

# 中央空调深入家用 国内龙头地位初成

——家用电器行业周报 W41



申港证券  
SHENGANG SECURITIES

## 投资摘要:

**本周板块表现:** 本周沪深 300 指数上涨 2.5%，申万家用电器指数上涨 2.9%，高于沪深 300 指数 0.4pct，位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 8 位，较上周而言，市场整体上涨。从行业 PE (TTM) 看，家电行业 PE (TTM) 为 16.0 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、铜价格本周上涨，冷轧板上涨 0.2%，铜价上涨 2.3%，铝价格本周下跌 0.23%。**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上涨 1.0%，二线同比上涨 28.4%，三线同比上涨 20.5%

### 每周一谈：中央空调深入家用 国内龙头地位初成

伴随住宅面积扩大、空调刚需普及及消费水平提升等因素，中央空调由传统商用市场逐正向家用端快速发展。

**中央空调规模已近千亿元，家用需求飞速扩张。**2018 年中央空调内销总额达 861 亿元，6 年 CAGR 达 8.9%，2018 年保持 10% 稳健增速。其中家用市场需求量呈井喷式增长，11-17 年家用需求 CAGR 高达 42.1%，至 2017 年家用需求占比已达 50.7%，市场结构向家用端深刻改变。

### 工程端渠道扩张助力中央空调逆周期成长。

- 尽管因 2018 年经济承压导致整体市场增速收窄，零售端增速下滑达 -7.1%，但工程端规模以 564 亿元主导地位保持 13.2% 增速提振整体市场。
- 工程市场提升与中央空调的精装修配置率快速提升密切相关。精装地产市场自身具备穿越周期属性，2018 年精装开盘量增速达 59.9%。同时因中央空调与精装流程、消费定位契合，配置率持续提升，至 2018 年已达 21%，带动产品配套规模增速至 119%，强势推动整体产品市场成长。

### 国内品牌竞争优势逐步体现，规模、技术地位初成。

- **国内家电系占据规模领先优势。**目前阵营中国内家电主要品牌占比 38.2%，超越日韩系、欧美系、国内冷水机组系，构筑品牌规模优势。
- **格力、美的形成龙头地位。**2018 年格力、美的市占率为 15.5%、13.1%，与大金共为超百亿的第一梯队。而伴随欧美、日韩系后续退坡，国内品牌优势将进一步强化。
- **海尔综合测评夺冠，国内技术积累形成。**据信息化和产业发展部的综合测评，海尔产品以 81.5 分超越大金、日立夺冠，侧面证明国内品牌产品技术积累已成，后续家电龙头竞争地位提升值得期待。

**投资策略及组合:** 中央空调家用市场持续提升下为国内家电品牌带来市场红利，工程渠道模式更助力家电龙头集中度提升，当前规模优势、技术基础已成下龙头竞争优化确定性较强。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 13 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	15.4
市场平均市盈率	17.26

## 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：由精装修住宅配置看家电工程渠道发展》2019-10-07
- 2、《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
- 3、《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

## 内容目录

1. 中央空调深入家用 国内龙头地位初成 .....	4
2. 本周家电板块行情回顾 .....	7
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 .....	9
3.3 家电行业数据更新 .....	10
4. 行业新闻及公司公告 .....	14
4.1 行业新闻 .....	14
4.2 公司公告 .....	16
5. 风险提示.....	17

## 图表目录

图 1: 中央空调内销额变化 (亿元) .....	4
图 2: 家用与商用中央空调需求量变化 (万台) .....	4
图 3: 中央空调零售端及工程端市场规模变化 .....	5
图 4: 精装修开盘量变化情况.....	5
图 5: 精装模式下中央空调与分体空调配置率变化 .....	5
图 6: 2018 年中央空调各品类市场占有率及增速.....	6
图 7: 2018 年各系品牌中央空调市占率.....	6
图 8: 家用中央空调综合品质测评.....	7
图 9: 本周各板块涨跌幅 (%) .....	8
图 10: 各版块 PE(TTM) 对比 .....	8
图 11: 重点公司本周涨跌幅 (%) .....	8
图 12: 冷轧卷板价格略有上涨 (1.0mm, 元/吨) .....	9
图 13: LME3 个月铜价上涨、铝价有所下跌 (美元/吨) .....	9
图 14: 中国塑料价格指数有所下跌 .....	9
图 15: 液晶面板价格有所下跌 (美元/片) .....	9
图 16: 简化指数季度增速 .....	10
图 17: 30 大中城市商品房成交面积边际变化 (周至 2019.10.6) .....	10
图 18: 冰箱八月线上销量 194.5 万台 增速 17.7%.....	11
图 19: 冰箱八月线上销售额 35.5 亿元 增速 11.1%.....	11
图 20: 冰箱八月线上均价 1822.8 元 增速 -5.7%.....	11
图 21: 冰箱八月线下销量 70.3 万台 增速 9.7%.....	11
图 22: 冰箱八月线下销售额 30.4 亿元 增速 12.5%.....	11
图 23: 冰箱八月线下均价 4323.7 元 增速 1.6%.....	11
图 24: 空调八月线上销量 185.5 万台 增速 11.3%.....	12
图 25: 空调八月线上销售额 49.7 亿元 增速 5.0%.....	12
图 26: 空调八月线上均价 2677.5 元 增速 -5.6%.....	12
图 27: 空调八月线下销量 90.8 万台 增速 1.7%.....	12
图 28: 空调八月线下销售额 32.4 亿元 增速 -4%.....	12
图 29: 空调八月线下均价 3569.1 元 增速 -5.8%.....	12
图 30: 洗衣机八月线上销量 172.6 万台 增速 19.9%.....	13
图 31: 洗衣机八月线上销售额 23.4 亿元 增速 13.1%.....	13

