

爱建证券有限责任公司

研究所

分析师: 张志鹏

TEL: 021-32229888-25311

E-mail: zhangzhipeng@ajzq.com

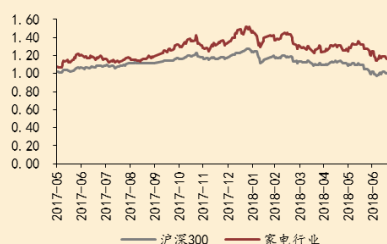
执业编号: S0820510120010

联系人: 陈曼殊

TEL: 021-32229888-25516

E-mail: chenmanshu@ajzq.com

**行业评级: 强于大市
(维持)**



(%)	1个月	6个月	12个月
绝对表现	-8.65	-19.78	0.32
相对表现	-5.11	-1.56	6.67

数据来源: Wind, 爱建证券研究所

相关研究报告

电, 仍是狂风暴雨中的避风港》

20180627

《家电行业 2017 年年报及 2018 年一

季报总结: 行业发展稳步向前》

20180510

《2018 年家电二季度策略报告: 不确定性风险加大, 静待机会》20180329

《2018 年家电行业策略报告: 龙头优

先, 关注拐点》20171219

跟踪报告●家电行业

2018 年 07 月 23 日 星期一

老板电器控股金帝, 集成灶市场再起风云

投资要点

□ **收购金帝电器 51% 股份, 强势入局集成灶市场:** 7 月 18 日, 老板电器与金帝电器达成合作, 拟以 51% 的持股比例战略控股金帝电器, 布局集成灶厨房市场。金帝电器成立于 2008 年, 产品涵盖集成灶、橱柜、集成灶水槽、热水器等多种品类, 多款产品获得中国红星奖及德国 IF 奖, 是集成灶国家标准主要起草单位之一。

据中怡康数据显示, 2017 年我国集成灶市场销量规模在 150 万台左右 (2014/2015/2016 为 40/45/70 万套), 销售额规模超百亿。2018 年上半年, 在略显颓势的厨电整体市场中, 集成灶市场依旧保持着高速增长, 尤其是在线上市场, 线上零售量达 15.5 万台 (yoy97.7%), 线上零售额规模达 9.5 亿元 (yoy 138.3%), 线上均价 6164 元 (yoy20.6%)。

集成灶行业景气高企, 金帝电器在集成灶生产和研发、品牌建设方面已建立了一定的领先优势, 辅以老板电器厨电龙头的行业地位和各种人才、技术资源, 未来将发挥较强的协同效应, 实现互惠共赢。

□ **一周市场回顾:** 本周, 上证综指下跌 0.07% 收 2,829.27, 深证成指下跌 0.81% 收 9,251.48, 中小板指下跌 0.38% 收 6,479.21, 创业板指下跌 0.55% 收 1,609.55, 沪深 300 上涨 0.01% 收 3,492.89。家用电器 (申万) 下跌 2.47%, 表现弱于沪深 300 指数, 跌幅在申万 28 个子行业中位列第二。细分板块来看, 本周黑电-1.22%, 小家电-1.50%, 空调-2.82%, 冰箱-2.87%, 洗衣机-5.73%。

□ **数据跟踪:** 截止周五, 美元兑人民币汇率 6.7795, 周环比+1.33%, 较年初+4.35%; 铜现货价格 48330 元/吨, 周环比-0.64%, 较年初-11.65%; 铝现货价格 13920 元/吨, 周环比-0.43%, 较年初-4.79%; 钢材价格指数 99.66 点, 周环比+0.16%, 较年初-5.65%; 中国塑料价格指数 1034.27 点, 周环比+0.17%, 较年初-2.09%。

