

家用电器行业

家电行业周报（10.15-10.21）

——9月空调内销继续下滑态势，线上渠道增速放缓

✍️：陈曦 执业证书编号：S1230516070003  
☎️：021-80106027  
✉️：chenx@stocke.com.cn

行业观点

**空调行业：**9月空调增长不及预期，整体增速已连续3个月为负，尤其是线上渠道增速已放缓，这为新冷年销售增加压力。国庆期间空调价稳量降，还需关注双11期间促销情况。**洗衣机行业：**8月零售额意外下滑5%后9月零售额降幅明显收窄，这主要受益于线上的增长。数据显示9月线上均价仅增长1.6%，涨幅较前两月趋缓，这或意味着去年高基数下今年终端销售压力仍存。**冰箱行业：**进入Q3冰箱线上增速明显放缓，需求增长幅度明显低于去年同期。同时显示结构调整带动价格保持增长，但价格增长幅度明显降低。

**个股方面：莱克电气：**前三季度公司实现营收42.6亿（+5.9%），归母净利润3.4亿（+23.4%），其中三季度实现营收14.4亿（-0.3%），归母净利润1.3亿（+173.2%），业绩增速与营收增速的大幅背离主要源于汇兑损益带来业绩大幅提升。短期来看，中美贸易摩擦+内销增速放缓使得公司营收增长的不确定性增加，需要，关注四季度外销增长。费用端，销售费用投入增加拖累经营利润表现，同时预计人民币汇率波动对四季度归母净利润的边际影响在减弱，我们继续维持“增持”评级。

9月空调销量情况

根据产业在线的数据，2018年9月家用空调产量907万台，同比下降10.7；总销量901万台，同比下降8.2%；内销618万台，同比下降14.7%；出口284万台，同比增长9.9%。

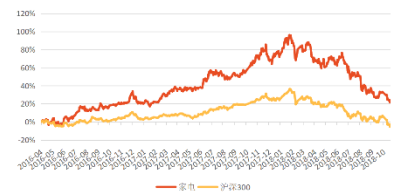
本周板块表现

本周沪深300指数下跌-1.13%，家电指数下跌1.48%。从各行业本周涨跌幅来看，家电板块位列中信29个一级行业涨幅榜的第7位；从家电和其他行业PE(TTM)对比来看，家电行业PE(TTM)为12.80倍，位列中信29个一级行业排行榜的第23位，处于较低水平。从家电细分板块来看，本周照明设备下跌0.74%，其他家电下跌0.96%，小家电下跌1.02%，白色家电下跌1.25%，黑色家电下跌4.05%。板块个股涨跌幅方面，涨幅前五名：光莆股份+14.41%、奋达科技+10.06%、奇精机械+9.58%、太龙照明8.10%、高斯贝尔5.04%；跌幅前五名：冠福股份-18.35%、康盛股份-14.01%、厦华电子-13.24%、深康佳A-13.04%、德奥通航-10.73%。

行业评级

家用电器行业 看好

行业走势图



相关报告

- 1《家电行业周报：18冷年渠道库存上升但风险可控，19冷年三四线增长有望缓解库存压力》2018.10.15
- 2《空调行业专题报告：被动补库存的18冷年和主动去库存的19冷年》2018.10.7
- 3《家电行业8月数据报告：白电内销承压，黑电出口表现较好》2018.10.7
- 4《家电行业周报（9.17-9.23）——空调8月销量遇冷，2000亿加税清单落地》2018.9.23
- 5《家电行业周报（9.10-9.16）——空调新冷年开盘平稳，持续关注经营现金流量表现较好个股》2018.9.16
- 6《家电行业周报（9.3-9.9）——静待行业回暖》2018.9.8

报告撰写人：陈曦

数据支持人：陈曦

周衍峰

## 正文目录

1. 本周家电行情回顾 .....	3
2. 9月家用空调销量情况 .....	5
3. 本周行业新闻 .....	6
4. 本周公司公告 .....	9
5. 风险提示 .....	12

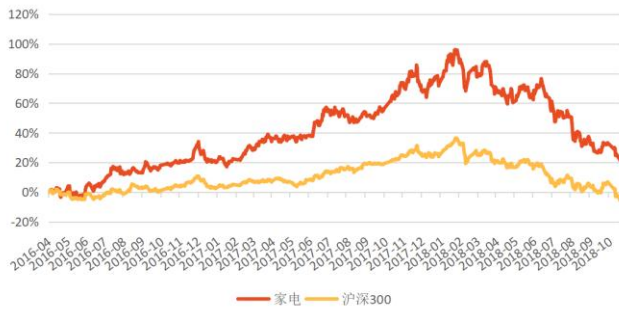
## 图表目录

图 1: 家电和沪深 300 指数走势对比 .....	3
图 2: 家电细分板块涨跌幅 .....	3
图 3: 家电和其他行业走势对比 .....	3
图 4: 家电和其他行业 PE(TTM)对比 .....	4
图 5: 家电板块涨跌幅前五名 .....	4
图 6: 家用空调 9 月产量 907 万台, 同比下降 10.7% .....	5
图 7: 家用空调 9 月总销量 901 万台, 同比下降 8.2% .....	5
图 8: 家用空调 9 月内销 618 万台, 同比下降 14.7% .....	5
图 9: 家用空调 9 月出口 284 万台, 同比增长 9.9% .....	5

