

# 家用电器

证券研究报告

2024年09月21日

## 24M8 奥维家电行业数据点评——24W37 周度研究

周度研究聚焦：24M8 奥维家电行业数据点评

**空调：24M8 销额销量同比实现较大涨幅，价格持续下探**

**线上渠道：**2024M8 空调线上销额为 50.23 亿元，同比+18%；销量为 192 万台，同比+25%，消费端恢复明显。整体来看，随着各地高温天气的较频繁出现以及以旧换新政策的持续推动，空调需求增加，线上渠道在 8 月实现了同比较大涨幅，24 年累计销额及销量同比也略微增长。**线下渠道：**2024M8 空调线下销额为 18.73 亿元，同比+13.03%；销量为 45.81 万台，同比+13.29%。8 月多地出现高温天气，空调需求端情况改善较明显；但相较于 23 年，空调 24 年线下渠道累计零售额&量有所下滑，我们认为伴随以旧换新政策加码，空调需求端的潜力有望进一步释放。**价格端：**24M8 线上渠道零售均价为 2618 元，同比-5%；线下渠道零售均价为 4088 元，同比-1%。24M1-M8 线上渠道零售均价为 2670 元，同比-5.23%；线下渠道零售均价为 4154 元，同比-2%。整体来看，24 年线上与线下渠道空调均价维持下降趋势，后续以旧换新有望带动高端 SKU 销售，均价有望回升。

**冰箱：24M1-M8 线上渠道销量实现小幅增长，线下渠道有所承压**

**线上渠道：**2024M1-M8，冰箱线上渠道累计销额为 286.58 亿元，同比+2.02%；销量为 1282 万台，同比+1.71%。整体来看，冰箱线上渠道 24 年累计零售额/量实现了小幅度增长，消费需求有所恢复。**线下渠道：**2024M8 洗衣机线下销额为 10.49 亿元，同比-7.17%；销量为 25.08 万台，同比-9.03%。整体来看，洗衣机线下渠道零售额和零售量双双维持走低态势，可能由于洗衣机线下渠道零售均价较高，且同比仍有一定涨幅，消费者购买力不足所导致。**价格端：**24M8 线上渠道零售均价为 2007 元，同比-6.83%；线下渠道零售均价为 6510 元，同比+5.38%。24M1-M8 线上渠道零售均价为 2235 元，同比+0.3%；线下渠道零售均价为 6818 元，同比+5.26%。整体来看，24 年冰箱线上渠道零售均价维持在较稳定水平；而冰箱线下渠道零售均价则出现波动攀升。

**洗衣机：24M1-M8 线上渠道增长较好，线下渠道增速承压**

**线上渠道：**2024M1-M8，洗衣机线上渠道累计销额为 200.7 亿元，同比+5.18%；销量为 1359.12 万台，同比+10.02%。整体来看，洗衣机线上渠道 24 年累计零售额/量均有较好增长，终端消费需求改善明显。**线下渠道：**2024M8 洗衣机线下销额为 10.49 亿元，同比-7.17%；销量为 25.08 万台，同比-9.03%。整体来看，洗衣机线下渠道零售额和零售量双双维持走低态势，可能由于洗衣机线下渠道零售均价较高，且同比仍有一定涨幅，消费者购买力不足所导致。**价格端：**24M8 线上渠道零售均价为 1346 元，同比-5.57%；线下渠道零售均价为 4182 元，同比+0.37%。整体来看，24 年洗衣机线上渠道均价持续下探；而洗衣机线下渠道零售均价出现了一定幅度的上涨。

**投资建议：**本周家电行业继续跑赢同期沪深 300，其中白电与小家电板块相对表现更好，我们认为仍与其出海属性有关。本周美的集团于中秋日在港股成功挂牌，首日收涨近 8%，A/H 价差目前约 14%，与海尔 A/H 价差类似。目前以旧换新已在全国绝大部分省份落地，且电商平台正在逐渐接入，我们预期结合后续双十一活动开启，家电零售数据有望保持向好态势。投资上，我们仍延续今年以来“红利为锚，出海为帆”投资思路，维持白电板块为家电首选，并推荐其他板块中自主品牌出海标的。

**标的推荐：**1) 大家电：如【美的集团】/【格力电器】/【海尔智家】/【海信家电】；2) 小家电：如【苏泊尔】/【石头科技】；3) 厨大电：如【华帝股份】；4) 黑电：如【TCL 电子】/【兆驰股份】；5) 其他家电：如【德昌股份】/【盾安环境】（与机械组联合覆盖）等。

**风险提示：**房地产市场景气程度回落；汇率波动风险；原材料价格波动风险；新品销售不及预期。

投资评级

行业评级

强于大市(维持评级)

上次评级

强于大市

作者

孙谦

分析师

SAC 执业证书编号：S1110521050004  
 sungqiana@tfzq.com

赵嘉宁

分析师

SAC 执业证书编号：S1110524070003  
 zhaojiaoning@tfzq.com

行业走势图



资料来源：贝格数据

相关报告

- 《家用电器-行业研究周报:海外主要家电公司 24 年中报总结——24W34 周度研究》2024-09-05
- 《家用电器-行业研究周报:家电行业 2024 年中报总结——24W35 周度研究》2024-09-04
- 《家用电器-行业研究周报:以旧换新政策加码，各省市补贴力度升级——24W33 周度研究》2024-08-26

## 内容目录

1. 周度研究聚焦：24M8 奥维白电行业数据点评 .....	4
1.1. 空调：24M8 销额销量同比实现较大涨幅，价格持续下探 .....	4
1.2. 冰箱：24M1-M8 线上渠道销量实现小幅增长，线下渠道有所承压 .....	5
1.3. 洗衣机：24M1-M8 线上渠道增长较好，线下渠道增速承压 .....	6
2. 以旧换新政策总结 .....	9
3. 周度家电板块走势 .....	12
4. 周度资金流向 .....	13
5. 原材料价格走势 .....	13
6. 行业数据 .....	14
7. 公司公告 .....	17
8. 行业新闻 .....	17
9. 投资建议 .....	18
10. 风险提示 .....	18

## 图表目录

图 1：空调线上零售额 .....	4
图 2：空调线上零售量 .....	4
图 3：空调线下零售额 .....	4
图 4：空调线下零售量 .....	4
图 5：空调零售均价及同比增长率 .....	5
图 6：冰箱线上零售额 .....	5
图 7：冰箱线上零售量 .....	5
图 8：冰箱线下零售额 .....	6
图 9：冰箱线下零售量 .....	6
图 10：冰箱零售均价及同比增长率 .....	6
图 11：冰箱线上零售额 .....	7
图 12：冰箱线上零售量 .....	7
图 13：冰箱线下零售额 .....	7
图 14：冰箱线下零售量 .....	7
图 15：冰箱零售均价及同比增长率 .....	8
图 16：以旧换新政策总结（1） .....	9
图 17：以旧换新总结（2） .....	10
图 18：以旧换新总结（3） .....	11
图 19：周度（2024/9/9-2024/9/13）家电板块走势 .....	12
图 20：家电板块历史走势 .....	12

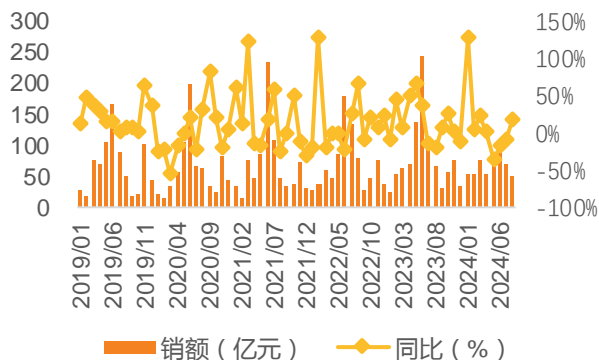
图 21: 格力电器北上净买入 .....	13
图 22: 美的集团北上净买入 .....	13
图 23: 海尔智家北上净买入 .....	13
图 24: 铜、铝价格走势 (元/吨) .....	14
图 25: 中国塑料城价格指数 (2010 年 1 月 4 日=1000) .....	14
图 26: 钢材综合价格指数 (1994 年 4 月=100) .....	14
图 27: 出货端空调内销月零售量、同比增速 .....	14
图 28: 出货端空调外销月零售量、同比增速 .....	14
图 29: 出货端空调内销分品牌市占率、CR3 .....	15
图 30: 出货端空调外销分品牌市占率、CR3 .....	15
图 31: 出货端冰箱内销月零售量、同比增速 .....	15
图 32: 出货端冰箱外销月零售量、同比增速 .....	15
图 33: 出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3 .....	15
图 34: 出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3 .....	15
图 35: 出货端洗衣机内销月零售量、同比增速 .....	16
图 36: 出货端洗衣机外销月零售量、同比增速 .....	16
图 37: 出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3 .....	16
图 38: 出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3 .....	16
图 39: 奥维云网周度数据 .....	17
表 1: 周度 (2024/9/9-2024/9/13) 家电板块周涨跌幅、周换手率表现 .....	12

## 1. 周度研究聚焦：24M8 奥维白电行业数据点评

### 1.1. 空调：24M8 销额销量同比实现较大涨幅，价格持续下探

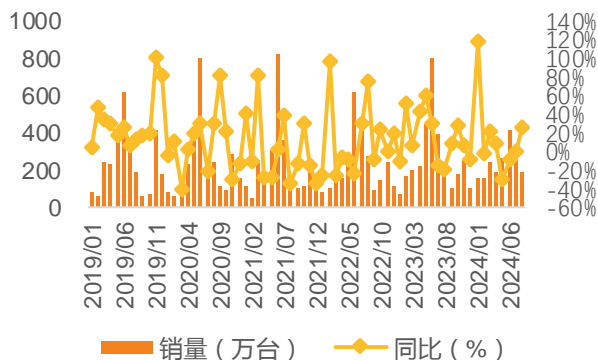
**线上渠道：**2024M8 空调线上销额为 50.23 亿元，同比+18%；销量为 192 万台，同比+25%，消费端恢复明显。2024M1-M8，空调线上渠道累计销额为 433.31 亿元，同比+2.84%；销量为 1622.68 万台，同比+8.51%。整体来看，随着各地高温天气的较频繁出现以及以旧换新政策的持续推动，空调需求增加，线上渠道在 8 月实现了同比较大涨幅，24 年累计销额及销量同比也略微增长。