□ **风险提示:** 原材料成本大幅上升; 人民币汇率变动; 销售不及预期。

1、集成灶市场空间巨大，各大巨头纷纷入局抢食

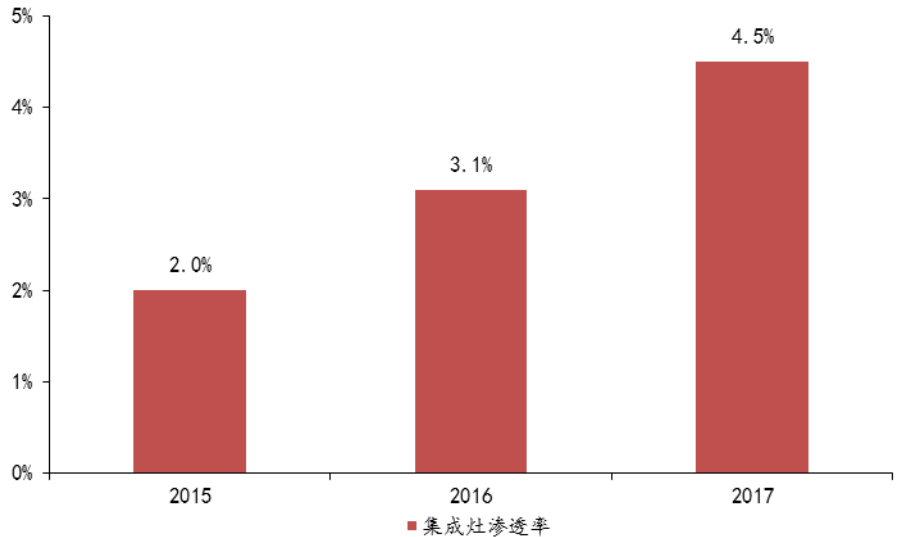
1.1 集成灶市场规模急剧扩张，各大家电龙头纷纷布局

2003 年浙江美大推出国内第一台集成灶——深井下排集成灶，集成灶市场由此拉开序幕。初期由于受到产品性能和消费观念等众多因素的影响，消费者购买热情不高。随着消费升级及消费者对厨房空间、环境健康的日益重视，再加上集成灶产品性能的全方位改善，集成灶空间占用小、美观实用、智能化操作等优势逐步凸显，成为诸多消费者厨房装修的不二选择。

据中怡康数据显示，2017 年我国集成灶市场销量规模在 150 万台左右（2014/2015/2016 为 40/45/70 万套），销售额规模超百亿。2018 年上半年，在略显颓势的厨电整体市场中，集成灶市场依旧保持着高速增长，尤其是在线上市场，线上零售量达 15.5 万台（yoy97.7%），线上零售额规模达 9.5 亿元（yoy 138.3%），线上均价 6164 元（yoy20.6%）。

但在整个厨电市场中，集成灶的市占率还很低，渗透率不足 5%，未来存在较大的提升空间。集成灶的高速增长吸引了众多品牌的参与，如老板、帅康、美的、海尔、长虹、奥克斯、TCL、万家、容声、志高等在内的多家专业厨电及多元化家电品牌纷纷入局。

图表 1：集成灶渗透率



数据来源：中国产业信息网，爱建证券研究所

1.2 集成灶性能逐步优化，“智能化+一体化”是大趋势

从 2003 年第一代集成灶的诞生，到 2011 年第三代集成灶的出现，耗时 8 年时间，集成灶市场实现了三次质的飞跃，技术更新速度远超传统油烟机。

当前，集成灶呈现“智能化+一体化”发展趋势，智能化体现在两方面：一是通过第三方控制实现智能开启吸排换气功能、自动巡航增压，自动加大或者减小吸

排的风力，自动检测漏气等功能；二是实现“互联网+”的基本功能，进行简单的互动和交互，实现视频、通讯、购物等操控体验。一体化体现在将蒸箱、烤箱、集成水槽洗碗机等功能整合在集成灶里，开启厨房一体化的集成时代。

图表 2：集成灶演变路径

演进历程	第一代集成灶 深井式集成灶	第一代集成灶 侧吸式集成灶	第三代集成灶 侧吸模块化集成灶
诞生时间	2003 年	2005 年	2011 年
样式			
特点	锅架是凹进去的，锅放在里面，油烟在锅的边沿被吸进去，通过近距离的吸附达到抽走油烟的效果	采用侧吸的方式，油烟经过侧面的油烟净化器，从而起到油烟分离和吸进油烟的效果	将烟机，灶，消毒柜完全进行独立式设计，但又巧妙的集成在一起
优劣势	灶面采用的是下凹的设计，结构封闭，空气补充不足，燃烧不充分，并且燃气无法快速散去，很容易被卷入油烟机内部，存在一定的安全隐患	解决了第一代集成灶产品安全节能等问题，缺点是移动不便、安装维护困难	厨房空间利用度大大提高，同时解决了困扰集成灶行业多年的第一、第二代产品存在的安全、节能、安装、售后、清洗、维护等难题

数据来源：浙江美大招股书，厨电行业资讯，爱建证券研究所

图表 3：集成灶与传统分体式灶对比

品类	集成灶	分体式灶
结构	将油烟机、燃气灶、消毒柜、电磁炉、电烤箱、储物柜等功能融为一体，不仅结构紧凑、美观，而且实现各功能之间优化组合，全自动智能化控制	从设计、运行、控制来看，油烟机和燃气灶都是独立的，虽然两者配套使用，但他们本身是两个完全独立的产品
性能	气味降低度在 95%以上，把污染源和外环境进行双向隔离，使油烟和蒸气在未扩散前得到有效排除，真正做到健康环保，拥有整洁干净的厨房环境	油烟在空间的流通距离较长，扩散严重，在上升过程中很大部门扩散到室内，导致厨房墙壁和物品上充满了油垢
健康	下排风设计取消了置于人体头部的噪声源，应用了低噪声技术和静音风道设计技术，噪音大大降低。下吸式集成灶下吸下排，产生负压区，让油烟向下游排走，不经过人的脸部，从而杜绝了影响健康的因素	油烟机工作位置处于人体听觉器官附近，噪音大，长期在厨房作业容易造成人体心烦、头晕、耳鸣目眩。油烟扩散严重，四处升腾，烟熏火燎，污染室内空气，经常接触会导致皮肤发油，毛孔粗大，甚至诱发疾病

