

板块领跌，空调燃热数据下滑

——家电行业月报



东方证券
ORIENT SECURITIES

核心观点

- **本月家电板块表现不理想。**8月家电板块下跌12.21%，跌幅远超各大指数。各版块比较，家电板块跌幅最大。这说明家电板块情绪较为悲观。
- **本月家电主要个股陆股通交易活跃，陆股通系统持股仍然基本保持提升。**青岛海尔有3天进入前十大活跃个股，老板电器有4天，格力电器和美的集团仍然每天进入前十大活跃个股。尽管近期个股及板块走势令人失望，“北上”资金对于家电板块和个股的青睐依旧。青岛海尔、格力电器、美的集团、欧普照明、飞科电器、三花智控、小天鹅A、苏泊尔等陆股通系统持股量与占比环比提升，仅有老板电器遭遇“北上”资金减持。这说明外资对家电板块仍然十分看好。
- **7月份家用空调总销量和内销量均出现下滑。**家用空调7月份总销量1369.5万台，同比下滑2.60%。但1-7月份累计总销量仍然保持两位数增长，1-7月份累计总销量达10439.5万台，同比增长11.72%，仍然好于去年的预期。我们分析认为造成总销量及内销同比略有下滑主要有三个原因，按影响程度依次递减分别为：1.高基数。2.天气原因。3.地产制约。
- **7月燃气热水器总销量和内销量均同比下滑。**7月燃气热水器销量203.1万台，同比下滑5.40%。年初至今累计销量1113.5万台，同比下滑0.9%，基本持平。7月燃气热水器内销量156.8万台，同比下滑7.20%。
- **铜、铝近两月价格下行趋势明显，钢价价位稳定；塑料价格有微幅上涨；面板价格有所反弹。**
- **7月商品房住宅销售面积大幅增长，期房现房两重天，消费者信心指数仍然维持高位，但环比有所下滑。人民币汇率在8月达到短期峰值后震荡徘徊。**

投资建议与投资标的

- 我们认为整个家电行业韧性强，尤其空调行业基本面确定性强且业绩稳健。我们维持一贯观点，坚定看好空调行业，推荐空调行业绝对龙头格力电器(000651，买入)。推荐基本面稳健，公司经营不断改善的华帝股份(002035，买入)。

风险提示

- 地产行业景气度下行；
- 家电行业渠道库存过高；
- 居民购买能力和消费意愿下降。

证券代码	公司名称	股价	EPS			PE			投资评级
			17	18E	19E	17	18E	19E	
000651	格力电器	38.46	3.72	4.61	4.91	10.33	8.35	7.83	买入
002035	华帝股份	10.15	0.58	0.81	1.06	17.38	12.58	9.55	买入

资料来源：公司数据，东方证券研究所预测，每股收益使用最新股本全面摊薄计算，(上表中预测结论均取自最新发布上市公司研究报告，可能未完全反映该上市公司研究报告发布之后发生的股本变化等因素，敬请注意，如有需要可参阅对应上市公司研究报告)

行业评级

看好 中性 看淡 (维持)

国家/地区

中国/A股

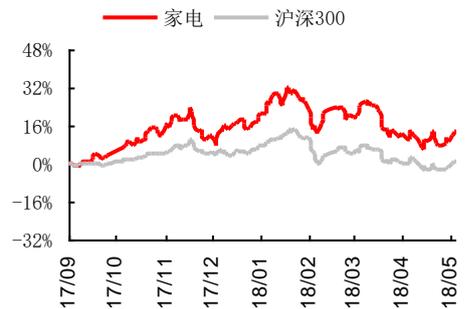
行业

家电

报告发布日期

2018年09月04日

行业表现



资料来源：WIND

证券分析师

唐思宇

021-63325888*6082

tangsiyu@orientsec.com.cn

执业证书编号：S0860512070003

联系人

赵阳

021-63325888-2505

zhaoyang1@orientsec.com.cn

东方证券股份有限公司经相关主管机关核准具备证券投资咨询业务资格，据此开展发布证券研究报告业务。

东方证券股份有限公司及其关联机构在法律许可的范围内正在或将要与本研究报告所分析的企业发展业务关系。因此，投资者应当考虑到本公司可能存在对报告的客观性产生影响的利益冲突，不应视本证券研究报告为作出投资决策的唯一因素。

有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责声明。

目 录

一、家电板块行情回顾	6
1.1 家电板块及整体行情.....	6
1.2 家电子版块行情.....	7
1.3 家电个股行情.....	7
二、陆股通持股	8
2.1 陆股通情况.....	8
2.2 个股陆股通净买入与市场表现.....	9
2.3 个股陆股通系统持股量与占比.....	10
三、家电产业数据	12
3.1 空调行业.....	12
3.2 冰洗行业.....	15
3.3 电视行业.....	19
3.4 厨电行业.....	20
3.5 小家电行业.....	23
四、家电相关宏观数据	27
4.1 原材料价格.....	27
4.2 宏观数据.....	29
4.2.1 地产销售面积.....	29
4.2.2 消费者信心指数.....	29
4.2.3 汇率.....	30
五、行业新闻与公告	30
5.1 行业新闻.....	30
5.2 公告.....	33
风险提示	33

图表目录

图 1：家电板块及大盘月度涨跌幅（%）	6
图 2：家电板块及大盘年初至今涨跌幅（%）	6
图 3：各版块月度涨跌幅（%）	6
图 4：各版块年初至今涨跌幅（%）	7
图 5：家电各子板块月度行情比较（%）	7
图 6：家电各子板块年初至今行情比较（%）	7
图 7：家电个股月度涨跌幅前五（%）	8
图 8：家电个股年初至今涨跌幅前五（%）	8
图 9：沪股通月度成交净买入（亿元）	9
图 10：沪股通年初至今累计净买入（亿元）	9
图 11：深股通月度成交净买入（亿元）	9
图 12：深股通年初至今累计净买入（亿元）	9
图 13：青岛海尔净买入与市场表现	10
图 14：格力电器净买入与市场表现	10
图 15：美的集团净买入与市场表现	10
图 16：老板电器净买入与市场表现	10
图 17：青岛海尔陆股通持股量与占比	11
图 18：格力电器陆股通持股量与占比	11
图 19：美的集团陆股通持股量与占比	11
图 20：老板电器陆股通持股量与占比	11
图 21：欧普照明陆股通持股量与占比	11
图 22：飞科电器陆股通持股量与占比	11
图 23：三花智控陆股通持股量与占比	12
图 24：小天鹅 A 陆股通持股量与占比	12
图 25：苏泊尔陆股通持股量与占比	12
图 26：单月家用空调总销量（左：万台；右：%）	13
图 27：年初至今家用空调累计总销量（左：万台；右：%）	13
图 28：单月家用空调内销量（左：万台；右：%）	14
图 29：年初至今家用空调累计内销量（左：万台；右：%）	14
图 30：单月家用空调出口量（左：万台；右：%）	14
图 31：年初至今家用空调累计出口量（左：万台；右：%）	14
图 32：家用空调库存量走势（万台）	15
图 33：单月中央空调销售金额（左：亿元；右：%）	15
图 34：年初至今中央空调累计销售金额（左：亿元；右：%）	15

图 35: 单月冰箱总销量 (左: 万台; 右: %)	16
图 36: 年初至今冰箱累计总销量 (左: 万台; 右: %)	16
图 37: 单月洗衣机总销量 (左: 万台; 右: %)	16
图 38: 年初至今洗衣机累计总销量 (左: 万台; 右: %)	16
图 39: 单月冰箱内销量 (左: 万台; 右: %)	17
图 40: 年初至今冰箱累计内销量 (左: 万台; 右: %)	17
图 41: 单月洗衣机内销量 (左: 万台; 右: %)	17
图 42: 年初至今洗衣机累计内销量 (左: 万台; 右: %)	17
图 43: 单月冰箱出口量 (左: 万台; 右: %)	18
图 44: 年初至今冰箱累计出口量 (左: 万台; 右: %)	18
图 45: 单月洗衣机出口量 (左: 万台; 右: %)	18
图 46: 年初至今洗衣机累计出口量 (左: 万台; 右: %)	18
图 47: 冰箱库存量走势 (万台)	19
图 48: 洗衣机库存量走势 (万台)	19
图 49: 单月液晶电视总销量 (左: 万台; 右: %)	19
图 50: 年初至今液晶电视累计总销量 (左: 万台; 右: %)	19
图 51: 单月液晶电视内销量 (左: 万台; 右: %)	20
图 52: 年初至今液晶电视累计内销量 (左: 万台; 右: %)	20
图 53: 单月液晶电视出口量 (左: 万台; 右: %)	20
图 54: 年初至今液晶电视累计出口量 (左: 万台; 右: %)	20
图 55: 单月燃热总销量 (左: 万台; 右: %)	21
图 56: 年初至今燃热累计总销量 (左: 万台; 右: %)	21
图 57: 单月电热总销量 (左: 万台; 右: %)	21
图 58: 年初至今电热累计总销量 (左: 万台; 右: %)	21
图 59: 单月太阳能热水器总销量 (左: 万台; 右: %)	21
图 60: 年初至今太阳能热水器累计总销量 (左: 万台; 右: %)	21
图 61: 单月燃热内销量 (左: 万台; 右: %)	22
图 62: 年初至今燃热累计内销量 (左: 万台; 右: %)	22
图 63: 单月电热内销量 (左: 万台; 右: %)	22
图 64: 年初至今电热累计内销量 (左: 万台; 右: %)	22
图 65: 单月太阳能热水器内销量 (左: 万台; 右: %)	22
图 66: 年初至今太阳能热水器累计内销量 (左: 万台; 右: %)	22
图 67: 单月燃热出口量 (左: 万台; 右: %)	23
图 68: 年初至今燃热累计出口量 (左: 万台; 右: %)	23
图 69: 单月电热出口量 (左: 万台; 右: %)	23
图 70: 年初至今电热累计出口量 (左: 万台; 右: %)	23

图 71: 单月太阳能热水器出口量 (左: 万台; 右: %)	23
图 72: 年初至今太阳能热水器累计出口量 (左: 万台; 右: %)	23
图 73: 单月微波炉总销量 (左: 万台; 右: %)	24
图 74: 年初至今微波炉累计总销量 (左: 万台; 右: %)	24
图 75: 单月空净总销量 (左: 万台; 右: %)	24
图 76: 年初至今空净累计总销量 (左: 万台; 右: %)	24
图 77: 单月微波炉内销量 (左: 万台; 右: %)	25
图 78: 年初至今微波炉累计内销量 (左: 万台; 右: %)	25
图 79: 单月空净内销量 (左: 万台; 右: %)	25
图 80: 年初至今空净累计内销量 (左: 万台; 右: %)	25
图 81: 单月微波炉出口量 (左: 万台; 右: %)	26
图 82: 年初至今微波炉累计出口量 (左: 万台; 右: %)	26
图 83: 单月空净出口量 (左: 万台; 右: %)	26
图 84: 年初至今空净累计出口量 (左: 万台; 右: %)	26
图 85: 微波炉库存量走势 (万台)	27
图 86: 空净库存量走势 (万台)	27
图 87: LME 铜价格走势 (美元/吨)	28
图 88: LME 铝价格走势 (美元/吨)	28
图 89: 钢材价格走势 (元/吨)	28
图 90: 中国塑料价格指数走势	28
图 91: ABS 塑料价格走势 (元/吨)	28
图 92: 32 寸面板价格走势 (美元/片)	29
图 93: 55 寸面板价格走势 (美元/片)	29
图 94: 商品房住宅销售面积 (左: 万平方米, 右: %)	29
图 95: 单月商品房住宅现房和期房销售面积 (左: 万平方米, 右: %)	29
图 96: OECD 消费者信心指数 (长期平均=100)	30
图 97: 美元兑人民币汇率走势	30

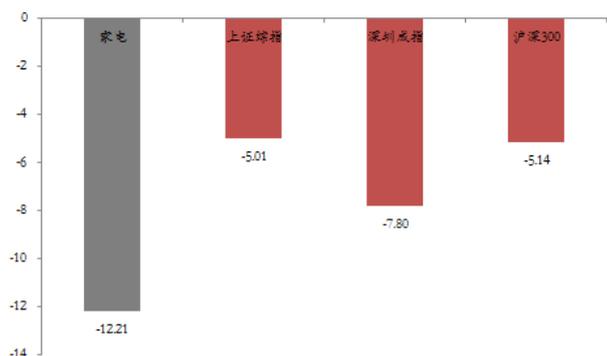
一、家电板块行情回顾

1.1 家电板块及整体行情

本月家电板块表现不理想。2018/07/31 至 2018/08/31 一个月期间，家电板块下跌 12.21%，同期上证综指下跌 5.01%，深圳成指下跌 7.80%，沪深 300 下跌 5.14%。家电板块跌幅远超各大指数。

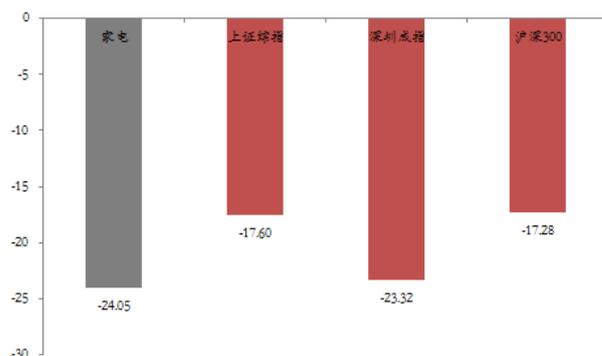
年初以来家电板块跌幅较大。年初至今家电板块下跌 24.05%，上证综指下跌 17.60%，深圳成指下跌 23.32%，沪深 300 下跌 17.28%。家电板块跌幅超过各大指数。

