

由精装修住宅配置看家电工程渠道发展

——家用电器行业周报 W40

申港证券
SHENGANG SECURITIES

投资摘要:

本周板块表现: 本周沪深 300 指数下跌 1%，申万家用电器指数下跌 0.3%，高于沪深 300 指数 0.7pct，位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 4 位，较上周而言，市场整体有所下降。从行业 PE (TTM) 看，家电行业 PE (TTM) 为 15.5 倍，位列申万 28 个一级行业的第 22 位，估值仍处较低位。

原材料市场, 大家电主要原材料冷轧板、铜、铝价格本周下跌，冷轧板下跌 0.1%，铜、铝价格本周分别下跌 0.6%、1.3%。**地产市场,** 主要城市商品房市场成交面积短期震荡。上周成交面积一线同比下跌 2.2%，二线同比上涨 12%，三线同比上涨 8.1%。

每周一谈：由精装修住宅配置看家电工程渠道发展

伴随精装修模式占比增长，精装住宅增长波动、不同家电品类关联程度、精装中家电品牌竞争，均对下游家电产业发展带来影响。

政策推动下 2016 年后精装修产业快速发展。

- 2013 年其国务院政策推进精装市场走向标准化、精确化。2016 年住建部 and 住建厅先后发布规范章程，建立行业标准及具体要求。至 2017 年住建部十三五规划明确 2020 年全装修占比达 30% 的目标，精装趋势确立。
- **精装房 2016 年后开盘量快速提升。** 2016-2018 年精装修开盘量增速达 40.3%、37.1%、59.9%。2018 年精装渗透率达 27.5%。19H1 开发商数、开盘项目数、开盘量再度高增 42%、28% 和 17.3%。

精装中各家电配置差异显著，烟灶普及，空调、智能家居关联度持续提升。

- **横向看，烟灶配置普及，智能家居空调等次之，冰洗电视配置率尚低。** 19H1 烟灶配置率达 98.7%/95.7% 全面配置普及；热水器、空调、智能家居等配置率在 20-80% 之间；冰洗电视等及洗碗机净水器等产品配置率在 20% 以下。**精装配置率层级与家电品类发展阶段、硬装关联度密切相关。**
- **纵向看，空调、智能家居、洗碗机等配置增速爆发，工程市场潜力巨大。** 结合 18 及 19H1 规模增速，空调、智能家居、洗碗机等增速持续大幅领先住宅开盘量，19H1 增速分别高出 38.5/19/84.3pct，伴随对应上下游产业协同下市场逐步认可精装配置，其工程市场发展潜力值得期待。
- 其中，**空调精装配置以中央空调为主导。** 18 年空调整体配套率 26.4%，其中中央空调达 21%，分体空调仅 4.6%，且前者以 119% 高增速扩张，主因其安装与硬装环节密切相关。伴随空调龙头布局完备，我们判断中央空调硬装关联度应与烟灶相当，但因分体空调分流，配置率上限相对偏低。

精装模式下品牌竞争加速了家电龙头集中度提升。 以厨电为例，2018 年线下整体厨电 CR6 占比 75.7%，其中 CR2 为 47.8%；而精装市场 CR6 达 91.8%，仅 CR2 高达 70%。不同楼盘价位下厨电品牌定位导致竞争格局差异显著，其中老板电器各级市场份额均处前列，且精装主体的低端市场市占率大幅领先。

投资策略及组合: 精装大潮趋势已定，厨电等高配置品类及空调洗碗机等配置率上升品类率先获利，精装配置同时加强了龙头品牌集中，龙头竞争格局持续向好。推荐组合：美的集团、海尔智家、格力电器、九阳股份、老板电器各 20%。

风险提示: 原材料价格大幅波动；国际环境大幅恶化；地产修复不及预期。

评级

增持（维持）

2019 年 10 月 07 日

曹旭特

分析师

SAC 执业证书编号：S1660519040001

秦一超

研究助理

qinyichao@shgsec.com

021-20639326

行业基本资料

股票家数	59
行业平均市盈率	14.97
市场平均市盈率	16.85

行业表现走势图



资料来源：申港证券研究所

相关报告

- 1、《家用电器行业研究周报：前瞻四季度部分家电市场需求变化》2019-09-30
- 2、《家用电器行业深度研究：理论-实战-远期，地产家电模型三部曲》2019-09-26
- 3、《家用电器行业研究周报：地产家电三部曲逻辑简要》2019-09-24

内容目录

1. 由精装修住宅配置看家电工程渠道发展	4
2. 本周家电板块行情回顾	8
3. 行业数据变化.....	9
3.1 原材料市场变化	9
3.2 地产数据变化	10
3.3 家电行业数据更新	11
4. 行业新闻及公司公告	15
4.1 行业新闻	15
4.2 公司公告	15
5. 风险提示.....	16

图表目录

图 1: 2016 年以来精装修开盘量变化情况.....	5
图 2: 19H1 精装修住宅中各家电的配置率	5
图 3: 19H1 智能家居中各细分产品配置规模及配置率	6
图 4: 2018 年及 19H1 精装修住宅中各家电的配套规模及增速	6
图 5: 2018 年厨电龙头在整体线下市场与精装住宅配置的市占率对比	7
图 6: 2018 年总体地产市场楼盘售价分布	8
图 7: 分楼盘售价段下各厨电品牌市占率	8
图 8: 本周各板块涨跌幅 (%)	8
图 9: 各板块 PE(TTM) 对比.....	9
图 10: 重点公司本周涨跌幅 (%)	9
图 11: 冷轧卷板价格略有上涨 (1.0mm, 元/吨)	10
图 12: LME3 个月铜价小幅上涨、铝价有所下跌 (美元/吨)	10
图 13: 中国塑料价格指数有所下跌	10
图 14: 液晶面板价格有所下跌 (美元/片)	10
图 15: 简化指数季度增速	10
图 16: 30 大中城市商品房成交面积边际变化 (周至 2019.9.29)	11
图 17: 冰箱八月线上销量 194.5 万台 增速 17.7%.....	11
图 18: 冰箱八月线上销售额 35.5 亿元 增速 11.1%.....	11
图 19: 冰箱八月线上均价 1822.8 元 增速-5.7%.....	11
图 20: 冰箱八月线下销量 70.3 万台 增速 9.7%.....	11
图 21: 冰箱八月线下销售额 30.4 亿元 增速 12.5%.....	12
图 22: 冰箱八月线下均价 4323.7 元 增速 1.6%.....	12
图 23: 空调八月线上销量 185.5 万台 增速 11.3%.....	12
图 24: 空调八月线上销售额 49.7 亿元 增速 5.0%.....	12
图 25: 空调八月线上均价 2677.5 元 增速-5.6%.....	12
图 26: 空调八月线下销量 90.8 万台 增速 1.7%.....	12
图 27: 空调八月线下销售额 32.4 亿元 增速-4%.....	13
图 28: 空调八月线下均价 3569.1 元 增速-5.8%.....	13
图 29: 洗衣机八月线上销量 172.6 万台 增速 19.9%.....	13
图 30: 洗衣机八月线上销售额 23.4 亿元 增速 13.1%.....	13
图 31: 洗衣机八月线上均价 1357.7 元 增速-5.7%.....	13