外观	集成灶采用下排式设计，省去上方传统挂壁式吸油烟机的空间，烟灶融于一体，安装自由度高，为中岛式，开放式的现代厨房提供更多空间	传统上挂式油烟机设计，占用了厨房上部空间，为了保护室内环境，厨房必须格力，空间利用率小，安装受到极大限制
清洁	集成灶在卫生方面采用智能化免清洗的设计，自动清洗功能的360度无死角冲刷，高温加热的蒸汽水洗一键就可以解决油污问题	外置式的油杯和油网结构使得清洗成为了一大难题，严重的油污堆积不仅影响卫生健康，同时也影响美观。油烟机的内部叶轮清理和维护，也是一笔额外的费用
价格	2017年线上集成灶均价 5325 元	2017年“烟灶消”均价 6895 元

数据来源：浙江美大招股书，厨电行业资讯，爱建证券研究所

1.3 品牌阵营逐步形成，领先集团优势显著

浙江美大是集成灶的发明者和行业开拓者，多年以来稳居行业龙头地位。2017年凭借多年来在业内形成的品牌、渠道、产品等优势，浙江美大的营收突破 10 亿元大关。

亿田、帅丰、森歌和火星人紧随其后，占据行业第二阵营。同浙江美大相比，这些企业在品牌表现上更加活跃，近两年来逐渐脱颖而出。2017年四家企业年销量均在 8 万套以上，销售额突破 5 亿元，取得了 50% 以上的业绩增长。其中火星人在线上渠道销售亮眼（2015/2016/2017 天猫销量 800/10060/35300 台，2017 京东销量 10091 台），集成灶产品在京东、天猫双双销量行业遥遥领先。

位于第三梯队的品牌包括美多、金帝、板川、奥田、厨壹堂等，他们的年销量在 3-4 万套左右，销售收入 1 亿元以上。

而随着美的、海尔等多元化家电品牌加入竞争，将会对现有集成灶市场格局带来一定冲击，但对领先阵营产生的影响相对较小。同传统烟灶相比，集成灶的技术门槛略高，需要在产品、渠道、品牌等方面有一个积累和沉淀的过程。

图表 4：集成灶行业品牌矩阵



数据来源：艾肯家电网，爱建证券研究所

图表 5：京东销量排名前十的集成灶及其价格

排名	品牌	价格 (元)
1	火星人 E6B/X 集成灶	7980
2	火星人 X3B/Z 集成灶	10860
3	TCL JC10C 集成灶	3599
4	火星人 X3G/Z 集成灶	10260
5	火星人 E6G/X 集成灶	7680
6	欧尼尔集成灶	6999
7	美大时尚之星集成灶	7799
8	美的集成灶	6299
9	奥克斯集成灶	4499
10	奥普集成灶	9299

数据来源：京东，爱建证券研究所

1.4 “渠道下沉+线上化”，集成灶企业力拓多层次市场需求

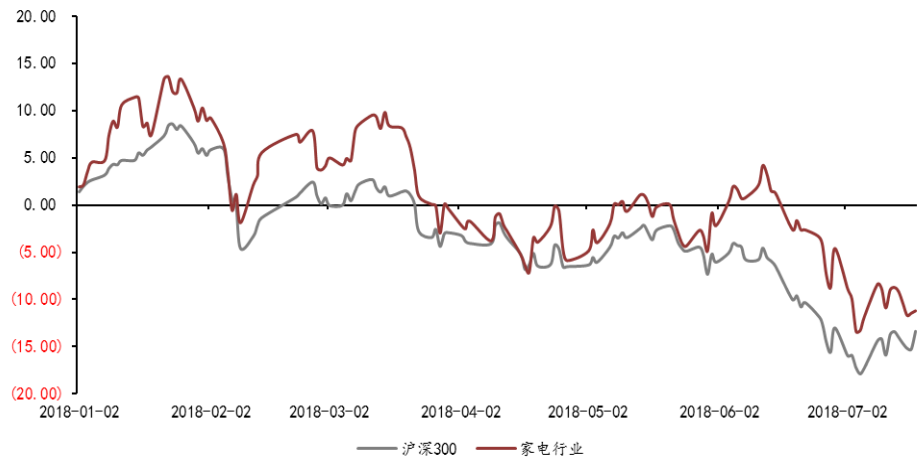
相对于传统厨电品牌，集成灶起步相对较晚，市占率不高，这意味着集成灶市场还有很大的发展空间。加上消费升级和用户对健康厨房的追求，势必会带动集成灶的销售。与此同时，各大集成灶企业不仅奋力抢占大城市份额，还着力于提高电商和三四线城市市占率。

