

家用电器行业

家电行业周报（6.17-6.23）

——5月空调内销小幅下滑，618大促各大品牌表现不俗

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

行业观点

5月空调销量情况：根据产业在线的数据，2019年5月家用空调产量1664万台，同比下降3.7%，销量1657万台，同比下降6.9%，其中5月空调内销1027万台，同比下降3.4%，内销小幅下滑主要由于前期促销带动需求提前释放、天气和高基数的影响；5月空调出口629万台，同比下降12.1%，今年出口处于下滑态势，主要还是受中美贸易战影响，19年部分出口订单前移至去年4季度来完成，部分透支了今年订单，后续空调出口情况还要关注贸易战的一个进展。

行业活动：本周迎来了618年中大促的正日子，各大品牌皆取得不俗的成绩。从18日零时起，京东家电仅用2分36秒整体成交额就突破10亿元大关，其中空调品类仅用时7秒成交额就突破亿元。经上周格力举报奥克斯能效虚标一事，格力6月17日反超成为京东空调销售首位，到6月18日下午，美的跃升至京东空调销售额第一位，最终在京东平台空调品类销售额排序：奥克斯第一，美的紧随其后，格力第三。苏宁18日空调全渠道销售额8秒破亿，家电订单量同比增长83%。天猫更指出今年618标准将比肩往年双11的量级。在本次促销活动中可以看到三大趋势：一是家电市场已成为国产品牌的天下，在今年天猫“亿元俱乐部”成员中，国货品牌占比高达六成，华为、美的、小米、海尔、奥克斯强势占据6席中的5席。二是消费升级依旧是主旋律，3000元以上扫地机器人、擦窗机等成交额同比超过200%，2000元以上高端美发护发类产品成交额同比增幅高达220%。三是低线级市场增速更快，各大品牌通过聚划算的特卖形式、电商平台的线下渠道等新模式抢攻下沉市场，使得三线及以下城市快速成为消费新生力量。

气候方面：根据国家气候中心监测，2019年1月达到厄尔尼诺事件标准。预计本次厄尔尼诺事件将持续到冬季，持续时间可能超过15个月，强度为中等至偏强。受其影响，今年我国降雨呈现南多北少、气温呈南凉北热。空调作为受到天气影响较大的品类，预计今年受天气影响销售或不及往年，五月的零售数据较去年同期有所下降（根据奥维推总数据，5月空调线下零售量418.9万套，同比下降12.5%，零售额153亿元，同比下降12.8%），六月由于年中大促有望带动销量有所提升，之后还需继续跟踪七八月的终端销售情况。区域分布方面，华南、华东地区的降水偏多对空调销售产生负面影响，北方则相反。

本周板块表现

本周沪深300指数上涨4.90%，家电指数上涨3.88%。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17位；从家电和其他行业PE(TTM)对比来看，家电行业PE(TTM)为21.66倍，位列中信29个一级行业排行榜的第19位，处于较低水平。从家电细分板块来看，本周其他家电上涨8.02%，小家电上涨6.35%，照明设备上涨4.77%，白色家电上涨3.75%，黑色家电上涨2.18%。板块个股涨跌幅方面，涨幅前五名：惠而浦+14.07%、长青集团+13.67%、地尔汉宇+13.39%、开能环保+11.76%、秀强股份+11.27%；跌幅前五名：厦华电子-12.91%、奥马电器-11.75%、中新科技-4.52%、银河电子-4.51%、冠福股份-4.03%。

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：格力奥克斯之争引热议，七部门联合印发<绿色高效制冷行动方案>》2019.6.16
- 2 《家电行业周报：推出家电消费升级、循环利用实施方案，助实现产业高质量发展》2019.6.10
- 3 《家电行业4月数据报告：4月空调内销持续增长，冰洗和黑电表现较弱》2019.6.3
- 4 《家电行业周报：夏季来临空调促销喜迎捷报，地产回暖将拉动未来家电需求》2019.5.27
- 5 《家电行业周报：4月空调内销持续增长，渠道旺季备货进行中》2019.5.20
- 6 《家电行业周报：中美贸易战对家电影响相对有限，空调还需看旺季销售情况》2019.5.13

正文目录

1. 本周家电行情回顾	3
2. 5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.....	11
5. 风险提示.....	14

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 5 月产量 1664 万台, 同比下降 3.7%	5
图 7: 家用空调 5 月总销量 1657 万台, 同比下降 6.9%	5
图 8: 家用空调 5 月内销 1027 万台, 同比下降 3.4%	5
图 9: 家用空调 5 月出口 629 万台, 同比下降 12.1%	5

1. 本周家电行情回顾

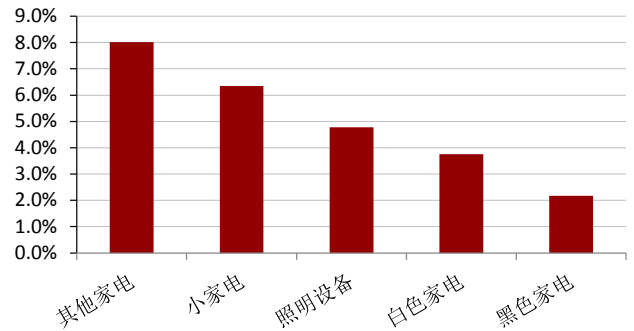
本周沪深 300 指数上涨 4.90%，家电指数上涨 3.88%。从家电细分板块来看，本周其他家电上涨 8.02%，小家电上涨 6.35%，照明设备上涨 4.77%，白色家电上涨 3.75%，黑色家电上涨 2.18%。

