



# 家用电器行业周报：建材市场 为集成灶筑起渠道壁垒 火星人 人一线城市份额领先



本周家电板块下行-1.8%，白电/黑电/厨电/小家电板块分别-2.7%/-2.2%/-0.4%/+0.4%。小家电板块逆势小幅上涨，其中按摩电器龙头荣泰健康、奥佳华领涨，近期按摩电器行业延续高景气度，小型按摩器龙头倍轻松亦或将于近期上市。原材料方面，本周原材料价格延续高位震荡态势，后续仍需关注原材料涨价压力传递至报表端。

根据奥维推总数据，2021年Q1集成灶家装建材渠道（含品牌方自有家装渠道）实现零售额11.62亿，同比+31.6%，占全渠道零售额约32.8%，同比小幅下滑0.4%，各企业积极发力线上渠道，因此线上渠道增长幅度高于建材渠道。与传统厨电相比，集成灶建材渠道占比明显较高，21Q1建材渠道在厨电（烟灶洗）全渠道零售额占比约5.5%。

分公司来看，龙头品牌地位稳固，美大、火星人具有较大领先优势。在29个省级区域建材渠道中，零售额份额前五的省市TOP2品牌均为美大、火星人，且两者份额相对接近，合计近25%左右。其中火星人销售额份额第一的共计14个，美大销售额份额第一的共计12个，亿田在福建、黑龙江、广东省建材市场份额第一。此外，值得注意的是，火星人在北京、上海两大一线城市份额明显领先，分别为12.8%、23.9%，较第二名分别领先4.3pct、17.1pct，体现出较强的一二线消费者教育及市场开拓能力。

与传统厨电相比，集成灶由于其更强的安装属性，适合在家装更前端进行采购，因此建材渠道更适合集成灶的产品销售，在全渠道中占比明显更高。而红星美凯龙、居然之家等建材市场的店面布局往往相对稳定，

龙头品牌与其合作更为密切，使得集成灶品牌具有一定的渠道先发优势，并在后续切入集成灶领域的企业面前形成一定的品牌壁垒及渠道壁垒。

本周极米科技发布 2021H1 业绩预告，预计 2021H1 实现归母净利润 1.9 亿元，同比+94%，对应 2021Q2 实现归母净利润 9945.3 万元，同比+84%；国内新品持续热销，海外受芯片影响短期有所承压，长期看好智能微投需求；新品上市叠加光机自研，公司盈利能力有望上行。

### 投资建议

建议关注渗透率持续提升的集成灶细分领域，未来行业有望维持 30% 左右增速，持续推荐具备长期龙头战略格局眼光、紧握强品牌营销和高端产品定位两大厨电行业龙头核心要素、规模快速扩张的火星机器人，具备较强产品力、少东家上任有望带来变革成效的集成灶龙头亿田智能，具备较强产品优势和渠道优势的集成灶龙头浙江美大。推荐关注零售恢复显著、工程渠道增长稳定，善于发掘新增长点，具备较强  $\alpha$  属性，把握台式品类扩张带来新增长点、在存量房更新需求发力的厨电龙头老板电器。

我们于近期发布深度报告解构中国消费社会阶段划分，通过经济、人口等宏观环境分析了各代际微观人群的价值观变化，及从而导致的消费观变化。我们认为，中国现阶段处于第三消费社会早期，这个阶段的消费主力从小物质生活丰富、成长环境优越，体现在消费观的主要特点在于，消费单位从家庭开始转向个人，更加注重个性化、小型化、多样化；消费内容从耐用品、必需品转向快消品、提供情绪价值的消费品；消费价值取向

从高性价比转向注重品质、细分化、个性化等。

我们认为家用智能微投是第三消费时代注重生活品质与生活享受的新消费观下的产物，长期看好解决信息享受的家用智能投影细分领域，建议关注技术领先且具有消费品全方位壁垒的家用智能微投龙头极米科技。

此外，小家电领域同样为第三消费社会的重点受益板块。持续看好新消费为小家电领域带来的新机遇，持续推荐关注多品类多价位段布局、反应迅速、品牌理念与产品设计年轻前卫的小家电细分领域龙头小熊电器；推荐关注具备高端代工经验奠定高端产品及供应链能力基础，以消费者为核心导向具备营销和产品设计优势的新宝股份；持续推荐关注提早大幅调整组织架构顺应新消费快速响应需求、品牌年轻化转型顺利、兼具龙头规模及供应链、研发等能力基础优势的九阳股份；以及专注打磨产品细节、以消费者体验为核心导向，用户粘性高且产品矩阵和价格段不断拓宽的的国产高端小家电北鼎股份；以及自主品牌转型获效、抢滩洗地机成长红利、加码新能源汽零业务的清洁电器优质企业莱克电气。

按摩小家电行业是第三消费时代稳健增长的优质赛道。一方面，消费

**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\\_33464](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33464)

