



家用电器业行业：结构性亮点仍存 摩飞小熊逆势增长



本报告导读：

行业呈现结构性亮点，部分新品高增，龙头有望持续受益，增持。

摘要：

10月厨小电行业需求景气度较低，提价使销额表现好于销量。小家电品类在行业整体需求较差以及外部需求较差的情况下，整体销售情况相对低迷。根据魔镜数据，大多传统品类销量维持下滑态势，电饭煲、电热水壶及电磁炉销量同比分别-9.4%/-17.4%/-13.6%。同时，行业大多数品类保持提价趋势，提价带动销额增幅远好于销量增幅，我们预计均价提升有望在Q4收入端持续得到体现。

行业仍存在结构性亮点，部分新品高增，龙头有望受益。根据魔镜数据，10月部分新品类的销量保持高增，其中电蒸锅、破壁机、空气炸锅、咖啡机同比分别+64.6%/+44.3%/+25.6%/+1.5%。电蒸锅市场中，空气炸锅市场汇总，苏泊尔、九阳、美的市场份额分别为11%/8%/8%。

苏泊尔市占率仍然维持首位，10月市占率为15.01% (-2.06pct)。美的市占率为7.76% (-4.68pct)。九阳市占率7.98% (+1.8pct)。虽然新兴品类行业红利仍在，但不可否认的是，行业的高增也带来竞争加剧，10月龙头市场份额有所下降，各品牌新品增幅有所减小。

从品牌角度看，摩飞和小熊逆势增长，提价+扩品类是企业持续增长的推动力。2022年小熊在“萌家电”定位基础上进行品牌升级，截至目前，

公司精品化策略成效已经有所体现。小熊品牌整体销额同比+13.9%，其中厨房小家电表现亮眼，在量价额三方面均有提升，分别为+3%/+14%/+17%。我们预计，后续随着品牌精细化运营进一步深化，公司销额有望持续提升。此外，摩飞品牌生活小家电表现亮眼，销额同比+118.8%。

投资建议：小家电品类多为非刚需，具备可选的属性，在行业整体需求较差以及外部环境不利的情况下，整体销售情况相对低迷。长期来看，我们始终认为消费者改善生活，解决痛点的需求仍在。各企业注重差异化产品的打造，有望迎来新一波增长。推荐品牌升级注入新活力，渠道拓展同步发力，步入新增长期的**小熊电器**（22PE：26.2xPE）；内销摩飞品牌收购落地后，掣肘解除，且东菱品牌边际表现好转，业绩环比改善预期仍在的**新宝股份**（12.1x）；太空系列增速较快，与SN品牌协同效应逐渐凸显的**九阳股份**（19.0x）；公司创新性产品持续不断推出，线下渠道稳步推进的**北鼎股份**（37.9x）；扩品类+扩渠道共同推进且受益于三四线小家电需求增长的**苏泊尔**（17.8x）。

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_49519