图 1：空调线上零售额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

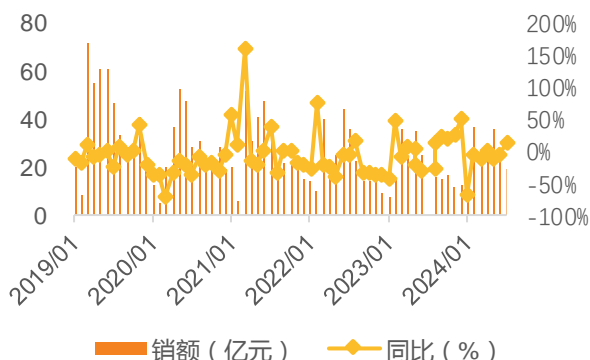
图 2：空调线上零售量



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

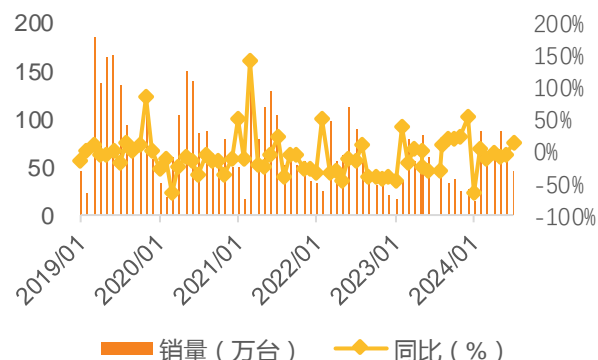
**线下渠道：**2024M8 空调线下销额为 18.73 亿元，同比+13.03%；销量为 45.81 万台，同比+13.29%。2024M1-M8，空调线下渠道累计销额为 189.49 亿元，同比-10.31%；销量为 456.14 万台，同比-9.04%。8 月多地出现高温天气，空调需求端情况改善较明显；但相较于 23 年，空调 24 年线下渠道累计零售额&量有所下滑，我们认为伴随以旧换新政策加码，空调需求端的潜力有望进一步释放。

图 3：空调线下零售额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

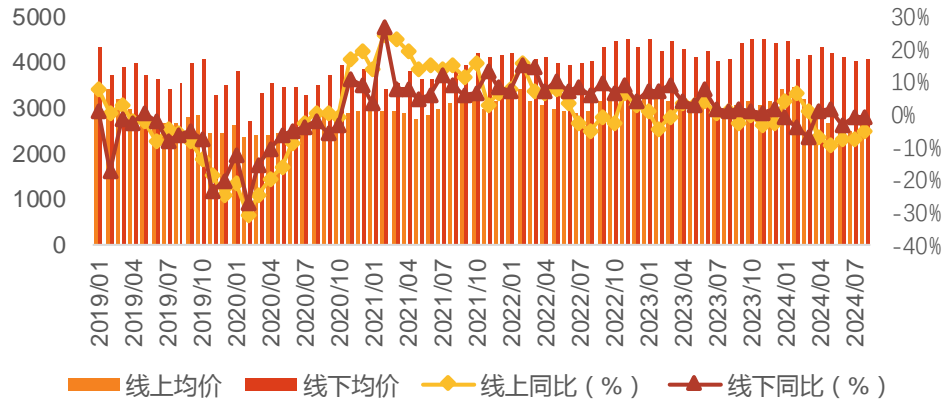
图 4：空调线下零售量



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

**价格端：**24M8 线上渠道零售均价为 2618 元，同比-5%；线下渠道零售均价为 4088 元，同比-1%。24M1-M8 线上渠道零售均价为 2670 元，同比-5.23%；线下渠道零售均价为 4154 元，同比-2%。整体来看，24 年线上与线下渠道空调均价维持下降趋势，后续以旧换新有望带动高端 SKU 销售，均价有望回升。

图 5：空调零售均价及同比增长率

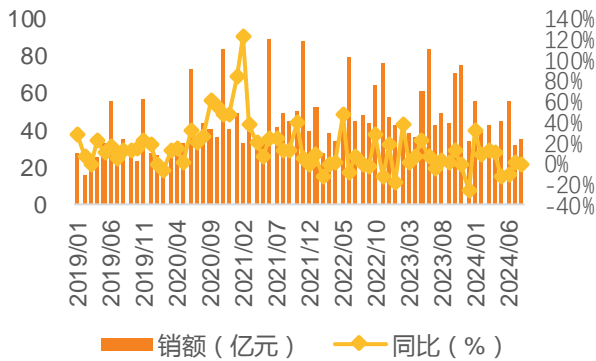


资料来源：奥维云网，天风证券研究所

## 1.2. 冰箱：24M1-M8 线上渠道销量实现小幅增长，线下渠道有所承压

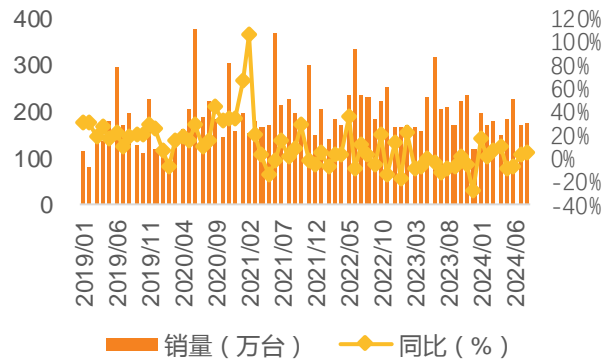
**线上渠道：**2024M8 冰箱线上销额为 35.17 亿元，同比-2.32%；销量为 175.27 万台，同比+4.85%。2024M1-M8，冰箱线上渠道累计销额为 286.58 亿元，同比+2.02%；销量为 1282 万台，同比+1.71%。整体来看，冰箱线上渠道 24 年累计零售额/量实现了小幅度增长，消费需求有所恢复。

图 6：冰箱线上零售额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

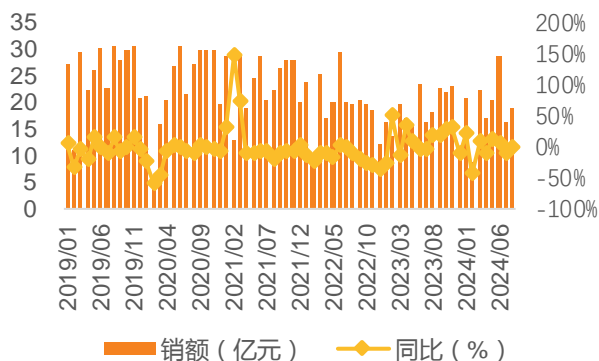
图 7：冰箱线上零售量



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

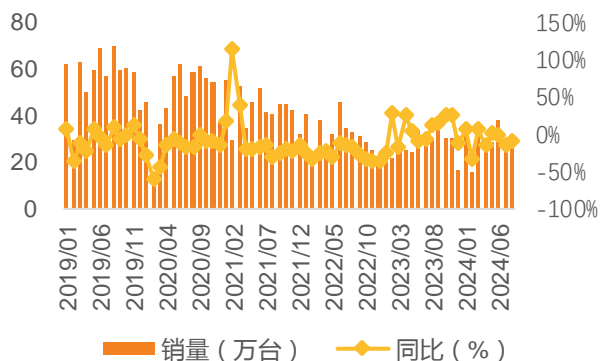
**线下渠道：**2024M8 冰箱线下销额为 18.78 亿元，同比-3.03%；销量为 28.84 万台，同比-9.29%。2024M1-M8，冰箱线下渠道累计销额为 153.36 亿元，同比-3.26%；销量为 224.94 万台，同比-8.5%。整体来看，冰箱线下渠道 24 年累计零售额/量增速明显承压，不及线上渠道；同时，零售均价的提升一定程度上缓解了零售量下滑的负面影响。

图 8：冰箱线下零售额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

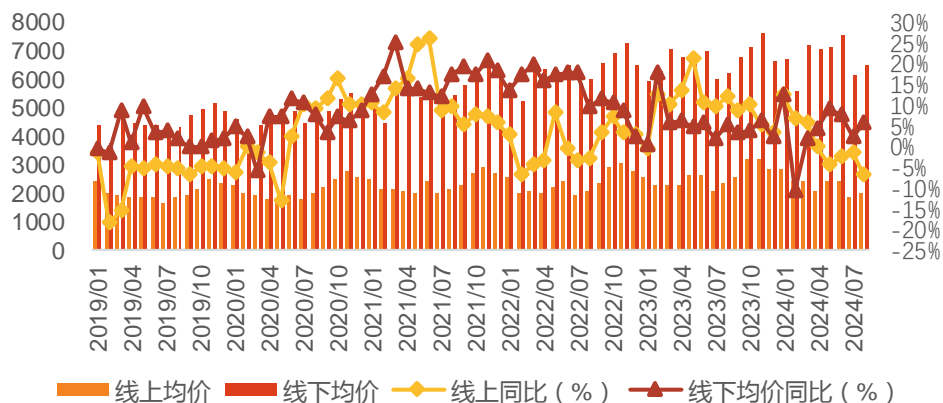
图 9：冰箱线下零售量



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

**价格端：**24M8 线上渠道零售均价为 2007 元，同比-6.83%；线下渠道零售均价为 6510 元，同比+5.38%。24M1-M8 线上渠道零售均价为 2235 元，同比+0.3%；线下渠道零售均价为 6818 元，同比+5.26%。整体来看，24 年冰箱线上渠道零售均价维持在较稳定水平；而冰箱线下渠道零售均价则出现波动攀升。