2、市场回顾

2.1 板块表现

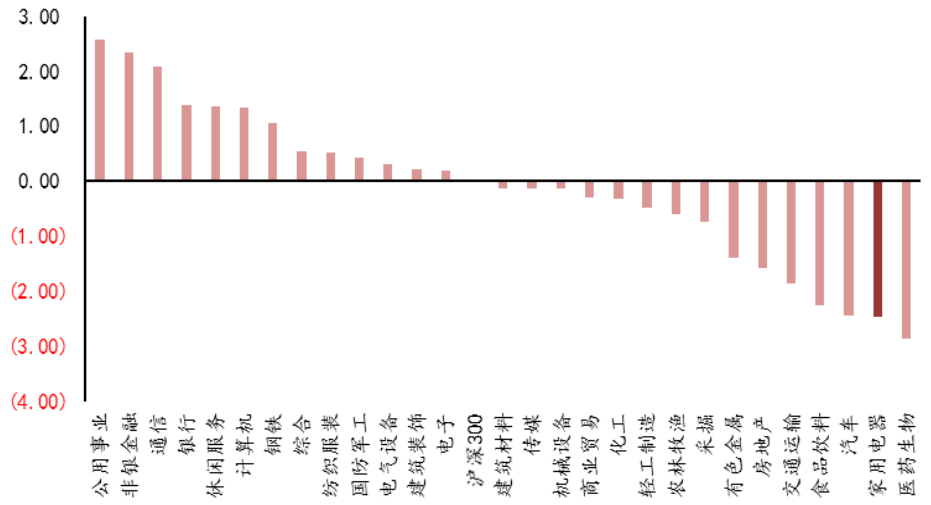
本周，上证综指下跌 0.07% 收 2,829.27，深证成指下跌 0.81% 收 9,251.48，中小板指下跌 0.38% 收 6,479.21，创业板指下跌 0.55% 收 1,609.55，沪深 300 上涨 0.01% 收 3,492.89。家用电器（申万）下跌 2.47%，表现弱于沪深 300 指数，跌幅在申万 28 个子行业中位列第二。细分板块来看，本周黑电-1.22%，小家电-1.50%，空调-2.82%，冰箱-2.87%，洗衣机-5.73%。

图表 6：家电板块年初至今涨跌幅（%）



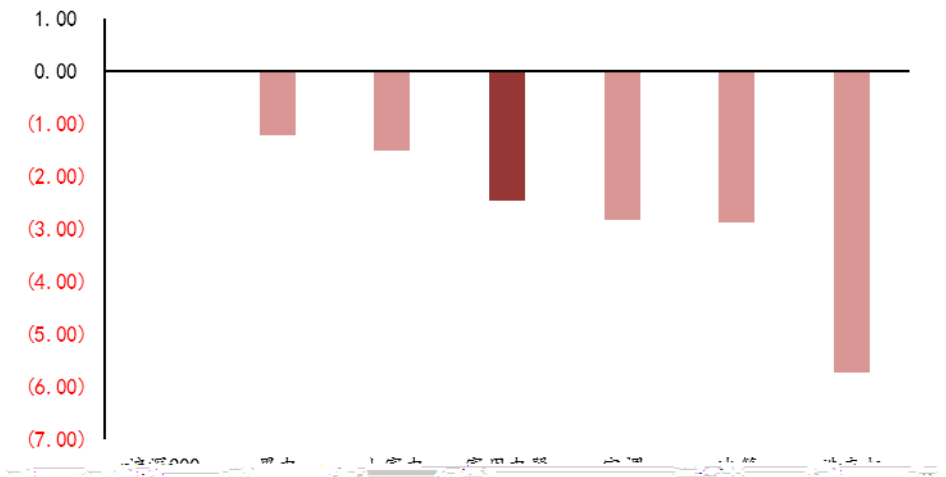
数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 7：本周申万一级行业板块涨跌幅 (%)



数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 8：本周家电细分板块涨跌幅 (%)



数据来源：Wind，爱建证券研究所

2.2 公司表现

行业内上市公司，周涨幅排名前五分别为：朗迪集团 (+7.22%)、高斯贝尔 (+4.52%)、浙江美大 (+3.84%)、银河电子 (+3.41%)、东方电热 (+3.28%)；跌幅排名前五分别为：奋达科技 (-5.98%)、华帝股份 (-6.10%)、海信电器 (-6.72%)、创维数字 (-6.94%)、德奥通航 (-8.28%)。

