0.6	0.2	-1.2	-0.4	-0.6	-0.4	-1.2	-0.9	-0.1	0.0	0.0	0.1	0.1	-0.1	0.3
		均价同比	4%	8%	-1%	4%	-14%	6%	6%	13%	8%	5%	0%	-5%	-2%	-13%	-4%	-13%	-17%	-16%
	海信	量份额同比(pct)	0.3	-0.2	-1.1	0.0	-0.4	0.2	0.1	0.3	-0.1	0.0	0.1	-0.1	-0.4	-0.5	-0.3	-0.3	-0.1	-0.1
		均价同比	-3%	15%	1%	8%	3%	13%	5%	8%	13%	13%	20%	21%	19%	6%	23%	-4%	-11%	-3%
	美菱	量份额同比(pct)	-0.6	-0.9	0.2	0.2	-0.5	0.2	-1.1	-0.6	-0.3	1.1	0.6	0.1	-0.3	-0.8	-0.1	0.0	-0.6	-1.2
		均价同比	-1%	12%	-5%	21%	-8%	29%	28%	25%	26%	25%	10%	22%	24%	22%	13%	-17%	-22%	-22%
线下	海尔	量份额同比(pct)	2.9	-0.3	2.1	-1.3	1.5	-0.4	0.5	-5.8	1.0	-1.1	-1.8	-4.4	0.0	2.8	-1.1	0.9	3.3	2.5
		均价同比	2%	19%	11%	7%	4%	9%	8%	7%	6%	4%	7%	4%	10%	-15%	-2%	1%	7%	8%
	美的	量份额同比(pct)	1.1	-0.4	-1.5	0.9	1.0	1.5	1.0	2.3	1.7	1.1	0.4	0.5	2.1	-1.1	2.1	0.8	1.1	0.6
		均价同比	3%	4%	6%	5%	11%	6%	-3%	3%	4%	8%	14%	9%	9%	3%	9%	12%	15%	12%
	容声	量份额同比(pct)	-0.1	0.9	0.6	1.1	0.4	1.7	1.4	1.9	1.0	0.8	1.6	0.2	0.6	1.5	1.3	-0.4	-0.5	0.0
		均价同比	8%	14%	10%	4%	8%	3%	-4%	2%	5%	3%	11%	6%	9%	-7%	2%	11%	12%	14%
	西门子	量份额同比(pct)	0.0	-0.7	0.4	-0.5	-0.9	-0.6	-1.0	-0.5	-0.8	-0.7	-0.4	-0.5	0.8	-3.2	-1.6	-0.7	-0.8	-0.9
		均价同比	3%	24%	12%	5%	8%	7%	2%	8%	2%	5%	-2%	-1%	6%	1%	6%	7%	10%	10%
	海信	量份额同比(pct)	0.0	0.7	0.6	0.2	-0.7	0.2	0.0	0.5	0.2	0.0	-0.4	1.7	-0.9	-0.5	-0.2	-0.2	-1.2	-0.9
		均价同比	12%	19%	13%	5%	12%	4%	-1%	2%	0%	1%	7%	13%	16%	1%	11%	8%	16%	15%
	美菱	量份额同比(pct)	-0.4	0.6	0.0	0.3	-0.1	-1.3	-0.2	1.3	-1.2	1.4	1.8	2.4	-0.9	1.8	0.3	0.0	-0.8	-0.1
		均价同比	3%	9%	13%	3%	0%	5%	-4%	0%	0%	0%	1%	2%	3%	3%	-1%	-3%	-3%	1%

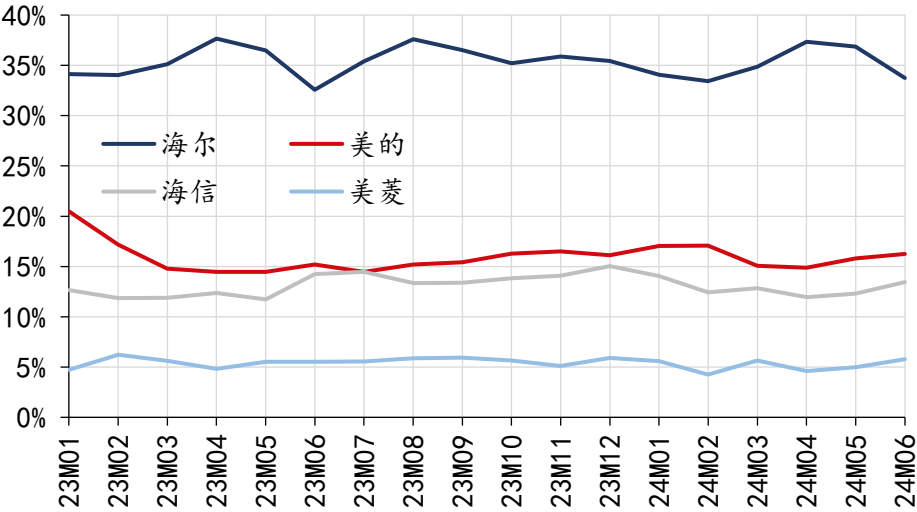
数据来源：奥维云网，国联证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

冰箱6月内/外销分别同比-12%/+18%，内销短期波动，外销增势延续

冰箱内外销出货规模及增速



冰箱内销出货量份额走势



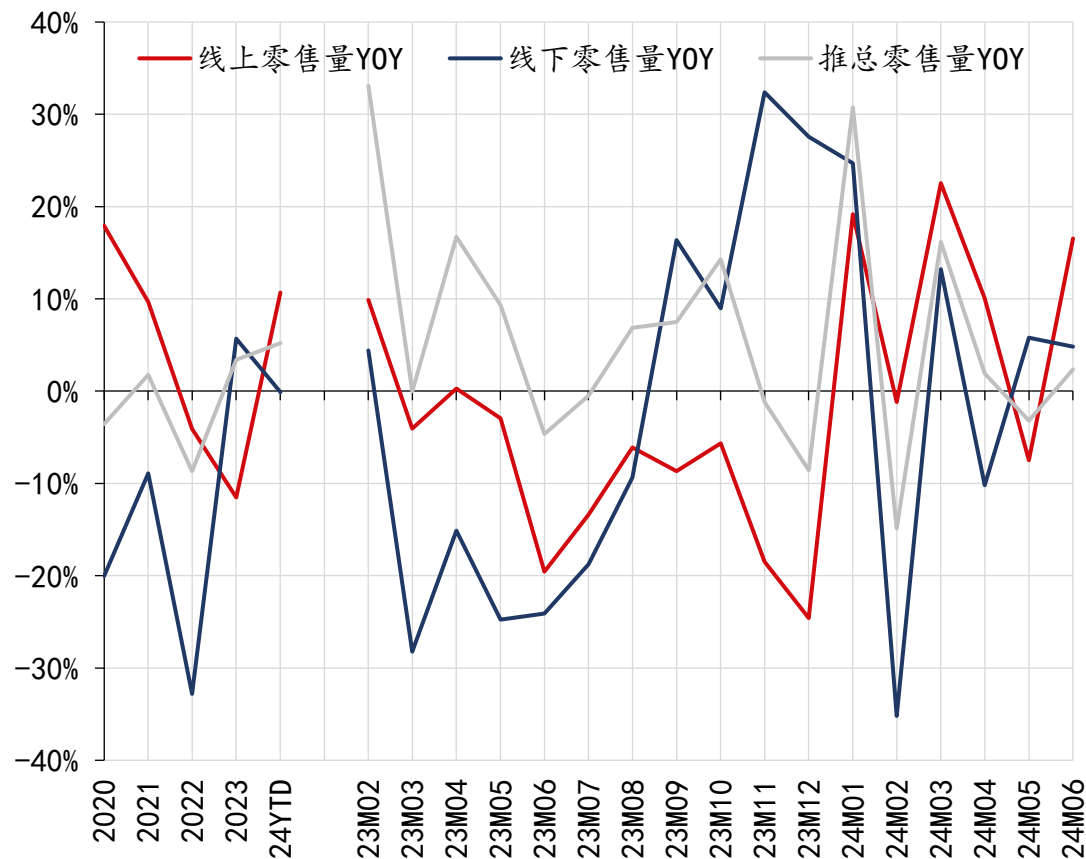
主要冰箱公司出货量增速及内外销份额同比变动

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	24YTD	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
> 总销量增速																				
海尔	-4%	2%	2%	3%	-1%	8%	5%	5%	5%	15%	11%	14%	10%	13%	33%	-22%	12%	12%	1%	-5%
美的	5%	11%	21%	2%	-16%	19%	17%	32%	30%	35%	36%	36%	30%	23%	50%	3%	25%	21%	8%	-1%
海信	0%	-2%	27%	8%	-13%	23%	19%	36%	36%	34%	30%	34%	57%	54%	65%	7%	12%	21%	12%	6%
美菱	-5%	-2%	11%	-18%	-7%	23%	10%	26%	29%	33%	17%	31%	35%	24%	65%	-20%	28%	12%	1%	-6%
> 内销份额同比 (pct)																				
海尔	0.7	0.2	1.1	1.3	1.2	0.2	0.1	-1.0	1.0	1.7	1.0	1.3	-0.5	0.3	0.2	-0.6	-0.3	-0.3	0.4	1.2
美的	0.5	1.2	2.2	0.2	-0.6	-0.1	0.0	0.6	0.0	0.0	0.2	-0.7	-1.1	-2.3	-0.1	-0.1	0.3	0.4	1.3	1.1
海信	-0.3	-0.8	-0.3	0.6	0.4	1.3	0.4	2.6	2.1	1.0	1.2	0.3	1.7	2.4	1.3	0.6	1.0	-0.4	0.6	-0.8
美菱	0.3	-0.1	-0.4	-0.6	-0.1	-0.3	-0.2	-1.3	0.0	-0.2	-0.6	1.0	0.5	0.7	-0.3	-2.0	0.1	-0.2	-0.5	0.3
> 外销份额同比 (pct)																				
海尔	-1.5	0.2	-0.5	-0.4	0.0	0.4	-0.2	0.4	0.4	0.4	0.1	0.1	0.4	0.4	0.4	-1.6	-0.1	0.1	-0.1	0.5
美的	0.6	0.9	1.0	-0.4	-0.5	1.2	0.7	2.8	3.0	2.1	1.8	2.8	2.4	1.4	1.2	-0.2	2.1	0.5	-1.2	-2.2
海信	0.4	-0.3	4.1	0.8	0.0	0.1	0.4	1.2	2.1	0.1	-1.7	0.1	4.3	2.2	0.1	-1.8	-2.4	1.0	0.3	0.7
美菱	-1.4	-0.6	0.8	-2.1	0.8	1.0	-0.2	2.1	1.1	0.9	-0.6	-1.9	-0.5	-1.9	1.0	-1.4	1.2	-0.3	-0.5	-1.4

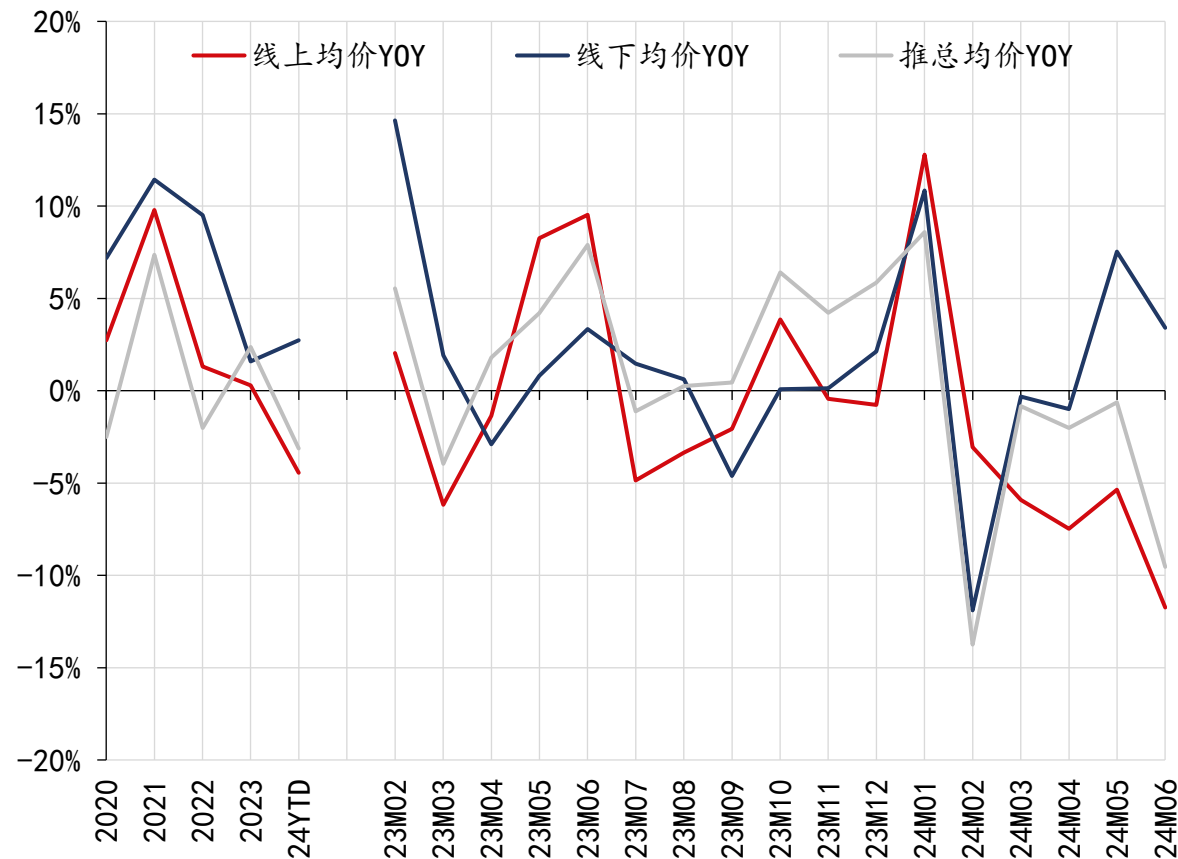
洗衣机6月全渠道零售量稳中有增，线上均价有所波动

- 6月洗衣机上年同期监测基数偏低，当月线上/线下零售量分别同比+17%/+5%，均价分别同比-12%/+3%，全渠道零售量平稳增长，价格有所波动；
- W27至W30（07.01-07.28）逐周，洗衣机线上零售量分别同比+25%/-4%/+15%/+13%，环比趋势向好，全月预计稳健增长。