图 10：冰箱零售均价及同比增长率

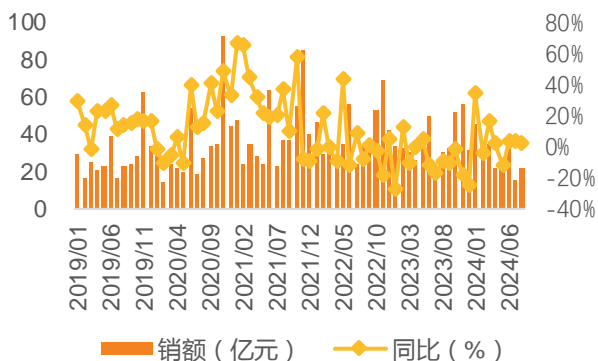


资料来源：奥维云网，天风证券研究所

### 1.3. 洗衣机：24M1-M8 线上渠道增长较好，线下渠道增速承压

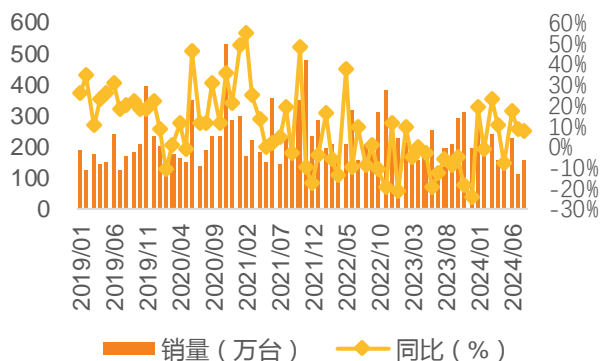
**线上渠道：**2024M8 洗衣机线上销额为 21.41 亿元，同比+1.23%；销量为 159.14 万台，同比+7.2%，消费端有小幅提升。2024M1-M8，洗衣机线上渠道累计销额为 200.7 亿元，同比+5.18%；销量为 1359.12 万台，同比+10.02%。整体来看，洗衣机线上渠道 24 年累计零售额/量均有较好增长，终端消费需求改善明显。

图 11：冰箱线上零售额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

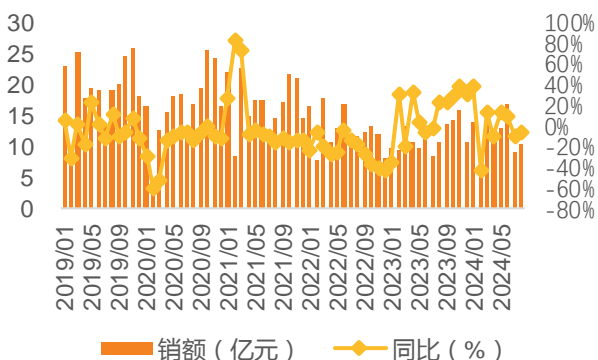
图 12：冰箱线上零售量



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

**线下渠道：**2024M8 洗衣机线下销额为 10.49 亿元，同比-7.17%；销量为 25.08 万台，同比-9.03%。2024M1-M8，洗衣机线下渠道累计销额为 95.81 亿元，同比-0.01%；销量为 223.18 万台，同比-2.34%。整体来看，洗衣机线下渠道零售额和零售量双双维持走低态势，可能由于洗衣机线下渠道零售均价较高，且同比仍有一定涨幅，消费者购买力不足所致。

图 13：冰箱线下零售额



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

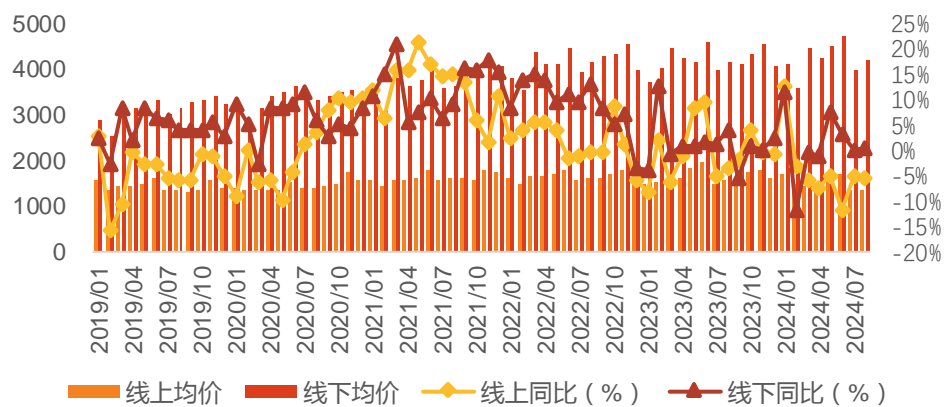
图 14：冰箱线下零售量



资料来源：奥维云网，天风证券研究所

**价格端：**24M8 线上渠道零售均价为 1346 元，同比-5.57%；线下渠道零售均价为 4182 元，同比+0.37%。24M1-M8 线上渠道零售均价为 1477 元，同比-4.4%；线下渠道零售均价为 4293 元，同比+2.29%。整体来看，24 年洗衣机线上渠道均价持续下探；而洗衣机线下渠道零售均价出现了一定幅度的上涨。

图 15：冰箱零售均价及同比增长率



资料来源：奥维云网，天风证券研究所



## 2. 以旧换新政策总结

图 16：以旧换新政策总结（1）

省份	日期	政策
国家发展改革委、财政部	2024/7/25	支持家电产品以旧换新。对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品给予以旧换新补贴。补贴标准为产品销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。商务部指导各地区结合实际做好优惠政策衔接，确保政策平稳有序过渡。2024年中央财政安排75亿元，采取“以奖代补”方式继续支持废弃电器电子产品回收处理工作，促进行业健康发展。截至2023年底，按照废弃电器电子产品处理基金补贴等规定回收处理废弃电器电子产品但尚未补贴的，经生态环境部核定后分期落实予以支持。
湖北省	2024/8/10-2024/12/31	参与商品牌为空调（含中央空调）、电视机、冰箱（含冰柜）、洗衣机（含干衣机）、吸油烟机、燃气灶（含集成灶）、热水器、电脑（含平板、笔记本、台式机）8类家电产品。对个人消费者购买2级能效或水效的产品，按照产品销售价格的15%享受一次性立减补贴，最高补贴2000元；对购买1级能效或水效的产品，给予产品销售价格20%的补贴，每件补贴不超过2000元。每位消费者每类产品可补贴1件，8类产品最多可享受8件商品补贴。
	2024/6/8-2024/12/31	补贴资金总额3.5亿元（家电以旧换新补贴3亿元，回收废旧家电补贴0.5亿元），补贴资金由省级财政与州市财政各负担50%。如提前使用完毕，即发布补贴政策结束公告。其中线下资金2.5亿元，线上资金0.5亿元，回收补贴资金0.5亿元。个人消费者在线上、线下购买若干符合条件的补贴产品，按照删除所有折扣优惠后成交价格的10%享受一次性立减补贴，单件商品补贴不超过1000元，单个消费者享受补贴不超过3000元。
青海省	2024/8/14	对个人消费者购买的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机、壁挂炉、洗碗机、智能门锁、扫地机器人、空气净化器、电饭煲、微波炉、电磁炉、净水器等家电产品给予以旧换新补贴。对购买1级能效或水效标准的产品，给予产品实际销售价格20%的补贴，对2级能效或水效标准的产品，给予产品实际销售价格15%的补贴，每件补贴不超过2000元；对其他能效或水效标准的产品，给予产品实际销售价格10%的补贴，单笔补贴上限为1000元。每位消费者每类产品可补贴1件。对2024年6月1日起已参加家电以旧换新活动，按照新增5%补齐差额补贴，最高上限不超过500元，每位消费者的每类产品差额补贴可补1件。（自商务厅牵头）
	2024/6/1-2024/12/31	2024年青海省将投入省级专项资金3500万元，围绕汽车、家电以旧换新和家装“焕新”，全面开展青海省消费品以旧换新活动。新购家电产品包括大家电类：冰箱、洗衣机、电视机、吸油烟机、灶具、热水器、洗碗机、壁挂炉、计算机、小家电类：智能门锁、扫地机器人、空气净化器、电饭煲、微波炉、电磁炉、净水器，参与活动的企业通过各地商务主管部门推荐和自主报名确定。1）购买能效等级2级及以上绿色智能家电按消费者实际消费金额的15%给予补贴，共计700万元，用完为止，单笔补贴上限1500元；2）购买其他能效等级家电按消费者实际消费金额的10%给予补贴，共计300万元，用完为止，单笔补贴上限1000元。
宁夏回族自治区	2024/8/16	对个人消费者购买手机和2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机、洗碗机、打印机、空气净化器、电饭煲、微波炉、净水器、扫地机、电风扇、电磁炉等给予以旧换新补贴。家电产品补贴标准为产品销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。手机补贴标准为产品销售价格的20%。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。商务厅指导各地区结合实际做好优惠政策衔接，确保政策平稳有序过渡。（自治区商务厅、财政厅按职责分工负责）
	2024/4/17	支持生产厂家、商超卖场、电商平台等多方参与，线上线下联动，采取打折促销、换新补贴等方式，推动家电以旧换新。鼓励有条件的地区对购绿色智能家电给予补贴。推动专业回收企业与销售企业深度合作，推广“换新+回收”新模式，开展“上门服务、返厂收旧、服务、标准家电更新消费链条”
	2024/8/21	对个人消费者在省内购买2级及以上能效或水效标准的冰箱（含冰柜）、洗衣机（含洗烘一体机）、电视、空调（含中央空调）、电脑、热水器（含壁挂炉）、家用灶具（含集成灶）、吸油烟机8类家电产品给予一次性换新补贴。补贴标准为产品销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。销售价格以在省内开具的发票含税价为准，每名消费者每类产品可补贴一件，每件最高补贴2000元。