图表 9：周涨幅前五名公司

代码	名称	周涨跌幅 (%)
603366.SH	朗迪集团	7.22
300272.SZ	高斯贝尔	4.52
002473.SZ	浙江美大	3.84
600619.SH	银河电子	3.41
603868.SH	东方电热	3.28

数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 10：周跌幅前五名公司

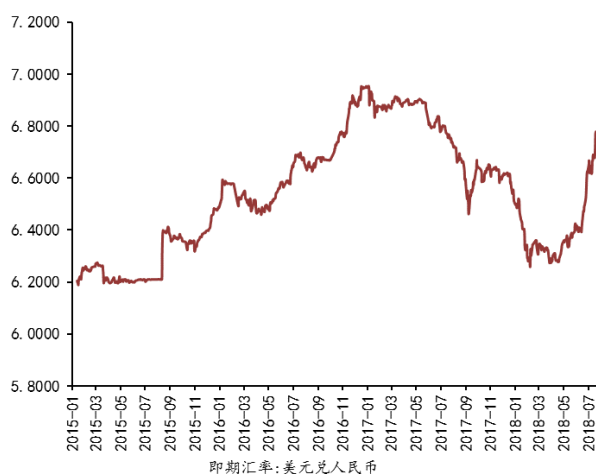
代码	名称	周涨跌幅 (%)
002032.SZ	奋达科技	-5.98
002681.SZ	华帝股份	-6.10
000533.SZ	海信电器	-6.72
603519.SH	创维数字	-6.94
600870.SH	德奥通航	-8.28

数据来源：Wind，爱建证券研究所

3、数据跟踪

截止周五，美元兑人民币汇率 6.7795，周环比+1.33%，较年初+4.35%；铜现货价格 48330 元/吨，周环比-0.64%，较年初-11.65%；铝现货价格 13920 元/吨，周环比-0.43%，较年初-4.79%；钢材价格指数 99.66 点，周环比+0.16%，较年初-5.65%；中国塑料价格指数 1034.27 点，周环比+0.17%，较年初-2.09%。

图表 11：美元兑人民币汇率



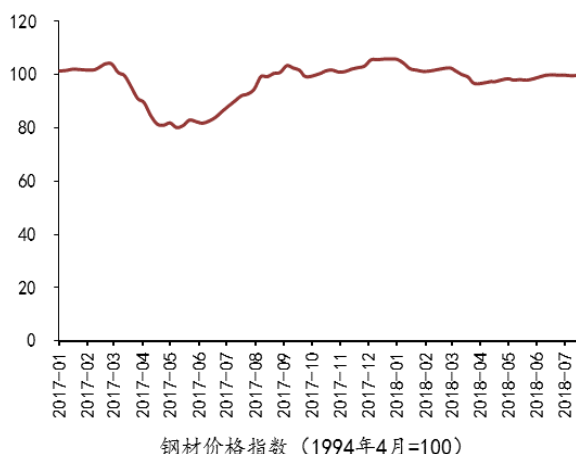
数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 12：现货铜和铝价格走势



数据来源：Wind，爱建证券研究所

图表 13: 钢材价格指数 (冷轧薄板)



数据来源: Wind, 爱建证券研究所

图表 14: 中国塑料价格指数



数据来源: Wind, 爱建证券研究所

4、行业动态

■ 国家电网: 弃规模求质量, 新冷年空调厂商谋转型

2018 空调冷年尚未收官, 本月已有 TCL、志高两大空调品牌率先提前启动 2019 新冷年开盘。从他们的开盘信息再结合美的空调的新动态可以看到, 新冷年空调行业大有“弃规模、求质量、回归本质”的趋势, 经销商也有望从以往的传统批发商角色向“运营商”转变。

<http://news.cheaa.com/2018/0720/539832.shtml>

■ 国家电网: 智能家电发展任重而道远, 需要多点耐心

时下, 几乎所有的家电厂商都把智能化视作未来发展的趋势, 无论是大件家电还是各类新奇的小家电, 无一不跟智能化挂上边。

在智能家电的品类当中, 智能电视首当其冲成为领头羊, 中怡康数据显示, 2017 年中国智能电视的渗透率达到 87.1%。除了一些小尺寸的电视之外, 几乎所有的电视都实现了智能化功能。但智能家电的其他品类就没这么好运气了, 有数据显示, 智能冰箱的渗透率不到 20%, 智能厨灶的渗透率不到 5%, 整体智能家电的发展仍处在早期阶段。

