



家用电器业行业：维持高频上新节奏 石头追觅表现亮眼



摘要:

清洁电器短期销售承压。根据奥维云网数据，2022年4月清洁电器线上销量同比-21.0%，销额同比-22.0%；1-4月累计线上销量同比-18.5%，销额同比-10.0%。从清洁电器内部结构占比来看，2022年4月扫地机/洗地机/吸尘器/除螨仪/拖把分别环比+3/+0/-2/+1/+0pcts，其中扫地机结构占比提升较快，继续替代其他品类市场份额。

扫地机增速有所放缓，石头内销亮眼。1) 整体层面：根据奥维云网数据，2022年4月扫地机线上销量同比-47.1%，销额同比-24.7%；1-4累计销量同比-40%，销额同比-10%。2) 平台层面：淘系平台被分流明显，抖音平台4月环比有所回落。3) 营销层面：行业整体投放力度减弱，且非头部减弱趋势比头部企业明显。4) 品牌层面：石头4月内销市占率34%（同比+16pcts），位居第一，且石头抖音渠道也于4月开始放量，推新+加大营销力度的成效已经体现。

洗地机景气度维持，追觅提升较快。1) 整体层面：洗地机仍然处于高景气阶段，行业主要受到量的驱动。根据奥维云网数据，2022年4月洗地机线上销量同比+38.6%，销额同比+30.7%；2022年1-4月累计销量同比+60%，销额同比+64%。2) 平台层面：淘系平台分流明显，抖音平台持续拓展，根据生意参谋数据，淘系平台洗地机4月同比+29.5%，环比-23.3%。3) 竞争层面：4月添可/追觅品牌市占率分别为51.5%/12.2%，添可份额环比维持，追觅快速增长，预计其在3-4月推出的多款新品拉升

业绩效果明显。

各厂商持续布局新品，上新频率维持。1) 传统厂商在洗地机领域加速推新：海尔推出首发价分别为 3490 元/1999 元的两款新品洗地机，形成较宽的价格带布局；美的推出 1999 元的洗地机；方太亦进军清洁电器领域，其旗下米博品牌推出创新性无滚布洗地机。2) 专业厂商继续迭代扫地机新品：科沃斯 4 月推出自清洁产品 T10OMNI (4799 元)，产品性价比提升；石头 5 月推出 T8Plus (2799 元)，与 G10 系列形成价格带补充；追觅 5 月亦推出 S10/S10Pro 新品，为 618 预热。

投资建议：清洁电器估值处于历史低位，基本面存在坚实支撑，目前为配置的性价比阶段。推荐龙头地位稳固，多元化成效显现的科沃斯 (22PE:21.6x)；研发加固护城河，内销快速增长的石头科技 (22.9x)；清洁电器日益加码，盈利能力逐步修复的白电龙头美的集团 (12.1x)；代工基本盘稳固，自有品牌广泛布局的莱克电气 (13.8x)。

风险提示：原材料价格波动风险、汇率波动风险。

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_41757