海南省	2024/5/20-2024/9/30	对个人消费者在省内购买1级及以上能效或水效标准的洗碗机、空气净化器、吸尘器、微波炉（含一体机）、电磁炉、电饭煲、电风扇（含空调扇）和净水机等8类家电产品给予一次性换新补贴，补贴标准为产品销售价格的20%。销售价格以在省内开具的发票含税价为准，每名消费者每类产品可补贴一件，每件最高补贴为2000元。
	2024/5/20-2024/9/30	补贴资金总额3000万元，按照先购买先享受补贴的原则，资金使用完毕为止。符合条件的补贴产品包括：空调、电冰箱（含冰柜）、洗衣机（含干衣机）、电视机、热水器（含壁挂炉）、吸油烟机、燃气灶（含集成灶）、洗碗机、空气净化器、吸尘器、微波炉（含一体机）、电磁炉、电饭煲、电风扇（含空调扇）和净水机15类产品。产品须在中国能效标识网备案且达到一级能效，具有统一的国际13位商品编码。个人消费者在参与补贴政策的门店购买符合条件的补贴产品，可享受海南省绿色智能家电补贴，每个消费者享受一次补贴。其中一次性购买若干件符合条件的补贴产品，累计金额：1）超过10000元的，可享受1000元补贴；2）超过7000元的，可享受700元补贴；3）超过4000元的，可享受400元补贴；4）超过2000元的，可享受200元补贴
重庆市	2024/8/22-2024/12/31	对个人消费者在参与门店购买2级及以上能效或水效标准的冰箱（含冰柜）、洗衣机（含干衣机）、电视（含激光电视）、空调（含家用中央空调）、电脑（品牌机，含笔记本电脑、不含平板电脑、组装机）、热水器（含电热水器、壁挂炉）、家用灶具（含集成灶）、吸油烟机、洗碗机、净水器、投影仪等11类家电产品，给予政府补贴。1）2级能效或水效标准产品按销售价格15%给予政府补贴。2）1级及以上能效或水效标准产品按销售价格20%给予政府补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。符合条件的消费者交易规定品类的旧家电，还可享2%的企业补贴，企业叠加补贴最高不超过200元。
	2024/5/1	通过政策支持和引导，力争到2025年，废旧家电回收量较2023年增长15%以上；到2027年，废旧家电回收量较2023年增长30%以上；到2027年，实现全市年均更新家电约400万台。1）支持绿色智能家电以旧换新；2）支持重点企业开展家电以旧换新惠民消费；3）支持家电企业进社区、进小区、进小户；4）提升售后服务服务能力和水平；5）强化家电维修引领与支撑；6）发展二手商品流通。
吉林省	2024/8/23-2024/12/31	活动期间，对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的空调、电视机（含投屏设备）、电冰箱（含冰柜）、洗衣机（含干衣机）、油烟机、燃气灶（含集成灶）、热水器（含壁挂炉）、电脑（含笔记本电脑）等8类家电产品给予以旧换新补贴。补贴标准为产品销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。
	2024/4/26	启动全省家电以旧换新暨绿色智能家电进万家活动。1）补贴产品范围：空调、电视机、电冰箱（含冰柜）、洗衣机、油烟机、燃气灶、热水器、净水器共8类。2）收旧产品范围：空调、电视机、电冰箱（含冰柜）、洗衣机、电脑、油烟机、燃气灶、热水器、净水器共9类。3）补贴规则：活动期间，消费者在遴选范围内销售企业或再生资源回收企业交易废旧家电，并在参与活动的商家购买补贴范围内的绿色、智能、节能家电时，可享受家电以旧换新补贴。省级及各地叠加补贴。原上级按参与新家电实际成交价格10%补贴，补贴上限为1000元/台；企业按家电品类进行补贴，原则上按不低于最终销售价格的5%给予补贴（部分特殊品类除外，具体补贴额度以店内实际情况为准）；鼓励银行等金融机构叠加补贴，参与银行出资不低于2%，具体以银行执行为准。
浙江省	2024/8/22	各地要充分发挥国家政策红利，对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品的，给予“立购立减”购置补贴。补贴标准为产品销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效标准产品的，额外再补贴产品销售价格的5%。每位消费者每类产品可补贴1件，每件商品补贴最高不超过2000元。鼓励各地结合实际，合理增加烘干机、吸尘器补贴品类，更好地满足消费需求。（责任单位：省商务厅）
	2024/4/28	对个人消费者购买智能门锁（含智能防盗门）、智能窗帘、智能晾衣架、智能家居监控、智能照明、智能马桶（含智能马桶盖）、智能床（含智能床垫）、智能桌椅（含智能按摩椅、智能沙发）、智能健身设备、智能语音设施（含智能音箱）、智能服务机器人（含智能扫地机、拖地机）、智能洗碗机、智能蒸（烤）机等智能家居产品的，按照删除所有折扣优惠后成交价格的15%予以立减优惠，每位消费者每类产品可补贴1件，每件商品补贴最高不超过2000元。各地可结合实际，合理增加补贴品类。
	2024/4/28	发挥财税政策引导作用。鼓励地方发放消费券，对个人消费者在参与政策实施的家电销售企业购买达到一级能效且具有统一的国际13位商品编码的家电予以补贴，可按成交价格的10%左右享受立减补贴，单次补贴最高不超过1000元。省级财政按补贴发放情况、财务状况、社零拉动等因素对市县予以奖补，鼓励有条件的地方在本地开展家电销售和以旧换新等活动成效显著的予以政策支持。（责任单位：省商务厅、省财政厅）支持废旧家电等再生资源回收体系相关项目建设和设备购置，积极争取中央废弃电器电子产品处理专项资金，落实促进资源综合利用和循环经济发展的税费优惠政策。（责任单位：省商务厅、省生态环境厅、省财政厅、省税务局）
北京市	2024/8/26-2024/12/31	1）补贴范围。对个人消费者购买一级和二级能效（水效）的冰箱（含冰柜）、洗衣机（含洗烘一体机）、电视、空调、电脑（含学习机）、热水器（含壁挂炉）、家用灶具（含集成灶）、吸油烟机8类家电产品予以以旧换新补贴。2）补贴标准。对个人消费者购买一级能效或水效的家电产品，按照产品销售价格的20%给予补贴；对个人消费者购买二级能效或水效的家电产品，按照产品销售价格的15%给予补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。
	2024/4/28	市政府印发了《北京市积极推动设备更新和消费品以旧换新行动方案》，重点开展绿色智能家电、汽车等领域以旧换新，相关汽车报废更新最高可达万元补贴，同时，聚焦家电换“智”、家居“焕新”，将重点支持26类绿色智能商品以旧换新。1）响应消费者绿色消费新风尚，将一级能效（水效）的家庭常用家电，如电冰箱、洗衣机、空调等16类绿色智能商品纳入政策补贴范围。为满足消费者美好生活需要，将智能沙发、投影设备、垃圾处理器、扫地机器人、洗地机等10类智能家居商品纳入政策补贴范围，助力家庭生活品质提升。3）政企合作“以旧换新”“换旧”双环节给予补贴，消费者购买新品时，可享受新品补贴10%，单件商品最高1000元的优惠补贴。交易指定旧货时，可在企业的回收价基础上，再享受额外补贴。4）金融机构将提供优惠，在支付环节，金融机构将对以数字人民币、信用卡等支付方式提供优惠，并对符合条件的消费者提供消费贷款利率优惠。

