

家用电器行业周报（20190729-20190804）

美好生活家用电器系列：引领品质消费时代的电动牙刷

推荐（维持）

□ **电动牙刷：小家电消费新宠，国产品牌强势崛起，竞争格局尚未定型。**随着我国人民生活水平的提高，消费者开始追求健康品质生活，美容个护小家电的需求也日渐增长，其中电动牙刷表现最为亮眼，成为当下消费者新宠。电动牙刷进入中国市场已经十余年，但前期由于外资垄断价格昂贵等诸多原因，长期处于市场空白期，近年来随着国产品牌在技术上的突破，产品得以大幅降价，行业迎来爆发式增长。我国居民口腔护理意识正在逐步增强，电动牙刷作为一种新式牙刷工具，相比手动牙刷口腔清洁护理效果明显。目前我国电动牙刷仍处于普及初期，渗透率仅5%，与美日等发达国家相比仍有较大差距，随着人民生活水平的提高及居民口腔保护意识的增强，电动牙刷未来市场空间广阔。早前电动牙刷市场以飞利浦与欧乐 B 双寡头格局明显，但随着市场兴起国产品牌纷纷入局，行业竞争愈发激烈，2018 年淘数据显示行业 CR2 已低至 33%，集中度下滑明显。国产品牌凭借着相对低廉的价格备受消费者青睐，根据中商产业研究院的数据显示 2019 年 3 月电动牙刷网络零售前十名分别是：飞利浦、欧乐 B、舒客、USMILE、吉登、WORMS、萌牙家、拜尔、素士、神奇牙刷，国产品牌占据 7 席。目前电动牙刷行业产品同质化严重，行业标准缺失，随着后续行业标准的制定将统一产品的性能和测试方法，有利于规范整体行业秩序，将加速市场洗牌，行业竞争格局将持续发生变化。

□ **海尔智家获北上资金加配。**截至 2019 年 8 月 2 日，北上资金对美的集团、格力电器、海尔智家、老板电器、TCL 集团及苏泊尔持股比例分别为 14.50%、10.62%、11.33%、7.83%、1.03% 及 6.88%，较上周分别+0.00pct、-0.04pct、+0.08pct、-0.75pct、-0.02pct、-0.02pct，海尔智家获外资加配。北上资金对海信电器、三花智控、华帝股份持股比例分别为 0.65%、9.82%、0.63%，较上周分别+0.03pct、+0.20pct、-0.03pct。（注：此处统计口径为北上资金持有股数/流通 A 股股数。）

□ **投资策略：**随着企业减税落地、后续交房预期回暖，以及消费政策的试点推行，家电行业有望受益回暖；另外 MSCI 纳入因子逐步提升，北上资金料将持续流入，看好行业中长期配置价值，行业评级维持“推荐”。重点推荐确定性较高以及预期改善品种：1) 高壁垒、低估值以及未来发展值得期待的龙头公司：美的集团、格力电器和海尔智家；2) 受益于竣工预期改善的厨电龙头公司：老板电器和华帝股份；3) 抗周期性强的的小家电龙头公司：苏泊尔和九阳股份。

□ **风险提示：**宏观经济下行；终端需求不及预期；地产调控影响。

重点公司盈利预测、估值及投资评级

简称	股价(元)	EPS(元)			PE(倍)			PB	评级
		2019E	2020E	2021E	2019E	2020E	2021E		
格力电器	53.43	4.97	5.49	6.07	10.75	9.73	8.8	3.52	强推
美的集团	52.75	3.45	3.9	4.43	15.29	13.53	11.91	4.41	强推
海尔智家	16.18	1.33	1.47	1.63	12.17	11.01	9.93	2.62	强推
老板电器	23.4	1.7	1.88	2.08	13.76	12.45	11.25	3.67	强推
华帝股份	10.42	0.96	1.16	1.37	10.85	8.98	7.61	3.55	强推
苏泊尔	67.53	2.43	2.87	3.3	27.79	23.53	20.46	9.39	强推
九阳股份	20.77	1.11	1.27	1.44	18.71	16.35	14.42	4.18	强推
海信家电	10.98	1.2	1.34	1.49	9.15	8.19	7.37	2.04	强推
浙江美大	13.32	0.69	0.82	0.99	19.3	16.24	13.45	6.3	强推
飞科电器	36.67	2.07	2.22	2.39	17.71	16.52	15.34	6.14	推荐
三花智控	10.63	0.72	0.84	0.97	14.76	12.65	10.96	3.41	推荐
新宝股份	10.59	0.7	0.78	0.87	15.13	13.58	12.17	2.17	推荐

资料来源：Wind，华创证券预测

注：股价为 2019 年 08 月 02 日收盘价

华创证券研究所

证券分析师：龚源月

电话：021-20572560

邮箱：gongyuanyue@hcyjs.com

执业编号：S0360519060003

行业基本数据

		占比%
股票家数(只)	58	1.58
总市值(亿元)	11,640.33	1.97
流通市值(亿元)	10,839.74	2.51

相对指数表现

%	1M	6M	12M
绝对表现	-6.11	17.2	25.07
相对表现	-2.35	1.8	12.04



相关研究报告

《三问大金工业：家电百年老铺的成功经验总结》
2019-07-15
《家用电器行业周报（20190715-20190721）：商誉减值对家电板块影响几何？》

2019-07-21
《家电行业 2019Q2 基金持仓及行业基本面分析：家电板块持仓环比回升明显，白电龙头备受青睐》
2019-07-25

目录

一、电动牙刷：小家电消费新宠，国产品牌强势崛起，竞争格局尚未定型.....	4
二、海尔智家获北上资金加配.....	7
三、成本分析：原材料价格下行明显，家电盈利水平提升或成亮点.....	9
四、上周行情回顾.....	10
五、行业公告及新闻.....	12
（一）公司公告.....	12
（二）行业新闻.....	12
六、风险提示.....	13