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

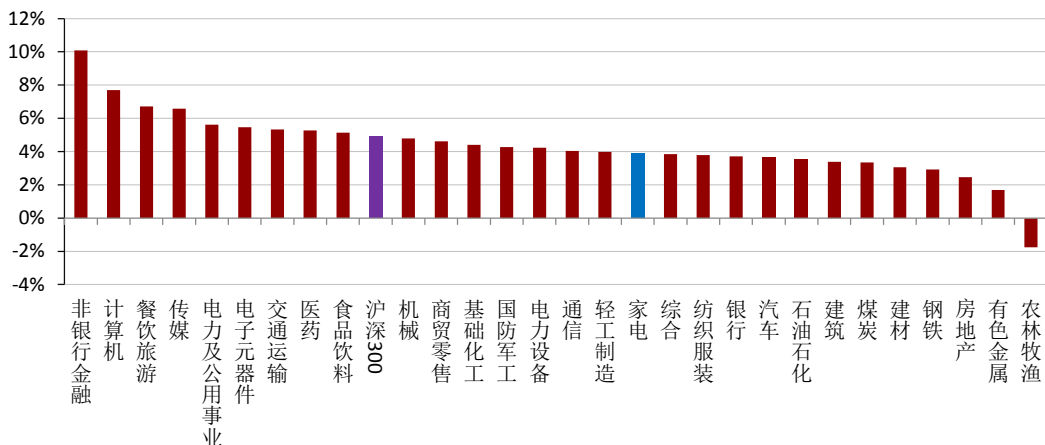
图 2：家电细分板块涨跌幅



资料来源：Wind，浙商证券研究所

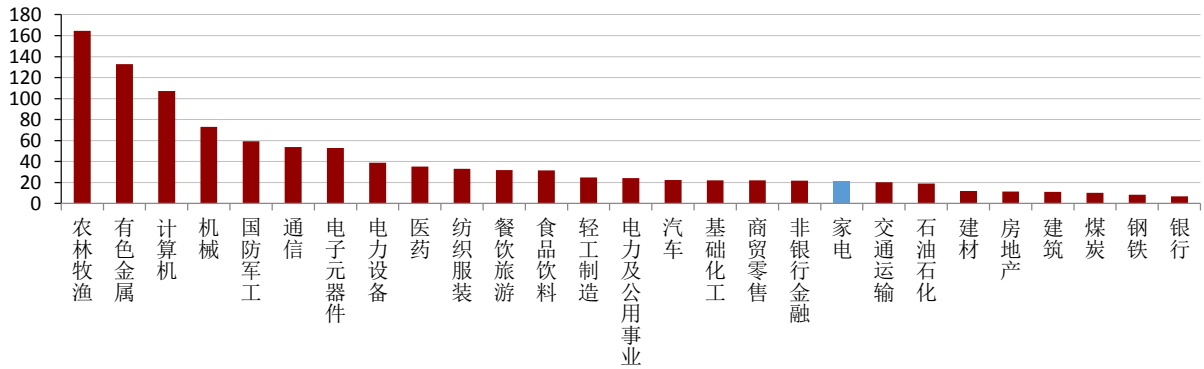
从各行业本周涨跌幅来看，家电板块位列中信 29 个一级行业涨幅榜的第 17 位；从家电和其他行业 PE(TTM)对比来看，家电行业 PE(TTM)为 21.66 倍，位列中信 29 个一级行业排行榜的第 19 位，处于较低水平。

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

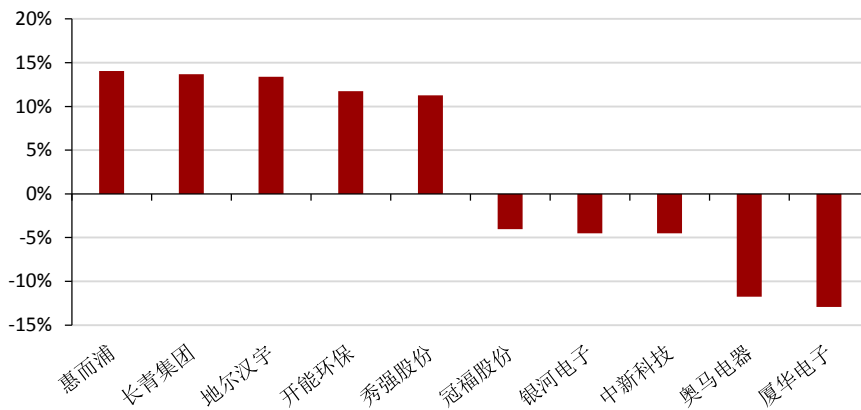
图 4：家电和其他行业 PE(TTM)对比



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：惠而浦+14.07%、长青集团+13.67%、地尔汉宇+13.39%、开能环保+11.76%、秀强股份+11.27%；跌幅前五名：厦华电子-12.91%、奥马电器-11.75%、中新科技-4.52%、银河电子-4.51%、冠福股份-4.03%。