洗衣机线上/线下零售量增速



洗衣机线上/线下零售均价同比



6月洗衣机小天鹅线下份额延续提升趋势，线上平稳为主

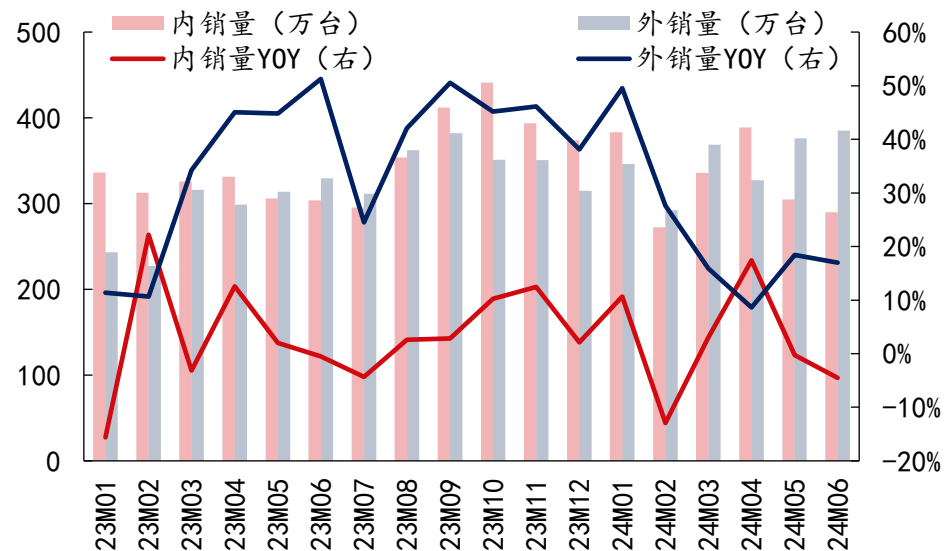
洗衣机分品牌线上/线下零售均价及份额同比变动

渠道	品牌	指标	2020	2021	2022	2023	24YTD	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
线上	海尔	量份额同比(pct)	2.0	1.7	3.0	-1.2	-1.6	2.2	-3.2	-4.7	-1.7	-4.0	-4.2	-5.5	-1.5	0.4	-3.2	-1.2	0.0	-0.8
		均价同比	4%	13%	0%	-3%	-3%	0%	-7%	-5%	-2%	8%	4%	5%	15%	0%	-5%	-7%	-6%	-15%
	美的	量份额同比(pct)	-1.0	-2.5	-1.0	0.3	0.0	-1.0	0.4	-0.8	0.4	-0.1	0.8	0.5	-1.9	1.7	1.8	1.0	0.1	-0.3
		均价同比	3%	6%	-9%	-2%	-13%	12%	-5%	-2%	-7%	1%	-2%	-2%	8%	-8%	-13%	-12%	-22%	-25%
	小天鹅	量份额同比(pct)	1.8	-0.2	3.0	3.3	2.4	5.5	2.3	4.0	-0.4	1.5	1.4	0.1	4.1	-0.6	0.9	-0.1	-0.6	-0.3
		均价同比	1%	13%	0%	1%	-1%	8%	5%	3%	3%	8%	1%	2%	16%	-2%	-1%	-4%	2%	-7%
	松下	量份额同比(pct)	0.4	0.2	0.0	0.2	-0.7	0.0	0.3	0.2	0.9	0.4	0.3	0.1	0.0	-0.5	-0.6	-0.8	-0.7	-0.7
		均价同比	1%	8%	-4%	6%	-12%	25%	-2%	1%	-20%	3%	5%	6%	5%	-6%	-3%	-21%	-16%	-15%
	海信	量份额同比(pct)	0.0	0.0	-1.1	0.1	-0.1	0.1	0.3	1.1	0.5	0.5	0.4	0.5	-0.1	-0.3	-0.1	0.0	0.8	0.0
		均价同比	12%	9%	-9%	-12%	3%	-10%	-15%	-21%	-10%	0%	9%	7%	19%	17%	20%	0%	-13%	-4%
线下	海尔	量份额同比(pct)	3.0	-0.8	3.2	-2.8	0.2	-0.7	1.0	-7.4	-4.4	-3.4	-4.5	-3.2	-3.8	-1.0	-3.7	1.0	2.7	3.7
		均价同比	4%	17%	4%	5%	7%	5%	7%	8%	6%	2%	7%	7%	15%	-12%	-1%	2%	13%	7%
	美的	量份额同比(pct)	-0.6	-1.0	-4.9	-2.3	-0.9	-1.9	-1.2	-0.8	-2.2	-0.8	-0.9	-0.4	-1.2	0.0	-0.6	-0.4	-1.4	-1.2
		均价同比	4%	0%	17%	-2%	-10%	5%	-5%	-10%	-16%	-21%	-19%	-19%	-14%	-16%	-7%	-12%	-8%	-1%
	小天鹅	量份额同比(pct)	-0.8	0.7	1.7	4.7	5.3	0.7	1.9	6.0	12.6	4.8	7.9	5.3	9.1	4.5	6.1	3.7	3.6	3.6
		均价同比	-2%	4%	12%	-8%	5%	-8%	-11%	-16%	-22%	-5%	-4%	-2%	5%	-8%	2%	4%	12%	7%
	松下	量份额同比(pct)	-0.2	1.1	1.2	0.3	-0.1	0.3	-0.4	0.8	-1.6	-0.2	-0.4	-0.2	0.0	0.3	-0.2	-0.7	0.1	-0.2
		均价同比	14%	1%	3%	3%	4%	6%	0%	1%	3%	3%	2%	2%	4%	-8%	0%	2%	8%	6%
	海信	量份额同比(pct)	0.2	1.1	0.8	0.4	-0.2	0.5	0.4	1.1	0.6	0.5	0.3	-0.2	-0.8	0.4	0.6	0.3	-0.5	-0.7
		均价同比	11%	14%	9%	3%	8%	-2%	-3%	-4%	-2%	5%	5%	13%	17%	1%	1%	5%	10%	12%

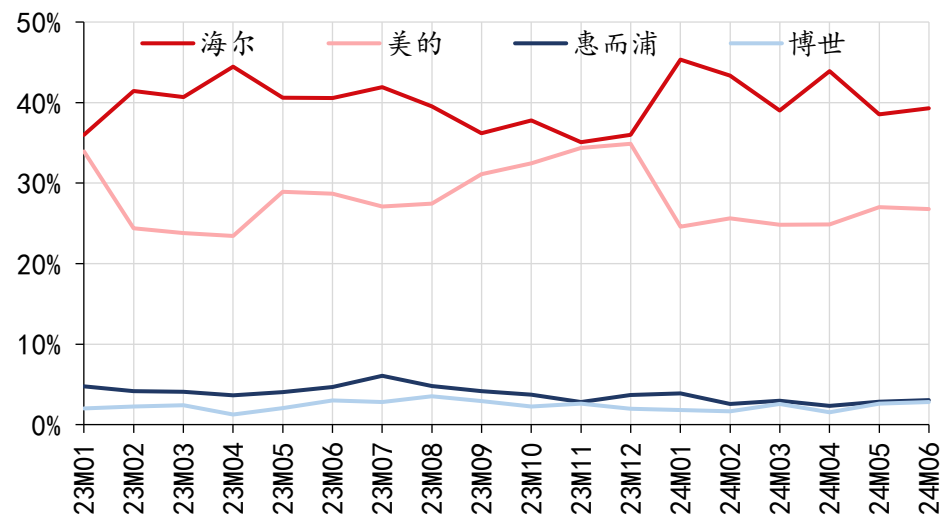
数据来源：奥维云网，国联证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

洗衣机6月内/外销出货量分别-5%/+17%，外销增势延续，龙头份额小幅波动

洗衣机内外销出货规模及增速



洗衣机内销出货量份额走势

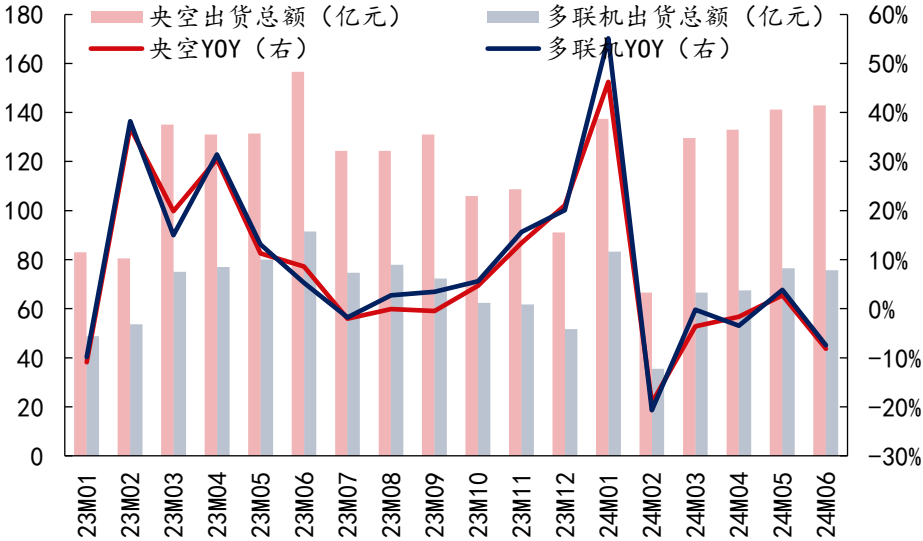


主要洗衣机公司出货量增速及内外销份额同比变动

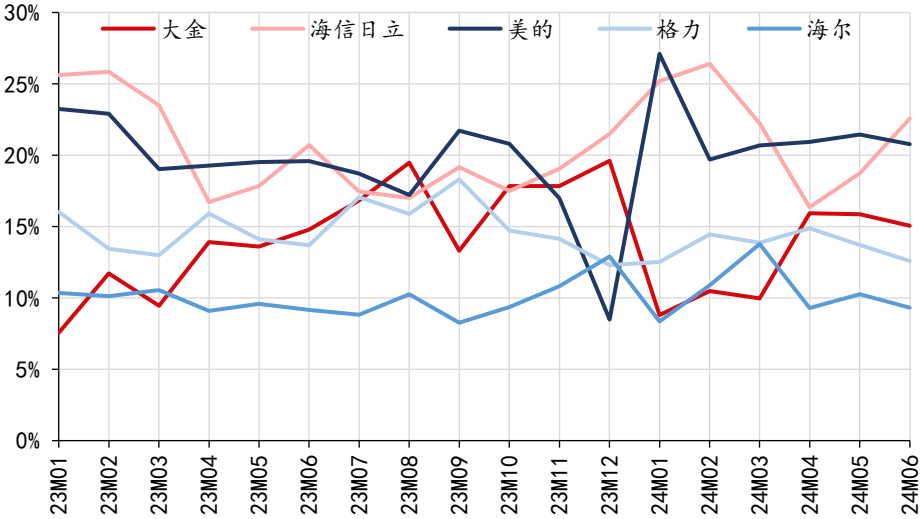
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	24YTD	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
> 总销量增速																				
海尔	7%	21%	-1%	12%	-1%	6%	3%	3%	-4%	5%	6%	22%	12%	4%	13%	-11%	4%	15%	-2%	-4%
美的	6%	6%	-4%	6%	-9%	10%	15%	28%	9%	13%	18%	11%	18%	8%	50%	6%	18%	21%	-4%	-9%
惠而浦	-9%	12%	-2%	8%	-24%	18%	-28%	9%	11%	30%	39%	36%	2%	20%	-35%	-4%	-17%	-36%	-9%	-31%
博世	3%	-18%	-11%	4%	-24%	0%	11%	14%	6%	6%	5%	-10%	15%	93%	29%	-9%	10%	28%	18%	1%
> 内销份额同比 (pct)																				
海尔	1.1	1.7	0.4	-0.1	3.8	-0.2	-0.6	-2.5	-0.4	-1.1	-1.4	2.5	-2.1	-3.3	-0.9	1.9	-1.7	-0.6	-2.0	-1.3
美的	1.3	-0.3	-1.1	-0.4	0.4	-0.9	0.0	0.8	-1.1	-0.7	-0.2	-1.5	2.1	-0.1	-0.3	1.2	1.1	1.5	-1.9	-1.9
惠而浦	-1.0	0.5	0.0	-0.4	-1.2	0.1	-1.5	0.0	0.5	0.5	0.2	0.0	-1.4	0.1	-0.8	-1.6	-1.1	-1.3	-1.2	-1.6
博世	-0.2	-1.2	-0.2	-0.1	-0.5	-0.4	0.1	-0.2	-0.3	-0.2	-0.2	-1.0	-0.2	0.9	0.6	-0.6	0.1	0.3	0.6	-0.2
> 外销份额同比 (pct)																				
海尔		0.7	4.5	0.4	-3.9	-2.7		-2.0	-5.4	-5.0	-5.2	-1.5	-2.1	-0.8	-1.4	-8.6	-0.1	0.7	-2.8	-2.8
美的		0.7	1.0	-0.9	-1.4	1.6		6.0	2.1	-1.9	0.1	-2.4	-4.1	-1.5	-0.2	0.4	2.8	1.7	-3.7	-4.9
惠而浦		0.0	0.9	-0.3	0.1	-1.3		-0.2	-0.1	0.3	1.1	0.9	-0.2	0.0	-0.9	0.8	-0.8	-2.4	0.1	-1.0
博世		-0.3	0.1	-0.2	0.1	-0.1		0.5	0.4	0.0	-0.1	0.2	0.2	0.3	0.7	0.5	0.0	0.0	-0.2	0.1