图 1：家电板块及大盘月度涨跌幅（%）



资料来源：Wind，东方证券研究所

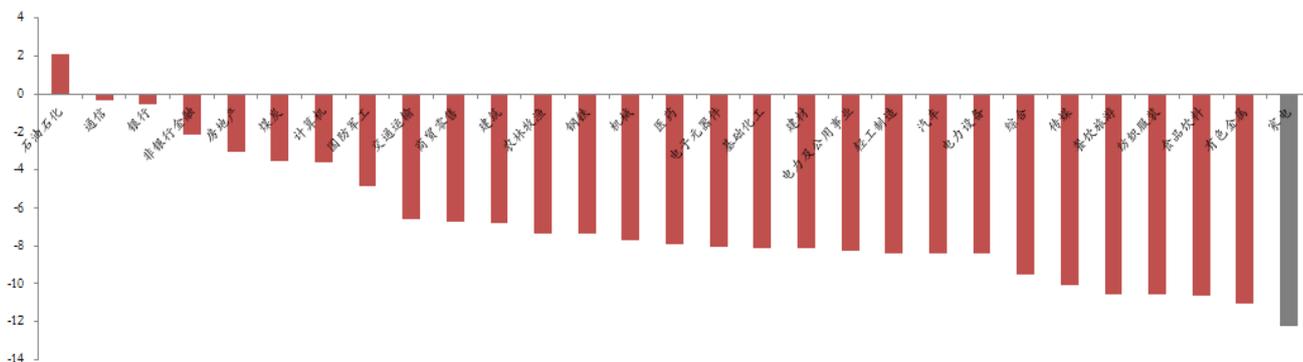
图 2：家电板块及大盘年初至今涨跌幅（%）



资料来源：Wind，东方证券研究所

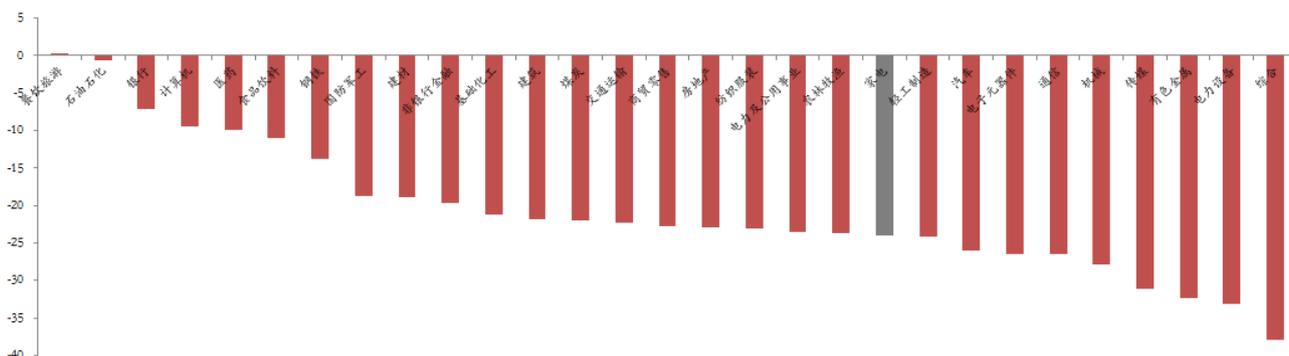
各版块比较，家电板块跌幅最大。本月度家电板块跌幅最大，年初至今跌幅同样排名靠前。这说明家电板块情绪较为悲观。

图 3：各版块月度涨跌幅（%）



资料来源：Wind，东方证券研究所

图 4：各版块年初至今涨跌幅（%）

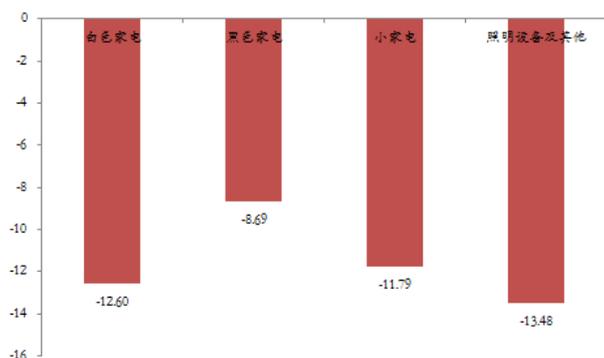


资料来源：Wind，东方证券研究所

1.2 家电子版块行情

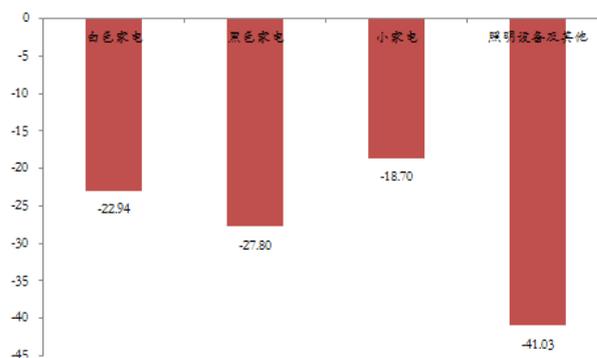
白电板块及照明板块本月跌幅较大，照明板块年初至今跌幅最大。本月家电各子版块均出现较大跌幅，其中白电板块跌幅达 12.60%，照明板块跌幅更达 13.48%；年初至今家电各子版块也都是无一例外下跌，其中照明设备及其他板块跌幅最大，达-41.03%。

图 5：家电各子版块月度行情比较（%）



资料来源：Wind，东方证券研究所

图 6：家电各子版块年初至今行情比较（%）

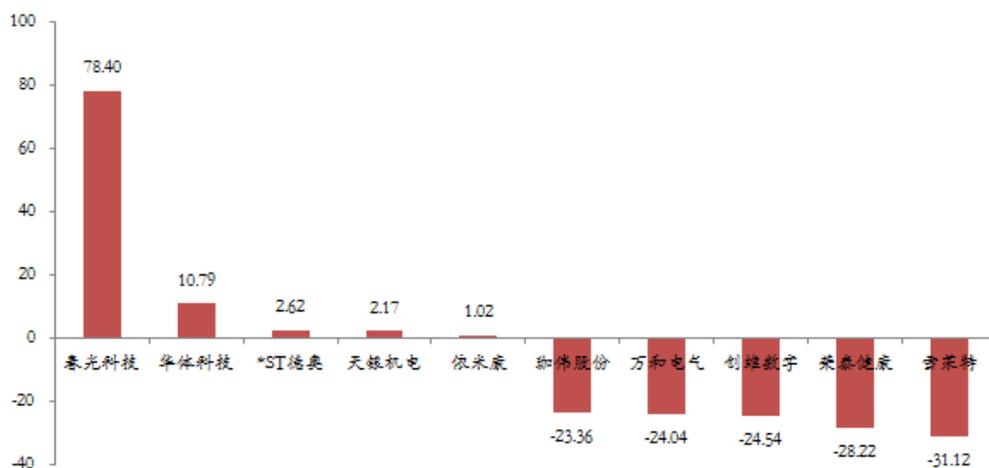


资料来源：Wind，东方证券研究所

1.3 家电个股行情

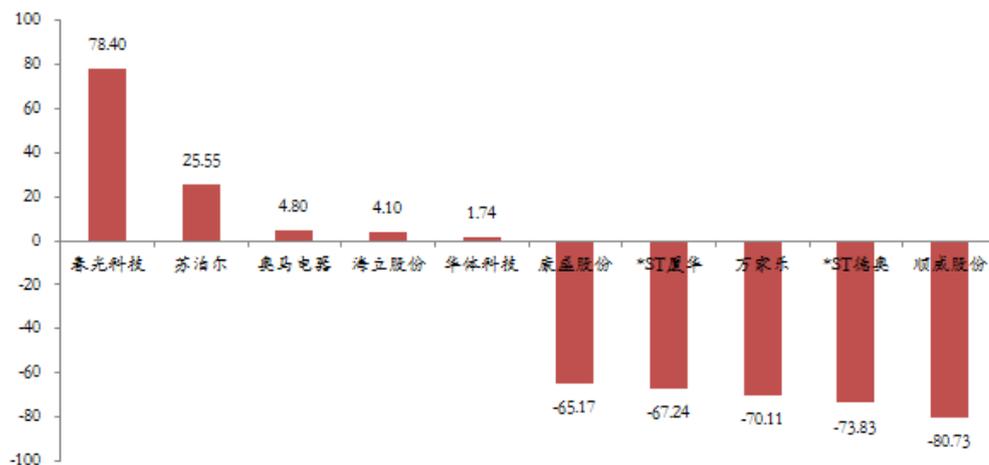
个股方面家电板块也毫无亮点。新股春光科技占据月度及年初至今涨幅第一，涨幅达 78.40%。月度家电板块没有涨幅较大个股，年初至今苏泊尔仍有 25.55%的涨幅。月度下跌榜中，荣泰健康、创维数字、万和电气等跌幅为前五；年初至今下跌榜中，跌幅前五个股下跌均超过 65%。

图 7：家电个股月度涨跌幅前五（%）



资料来源：Wind，东方证券研究所

图 8：家电个股年初至今涨跌幅前五（%）

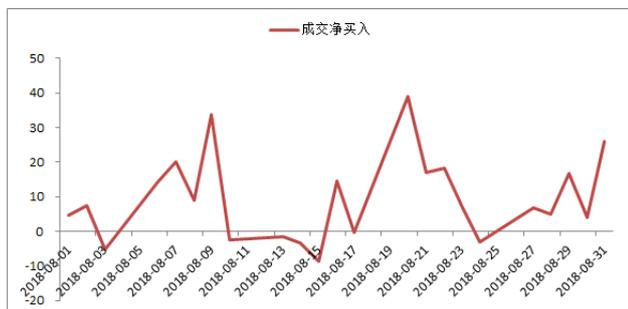


资料来源：Wind，东方证券研究所

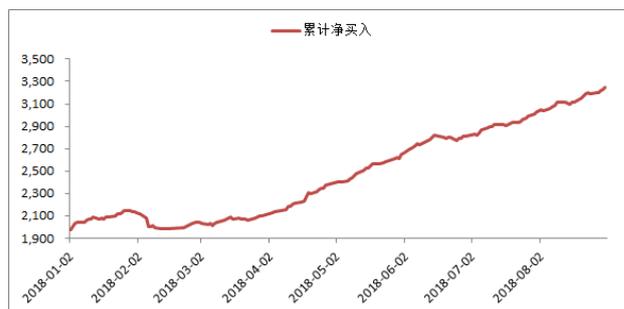
二、陆股通持股

2.1 陆股通情况

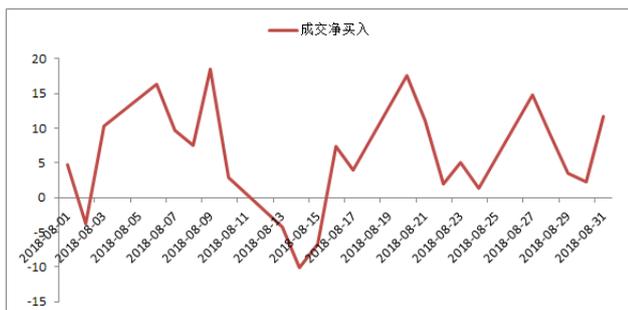
陆股通仍然保持净买入趋势。本月沪股通累计成交净买入达 219.15 亿人民币，年初至今累计成交净买入 1295.17 亿人民币，截至目前已累计净买入 3251 亿人民币；深股通累计成交净买入达 135.37 亿人民币，年初至今累计成交净买入 945.96 亿人民币，截至目前已累计净买入 2465.29 亿人民币。

图 9：沪股通月度成交净买入（亿元）


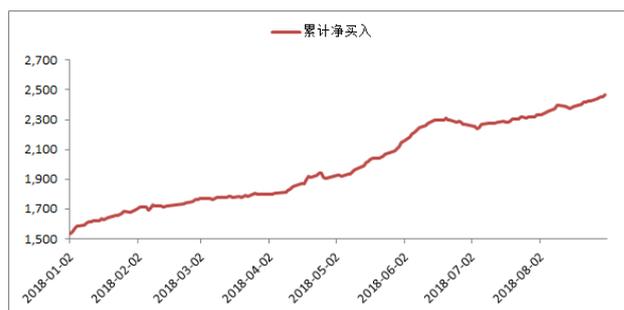
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 10：沪股通年初至今累计净买入（亿元）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 11：深股通月度成交净买入（亿元）


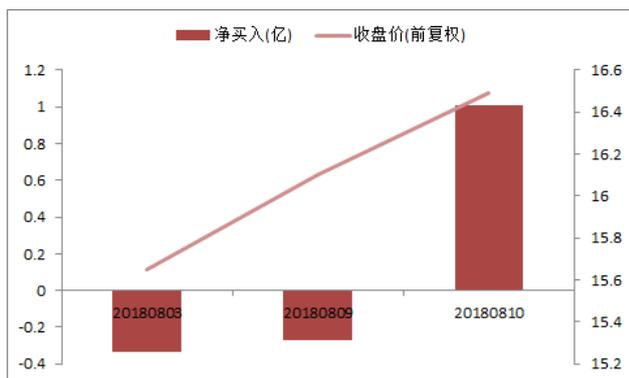
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 12：深股通年初至今累计净买入（亿元）


