



家电行业增量赛道 1 月数据分析专题：洗地机品类景气延续 集成灶线下维持增势



事件：2022 年 1 月奥维云网及阿里线上电商数据披露，我们重点对清洁电器、集成灶、厨房小家电及个护小家电四大行业的销售情况进行分析。从 1 月销售情况来看，清洁电器行业呈现量减价增态势，洗地机品类景气延续；集成灶线下渠道维持增势，头部品牌依旧强势；厨房&个护小家电线上需求依旧疲软，部分品牌表现欠佳。

清洁电器：行业量减价增，洗地机景气延续。1 月清洁电器线上零售额 21.6 亿元，同增 7.2%，线下零售额 1.3 亿元，同减 5.2%，线上零售额同比维持增长。分品类看，1 月机器人、洗地机及推杆式占比最高，三者合计占线上/线下零售额比例达 85.6%/94.1%。机器人品类线上/线下零售额 9.3 亿元/2785.8 万元，同比分别+18.4%/1.1%，行业集中度较高，线上/线下 CR10 为 95.2%/99.6%，科沃斯占据绝对优势，线上/线下销售额占比为 44.1%/89.0%。洗地机品类线上/线下零售额为 4.6 亿元/4534.5 万元，同比分别+88.8%/+236.5%，仍然维持高增态势，市场份额方面添可一家独大，线上/线下销售额占比达 55.1%/54.2%。

推杆式品类线上/线下零售额为 4.5 亿元/4799.0 万元，同比分别-24.9%/-37.0%，其中戴森产品销售火爆，线上/线下零售额占比分别为 46.8%/76.0%，独揽线上/线下热销榜单前四/五。

集成灶：线下销售维持增势，头部品牌依旧强势。1 月集成灶行业线上零售额为 2.0 亿元，同减 8.8%，零售量 2.6 万台，同减 27.3%，产品均价 7781.4 元，同增 25.5%；线下零售额为 1465.3 万元，同增 6.5%，零

售量 1452 台，同减 3.8%，产品均价 10091.6 元，同增 12.9%，产品均价维持上升态势。分品类看，烟灶消、烟灶蒸烤一体机份额最高，其中烟灶消线上/线下零售额为 0.6 亿元/578.3 万元，同比分别为-34.2%/-8.0%，其中烟灶蒸烤一体机线上/线下依然维持高增态势，线上/线下零售额 0.9 亿元/499.9 万元，同比分别+48.5%/+85.0%，线上/线下零售额占比达 44.2%/34.9%。竞争格局方面，零售额 CR10 占比为 73.3%，环增 3.2pcts，品牌集中度有所提升，火星人份额位居第一，占比 24.1%；线下格局较为稳定，CR10 占比为 82.9%。

厨房小家电：行业销售持续下滑，龙头品牌表现欠佳。1 月阿里渠道厨房小家电行业线上零售额 32.1 亿元，同减 37.3%，销售量 1644.1 万件，同减 29.2%，销售同比有所回落。分行业看，1 月空气炸锅销售额 3.1 亿元，同增 52.2%，位居行业第一，净水器、电饭煲销售额分别为 2.9 亿元、2.6 亿元，位居行业第二、三位。分品牌看，美的、苏泊尔和九阳市场份额维持行业前三，销售额合计占比 33.7%，环增 3.4pcts，行业龙头地位稳固。其中美的销售额为 4.3 亿元，同减 53.9%，销售量 213.6 万件，同减 37.1%，均价 202.3 元，同减 26.6%；苏泊尔销售额 4.1 亿元，同减 31.0%，销售量 198.0 万件，同减 16.4%，均价 204.6 元，同减 17.5%。维持量价齐落趋势；九阳销售额 2.4 亿元，同减 57.6%，销售量 124.2 万件，同减 38.3%，均价 196.8 元，同减 31.3%。

个护小家电：线上需求疲软，按摩器材占比居首。1 月阿里渠道个护

小家电行业销售额 18.3 亿元,同减 27.2%,销售量 1557.5 万件,同减 23.6%,均价 117.2 元,同减 4.8%,行业整体量价齐落。分品牌看,飞利浦异军突起,以 8.5%的销售额占比位居第一,飞科、戴森销售额位居第二、三位,分别占比 6.5%、4.6%,CR5 为 26.6%,行业集中度环比有所上升(+1.6pcts)。分子行业看,按摩器材销售额 3.2 亿元,同减 11.0%,SKG、飞利浦和倍轻松份额居行业前三,占据 31.7%的市场份额,CR3 环比提升(+1.6pcts),电吹风、剃须刀销售额分别为 2.76 亿元、2.81 亿元,同比分别-23.9%、-12.2%。从热销产品看,按摩椅品类表现强势,前十名中占有四席,飞科产品热度较高,热销榜单前十占三席。

风险提示:数据代表性欠佳,行业竞争加剧,宏观经济下滑。

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_37403