受制于硬件基础、环境基础的低水平条件, 现阶段智能家电在实际应用中, 用户体验方面存在理想与现实之间的落差, 但任何事物的发展都不是一蹴而就的, 在当前情况下, 虽然家电企业纷纷布局智能化, 但重点投入还是体现在提高核心功能诉求上。总而言之, 智能家电现在还处在互联智能的早期阶段, 行业从业者和消费者都应该理性的看待智能家电发展这样的一个过渡阶段, 多些鼓励、多些耐心。随着人工智能、机器学习技术的突破, 环境基础的发展培养, 智能家电未来必将迎来数次的迭代与完善, 理想终会照进现实, 人工智能家电未来可期。

<http://news.cheaa.com/2018/0722/539965.shtml>

■国家电网：互联网电视品牌集体哑火 传统品牌乘机反攻开始转型

乐视等昔日火红的互联网电视品牌，在互联网电视进入“下半场”之时，如今一路走衰。同时，由于互联网电视品牌阵营的“哑火”，创维旗下酷开、TCL 旗下雷鸟、康佳旗下 KKTv 等传统彩电企业的互联网子品牌则开始转型，重心从单纯卖硬件转向互联网电视运营。

2018 年上半年，国内彩电销量微增约 4%，但由于竞争激烈、面板价格下滑，零售额没有增长。行业的马太效应更明显，市场份额从第一、第二、长尾三个阵营，逐渐向第一阵营聚集。国内传统品牌、外资品牌和互联网品牌的较量中，2018 年一季度，外资品牌份额增加 1.8%，主要由夏普拉动；互联网品牌份额减少 0.9%，小米逆势增长；传统品牌份额也微降 1%。总体来看，传统品牌、外资品牌和互联网品牌的市场份额是 7：2：1。今年下半年国内彩电市场销量预计将达 2653 万台，微增 3.2%；但受面板价格影响，销售额将下降 2%。未来电视的产品定位、盈利模式都将发生改变，下半年彩电行业转型将经历“阵痛”。

<http://news.cheaa.com/2018/0719/539787.shtml>

■国家电网：2020 年或达 4600 亿，国产小家电爆发的三个逻辑

击中了人们细分需求，依靠技术创新使得功能增加、品质升级提升了使用舒适度，再加上电商网络和社交平台等渠道的推波助澜，国产小家电迎来集中爆发。根据市场咨询机构 GfK 今年初发布的《2017 年中国电子家电行业报告》，2018 年小家电市场将会有接近 10% 的增长率。市场研究机构欧睿数据显示，中国家庭小家电保有量每户在 10 种以下，远低于欧美等发达国家每户 30 种的水平，中国小家电市场有较大增长空间。相关调研报告预计，2020 年全国小家电总产量将达到 10.86 亿台，市场整体规模到 2020 年有望达到 4600 亿元。增长空间依然较大，消费者改善生活品质的意愿和要求越来越强，主打提升生活品质标签、致力于改善型消费需求的小家电，也因为契合了消费者的“潜在痛点”，成为越来越多消费者的新选择。

<http://news.cheaa.com/2018/0719/539769.shtml>

■国家电网：上半年家电走势，冰洗横向走净水强势发展

在刚结束的 2018 年上半年，家电市场波澜不惊，整体家电市场发展出现停滞，甚至部分产品出现负增长。得益于 2017 年缺货，在 2018 年需求的持续释放，空调市场持续曾展，不过价格战的竞争依旧激烈，市场整体均价平稳。

冰箱和洗衣机进入横向发展，需求从买新转化为升级，行业企业推出高端产品，均价提升明显。

健康类家电则属于消费升级的亮点，其中净水器在上半年的表现抢眼，料理机则成为小家电中增速最快的产品，并且在下半年会带动净化器等产品，在下半年会有一波好转。与去年同期相比健康家电市场会有显著的复苏。

今年家电的发展趋势来看，冰箱、洗衣机、燃气热水器均价都有不小幅度的提升，冰箱均价增长达到 14.85%，消费者从买新转变成堆产品的升级需求。而品牌厂家也趁势提高产品品质和售价，另外净水器在今年表现不错，净水器均价为 4055

元/台，同比增长 4.20%。人们对品质生活的追求的渴望的需求转化成实质的消费动力。

<http://news.cheaa.com/2018/0719/539755.shtml>

■中国家电网：欧盟批量召回中国小家电 质量制约竞争力

欧盟委员会非食品类快速预警系统日前对 5 款中国产小家电发出消费者警告。这些不符合《欧盟低电压指令》及欧盟标准 EN60335 要求的小家电，已被退市或召回。专家分析，小家电产品频频召回，主要存在以下三个方面的问题：一是部分生产企业不了解欧盟标准 EN60590 及《欧盟低电压指令》的相关要求，产品设计存在缺陷，防触电保护没有做到位，结构中存在触电隐患。二是产品机械强度不达标，使用过程中容易造成产品破损，造成无法正常使用。三是产品原材料防火、耐热性能不达标，易引发触电、火灾等危险，危害消费者的人身财产安全。