央空/多联机6月出货额分别-8%/-7%，美的/海信份额升势延续

央空及多联机出货规模及增速



多联机内销份额走势



主要央空公司出货量增速及内外销份额同比变动

	2021	2022	2023	24YTD	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
> 央空出货总额增速																	
大金		-1%	4%	2%	-8%	-11%	-2%	-17%	-6%	6%	15%	4%	-41%	5%	4%	6%	-10%
海信日立		6%	13%	1%	14%	7%	13%	2%	4%	16%	31%	13%	-21%	-4%	-3%	9%	-3%
美的		7%	18%	7%	33%	-7%	4%	2%	20%	39%	15%	18%	-12%	6%	2%	10%	1%
格力		1%	10%	-4%	9%	8%	14%	5%	9%	20%	24%	10%	-14%	3%	-2%	7%	-13%
海尔		11%	22%	7%	10%	14%	9%	22%	12%	30%	53%	22%	-9%	25%	4%	9%	3%
> 央空出货份额同比 (pct)																	
大金		-0.5	-0.6	0.2	-1.6	-1.1	-0.4	-1.4	-0.9	-0.5	-0.5	-0.6	-2.3	0.5	0.5	0.3	-0.1
海信日立		0.1	0.2	0.3	0.6	0.9	1.1	0.3	-0.1	0.5	0.9	0.2	-0.4	0.0	-0.2	0.7	0.8
美的		0.4	1.1	1.6	3.4	-1.1	0.4	0.6	1.7	1.7	-0.6	1.1	1.9	1.9	0.7	1.3	1.9
格力		-0.4	-0.2	-0.3	0.0	1.4	1.6	0.8	-0.6	0.3	0.2	-0.2	0.8	0.8	-0.1	0.4	-0.6
海尔		0.5	0.8	0.7	0.1	1.1	0.7	1.4	0.3	1.1	2.1	0.8	1.2	2.7	0.5	0.5	1.1
> 多联机内销份额同比 (pct)																	
大金		-0.4	-0.8	-0.7	0.5	-2.1	-1.5	-0.6	-2.3	-1.2	-0.5	-0.7	-0.7	-3.3	0.4	1.5	0.6
海信日立		-0.2	0.1	0.7	1.1	1.5	0.8	1.1	-0.1	0.5	0.8	2.7	0.7	2.4	0.0	0.7	1.0
美的		2.1	0.2	1.1	0.7	5.3	-1.1	-0.5	0.8	1.1	3.1	-2.2	1.1	-0.9	0.8	-0.5	1.3
格力		-1.5	-0.1	-0.2	-0.9	0.1	2.0	1.4	0.1	-1.6	-0.3	-0.5	-0.2	0.5	0.7	-0.7	-0.1
海尔		1.3	0.0	0.9	0.4	0.1	0.9	0.3	1.6	1.0	0.9	3.8	0.9	1.0	3.2	0.6	0.4

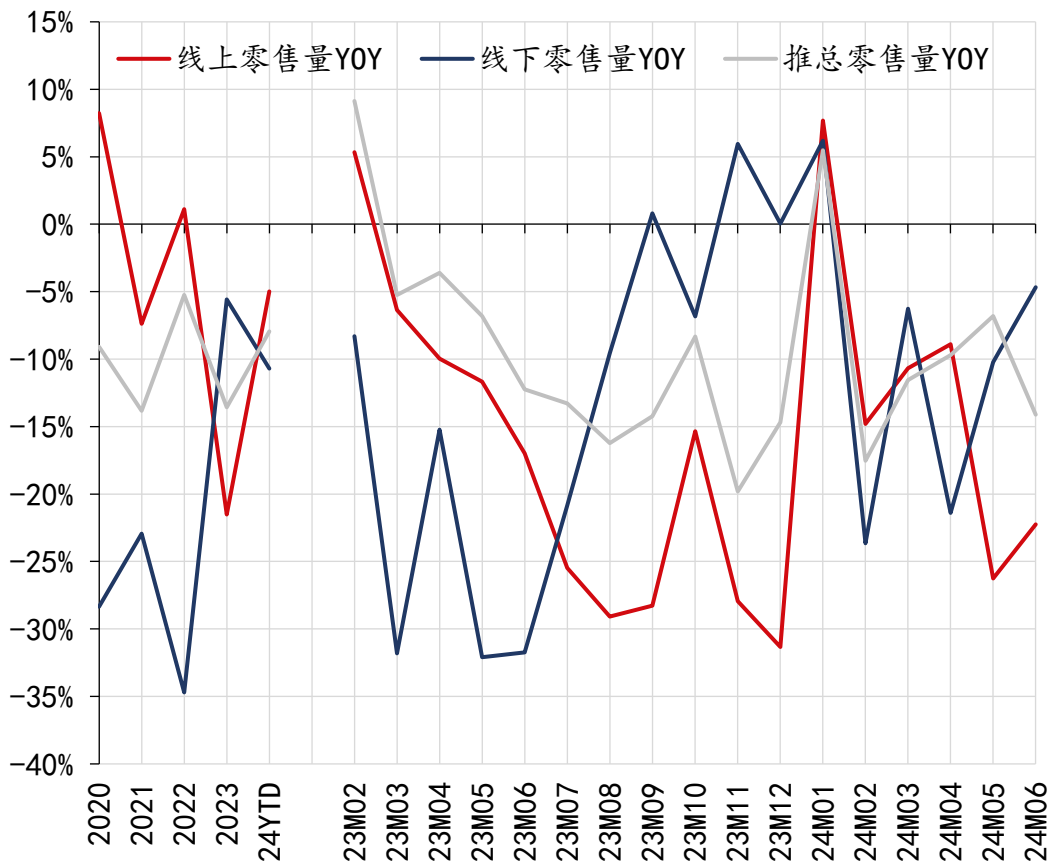
数据来源：产业在线，国联证券研究所



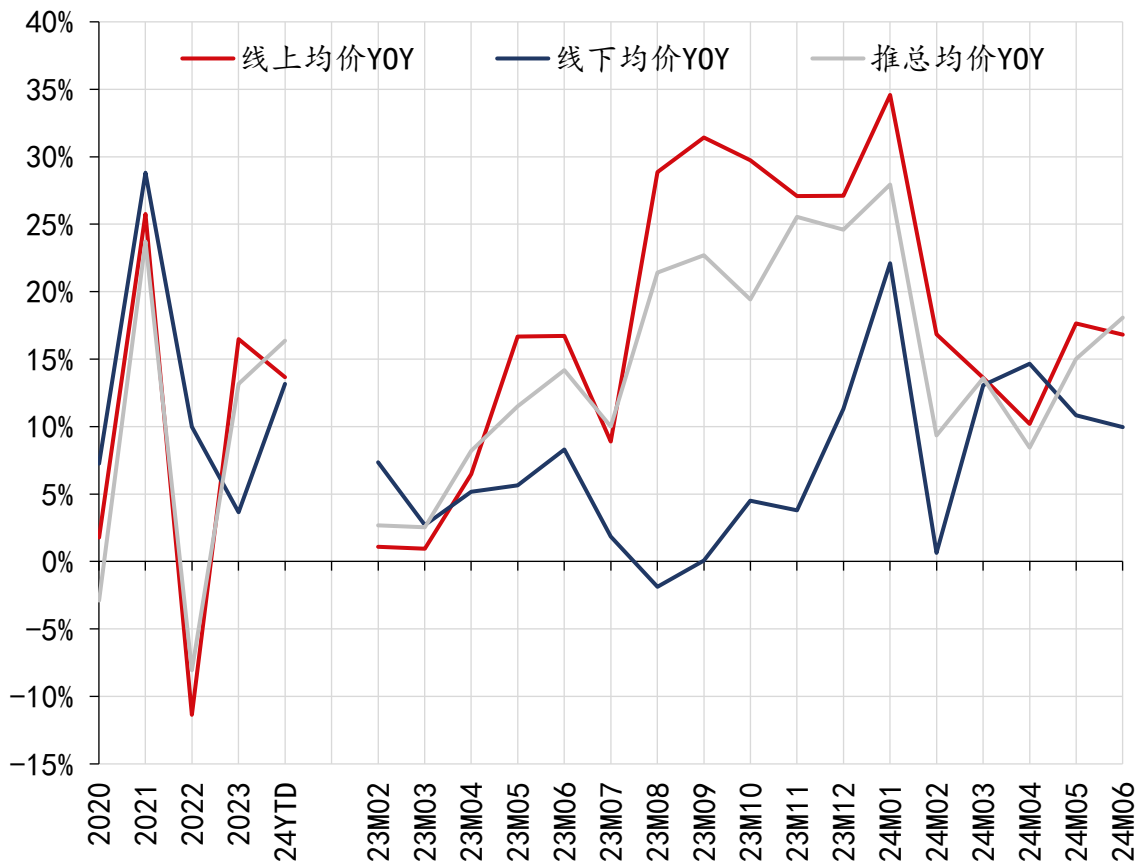
彩电6月零售量仍有波动，双线均价同比保持双位数提升

- 6月彩电线上/线下零售量分别同比-22%/-5%，均价分别同比+17%/+10%，规模仍有压力，均价延续双位数稳健提升；
- W27至W30（07.01-07.28）逐周，彩电线上零售量分别同比-14%/-12%/-3%/+2%，量增仍然偏弱，均价升势延续。

彩电线上/线下零售量增速



彩电线上/线下零售均价同比



数据来源：奥维云网，国联证券研究所（注：奥维线下监测口径较窄且调整较多，谨慎参考；2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

6月彩电性价比品牌份额升势延续，TCL系同比提升明显

彩电分品牌线上/线下零售均价及份额同比变动

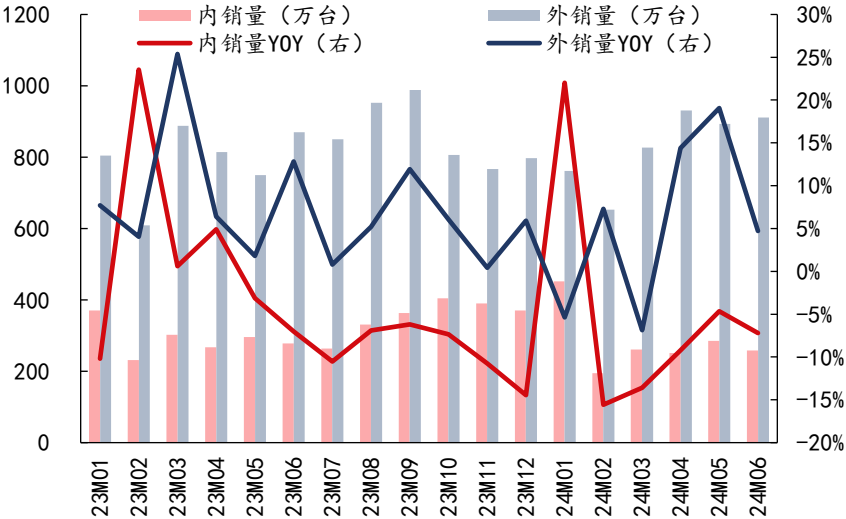
渠道	品牌	指标	2020	2021	2022	2023	24YTD	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
线上	海信	量份额同比 (pct)	0.5	0.9	1.8	1.4	-2.7	3.9	0.8	0.4	1.3	1.8	1.0	-0.8	0.5	-3.5	0.1	-3.3	-2.5	-3.1
		均价同比	2%	32%	-9%	18%	18%	10%	9%	43%	41%	23%	31%	28%	30%	27%	12%	15%	18%	21%
	Vidda	量份额同比 (pct)	1.4	1.7	3.9	1.4	0.4	1.6	2.2	1.5	0.8	0.4	0.2	-0.5	0.0	2.9	1.2	2.1	1.0	0.5
		均价同比	-10%	19%	-12%	22%	14%	33%	10%	23%	24%	42%	32%	32%	33%	13%	12%	6%	14%	18%
	小米	量份额同比 (pct)	-6.6	-1.6	-1.7	0.3	-7.0	3.7	7.4	0.9	0.0	-2.4	0.3	-4.0	-5.0	-0.3	-0.9	-6.6	-10.3	-9.6
		均价同比	3%	25%	-23%	9%	52%	-1%	-1%	10%	23%	46%	44%	44%	52%	37%	28%	49%	82%	77%
	红米	量份额同比 (pct)	1.9	4.4	-0.8	0.1	4.5	-0.8	-2.7	1.2	1.6	2.9	0.5	2.3	2.3	2.8	2.2	8.9	7.5	4.5
		均价同比	-33%	3%	-10%	-5%	2%	-11%	22%	2%	9%	-11%	-17%	2%	12%	6%	4%	-10%	-15%	-4%
	创维	量份额同比 (pct)	-0.2	-0.5	0.3	0.4	0.3	0.1	-0.5	-1.1	0.0	0.0	0.8	1.2	2.5	-1.9	-2.8	-2.9	1.1	2.3
		均价同比	-3%	33%	-14%	17%	27%	18%	11%	40%	27%	40%	33%	30%	38%	31%	25%	23%	18%	30%
	TCL	量份额同比 (pct)	1.3	0.0	0.8	0.2	-0.3	-0.8	-3.3	-0.2	0.2	-1.1	-0.5	1.1	-1.0	-1.4	0.3	-0.4	1.2	-1.1
		均价同比	8%	23%	11%	29%	1%	44%	35%	40%	36%	43%	27%	21%	40%	21%	6%	4%	3%	-7%
	雷鸟	量份额同比 (pct)	0.3	0.2	2.1	1.6	2.8	1.9	1.4	2.0	0.3	0.6	0.0	0.5	1.1	2.4	1.4	3.6	5.6	3.7
		均价同比	30%	25%	-44%	0%	12%	-13%	4%	22%	24%	24%	23%	31%	25%	36%	16%	11%	12%	5%
	长虹	量份额同比 (pct)	1.2	-0.4	-0.3	-1.1	-0.2	-1.6	-0.4	-0.7	-1.0	-0.7	-1.7	-2.0	-1.1	-4.0	-2.5	-1.1	-1.4	0.9
		均价同比	-5%	23%	-17%	21%	24%	21%	24%	36%	47%	33%	35%	41%	68%	49%	28%	13%	5%	16%
线下	海信	量份额同比 (pct)	1.4	3.6	1.1	2.1	0.7	3.9	1.9	1.7	4.5	1.6	1.7	-0.4	0.9	-1.8	1.7	1.8	0.2	0.4
		均价同比	6%	25%	14%	5%	13%	6%	4%	5%	-1%	8%	5%	17%	23%	5%	13%	14%	10%	8%
	Vidda	量份额同比 (pct)				0.2	0.5										0.6	0.3		0.5
		均价同比				52%	33%										94%	16%		66%
	创维	量份额同比 (pct)	0.6	-0.1	2.6	1.6	-0.4	-0.9	-1.3	1.1	3.3	0.5	2.5	1.9	1.9	-0.9	-2.0	-1.9	-0.2	-0.3
		均价同比	8%	29%	-2%	2%	14%	8%	-2%	-7%	-9%	8%	6%	18%	23%	0%	12%	22%	13%	10%
	TCL	量份额同比 (pct)	7.2	-0.5	-1.3	-0.5	0.8	-0.9	2.6	-0.4	-2.3	-1.3	-0.7	-1.5	-0.7	-0.4	0.8	1.2	2.1	1.7
		均价同比	-11%	28%	19%	14%	21%	15%	4%	6%	18%	19%	22%	22%	39%	6%	18%	15%	17%	17%
	雷鸟	量份额同比 (pct)				0.3	0.6	0.02	-0.1	0.8	0.2	0.4	0.7	1.8	0.8	0.7	0.5	0.4	0.4	0.4
		均价同比				-23%	25%	-47%	-72%	-73%	-69%	1%	-2%	44%	25%	12%	-6%	73%	20%	16%
	长虹	量份额同比 (pct)	-3.7	-0.3	0.6	1.0	-0.4	-0.5	0.4	-0.1	0.5	1.6	0.6	-1.0	-0.7	1.1	-0.8	-0.4	-0.4	-0.5
		均价同比	-12%	24%	5%	3%	26%	5%	1%	7%	6%	6%	15%	26%	41%	20%	33%	24%	16%	15%