## 1. 本周家电行情回顾

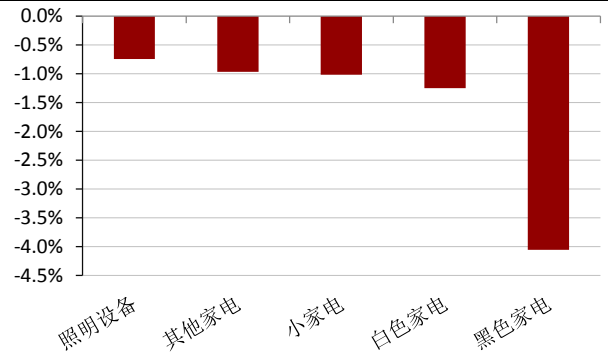
本周沪深 300 指数下跌 1.13%，家电指数下跌 1.48%。从家电细分板块来看，本周照明设备下跌 0.74%，其他家电下跌 0.96%，小家电下跌 1.02%，白色家电下跌 1.25%，黑色家电下跌 4.05%。

图 1：家电和沪深 300 指数走势对比



资料来源：Wind，浙商证券研究所

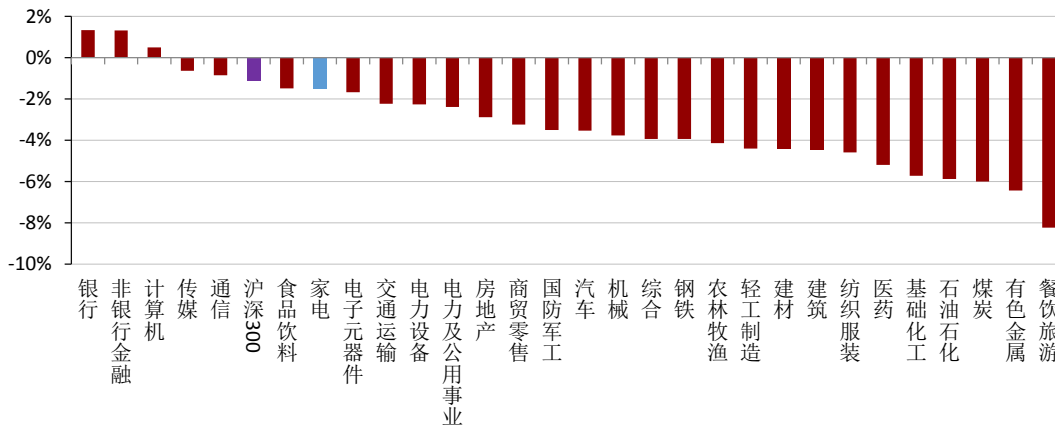
图 2：家电细分板块涨跌幅



资料来源：Wind，浙商证券研究所

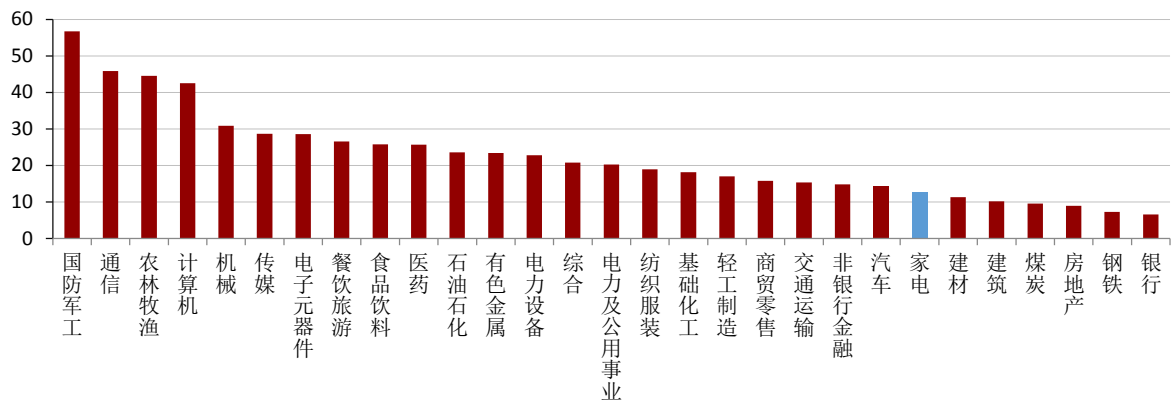
从各行业本周涨跌幅来看，家电板块位列中信 29 个一级行业涨幅榜的第 7 位；从家电和其他行业 PE(TTM)对比来看，家电行业 PE(TTM)为 12.80 倍，位列中信 29 个一级行业排行榜的第 23 位，处于较低水平。