图 32: 洗衣机八月线下销量 60.8 万台 增速 6.6%.....	13
图 33: 洗衣机八月线下销售额 19.1 亿元 增速 11.8%.....	14
图 34: 洗衣机八月线下均价 3143 元 增速 3.9%.....	14
图 35: 油烟机八月线上销量 33.3 万台 增速 20.4%.....	14
图 36: 油烟机八月线上销售额 4.1 亿元 增速 21.5%.....	14
图 37: 油烟机八月线上均价 1241.8 元 增速 -0.1%.....	14
图 38: 油烟机八月线下销量 19.6 万台 增速 7.5%.....	14
图 39: 油烟机八月线下销售额 6.3 亿元 增速 3.5%.....	15
图 40: 油烟机八月线下均价 3228 元 增速 -4.7%.....	15
表 1: 近年精装修相关中央重要政策一览.....	4
表 2: 2018 年精装房配套的中央空调与分体空调对比.....	7

1. 由精装修住宅配置看家电工程渠道发展

伴随全/精装修模式在地产项目中占比的增长,下游家电行业发展受精装模式的影响逐步扩大。精装市场自身增长波动、不同家电品类受影响程度、精装中家电品牌竞争情况,均对家电产业发展带来改变。因此本周一谈主要讨论精装房模式下的家电产品变化。

政策落地推动下全/精装修自 2016 年后快速增长。全装修概念正式提出于 2002 年的《商品住宅装修一次到位实施细则》,即装修一次到位,至交房前所有功能空间铺装粉刷完成,厨卫基本设施安装完成。精装房概念主要是地产商基于房屋销售提出的市场营销概念,指装修档次规格,往往与毛坯房、简装房相对应。精装修概念包含了全装修,全装修则指符合国家特定要求的一类精装修。

- ◆ 精装修最早出现在上世纪 90 年代末,因毛坯装修弊端众多,开发商开始在一线城市推行精装成品住房,但因缺乏产业上层设计,也缺乏政策支持,至 2013 年前整体发展缓慢,市场仍以毛坯房为主导。
- ◆ 2013 年国务院发布《关于转发发展改革委、住房城乡建设部绿色建筑行动方案的通知》,精装全装市场开始逐步政策落地,走向标准化、专业化。
- ◆ **2016 年政策集中推行,精装市场迅速发展。**2016 年住建部发布《住宅室内装饰装修工程质量验收规范》,建立了工程质量的国家行业标准,为全装市场健康发展提供技术规则和保障,同年住建厅印发了《关于推进住宅全装修工作的意见》,在加强全装修项目管理、住宅产业化基地建设、相关政策等方面提出具体要求。在此期间各省市全装修相关政策纷纷落地,至 2017 年住建部在《建筑业发展十三五规划》中明确提出了 2020 年新开工全装修成品住宅面积达 30% 的战略目标。

表 1: 近年精装修相关中央重要政策一览

政策	时间	发布部门	政策主旨
《关于转发发展改革委、住房城乡建设部绿色建筑行动方案的通知》	2013	国务院	从国务院角度明确了推行全装修的战略指引
《住宅室内装饰装修工程质量验收规范》	2016	住房城乡建设部	完善工程质量验收标准,提供技术规则和保障
《关于推进住宅全装修工作的意见》	2016	住建厅	明确全装修的范围、工作目标、工作内容
《建筑业发展十三五规划》	2017	住房城乡建设部	提出 2020 年新开工全装修成品住宅面积达 30%

资料来源:政府官网,申港证券研究所

- ◆ **精装房 2016 年后开盘量快速提升。**在政策支持下,2016-2018 年精装房开盘量增速分别达 40.3%、37.1%和 59.9%,2018 年精装房开盘 253 万套,精装房渗透率达 27.5%。而 19H1 精装修开发商达 574 家,开盘项目 1448 个,开盘量 129.7 万套,同比增速分别为 42%、28%和 17.3%。在当下地产景气下行周期中,精装市场保持高速稳健增长。

图1：2016年以来精装修开盘量变化情况

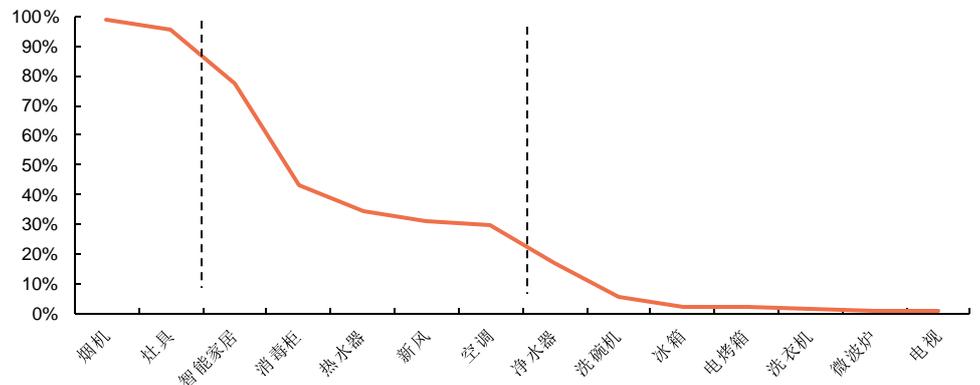


资料来源：奥维云网，申港证券研究所

精装修住宅中各家电配置差异显著，与品类市场发展程度及硬装关联度密切相关。对于各家电产品在全/精装修住宅中配置规模近似为通常所说的工程渠道规模，受产业链发展及装修关联差异影响，家电配置率差异显著。

- ◆ 烟灶产品等为一级配套，在精装住宅中配置率极高。19H1 精装住宅中烟机、灶具的配置率分别达 98.7%、95.7%，属于较稳定的标配产品。一方面来自于烟灶市场发展成熟，各家庭均会选购，另一方面则是烟灶安装与橱柜、水电燃管路铺设等硬装环节密切相关，在精装模式下消费者自行选购安装难度较大。因此工程渠道对相关家电企业影响也最为显著。

图2：19H1 精装修住宅中各家电的配置率

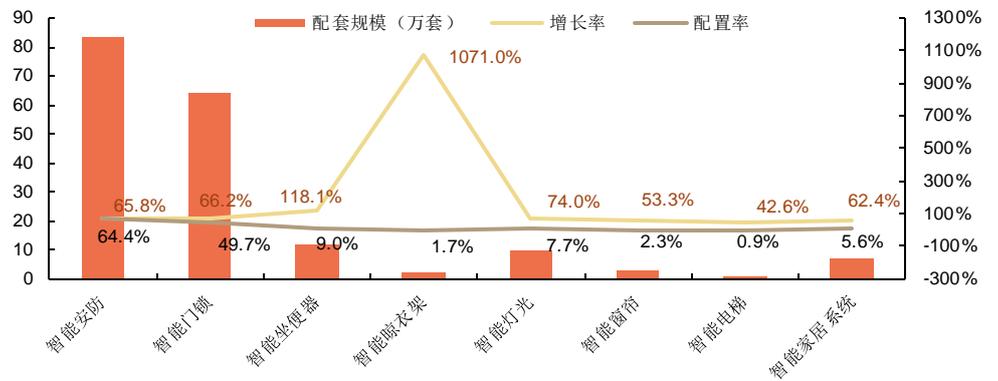


资料来源：申港证券研究所

- ◆ 热水器空调等二级配套配置率在 20-80%之间。19H1 精装住宅中智能家居、消毒柜、热水器、新风系统、空调的配置率分为 77.7%/43.1%/34.5%/30.8%/29.9%，其中智能家居为多智能产品的加和项，以智能安防、智能门锁为代表的智能体系发展迅速。而消毒柜、热水器、新风、空调等产品同样与水电管路铺设、吊顶隐蔽工程、墙内出风口等硬装环节有较高关联，但相对而言硬装强制关联需求不及烟灶，自行选购安装难度较低，因此配置率尚未达普适水平。同时消毒柜、新风等刚需程度有限，产业仍在发展，也限制了其配置率。
- ◆ 可选产品、新兴产品、独立产品为三级配置，短期配置关联较低。对于功能刚需性较低的净水器，市场发展前期的洗碗机、电烤箱，以及可独立安装配置的冰箱、