<http://news.cheaa.com/2018/0717/539552.shtml>

■中国家电网：洗碗机去年销售近百万 “懒人”家电大好

中怡康的市场调研显示，洗碗机已成为中国家电销售增速最快的品类之一。2012 年至 2017 年，国内洗碗机零售量的年均复合增长率达到 84%。在 2013 年之前，国内洗碗机零售量基本徘徊在年销售 3.5 万至 5 万台之间，2013 年销量升至 7.6 万台，此后便一路走高。2014 年，洗碗机卖了 12.5 万台，2015 年卖了 21.2 万台，2016 年卖了 42.9 万台。到了 2017 年，洗碗机的零售量更是高达 98.5 万台，零售额达 43.3 亿元。

产品功能细分催生的新品迭代，已成为家电企业新的利润增长点。统计数据显示，发达国家生活家电户均拥有量约 40 种，而中国居民目前户均保有量仅 10 种左右，还存在较大的爆发式增长潜力。

<http://news.cheaa.com/2018/0716/539423.shtml>

5、公司动态

■ 东方财富网：老板电器控股金帝电器，这步棋剑指何方？

7 月 18 日，老板电器与金帝电器正式签订战略合作协议，老板电器以 51% 的持股比例战略控股金帝。老板电器与金帝电器双方的合作与一般的资本投资不同，这是一次真正的战略投资。除了资本投入以外，老板电器还会全面投入品牌思想、人力资源、财政资源、技术资源等，给金帝电器注入新鲜血液，激活整个企业的发展空间。此次控股，标志着作为高端厨电领军品牌的老板电器在一品多牌战略上迈向新时代。

<http://finance.eastmoney.com/news/1354,20180720910513993.html>

■中国家电网：九阳收购戴森竞品 Shark 中国 51%股权

厨房小家电企业九阳股份（002242.SZ）7 月 14 日公告透露，已于近日与 SharkNinja (Hong Kong) Company Limited 签署了《股权转让协议》，将以 1249.5

万元向后者收购尚科宁家（中国）科技有限公司 51% 的股权。

SharkNinja（简称 Shark）是北美吸尘器公司，由于单价高，SharkNinja 公司的收入规模略高于九阳股份。2017 年由九阳大股东联合产业投资基金收购 SharkNinja。九阳将和 SharkNinja 在中国合资推广吸尘器、空气净化器等产品，九阳控股 51%。近几年来由于传统的厨房小家电进入一个低速发展时期，九阳的发展进入瓶颈期。2018 年一季度，九阳股份的营收微增 5.57% 至 15.7 亿元。九阳的主要产品如豆浆机以及榨汁机所处市场近年出现下滑的趋势；其另一个潜力较大的品类料理机，由于美的、苏泊尔这两年大力投入研发资源以及积极推广，对九阳形成明显威胁。

吸尘器作为主要的环境健康电器，目前处于快速发展时期，且市场的品牌格局尚未稳定，相比厨房小家电拥有较好的发展前景，也是九阳从厨房小家电向环境健康电器品类扩张的首选品类。

<http://news.cheaa.com/2018/0716/539451.shtml>

■中国家电网：中消协向华帝发出约谈函，华帝副总裁回应三大质疑

据中国之声《新闻纵横》报道：华帝公司世界杯期间“法国夺冠退全款”的营销吸引了公众眼球，就在人们纷纷点赞这个创意的时候，不少消费者反应自己遭遇了不同程度的退款难。中国消费者协会 18 号在官方微博中向华帝喊话：“希望华帝切实履行承诺，按照售前约定和承诺，切实做好每一位消费者的退款工作。”对此，华帝副总裁韩伟通过中国之声回应三大质疑。（1）质疑一：延迟发货不退款？华帝：怕消费者踢完决赛再提货；（2）质疑二：退款为何变退卡？华帝：线上退卡最方便；（3）质疑三：线下为何退款慢？华帝：需登记集中退款；华帝在有关中消协约谈的回复函中指出，整个活动期间，线上参与夺冠活动约 2900 万元，截至 7 月 21 日退卡给消费者 1340 万元，其余退卡申请正在审核；线下参与夺冠活动约 5000 万元，截至 7 月 21 日已退款单数占总款数比例约 19%。华帝表示，将按照活动规则，切实做好每一位消费者的退款工作。

<http://news.cheaa.com/2018/0722/539971.shtml>

■中国家电网：智慧家庭风口已至，海尔智慧成套入户破 500 万

7 月 20 日，2018 智慧家庭发展高峰论坛在青岛召开。会上，海尔家电产业集团副总裁王晔用一串数字给出了答案，成套入户 500 万户，网器销量 2.1 亿台，在线网器 2800 万，注册用户 1.3 亿，网器大数据交互量 4000 亿/天。