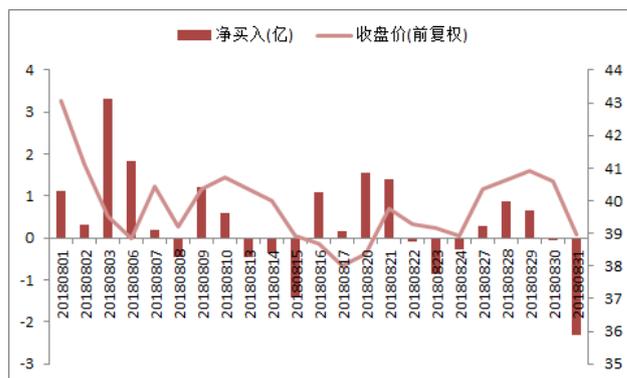
资料来源：Wind，东方证券研究所

2.2 个股陆股通净买入与市场表现

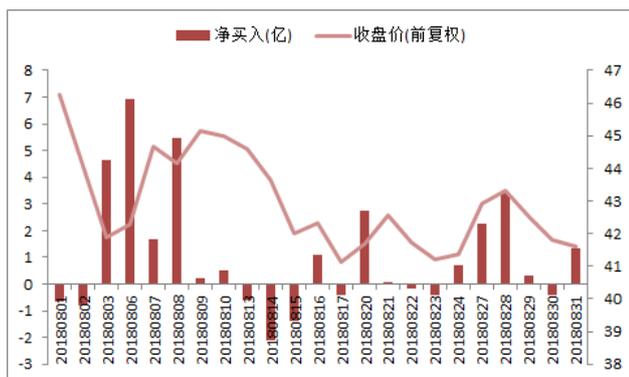
本月度家电主要个股陆股通交易活跃。青岛海尔有 3 天进入前十大活跃个股，老板电器有 4 天，格力电器和美的集团仍然每天进入前十大活跃个股。尽管近期个股及板块走势令人失望，“北上”资金对于家电板块和个股的青睐依旧。

图 13：青岛海尔净买入与市场表现


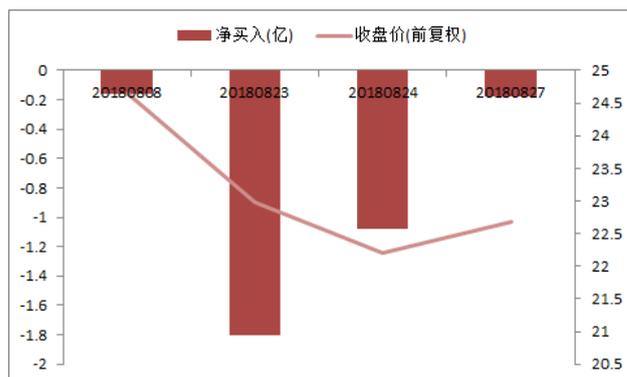
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 14：格力电器净买入与市场表现


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 15：美的集团净买入与市场表现


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 16：老板电器净买入与市场表现


资料来源：Wind，东方证券研究所

2.3 个股陆股通系统持股量与占比

本月家电个股陆股通系统持股仍然基本保持提升。本月青岛海尔、格力电器、美的集团、欧普照明、飞科电器、三花智控、小天鹅 A、苏泊尔等陆股通系统持股量与占比环比提升，仅有老板电器遭遇“北上”资金减持。这说明外资对家电板块仍然十分看好。

图 17：青岛海尔陆股通持股量与占比


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 18：格力电器陆股通持股量与占比


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 19：美的集团陆股通持股量与占比


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 20：老板电器陆股通持股量与占比


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 21：欧普照明陆股通持股量与占比


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 22：飞科电器陆股通持股量与占比


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 23：三花智控陆股通持股量与占比


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 24：小天鹅 A 陆股通持股量与占比


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 25：苏泊尔陆股通持股量与占比


资料来源：Wind，东方证券研究所

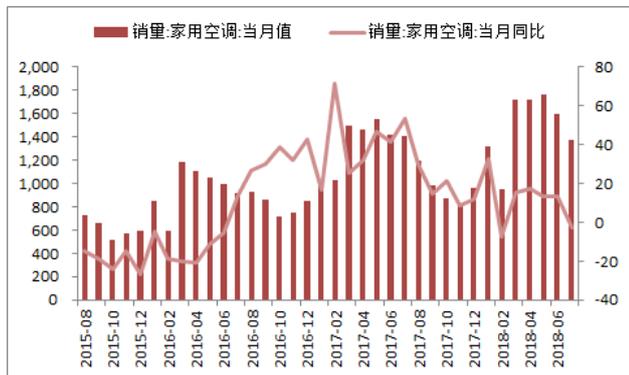
三、家电产业数据

3.1 空调行业

3.1.1 总销量

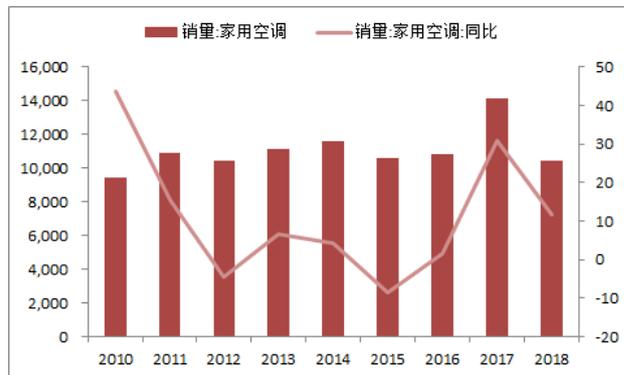
家用空调 7 月份总销量出现下滑。家用空调 7 月份总销量 1369.5 万台，同比下滑 2.60%。但 1-7 月份累计总销量仍然保持两位数增长，1-7 月份累计总销量达 10439.5 万台，同比增长 11.72%，仍然好于去年的预期。

图 26：单月家用空调总销量（左：万台；右：%）



资料来源：Wind，东方证券研究所

图 27：年初至今家用空调累计总销量（左：万台；右：%）

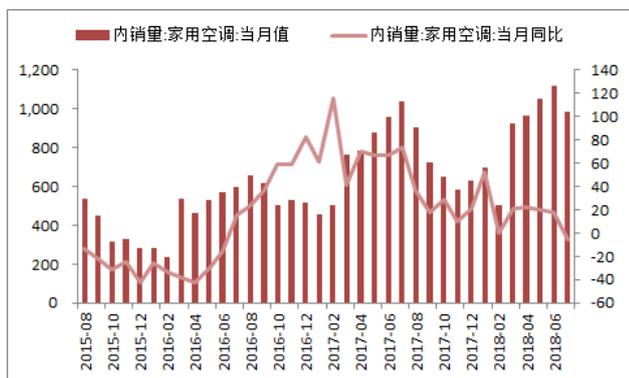


资料来源：Wind，东方证券研究所

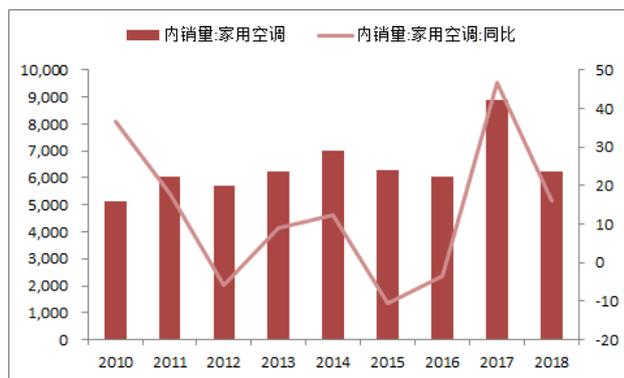
3.1.2 内销量

家用空调 7 月份内销量出现下滑。家用空调 7 月份内销量 988.10 万台，同比下滑 5.10%。但 1-7 月份累计内销量仍然保持高两位数增长，1-7 月份累计内销量达 6247.70 万台，同比增长 16.05%，远好于去年的预期。

我们分析认为造成总销量及内销同比略有下滑主要有三个原因，按影响程度依次递减分别为：1. 高基数。2017 年 7 月家用空调总销量 1406.3 万台，同比增长达 53.44%，其中内销 1041 万台，当时达到单月历史内销量最高值，同比增长达 73.67%，可以说增速非常高。对于空调这一较成熟的行业，过快增长是不健康且不可持续的，因此今年 7 月这一稳定的总销量和内销量我们认为是可以接受的，需要理性看待。我们不能单单瞄着同比增速，还要考虑到绝对量的历史进程。2. 天气原因。今年暑期我国华东和华南地区台风数量较多，雨水充沛，对空调销售形成不利影响。今年以来在西北太平洋和南海共有 20 个台风生成，其中 8 个登陆我国大陆，比常年同期平均（3.7 个）偏多 1 倍以上，生成数和登陆数明显偏多。今年有 4 个台风登陆上海、浙江，较常年在沪浙地区登陆的台风数（1 个）异常偏多，为 1949 年以来最多的年份。3. 地产制约。众所周知，地产景气下行对空调销量必然造成影响，但旺季时期天气上升为主要影响因素，地产因素下降为次要因素，不过对地产行业的悲观导致对空调行业过度悲观。

图 28：单月家用空调内销量（左：万台；右：%）


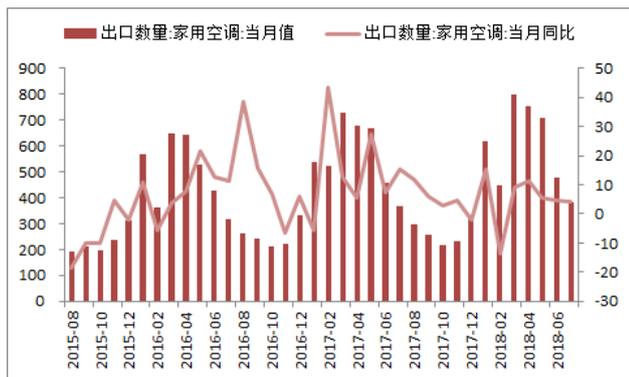
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 29：年初至今家用空调累计内销量（左：万台；右：%）


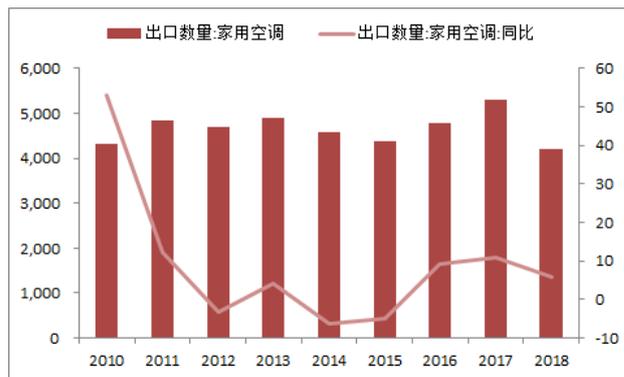
资料来源：Wind，东方证券研究所

3.1.3 出口量

家用空调 7 月份出口量仍然保持增长。家用空调 7 月份出口量 381.50 万台，同比增长 4.40%。1-7 月份累计出口量保持稳定，1-7 月份累计出口量达 4192.00 万台，同比增长 5.83%。

图 30：单月家用空调出口量（左：万台；右：%）


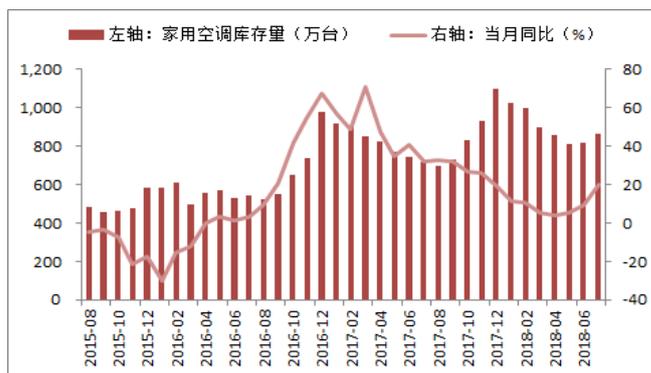
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 31：年初至今家用空调累计出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

3.1.4 库存量

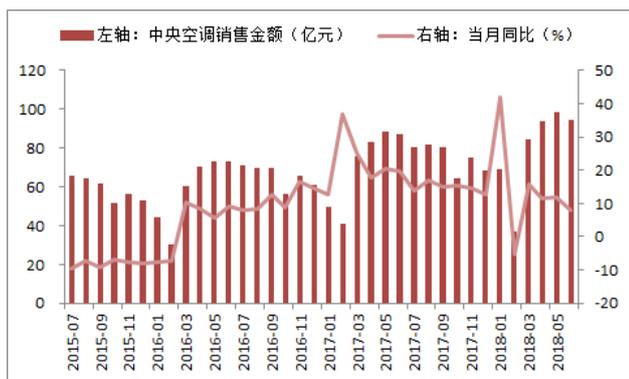
7 月份家用空调工厂库存量同比、环比有所提升。7 月份家用空调库存绝对量为 863.30 万台，同比增长 20.00%，较前几个月同比增幅提升，为 2018 自然年以来库存同比增加最大月份。这也侧面说明 7 月份终端销售情况不尽如人意。

图 32：家用空调库存量走势（万台）


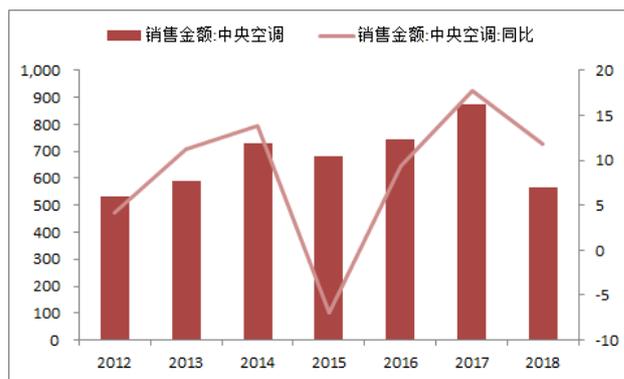
资料来源：Wind，东方证券研究所

3.1.5 中央空调

7月中央空调销售额同比保持增长。7月份中央空调达88.34亿元，同比增长9.57%，保持较稳定增长，环比增速有所反弹，单月增速优于家用空调。2018年1-7月中央空调累计销售金额达566.0亿元，同比增长11.89%