洗衣机、微波炉、电视等家电，配置率普遍低于 20%，短期内与精装市场波动尚不明显。

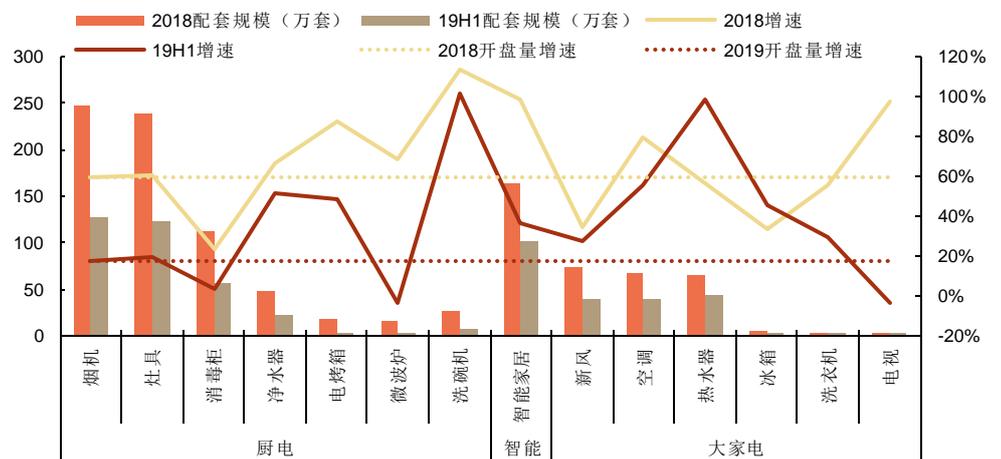
图3：19H1 智能家居中各细分产品配置规模及配置率



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

空调、智能家居、洗碗机、电烤箱等配置增速爆发，工程渠道影响力快速提升。结合 2018 年及 19H1 精装住宅中各家电配置规模增速变化，相较精装住房开盘量增速，空调、智能家居、洗碗机、电烤箱增速持续跑赢开盘量增速，其中 19H1 增速分别高出 38.5pct/19pct/84.3pct/30.9pct。配置增速高企印证了品类与精装模式关联的加强，上下游产业协同的同时市场逐步认可精装选购该品类，产品市场的工程渠道影响逐步增强。同时也体现了各品类在工程渠道的发展潜力。

图4：2018 年及 19H1 精装修住宅中各家电的配套规模及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

值得一提的是，精装配置的空调以中央空调为主，硬装关联度高为其核心因素。

- ◆ 2018 年整体空调在精装住宅的配置率为 26.4%，其中中央空调配置率高达 21%，而作为消费主体的分体空调配置率仅 4.6%。
- ◆ 同时相较于 2018 年精装开盘量 59.9%的增速，中央空调以 119%的高增速呈普及扩张趋势。

- ◆ 这主要是因为中央空调安装过程中与硬装的隐蔽工程等密切相关，在精装房交房后再购置安装难度极大，伴随着国内外中央空调龙头在精装市场布局的逐步完备，中央空调在工程渠道迅速爆发。
- ◆ 我们判断中央空调在精装模式下硬装关联度与烟灶产品相当，但因为中央空调与分体空调功能相互替代，且与住宅类型、面积相关，因此中央空调配置率上限相对较低。

表2：2018年精装房配套的中央空调与分体空调对比

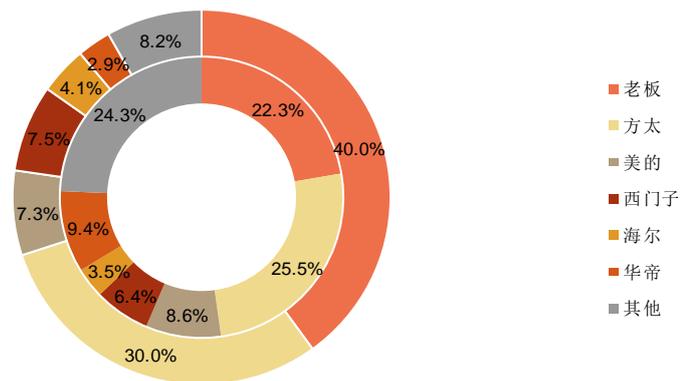
	中央空调	分体空调
配套规模（万套）	53.1	11.6
同比增速	119%	28.2%
配置率	21%	4.6%

资料来源：奥维云网，申港证券研究所

此外，精装模式下的品牌竞争，人为地加速了龙头集中度的提升。工程渠道在产品选项量上远小于整体市场，通常仅在两/三价格档下提供数个产品选项。一方面地产商需考虑住户对品牌的普遍认知，因此合作家电品牌均为有一定知名度的主流家电企业。而另一方面工程渠道选择的同类产品在产品技术差异相对较小，选择过程中品牌影响、价格影响更大，也进一步加强了龙头品牌的集中。我们以高配置率的厨电产业为例展开。

- ◆ 厨电龙头在精装住宅配置的市占率远高于整体市场。据奥维云网数据，2018年在线下整体市场厨电 CR6 零售额占比 75.7%，其中第一梯队的老板、方太 CR2 为 47.8%；而对应精装修配置下的 CR6 占比高达 91.8%，仅 CR2 就高达 70%。体现了精装模式下对龙头集中度的进一步放大。

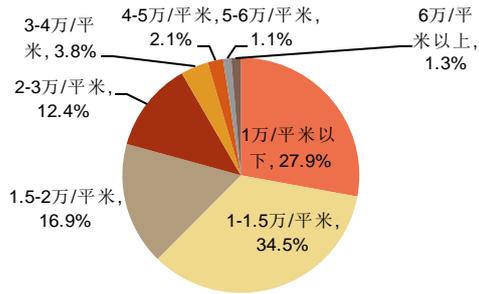
图5：2018年厨电龙头在整体线下市场与精装住宅配置的市占率对比



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

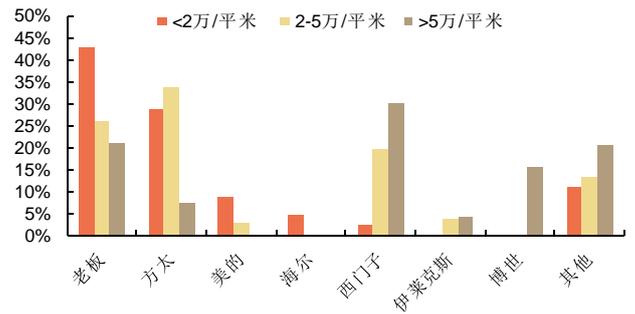
- ◆ 不同楼盘售价端配置的厨电品牌占比差异较大。2018年各销售均价在 2 万/m² 以下、2-5 万/m²、5 万/m² 以上的楼盘份额分别为 79.3%、18.3%和 2.4%。低楼盘价主要为低线城市，配置厨电以老板、方太、美的为主，份额分别为 43.1%、29.1%和 8.9%；中端楼盘配置厨电则主要为方太、老板、西门子，份额为 33.8%、26.1%和 19.9%；高端楼盘配置厨电则以西门子、老板、博世为主，份额分为 30.2%、21.2%、15.7%。各品牌因定位价格段而在不同配置市场差异显著，而老板电器作为厨电龙头在各级市场份额均保持前列，且在主体的低端市场市占率大幅领先。