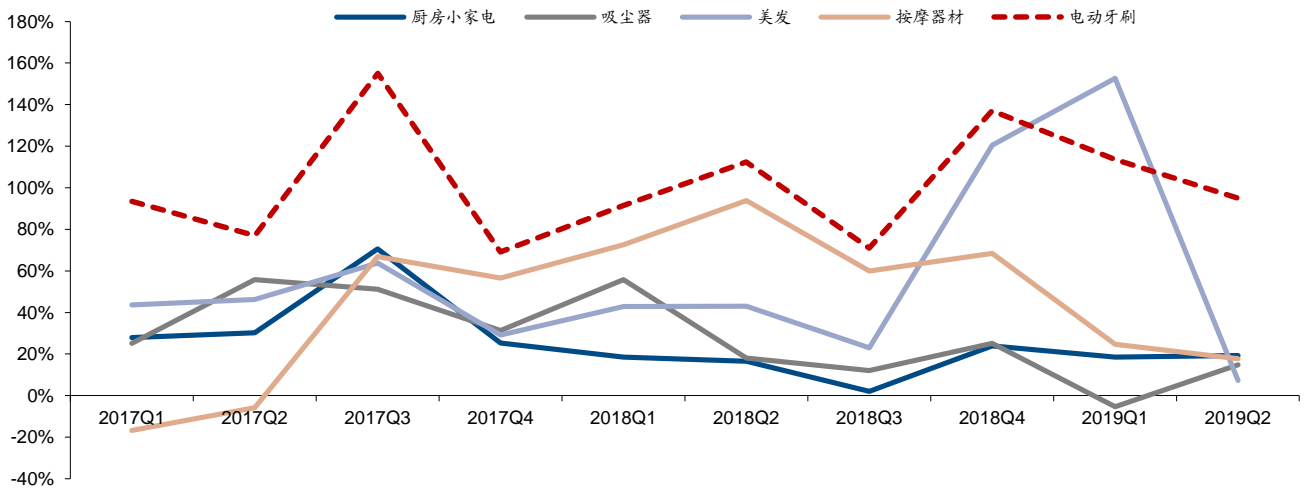
图表目录

图表 1 小家电各子品类行业线上收入增速（阿里渠道）	4
图表 2 34-55 岁成年人口腔健康调查结果	4
图表 3 口腔医院业务收入（亿元）	4
图表 4 电动牙刷 VS 手动牙刷刷牙后所有牙面牙菌斑去除效果	5
图表 5 美国、日本及中国电动牙刷渗透率对比	5
图表 6 我国电动牙刷行业规模及同比增速	5
图表 7 旋转式电动牙刷（以欧乐 B 2D 旋转式为例）	6
图表 8 振动式电动牙刷（以飞利浦 HX6730/02 为例）	6
图表 9 电动牙刷市场行业集中度下降	6
图表 10 飞利浦及欧乐 B 线上销售份额下滑	6
图表 11 USMILE 和素士定价明显低于飞利浦	7
图表 12 2019 年 8 月 2 日沪股通前十大活跃个股	7
图表 13 2019 年 8 月 2 日深股通前十大活跃个股	8
图表 14 2018 年初至今 MSCI 现有家电标的北上资金持股占比（%）	9
图表 15 2018 年初至今 MSCI 新增家电标的北上资金持股占比（%）	9
图表 16 家电各子板块成本拆分	9
图表 17 原材料钢结算价格走势图	10
图表 18 原材料铜结算价格走势图	10
图表 19 原材料铝结算价格走势图	10
图表 20 原材料塑料结算价格走势图	10
图表 21 2016 年年初至今家用电器指数与沪深 300 指数走势比较	11
图表 22 2019 年以来各行业涨跌幅比较（按申万分类）	11

一、电动牙刷：小家电消费新宠，国产品牌强势崛起，竞争格局尚未定型

电动牙刷成小家电消费新宠。随着我国人民生活水平的提高，消费者开始追求健康、品质生活，美容个护小家电的需求也日渐增长，其中电动牙刷表现最为亮眼，成为当下消费者新宠。根据中国家电网数据显示 2019 年 1-4 月淘宝天猫购买电动牙刷的消费者人数同比增长 175%。电动牙刷进入中国市场已经十余年，但前期由于外资垄断价格昂贵等诸多原因，长期处于市场空白期，近年来随着国产品牌在技术上的突破，产品得以大幅降价，行业迎来爆发式增长。根据淘数据显示，2017 年以来电动牙刷线上销售额常年保持在 69% 以上的高速增长，且 2019 年第一季度和第二季度同比增速分别高达 137% 和 95%，是目前小家电中整体表现最佳的品类。

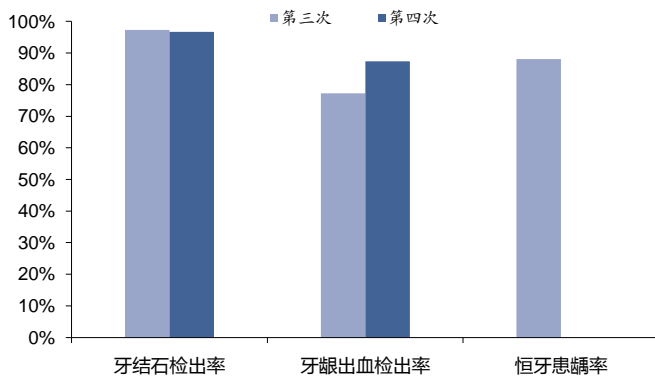
图表 1 小家电各子品类行业线上收入增速 (阿里渠道)



资料来源：淘数据，华创证券

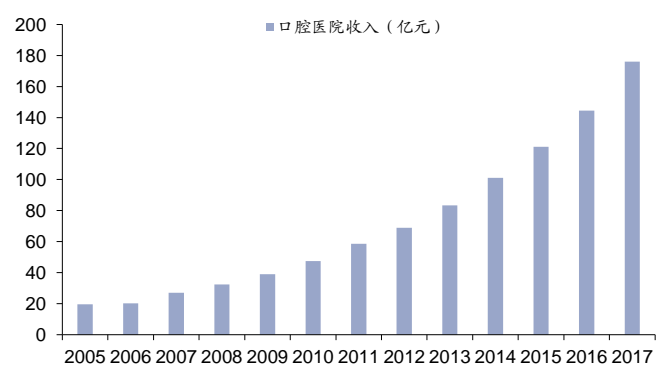
口腔问题不容忽视，护理需求日益增长。口腔健康是身心健康的重要标志，口腔疾病不仅影响口腔咀嚼还与脑卒中、心脏病等全身系统疾病关系密切。根据全国第四次口腔健康流行病学调查 (2015 年) 结果显示，我国居民口腔护理意识正在加强，居民口腔健康知识知晓率达 60.1%，近 85% 的居民对口腔护理保持积极态度。居民对口腔护理的支出也在不断增加，2017 年口腔医院业务收入超过 176 亿元。但我国居民的口腔问题仍不容忽视，5 岁和 12 岁儿童的龋齿率分别为 70.9% 和 34.5%，较第三次调查 (2005 年) 分别提升 5.8pct 和 7.8pct。35-44 岁成年人口腔问题更加突出，患龋齿概率高达 88.1%，牙结石检出率和牙龈出血率分别 96.7% 和 87.4%，较 10 年前有所提升。