图 5：家电板块涨跌幅前五名

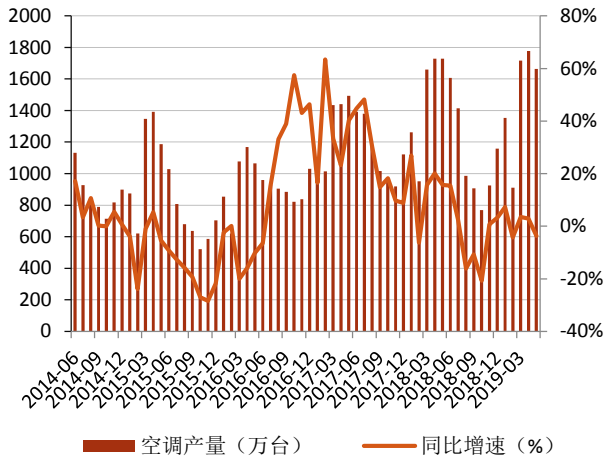


资料来源：Wind，浙商证券研究所

2.5 月家用空调销量情况

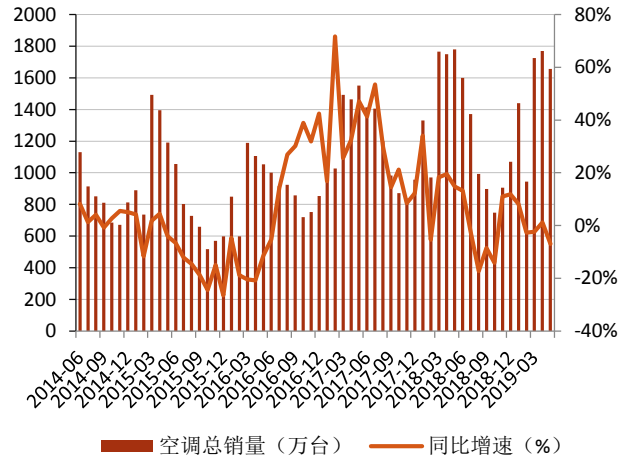
根据产业在线的数据，2019年5月家用空调产量1664万台，同比下降3.7%；从累计数据看，2019年1-5月产量累计为7424万台，同比增长1.3%。2019年5月家用空调销量1657万台，同比下降6.9%；从累计数据看，2019年1-5月销量累计为7536万台，同比下降0.8%。

图 6：家用空调 5 月产量 1664 万台，同比下降 3.7%



资料来源：产业在线，浙商证券研究所

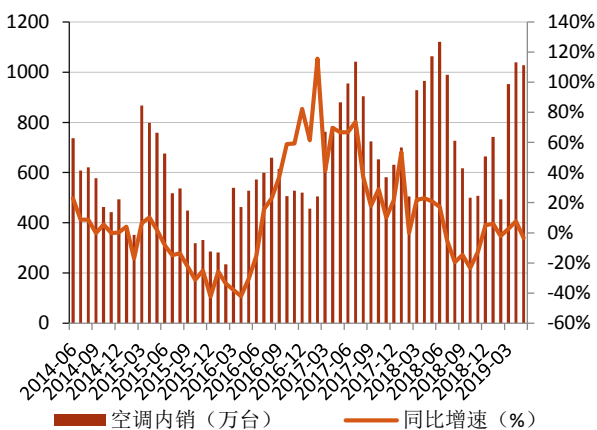
图 7：家用空调 5 月总销量 1657 万台，同比下降 6.9%



资料来源：产业在线，浙商证券研究所

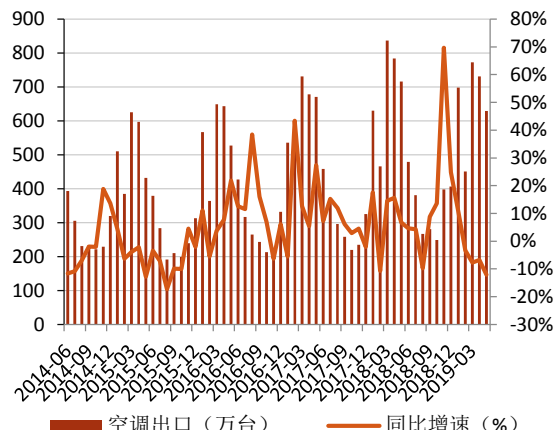
根据产业在线的数据，2019年5月家用空调内销1027万台，同比下降3.4%；从累计数据看，2019年1-5月内销累计为4255万台，同比增长2.2%。2019年5月家用空调出口629万台，同比下降12.1%；从累计数据看，2019年1-5月出口累计为3282万台，同比下降4.4%。

图 8：家用空调 5 月内销 1027 万台，同比下降 3.4%



资料来源：产业在线，浙商证券研究所

图 9：家用空调 5 月出口 629 万台，同比下降 12.1%



资料来源：产业在线，浙商证券研究所

3. 本周行业新闻

“家电玻璃大王”秀强股份跨界转型遇阵痛（中国家电网）

“家电玻璃大王”江苏秀强玻璃工艺股份有限公司二次创业的热情终于在第五个年头偃旗息鼓。日前，秀强股份发布公告称，因幼儿教育产业未来经营情况的不确定性，公司拟以 2.8 亿元的价格，将悉心构建四年的教育资产打包，售与控股股东宿迁市新星投资有限公司。而该教育资产包中，仅两家公司彼时的收购费用就达到了 4.2 亿元。