图 33：单月中央空调销售金额（左：亿元；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

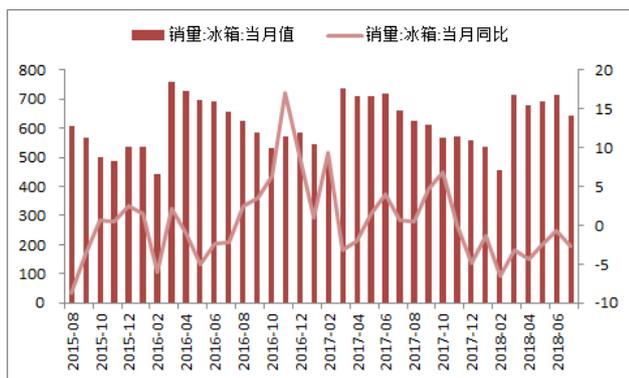
图 34：年初至今中央空调累计销售金额（左：亿元；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

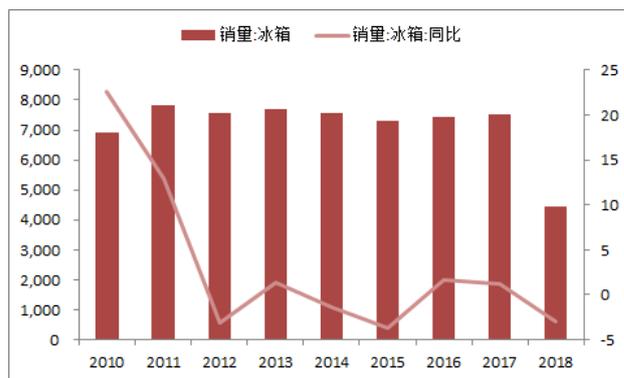
3.2 冰洗行业

3.2.1 总销量

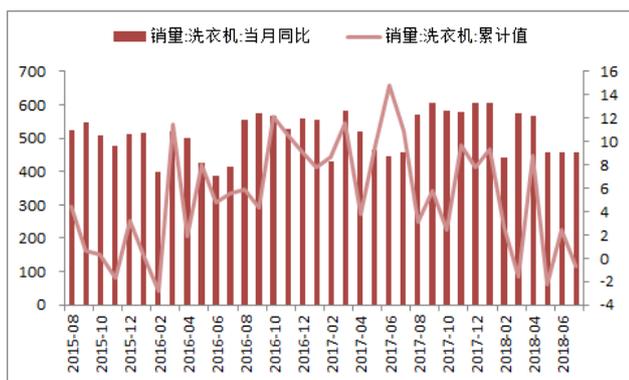
7月份冰箱洗衣机均同比微幅下滑。7月份冰箱总销量642.7万台，同比下滑2.70%，2018年1-7月份总销量4436.1万台，同比下滑2.90%。7月份洗衣机总销量456万台，同比微幅下滑0.70%，1-7月份累计销量3558.8万台，同比增长2.82%。冰洗行业大趋势相同，但洗衣机销量要略优于冰箱。

图 35：单月冰箱总销量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 36：年初至今冰箱累计总销量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 37：单月洗衣机总销量（左：万台；右：%）


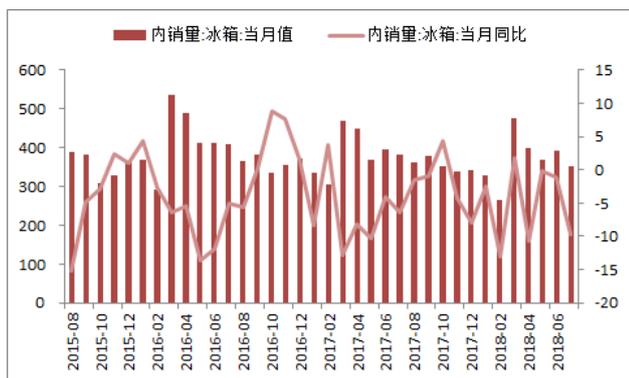
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 38：年初至今洗衣机累计总销量（左：万台；右：%）

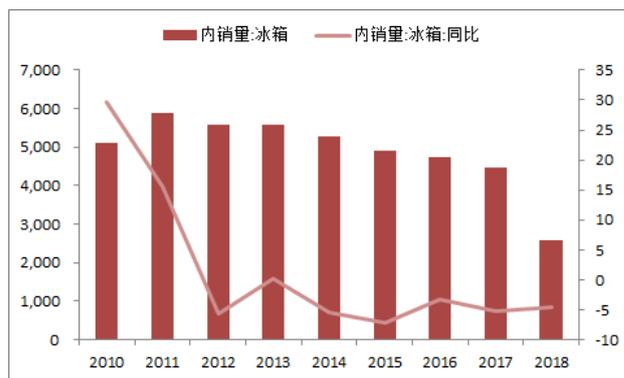

资料来源：Wind，东方证券研究所

3.2.2 内销量

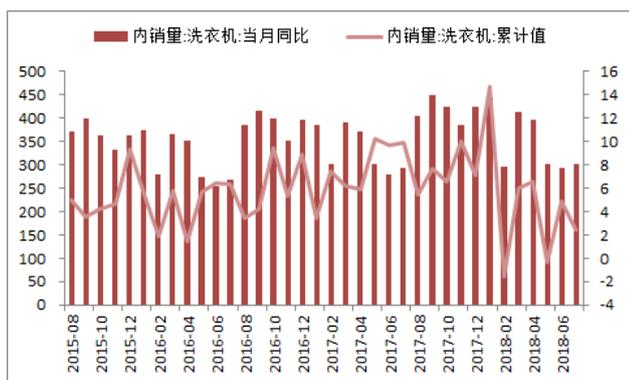
7 月份冰箱内销量同比下滑，洗衣机同比小幅增长。7 月份冰箱内销量 350.8 万台，同比下滑 9.80%，2018 年 1-7 月份总销量 2581.4 万台，同比下滑 4.62%。7 月份洗衣机总销量 301.1 万台，同比增长 2.40%，1-7 月份累计销量 2444.0 万台，同比增长 5.16%。冰洗今年内销差异较大，洗衣机情况好于冰箱：洗衣机内销仍然能够保证正增长，而冰箱下滑趋势未见好转。

图 39：单月冰箱内销量（左：万台；右：%）


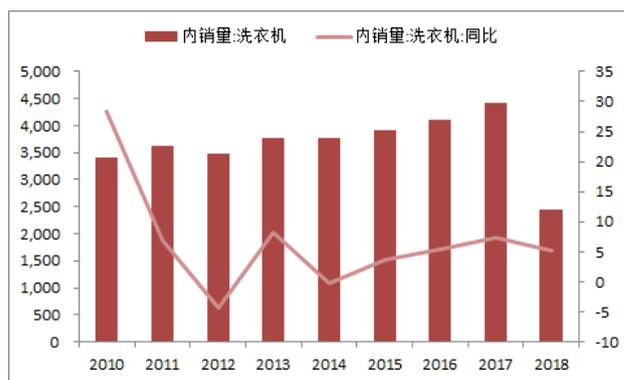
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 40：年初至今冰箱累计内销量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 41：单月洗衣机内销量（左：万台；右：%）


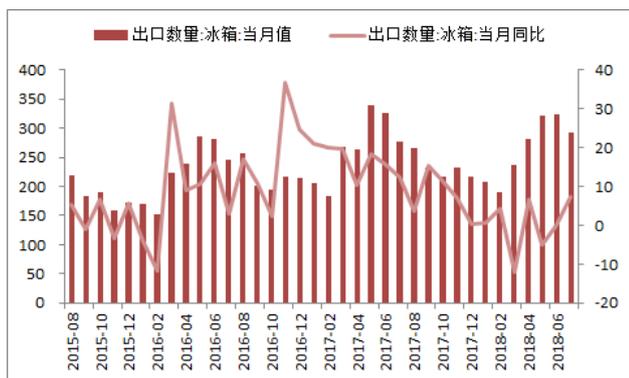
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 42：年初至今洗衣机累计内销量（左：万台；右：%）


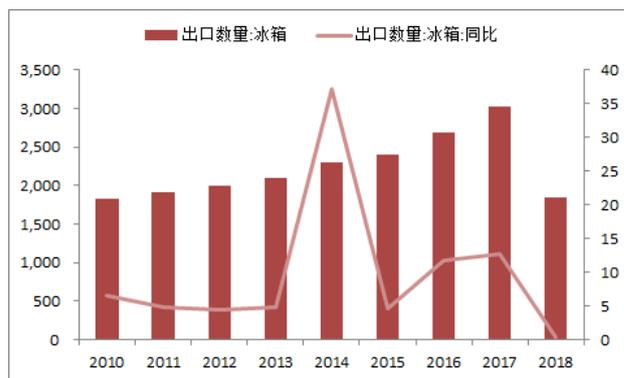
资料来源：Wind，东方证券研究所

3.2.3 出口量

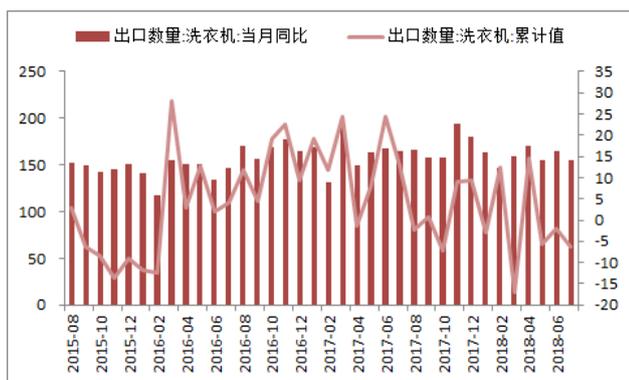
7 月份冰箱出口量增长，洗衣机下滑。7 月份冰箱内销量 291.9 万台，同比增长 7.40%，2018 年 1-7 月份总销量 1854.8 万台，同比微幅增长 0.41%。7 月份洗衣机总销量 154.8 万台，同比下滑 6.20%，1-7 月份累计销量 1114.8 万台，同比下滑 1.97%。与内销不同，冰箱出口情况好于洗衣机，洗衣机受国际贸易环境影响今年呈下滑趋势。

图 43：单月冰箱出口量（左：万台；右：%）


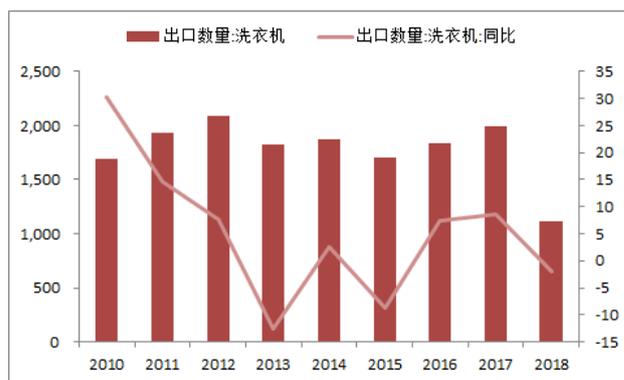
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 44：年初至今冰箱累计出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 45：单月洗衣机出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

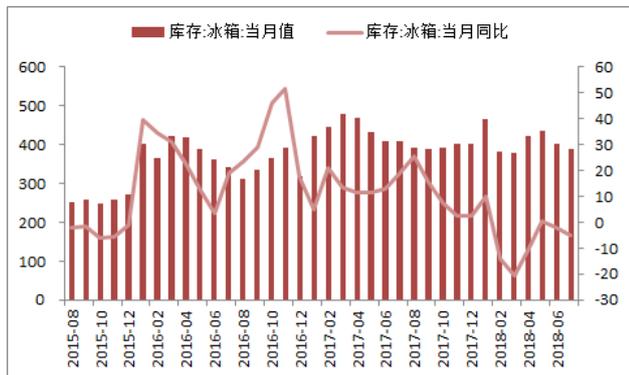
图 46：年初至今洗衣机累计出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

3.2.4 库存量

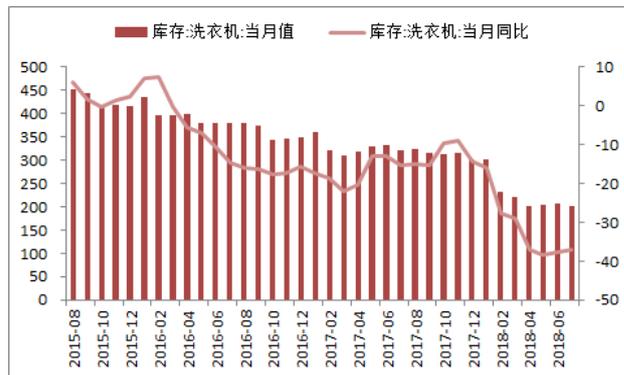
7 月份冰箱库存量下降，洗衣机去库存趋势明显。7 月冰箱库存为 382.6 万台，同比下降 5.10%，库存较为合理稳定。7 月洗衣机库存 202.0 万台，同比下降 36.90%，保持今年以来库存下降趋势，行业主动去库存迹象明显。