图表 2 34-55 岁成年人口腔健康调查结果



资料来源：中国网财经，华创证券

图表 3 口腔医院业务收入 (亿元)



资料来源：wind，华创证券

电动牙刷清洁效果更佳。相比于手动牙刷，电动牙刷通过电机的快速旋转带动牙刷头高频振动，将牙膏分解成细微泡沫，深入清洁牙齿。电动牙刷作为一种新式牙刷工具，使用更加便捷，且能够有效清洁口腔。实验证明无论是舌侧牙面还是颊侧牙面，电动牙刷的菌斑去除率都比手动牙刷高（《牙体牙髓牙周病学杂志》，2003年）。电动牙刷的口腔清洁功能得到后续诸多学者的认可。此外也有实验表明电动牙刷能够减少六成左右刷牙力度，降低牙龈炎与牙龈出血的频率。电动牙刷的口腔护理功能受到消费者的广泛认可，2003年电动牙刷当选为“美国人生活中不可或缺的发明”首位。随着我国居民对口腔保护意识的增强，电动牙刷凭借更加的清洁效果将受到消费者青睐。

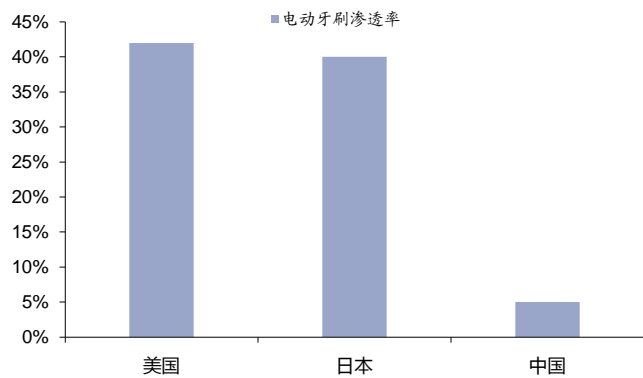
图表 4 电动牙刷 VS 手动牙刷刷牙后所有牙面牙菌斑去除效果

使用牙刷	基线菌斑值 ($\bar{x} \pm s$)	被去除的菌斑值 (校正值 \pm SEM)	比手动牙刷提高的菌斑去除率
电动牙刷 A	2.69 \pm 0.35	0.69 \pm 0.02	49.1%
电动牙刷 B	2.68 \pm 0.37	0.54 \pm 0.02	16.4%
手动牙刷 C	2.69 \pm 0.36	0.46 \pm 0.02	作为基准

资料来源：《牙体牙髓牙周病学杂志》2003年第7期：《第二代佳洁士电动牙刷与手动牙刷对牙菌斑去除功效的比较》，华创证券

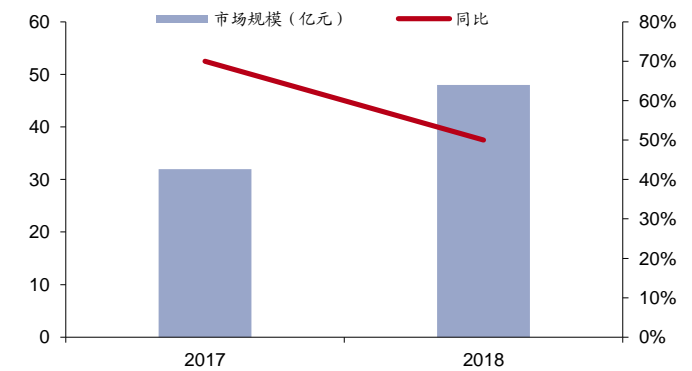
电动牙刷普及仍处初期，未来发展空间广阔。牙刷是生活中的必备品，我国是牙刷生产和消费大国，但目前市场上手动牙刷占比90%以上。尽管电动牙刷进入我国市场较长时间，但仍处于普及初期，我国电动牙刷的渗透率仅5%，与美日等发达国家相比仍有较大差距，美国市场电动牙刷渗透率约42%，日本市场渗透率约40%。随着人民生活水平的提高及消费者对口腔保护意识的增强，电动牙刷市场需求将逐步释放，根据中国家用电器协会数据显示2018年电动牙刷行业整体规模达48亿元，同比增长50%。基于我国电动牙刷每户保有量较低，随着消费习惯的养成，未来电动牙刷行业发展空间广阔。

图表 5 美国、日本及中国电动牙刷渗透率对比



资料来源：网易新闻，华创证券

图表 6 我国电动牙刷行业规模及同比增速



资料来源：南方周末，华创证券

电动牙刷可分为旋转式和振动式。从原理上，电动牙刷产品主要可以分为两类：旋转式和振动式。旋转式电动牙刷主要利用牙刷内部的电机运动驱动圆形刷头进行钟摆式旋转，在执行普通刷牙动作时增强与牙齿的摩擦效果；振动式电动牙刷同样依靠牙刷内的微型电机运动带动牙刷头，但产生的是垂直于牙刷柄方向的高频摆动，摆动幅度一般在5mm左右，其中刷毛的振动频率与声波频率一致或者相近的则称为声波式。旋转式和振动式各有优势，根据欧乐B官网介绍，振动式电动牙刷的震动幅度相对较小，相比旋转式会更加柔和，但旋转式的刷清洁力则相对更强。

图表 7 旋转式电动牙刷 (以欧乐 B 2D 旋转式为例)



