



可选消费行业月报：3 月冰洗
销量分别同比 -6.5% /
-14.6%



3 月冰洗行业内外销均明显弱化

出口规模仍保持高位,但内销已经弱于疫情前同期,据产业在线数据,其中 3 月冰箱内销量 YOY-3.6% (较 2019 年同期-10.9%)、洗衣机内销量 YOY-11% (较 2019 年同期-16.1%), 3 月冰箱、洗衣机出口量分别同比-9.6% (较 2019 年同期+23.7%)、-19.1% (较 2019 年同期+2.6%)。虽然有局部疫情催化,对于储存食物的关注度提升,但整体上看疫情居家拉动的需求已经明显减弱,冰洗产品销售量均处于高基数回落的过程中,而 4 月各地散发的疫情仍扰动消费信心,且疫情管控一定程度影响物流流通,我们对 4 月冰洗销售仍持谨慎态度。

冰箱: 3 月内外销量分别同比-3.6%/-9.6%

3 月出口颓势仍在延续,而内销虽有局部疫情催化,但整体大盘已经处于高基数回落的过程中。1-3 月累计冰箱销量 1990.5 万台, YOY-4.6%, 内销 1037.8 万台, YOY-1.3%; 出口 952.7 万台, YOY-8.0%, 较疫情前 2019 年 1-3 月分别+14.6%、+2.2%、+32.2%。虽然我们对于中国产业链优势依然保持乐观,但近期海外不确定因素依然较多,一方面美国 3 月新房开工处于高位水平,向美国地区出口表现依然强势,但欧洲市场受到地缘冲突影响明显,仅向德国出口仍增长,出口英法已经持续回落,而向俄罗斯出口冰箱大幅回落,短期冰箱出口仍需谨慎看待。

洗衣机: 3 月内外销量分别同比-11.0%/-19.1%需求冲击明显,内外销均表现差强人意。3 月滚筒洗衣机出货量表现较强,内销量同比小幅增

长,但难以改变行业趋势。1-3 月累计洗衣机销量 1675.1 万台, YOY-9.6%, 内销 983.8 万台, YOY-6.3%; 出口 691.4 万台, YOY-13.8%, 较疫情前 2019 年 1-3 月分别-1.5%、-11.9%、+18.2%。海外地缘冲突的影响需谨慎看待, 美国对洗衣机产品实施进口配额限制, 向美国出口表现并不如人意, 而欧洲市场中, 向英国、俄罗斯出口也有明显下滑, 仍需谨慎。而内销量仍主要受更新驱动, 企业纷纷积极更新产品, 通过产品迭代优化收入结构、传导成本影响, 部分具备功能亮点的产品零售需求不俗。

3 月冰箱、洗衣机龙头优势明显

2022 年 3 月冰箱 CR3 国内总销量份额同比+3.6pct, 同期洗衣机 CR2 国内总销量份额同比+2.5pct。一方面, 内销表现相对更优的情况下, 龙头企业品牌力、产品力、渠道力均领先, 相对优势更为明显。另一方面, 龙头企业与出口海运供应商合作紧密, 且自主品牌出口占比更高, 产品价格更为可控, 在原材料价格仍处于高位的情况下, 更能保障出口利润。

零售数据显示, 1-3 月冰箱、洗衣机线上零售表现分化结合奥维云网数据, 1-3 月冰箱线上零售量、额均同比小幅下降, 受需求影响, 均价也

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_40985