数据来源：奥维云网，国联证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

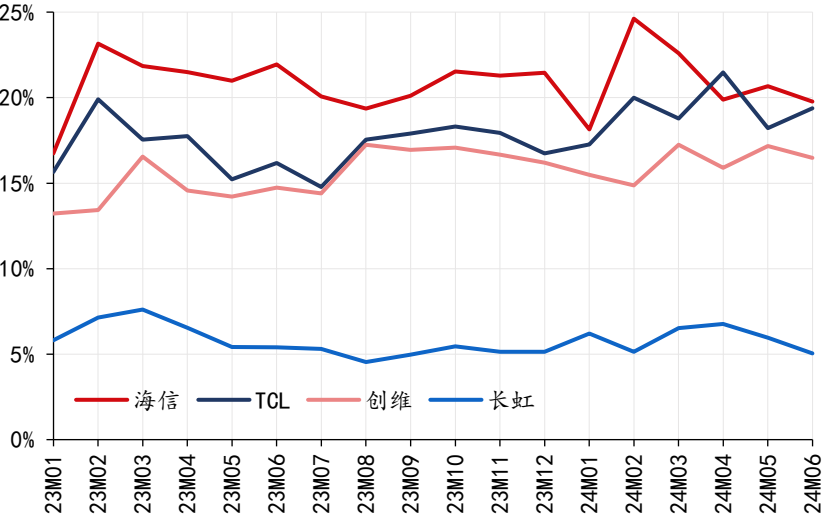


LCDTV 6月内/外销出货量分别-7%/+5%，TCL内销份额持续提升

LCD TV内外销出货规模及增速



LCD TV内销出货量份额走势



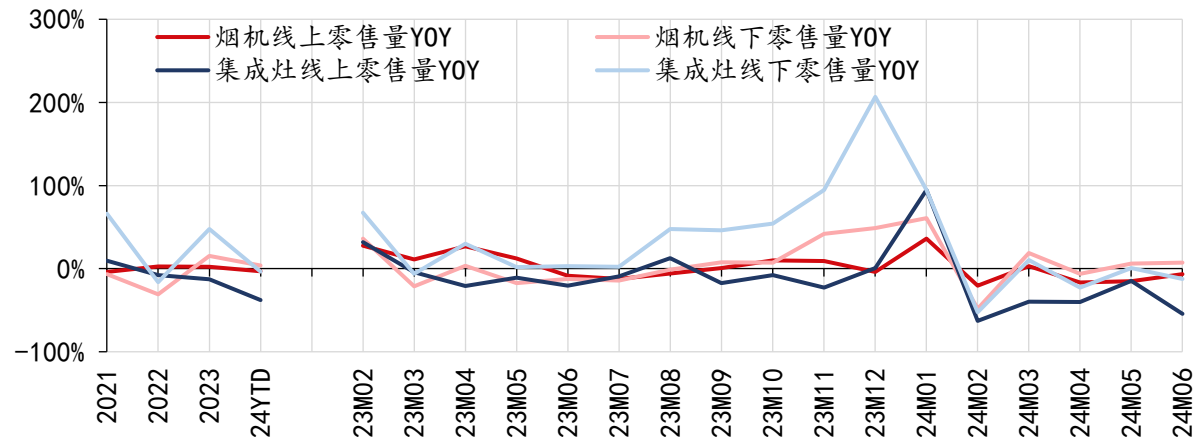
数据来源：产业在线，国联证券研究所

主要电视出货公司出货量增速及内外销份额同比变动

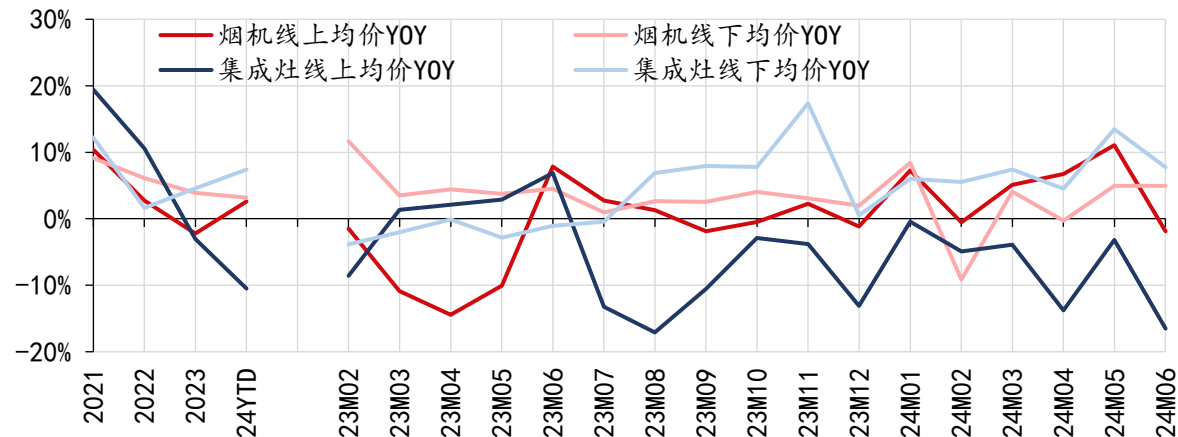
	2016	2017	2018	2019	2020	2023	24YTD	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
> 总销量增速																				
海信	7%	2%	5%	6%	13%	9%	2%	17%	6%	-10%	5%	0%	6%	-10%	17%	-8%	-2%	2%	-11%	14%
TCL	9%	13%	19%	15%	17%	5%	5%	7%	2%	6%	9%	2%	2%	11%	4%	3%	0%	4%	16%	4%
创维	8%	-5%	-11%	-8%	-4%	7%	7%	7%	5%	11%	5%	8%	4%	1%	26%	2%	-4%	2%	18%	1%
长虹		-2%	-3%	2%	14%	3%	7%	9%	-5%	0%	-5%	3%	-11%	-4%	5%	-5%	-10%	13%	14%	8%
> 内销份额同比 (pct)																				
海信	-2.4	0.5	-0.6	-0.1	-1.1	1.7	-0.1	1.3	1.3	-0.6	-0.3	1.8	1.1	3.0	1.4	1.5	0.8	-0.9	0.0	-2.2
TCL	-1.6	-1.2	0.4	0.9	0.7	2.2	1.8	1.7	1.1	1.8	1.9	0.7	2.6	1.7	1.6	0.1	1.2	2.7	2.5	3.2
创维	-2.4	-1.9	0.7	-0.2	-0.7	1.8	1.3	1.0	2.4	2.7	1.2	2.4	2.9	1.9	2.3	1.5	0.7	0.0	2.5	1.7
长虹		0.3	-0.8	-1.1	-0.6	-0.9	-0.2	-0.8	-0.8	-1.2	-2.0	-0.4	-1.5	-0.6	0.4	-2.0	-1.1	0.4	0.6	-0.4
> 外销份额同比 (pct)																				
海信	1.3	0.5	-0.4	1.3	3.1	0.7	-0.2	1.7	1.5	-2.7	-0.2	-1.2	2.1	-3.9	0.4	-3.2	1.8	-1.4	-5.2	3.5
TCL	1.2	4.3	1.3	3.8	3.9	-0.8	-0.1	-1.2	0.4	0.1	-0.4	-0.4	0.2	2.2	-1.0	0.3	2.0	-2.3	-0.3	-0.4
创维	1.6	0.8	-3.3	-0.9	0.4	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	-0.3	0.2	0.3	0.3	0.4	0.2	0.3	-0.2
长虹		-0.1	-0.4	0.9	1.5	0.4	0.4	0.3	0.1	0.3	-0.1	0.3	0.0	0.0	0.3	0.2	0.3	0.3	-0.1	0.5