资料来源：银联湖北公众号，湖北省商务厅，重庆日报公众号，重庆市人民政府网等，天风证券研究所

图 17：以旧换新总结（2）

省份	日期	政策
湖南省	2024/8/26	对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品给予以旧换新补贴。补贴标准为产品销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。补贴范围可视情况扩大。
	2024/4/11	开展节能家电以旧换新活动，对消费者购买符合一定标准的家电产品给予补贴。支持家电销售企业联合生产企业、回收企业、金融企业整合上下游资源，开展以旧换新促销活动，对以旧家电换购节能家电的消费者给予优惠。深入实施家电售后服务提升行动，继续遴选一批实力强、模式新、示范带动作用突出的家电维修售后服务领军企业，进一步扩大规范售后服务覆盖范围。组织家电维修服务企业参与回收企业深度合作，共同为消费者做好回收估值、及时清运等综合服务。引导家电维修服务企业提供线上线下、预约上门、配件自选等个性化服务。（省商务厅、省财政厅、省市场监管局、省供销合作总社等按职责分工负责）
四川省	2024/8/26-2024/12/31	对个人消费者购买冰箱（冰柜）、洗衣机（干衣机）、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具（集成灶）、吸油烟机、投影仪、饮水机、净水器、洗碗机、蒸烤箱、消毒柜、空气净化器6类家电产品的予以补贴；对1级及以上能效或水效标准的产品补贴标准为产品销售价格的20%，2级及以上能效或水效标准的产品补贴标准为产品销售价格的15%，没有规定能效或水效标准的产品补贴标准为产品销售价格的15%。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。
	2024/5/16	实施家电以旧换新补贴，对个人消费者在省内采取交易旧家电方式购买的电视机、冰箱、洗衣机、空调、投影仪、集成灶、热水器7类绿色智能家电，按其实际售价的10%给予一次性补贴，单台最高不超过1000元，所需资金由省财政和市财政按照35%：65%比例分担（三州地区省财政和地方财政按照40%：60%比例分担）；实施家电生产企业增量奖励，对符合条件的省内家电生产企业同期销售额较上年增长7%且新增1000万元以上的，按其增量部分的1%给予奖励，单户企业增量不超过2000万元。鼓励有条件的市（州）制定差异化家电以旧换新支持政策，通过发放消费券、财政补贴、金融配套等方式，促进消费需求。拉动有力。购置成本较高的绿色智能家电消费，落实资源回收企业向自然人报废产品出售者“反向开票”政策，对消费者购买2级及以上能效或水效标准的产品（不含扫地机器人、智能门锁、手机类）给予产品最终销售价格15%的补贴。其中，对购买1级及以上能效或水效标准的产品额外再给予产品最终销售价格5%的补贴。对购买扫地机器人、智能门锁类产品给予最终销售价格15%的补贴，手机类产品给予最终销售价格10%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元（其中手机类不超过600元）。销售价格以在云南省开具的发票含税价为准。
云南省	2024/8/28-2024/12/31	鼓励家电流通企业开展以旧换新、绿色智能家电促销等联合活动，支持家电销售企业联合生产企业、回收企业，推行消费者网上下单，企业收货、送新、拆装“一站式”上门服务。开设线上线下家电以旧换新专区，实施家电维修服务提升行动，促进家电维修智能化、绿色化、低碳化。
	2024/5/3	对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品给予补贴，补贴标准为产品销售价格的15%。对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。
广东省	2024/8/29	对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品给予补贴，补贴标准为产品销售价格的15%。对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。
	2024/5/1-2024/12/31	省财政近日首轮安排3.7亿元资金支持开展2024年广东“以旧换新”消费券活动。对个人消费者交易一件旧家电购买符合条件件的17类绿色智能低碳家电产品和手机类电子产品，发放消费券补贴。补贴标准为：不超过新购置家电产品销售价格的10%，每件家电（或单类消费券）补贴金额不超过500元，单个消费者补贴不超过2000元。
辽宁省	2024/8/30	提振家电更新消费，推动家电消费品质换新。个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品，给予以旧换新补贴。补贴标准为产品销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。（责任单位：省商务厅、省财政厅、省市场监管局）
	2024/6/9	利用中央现代商贸流通体系建设、商务发展等资金，对季度零售额增速高于全省平均水平的限额以上批发和零售企业，家电以旧换新零售额增量每达1000万元，给予6万元奖励，每家企业每季度获得奖励上限为200万元。每年累计不超过500万元。结合“乐购辽宁·惠享美好”系列促销活动，鼓励各市发放家电消费券，对以旧家电换购节能家电的消费者给予优惠，省级给予适当支持，其中，2024年省级在一定额度内按照不低于50%的比例，对发放消费券的市予以配套支持；对规模以上家电企业等消费类展会和活动的场地租赁、宣传推广等保障性支出给予不超过实际支出50%的资金奖励，单个项目支出不得超过50万元。（牵头单位：省商务厅）
甘肃省	2024/8/30	落实家电产品以旧换新补贴政策。对个人消费者交易旧家电产品，在省内购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机及洗碗机、净水器、吸尘器、打印机12类家电产品和智能门锁、智能马桶、洗烘一体机（含扫地机器人）等智能家居产品给予以旧换新补贴，补贴标准为产品销售价格的15%。对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品仅补贴1件，每件补贴不超过2000元。（责任单位：省商务厅、省财政厅、省市场监管局）
	2024/5/14	发挥政府部门、行业协会、电商平台、家电流通、回收企业等作用，支持开设线上线下家电以旧换新专区，开展家电“以旧换新”“绿色家居焕新季”等促销活动。鼓励出台差异化支持政策，促进智能冰箱洗衣机空调、超高清电视以及智能家居、智能安防、智能办公、智慧康养等绿色智能家电消费。实施家电维修服务提升行动，培育售后服务示范企业。（责任单位：省商务厅、省市场监管局）
江苏省	2024/8/31	针对电脑（含台式机、笔记本电脑）、电视机（含投影仪）、电冰箱（含冰柜）、洗衣机、空调（含嵌入式、家用中央空调）、热水器（含壁挂炉）、小厨宝、吸油烟机、家用燃气灶（含集成灶）、空气净化器、微波炉（含一体机）、电磁炉、电饭煲（含电压力锅）、电风扇、家用冰吧、洗碗机、净水器、智能马桶（含马桶盖）等17类绿色节能家电给予补贴。1）对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的产品，补贴标准为产品成交价格的15%；2）对个人消费者购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外给予产品成交价格5%的补贴。
	2024/5/29	开展绿色节能家电以旧换新专项活动，对购买符合条件家电产品的消费者给予优惠。开展“苏浙消费 销售竞赛活动”，从商超百货、家电零售等行业中评选百家优质企业，发挥优质企业在家电以旧换新中的支撑带动作用。鼓励各地采取“政府支持、协会牵头、厂家让利、商家让利”等措施，开展家电以旧换新活动。鼓励家电销售企业开设线上线下家电以旧换新专区，整合上下游资源开展促销活动，持续推动绿色智能家电消费升级。（省商务厅、省供销合作总社按职责分工负责）
上海市	2024/9/2	落实国家家电产品以旧换新政策。对个人消费者购买冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类1级能效产品按照销售价格20%予以补贴，2级能效产品按照销售价格的15%予以补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元，通过在手机支付渠道领取品类消费券方式在政策实施门店验券核销。（责任单位：市商务委、市财政局、市发展改革委）
	2024/3/30-2024/12/31	支持家电、家装、家居和适老化等产品换新。对个人消费者购买符合要求的沙发、床垫、橱柜、浴缸、坐便器、扫地机器人、吸尘器、空气净化器、家装、家居和适老化产品，具体产品目录由商务委同相关部门明确。相关产品按照销售价格的15%予以补贴，消费者可通过银联云闪付、支付宝、微信支付三种移动支付方式各补1次，每次补贴不超过2000元。（责任单位：市商务委、市民政局、市住房城乡建设管理委、市经济信息化委、市财政局、市发展改革委）
安徽省	2024/9/7	符合补贴条件的产品包括空调、电冰箱（含冰柜）、洗衣机（含干衣机）、电视机、热水器（含壁挂炉）、吸油烟机、燃气灶（含集成灶）、洗碗机、微型计算机（含台式和便携式计算机）、打印机、空气净化器、微波炉（含一体机）、电磁炉、电饭煲、电风扇和净水器16类产品。产品须在中国能效或水效标识网备案且达到一级能效，具有统一的国际13位商品条码。消费者在参与企业的门店可购买若干件符合条件的补贴产品，按照删除所有折扣优惠后成交价格的10%享受一次立减补贴，补贴额不超过1000元。消费者可通过银联云闪付、支付宝、微信支付各享受一次，三种支付方式补贴上限各1000元。
贵州省	2024/9/7	安徽省商务厅、安徽省发展改革委等9部门联合印发了安徽省汽车报废更新、汽车置换更新、家电及家居厨卫消费品“焕新”和电动自行车以旧换新4个补贴实施细则。此次下发的4个实施细则，结合国家下达的超长期特别国债资金以及省级配套资金，统筹安排超36亿元，高于安徽历年安排的消费促进政策资金规模。除对国家明确的8个家电补贴品类的产品进行细化外，对净水器、洗碗机、扫地机器人等12类家居厨卫类消费品给予购新补贴。此外，加大对家电、家装厨卫产品消费的支持力度，购买1级能效产品按照销售价格的20%予以补贴，购买2级能效产品按照销售价格的15%予以补贴。
广西壮族自治区	2024/9/4	贵州省商务厅将重点做好乘用车报废及置换更新和电动自行车以旧换新、家电产品以旧换新、家居消费品更新三个方面工作。家居商品、家电产品单笔最高优惠或补贴2000元。
黑龙江省	2024/5/15	本次家电以旧换新，在国家政策补贴的冰箱、洗衣机、电视机、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品基础上，增加洗碗机、蒸烤一体机、扫地机器人、净水器、微波炉、智能门锁7类广西加大支持产品列入补贴范围，补贴家电产品增至15类。对个人消费者购买2级及以上能效或水效的上述产品，按照产品销售价格的15%享受一次性立减补贴；对购买1级及以上能效或水效的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴；对购买2级能效或水效标识的产品，按照15%一次性立减补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。家电以旧换新系统将于9月6日下午3时在云闪付平台上线。
福建省	2024/9/5	黑龙江省人民政府印发《黑龙江省推动大规模设备更新和消费品以旧换新实施方案》。其中包括开展家电产品以旧换新：1）支持家电产品以旧换新，落实国家支持旧家电淘汰更新激励政策，鼓励家电销售企业联合生产企业、电商平台及回收企业开展以旧换新促销活动，通过举办“周年庆”、“购物节”等方式，对以旧家电换购节能家电的消费者给予优惠。鼓励有条件的地方对消费者购买绿色智能家电给予补贴，积极开展促销活动。2）加快实施家电维修服务提升行动，培育售后服务领军企业，推动售后维修服务进社区、进商场、进平台。
新疆维吾尔自治区	2024/5/28	对个人消费者在我省购买2级及以上能效或水效标准的冰箱（含冰柜）、洗衣机、电视、空调（含中央空调）、电脑、热水器、家用灶具（含集成灶）、吸油烟机8类家电产品给予以旧换新补贴。补贴标准为产品销售价格的15%，对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。对个人消费者购买家居厨卫类、智能家居类、装修改造类产品予以补贴，每位消费者单笔消费满1000元，按照产品销售价格（扣除所有折扣优惠后）的20%予以补贴，单笔消费最高补贴2000元，每位消费者累计享受补贴不超过20000元。各地可结合本地实际，合理增加补贴品类。
天津市	2024/9/10	畅通家电（含燃气厨卫设备）更新消费链条，支持扩大绿色智能家电消费。鼓励有条件的地方对消费者购买绿色智能家电给予补贴。引导并支持家电销售企业联合生产企业、回收企业、金融机构持续开展以旧换新活动，开设线上线下家电以旧换新专区。对以旧家电换购节能家电的消费者给予让利优惠并提供上门回收、免费拆装等服务。鼓励各地对家电以旧换新给予消费补贴。鼓励金融机构加大对废旧家电回收及家电以旧换新相关企业融资支持力度。鼓励家电销售企业渠道下沉，搭建县乡分销运营网络，为乡村消费者提供上门服务、调试、维护等服务。