图 3：家电和其他行业走势对比



资料来源：Wind，浙商证券研究所

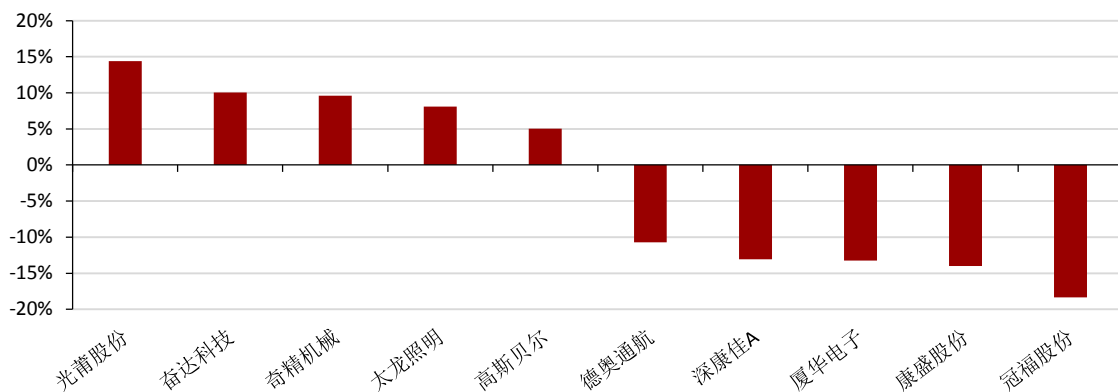
图 4：家电和其他行业 PE(TTM)对比



资料来源：Wind，浙商证券研究所

板块个股涨跌幅方面，涨幅前五名：光莆股份+14.41%、奋达科技+10.06%、奇精机械+9.58%、太龙照明 8.10%、高斯贝尔 5.04%；跌幅前五名：冠福股份-18.35%、康盛股份-14.01%、厦华电子-13.24%、深康佳 A-13.04%、德奥通航-10.73%。

图 5：家电板块涨跌幅前五名

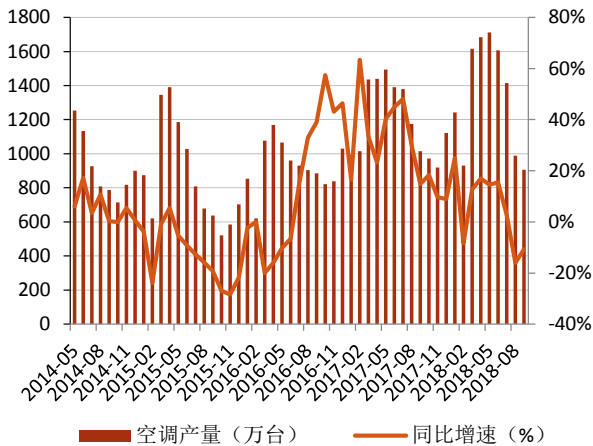


资料来源：Wind，浙商证券研究所

## 2.9 月家用空调销量情况

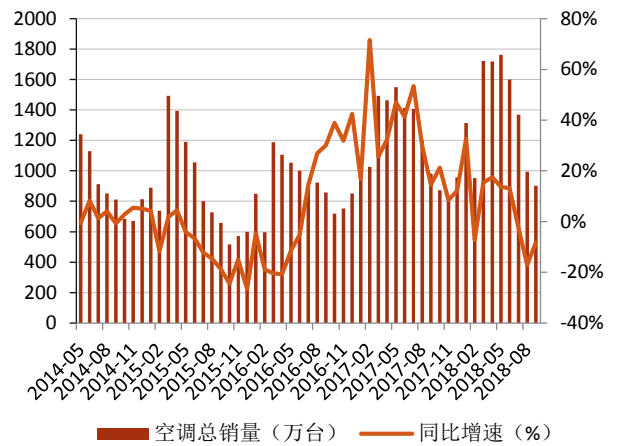
根据产业在线的数据，2018年9月家用空调产量907万台，同比下降10.7%。从累计数据看，2018年1-9月产量累计为12102万台，同比增长6.7%；2018年9月家用空调销量901万台，同比下降8.2%。从累计数据看，2018年1-9月销量累计为12335万台，同比增长7.0%。