图 47：冰箱库存量走势（万台）



资料来源：Wind，东方证券研究所

图 48：洗衣机库存量走势（万台）



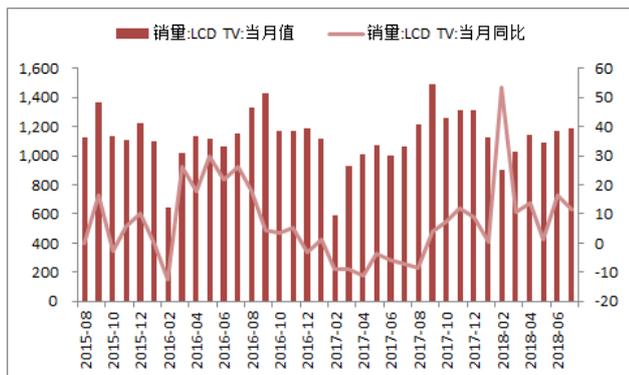
资料来源：Wind，东方证券研究所

3.3 电视行业

3.3.1 总销量

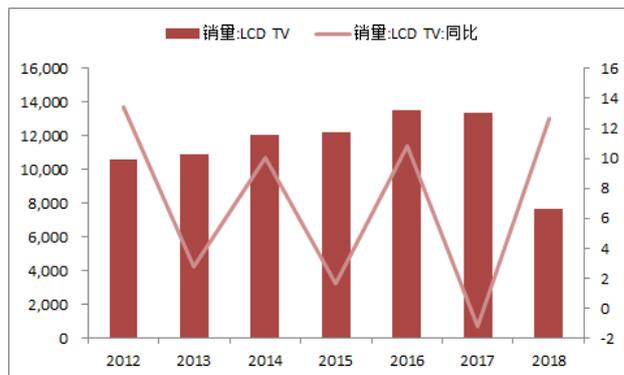
液晶电视 7 月份总销量出现两位数增长。液晶电视 7 月份总销量 1185.3 万台，同比增长 11.40%。2018 年 1-7 月份累计总销量保持大两位数增长，累计总销量达 7642.7 万台，同比增长 12.65%，反弹趋势明显。

图 49：单月液晶电视总销量（左：万台；右：%）



资料来源：Wind，东方证券研究所

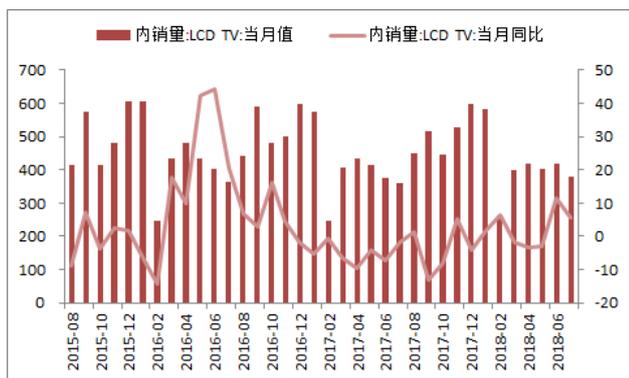
图 50：年初至今液晶电视累计总销量（左：万台；右：%）



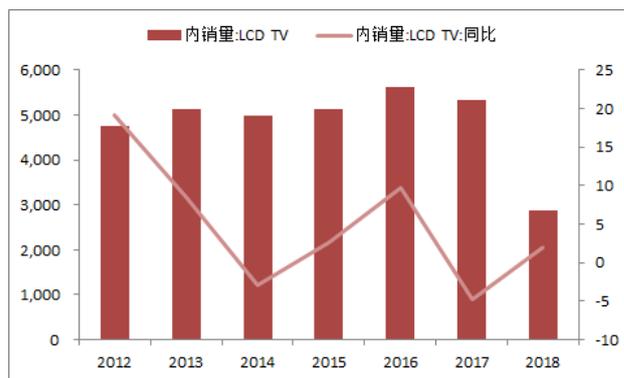
资料来源：Wind，东方证券研究所

3.3.2 内销量

液晶电视 7 月份内销量反弹增长。液晶电视 7 月份内销量 378.3 万台，同比增长 5.60%。2018 年 1-7 月份累计内销量 2863.9 万台，同比小幅增长 1.91%。

图 51：单月液晶电视内销量（左：万台；右：%）


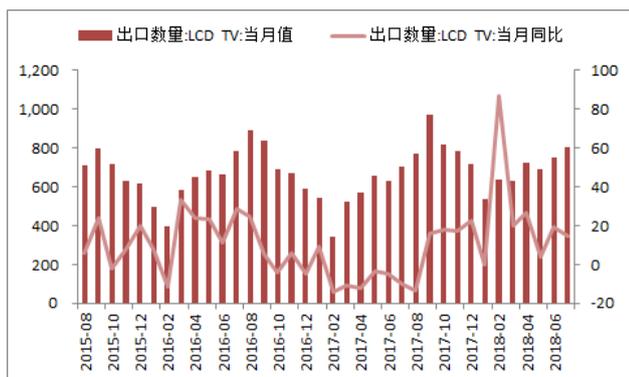
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 52：年初至今液晶电视累计内销量（左：万台；右：%）


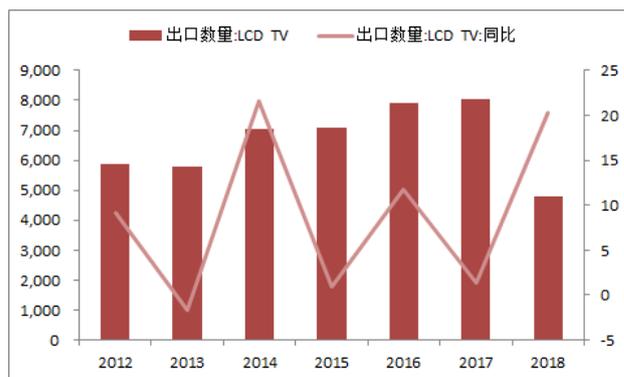
资料来源：Wind，东方证券研究所

3.3.3 出口量

液晶电视 7 月份出口量保持大幅增长。液晶电视 7 月份出口量 807.0 万台，同比增长 14.30%。2018 年 1-7 月份累计出口量达 4778.8 万台，同比增长 20.25%。

图 53：单月液晶电视出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

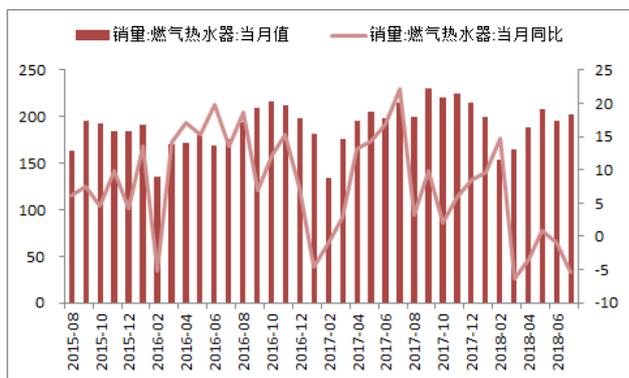
图 54：年初至今液晶电视累计出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

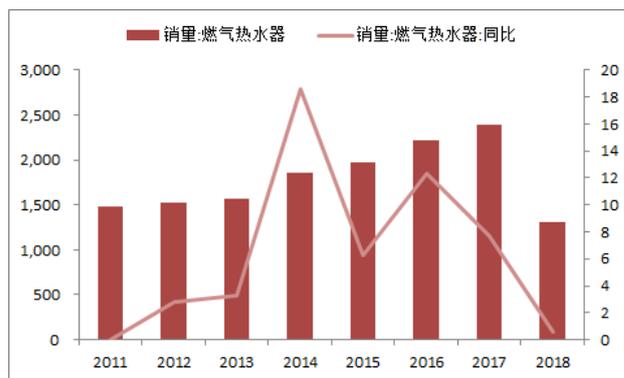
3.4 厨电行业

3.4.1 总销量

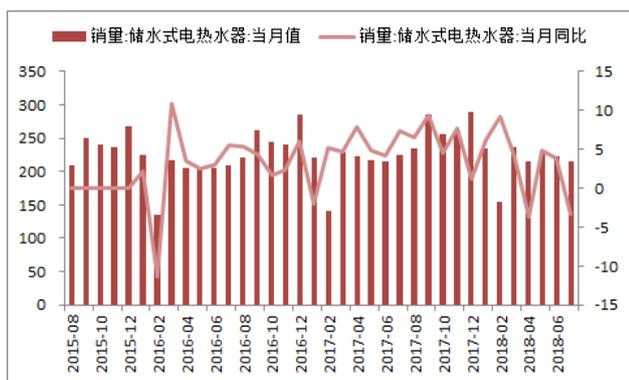
7 月燃气热水器销量同比下滑。7 月燃气热水器销量 203.1 万台，同比下滑 5.40%。年初至今累计销量 1313.0 万台，同比微幅增长 0.6%。电热 7 月单月同比下滑，但 1-7 月份同比小幅增长；太阳能热水器无论 7 月单月还是 1-7 月份累计均同比下滑明显。

图 55：单月燃热总销量（左：万台；右：%）


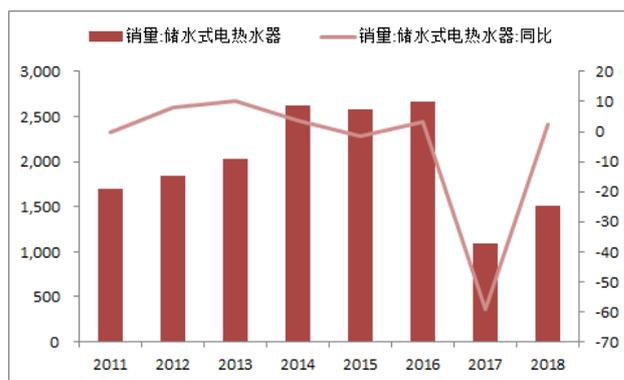
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 56：年初至今燃热累计总销量（左：万台；右：%）


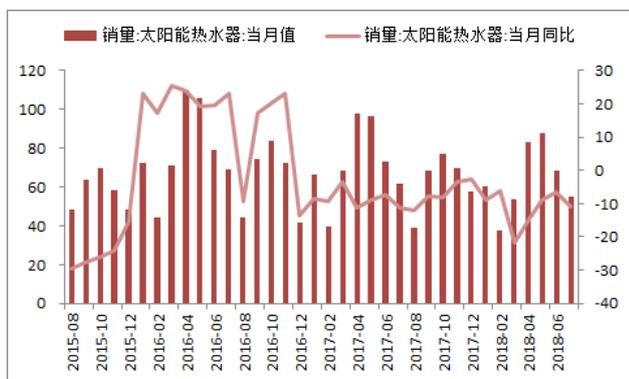
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 57：单月电热总销量（左：万台；右：%）


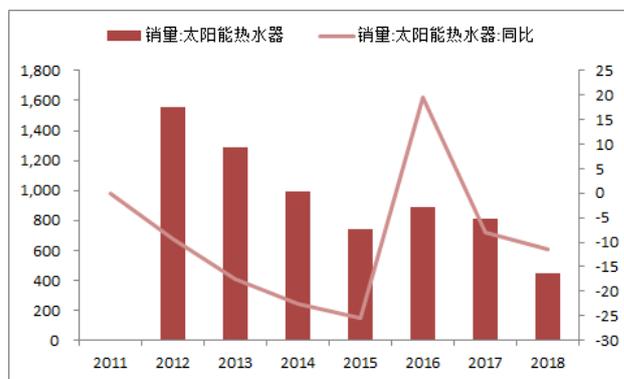
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 58：年初至今电热累计总销量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 59：单月太阳能热水器总销量（左：万台；右：%）


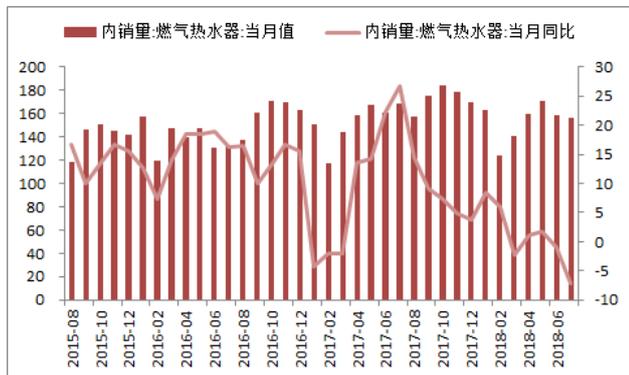
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 60：年初至今太阳能热水器累计总销量（左：万台；右：%）


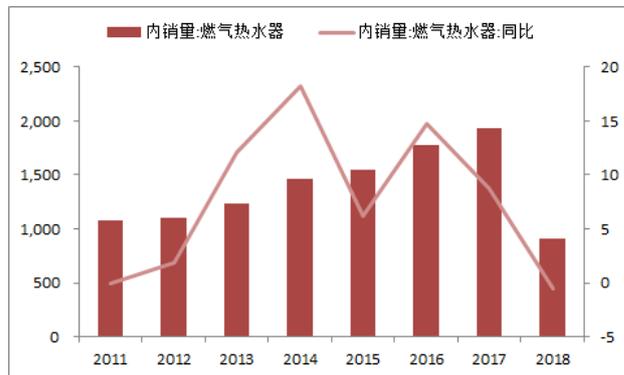
资料来源：Wind，东方证券研究所

3.4.2 内销量

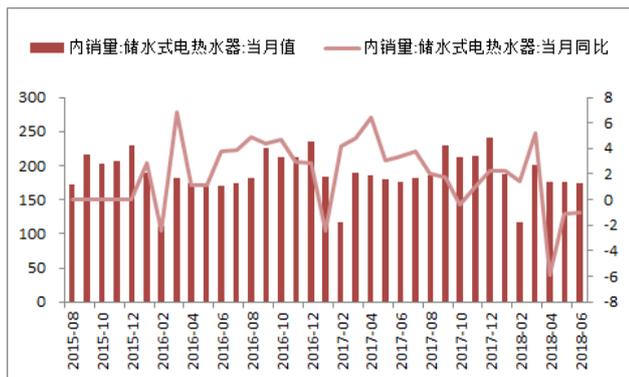
7 月燃气热水器内销量 156.8 万台，同比下滑 7.20%。

图 61：单月燃热内销量（左：万台；右：%）


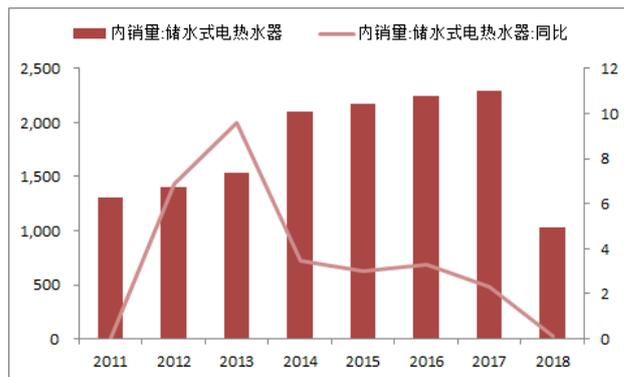
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 62：年初至今燃热累计内销量（左：万台；右：%）


