



# 一张图看懂 1 月空调产业在线 数据：春节提前扰动内销 出口 具备较强韧性



春节提前放假影响下，1月空调内销承压，外销则在高基数下表现出较强韧性。格局方面，双寡头内销呈现分化表现，美的内销份额同比提升明显。后续随着原材料成本压力放缓及内销需求回暖，白电龙头具备较强的盈利修复弹性。

2022年1月空调产业在线数据简述：行业总量方面，1月总产量1307万台，同比-8.4%，总销量1331万台，同比-5.3%，其中内外销量分别为559、773万台，分别同比-9.4%/-2.1%；公司方面，格力内外销量分别同比-15.9%/+9.1%；美的内外销量分别同比-2.2%/-11.5%；海尔内外销量分别同比0.0%/+71.1%；海信内外销量分别同比+15.4%/+18.3%；奥克斯内外销量分别同比-43.3%/-9.5%。

春节提前影响内销，出口高基数下维稳：生产端，1月总产量同比-8.4%，主要由于春节提前放假，工厂停产所致。内销方面，行业延续弱势表现，同比-9.4%，除春节假期影响外，还受到2021年底相对高水位的渠道库存限制。外销方面，高基数下表现出较强韧性，1月同比-2.1%，海外需求维持景气。

双寡头表现分化，美的、海尔内销份额提升：分公司来看，美的、格力双寡头内销表现分化，1月美的内销维稳，同比-2.2%，内销份额为39.4%，同比+2.9pcts；格力则由于渠道改革阵痛及出货模式转变，经营承压，1月内销同比-15.9%，内销份额为33.1%，同比-2.6pcts；海尔内销增速基本持平，内销份额为11.3%，同比提升1.1pcts。外销方面，1月海尔、海

信表现突出，外销量分别同比+71.1%/+18.3%，外销份额分别同比+3.6/+1.6pcts。

建议持续关注：高端化、出海业务布局领先，受益于原材料成本压力放缓的白电龙头：海尔智家、美的集团，以及多元化前瞻布局、受益于宏观政策逆周期调节的低估值企业：海信家电。

风险因素：原材料成本大幅上涨；海外需求景气度下降；内需恢复不及预期

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_37799](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37799)