图6：家用空调9月产量907万台，同比下降10.7%



资料来源：产业在线，浙商证券研究所

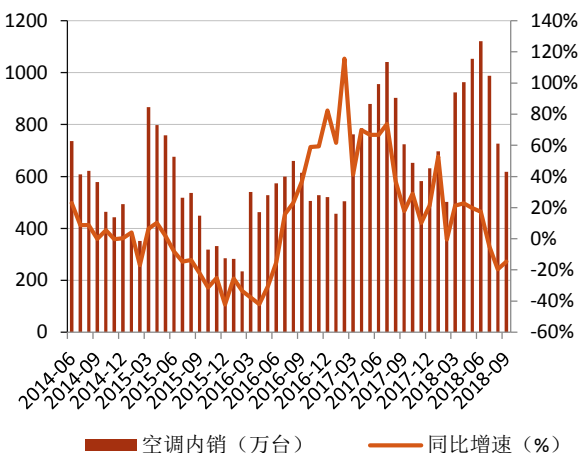
图7：家用空调9月总销量901万台，同比下降8.2%



资料来源：产业在线，浙商证券研究所

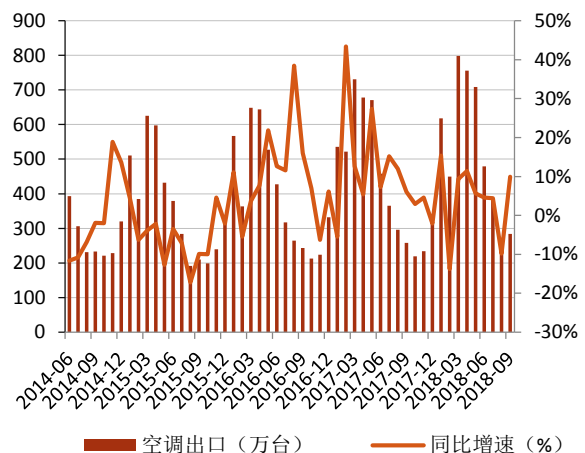
根据产业在线的数据，2018年9月家用空调内销618万台，同比下降14.7%。从累计数据看，2018年1-9月内销累计为7592万台，同比增长8.3%；2018年9月家用空调出口284万台，同比增长9.9%。从累计数据看，2018年1-9月出口累计为4743万台，同比增长5.0%。

图8：家用空调9月内销618万台，同比下降14.7%



资料来源：产业在线，浙商证券研究所

图9：家用空调9月出口284万台，同比增长9.9%



资料来源：产业在线，浙商证券研究所

### 3. 本周行业新闻

#### 降价、促销 县域市场可否成为清冷经济下的“救命稻草”？（中国家电网）

2018 国庆长假期间，中美对抗情绪持续发酵，美国加息预期引发外围股指连续下挫，央行降准 1%，楼市遇冷维权，各种信息甚嚣尘上，传递着市场的不确定性情绪。不过，这种紧张并没有过多地传导至三四级县域市场，七天长假，仍然是大家进行休闲与消费的不二之选。

#### 人群聚集县域市场 仍有潜力可挖

据中国家电网观察，国庆期间，该商场电热水器平均降价幅度在 200-300 元左右；其中，热销款主要集中在 899-1599 元（折扣后）期间，而国产品牌是消费者重点选择对象；此外，少量用户会选择价格在 2000-3000 元之间的外资品牌。此外，内胆保温，能耗等也是当地消费者的关注重点；至于“健康活水”、“多倍增容”、“智能控制”等“新功能”对于用户而言，则少有关注，性价比仍是这一区域的选择重点。

近年来，随着当地“新农村”的推进，不少自然村落在逐步消亡，年轻人选择在城镇定居的比例持续走高，固守在地上的人群多为老弱者。而在热水器产品外，冰箱、电视等产品在城镇中的更新换代也逐渐迎来小高峰。在该商场陈列的冰箱产品中，两门型号的比例已经极少，三门、对开门以及多门冰箱成为消费者更新换代的首选。事实上，走进当地的商超，我们明显可以感受到县域市场居民的“消费升级”，新鲜的海鲈、鲜虾、鲜蟹、鳕鱼、蛤蜊以及热带水果正在丰富着他们的菜篮子，而这些产品在 5 年前仍是“绝缘”于这一市场的。家电下乡时代主流的两门冰箱已经难以满足县域消费者对于更多保鲜空间的需求。

#### 向县域市场下沉

随着一二线家电市场进入存量经济时代，向三四级市场寻找增量空间成为近年来家电厂商的共识，而在经济不确定性因素陡增的情况下，中国广阔且纵深的层级市场为企业带来了新的回旋余地。中国家电网总编吕盛华认为，消费普及和消费升级在不同层级的市场中同时存在，在普及型市场需要可靠、高性价比的平价产品；而在消费升级市场需要以健康、舒适为导向的中高端产品。他同时指出，“消费升级”是一个相对概念，所谓“品质”不应以产品价格做唯一参考，譬如，对于农村消费者而言，能够用热水器每天享受沐浴过程，比之烧水洗澡而言，便是品质升级的过程。