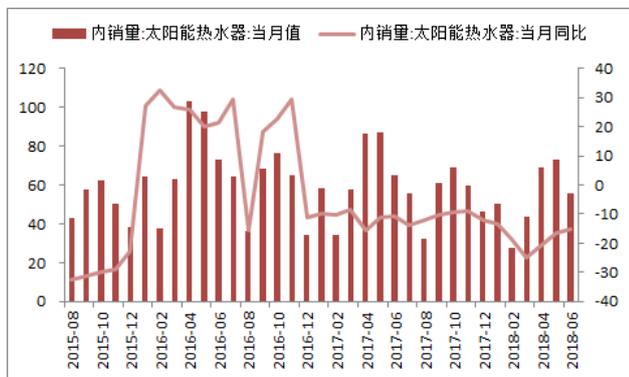
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 63：单月电热内销量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 64：年初至今电热累计内销量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 65：单月太阳能热水器内销量（左：万台；右：%）


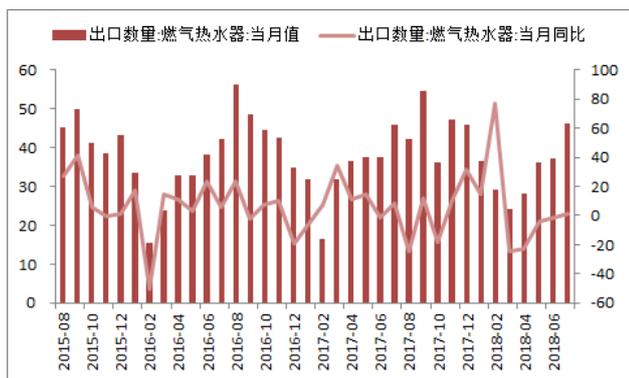
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 66：年初至今太阳能热水器累计内销量（左：万台；右：%）

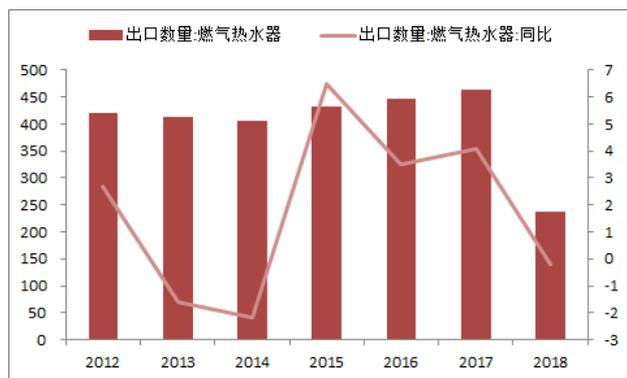

资料来源：Wind，东方证券研究所

3.4.3 出口量

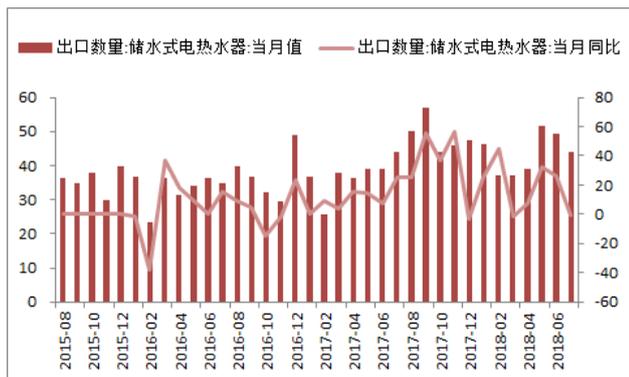
7月燃气热水器出口量46.3万台，同比增长0.90%。

图 67：单月燃热出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 68：年初至今燃热累计出口量（左：万台；右：%）


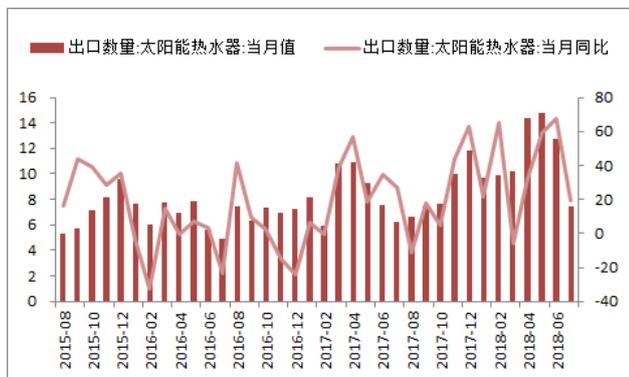
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 69：单月电热出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 70：年初至今电热累计出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 71：单月太阳能热水器出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 72：年初至今太阳能热水器累计出口量（左：万台；右：%）

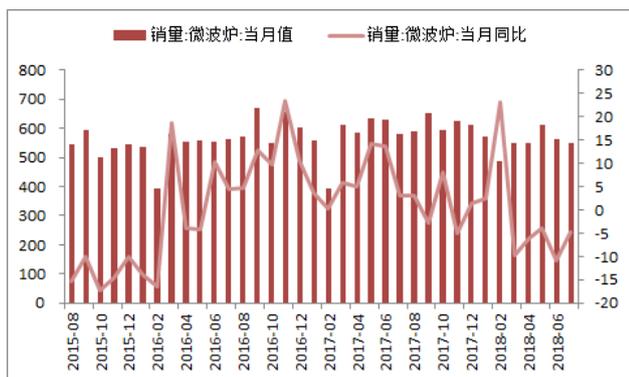

资料来源：Wind，东方证券研究所

3.5 小家电行业

3.5.1 总销量

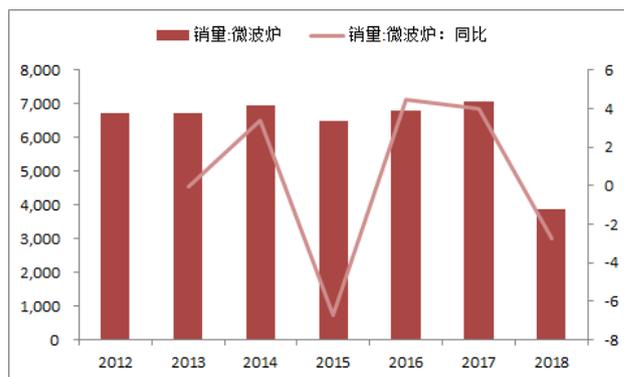
7月微波炉总销量下滑，空净大幅增长。7月微波炉总销量551.6万台，同比下滑4.70%；年初至今累计销售3884.4万台，同比下滑2.72%。7月空净总销量244.6万台，同比大幅增长239.3%；年初至今累计销售1079.6万台，同比增长89.07%，这一数据与我们“常识”出现较大背离（下面我们会分析得到这一现象主要由于空净出口大幅增长导致）。

图 73：单月微波炉总销量（左：万台；右：%）



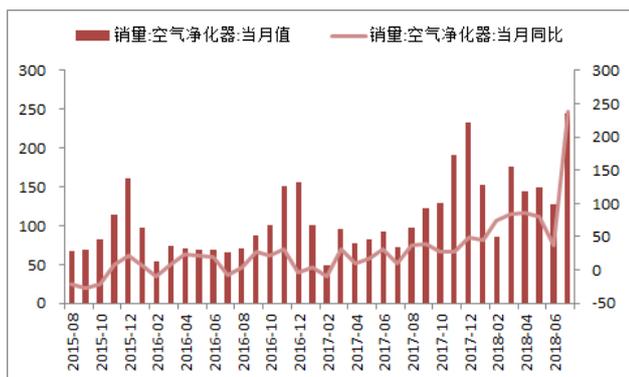
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 74：年初至今微波炉累计总销量（左：万台；右：%）



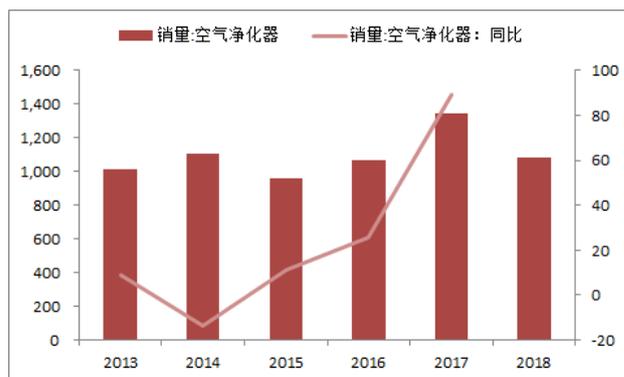
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 75：单月空净总销量（左：万台；右：%）



资料来源：Wind，东方证券研究所

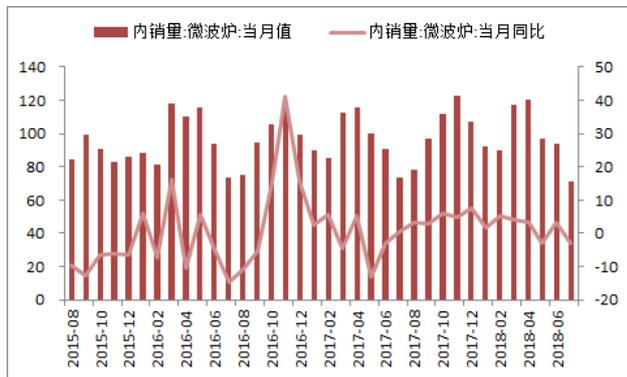
图 76：年初至今空净累计总销量（左：万台；右：%）



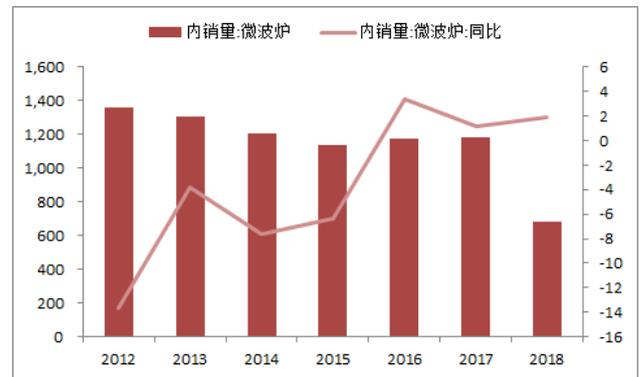
资料来源：Wind，东方证券研究所

3.5.2 内销量

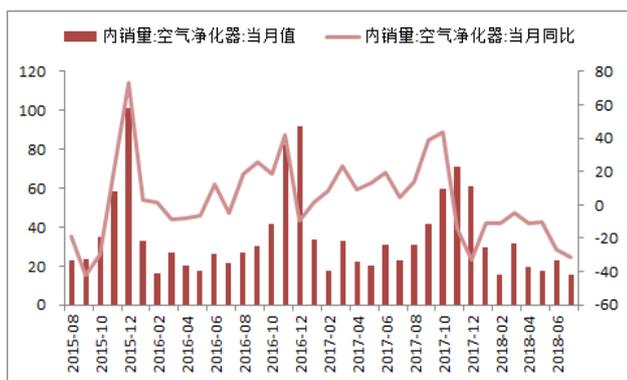
7月微波炉内销量小幅下滑，空净内销大幅下滑。7月微波炉内销量71.6万台，同比下滑2.80%；年初至今累计销售682.1万台，同比增长1.88%。7月空净总销量15.6万台，同比下滑31.6%；年初至今累计销售152.6万台，同比下滑15.03%，这一数据较符合我们的“常识”，主要由于我们的常识其实更多基于的是内销情况。

图 77：单月微波炉内销量（左：万台；右：%）


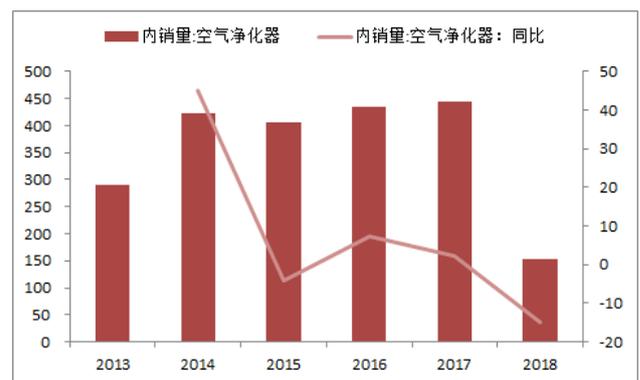
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 78：年初至今微波炉累计内销量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 79：单月空净内销量（左：万台；右：%）


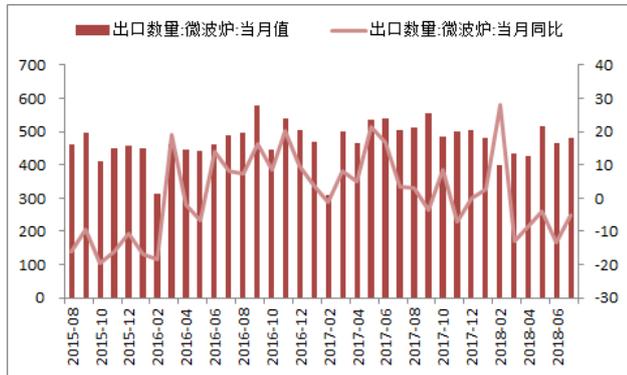
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 80：年初至今空净累计内销量（左：万台；右：%）