烟机/集成灶6月线上零售量分别-7%/-54%，线下零售量分别+7%/-12%，整体偏弱

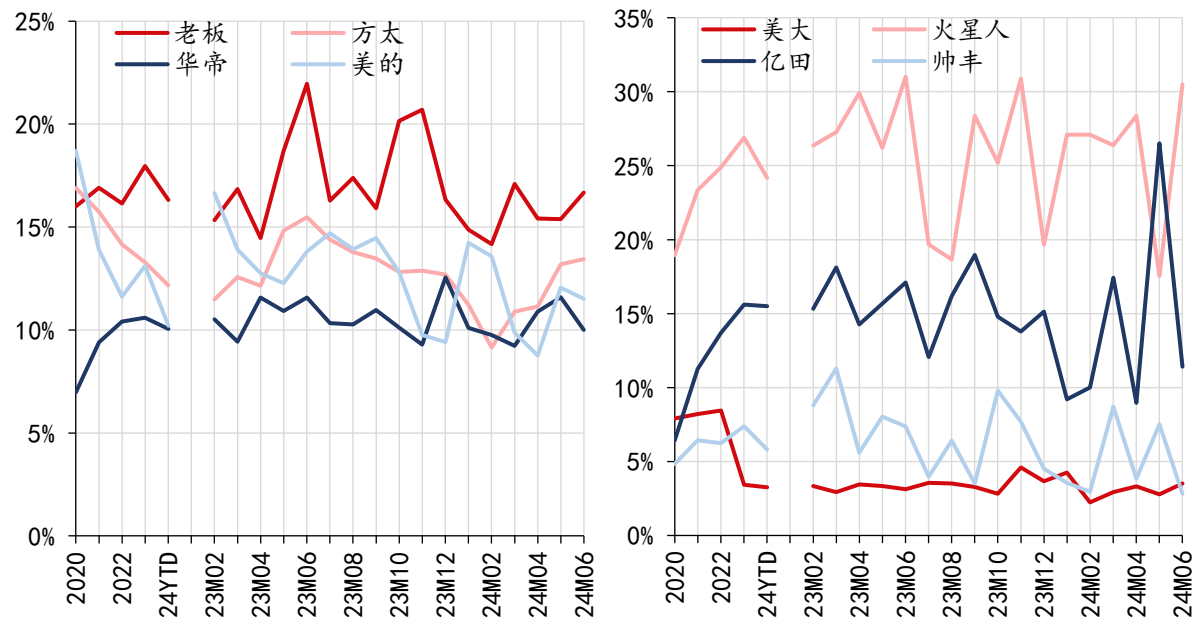
烟机及集成灶线上/线下零售量增速



烟机及集成灶线上/线下零售均价同比



烟机/集成灶主要品牌线上零售份额走势



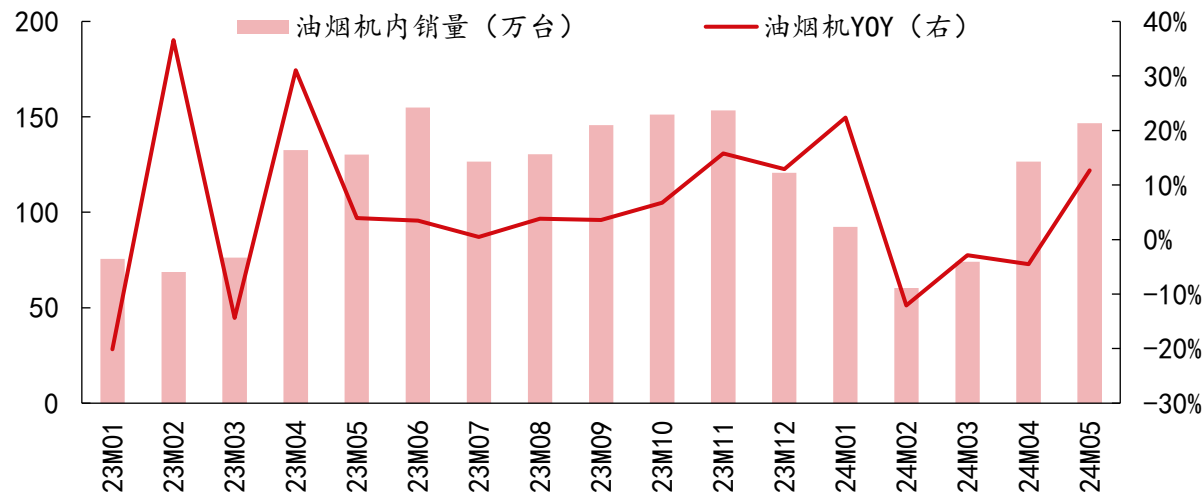
烟机/集成灶主要品牌线上零售量增速及均价同比

品类	品牌	指标	2022	2023	24YTD	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05	24M06
烟机	老板	线上零售量YOY	-2%	12%	2%	54%	-21%	22%	-2%	-15%	-19%
		线上零售均价YOY	3%	-1%	-6%	1%	-7%	-10%	-6%	-11%	-10%
	方太	线上零售量YOY	-4%	-3%	-14%	37%	-32%	-6%	-17%	-19%	-31%
		线上零售均价YOY	-1%	-3%	-2%	2%	-7%	-1%	-5%	-2%	0%
	华帝	线上零售量YOY	24%	1%	-4%	32%	-27%	0%	-16%	4%	-7%
		线上零售均价YOY	-6%	1%	1%	7%	1%	6%	9%	1%	-4%
集成灶	美的	线上零售量YOY	-12%	13%	-20%	-1%	-44%	-34%	-28%	3%	-25%
		线上零售均价YOY	0%	0%	5%	28%	16%	19%	-8%	-3%	13%
	美大	线上零售量YOY	13%	-70%	-41%	53%	-77%	-54%	-44%	-22%	-53%
		线上零售均价YOY	-8%	13%	-7%	0%	2%	26%	-15%	-21%	-15%
	火星入	线上零售量YOY	4%	-15%	-44%	102%	-71%	-50%	-46%	-27%	-54%
		线上零售均价YOY	5%	7%	-3%	9%	26%	12%	-4%	-10%	-8%
集成灶	亿田	线上零售量YOY	21%	-8%	-47%	101%	-80%	-45%	-60%	40%	-74%
		线上零售均价YOY	3%	4%	-5%	12%	16%	2%	-17%	-4%	-10%
集成灶	帅丰	线上零售量YOY	-5%	-5%	-60%	314%	-87%	-46%	-67%	-35%	-85%
		线上零售均价YOY	4%	5%	-10%	8%	-9%	-17%	-2%	1%	-19%

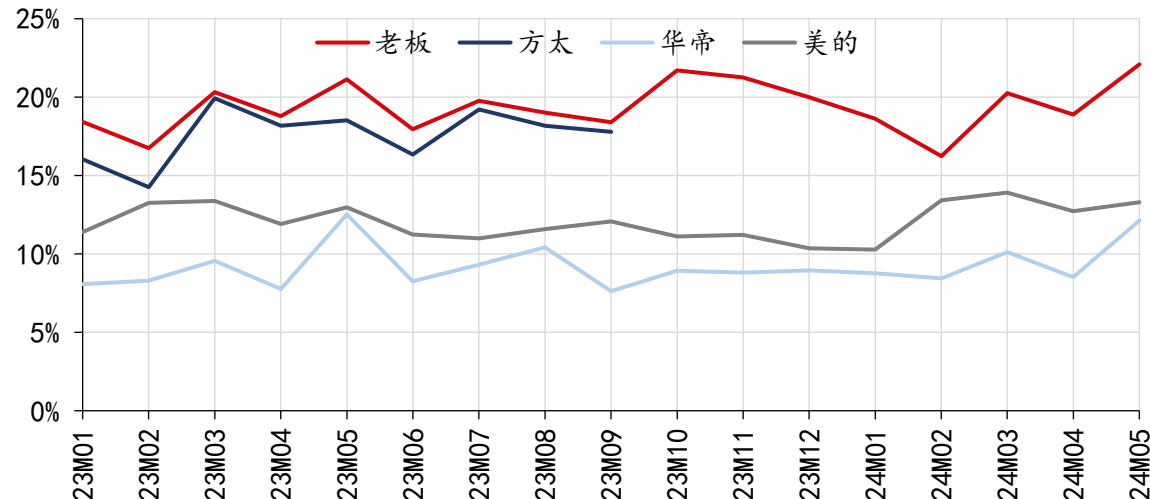
数据来源：奥维云网，国联证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

烟机5月内销出货量+13%，5月老板内销份额同比+1.0pct

烟机/集成灶内销出货规模及增速



烟机主要公司内销出货量份额走势



烟机主要公司内销出货量增速及份额同比变动

> 内销出货量同比

	2020	2021	2022	2023	24YTD	23M01	23M02	23M03	23M04	23M05	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05
老板	4%	5%	-10%	9%	5%	-20%	51%	-13%	33%	5%	3%	3%	2%	-2%	19%	26%	22%	9%	-15%	-3%	-4%	18%
方太	4%	7%	-10%			-18%	38%	-14%	32%	6%	6%	10%	6%	4%								
华帝	-12%	-2%	-13%	8%	8%	-18%	36%	-10%	4%	13%	4%	8%	14%	-7%	13%	27%	17%	8%	-11%	3%	5%	9%
美的	-3%	-4%	-13%	14%	5%	-9%	57%	-6%	42%	8%	18%	4%	14%	17%	9%	14%	24%	14%	-11%	1%	2%	15%

> 内销份额同比 (pct)

	2020	2021	2022	2023	24YTD	23M01	23M02	23M03	23M04	23M05	23M06	23M07	23M08	23M09	23M10	23M11	23M12	24M01	24M02	24M03	24M04	24M05
老板	1.6	0.9	1.2	0.5	0.3	0.1	1.6	0.2	0.3	0.1	-0.2	0.5	-0.3	-1.0	2.3	1.7	1.5	0.5	-0.5	-0.1	0.1	1.0
方太	1.5	1.1	1.1			0.4	0.1	0.1	0.1	0.4	0.4	1.7	0.3	0.2								
华帝	-0.6	-0.2	0.3	0.2	0.4	0.2	-0.1	0.5	-2.0	1.0	0.0	0.7	1.0	-0.8	0.5	0.8	0.3	0.2	0.1	0.6	0.8	-0.4
美的	0.4	-0.4	0.3	0.8	0.2	1.3	1.7	1.1	0.9	0.5	1.3	0.3	1.0	1.3	0.2	-0.2	0.9	0.8	0.2	0.5	0.8	0.3

6月厨房小家电线上环比有所走弱，品类间仍有分化

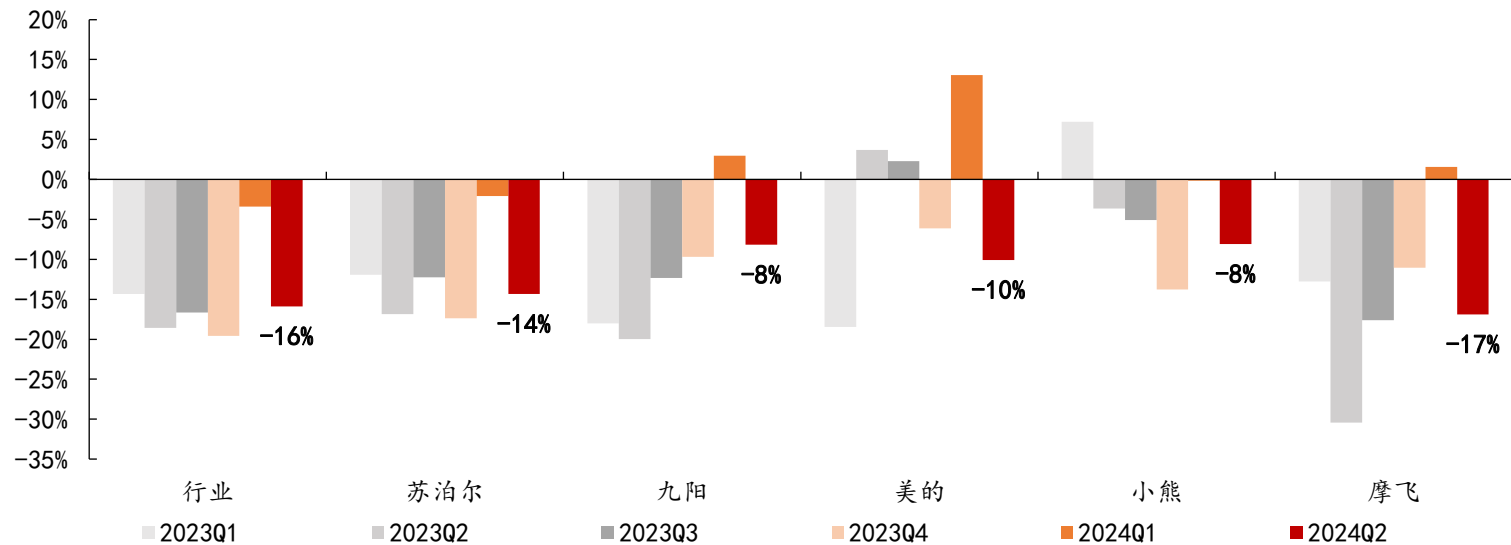
厨小分品类双线销额同比增速

指标	品类	Jan-23	Feb-23	Mar-23	Apr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Aug-23	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dec-23	24M1-M2	Mar-24	Apr-24	May-24	Jun-24
线下零售额 YOY	电饭煲	-11%	-2%	-6%	18%	-10%	-12%	-4%	4%	7%	5%	22%	7%	-7%	11%	-20%	-5%	-3%
	电磁炉	-12%	-25%	-32%	-14%	-16%	-18%	-6%	0%	1%	-6%	-3%	-16%	-24%	-4%	-21%	-22%	-13%
	电压力锅	-13%	-8%	-8%	10%	-8%	-12%	-5%	0%	5%	5%	23%	10%	-6%	4%	-19%	-15%	-6%
	豆浆机	-33%	-39%	-36%	13%	22%	29%	29%	35%	48%	60%	54%	36%	-2%	58%	-1%	29%	8%
	榨汁机	-22%	-3%	-30%	-33%	-40%	-24%	-24%	-13%	-21%	7%	2%	-7%	-32%	-18%	-9%	-25%	-16%
	电水壶	-9%	-10%	-9%	0%	-5%	-12%	-5%	0%	-5%	-4%	8%	-19%	-17%	3%	-16%	-14%	-5%
	养生壶	9%	-6%	0%	-4%	-1%	-12%	-3%	-1%	-2%	7%	21%	-30%	-17%	-1%	-20%	-26%	-14%
	破壁机	-21%	-11%	-29%	-12%	-25%	-23%	-19%	-11%	-16%	-11%	6%	9%	-26%	3%	-26%	-23%	-17%
	电炖锅	-16%	-9%	-14%	-10%	-10%	-18%	-10%	-12%	-14%	-9%	9%	0%	-19%	-1%	-22%	-24%	-11%
	搅拌机	-14%	-12%	-1%	-18%	-28%	-22%	-5%	-12%	-12%	13%	1%	1%	-26%	-15%	-7%	-13%	-10%
	煎烤机	-29%	-1%	-15%	-11%	-16%	-16%	-10%	-15%	-7%	-4%	7%	5%	-8%	-2%	-16%	-10%	-9%
	电蒸锅	80%	72%	81%	77%	68%	24%	58%	30%	64%	55%	18%	81%	71%	51%	6%	0%	25%
	空气炸锅	77%	9%	-1%	-33%	-38%	-36%	-37%	-51%	-39%	-32%	-20%	-40%	-42%	-33%	-48%	-42%	-39%
指标	品类	Jan-23	Feb-23	Mar-23	Apr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Aug-23	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dec-23	24M1-M2	Mar-24	Apr-24	May-24	Jun-24
线上零售额 YOY	电饭煲	-21%	13%	-7%	2%	-12%	-3%	-11%	-8%	-12%	2%	-15%	-15%	3%	11%	3%	-10%	-19%
	电磁炉	-24%	-13%	-14%	-17%	-16%	-8%	-8%	-13%	-7%	0%	-29%	-30%	-7%	4%	11%	-12%	-18%
	电压力锅	-25%	11%	-7%	5%	-13%	-1%	-2%	-4%	-7%	-3%	-22%	-29%	-5%	-1%	7%	-4%	-16%
	豆浆机	-30%	8%	-1%	-21%	7%	11%	4%	8%	12%	49%	20%	45%	24%	42%	57%	17%	-10%
	榨汁机	-18%	10%	-8%	-16%	-11%	-19%	-24%	-21%	-12%	0%	-18%	-22%	-16%	-3%	10%	22%	5%
	电水壶	-20%	4%	1%	4%	-6%	2%	-7%	-7%	-14%	-5%	-17%	-27%	-11%	0%	0%	-5%	-16%
	养生壶	-3%	17%	9%	1%	-8%	-10%	-11%	-4%	-6%	0%	-12%	-30%	-12%	11%	33%	31%	23%
	破壁机	-25%	9%	-7%	-19%	-17%	-25%	-23%	-20%	-21%	0%	-31%	-21%	-14%	-13%	-8%	-2%	-23%
	电炖锅	-28%	2%	-10%	-19%	-19%	-22%	-23%	-20%	-14%	-2%	-16%	-4%	-2%	21%	23%	19%	20%
	搅拌机	-34%	-8%	-8%	-28%	-36%	-33%	-32%	-30%	-27%	-17%	-32%	-23%	-16%	-6%	-5%	7%	0%
	煎烤机	-33%	2%	-5%	-11%	-15%	-1%	-8%	-6%	-5%	9%	-21%	-14%	24%	21%	3%	-10%	-23%
	电蒸锅	-14%	20%	36%	17%	6%	20%	9%	14%	7%	18%	-12%	8%	-1%	24%	3%	3%	-14%
	空气炸锅	-40%	-29%	-56%	-54%	-63%	-58%	-55%	-55%	-54%	-35%	-62%	-53%	-36%	-22%	-34%	-26%	-37%