资料来源: 京东

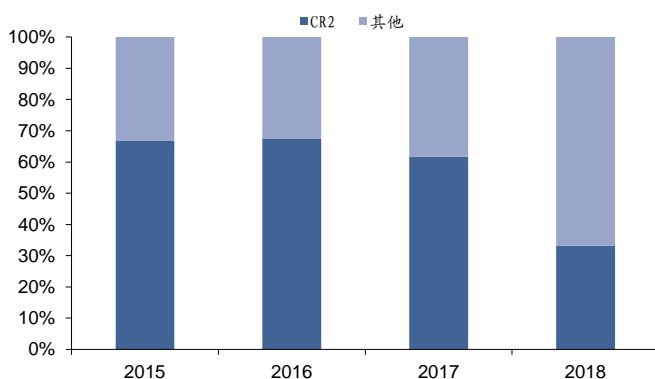
图表 8 振动式电动牙刷 (以飞利浦 HX6730/02 为例)



资料来源: 京东

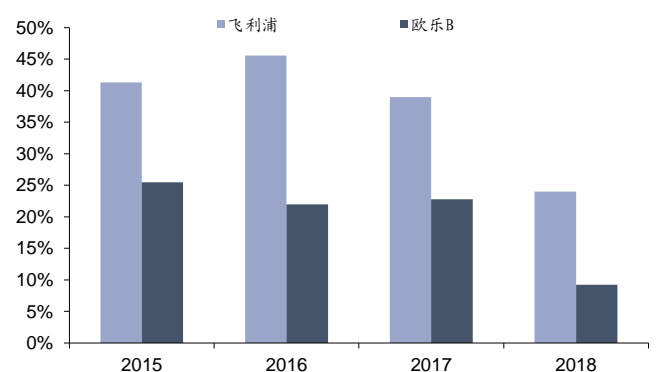
电动牙刷行业竞争激烈, 国产品牌份额提升。我国电动牙刷销售主要依赖于电商平台。早期外资品牌飞利浦和欧乐 B 两家形成双寡头垄断格局, 但近年来随着市场兴起众多国产品牌纷纷入局, 飞利浦和欧乐 B 的市场份额有所下滑。根据淘数据显示, 近几年电动牙刷行业竞争加剧, 市场集中度下滑, 2018 年 CR2 至低点仅 33%, 其中飞利浦和欧乐 B 线上销售额依旧位居前两位, 但份额占比均较 15 年大幅下滑, 飞利浦下降 17pct 至 24%, 欧乐 B 下降 16pct 至 9%。电动牙刷市场参与品牌众多, 主要包括传统家电制造企业 (海尔、TCL、新宝等)、电动牙刷传统制造企业 (飞利浦、欧乐 B 等)、传统牙刷制造企业 (舒克、黑人等) 及新进入企业 (USMILE、小米的素士和贝医生等)。目前行业内参与的品牌数超 200 余家, 且多为线上品牌, 仅 2018 年市场就有 130 余个新进入者, 竞争愈发激烈。国产品牌电动牙刷价格相对低廉, 飞利浦旗舰店高端款最高售价为 2099 元, 而国产品牌 USMILE 和素士定价相对较低, 最高售价均不超过 600 元。国产品牌凭借着相对低廉的价格备受消费者青睐, 进入市场后份额迅速攀升, 占有一席之地。根据中商产业研究院的数据显示 2019 年 3 月电动牙刷网络零售前十名分别是: 飞利浦、欧乐 B、舒客、USMILE、吉登、WORMS、萌牙家、拜尔、素士、神奇牙刷, 其中国产品牌占据 7 席。

图表 9 电动牙刷市场行业集中度下降



资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 10 飞利浦及欧乐 B 线上销售份额下滑



资料来源: 淘数据, 华创证券

图表 11 USMILE 和素士定价明显低于飞利浦



资料来源：京东，华创证券；按照飞利浦、USMILE 和素士的官方旗舰店中价格最高款式

行业标准制定或加速市场洗牌。电动牙刷市场发展起步较晚，产品同质化严重，行业标准缺失，行业内企业对产品性能定义不一，导致产品性能指标不统一，测试方法不一致，可能对行业发展带来部分健康隐患。为解决上述问题，2019年7月中国家用电器协会组织开展电动牙刷标准的制定，主要涉及产品的各种概念和性能、测试方法和安全性规范等。电动牙刷行业标准的制定有利于规范整体行业秩序，淘汰部分不合格生产厂商，加速市场洗牌，行业竞争格局或继续变化。

二、海尔智家获北上资金加配

据2019年8月2日北上资金交易统计，沪股通成交金额前十大个股分别为贵州茅台、中国平安、招商银行等，深股通成交金额前十大个股分别为五粮液、美的集团、海康威视、格力电器等。其中，美的集团和格力电器分别以7.52亿元、6.26亿元跻身深股通成交金额第二、四名。

图表 12 2019年8月2日沪股通前十大活跃个股

代码	排名	证券名称	成交金额(亿)	买入金额(亿)	成交净买入(亿)	涨跌幅(%)
600519.SH	1	贵州茅台	13.82	3.56	-6.69	-0.51
601318.SH	2	中国平安	12.62	2.30	-8.02	-1.69
600036.SH	3	招商银行	6.96	1.38	-4.19	-1.24
600887.SH	4	伊利股份	4.27	1.24	-1.79	-0.57
601166.SH	5	兴业银行	3.78	0.56	-2.66	-0.37
600276.SH	6	恒瑞医药	3.33	1.51	-0.30	-1.03
600183.SH	7	生益科技	3.14	1.45	-0.24	-0.93
600048.SH	8	保利地产	2.79	1.11	-0.57	-0.07

代码	排名	证券名称	成交金额(亿)	买入金额(亿)	成交净买入(亿)	涨跌幅(%)
601888.SH	9	中国国旅	2.53	1.32	0.11	1.08
601012.SH	10	隆基股份	2.34	1.32	0.31	-0.9