据海尔方面介绍，自“4+7+N”全场景定制化智慧成套方案发布以来，智慧成套家电销售大单不断。江苏南通张先生为 300 平新家量身定制一整套智慧家庭解决方案，订单金额达到 85 万；湖北襄阳王先生为新购别墅配备了一整套智慧家庭全屋解决方案，订单金额达 59 万；山东青岛薛女士购买包括全屋用水、全屋空气在内的全套智慧场景方案，订单金额达到 30 万……截止目前，在全国范围内，10 万元以上海尔智慧家庭成套大单已经成为常态。

为了促进海尔智慧家庭的加速发展，海尔还将为合作伙伴提供五大市场支持。产品支持，2100+款智能单品、3 大成套家电定制方案、7 大专业系统解决方案、200+

个物联场景解决方案,提供可展可销的套系产品方案;建店支持,通过线上线下、家电建材、专卖店、KA等渠道形成不同渠道展示销售方案;运营支持,针对线上线下、家电建材、专卖店、KA等渠道提供不同客户的最优运营模式;营销支持,通过强大的媒体资源、营销活动、用户资源、生态资源提供最有效的营销方案;培训支持,通过巨商汇、海尔学吧、营销学院、智慧云店等途径以及VR体验培训、直播培训、现场培训、多媒体培训等形式,提供最佳培训支持。

<http://news.cheaa.com/2018/0720/539936.shtml>

■国家电网：康佳发半年业绩预告，营收同比涨54%

7月17日，上周深康佳A发布了2018年半年度业绩预告公告，报告期内实现营业收入约176亿元，相比去年同期增长约54%；报告期内归属于上市公司股东的净利润为3.2~3.5亿元，相比去年同期增长10倍。康佳表示，半年预计经营业绩变动原因与康佳确立的中长期发展战略规划相关。

<http://news.cheaa.com/2018/0718/539648.shtml>

■国家电网：日经社发布：格力家用空调市场份额全球第一

近日，日本经济新闻汇总并发布了“2017年全球主要商品与服务市场份额调查”。在家用空调领域，中国企业的市场份额一直保持着巨大优势，包揽前三。其中，格力电器以占有率21.9%的绝对优势位列第一，超过了第二名7个百分点。

<http://news.cheaa.com/2018/0716/539422.shtml>

6、风险提示

原材料成本大幅上升；人民币汇率变动；销售不及预期。

表格1：家电行业重点公司估值表

证券代码	证券简称	市盈率 (TTM)	市净率 (LF)	EPS			P/E			投资评级
				16A	17E	18E	16A	17E	18E	
000333	美的集团	16.96	4.29	2.58	3.22	3.86	16.96	14.45	12.05	推荐
000651	格力电器	11.31	3.82	3.27	4.53	5.18	11.31	9.94	8.69	推荐
600690	青岛海尔	15.49	3.49	1.13	1.35	1.60	15.49	13.51	11.36	推荐
000418	小天鹅A	22.36	5.22	2.22	2.96	3.69	22.36	19.33	15.52	推荐
002032	苏泊尔	29.89	8.32	1.50	1.94	2.34	29.89	26.09	21.71	推荐
002035	华帝股份	21.84	5.62	0.75	0.83	1.11	21.84	16.57	12.38	推荐
603579	荣泰健康	46.24	7.56	1.58	2.28	3.15	46.24	31.75	22.99	推荐
603868	飞科电器	27.18	11.39	1.82	2.21	2.60	27.18	22.84	19.38	推荐
603486	科沃斯	67.71	12.07	0.94	1.32	1.70	67.71	48.16	37.39	中性
002508	老板电器	17.26	5.36	1.54	1.87	2.28	17.26	14.72	12.06	中性

数据来源：Wind，爱建证券研究所

注册证券分析师简介

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

投资评级说明

报告发布日后的6个月内，公司/行业的涨跌幅相对同期的上证指数/深证成指的涨跌幅为基准。

公司评级

强烈推荐：预期未来6个月内，个股相对大盘涨幅15%以上

推荐：预期未来6个月内，个股相对大盘涨幅5%~15%

中性：预期未来6个月内，个股相对大盘变动在±5%以内

回避：预期未来6个月内，个股相对大盘跌幅5%以上

行业评级

强于大市：相对强于市场基准指数收益率5%以上；

同步大市：相对于市场基准指数收益率在~5%~+5%之间波动；

弱于大市：相对弱于市场基准指数收益率在~5%以下。

重要免责声明

本报告的信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与我公司和研究员无关。我公司及研究员与所评价或推荐的证券不存在利害关系。

我公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行服务或其他服务。

本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式发表、复制。如引用、刊发，需注明出处为爱建证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

爱建证券有限责任公司

地址：上海市浦东新区世纪大道1600号33楼（陆家嘴商务广场）

电话：021-32229888 邮编：200122

网站：www.ajzq.com