目前，白电品牌如海尔、格力、美的，黑电品牌如创维、海信、TCL 等在三四级县域市场的渠道布局已较为成熟，这些企业近年来在该市场的动作主要包括完善物流网络、售后体系以及布局线上渠道等。随着消费者对大家电品牌认知的巩固，品牌淘汰杂牌的过程也逐渐发生。以笔者所见东风电热水器销售为例，便出现了小区居民集体退订伪“格力”山寨产品，重新选购海尔热水器的戏剧性一幕。



大家电之外，近年来厨电品牌加大县域市场拓展已蔚然成风。老板电器在半年报中指出，公司受地产调控影响，业绩承压。展望未来，公司穿越地产周期的动力一方面来自三四线渠道下沉，2018上半年在三四线县域市场新增专卖店383家，新建城市公司58家，城市公司模式助力公司在三四线顺利下沉；另一方面，动力来源于品质升级及品类扩张。

而在华帝股份的半年报中，也着重提到公司在三四线市场推动百得品牌持续下沉，上半年百得专卖店及乡镇网点分别提升至1279家和2549家，实现了对中低端厨电市场的加速渗透。而其他厨电企业如美的、方太、德意、格兰仕也纷纷落子县域市场。

奥维云网数据分析师周芳用“小镇青年”这一特定指代描述了三四五线城市的新生购买力，并指出，这一部分人群虽然收入不高，但往往在家乡拥有一份稳定体面的工作，生活安逸。与大城市的同侪群体不同，其更拥有享受生活的时间与机会。此外，小镇青年对于品牌的认知较为务实，认同质量好、市场占有率高、价格贵、广告多的便是大品牌。而在渠道选择上，他们主要通过线上渠道获得促销和价格信息，但最终消费渠道会回归线下连锁或专卖店，认为线下渠道的售后更值得信赖。周芳认为，昔日营销戏言的“得小镇青年者得天下”，正在逐渐成为现实。

<http://news.chaaa.com/2018/1015/543862.shtml>

### 方太水槽洗碗机：雁阵成行 引吭冲云霄（中国家电网）

2015年，随着水槽洗碗机的推出，在中国已经“三起三落”的洗碗机行业打破沉寂，迎来新一波消费普及热潮。随着追“新番”热情的不断高涨，洗碗机在中国普及难的魔咒终被打破，绕过“事不过三”的障目地峡，呈现在行业面前的是一天波澜壮阔的千亿“蓝海”。而方太在这片蓝海中希望以市场需求为导航仪，以创新研发为汽轮机，以标准规范为牵引索，在不断壮大的中国洗碗机航母编队中共同前行。

### 厨电“团灭”洗碗机屹立不倒

2018上半年，一路高歌猛进的中国厨电行业首度遭遇“滑铁卢”，除洗碗机与蒸烤一体机外，各单品类增长率遭遇“团灭”，集体呈现负增长或低增长态势。尽管没有呈现2017年三位数以上的增长率，但洗碗机仍以38%的增长“屹立潮头而不倒”。

事实上，国家房地产严调控的“台风尾”也扫过了洗碗机行业，38%的增长率相较过去三年数据还是放缓了。洗碗机行业年复合增长率在60%-70%是正常增长范围，由于具有解放双手，创造洁净餐具与现代厨房的效果，洗碗机被视作提升家庭生活品质，满足人民美好生活需求的利器，具有像洗衣机一样成为中国家庭必备品的潜力。

机构调研数据显示，目前国内各厨电品类中，传统烟灶消的换装与新装需求基本呈“三七开”，对新建住房仍较为依赖。而微蒸烤处于起步阶段，还未形成气候。唯有洗碗机，新装与换装需求基本呈“对开”局面，且换装需求大于新装需求。也因此使得本轮地

产严调控对洗碗机销售的影响力小于其他品类--即使新房装修需求不强烈，但老房改造需求仍推动着其增长。

中怡康数据显示，2017年嵌入式洗碗机整体阵营中，方太水槽洗碗机的销售额占比达到45%左右；2018年，随着进入该领域品牌的增加，方太份额有所缩减，但整个水槽洗碗机市场的蛋糕越做越大。

尽管如今洗碗机市场每年新增品牌达到几十个，但这座待挖掘的“富矿”仍能供养所有进入企业“吃饱喝足”。目前洗碗机大品类在国内的普及率难以形成十分准确的统计数字，但大体不超3%，类比洗碗机的“前辈”洗衣机，从具有普遍消费认知到真正走入千家万户历经10年，过程中有曲折，但最终成为了中国家庭的必备成员，而今天洗碗机正在复制其成长路径。