图6: 2018年总体房地产市场楼盘售价分布



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图7: 分楼盘售价段下各厨电品牌市占率



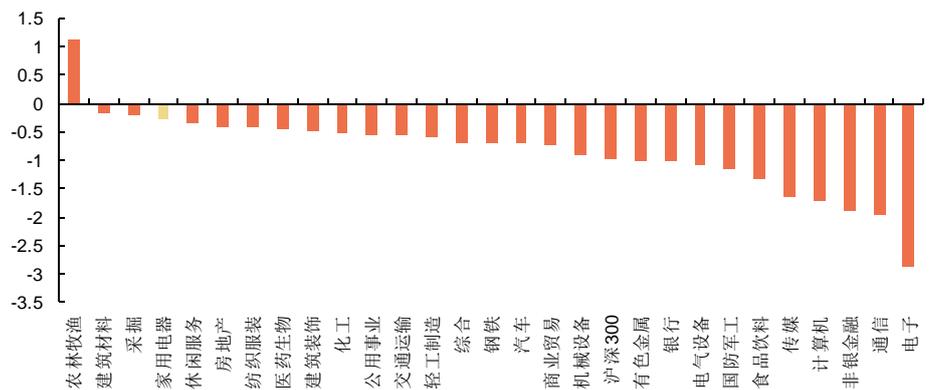
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

总结而言, 精装修模式在地产行业仍处快速扩张期, 伴随精装工程模式占比提升, 其对家电各企业的竞争格局的影响将进一步加强。其中, 烟灶品类已达到高配置率, 而空调、智能家居、洗碗机等品类的配置关联度持续增强, 工程渠道潜力巨大。而精装模式进一步加剧了龙头集中度提升, 随着精装大潮推进, 利好家电龙头的发展。

2. 本周家电板块行情回顾

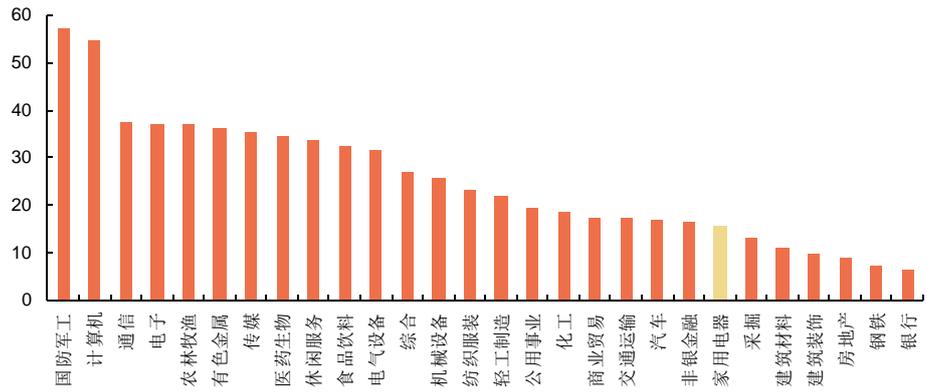
本周沪深 300 指数下跌 1%, 申万家用电器指数下跌 0.3%, 高于沪深 300 指数 0.7pct, 位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 4 位, 较上周而言, 市场整体有所下降。从行业 PE (TTM) 看, 家电行业 PE (TTM) 为 15.5 倍, 位列申万 28 个一级行业的第 22 位, 估值仍处较低位。

图8: 本周各板块涨跌幅 (%)



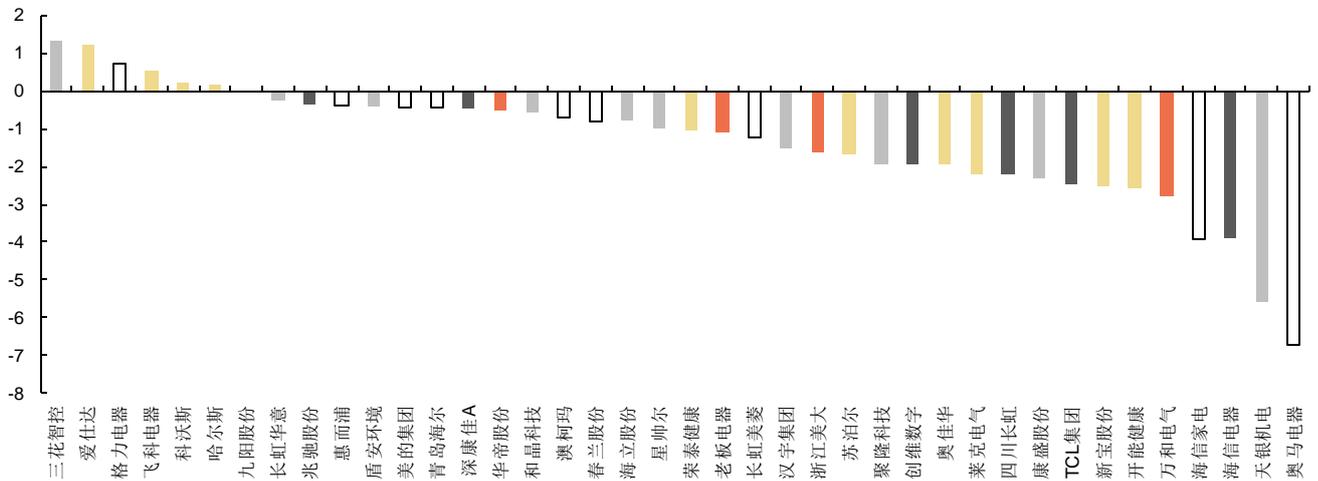
资料来源: wind, 申港证券研究所

图9: 各版块 PE(TTM) 对比



资料来源: wind, 申港证券研究所

图10: 重点公司本周涨跌幅 (%)



资料来源: wind, 申港证券研究所 注: 白色为白电, 黑色为黑电, 红色为厨电, 黄色为小家电, 灰色为上游零部件

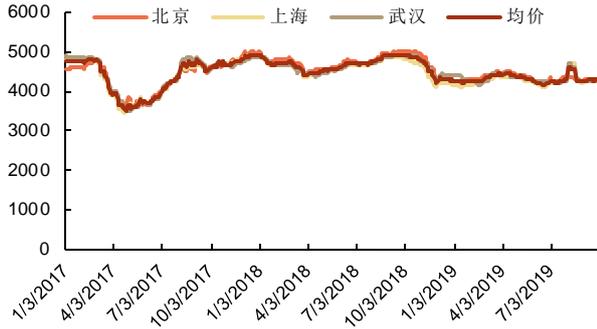
板块重点个股涨跌幅方面, 涨幅前五: 三花智控 (1.3%)、爱仕达 (1.2%)、格力电器 (0.7%)、飞科电器 (0.5%)、科沃斯 (0.2%); 跌幅前五: 奥马电器 (-6.7%)、天银机电 (-5.6%)、海信电器 (-3.9%)、海信家电 (-3.9%)、万和电气 (-2.8%)。