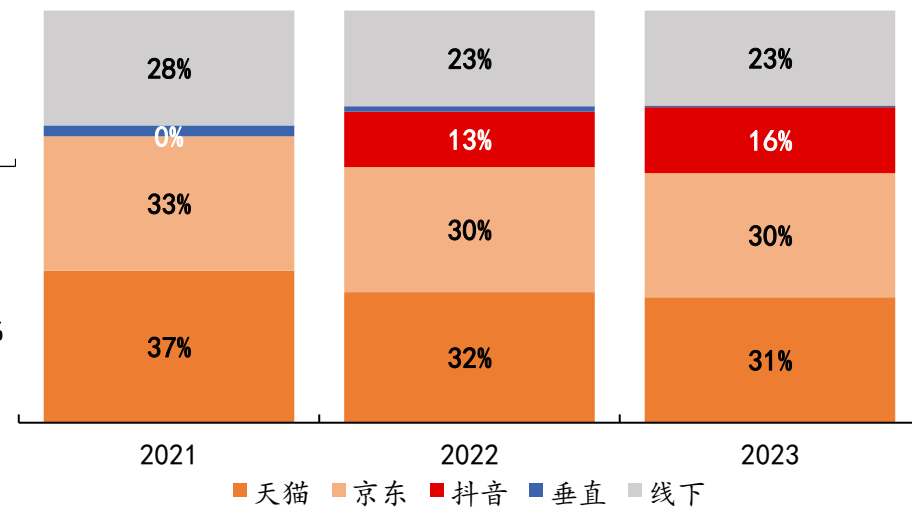
数据来源：奥维云网，国联证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

6月小家电零售端降幅扩大，品类间表现分化

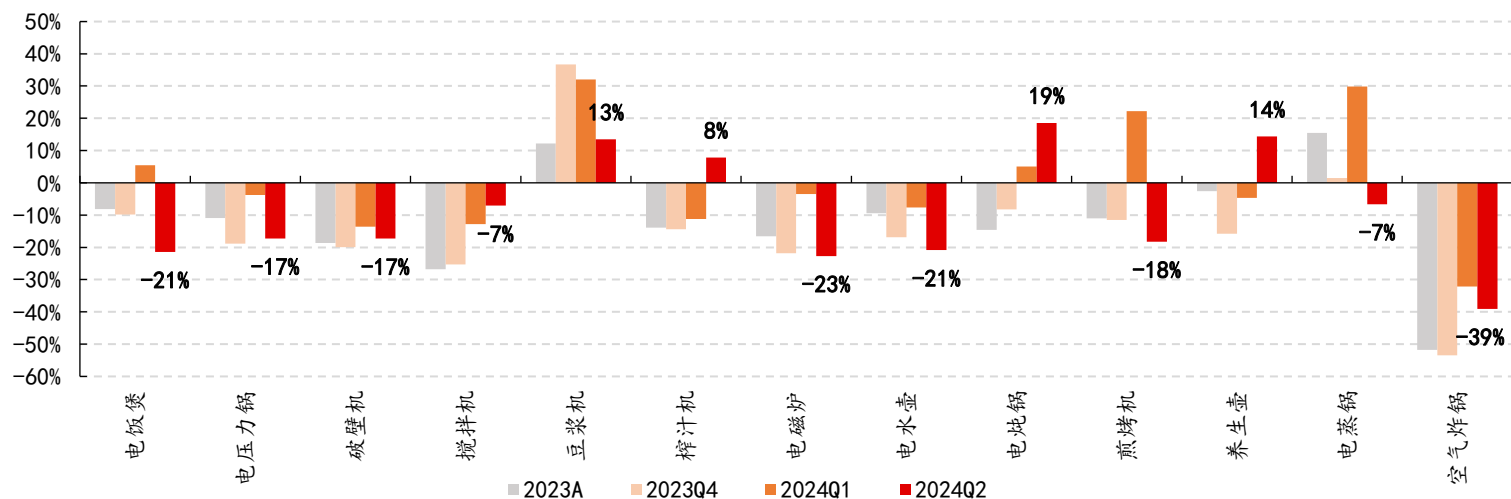
Q2主要品牌销额降幅环比Q1有所扩大



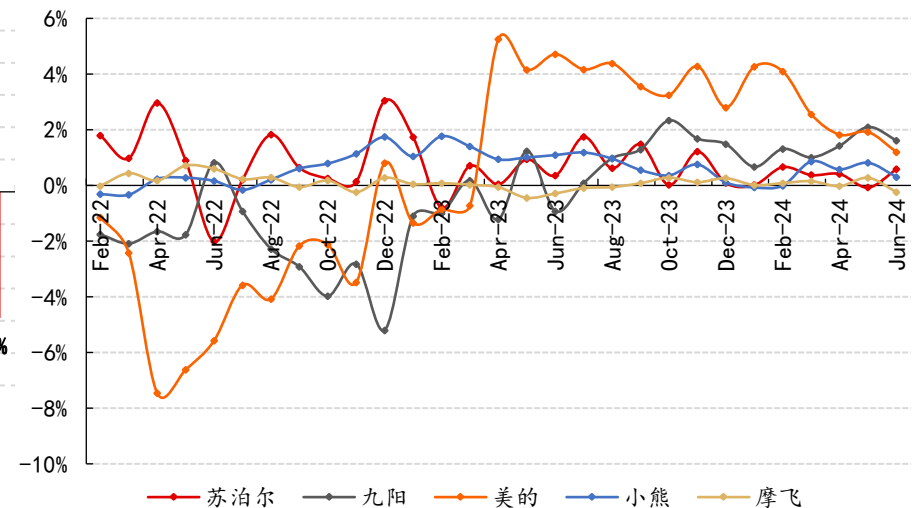
近两年小家电新渠道占比快速提升



Q1多数品类回暖，Q2品类间趋势有分化，豆浆/榨汁机、电炖锅、养生壶表现较好



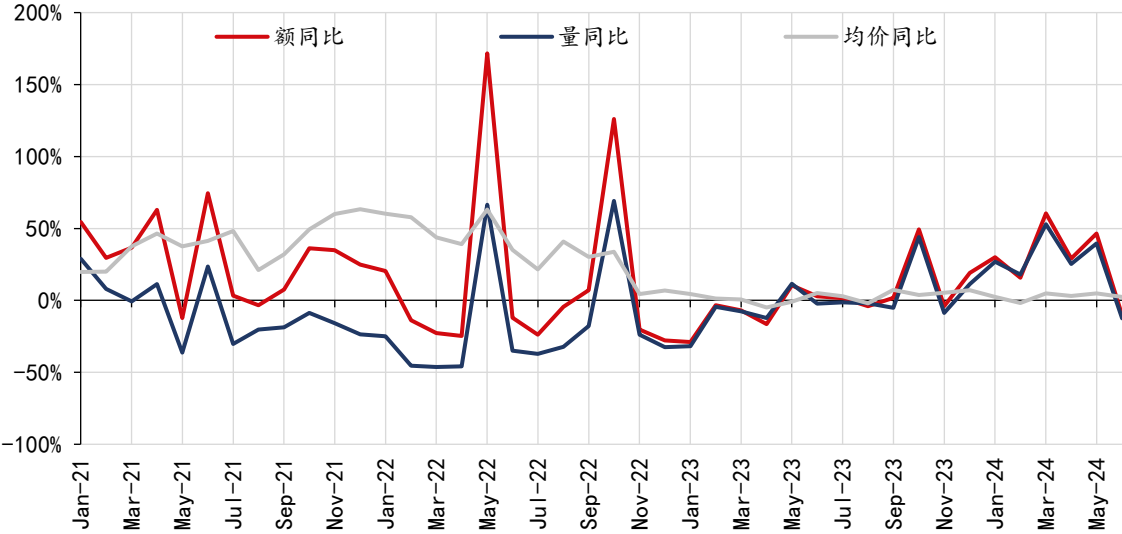
2022年以来小家电头部品牌线上销额份额同比



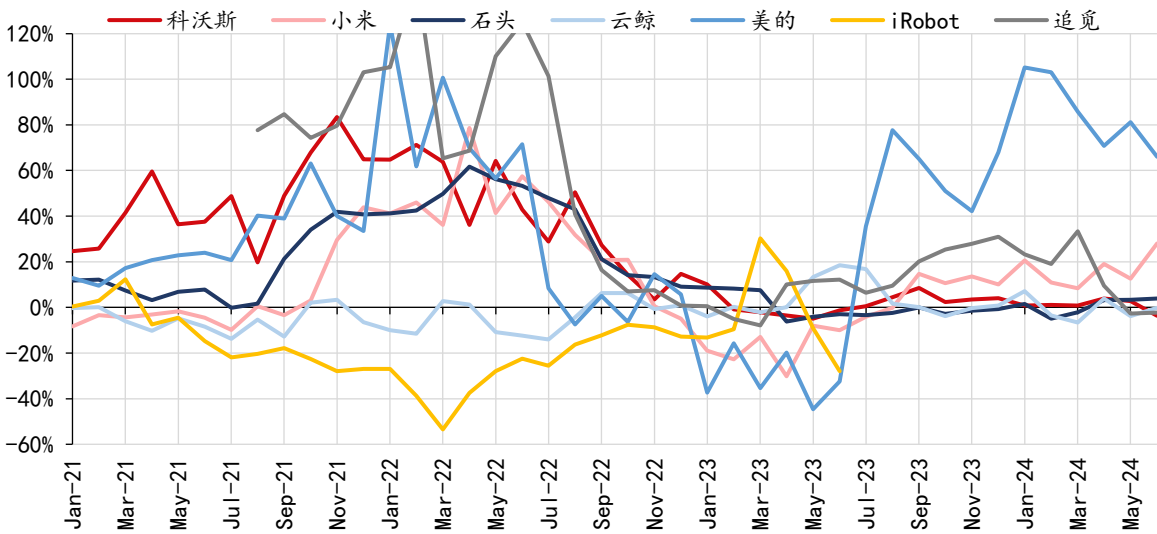
数据来源：奥维云网，国联证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

扫地机6月线上零售量/均价分别同比-12%/+2%；龙头环比稳定为主，云鲸/追觅同比提升

线上零售景气



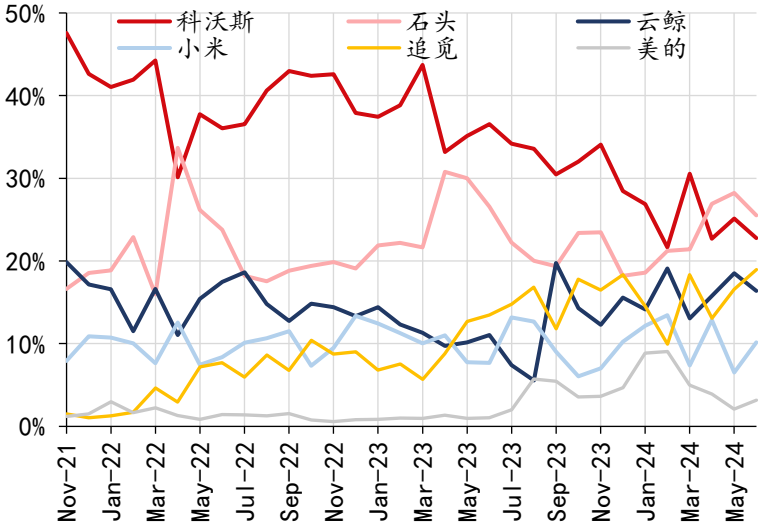
品牌均价同比



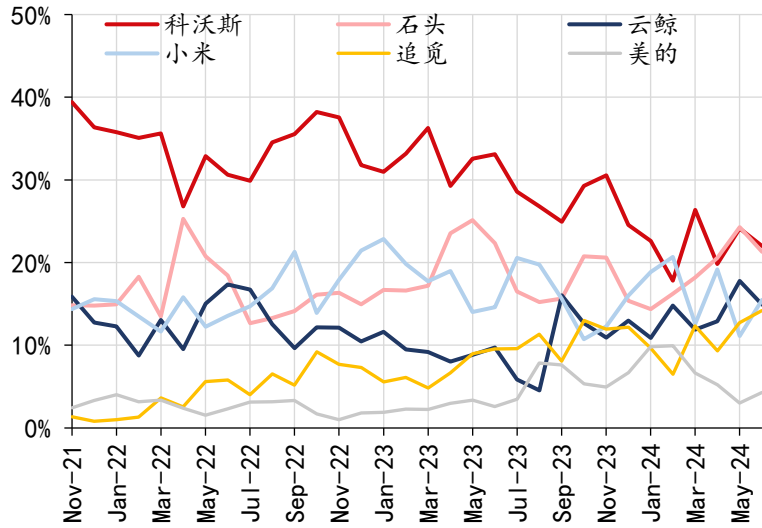
当月品牌份额同比变动

	零售额份额	额份额同比 (pct)	零售量份额	量份额同比 (pct)
科沃斯	22.8%	-12.9	22.0%	-10.4
小米	10.1%	2.3	15.5%	0.5
石头	25.5%	-1.6	21.3%	-1.6%
云鲸	16.4%	5.1	14.9%	4.9%
追觅	19.0%	5.5	14.2%	4.6%
美的	3.2%	2.2	4.3%	2.2%
海尔	0.3%	-0.2	0.8%	-0.5%