<http://news.cheaa.com/2018/1015/543547.shtml>

### 2770亿美元物联网家居市场吸引海外巨头纷纷布局（中国家电网）

小米生态链企业云米科技当地时间25日正式在美国纳斯达克交易所挂牌交易，成为“物联网家居第一股”。近年来随着云存储、人工智能等技术的发展，物联网家居行业迎来了新的发展机遇。

国际数据公司报告称2022年物联网家居市场将超过两千亿美元规模，增长潜力十分可观。海外互联网跨界巨头，通讯、家电企业以及垂直领域的初创公司纷纷入局，希望能够抢占到具有先发优势的市场位置。

#### 物联网家居领域潜力大

物联网家居简单来讲就是一套完整的智能家居生活解决方案，用户可通过智能中枢控制家中的智能硬件设备，实现家庭场景中各种智能设备和电器的互联互通。

此次上市的云米科技，便是主打全屋互联网家电产品设计与研发的公司。其产品涵盖了大部分家电品类，构建了“多场景驱动的硬件产品矩阵+终端连接器”的物联网家居生态系统。

国际数据公司(IDC)的一份新近报告称，智能家居是面向消费物联网场景下最具潜力的细分市场之一，该产业生态的发展将具有广阔的需求前景，预计2022年，物联网家居市场规模将扩大至2770亿美元左右。

#### 巨头纷纷入场

面对一个增长前景不错的市场，互联网跨界巨头，传统通讯、家电企业，以及垂直领域的初创公司，纷纷将目光转向物联网家居行业并入局。



苹果早在 2014 年就发布了物联网家居平台 HomeKit，2016 苹果开发者大会上宣布部分房屋建筑商开始支持 HomeKit。利用 HomeKit，用户可以通过苹果的智能语音助手 Siri 控制智能家居设备，且可以针对不同场景配置不同的设置，从而自动调节灯光、音乐、电视播放等运行，搭载 Siri 的 iPhone 等移动终端自然而然成为物联网家居系统中的“万能遥控器”。

亚马逊近年来也加速布局物联网家居，不但推出 Echo 等智能家居硬件产品，还试图通过提高其智能语音助手 Alexa 渗透率，大举抢占物联网家居的落地场景。

谷歌 2014 年曾以 32 亿美元收购智能家居设备制造商 Nest，将业务范围扩张到了智能家居领域；2016 年又推出能通过语音助手声控的 Google Home 智能音箱，以此进入到越来越多的家庭中。契合了麦肯锡报告中指出的趋势——随着语音控制技术的进步和人工智能的发展，智能语音助手越来越成为物联网家居的“中心”。

传统家电和通讯设备巨头三星也不甘示弱，推出了“三星智家”系统，在提供自家品牌的电视、空调等设备之外，也广泛地接入联合定制、生态伙伴的物联网家居产品。

<http://news.china.com/2018/1019/544102.shtml>

## 4. 本周公司公告

日期	公司	公告内容
10 月 15 日	天银机电	公司发布关于 2018 年前三季度业绩预告，常熟市天银机电股份有限公司业绩预告期间：2018 年 1 月 1 日—2018 年 9 月 30 日；预计的业绩：同向下降；归属于上市公司股东的净利润比上年同期下降 15%—35%，盈利约 9,066.43 万元—11,856.11 万元（2018 年 1-9 月），其中，2018 年第三季度（2018 年 7 月 1 日-2018 年 9 月 30 日）归属于上市公司股东的净利润比上年同期下降 30%—55% 盈利约 2,131.48 万元—3,315.64 万元。
	佛山照明	公司发布关于 2018 年前三季度业绩预告，佛山电器照明股份有限公司业绩预告期间：2018 年 1 月 1 日—2018 年 9 月 30 日；预计的业绩：同向下降；归属于上市公司股东的净利润比上年同期下降 45%—55%，盈利约 30,533.90 万元—37,319.20 万元（2018 年 1-9 月），其中，2018 年第三季度（2018 年 7 月 1 日-2018 年 9 月 30 日）归属于上市公司股东的净利润比上年同期下降 70%—80% 盈利约 9,000.73 万元—13,501.09 万元。
	和晶科技	公司发布关于 2018 年前三季度业绩预告，业绩预告期间：2018 年 1 月 1 日—2018 年 9 月 30 日；预计的业绩：亏损；归属于上市公司股东的亏损：7,450.00 万元—7,950.00 万元（2018 年 7-9 月）；归属于上市公司股东的亏损：3,750.00 万元—4,250.00 万元（2018 年 1-9 月）；非经常性损益 350.00 万元—400.00 万元（2018 年 1-9 月）。
	和晶科技	公司发布关于董事长提议公司回购部分社会公众股份的公告，无锡和晶科技股份有限公司于 2018 年 10 月 14 日接到公司董事长冯红涛先生关于公司回购部分社会公众股份事项的提议，建议公司通过二级市场以集中竞价交易的方式回购部分社会公众股份，回购价格不超过 7.20 元/股，建议本次回购股份的资金

