



# 家用电器行业周报：从云鲸 新品 J2 看扫地机创新趋势



云鲸发布新品 J2, 自动换水成最大亮点。9 月 25 日云鲸发布新品 J2, 折后价 3999 元, 智能换水套组折后价为 4298 元。云鲸 J2 有四大看点:

(1) 新增智能换水。智能换水装置为可选配件, 需预约上门勘探并免费安装; (2) 升级感知系统。J2 导航算法升级, 配备全新雷达罩, 可 360° 感应, 增强脱困能力; (3) 改进清洁痛点。烘干加速 (自然风干→热风烘干)、吸力升级 (1800pa→2500pa)、除菌强化 (基站新增除菌清洁模块, 可自动按比例添加清洁剂)。总结来看, 纵向对比 J1, J2 产品力提升; 横向对比头部竞品, J2 继续发扬云鲸在机构设计上的优势但软硬件差距仍需努力。自动换水的安装属性对云鲸售后服务提出更高要求, 模式能否跑通还需持续跟踪。

盘点各家新品, 扫地机器人创新呈现自动化、集成化趋势。(1) 自动化: 自清洁功能已经成为扫地机器人标配, 自动化场景由自动洗拖布延伸至自动上下水和自动添加清洁剂, 基本涵盖完整的中式清洁链条。

(2) 集成化: 集成化创新对象由扫地机器人逐步转移至基站, 基站由过去单一的回充场所逐步演化为具备自清洁、自动集尘、自动换水的多功能载体。伴随的基站大型化现象是暂时的, 未来扫地机器人基站机构设计的重要性或将凸显。

空调: 双线销量下滑, 提价趋势延续。据 AVC, 空调 35-38 周整体线上/线下量同比-13.3%/-13.3%, 与 34-37 周的-26.8%/-18.5%相比, 线上销量增速下滑, 线下销量略有回暖; 35-38 周整体线上/线下价同比

+11%/+6.3%，与 34-37 周整体线上/线下价的+16.3%/+7.1%相比，双线提价趋势延续，速度放缓；1-39 周线上/线下价同比+15.7%/+8.3%，较 19 年同期+1.8%/-0.8%。

冰箱：线上销量增长，双线提价增速延续。据 AVC，冰箱 35-38 周整体线上/线下量同比+10.5%/-21.9%，相较于 34-37 周的+5.1%/-23.0%，线上销量增长趋势不减，线下销量有所修复；35-38 周整体线上/线下价同比+8.9%/+15.9%，与 34-37 周的+11.1%/+16.3%相比，双线提价增速延续；1-39 周线上/线下价同比+15.6%/+13.4%，较 19 年同期+16.7%/+24.0%。

洗衣机：线上销量增速放缓，双线价格提升趋势延续。据 AVC，洗衣机 35-38 周整体线上/线下量同比+2.6%/-21.8%，较 34-37 周的+12.5%/-21.6%，线上销量增速放缓；35-38 周整体线上/线下价同比+15.4%/+13%，相较于 34-37 周的+15.0%/+12.6%，线下价格增长趋势延续；1-39 周线上/线下价同比+13.9%/+9.3%，较 19 年同期+11.5%/+20.9%，

2021W39 陆股通合计净流入 15.6 亿元。其中三花智控 (+3.01 亿)、美的集团 (+0.97 亿)、老板电器 (+0.58 亿) 净流入居前；海尔智家 (-4.25 亿)、格力电器 (-1.52 亿)、海信家电 (-0.13 亿)、九阳股份(-0.02 亿)净流出居前。

风险提示：原材料价格继续上涨，家电行业竞争加剧，终端需求不及

预期。

关键词: 机器人

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\\_27014](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_27014)