资料来源：湖南省人民政府网，四川省人民政府网，云南日报等，天风证券研究所

图 18：以旧换新总结（3）

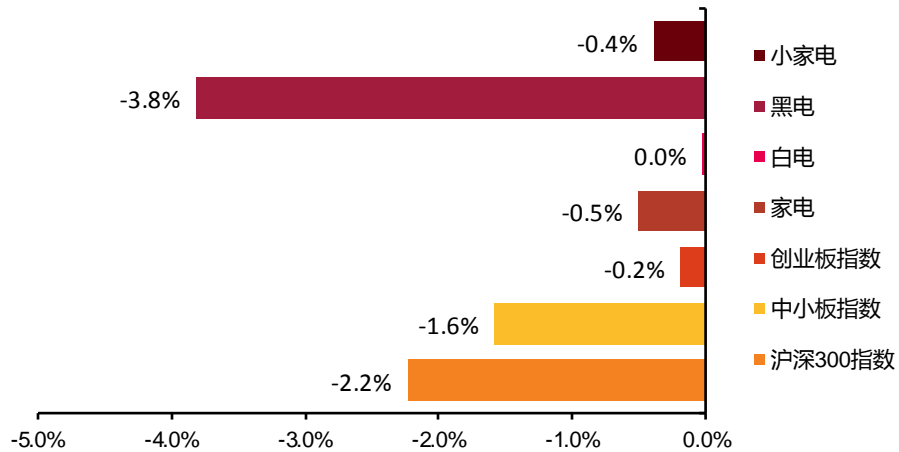
省份	日期	政策
江西省	2024/9/10	对购买2级能效或水效的8类家电产品给予销售价格15%的补贴，这8类家电具体是：冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机；对购买1级能效或水效的上述8类家电产品给予销售价格20%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。
陕西省	2024/9/10	鼓励家电企业以旧换新。推动家电换“智”，以便利城乡居民换新为重点，畅通家电家居更新消费循环。支持各市区采取发放家电家居消费券等方式，对购买一、二级能效绿色智能家电和智能家居产品的消费者予以一定直接补贴。支持家电家居销售企业、各大家居卖场联合生产、回收企业开展以旧换新线上线下促销活动。鼓励各市（区）将电动自行车纳入以旧换新促销活动。落实相关税收政策，推广资源回收企业向自然人报废产品出售者“反向开票”做法。支持金融机构加大对废旧家电回收及家电维修以旧换新相关企业融资支持力度，合理确定贷款利率和还款期限，优化审批流程，推广线上即时办理，拓展家电维修消费信贷。
河北省	2024/9/10	支持家电产品以旧换新。支持个人消费者购买冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电产品（以下简称“8类家电”），对购买1级能效或水效标准的，按照产品销售价格的20%予以补贴；购买2级能效或水效标准的，按照产品销售价格的15%予以补贴。对购买上述8类家电之外的，结合补贴资金规模和市场情况，适时合理确定支持品类，按照产品销售价格的13%予以补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。鼓励绿色智能家电消费和旧家电以旧换新，鼓励将酒店电视终端纳入消费品以旧换新补贴范围。
河南省	2024/9/14-2024/12/31	补贴范围：冰箱（含冰柜）、洗衣机（含洗烘一体机）、电视、空调（含家用中央空调）、电脑（品牌机，含笔记本电脑，不含平板、组装机）、热水器（含壁挂炉）、家用灶具（集成灶）、吸油烟机8类家电产品。结合各地消费习惯、消费市场实际情况、产品特点等，适时增加其他家电类品种补贴。鼓励有条件的地市因地制宜将酒店电视终端纳入消费品以旧换新补贴范围。活动期间，对个人消费者在参与商家购买补贴范围内2级能效或水效标准产品的，按产品最终销售价格的15%给予补贴；购买补贴范围内1级及以上能效或水效标准产品的，按产品最终销售价格的20%给予补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。
山东省	2024/9/14-2024/12/31	加大家电以旧换新补贴力度。对个人消费者购买2级及以上能效或水效标准的冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机8类家电商品，按照产品销售价格的15%补贴，对购买1级及以上能效或水效标准的产品，额外再给予产品销售价格5%的补贴。对每位消费者购买每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。补贴时间为自各省市家电以旧换新服务平台上线之日起至2024年12月31日止，由地市级统筹国家安排的超长期特别国债资金及省级配套资金支持，若地市级用中央和省级下达的资金额度，则超出部分由相关市通过地方资金支持，中央和省级不再负担。
内蒙古自治区	2024/9/19-2024/12/31	全区首个家电以旧换新小程序在包头市正式上线。第一波统筹安排634万元资金，发放各类消费券3170张。对于个人消费者购买冰箱（含冰柜）、洗衣机（含干衣机）、电视、空调、电脑（不含平板电脑）、热水器（含壁挂炉）、家用灶具（集成灶）、吸油烟机、洗碗机、空气净化器、微波炉（含一体机）、电磁炉、电饭煲、电风扇和净水机等15类产品予以补贴。对酒店、宾馆企业购买的电视终端设备并用于经营的予以补贴。补贴标准是个人消费者购买二级以上能效或水效标准的家电产品，补贴标准为产品最终销售价格的15%，对购买一级能效或水效标准的家电产品，额外再给予产品最终销售价格5%的补贴。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元，补贴截止日期为2024年12月31日。没有规定能效或水效的产品，补贴标准为产品最终销售价格的15%；对酒店、宾馆企业购买用于经营、二级及以上能效的电视终端设备，按照产品销售价格15%享受补贴，对购买一级及以上能效的电视终端设备，额外再给予产品销售价格5%的补贴。

资料来源：安康市商务局，河北省发改委，河南省商务厅等，天风证券研究所

### 3. 周度家电板块走势

周度（2024/9/9-2024/9/13）本周沪深 300 指数-2.23%，创业板指数-0.19%，中小板指数-1.58%，家电板块-0.51%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为-0.03%、-3.81%、-0.39%。个股中，本周涨幅前五名是澳柯玛、海立股份、融捷健康、开能健康、苏泊尔；本周跌幅前五名是英唐智控、创维数字、兆驰股份、奋达科技、创维集团。

图 19：周度（2024/9/9-2024/9/13）家电板块走势



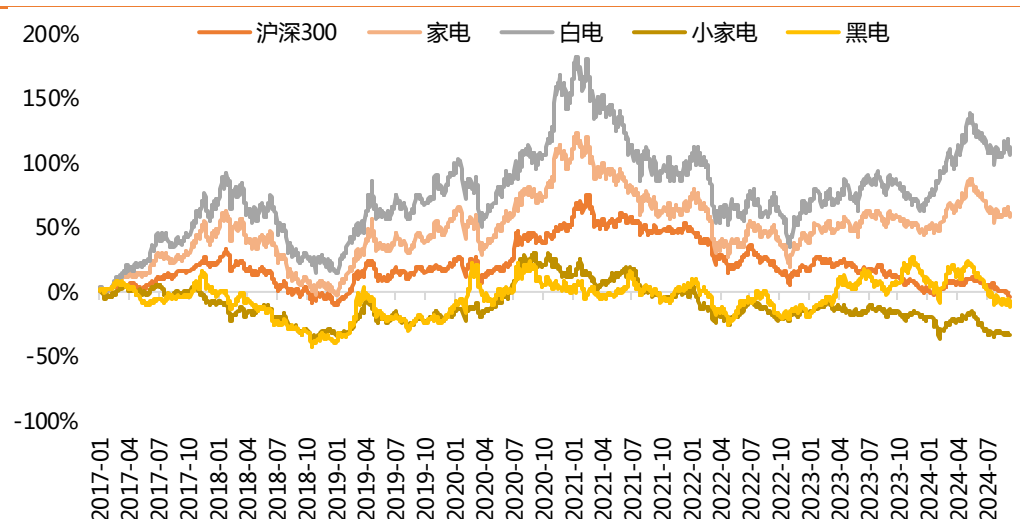
资料来源：Wind，天风证券研究所

表 1：周度（2024/9/9-2024/9/13）家电板块周涨跌幅、周换手率表现

涨幅排名	证券代码	证券简称	周涨幅	周换手率	跌幅排名	证券代码	证券简称	周跌幅	周换手率
1	600336.SH	澳柯玛	18.1%	21.5%	1	300131.SZ	英唐智控	-10.2%	26.0%
2	600619.SH	海立股份	7.8%	25.1%	2	000810.SZ	创维数字	-7.6%	19.0%
3	300247.SZ	融捷健康	7.5%	13.9%	3	002429.SZ	兆驰股份	-6.7%	3.1%
4	300272.SZ	开能健康	5.1%	41.1%	4	002681.SZ	奋达科技	-6.5%	31.7%
5	002032.SZ	苏泊尔	4.1%	0.7%	5	0751.HK	创维集团	-6.4%	0.4%

资料来源：Wind，天风证券研究所

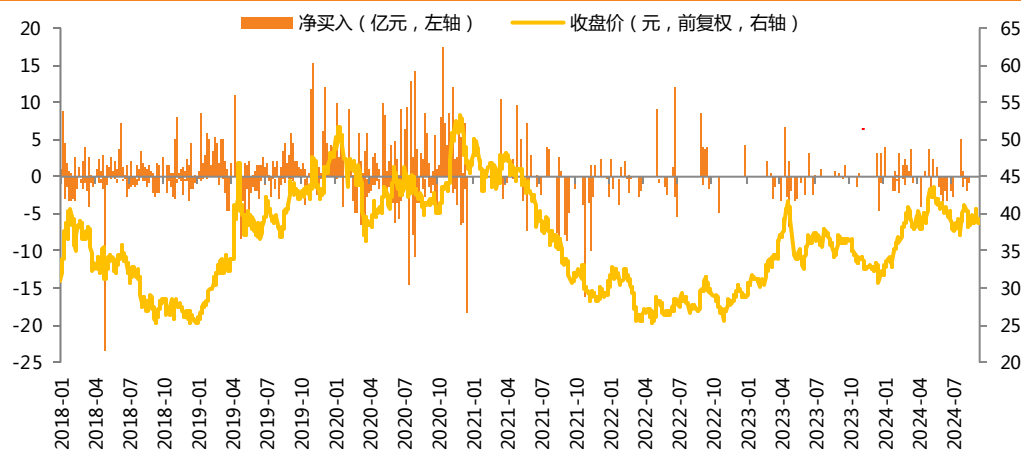
图 20：家电板块历史走势



资料来源：Wind，天风证券研究所

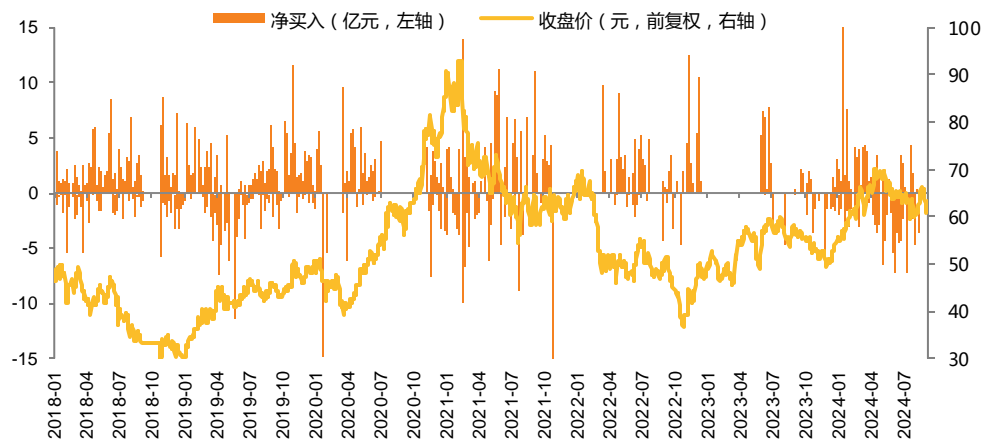
## 4. 周度资金流向

图 21: 格力电器北上净买入



资料来源: Wind, 天风证券研究所

图 22: 美的集团北上净买入



资料来源: Wind, 天风证券研究所

图 23: 海尔智家北上净买入



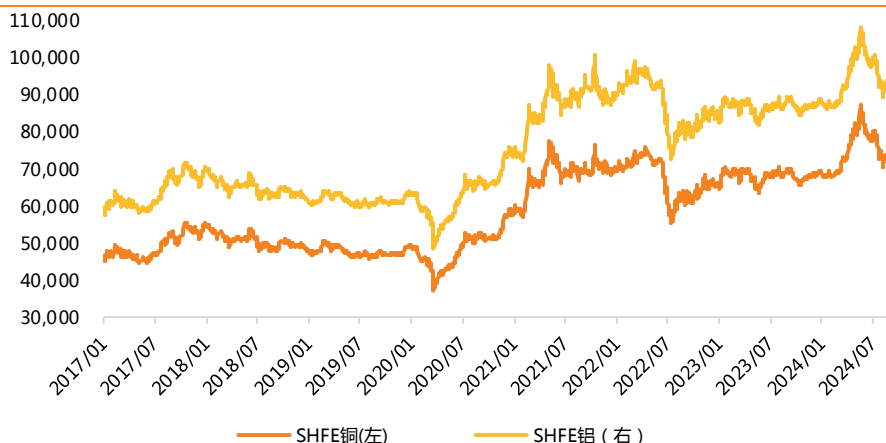
资料来源: Wind, 天风证券研究所

## 5. 原材料价格走势

2024 9 月 13 日, 期货阴极铜收盘价为 73970 元/吨, 相较于上周+1.3%, 今年以来+6.8%; 期货铝收盘价为 19710 元/吨, 相较于上周+2.2%, 今年以来+0.3%; 中国塑料城价格指数为 876.3, 相较于上周-0.4%, 今年以来+5.0%; 钢材综合价格指数为 90.9, 相较于上周价