按照秀强股份的计划，撤离教育行业后公司将回归玻璃主业，重点发展智能玻璃、智能家居等科技实业。不过，其 2018 年年报显示，玻璃深加工产业营业收入 11.96 亿元，较上年同期下滑 3.61%。其中总营收占比超 7 成的家电玻璃板块，毛利率也跌落了近 2 个百分点。

对于上述情况，《中国经营报》记者联系了秀强股份相关部门，试图求证公司日后的具体发展逻辑及布局，其工作人员表示已将采访函转发给董秘，由董秘进行回复。遗憾的是，截至发稿前，记者尚未收到对方正面回应。

4.2 亿收购 2.8 亿甩卖

6 月 14 日，秀强股份发布公告表示，拟将包括旗下 4 家全资子公司杭州全人教育集团有限公司 100% 股权、江苏童梦幼儿教育信息咨询有限公司 100% 股权、南京秀强教育科技有限公司 100% 股权和徐州秀强教育科技有限公司 100% 股权在内的教育资产打包出售给控股股东新星投资，作价 2.8 亿元，增值率 13.47%。至此，秀强股份精心勾勒 4 年的“玻璃+教育”双主业战略彻底破碎。

造成这一局面的关键一击，缘自去年国家颁布的学前教育政策。2018 年 11 月 15 日公布的《中共中央国务院关于学前教育深化改革规范发展的若干意见》，明确指出上市公司不再能够通过股票市场融资、发行股份或现金支付购买营利性幼儿园，民办园也被禁止单独或作为一部分资产打包上市。

据此，秀强股份判断，就目前幼教行业的发展趋势，公司需对旗下幼儿教育产业资产组进行减值测试。根据测试结果，秀强股份商誉减值金额为 3.09 亿元人民币。秀强股份 2018 年年报披露，公司实现营业收入 14.01 亿元，同比增长 1.66%；归属于上市公司股东的净利润为 -2.3 亿元人民币，同比下降 310.21%。商誉减值是导致秀强股份亏损的主要原因，这也是公司上市以来首次亏损。

另一方面，上述打包出售给控股股东的教育资产，交易价格相比几年前的收购价竟大幅缩水，从而令这起关联交易颇受争议。

公开信息显示，2015 年 12 月，秀强股份以自筹资金、支付现金方式一次性斥资 2.1 亿元购入全人教育 100% 股权。根据当时的收购公告，全人教育净资产为 4679 万元，2.1 亿的收购价对应溢价率达 283%。

2016年11月，秀强股份再次宣布，以支付现金方式购买江苏童梦65.27%股权，交易对价1.78亿元。彼时，江苏童梦净资产为2528万元，采用收益法评估的股东全部权益价值2.7亿元，对应溢价率高达2106%。

值得一提的是，全人教育与江苏童梦在被收购前一年，竟均处于亏损状态，且在对应报告期内均未完成相应业绩承诺。更令人不解的是，即便在标的业绩不达标的情况下，2018年10月，秀强股份仍旧按照以前的估值，以3500万元现金，收购了江苏童梦剩余34.73%股权。

也就是说，此次秀强股份公告的2.8亿元打包资产中，仅全人教育、江苏童梦两个子公司收购花费就达到了4.2亿元，而南京秀强、徐州秀强注册资金也分别耗费了1亿元、1000万元。且后两家子公司在设立后从未盈利，近两年累计亏损超过5000万元。

玻璃主业毛利下滑

秀强股份宣布，通过本次交易置出幼儿教育板块业务，可以集中优势资源，重点发展智能玻璃、智能家居等科技实业的发展战略。“本次交易之后，公司的资产负债率将进一步降低，公司的财务结构和财务状况将得到一定的优化，公司亦将有较为充足的资金储备用于发展智能玻璃、智能家居等科技实业。”

“在智慧家庭、智能家居转型的过程中，家电产业范畴扩充到了比较大的领域，对家电玻璃的需求有所增加，或许这也是它未来的一个机会。”家电产业观察家梁振鹏表示，企业在发展过程中都有多元化发展的需求，既然秀强科技在教育行业不适合，及时退出也是一种止血的出路。

作为以玻璃加工起家的公司，秀强股份目前已经成为国内家电玻璃产品行业龙头企业之一，2011年成功IPO，主要从事以印刷、镀膜技术为基础的玻璃深加工产品的研发、生产和销售，主要产品为家电玻璃产品、光伏玻璃产品及家居玻璃产品。其中，家电玻璃产品的销售收入占主营业务收入的七成左右，主要客户为海尔、海信、美的、伊莱克斯、惠而浦、日立、松下等国内外大型家电企业。

然而，回溯2015年切入教育行业的初衷，秀强股份正是意图通过多元化来改变主业单一、增长疲软的局面。此次铩羽而归，市场分析人士表示，玻璃加工行业的考验依然不低，尤其是家电玻璃或会受原料价格波动而波动。

事实上，就在上市次年，秀强股份的玻璃产业便表现出了增长疲软。秀强股份历年年报显示，2012年、2013年、2014年，营业收入分别为7.88亿元、7.87亿元、8.37亿元，同比增长-1.0%、-0.11%、6.42%；归属净利润分别为5109万元、3722万元、3648万元，同比增长-47.68%、-27.16%、-1.98%。