3. 行业数据变化

3.1 原材料市场变化

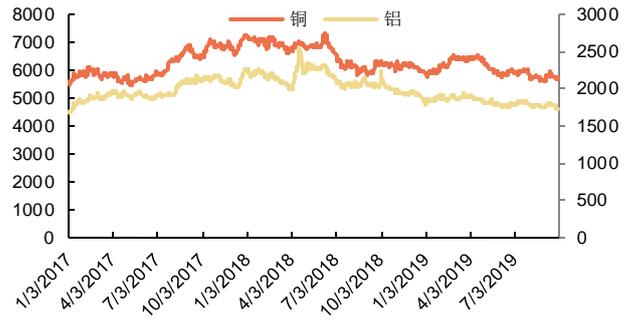
大家电主要原材料冷轧板、铜、铝价格本周下跌, 冷轧板下跌 0.1%, 铜、铝价格本周分别下跌 0.6%、1.3%, 原材料材料小幅下跌, 整体盈利空间仍居较高位置。液晶面板 9 月价格较上月 32 寸、43 寸、55 寸分别下降 1 美元/片、6 美元/片、4 美元/片, 面板上游降价利好黑电盈利修复。

图 11: 冷轧卷板价格略有上涨 (1.0mm, 元/吨)



资料来源: wind, 申港证券研究所

图 12: LME3 个月铜价小幅上涨、铝价有所下跌 (美元/吨)



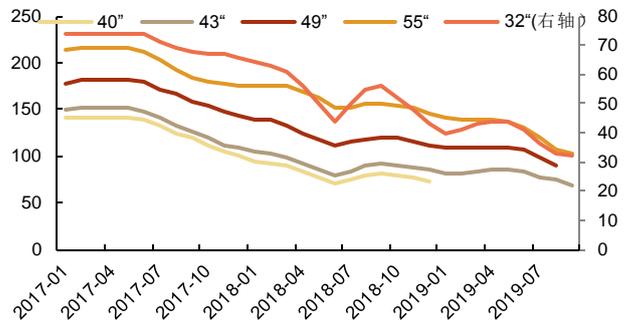
资料来源: LME, 申港证券研究所

图 13: 中国塑料价格指数有所下跌



资料来源: 中塑资讯, 申港证券研究所

图 14: 液晶面板价格有所下跌 (美元/片)

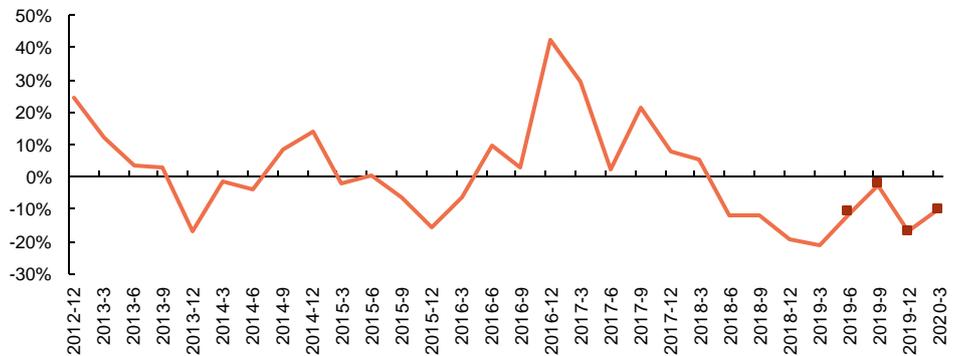


资料来源: wind, 申港证券研究所

3.2 地产数据变化

本报告根据交房简化指数预测后续地产对家电的驱动影响, 具体逻辑请参考前期报告《如何用低产值表预测家电销量变化?》和《再论地产 由繁入简能否再进一步?》。简化指数显示后两季度地产驱动家电销量增速将显著回暖。

图 15: 简化指数季度增速

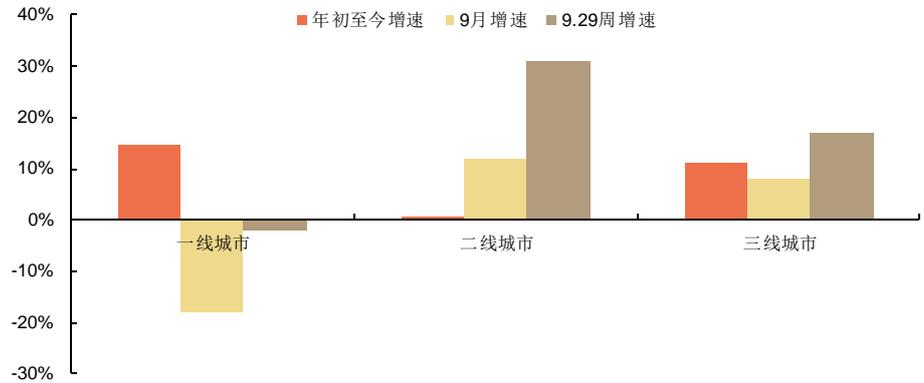


资料来源: 国家统计局, 申港证券研究所

主要城市商品房市场成交面积短期震荡。上周成交面积一线同比下跌 2.2%，二线同比上涨 12%，三线同比上涨 8.1%，一线、三线城市年初至今成交面积同比出现

显著增长，待后续期房交房实现，家电销量将获得联动增速。

图16: 30大中城市商品房成交面积边际变化(周至2019.9.29)



资料来源: wind, 申港证券研究所

3.3 家电行业数据更新

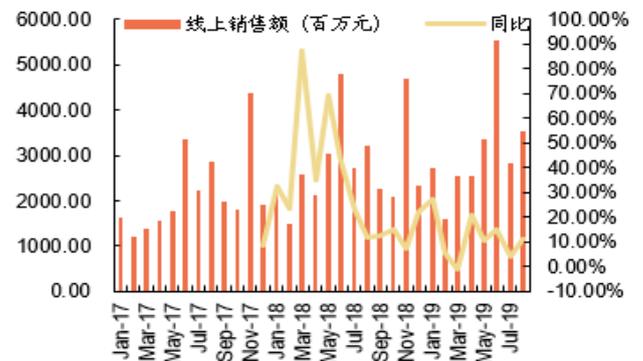
2019年8月冰箱线上销量194.5万台，同比增速17.7%，销售额35.5亿元，同比增速11.1%，均价1822.8元，同比增速-5.7%；冰箱线下销量70.3万台，同比增速9.7%，销售额30.4亿元，同比增速12.5%，均价4323.7元，同比增速1.6%。

图17: 冰箱八月线上销量194.5万台 增速17.7%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图18: 冰箱八月线上销售额35.5亿元 增速11.1%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图19: 冰箱八月线上均价1822.8元 增速-5.7%