格+0.5%，今年以来-19.5%。

图 24：铜、铝价格走势（元/吨）



资料来源：Wind，天风证券研究所

图 25：中国塑料城价格指数（2010年1月4日=1000）



资料来源：Wind，天风证券研究所

图 26：钢材综合价格指数（1994年4月=100）



资料来源：Wind，天风证券研究所

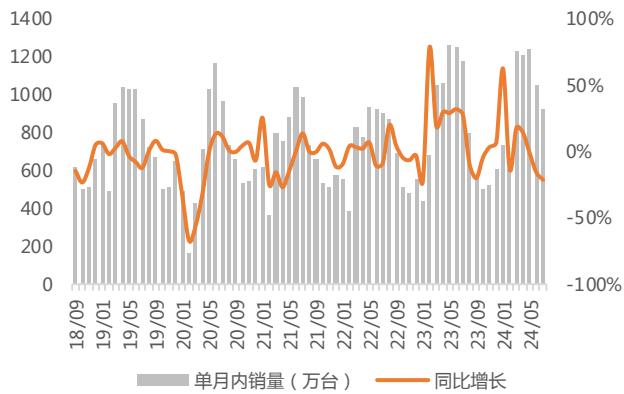
## 6. 行业数据

### ➤ 出货端：今年以来大家电外销需求景气度较好

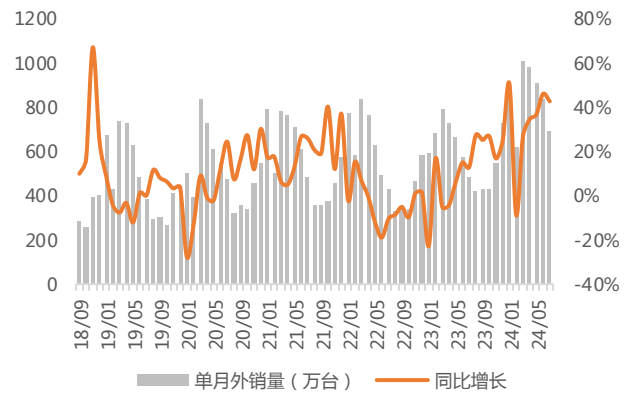
空调 24M7 内/外销量分别同比 -21.3%/+42.7%，24M1-M7 内/外销量分别同比 +0.8%/+31.4%；冰箱 24M7 内/外销量分别同比-14.5%/+14.2%，24M1-M7 内/外销量分别同比+1.1%/+22.3%；洗衣机：24M7 内/外销量分别同比+7.7%/+13.6%，24M1-M7 内/外销量分别同比+3.1%/+20.8%。

图 27：出货端空调内销月零售量、同比增速

图 28：出货端空调外销月零售量、同比增速

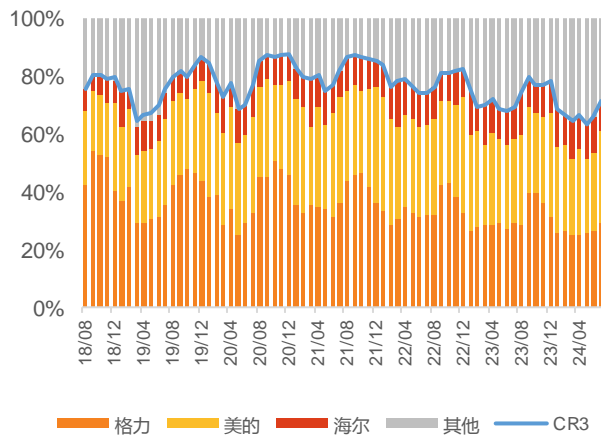


资料来源：产业在线，天风证券研究所



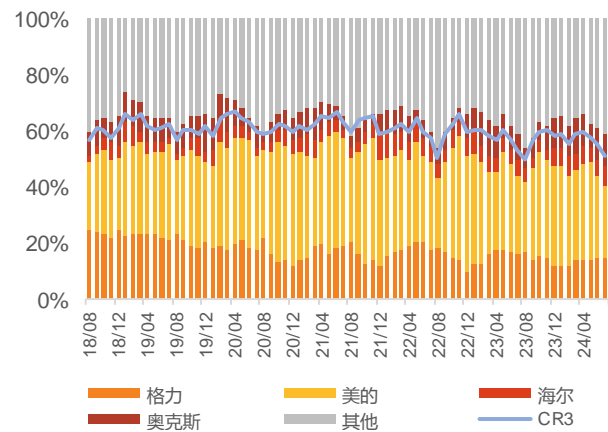
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 29: 出货端空调内销分品牌市占率、CR3



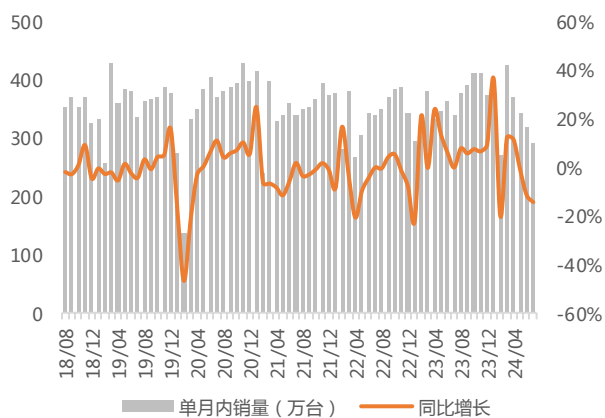
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 30: 出货端空调外销分品牌市占率、CR3



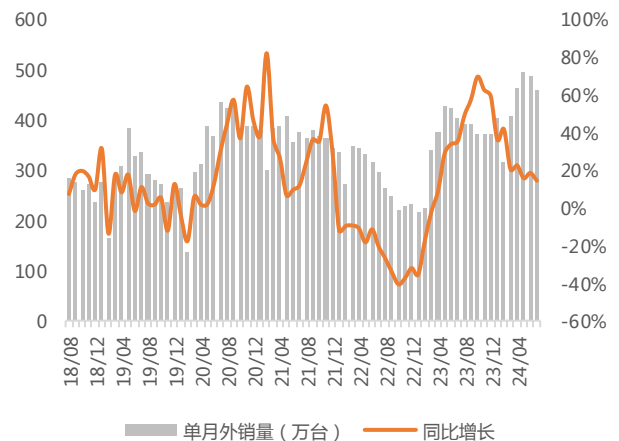
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 31: 出货端冰箱内销月零售量、同比增速



资料来源：产业在线，天风证券研究所

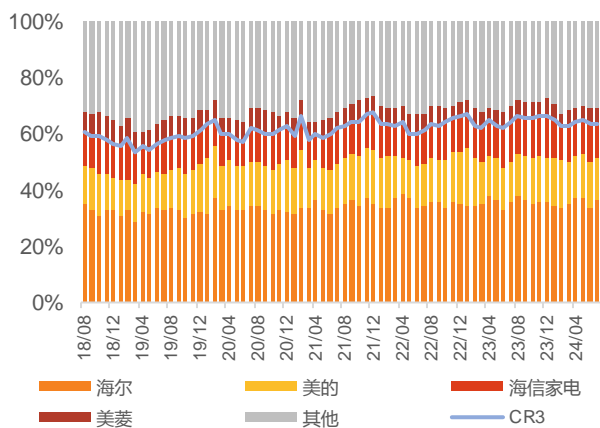
图 32: 出货端冰箱外销月零售量、同比增速



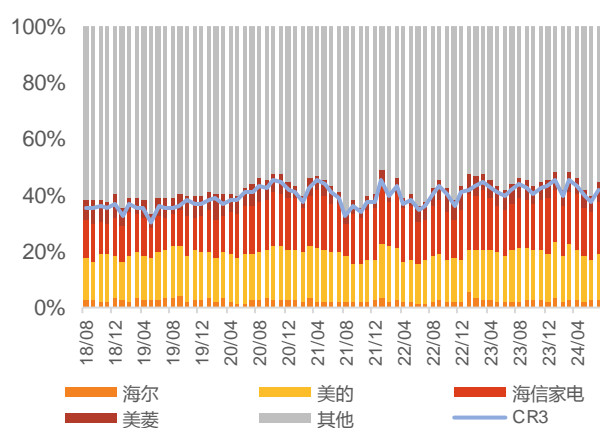
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 33: 出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3

图 34: 出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3

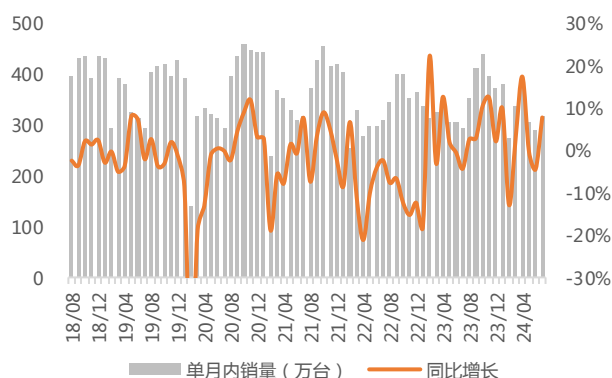


资料来源：产业在线，天风证券研究所



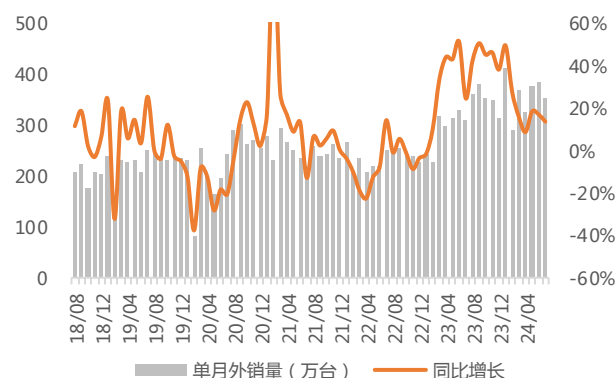
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 35: 出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