连续三年的净利润下滑让秀强股份颇为焦虑，并在2014年10月发起重大资产重组停牌，试图通过重大资产重组吸收有一定盈利能力的优质资产，以提高公司市场竞争力和抗风险能力。然而，这起重组活动仅持续了三个月便被宣布终止。2015年，秀强股份随即着手通过并购的手段，对前述教育公司进行吸收合并。

尽管教育资产已然剔除，但秀强股份的玻璃加工产业似乎也不太顺利。其 2018 年年报显示，整个玻璃深加工产业营业收入 11.96 亿元，较上年同期下滑 3.61%，毛利率 28.93%，同比下滑 1.23%。分产品来看，家电玻璃板块营业收入 10.17 亿元，同比下滑 0.21%，毛利率 30.41%，同比下滑 1.83%。

<http://news.cheaa.com/2019/0622/557291.shtml>

格兰仕：发掘古法蒸制之美 让品质生活走近普罗大众（中国家电网）

2019 年，厨电行业延续去年态势，整体增速放缓。但以洗碗机、蒸箱为代表的新兴消费势力方兴未艾，日益成为支撑厨电行业利润的新增长点。格兰仕生活电器中国市场负责人吴毅表示，传统厨电与房地产态势呈正相关，而电蒸炉、蒸烤箱、微蒸烤一体机等品类作为家庭品质提升需求，其发展已与地产解耦，同时更多地与健康、便捷等体验因素相关，从而步入增长的快通道。

解耦房产适应升级需求

蒸箱与蒸锅具有替代性，蒸箱行业发展首要回答的问题便是：消费者为什么需要一台蒸箱？吴毅认为，这与大家需要电饭煲是一样的。其一，蒸箱对食物温度曲线的把控是经过大量实验得出的科学结论，将普通人的“厨艺水平”提升至“大厨级”，是便捷与使用的结合；其二，蒸箱解决了传统蒸锅冷凝水问题，杜绝了食物表面“泡发”影响口感；其三，随着智能巡航菜单成为蒸箱标配，南北蒸制菜肴蒸箱信手拈来。此外，蒸制食物更加清淡，有助于健康饮食，这些优势奠定了蒸箱“制霸”未来的杀手锏。

蒸锅满足大众“刚需”；蒸箱满足“升级”需求，两者是消费升级趋势的最佳体现。现在，格兰仕将目光瞄准一二线白领人群，希望为他们提供具有性价比的高质量产品，助力其对品质、美好生活的追求。

普及消费 需跨越三大门槛

尽管已经处于起飞的风口，但蒸箱发展仍需跨越三大门槛，消费认知，市场体量以及产品技术。

2018 年，带有蒸功能的台式和嵌入式蒸箱产品全渠道销售额仅为 50 亿元左右，虽然增长强劲，但基数很小，至今未形成全民消费认知，蒸箱推广任重道远。

目前，中国消费者普遍倾向于购买蒸烤结合的集成式产品，但涉及高温蒸、高温烤时，技术门槛较高。据吴毅介绍，在蒸箱最初发展阶段，百台备料只能实现约 8 成良品率，生产成本较高。经过不断的技术攻关，格兰仕大大提升了蒸烤箱的良品率，目前月产能能够达到 4-5 万台，大大领先于行业。

“由于蒸箱出于发展的起步阶段，目前业内的大部分品牌仍依靠贴牌为主，这就限制了大家技术上的研发进步，也进一步限制了产品的多元化。格兰仕目前拥有不同升

数、不同蒸发方式，不同外观设计的 20 余款蒸箱类产品，在业内保持了领先地位。”他认为，蒸箱行业要取得长足进步，还需要大家建立了普遍的生产线之后，到那时，各种类型的产品能够满足不同需求，只有合力形成，才能形成带动风口的“气压差”。

从 2019 年起，格兰仕调整了产品发展的三大策略，形成了国民家电、品质家电、差异化家电三大定位，分别针对大众需求、高端需求和小众市场。而在蒸箱领域，他们同样秉承了这三大策略，并以价格段进行了区分。

走向未来 惠及普罗大众

吴毅认为，2020 年会是蒸箱发展关键期，而 2019 是行业的“筑基”期。今年，格兰仕要做两件事为行业的起飞做准备。一是抬高行业门槛，“我们准备了一款 999 元蒸烤产品，希望打造成今年的明星爆款。我们不是要打价格战，而是希望通过设置价格门槛，降低产品利润，而没有足够利润，小品牌是无法进入的，这样更有利于行业的可持续发展；同时，999 元的产品也能够让更多消费者勇于尝试，打开蒸箱消费新局面。”此外，格兰仕还准备了 1,500-2,500 元的主力冲量产品，和 2,500 元以上的品质体验型产品，供不同消费能力的家庭进行选购。

其二，2019 年格兰仕会考虑将蒸箱作为厨房电器的有机部件进行整体推广。“现在消费者崇尚一站式购物体验，微蒸烤洗的组合是我们的下一步营销重点。此外，从品牌竞争角度，也需要通过产品的横向丰富提升渠道影响力。微蒸烤洗与传统厨电形成厨房场景式体验，也是蒸箱推广的一个重点。”