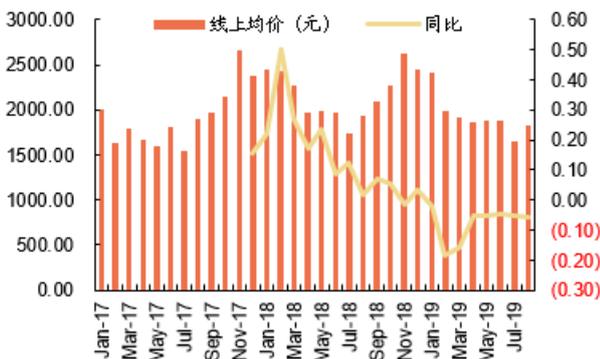
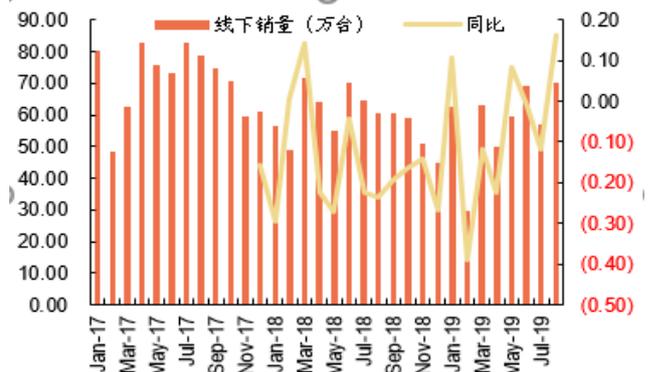


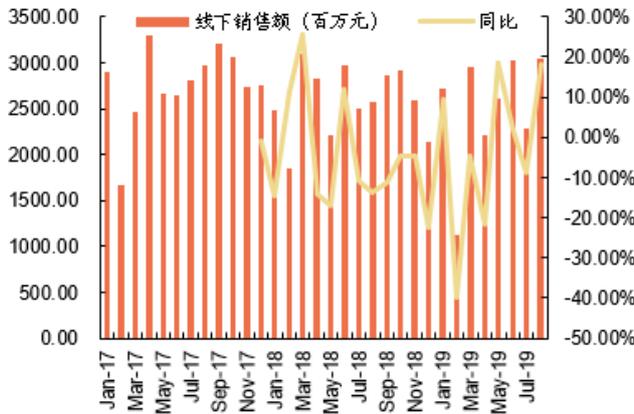
图20: 冰箱八月线下销量70.3万台 增速9.7%



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

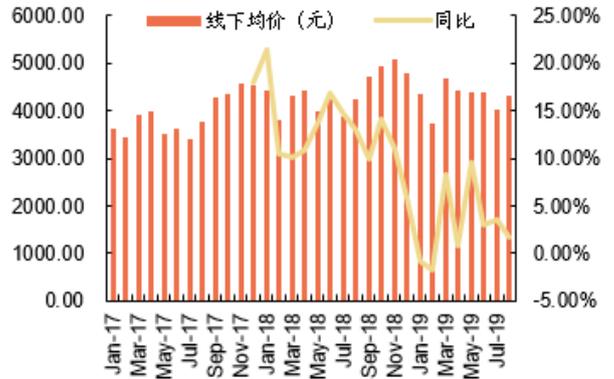
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图21：冰箱八月线下销售额 30.4 亿元 增速 12.5%



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

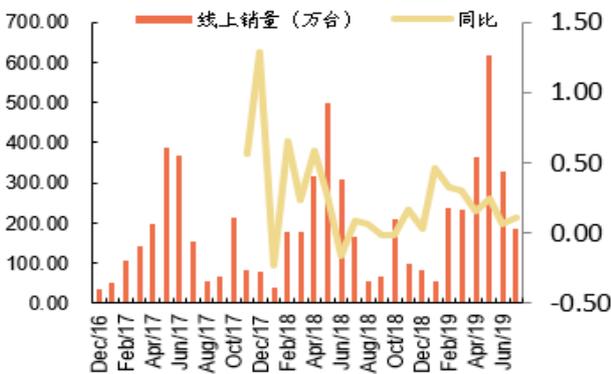
图22：冰箱八月线下均价 4323.7 元 增速 1.6%



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

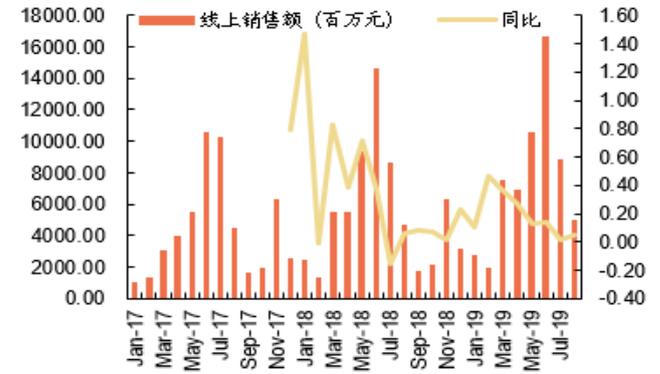
2019年8月家用空调线上销量185.5万台，同比增速11.3%，销售额49.7亿元，同比增速5.0%，均价2677.5元，同比增速-5.6%；家用空调线下销量90.8万台，同比增速1.7%，销售额32.4亿元，同比增速-4.0%，均价3569.1元，同比增速-5.8%。

图23：空调八月线上销量 185.5 万台 增速 11.3%



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图24：空调八月线上销售额 49.7 亿元 增速 5.0%



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图25：空调八月线上均价 2677.5 增速 -5.6%

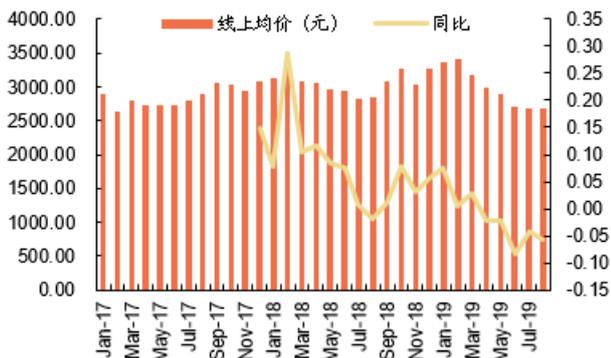
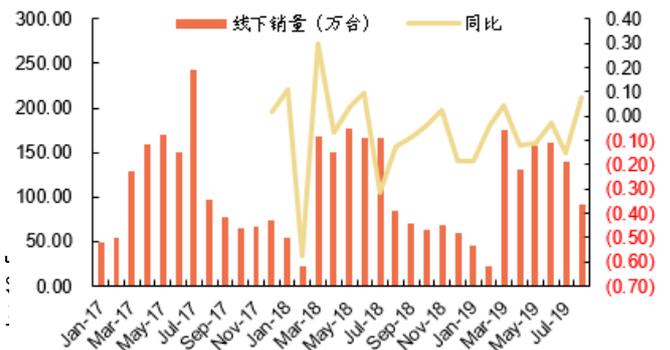