线上额份额



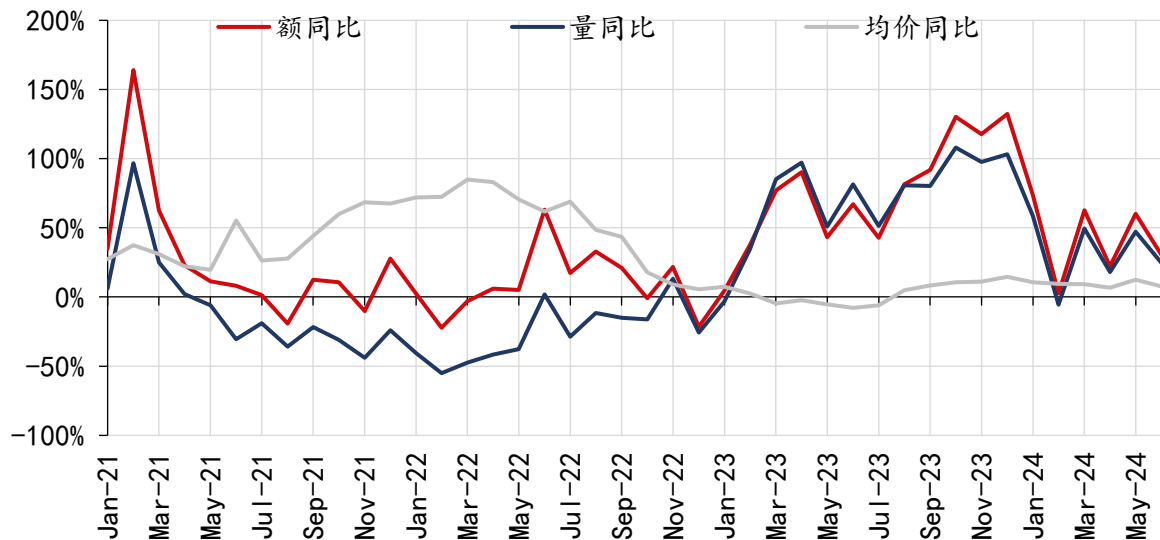
线上量份额



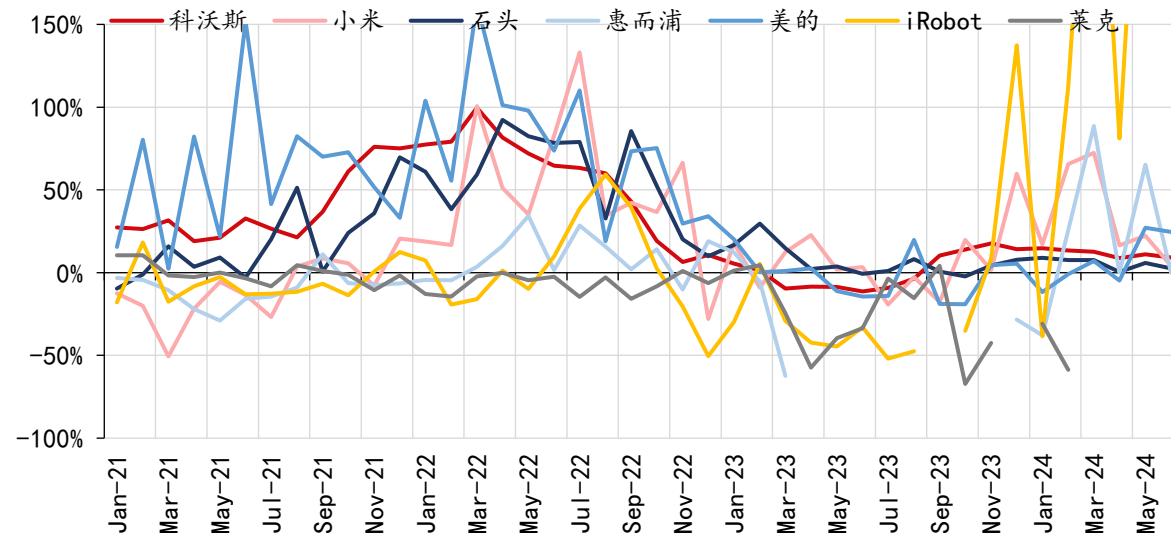
数据来源：奥维云网，国联证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

扫地机6月线下零售量/均价分别同比+24%/+8%，石头/追觅同比提升明显

线下零售景气



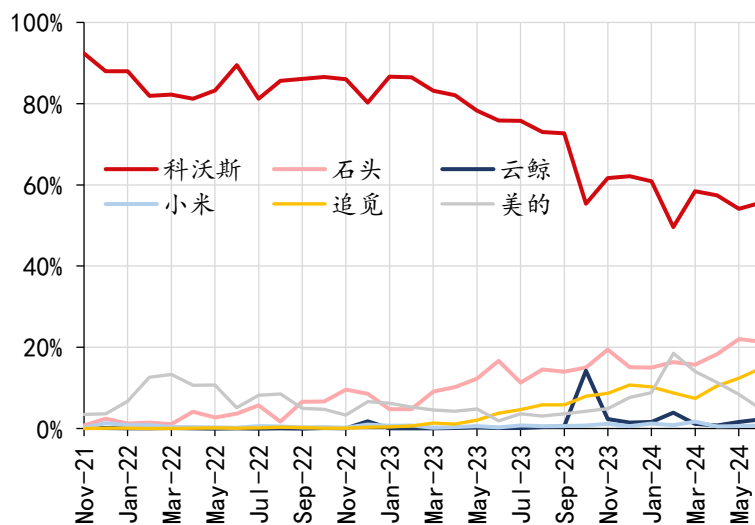
品牌均价同比



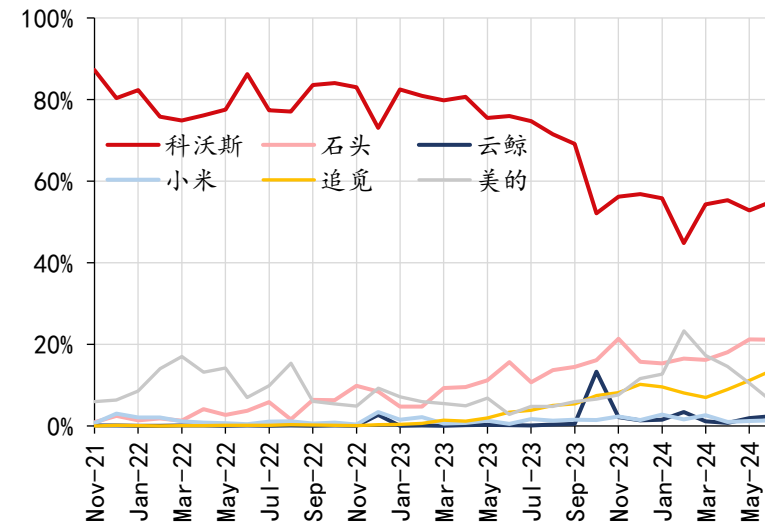
当月品牌份额变动

	零售额份额	额份额同比 (pct)	零售量份额	量份额同比 (pct)
科沃斯	55.6%	-20.2	54.9%	-21.0
小米	0.7%	0.5	1.4%	0.9
石头	21.4%	4.8	21.1%	5.5
云鲸	2.2%	2.1	2.4%	2.3
追觅	14.8%	11.0	13.5%	10.1
美的	4.8%	2.9	6.1%	3.3
海尔	0.0%	0.0	0.0%	0.0