2019 年，格兰仕在蒸箱多重技术点上进行了发力，如将腔体加热的直喷蒸发展成蒸盘加热的古法蒸制，拓展智能菜单品种，探索蒸与烤的更深入结合，为蒸箱的普及化做好了全面准备。

<http://news.cheaa.com/2019/0621/557288.shtml>

冰箱市场后存量时代，置之死地而后生的路有几条？（中国家电网）

虽然正值酷暑，但冰箱行业的日子却有点冷。

冰箱业从增量市场进入存量市场的时间已久，奥维云网高级研究经理裴东敏就指出，冰箱市场当前保有量很高，百户拥有量超过 95，需求主要来自更新换单。但更新需求释放的过程是逐步且缓慢的，所以零售量方面并不乐观。

奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示，2019 年第一季度，冰箱市场零售量为 636 万台，同比下降 3%，零售额为 191 亿元，同比下降 4.3%。另据中怡康截至今年 4 月底的统计数据，冰霜零售额同比已下挫 11.5%。

面对如此境地，近期冰箱厂商动作频频，纷纷推新或重整业务，这难免令行业深思，它们推新背后的意味。618 前夕，美菱宣布作为 NBA 中国官方市场唯一冰箱合作品

牌，在天猫直播平台举行新品首发仪式，发布首款 NBA 球迷冰箱；随后，美的推出三大系列智能新品冰箱；另外，松下也在近期发布了新都市健康冰箱；还有奥马冰箱在金融运作悲剧后，正计划以高端冰箱为突破口重整业务，销售目标是超 1200 万台，收入超 100 亿元。

细细品味，这些新品虽都是冰箱却与以往的大有差别，甚至这几个品牌之间的着重点都不一样。足见冰箱虽然进入后存量时代，但依旧有路可走。

高端首当其冲，被冰箱行业巨头视为重中之重。观察市场就会发现，近年来，不论是海尔、美菱、卡萨帝、美的等等，都在高端产品的培育上加大力度。

以美的旗下微晶系列高端产品为例，去年 6 月美的发布的微晶系列首批产品，均价一万左右，据美的冰箱国内营销公司总经理王超透露，微晶系列冰箱一年时间卖了 7 个多亿，约有 75000 万台的销售规模。而在今年 5 月，微晶系列在美的冰箱内部的零售比例已经达到 20%，在北上广等一线城市已经超过 25%。此外，奥马也采用了相同策略，开始在海外市场上抢占双开门高端冰箱市场，重点推高效低能耗冰箱。

国美电器相关人士指出，目前高端冰箱(单价 8000~10000 元)占据国美 30% 左右的销售份额，“对消费者来说，价格已不是第一要素，更能解决消费痛点的差异化产品才是销售核心。”家电资深观察人士刘步尘也有相同的看法，他认为，在冰箱行业“后存量时代”，冰箱厂家的高端再升级主要集中在两个方向：AI 智能升级和产品差异化方面。在冰箱整体弱势格局之下，强调个性化越来越重要，高科技和差异化这两点将成为“良药”。

因此，除了高端之外，目前的冰箱市场差异化趋势也很明显。美的冰箱事业部总经理柏林认为，冰箱仍存在增长空间。“我们以前的产品和覆盖的价格段相对来说还是局部的，通过把这些东西做起就可以驱动很大一部分的增长。”。因此，美的此次一口气推出了三个系列的新品，除了高端的微晶系列外，还有美的冰箱旗下主打除农残的果净系列以及净味系列。

在差异化方面，除了冰箱功能上的差异，还可以体现在外观、容量等等方面。市场无法忽视的是，消费者之间的差异化是永存的，这也为家电的个性化定制提供了发挥空间。通过大数据了解不同层级消费者的差异化需求，不为用不到的功能买单，个性化定制的冰箱能让消费者花更少的钱买更符合自身需求的产品，这也是未来主要发展趋势。

最后一点，就是刘步尘提到的“AI 智能”方向，虽然目前冰箱的智能化有点差强人意的感觉，但这并不代表未来的智能冰箱不是消费者的心头好。伴随着 5G 商用化，家电产品的智能也将迈上一个全新的台阶。

目前基于互联网的链接、显示屏幕的交互、存储功能等等的智能冰箱，并非真正的智能终端。5G 的到来可以让让我们以 AR 的形式来查询想要的东西，而那时放入冰箱的食材会获得 360° 全方位的扫描，并生成食材的含水量、营养价值、保质期等一系列信息，不需要用户再麻烦的填写，有任何不新鲜的变化，随时通过互联提醒用户，并给用