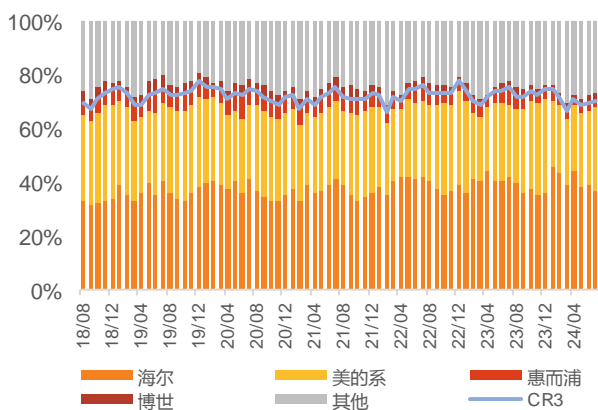
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 36: 出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



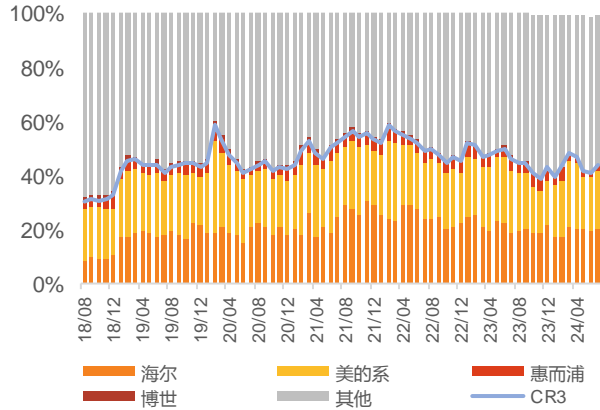
资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 37: 出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3



资料来源：产业在线，天风证券研究所

图 38: 出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3



资料来源：产业在线，天风证券研究所

零售端：奥维数据跟踪

**线上：**大家电板块，24W1-W36 彩电/冰箱/空调/洗衣机销额分别同比+6%/+3%/+5%/+7%；生活电器板块，净化器销额同比+28%，增速亮眼；厨小板块，养生壶/豆浆机/电蒸锅/电炖锅/煎烤机销额分别同比为+15%/+18%/+1%/+12%/+2%。

**线下：**24W1-W36 线下零售整体承压，扫地机/洗碗机逆势增长，分别同比+14%/+5%。



图 39：奥维云网周度数据

奥维云网（线上周度）							
品类	零售额累计增速			零售额单周增速			
	24W1-W36 (1/1-9/8)	24W36 (9/2-9/8)	24W35 (8/26-9/1)	24W34 (8/19-8/25)	24W33 (8/12-8/18)	24W32 (8/5-8/11)	24W31 (7/29-8/4)
彩电	6%	19%	4%	2%	-22%	-5%	-2%
冰箱	3%	46%	20%	-10%	-3%	-7%	5%
空调	5%	103%	93%	32%	10%	34%	-4%
冰柜	-6%	-11%	-5%	-30%	-17%	-14%	-7%
洗衣机	7%	22%	18%	-2%	11%	-15%	9%
油烟机	1%	32%	28%	21%	-10%	0%	-10%
燃气灶	5%	32%	34%	25%	2%	5%	-12%
洗碗机	2%	-6%	25%	31%	0%	-1%	-12%
集成灶	-44%	-58%	-37%	-40%	-61%	-26%	-37%
电热水器	-9%	-18%	-12%	-8%	-24%	-4%	-22%
净水器	28%	24%	43%	39%	7%	18%	39%
净水器	-3%	-10%	5%	6%	-7%	-5%	6%
扫地机器人	18%	-11%	-6%	26%	7%	10%	13%
空气炸锅	-31%	-15%	-20%	-15%	-17%	-27%	-17%
电饭煲	-5%	-6%	7%	1%	-8%	-11%	-6%
电压力锅	-7%	0%	3%	3%	-11%	3%	-3%
电磁炉	-8%	-25%	-12%	-10%	-23%	-13%	-14%
电水壶	-8%	-9%	3%	-1%	2%	-8%	-3%
养生壶	15%	4%	12%	10%	22%	7%	27%
豆浆机	18%	3%	13%	19%	11%	-5%	14%
破壁机	-12%	-12%	0%	-1%	-5%	-12%	3%
搅拌机	0%	16%	28%	38%	19%	9%	23%
榨汁机	3%	0%	24%	12%	2%	3%	10%
电蒸锅	1%	-5%	2%	3%	-5%	-14%	6%
电炖锅	12%	10%	16%	15%	16%	5%	25%
煎烤机	2%	-2%	-14%	9%	-7%	-19%	4%

奥维云网（线下周度）							
品类	零售额累计增速			零售额单周增速			
	24W1-W36 (1/1-9/8)	24W36 (9/2-9/8)	24W35 (8/26-9/1)	24W34 (8/19-8/25)	24W33 (8/12-8/18)	24W32 (8/4-8/11)	24W31 (7/29-8/4)
彩电	-3%	-22%	64%	11%	-32%	-15%	18%
冰箱	-6%	-20%	76%	13%	-30%	-15%	4%
空调	-10%	1%	143%	35%	-21%	-3%	49%
冰柜	-11%	-32%	-26%	-16%	-25%	-12%	-11%
洗衣机	-3%	-24%	62%	5%	-29%	-13%	8%
油烟机	0%	-1%	89%	7%	-27%	-12%	16%
燃气灶	0%	-6%	76%	5%	-27%	-17%	5%
洗碗机	5%	-12%	38%	5%	-29%	4%	8%
集成灶	-12%	-19%	21%	-16%	-29%	-21%	5%
电热水器	-10%	-28%	48%	-5%	-25%	-17%	-5%
净水器	-22%	-48%	48%	-41%	-54%	-30%	1%
净水器	-6%	-21%	79%	-1%	-22%	-13%	17%
扫地机器人	14%	-20%	91%	11%	-24%	20%	45%
电饭煲	-10%	-22%	6%	-6%	-24%	-22%	-5%
破壁机	-22%	-32%	2%	-4%	-36%	-32%	-13%

资料来源：奥维云网，天风证券研究所

## 7. 公司公告

### 美的集团关于刊发 H 股招股说明书,H 股发行价格区间及 H 股香港公开发售等事宜的公告

美的集团本次发行的 H 股股票，基础发行股数为 492,135,100 股，其中香港公开发售 24,606,800 股，国际发售 467,528,300 股。发行价格区间初步确定为 52.00 港元至 54.80 港元。预计于 2024 年 9 月 17 日在香港联交所挂牌并开始上市交易。

### 漫步者:关于回购股份完成暨股份变动的公告

公司于 2024 年 3 月 7 日首次通过回购专用证券账户以集中竞价方式回购公司股份 320,000 股，占公司目前总股本比例为 0.0360%。截至 2024 年 9 月 10 日，公司通过回购股份专用证券账户以集中竞价方式累计回购公司股份 5,100,000 股，占公司总股本的 0.5736%，最高成交价为 13.55 元/股，最低成交价为 9.65 元/股，成交总额为 60,236,402.00 元。公司本次回购股份方案已实施完成。

## 8. 行业新闻

### Vidda Mini LED AI 电视两大新品震撼发布 全面提升客厅智能化

9 月 9 日,海信旗下年轻科技潮牌 Vidda 正式发布新一代 Mini LED AI 电视,新品包含 X 2025

和 X Mini 两大系列。根据发布会上 Vidda 大屏显示负责人的介绍,Vidda AI 电视不仅带来极具性价比的高配硬件,加速推动了 Mini LED 显示技术的普及,更是通过超强 AI 计算引擎和海信独家的星海大模型将智慧大屏的画质表现和智能体验提升到全新的高度。

## 9. 投资建议

本周家电行业继续跑赢同期沪深 300, 其中白电与小家电板块相对表现更好, 我们认为仍与其出海属性有关。本周美的集团于中秋日在港股成功挂牌, 首日收涨近 8%, A/H 价差目前约 14%, 与海尔 A/H 价差类似。目前以旧换新已在全国绝大部分省份落地, 且电商平台正在逐渐接入, 我们预期结合后续双十一活动开启, 家电零售数据有望保持向好态势。投资上, 我们仍延续今年以来“红利为锚, 出海为帆”投资思路, 维持白电板块为家电首选, 并推荐其他板块中自主品牌出海标的。

**标的方面, 推荐:**

- 1) 大家电: 如【美的集团】/【格力电器】/【海尔智家】/【海信家电】;
- 2) 小家电: 如【苏泊尔】/【石头科技】;
- 3) 厨大电: 如【华帝股份】;
- 4) 黑电: 如【TCL 电子】/【兆驰股份】;
- 5) 其他家电: 如【德昌股份】/【盾安环境】(与机械组联合覆盖)等。

## 10. 风险提示

**房地产市场景气程度回落:** 房地产市场景气情况与大家电销售关联性较高, 地产市场遇冷将影响大家电终端销售情况。

**汇率波动风险:** 部分家电企业以外销 ODM 业务为主, 汇率波动会对企业盈利情况造成影响。

**原材料价格波动风险:** 2021 年以来原材料成本快速上行, 后续价格波动仍将影响家电企业盈利情况。

**新品销售不及预期:** 洗地机、扫地机等新品销售不及预期将对相关家电企业营收业绩情况造成影响。

## 分析师声明

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

## 一般声明

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

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

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

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

## 投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益 20%以上
		增持	预期股价相对收益 10%-20%
		持有	预期股价相对收益 -10%-10%
		卖出	预期股价相对收益 -10%以下
行业投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅 5%以上
		中性	预期行业指数涨幅 -5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅 -5%以下

## 天风证券研究

北京	海口	上海	深圳
北京市西城区德胜国际中心 B 座 11 层	海南省海口市美兰区国兴大道 3 号互联网金融大厦	上海市虹口区北外滩国际客运中心 6 号楼 4 层	深圳市福田区益田路 5033 号平安金融中心 71 楼
邮编：100088	A 栋 23 层 2301 房	邮编：200086	邮编：518000
邮箱：research@tfzq.com	邮编：570102	电话：(8621)-65055515	电话：(86755)-23915663
	电话：(0898)-65365390	传真：(8621)-61069806	传真：(86755)-82571995
	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com