资料来源: wind, 华创证券

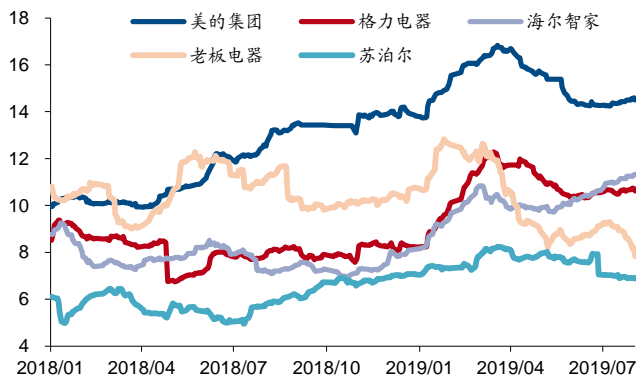
图表 13 2019 年 8 月 2 日深股通前十大活跃个股

代码	排名	证券名称	成交金额(亿)	买入金额(亿)	成交净买入(亿)	涨跌幅(%)
000858.SZ	1	五粮液	9.04	3.50	-2.04	-0.76
000333.SZ	2	美的集团	7.52	2.19	-3.13	-1.59
002415.SZ	3	海康威视	7.09	2.22	-2.65	-3.55
000651.SZ	4	格力电器	6.26	1.57	-3.11	-0.47
000063.SZ	5	中兴通讯	6.22	0.94	-4.34	-4.06
002304.SZ	6	洋河股份	4.82	3.14	1.46	-3.53
000001.SZ	7	平安银行	3.79	1.77	-0.25	-2.55
002475.SZ	8	立讯精密	3.53	1.06	-1.40	-3.21
000002.SZ	9	万科 A	3.22	1.13	-0.96	-1.44
002008.SZ	10	大族激光	3.18	0.69	-1.81	-8.81

资料来源: wind, 华创证券

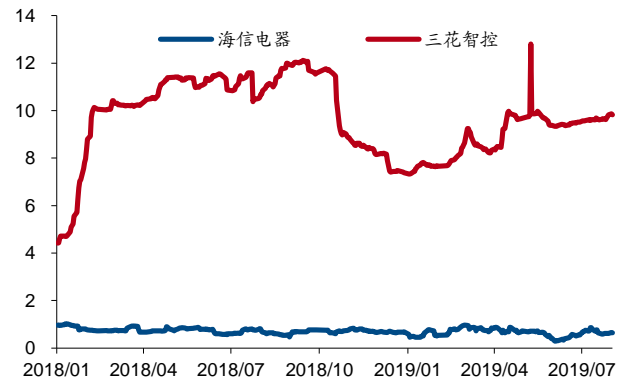
MSCI 新兴市场指数中现有 6 只家电板块成分股, 分别为美的集团、格力电器、海尔智家、老板电器、TCL 集团及苏泊尔(注: 2017 年 5 月加入), 至 2019 年 11 月 A 股纳入因子比例提高完成后, 将新增 3 只家电标的, 分别为海信电器、三花智控及小天鹅 A。截至 2019 年 8 月 2 日, 北上资金对美的集团、格力电器、海尔智家、老板电器、TCL 集团及苏泊尔持股比例分别为 14.50%、10.62%、11.33%、7.83%、1.03%及 6.88%, 较上周分别+0.00pct、-0.04pct、+0.08pct、-0.75pct、-0.02pct、-0.02pct, 海尔智家获外资加配。北上资金对海信电器、三花智控、华帝股份持股比例分别为 0.65%、9.82%、0.63%, 较上周分别+0.03pct、+0.20pct、-0.03pct。(注: 此处统计口径为北上资金持有股数/流通 A 股股数。)

图表 14 2018 年初至今 MSCI 现有家电标的北上资金持股占比 (%)



资料来源: wind, 华创证券

图表 15 2018 年初至今 MSCI 新增家电标的北上资金持股占比 (%)



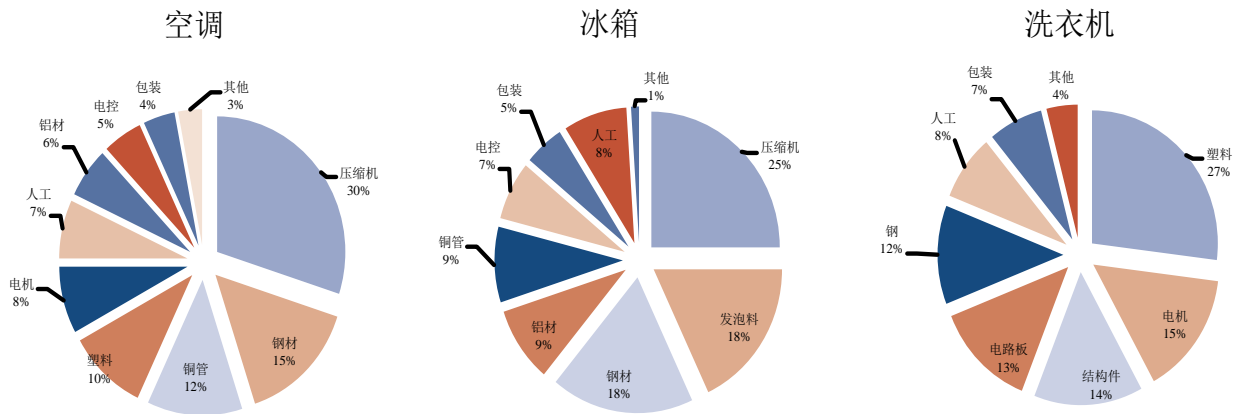
资料来源: wind, 华创证券

三、成本分析: 原材料价格下行明显, 家电盈利水平提升或成亮点

从成本端来看: 家电产品中的主要原材料包括钢材、铝材、铜材及塑料等, 合计占比约为 40%。

分品类来看: 空调产品成本中除压缩机 (30%) 外, 钢材、铜管、塑料及铝材分别占比 15%、12%、10% 和 6%, 该四者合计占比约 43%, 是其原材料的主要构成部分。冰箱产品成本中钢、铝、铜及塑料合计占比为 39%。洗衣机产品中塑料为最为重要的原材料, 占比高达 27%, 钢材也是重要原材料之一, 占比达 12%。