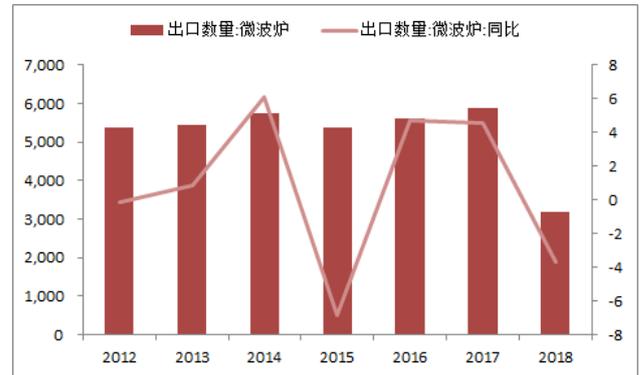
资料来源：Wind，东方证券研究所

3.5.3 出口量

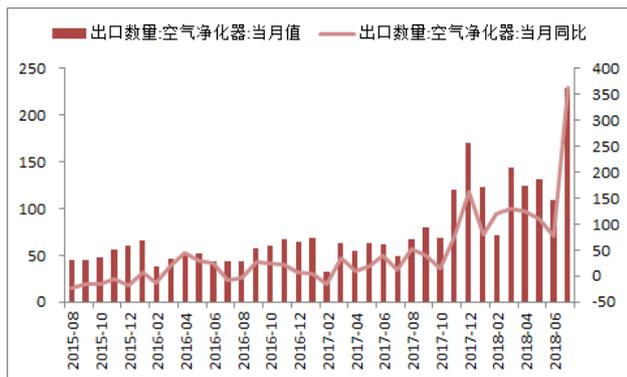
7 月微波炉出口量下滑，空净出口爆发式增长。7 月微波炉出口量 480.0 万台，同比下滑 5.00%；年初至今累计出口量 3202.3 万台，同比下滑 3.65%。7 月空净出口量 229 万台，同比增长 364.5%；年初至今累计出口量 931 万台，同比大幅增长 137.86%，正是出口的大幅增长导致空净整体销量的增长。

图 81：单月微波炉出口量（左：万台；右：%）


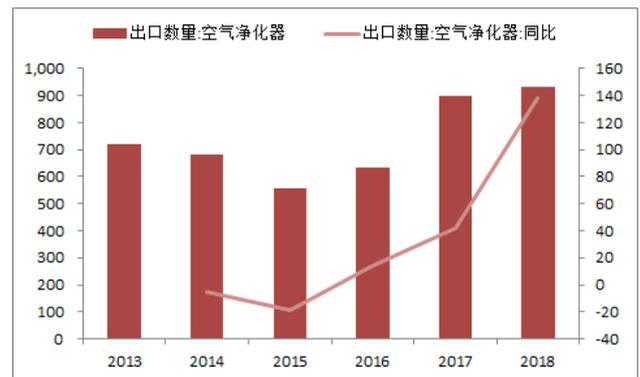
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 82：年初至今微波炉累计出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 83：单月空净出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

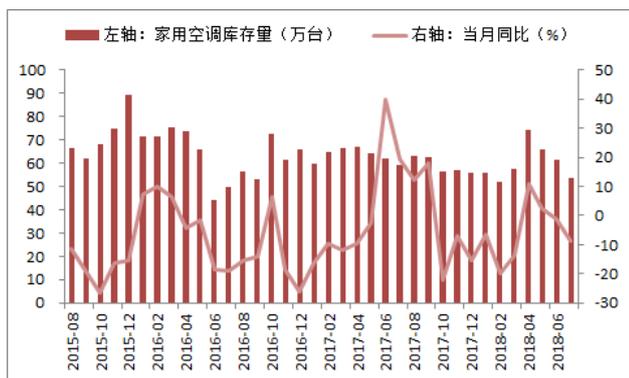
图 84：年初至今空净累计出口量（左：万台；右：%）


资料来源：Wind，东方证券研究所

3.5.4 库存量

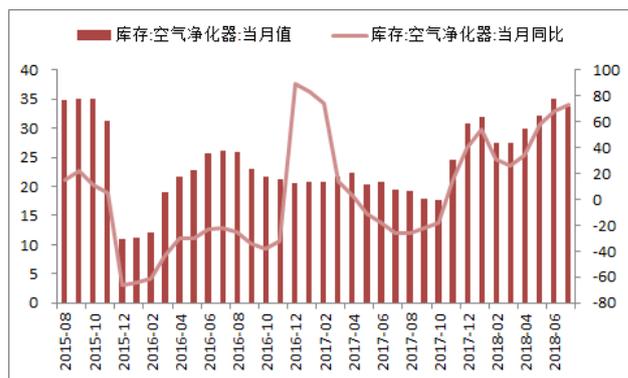
7月微波炉库存量同比下降，空净库存量大幅增长。7月微波炉库存量 53.9 万台，同比下降 8.80%。空净库存量 33.8 万台，同比大幅提升 73.3%。空净目前库存水平较高。

图 85：微波炉库存量走势（万台）



资料来源：Wind，东方证券研究所

图 86：空净库存量走势（万台）



资料来源：Wind，东方证券研究所

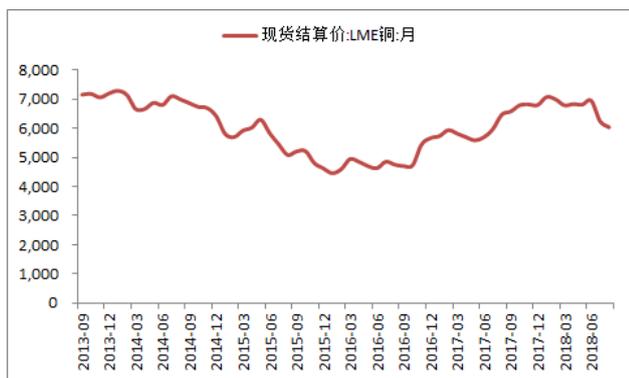
四、家电相关宏观数据

4.1 原材料价格

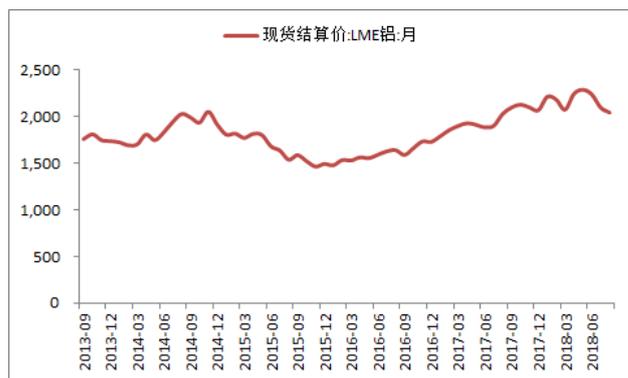
4.1.1 大宗商品价格

铜、铝近两月价格下行趋势明显，钢价价位稳定。8月底LME铜现货价格6039.75美元/吨，相比6月底下降13.16%；8月底LME铝现货价格2045.50美元/吨，相比6月底下降8.69%。钢价较稳定，下降幅度较小。

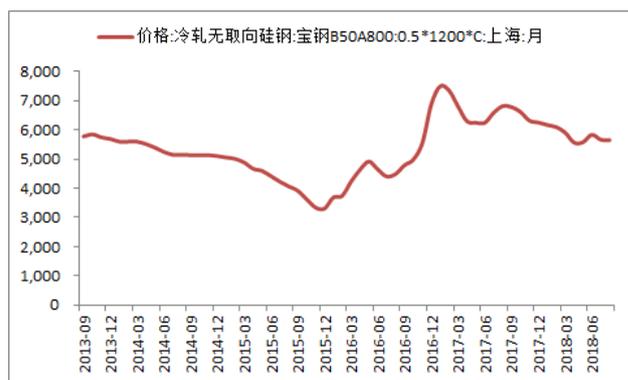
塑料价格有小幅上涨。8月中国塑料价格指数环比上涨2.46%，ABS聚合物环比上涨0.49%。与去年同期比较同比均为上涨。

图 87：LME 铜价格走势（美元/吨）


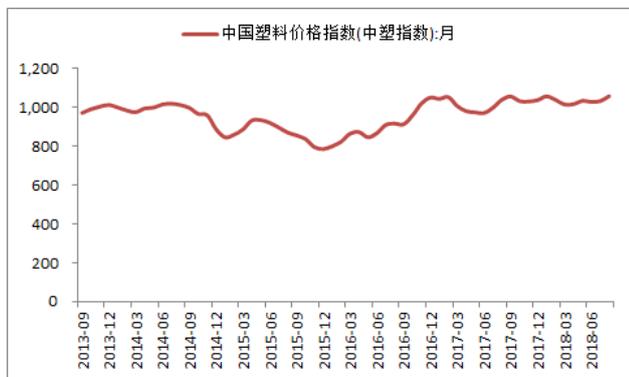
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 88：LME 铝价格走势（美元/吨）


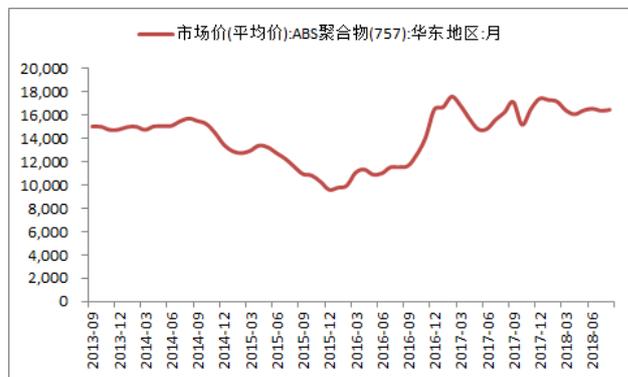
资料来源：Wind，东方证券研究所

图 89：钢材价格走势（元/吨）


资料来源：Wind，东方证券研究所

图 90：中国塑料价格指数走势


资料来源：Wind，东方证券研究所

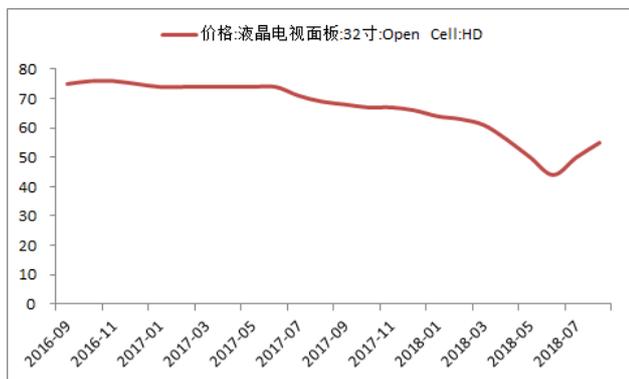
图 91：ABS 塑料价格走势（元/吨）


资料来源：Wind，东方证券研究所

4.1.2 面板价格

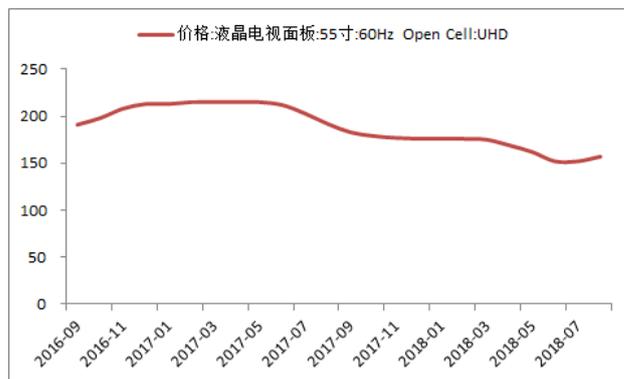
面板价格有所反弹。小尺寸面板不论环比同比均有所上涨，大尺寸面板价格环比上涨明显，同比仍然较低。

图 92：32 寸面板价格走势（美元/片）



资料来源：Wind，东方证券研究所

图 93：55 寸面板价格走势（美元/片）



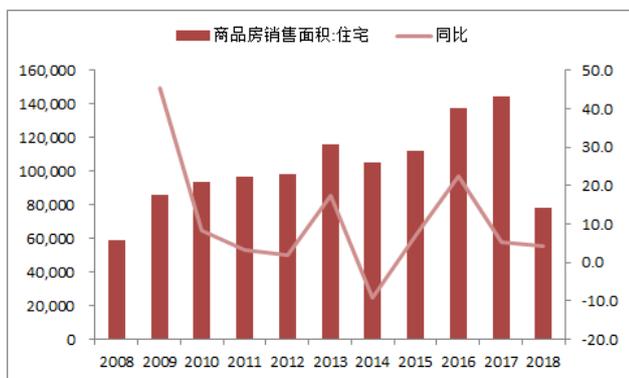
资料来源：Wind，东方证券研究所

4.2 宏观数据

4.2.1 地产销售面积

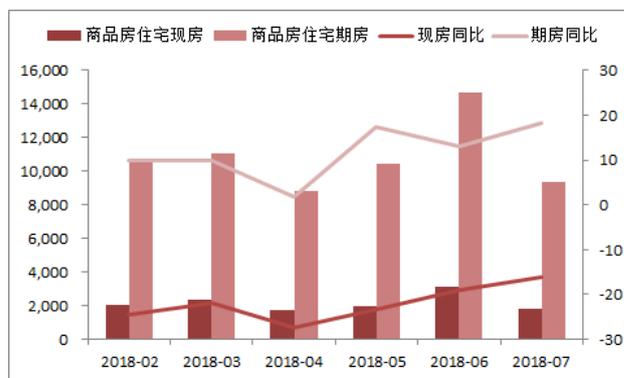
7 月商品房住宅销售面积大幅增长，期房现房两重天。7 月商品房住宅销售面积达 11194.19 万平方米，同比增长 10.99%。1-7 月份累计销售面积达 78046.12 万平方米，同比增长 4.2%。7 月商品房现房销售面积保持下滑趋势，同比下滑 15.99%；期房保持增长趋势，同比增长 18.39%。整体房地产销售市场好于市场判断。