图26：空调八月线下销量 90.8 万台 增速 1.7%

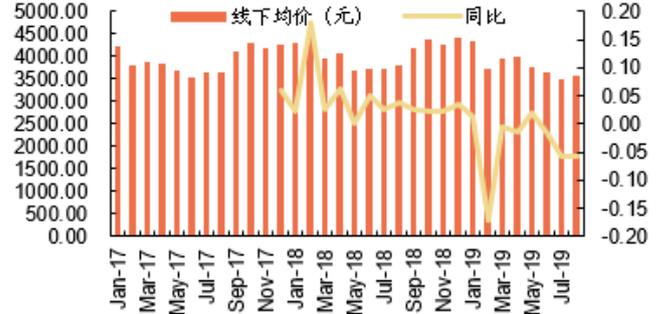
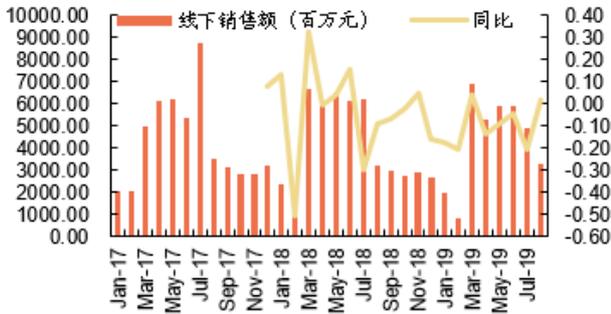


资料来源：奥维云网，申港证券研究所

资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图27：空调八月线下销售额 32.4 亿元 增速-4%

图28：空调八月线下均价 3569.1 元 增速-5.8%



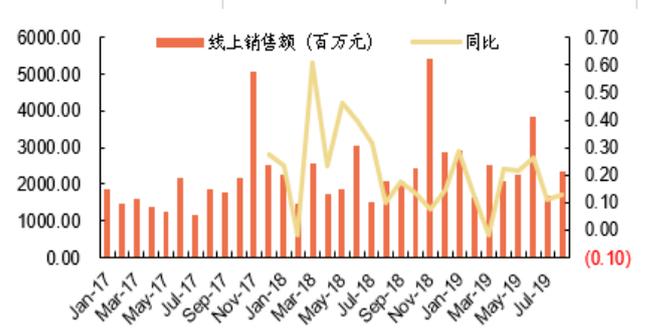
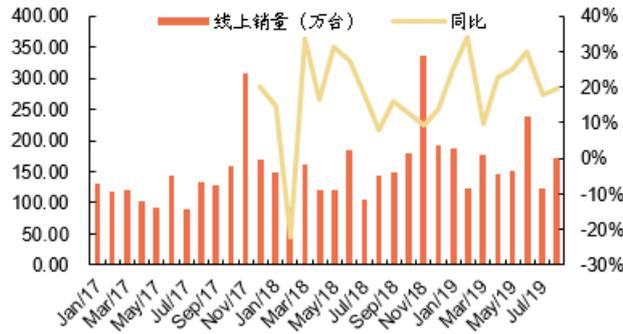
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

资料来源：奥维云网，申港证券研究所

2019年8月洗衣机线上销量172.6万台，同比增速19.9%，销售额23.4亿元，同比增速13.1%，均价1357.7元，同比增速-5.7%；洗衣机线下销量60.8万台，同比增速6.6%，销售额19.1亿元，同比增速11.8%，均价3143.4元，同比增速3.9%。

图29：洗衣机八月线上销量 172.6 万台 增速 19.9%

图30：洗衣机八月线上销售额 23.4 亿元 增速 13.1%

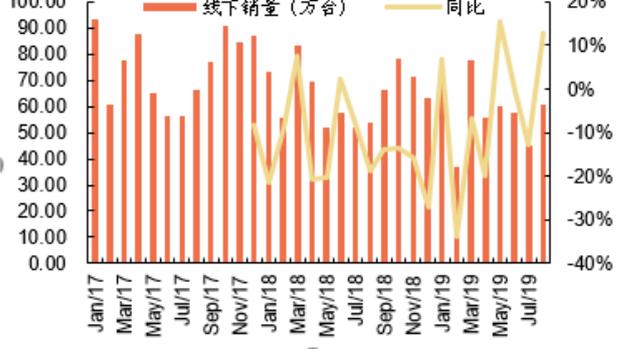
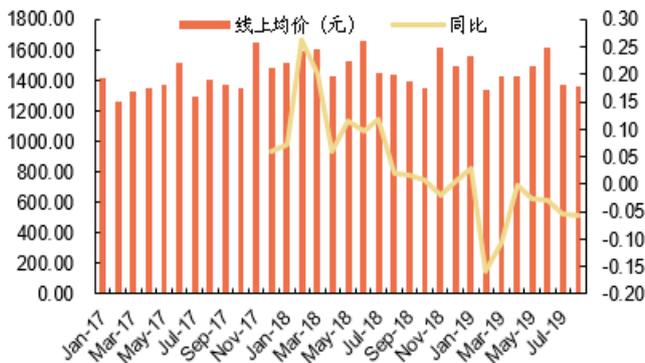


资料来源：奥维云网，申港证券研究所

资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图31：洗衣机八月线上均价 1357.7 元 增速-5.7%

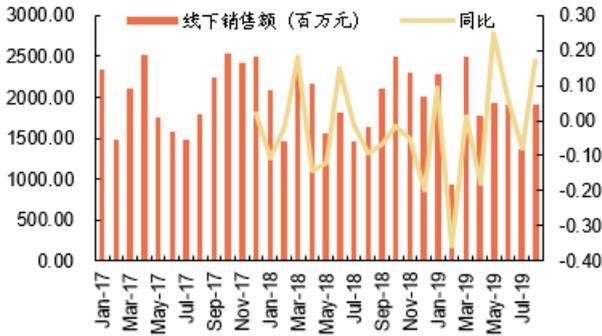
图32：洗衣机八月线下销量 60.8 万台 增速 6.6%



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

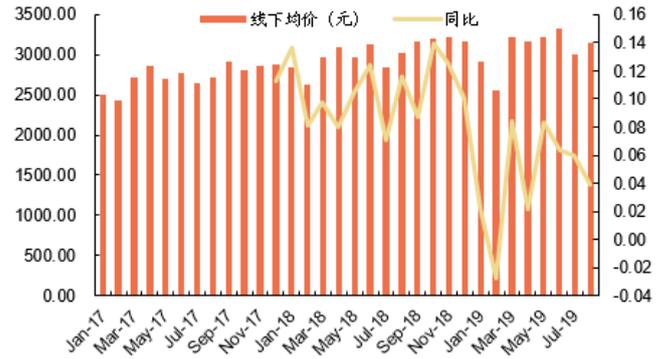
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图33: 洗衣机八月线下销售额 19.1 亿元 增速 11.8%



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

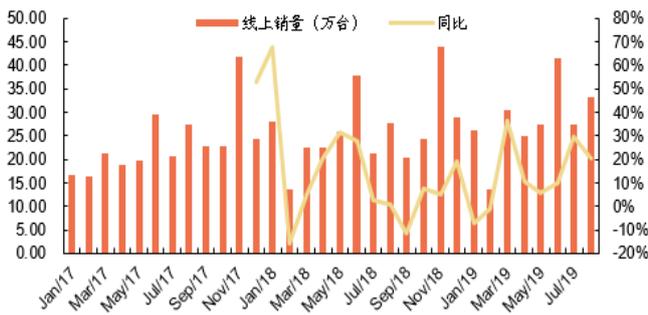
图34: 洗衣机八月线下均价 3143 元 增速 3.9%



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

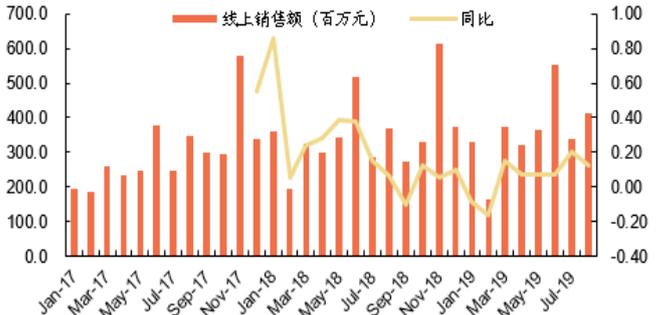
2019年8月油烟机线上销量33.3万台，同比增速20.4%，销售额4.1亿元，同比增速21.5%，均价1241.8，同比增速-0.1%；2019年8月油烟机线下销量19.6万台，同比增速7.5%，销售额6.3亿元，同比增速3.5%，均价3228元，同比增速-4.7%。