图表 16 家电各子板块成本拆分



资料来源: wind, 华创证券

我们分别选取 SHFE 螺纹钢、SHFE 铜、SHFE 铝及 DCE 塑料期货结算价格作为原材料成本跟踪指标: 其中 SHFE 螺纹钢自 10 月底出现下行拐点, 至 8 月 2 日价格下调 9.81%; SHFE 铝价格相较于 8 月底下滑 7.78%; DCE 塑料价格较 10 月初下降 21.49%; SHFE 铜价格相较于 2018 年初年下降 15.98%。本周原材料价格涨幅情况分别为: SHFE 螺纹钢价格涨幅相较于上周-3.67pct; SHFE 铝价格涨幅相较于上周-0.72pct; DCE 塑料价格涨幅相较于上周-1.11pct; SHFE 铜价格涨幅相较于上周-1.32pct。总体而言, 上游成本端下行, 家电盈利水平有望提升。

图表 17 原材料钢结算价格走势

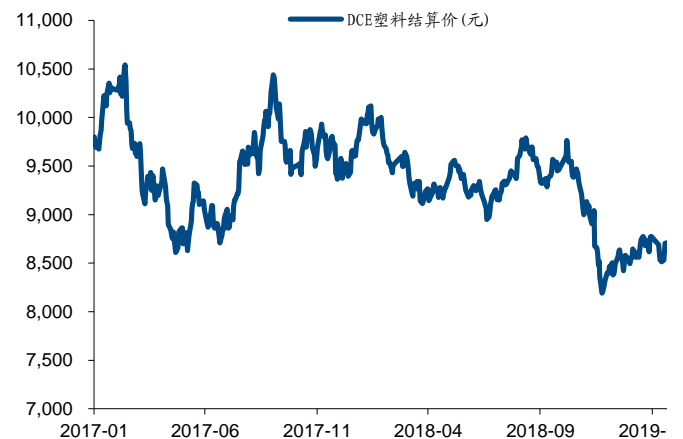

资料来源: wind, 华创证券

图表 18 原材料铜结算价格走势


资料来源: wind, 华创证券

图表 19 原材料铝结算价格走势


资料来源: wind, 华创证券

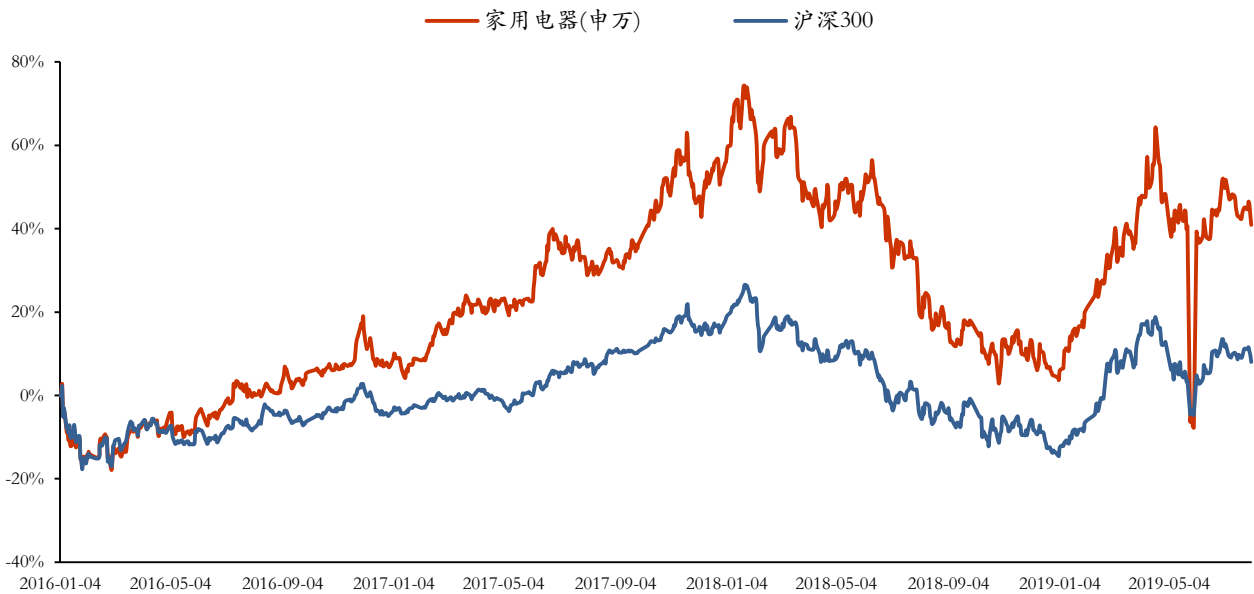
图表 20 原材料塑料结算价格走势


资料来源: wind, 华创证券

四、上周行情回顾

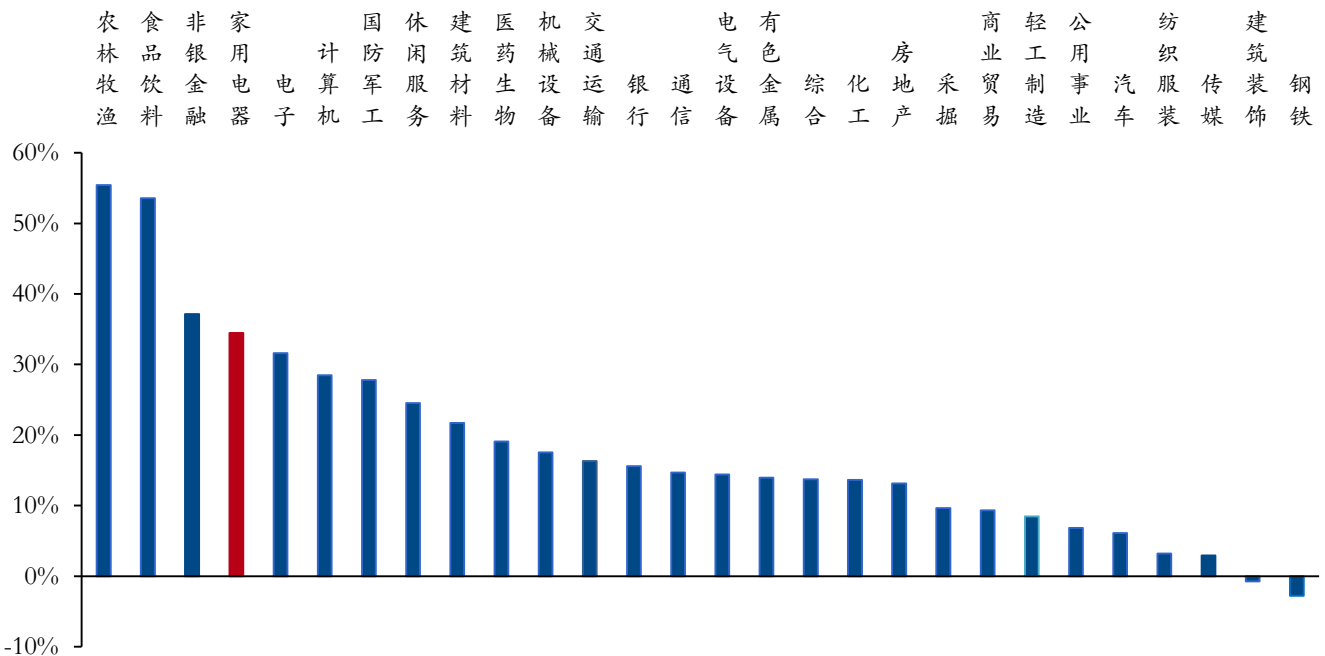
2019 年年初至今申万家用电器指数上涨 34.48%，沪深 300 指数上涨 24.47%，在申万 28 个子行业中排名第 4 位。上周(7月29日-8月2日)申万家用电器指数下跌 2.89%，沪深 300 指数下跌 2.88%。重点公司中，本周浙江美大(+3.42%)、飞科电器(+1.47%)、九阳股份(+1.37%)涨幅居前；华帝股份(-10.94%)、老板电器(-10.10%)、苏泊尔(-4.65%)领跌。

图表 21 2016 年年初至今家用电器指数与沪深 300 指数走势比较



资料来源: wind, 华创证券

图表 22 2019 年以来各行业涨跌幅比较 (按申万分类)



资料来源: wind, 华创证券

五、行业公告及新闻

(一) 公司公告

- 1、【依米康】半年报: 公司实现营业收入 5.29 亿元, 同比减少 2.40%; 实现利润总额 496.68 万元, 同比减少 89.10%; 实现归母净利润 565.97 万元, 同比减少 85.17%。
- 2、【*ST 毅昌】半年度业绩快报: 公司实现营业收入 17.36 亿元, 同比减少 29.43%; 实现利润总额 646.55 万元, 同比增长 127.64%; 实现归母净利润 916.61 万元, 同比增长 128.01%。
- 3、【浙江美大】半年度业绩快报: 公司实现营业收入 7.04 亿元, 同比增长 25.24%; 实现利润总额 2.10 亿元, 同比增长 23.04%; 实现归母净利润 1.82 亿元, 同比增长 25.04%。
- 4、【融捷健康】股东增持: 2019 年 07 月 29 日, 融捷集团通过大宗交易方式增持公司股份 804.05 万股, 增持金额为 2653.37 万元, 增持后持有 9435.28 万股, 占总股本的 11.73%。