户来个 AR 模拟展示，真正和生活关联起来，实现真正的智能。这样犹如智能管家的冰箱，谁又会不心动呢？

<http://news.cheaa.com/2019/0621/557270.shtml>

4. 本周公司公告

日期	公司	公告内容
6月17日	奇精机械	公司发布关于“奇精转债”开始转股的公告，债券简称“奇精转债”，债券代码“113524”，持有人可在2019年6月21日至2024年12月13日，于上海证券交易所交易日的正常交易时间以14.56元/股转换为本公司股份。
	澳柯玛	公司发布2018年年度权益分派实施公告，本次利润分配以方案实施前的公司总股本799,183,269股为基数，每股派发现金红利0.03元（含税），股权登记日为2019年6月20日，除权除息日为2019年6月21日。
	华帝股份	公司发布2018年度权益分派实施公告，本次利润分配以公司现有总股本881,623,124股扣减回购专户持有股份21,576,706股后的860,046,418股为基数，向全体股东每10股派3.00元人民币现金（含税）。股权登记日为2019年6月21日，除权除息日为2019年6月24日。
	和晶科技	公司发布关于股东股份解除质押的公告，公司股东张晨阳先生分别于2019年6月14日、6月17日解除共计872万股，占其所持股份24.43%。截至2019年6月10日，张晨阳先生持有本公司35,695,707股股份，占本公司总股本的7.95%，目前已累计质押股份22,410,000股，占其持有本公司股份总数的62.78%，占本公司股份总数的4.99%。
6月18日	依米康	公司发布关于控股股东部分股份质押的公告，公司控股股东、实际控制人张菀女士质押其所持有的815万股，为公司融资提供质押担保，占其所持股份10.81%。截止公告披露日，张菀女士持有公司股份75,404,500股，占公司总股本的16.91%，其所持有公司股份累计被质押59,830,000股，占其持有公司股份总数的79.35%，占公司总股本的13.42%。
	长虹美菱	公司发布2018年度利润分配方案实施公告，本次利润分配以公司2018年12月31日总股本1,044,597,881股为基数，向全体股东每10股派发现金红利人民币0.60元（含税）。A股股权登记日为2019年6月21日，除权除息日为2019年6月24日；B股最后交易日为2019年6月21日，除权除息日为2019年6月24日，B股股权登记日为2019年6月26日。
	深康佳A	公司发布关于挂牌转让壹视界公司股权的进展公告，根据国有产权交易规则，本公司与深圳铭薪投资控股有限公司正式签署了《产权交易合同》，深圳铭薪投资控股有限公司已将3,750万元的股权转让款汇入北京产权交易所指定的结算账户。
	雷科防务	公司发布关于公司股份回购实施期限延期的公告，由于公司其他资金安排计划等因素影响，公司预计在原定回购期内，存在无法全部回购的可能，故公司拟对股份回购实施期限进行延期，延长至2019年11月6日止，即回购实施期限自2018年11月15日起至2019年11月6日止。除回购期限延长外，回购预案的其他内容未发生变化。

	爱仕达	公司发布 2018 年度权益分派实施公告，本次利润分配以公司现有总股本剔除已回购股份后 340,638,579 股为基数，向全体股东每 10 股派 1.5 元人民币现金（含税）。股权登记日为 2019 年 6 月 25 日，除权除息日为 2019 年 6 月 26 日。
	三雄极光	公司发布关于公司股份回购完成暨股份变动的公告，截至 2019 年 6 月 17 日，公司通过股票回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份数量 3,710,218 股，约占回购股份方案实施前公司总股本的 1.3251%，最高成交价为 16.45 元/股，最低成交价为 13.37 元/股，成交总金额为 54,932,987.52 元（不含交易费用）。本次股份回购已实施完毕。
	小天鹅 A	公司发布关于公司 A 股股票终止上市并摘牌的公告，根据换股吸收合并方案，公司已向深圳证券交易所提出关于本公司 A 股股票终止上市的申请，深交所已同意本公司 A 股股票自 2019 年 6 月 21 日起终止上市并摘牌。美的集团换股吸收合并公司的换股股权登记日为 2019 年 6 月 20 日，换股股权登记日收市后本公司股东持有的本公司 A 股股票将按照 1: 1.15144821 的比例转换为美的集团 A 股股票。
	TCL 集团	公司发布关于回购公司股份的回购进展公告，截至 2019 年 6 月 14 日，公司通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购股份数量共计 419,604,422 股，占公司总股本的 3.10%，最高成交价为 4.17 元/股，最低成交价为 3.13 元/股，成交均价为 3.40 元/股，成交总金额为 1,427,117,901.21 元（不含交易费用）。本次回购符合回购方案及相关法律法规的要求。
	青岛海尔	公司发布关于“海尔转债”开始转股的公告，债券简称“海尔转债”，债券代码“110049”，持有人可在转股期内，即 2019 年 6 月 25 日至 2024 年 12 月 17 日，于上海证券交易所交易日的正常交易时间申报转股，转股价格为人民币 14.55 元/股。
6 月 19 日	美的集团	公司发布发行 A 股股份换股吸收合并无锡小天鹅股份有限公司暨关联交易实施情况暨新增股份上市公告书，根据小天鹅换股比例，美的集团因本次换股吸收合并发行的股份数量为 323,657,476 股，其中可流通股数量为 321,293,876 股，限售流通股数量为 2,363,600 股，本次发行新增股份的上市日为 2019 年 6 月 21 日。根据深交所相关业务规则规定，公司本次发行新增股份上市首日股价不除权，股票交易设涨跌幅限制。
	奥马电器	公司发布股票交易异常波动公告，公司股票交易价格连续 3 个交易日内（2019 年 6 月 14 日、2019 年 6 月 17 日、2019 年 6 月 18 日）日收盘价格涨幅偏离值累计超过 20%，根据相关规定，属于股票交易异常波动的情况。经自查，除去已披露事项外，公司目前没有其他根据有关规定应予以披露而未披露的事项或与该事项有关的筹划、商谈、意向、协议等。
	华帝股份	公司发布关于公司股东股份质押及部分股份提前购回并解除质押的公告，股东潘叶江先生于 2019 年 6 月 17 日质押 730 万股，占其所持股份 8.40%；于 2019 年 6 月 18 日解除 885 万股的质押，占其所持股份 10.18%。截至公告披露日，潘叶江先生持有公司股份 86,922,235 股，占公司总股本的 9.86%；累计被质押股份 19,100,000 股，占其所持公司股份数的 21.97%，占公司总股本 2.17%。
6 月 20 日	阳光照明	公司发布关于以集中竞价交易方式首次回购公司股份的公告，2019 年 6 月 19 日，公司以集中竞价交易方式实施了首次回购。公司首次回购股份数量为 5,132,500 股，占公司总股本的 0.35%，成交最高价为 3.54 元/股，成交最低