线下额份额

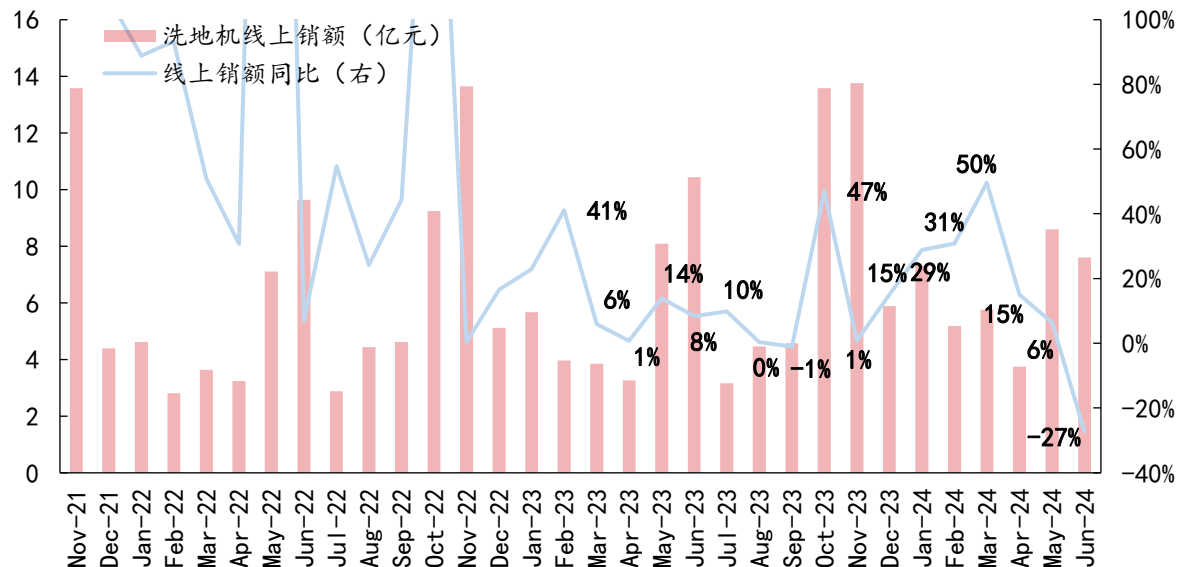


线下量份额

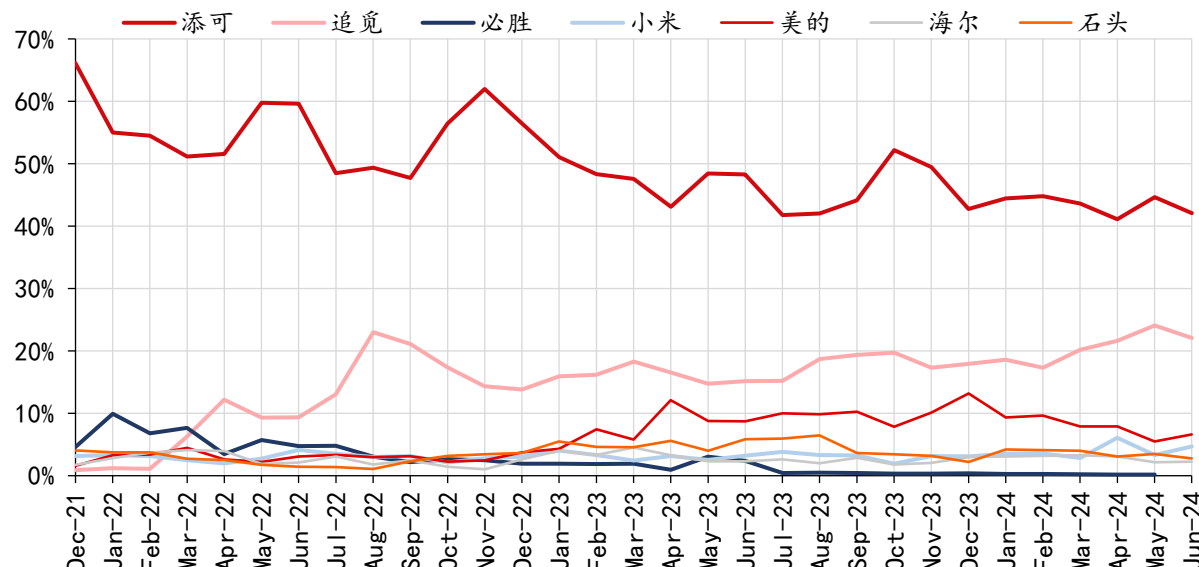


洗地机5月/6月线上销额分别同比+6%/-27%，追觅份额升势延续，添可环比平稳

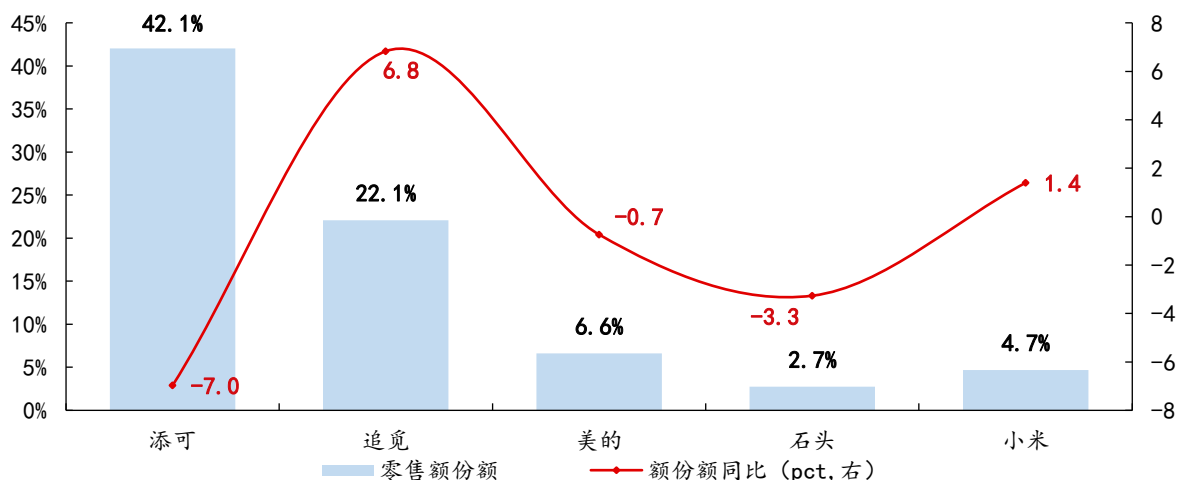
洗地机线上零售额及同比增速



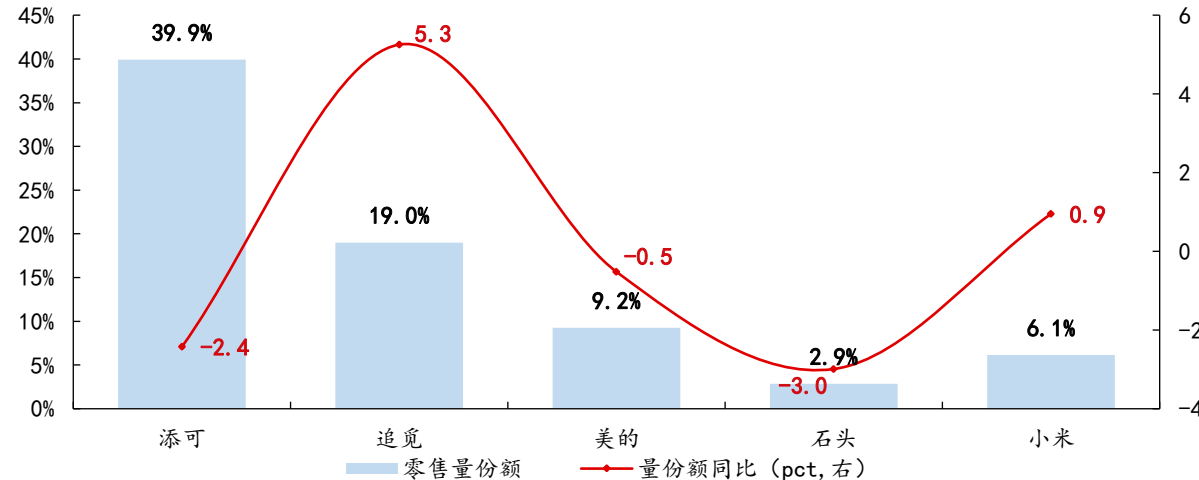
洗地机主要品牌线上销额份额走势



6月洗地机主要品牌线上销额份额及同比变动



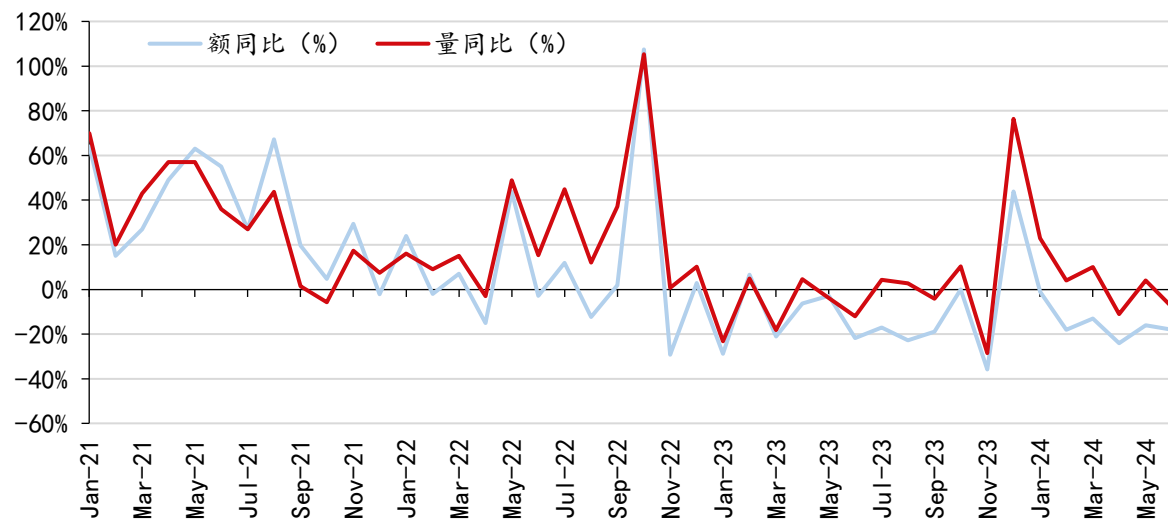
6月洗地机主要品牌线上销量份额及同比变动



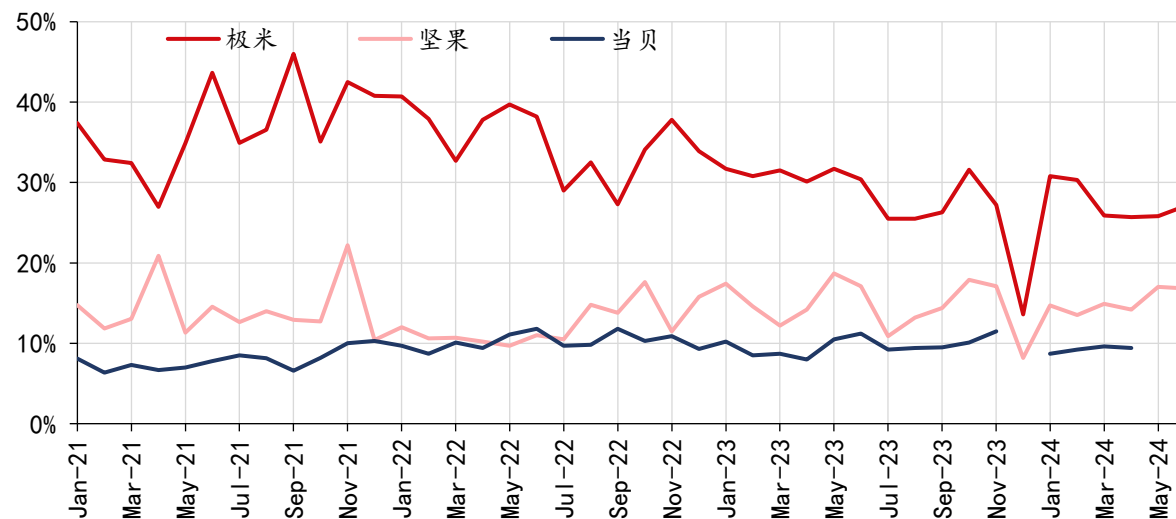
数据来源：奥维云网，国联证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

6月投影仪线上销量/销额分别同比-8%/-18%，龙头份额平稳为主

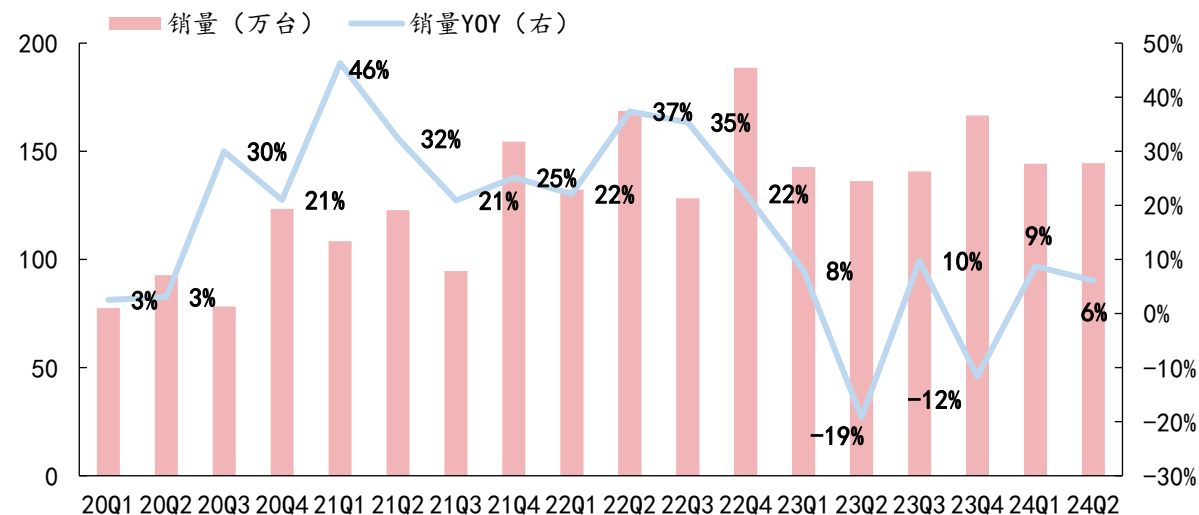
线上销售景气



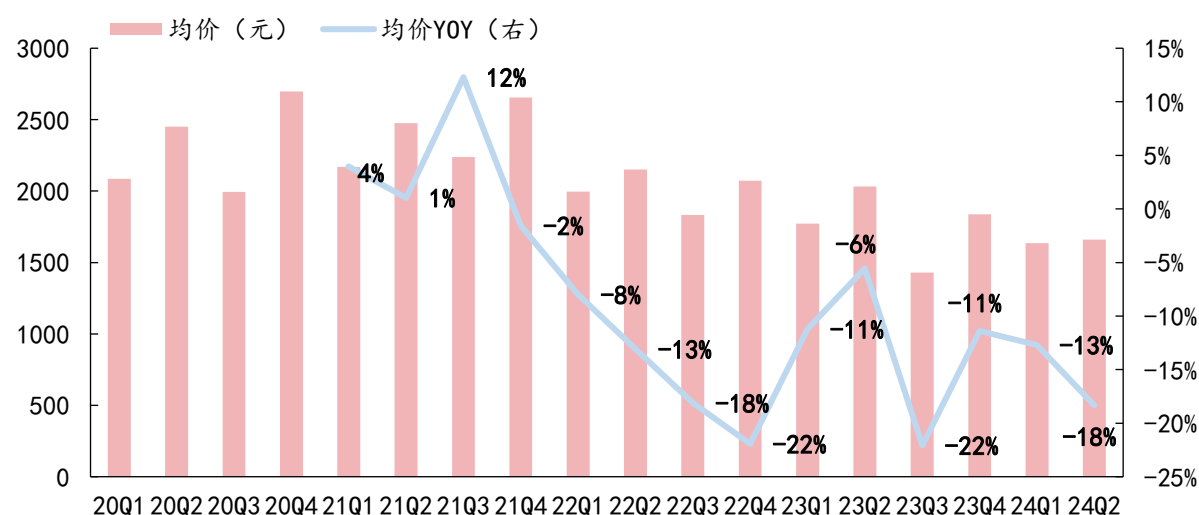
主要品牌份额走势



季度销量增速



季度均价及同比





4、投资建议&核心报告

投资建议&核心报告

- **展望2024年：**以旧换新中央资金落地，补贴力度比肩家电下乡，内销正逢更新大周期，政策兑现弹性可期，内销预期或迎来反转。分子行业看：1) 白电H1出货节奏前高后低，空调全年展望稳中有增，冰洗产品刚性更新需求支撑内需；龙头出口订单保持较快增长，外销景气有望延续；2) 黑电受益于赛事带动，龙头份额提升势能强劲，面板价格压力或趋减轻；3) 清洁电器内销预计弱复苏，需要重点关注国产龙头品牌出海节奏；4) 后周期估值均处历史最底部，需关注地产政策预期变化；5) 小家电整体景气短期承压，需结合跟踪挖掘结构性机会，新兴品类、渠道及出海带来的结构性机遇持续涌现。
- 综上，2024年家电内销有望受益政策拉动下的更新需求加速释放，升级出海可期，估值分红优势突出。投资建议：一是份额企稳回升的白电龙头，推荐美的、海尔、格力电器、海信家电；二是受益格局优化及产品升级的黑电龙头，推荐海信视像；三是国内外渗透率及份额持续提升的扫地机龙头，推荐石头科技、科沃斯；四是经营向上的后周期强 α 标的华帝股份、公牛集团、老板电器；五是可选小家电优质龙头，关注极米科技、小熊电器等。

近期核心报告——

- 《补贴资金来源落地，力度比肩家电下乡》
- 《2024年中报前瞻：探寻确定性增长》
- 《新兴市场的来路与征程》
- 《雅迪控股公司深度：国内领航，迈向国际》
- 《背靠内外需韧性，拥抱新一轮集中：家用电器行业2024年中期投资策略》
- 《物美且价廉》
- 《被低估的更新和政策弹性》
- 《基于区域拆分看出口景气持续性》
- 《再论成本位置、斜率与弹性》
- 《攻守之间，踏步向前》
- 《从“制造出海”到“品牌出海”》
- 《浅论家电股股息率提升潜力》

风险提示

- 1、国内外需求不及预期。**内需保持稳健的必要条件之一是地产需求未再进一步大幅下滑，住宅销售至少能够保持在弱平稳区间，如上述假设未能达成，存在国内需求不及预期的风险。海外方面，家电主要公司均有一定或较高比例的海外收入；近期北美物价就业数据频超预期，若美国再通胀持续发酵，美联储政策转鹰，美国地产后周期及大宗耐用品消费有下行风险。
- 2、原材料价格及汇率大幅波动。**原材料占主要家电公司营业成本的比例在80%以上，以钢、铜、塑等为主，目前盈利预测建立在原材料价格总体平稳假设之上，若综合涨幅超过个位数，盈利能力可能会有不达预期甚至是下行的风险；3月有色价格环比持续上行，后续走势需要跟踪。此外，近期中东地缘冲突再起，或对新兴市场需求及欧洲方向海运造成负面影响。
- 3、政策兑现不及预期。**目前股价包含的政策预期尚不高，若后续股价出现持续大幅上涨，预期过高，政策最终兑现有弱于市场预期的可能。

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

评级说明

投资建议的评级标准	评级		说明
报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6到12个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的6到12个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准，新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以摩根士丹利中国指数为基准；美国市场以纳斯达克综合指数或标普500指数为基准；韩国市场以柯斯达克指数或韩国综合股价指数为基准。	股票评级	买入	相对同期相关证券市场代表指数涨幅20%以上
		增持	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于5%~20%之间
		持有	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于-10%~5%之间
		卖出	相对同期相关证券市场代表指数跌幅10%以上
	行业评级	强于大市	相对同期相关证券市场代表指数涨幅10%以上
		中性	相对同期相关证券市场代表指数涨幅介于-10%~10%之间
		弱于大市	相对同期相关证券市场代表指数跌幅10%以上

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属国联证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“国联证券”）。未经国联证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为国联证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，国联证券不因收件人收到本报告而视其为国联证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但国联证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，国联证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，国联证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

国联证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。国联证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。国联证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

特别声明

在法律许可的情况下，国联证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到国联证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

联系我们

江苏省无锡市太湖新城金融一街8号国联金融大厦9层	上海市浦东新区世纪大道1198号世纪汇广场1座37层
电话：0510-82833337	电话：021-38991500
传真：0510-82833217	传真：021-38571373



THANK YOU!

分析师：管泉森

执业证书编号：S0590523100007

邮箱：guanqs@glsc.com.cn

分析师：孙珊

执业证书编号：S0590523110003

邮箱：sunshan@glsc.com.cn

分析师：贺本东

执业证书编号：S0590523110005

邮箱：hebd@glsc.com.cn

分析师：崔甜甜

执业证书编号：S0590523110009

邮箱：cuitt@glsc.com.cn

分析师：莫云皓

执业证书编号：S0590523120001

邮箱：moyh@glsc.com.cn

联系人：蔡奕娴

邮箱：caiyx@glsc.com.cn



国联证券股份有限公司
GUOLIAN SECURITIES CO., LTD.

成为受人尊重的投资银行