		总额不低于0.5亿元，且不超过1亿元，资金来源为公司自有资金，回购期限为自股东大会审议通过回购方案之日起12个月内，回购的股票将用于员工持股计划、股权激励计划及法律法规许可的其他用途。并提请公司尽快召开董事会、股东大会审议回购事项。
	美的集团	公司发布关于股票停牌进展的公告，因美的集团股份有限公司正在筹划与控股子公司无锡小天鹅股份有限公司相关的资产重组事项，公司已申请于2018年9月10日（星期一）上午开市时起开始停牌。在停牌期间，公司进一步细化了重组方案，推动了与相关方的沟通，并持续完善了法规所需的文件资料。公司将进一步推动加快重组事项的进程，在相关资产重组事项确认后及时召开董事会会议，审议并披露相关预案。为了维护投资者利益，保证信息披露公平，避免对公司股价造成重大影响，根据《深圳证券交易所股票上市规则》、《主板信息披露业务备忘录第9号——上市公司停复牌业务》的相关规定，公司股票（股票简称：美的集团；股票代码：000333）将继续停牌，待董事会审议资产重组相关事项并发布相关公告，深圳证券交易所审核后另行通知复牌。停牌期间，公司将及时履行信息披露义务，至少每五个交易日公告一次有关事项的进展情况。
	星帅尔	公司发布关于股票交易异常波动公告，杭州星帅尔电器股份有限公司经自查，不存在违反公平信息披露的情形。公司于2018年8月3日披露了《2018年半年度报告全文》（公告编号：2018-035）及《2018年半年度报告摘要》（公告编号：2018-036），对2018年1-9月经营业绩进行了预测，预计2018年1-9月归属于上市公司股东的净利润变动区间为6,964万元—7,958万元，2018年1-9月归属于上市公司股东的净利润变动幅度为5.00%—20.00%，截止目前不存在需要修正业绩预测的情形。
	四川九洲	公司发布关于2018年前三季度业绩预告，四川九洲电器股份有限公司业绩预告期间：2018年1月1日—2018年9月30日；预计的业绩：扭亏为盈；归属于上市公司股东的净利润比上年同期增长228.37%-258.94%，盈利约2,100万元-2,600万元（2018年1-9月），其中，2018年第三季度（2018年7月1日-2018年9月30日）归属于上市公司股东的净利润比上年同期增长138.78%-319.68%，盈利约660万元-1,160万元。
	英飞特	公司发布关于2018年前三季度业绩预告，英飞特电子（杭州）股份有限公司业绩预告期间：2018年1月1日—2018年9月30日；预计的业绩：同向上升；归属于上市公司股东的净利润比上年同期增长60%-80%，盈利约4,818.34万元—5,420.63万元（2018年1-9月），其中，2018年第三季度（2018年7月1日-2018年9月30日）归属于上市公司股东的净利润比上年同期增长161.74%—258.01%，盈利约1,637.50万元—2,239.79万元。
10月16日	金海环境	公司发布关于拟在香港投资设立全资子公司的公告，根据公司经营发展需要，为更好地开拓国际市场业务，公司拟以自有资金3000万元港币在中国香港投资设立全资子公司金海环球贸易有限公司（英文名：Goldensea Global Trading Co., Limited），用于贸易及贸易相关业务（具体以注册核准内容为准）。
10月17日	飞科电器	公司发布关于投资建设丽景园产业基地项目的公告。为满足公司业务的需要，进一步提升公司的核心竞争力，并结合产品在未来市场的拓展空间，公司计划通过提升自产能力来满足国内外市场的需求，本次拟在浙江丽水投资建设飞科电器丽景园产业基地项目，项目建成后主要生产剃须刀、电吹风等小家电产