图 94：商品房住宅销售面积（左：万平方米，右：%）



资料来源：Wind，东方证券研究所

图 95：单月商品房住宅现房和期房销售面积（左：万平方米，右：%）

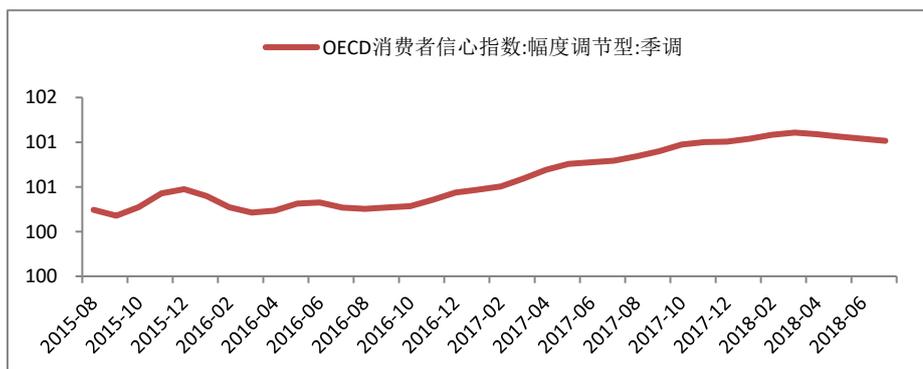


资料来源：Wind，东方证券研究所

4.2.2 消费者信心指数

7 月经合组织消费者信心指数为 101.015，仍然维持高位，但环比有所下滑。

图 96：OECD 消费者信心指数（长期平均=100）

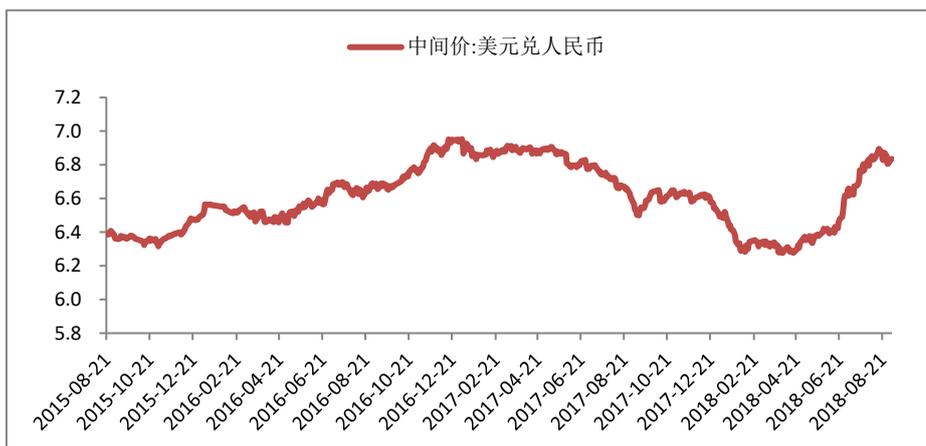


资料来源：Wind，东方证券研究所

4.2.3 汇率

人民币汇率在 8 月达到短期峰值后震荡徘徊，目前维持在 6.80~6.86 区间。

图 97：美元兑人民币汇率走势



资料来源：Wind，东方证券研究所

五、行业新闻与公告

5.1 行业新闻

工信部:上半年家电主营业务收入同比增长 13.1%

8 月 20 日，工信部发布 2018 年 1-6 月家电行业运行情况。今年上半年，家用电器行业主营业务收入 7422.5 亿元，累计同比增长 13.1%；利润总额 522.9 亿元，累计同比增长 15.9%。

生产情况方面，2018 年 1-6 月家用冰箱累计生产 3979.3 万台，同比增长 3.1%；房间空气调节器累计生产 11022.6 万台，同比增长 14.4%；家用洗衣机累计生产 3397.2 万台，同比增长 0.3%。

6月当月，家用电冰箱生产713.0万台，同比减少3.6%；房间空气调节器生产2079.8万台，同比增长12.1%；家用洗衣机生产538.5万台，同比减少3.9%。

销售情况方面，2018年1-6月，家电行业产销率97.4%，同比下降0.8%；累计出口交货值2029.3亿元，累计同比增长7.1%。

6月当月，家电行业产销率97.5%，同比增长0.2%；出口交货值353.5亿元，同比增长3.9%。

新闻来源：<http://www.chinaiol.com/sy/s0821/57200348.html>

新飞电器拟于8月28日恢复生产，高管团队浮出水面

在确定康佳接手后，新飞电器即将复工的消息终于传出。今日，河南商报记者从康佳处获悉，新飞电器拟于8月28日恢复生产，届时高管团队即将亮相。

6月29日，河南新飞电器有限公司、河南新飞家电有限公司、河南新飞制冷器具有限公司（以下简称新飞电器）被康佳集团以4.55亿元人民币的价格竞得，徘徊于生死边缘的新飞电器再次被拉了回来。这一“拯救”消息一个多月后又传出实锤：新飞电器拟于8月28日恢复生产。另外，河南商报记者从内部人士了解到，目前新飞电器高层管理班子已经确定，高管由原新飞电器管理班子和康佳共同组成，中层人员基本确定，另外在本年度将招募800名工人恢复生产，明年将会在人员上进一步扩张。高层管理人员都有哪些？河南商报记者查询得知，在8月3日，新飞电器已经完成变更。以河南新飞电器有限公司为例，投资人变更（包括出资额、出资方式、出资日期、投资人名称等）一项已经变更为安徽康佳电器科技有限公司；负责人变更为张中俊，高级管理人员备案（董事、监事、经理等）变更为吕剑、胡文斌、谢顺兴、孟宏刚、张中俊、刘斌。其中，工商信息显示，变更后，吕剑为董事兼总经理，张中俊为董事长。河南商报记者了解到，张中俊为康佳白电事业部总经理，吕剑为康佳多媒体事业部总经理，刘斌为康佳白电销售总经理。

新闻来源：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1609045174415907516&wfr=spider&for=pc>

2018年中国家电行业半年度报告发布

今年上半年，中国家电市场规模达到4213亿元，同比增长9.7%，增长势头依然明显；产业升级正在提速，高端、高品质的舒适型、智能型、健康型家电更加受到市场追捧；线上线下不断融合，打造智慧零售样板；同时产品结构的进一步升级，凸显出售后服务的重要性。

今年上半年，我国房地产市场逐渐降温，与之紧密相关的家电市场高速增长态势也逐渐回落。面对房地产市场需求的低迷以及传统家电市场的饱和，城镇更新市场和农村新增市场成为中国家电市场新的增长空间。伴随中国家电行业发展进入新常态，家电企业、流通企业都在探索和寻找新的市场增长点。同时，随着城镇化的加速推进、人民收入的增加、住房条件的改善，消费者对家电产品的购买能力显著增强，对家电产品的期望也越来越高。85后和90后新生代人群逐步成为消费主力军，品质化、智能化、个性化、多元化的消费特点也日趋凸显。无论是基于市场发展还是基于消费者需求满足，中国家电的转型升级趋势已经不可逆转，家电制造企业和渠道商都在力推中高端产品。今年上半年，中国家电市场规模同比增长9.7%，虽然整体市场增幅不及2017年，但中高端产品在结构上的变化非常明显。2018年上半年，彩电65英寸的零售量占比已接近10%，较去年同期已

实现倍增；搭载 4K、OLED、量子点、人工智能等功能的彩电产品均出现了强劲增长，凸显出消费者对高端产品的欢迎。同时，消费者也倾向于追求多样化、节能化、智能化的产品，例如大风压已经成为吸油烟机的又一大卖点，搭载屏幕的智能烟机的比重也在持续提升；一级能效的燃气灶比重超过 50%；搭载 APP、远程调控、智能云菜单的嵌入式厨电零售额份额达 32.9%。更为重要的是，越来越多的家电企业已经发力高端市场，塑造高端品牌形象。可以预见，在整个消费升级的大趋势下，中高端家电产品将成为整个市场再进一步的全新动力。

新闻来源：http://www.cqn.com.cn/zqzlb/content/2018-08/14/content_6154374.htm

苏宁 818 全渠道订单量大增 155%

8月19日零点30分，苏宁易购发布818全程战报。记者获悉，本次818发烧节战绩喜人，全渠道订单量同比增长155%，活跃用户数同比增长97%。818期间新开业各类门店899家，平均每40分钟新开业1家互联网门店。明星IP、直播、游戏等娱乐营销元素与818深度融合，“消费+娱乐”已成新常态。无人车配送、智能物流、区块链等新科技纷纷落地，线上线下融为一体。818开启零售业场景互联时代，成长为全年重要消费节点。

全渠道订单量增长155%：苏宁易购818战报数据显示，818期间，全渠道订单量同比增长155%，活跃用户数同比增长97%。818期间，苏宁易购累计9天荣登App Store购物类APP下载量TOP1。此次818赋能合作伙伴、引发社会共振，参战各方均取得不错成绩。在县镇市场，1080家零售云店销售环比上月增长267%；随着合作的深入，130家万达广场店销售同比增长61%，智慧零售经验成地产圈明星CP；牵手282家大润发店，销售同比增长1067%。更加值得关注的是，818期间，苏宁易购新开业各类门店899家，平均每40分钟新开业1家互联网门店。苏宁小店作为O2O场景中最贴近用户的一环，为消费者提供多元服务。8月18日，苏宁小店为辐射范围内的2034万用户提供服务，销售增长662%。818期间，西安、南京各诞生一处新的超级O2O商业载体。西安苏宁易购广场，开业3天，客流超过15万人次，较改造前同比增长1720%；南京徐庄苏宁易购广场，开业2天，客流超过10万人次，较改造前同比增长1022%。

新闻来源：http://www.xinhuanet.com/tech/2018-08/20/c_1123295516.htm

京东便利店“关门潮”

美股上市、拉来腾讯为大股东之后，京东开启了一系列的大动作。金融、物流业务进行分拆和独立运营，百万京东便利店计划也成为重要的新零售布局。如果说前两者是京东将原有的优势业务进行重新组合，而后者则是实打实的开疆拓土。百万京东便利店在京东掌舵者刘强东的心中地位异常重要，业内人士都认为这是个比较“蛮干”的行为，刘强东依然抛出每天1000家的豪言壮语。据闻该计划原负责人杜爽去年6月辞职原因，就在于因为“一年50万家便利店”压力过大，稍有常识的人都会认为不可能。一年时间，百万京东便利店这个目标尚遥遥无期，网络上京东便利店倒闭的消息却从去年一直延续到现在。可以这么说，未来线上线下融合必然是大趋势，然而仅仅是移动互联网的发达，尚不足以完美实现线上线下的无缝协同，这个过程需要许许多多的失败堆积出最终的形态。历史经验告诉我们，大炼钢铁的后果是钢没炼出来，正常的经济生活也被破坏。而百万京东便利店的计划，似乎又是一个轮回。

第一个原因：战略失误。第二个原因：目的不纯。第三个原因：水土不服。

新闻来源：http://finance.ifeng.com/a/20180823/16466106_0.shtml

5.2 公告

本月为中报披露月，我们不在此一列举所有公告。

风险提示

地产行业景气度下行；

家电行业渠道库存过高；

居民购买能力和消费意愿下降。

分析师申明

每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的研究分析师在此作以下声明：

分析师在本报告中对所提及的证券或发行人发表的任何建议和观点均准确地反映了其个人对该证券或发行人的看法和判断；分析师薪酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来，均与其在本研究报告中所表述的具体建议或观点无任何直接或间接的关系。

投资评级和相关定义

报告发布日后的 12 个月内的公司的涨跌幅相对同期的上证指数/深证成指的涨跌幅为基准；

公司投资评级的量化标准

- 买入：相对强于市场基准指数收益率 15%以上；
- 增持：相对强于市场基准指数收益率 5%~15%；
- 中性：相对于市场基准指数收益率在-5%~+5%之间波动；
- 减持：相对弱于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级 —— 由于在报告发出之时该股票不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该股票的研究状况，未给予投资评级相关信息。

暂停评级 —— 根据监管制度及本公司相关规定，研究报告发布之时该投资对象可能与本公司存在潜在的利益冲突情形；亦或是研究报告发布当时该股票的价值和价格分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确投资评级；分析师在上述情况下暂停对该股票给予投资评级等信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该股票的投资评级、盈利预测及目标价格等信息不再有效。

行业投资评级的量化标准：

- 看好：相对强于市场基准指数收益率 5%以上；
- 中性：相对于市场基准指数收益率在-5%~+5%之间波动；
- 看淡：相对于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级：由于在报告发出之时该行业不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该行业的研究状况，未给予投资评级等相关信息。

暂停评级：由于研究报告发布当时该行业的投资价值分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确行业投资评级；分析师在上述情况下暂停对该行业给予投资评级信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该行业的投资评级信息不再有效。

免责声明

本研究报告由东方证券股份有限公司（以下简称“本公司”）制作及发布。

本研究仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。本报告的全体接收人应当采取必备措施防止本报告被转发给他人。

本报告是基于本公司认为可靠的且目前已公开的信息撰写，本公司力求但不保证该信息的准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的证券研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的证券研究报告之外，绝大多数证券研究报告是在分析师认为适当的时候不定期地发布。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人作出邀请。

本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的收入可能会波动。过去的表现并不代表未来的表现，未来的回报也无法保证，投资者可能会损失本金。外汇汇率波动有可能对某些投资的价值或价格或来自这一投资的收入产生不良影响。那些涉及期货、期权及其它衍生工具的交易，因其包括重大的市场风险，因此并不适合所有投资者。

在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告主要以电子版形式分发，间或也会辅以印刷品形式分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。

经本公司事先书面协议授权刊载或转发，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

提示客户及公众投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的本公司证券研究报告，慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

东方证券研究所

地址：上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 26 楼

联系人：王骏飞

电话：021-63325888*1131

传真：021-63326786

网址：www.dfzq.com.cn

Email：wangjunfei@orientsec.com.cn