- 5、【天银机电】股东减持: 常熟天恒投资管理有限公司及其一致行动人赵云文计划合计减持公司股份数量不超过 1275.30 万股 (占公司已剔除回购专用账户中股份后总股本的 3%), 其中计划通过大宗交易方式进行减持股份的总数不超过公司已剔除回购专用账户中股份后总股本的 2%, 计划通过集中竞价交易方式进行减持股份的总数不超过公司已剔除回购专用账户中股份后总股本的 1%。
- 6、【融捷健康】股东减持: 股东金道明及其一致行动人于 2019 年 07 月 29 日和 2019 年 07 月 30 日通过证券交易所大宗交易方式减持公司股份共计 1462.10 万股, 占公司总股本的 1.82%。
- 7、【天际股份】股东减持: 公司持股 5% 以上股东兴创源投资因资金安排需要计划自本公告披露之日起 6 个月内减持不超过 800 万股股份, 占公司总股本的 1.99%, 其中通过集中竞价交易减持股份的总数不超过公司股份总数的 1%。
- 8、【银河电子】股东减持: 公司财务总监徐敏女士拟自本减持计划公告之日起 15 个交易日后 6 个月内 (窗口期不减持), 通过集中竞价或大宗交易等法律法规允许的方式减持合计不超过其持有公司股份总数的 25% (即不超过 45.27 万股), 占本公司总股本比例 0.04%。
- 9、【格力电器】权益分派实施: 以公司现有总股本 60.16 亿股为基数, 向全体股东每 10 股派发现金 15 元 (含税), 共计派发现金 90.24 亿元, 余额转入以后年度分配。
- 10、【四川长虹】权益分派实施: 以公司现有总股本 46.16 亿股为基数, 向全体股东每股派发现金红利 0.022 元 (含税), 共计派发现金红利 1.02 亿元。
- 11、【海尔智家】权益分派实施: 本次利润分配以方案实施前的公司 A 股总股数 60.97 亿股为基数, 每股派发现金红利 0.351 元 (含税), 共计派发现金红利 21.40 亿元。
- 12、【春兰股份】权益分派实施: 本次利润分配以方案实施前的公司总股本 5.19 亿股为基数, 每股派发现金红利 0.06 元 (含税), 共计派发现金红利 3116.75 万元。

(二) 行业新闻

1、2019 智能音箱半年报: 销量达 1556 万 同比增长 233%

AIoT 正在成为行业热词, 智能家居作为 AIoT 最重要的落地场景, 增长快速且潜力巨大。智能音箱作为智能家居的入口级产品之一, 受到企业青睐, 延续着高速增长的态势。根据奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示, 2019 年上半

年，中国智能音箱市场销量为 1556 万台，同比增长 233%；销售额 30.1 亿元，同比增长 149%。上半年的销量已经接近 2018 年全年。

从发展趋势来看，中国智能音箱的发展空间仍然很大。2019 年全球智能音箱市场规模将突破 1 亿台，而中国智能音箱在全球的占比不到 20%，仍有提升空间；从普及率来看，根据相关研究机构数据，2018 年美国智能音箱的普及率已经达到 41%，而中国消费者体量庞大，渗透率仅为 8%；从企业决心来看，2019 年，各大巨头企业来势汹汹，为了实现上千万台的量级目标，将拿出更多的资源，全力以赴；从消费者认知来看，随着 90 后、00 后消费者登上历史舞台，他们已经成为拉动整体消费电子行业增长的关键动力，同时对智能产品的接受能力更强。在购买意愿上，根据奥维云网(AVC)消费者调研数据，愿意购买智能音箱的消费者占比超过 65%。