图35: 油烟机八月线上销量 33.3 万台 增速 20.4%



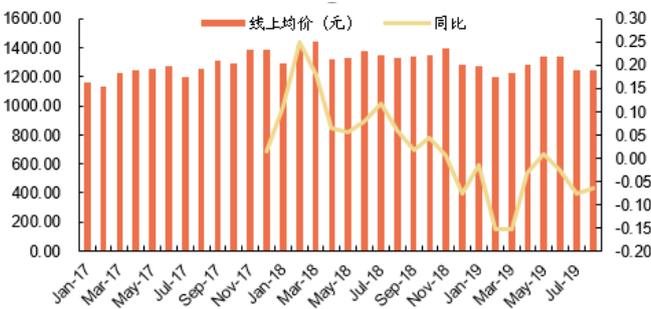
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图36: 油烟机八月线上销售额 4.1 亿元 增速 21.5%



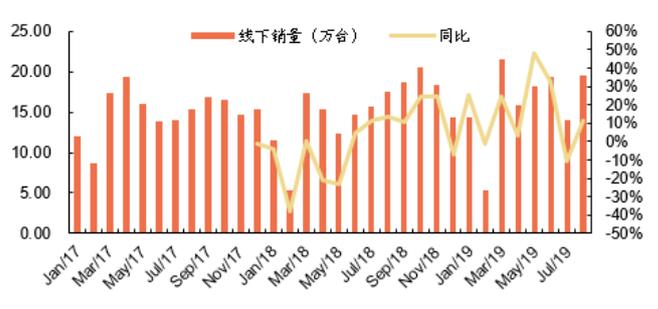
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图37: 油烟机八月线上均价 1241.8 元 增速 -0.1%



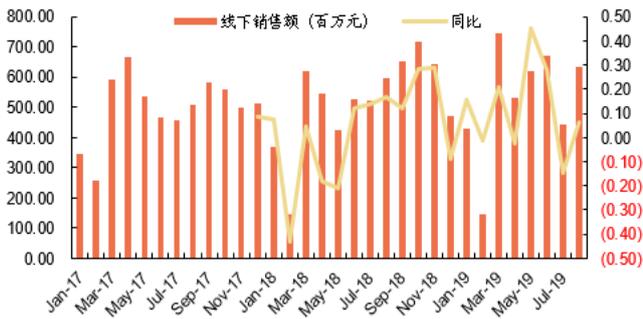
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图38: 油烟机八月线下销量 19.6 万台 增速 7.5%



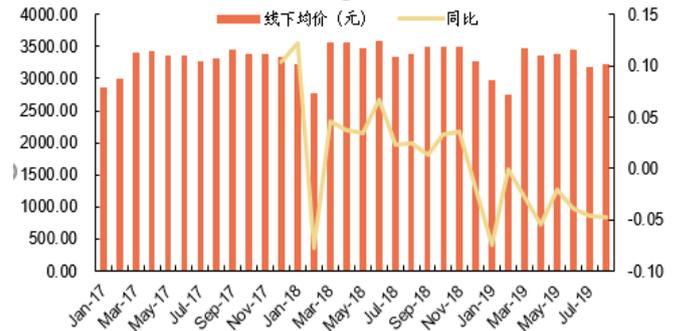
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图39: 油烟机八月线下销售额 6.3 亿元 增速 3.5%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图40: 油烟机八月线下均价 3228 元 增速 -4.7%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

4. 行业新闻及公司公告

4.1 行业新闻

格兰仕进军半导体行业 推 RISC-V 自主芯片

格兰仕的芯片合作伙伴为北京千兆跃科有限公司, 双方合作研发芯片已经有三四年时间, 9月28日推出的芯片名为 BF-细滢, 是一款物联网芯片, 使用了 SiFive China 的 RISC-V 内核, 是在国内流片制造的, 9月26日上市的 16 款格兰仕微波炉、空调、冰箱等产品已经使用了这款芯片。

董明珠联手格力高管成立股权投资公司 持股 95.2% 为第一大股东

格力电器董事长董明珠联手望靖东、黄辉等格力电器高管, 共同出资设立了珠海格臻投资管理合伙企业 (有限合伙), 其中, 董明珠持股 95.2% 为第一大股东。

立霸股份: 董事会秘书阮志东辞职 顾春兰接任

立霸股份 9 月 30 日晚间公告称, 因个人原因, 阮志东拟辞去公司董事会秘书职务, 辞职后阮志东先生将不再担任公司其他职务, 其辞职报告自送达公司董事会之日起生效。董事会决定聘任顾春兰担任公司董事会秘书。

4.2 公司公告

【晨丰科技】晨丰科技关于全资子公司完成工商变更并换发营业执照的公告

http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-09-30/603685_20190930_1.pdf

【金莱特】金莱特关于为全资子公司提供反担保的公告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?469308fb-b36c-4ce1-9a00-3612bc573e05>

【海尔智家】海尔智家可转债转股结果暨股份变动公告

http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-10-01/600690_20191001_1.pdf

5. 风险提示

原材料价格大幅波动；

国际环境大幅恶化；

房地产修复不及预期。

研究助理简介

秦一起，家电及轻工首席研究员，2018年wind平台影响力家电行业第三名。浙江大学学士及硕士学位，曾就职于德州仪器任职东亚区域国际家电企业客户经理，具备家电行业产业链深入实业经验及理解研究。2018年初于东兴证券负责家电行业研究。2019年3月加入申港证券。

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。

风险提示

本证券研究报告所载的信息、观点、结论等内容仅供投资者决策参考。在任何情况下，本公司证券研究报告均不构成对任何机构和个人的投资建议，市场有风险，投资者在决定投资前，务必要审慎。投资者应自主作出投资决策，自行承担投资风险。

免责声明

本研究报告由申港证券股份有限公司研究所撰写，申港证券股份有限公司是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。本研究报告中所引用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本公司和作者无关。

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头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。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翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为申港证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本研究报告仅供申港证券股份有限公司客户和经本公司授权刊载机构的客户使用，未经授权私自刊载研究报告的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告、防止被误导，本公司不承担由于非授权机构私自刊发和非授权客户使用该报告所产生的相关风险和贵任。

行业评级体系

申港证券行业评级体系：增持、中性、减持

增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5% 以上
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于 -5%~+5% 之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上

市场基准指数为沪深 300 指数

申港证券公司评级体系：买入、增持、中性、减持

买入	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 15% 以上
增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5%~15% 之间
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于 -5%~+5% 之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上