		品。本项目实施主体是公司全资子公司浙江飞科电器股份有限公司，实施地点位于浙江丽水经济开发区景宁民族工业园，总用地约 480 亩。计划进行分批建设，其中一期项目用地面积约 241 亩，新建生产车间 3 栋、配套用房 3 栋、辅助用房 1 栋及其他用房，建筑面积约 20.7 万平方米。本项目总投资额预计为 15.2 亿元人民币，其中一期项目计划投资额 7.3 亿元，建设周期 1.5 年。本一期项目建成达产后将形成年产 2,250 万件小家电产品的产能，预计本一期项目年销售收入约 10 亿元，预计实现净利润约 1.5 亿元
	深康佳 A	公司发布关于对外投资的公告。为落实“科技+产业+城镇化”的扩张思路，康佳集团股份有限公司（下称“本公司”）拟由控股子公司（本公司持股比例不低于 70%）在四川省遂宁经济技术开发区投资建设遂宁康佳电子科技产业园项目和相关配套项目，项目用地合计约 2500 亩。
10 月 18 日	莱克电气	公司发布发布三季度业绩公告称，前三季度归属于母公司所有者的净利润为 3.38 亿元，较上年同期增 23.37%；营业收入为 42.62 亿元，较上年同期增 5.88%；基本每股收益为 0.84 元，较上年同期增 23.53%。
	长虹美菱	公司发布三季度业绩公告称，前三季度归属于母公司所有者的净利润为 6563.85 万元，较上年同期减 45.40%；营业收入为 132.49 亿元，较上年同期增 0.53%；基本每股收益为 0.0628 元，较上年同期减 45.44%。
	长虹华意	公司发布三季度业绩公告称，前三季度归属于母公司所有者的净利润为 6268.18 万元，较上年同期减 47.75%；营业收入为 67.58 亿元，较上年同期增 8.31%；基本每股收益为 0.0901 元，较上年同期减 53.41%。
10 月 19 日	天际股份	公司发布关于 5%以上股东减持股份预披露公告，广东天际电器股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）于 2018 年 10 月 17 日收到持股 5%以上股东深圳市兴创源投资有限公司（以下简称“兴创源投资”）的《股份减持告知函》，兴创源投资本次减持不超过 6,409,600 股股份，占公司总股本的 1.4175%。其中，通过集中竞价交易自本公告之日起 15 个交易日后实施，且任意连续 90 个自然日内减持股份的总数不超过公司股份总数的 1%。自本公告披露之日起的 6 个月内，其中集中竞价交易自本公告披露之日起 15 个交易日后实施。
	顺威股份	公司发布关于重大事项停牌公告，广东顺威精密塑料股份有限公司（以下简称“公司”）因筹划购买资产事项，根据《深圳证券交易所股票上市规则》的有关规定，经公司向深圳证券交易所申请，公司股票（证券简称“顺威股份”；证券代码“002676”）已于 2017 年 6 月 30 日（星期五）开市起停牌，截至本公告日，公司及相关方正积极推进本次重大资产重组事项的各项工作。鉴于该事项存在不确定性，为维护投资者利益，保证信息披露公平，根据《深圳证券交易所股票上市规则》及《中小企业板信息披露业务备忘录第 14 号：上市公司停复牌业务》的有关规定，公司股票将继续停牌。公司将根据重大资产重组的进展情况，严格按照有关法律法规及规范性文件的要求及时履行信息披露义务，至少每 5 个交易日发布一次重大资产重组进展公告。
10 月 20 日	九阳股份	公司发布三季度业绩公告称，前三季度归属于母公司所有者的净利润为 5.69 亿元，较上年同期增 5.68%；营业收入为 54.38 亿元，较上年同期增 7.35%；基本每股收益为 0.74 元，较上年同期增 5.71%。

## 5. 风险提示

原材料价格大幅波动风险；房地产市场不景气；行业竞争加剧；汇率大幅波动风险

### 股票投资评级说明

以报告日后的 6 个月内，证券相对于沪深 300 指数的涨跌幅为标准，定义如下：

- 1、买入：相对于沪深 300 指数表现+20%以上；
- 2、增持：相对于沪深 300 指数表现+10%~+20%；
- 3、中性：相对于沪深 300 指数表现-10%~+10%之间波动；
- 4、减持：相对于沪深 300 指数表现-10%以下。

### 行业的投资评级：

以报告日后的 6 个月内，行业指数相对于沪深 300 指数的涨跌幅为标准，定义如下：

- 1、看好：行业指数相对于沪深 300 指数表现+10%以上；
- 2、中性：行业指数相对于沪深 300 指数表现-10%~+10%以上；
- 3、看淡：行业指数相对于沪深 300 指数表现-10%以下。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重。

建议：投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者不应仅仅依靠投资评级来推断结论

### 法律声明及风险提示

本报告由浙商证券股份有限公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，经营许可证编号为：Z39833000）制作。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但浙商证券股份有限公司及其关联机构（以下统称“本公司”）对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不发生任何变更。本公司没有将变更的信息和建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告仅供本公司的客户作参考之用。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。

本报告仅反映报告作者的出具日的观点和判断，在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本公司的交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

本报告版权均归本公司所有，未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、发布、传播本报告的全部或部分内容。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明本报告发布人和发布日期，并提示使用本报告的风险。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

## 浙商证券研究所

上海市浦东南路 1111 号新世纪办公中心 16 层  
邮政编码：200120  
电话：(8621) 80108518  
传真：(8621) 80106010  
浙商证券研究所：<http://research.stocke.com.cn>