		价格、为 3.51 元/股，已支付的资金总额为人民币 18,132,075 元（不含交易费用），本次回购符合相关法律法规规定及公司回购方案的要求。
	东方电热	公司发布 2018 年年度权益分派实施公告，本次利润分配以 2018 年末总股本 1,273,493,706 股为基数，向全体股东每 10 股派发人民币现金 0.20 元（含税）；不以资本公积金转增股本，也不送红股。权益分派股权登记日为 2019 年 6 月 27 日，除权除息日为 2019 年 6 月 28 日。
	ST 厦华	公司发布关于持股 5% 以上股东股份存在被动减持风险的提示性公告，因公司持股 5% 以上股东嘉兴融仁投资管理合伙企业（有限合伙）在股票质押式回购交易的到期日未依约履行回购义务，构成违约，经上海市浦东新区人民法院裁定，准许拍卖、变卖嘉兴融仁持有的厦门华侨电子股份有限公司 7,241.6 万股股票，拍卖、变卖该质押物所得价款优先清偿嘉兴融仁欠付太平洋证券股份有限公司的融资本金、利息、罚息等。
	光莆股份	公司发布关于控股股东部分股权质押及解除质押的公告，公司控股股东、实际控制人林瑞梅女士于 2019 年 6 月 18 日质押其持有的 338 万股，占其所持股份 6.30%；于 2019 年 6 月 19 日解除其 6,224,113 股的质押，占其所持股份 11.59%。截至公告披露日，林瑞梅女士直接持有公司股份 53,693,094 股，占公司总股本的 29.34%；其所持有公司股份累计被质押 3,380,000 股，占其持有公司股份总数的 6.30%，占公司总股本的 1.85%。
	奥佳华	公司发布关于部分股票期权注销和部分限制性股票回购注销完成的公告，本次注销的股票期权为 4.20 万份，占公司注销前总股本 0.0075%；回购注销公司限制性股票 2.95 万股，占公司回购注销前总股本的 0.0053%，回购价格约为 8.54 元/股，回购价款共计 251,930.00 元。本次回购注销完成后，公司总股本由 56,148.70 万股变更为 56,145.75 万股。
	三星新材	公司发布公开发行可转换公司债券上市公告书，债券简称为“三星转债”，债券代码“113536”。债券发行量 19,156.50 万元，向原股东优先配售 67,945,000 元，占本次发行总量的 35.47%；网上社会公众投资者实际认购 118,047,000 元，占本次发行总量的 61.62%；主承销商包销数量为 5,573,000 元，占本次发行总量的 2.91%。主要资金投入新增年产 315 万平方米深加工玻璃项目。上市时间为 2019 年 6 月 24 日。
6 月 21 日	爱仕达	公司发布关于完成增持意欧斯股份的公告，截至 2019 年 6 月 20 日，公司已完成对意欧斯的股份增持，增持股份数量为 588 万股，增持平均价格为 1.7 元/股，增持金额为 999.60 万元。增持完成后，爱仕达持有意欧斯 788 万股，占其总股本的 9.98%。本次增持是以战略投资为目的，公司拟持有该股份三年以上。
	欧普照明	公司发布 2018 年年度权益分派实施公告，本次利润分配以方案实施前的公司总股本 756,063,755 股为基数，每股派发现金红利 0.4 元（含税）。股权登记日为 2019 年 6 月 26 日，除权除息日为 2019 年 6 月 27 日。
	ST 厦华	公司发布股票交易异常波动公告，公司股票在 2019 年 6 月 18 日、6 月 19 日、6 月 20 日连续三个交易日内收盘价格跌幅偏离值累计超过 15%，构成相关规定的股票交易异常波动情形。经公司自查，截至公告披露日，本公司及公司控股股东、实际控制人不存在应披露而未披露的重大信息。
	华体科技	公司发布董监高减持股份进展公告，截至 2019 年 6 月 20 日，向宗叔先生本次减持股份计划的数量过半。在此期间，向宗叔先生通过集中竞价交易的方式减持 193,700 股，占公司总股本的 0.19%，减持总金额为 8,382,793.64 元。

6月22日	苏泊尔	公司发布关于公司部分高级管理人员减持股份计划实施完毕的公告，公司财务总监徐波先生于2019年5月24日、2019年6月20日共减持102,850股，占公司总股本0.0125%。减持后，徐波先生持有公司股份308,750股，占公司总股本0.0376%。
-------	-----	---

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>