因此，奥维云网(AVC)预测，2019 年中国智能音箱销量达 3430 万，同比增长 111%；销售额为 70.3 亿元，同比增长 93%。（资料来源：中国家电网）

2、2019 上半年中国家电市场规模达到 4297 亿元

7 月 29 日，中国电子信息产业发展研究院在北京发布了《2019 上半年中国家电市场报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示，2019 年 1 月-6 月，我国家电行业运行稳定、稳中有进，产销均高于去年同期。其中，内销进一步扩大，国内市场零售总额达到 4297 亿元。《报告》显示，线上渠道对家电销售的贡献率进一步加大，首次超过 40%，比去年同期增 7.5 个百分点；电商已在家电零售渠道前三强中占两个半席位，其中京东以 22.7% 的份额位居我国家电市场全渠道单体零售商之首，O2O 零售巨头苏宁易购排名第二，份额为 21.1%，天猫以 10.1% 的份额位列第三。中国电子信息产业发展研究院副总工程师安晖表示，在消费升级和消费下沉两大因素推动下，2019 上半年家电市场表现出较强的市场韧性。

安晖分析表示，下半年，中央和各级政府的消费政策效力将愈发增强，消费升级和消费下沉进一步扩大，家电市场将持续稳步发展。（来源：中国家电网）

六、风险提示

宏观经济下行；终端需求不及预期；地产调控影响。

家电组团介绍

组长、高级分析师：龚源月

法国 ESSEC 商学院硕士。曾任职于弘则研究。2017 年加入华创证券研究所。

助理研究员：贺虹萍

上海财经大学经济学硕士。2019 年加入华创证券研究所。

华创证券机构销售通讯录

地区	姓名	职务	办公电话	企业邮箱
北京机构销售部	张昱洁	北京机构销售总监	010-66500809	zhangyujie@hcyjs.com
	杜博雅	高级销售经理	010-66500827	duboya@hcyjs.com
	张菲菲	高级销售经理	010-66500817	zhangfeifei@hcyjs.com
	侯春钰	销售经理	010-63214670	houchunyu@hcyjs.com
	侯斌	销售经理	010-63214683	houbin@hcyjs.com
	过云龙	销售经理	010-63214683	guoyunlong@hcyjs.com
	刘懿	销售助理	010-66500867	liuyi@hcyjs.com
广深机构销售部	张娟	所长助理、广深机构销售总监	0755-82828570	zhangjuan@hcyjs.com
	王栋	高级销售经理	0755-88283039	wangdong@hcyjs.com
	汪丽燕	高级销售经理	0755-83715428	wangliyan@hcyjs.com
	罗颖茵	高级销售经理	0755-83479862	luoyingyin@hcyjs.com
	段佳音	销售经理	0755-82756805	duanjiayin@hcyjs.com
	朱研	销售经理	0755-83024576	zhuyan@hcyjs.com
上海机构销售部	石露	华东区域销售总监	021-20572588	shilu@hcyjs.com
	张佳妮	高级销售经理	021-20572585	zhangjiani@hcyjs.com
	潘亚琪	高级销售经理	021-20572559	panyaqi@hcyjs.com
	沈颖	销售经理	021-20572581	shenyings@hcyjs.com
	汪子阳	销售经理	021-20572559	wangziyang@hcyjs.com
	柯任	销售经理	021-20572590	keren@hcyjs.com
	何逸云	销售经理	021-20572591	heyiyun@hcyjs.com
	蒋瑜	销售助理	021-20572509	jiangyu@hcyjs.com
施嘉玮	销售助理	021-20572548	shijiawei@hcyjs.com	

华创行业公司投资评级体系(基准指数沪深 300)

公司投资评级说明:

强推: 预期未来 6 个月内超越基准指数 20%以上;
推荐: 预期未来 6 个月内超越基准指数 10% - 20%;
中性: 预期未来 6 个月内相对基准指数变动幅度在-10% - 10%之间;
回避: 预期未来 6 个月内相对基准指数跌幅在 10% - 20%之间。

行业投资评级说明:

推荐: 预期未来 3-6 个月内该行业指数涨幅超过基准指数 5%以上;
中性: 预期未来 3-6 个月内该行业指数变动幅度相对基准指数-5% - 5%;
回避: 预期未来 3-6 个月内该行业指数跌幅超过基准指数 5%以上。

分析师声明

每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的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;分析师对任何其他券商发布的所有可能存在雷同的研究报告不负有任何直接或者间接的可能责任。

免责声明

本报告仅供华创证券有限责任公司(以下简称“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客户。

本报告所载资料的来源被认为是可靠的,但本公司不保证其准确性或完整性。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断。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报告。本公司在知晓范围内履行披露义务。

报告中的内容和意见仅供参考,并不构成本公司对具体证券买卖的出价或询价。本报告所载信息不构成对所涉及证券的个人投资建议,也未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,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。本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的预期收入可能会波动。

本报告版权仅为本公司所有,本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面许可,任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用本报告的任何部分。如征得本公司许可进行引用、刊发的,需在允许的范围内使用,并注明出处为“华创证券研究”,且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

证券市场是一个风险无时不在的市场,请您务必对盈亏风险有清醒的认识,认真考虑是否进行证券交易。市场有风险,投资需谨慎。

华创证券研究所

北京总部	广深分部	上海分部
地址: 北京市西城区锦什坊街 26 号 恒奥中心 C 座 3A	地址: 深圳市福田区香梅路 1061 号 中投国际商务中心 A 座 19 楼	地址: 上海浦东银城中路 200 号 中银大厦 3402 室
邮编: 100033	邮编: 518034	邮编: 200120
传真: 010-66500801	传真: 0755-82027731	传真: 021-50581170
会议室: 010-66500900	会议室: 0755-82828562	会议室: 021-20572500