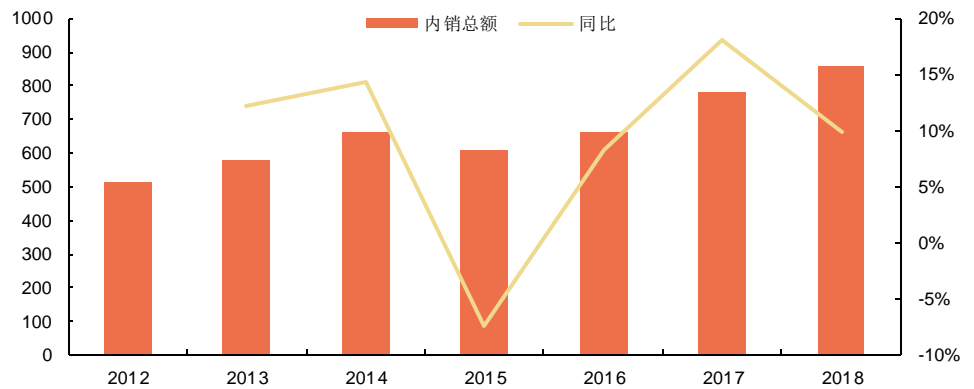
图 32: 洗衣机八月线上均价 1357.7 元 增速-5.7%.....	13
图 33: 洗衣机八月线下销量 60.8 万台 增速 6.6%.....	13
图 34: 洗衣机八月线下销售额 19.1 亿元 增速 11.8%.....	13
图 35: 洗衣机八月线下均价 3143 元 增速 3.9%.....	13
图 36: 油烟机八月线上销量 33.3 万台 增速 20.4%.....	14
图 37: 油烟机八月线上销售额 4.1 亿元 增速 21.5%.....	14
图 38: 油烟机八月线上均价 1241.8 元 增速-0.1%.....	14
图 39: 油烟机八月线下销量 19.6 万台 增速 7.5%.....	14
图 40: 油烟机八月线下销售额 6.3 亿元 增速 3.5%.....	14
图 41: 油烟机八月线下均价 3228 元 增速-4.7%.....	14
表 1: 2018 年中央空调市场各梯队品牌一览.....	6

## 1. 中央空调深入家用 国内龙头地位初成

中央空调传统多使用在大型商超、写字楼等商用场所，而伴随着居民住宅面积扩大、空调刚需性增强、消费水平提升等因素，家用中央空调的市场规模也在近年得以快速发展，相应国内外空调龙头品牌的中央空调业务占比也逐步增强。

**中央空调已形成近千亿元市场，规模稳健提升。**据产业在线数据，2018年中央空调内销总额达861亿元，2012-2018年CAGR为8.9%，2018年同比增速达10%。事实上除了2015年因地产业调整、政府廉政行动等因素导致中央空调，尤其是商用中央空调销售额下降之外，整体市场增速基本保持在10%以上。这一方面由于中央空调覆盖商用、家用市场空间较传统家电更庞大，另一方面中央空调在家用市场近年进入成长期从而快速普及。

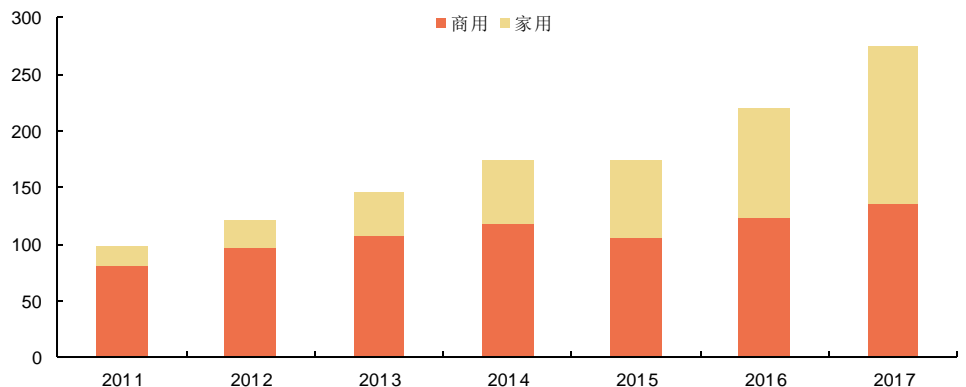
图1：中央空调内销额变化（亿元）



资料来源：产业在线，申港证券研究所

**家用型中央空调需求量飞速扩张。**据智研咨询测算，2011年家用中央空调需求量仅17万台，至2017年已高达140万台，6年家用需求量CAGR高达42.1%，至2017年家用需求量首度超越商用型，占比达50.7%。相较于商用市场需求量6年CAGR约9%的平稳增厚，中央空调市场结构正在向家用端进行深刻改变。

图2：家用与商用中央空调需求量变化（万台）

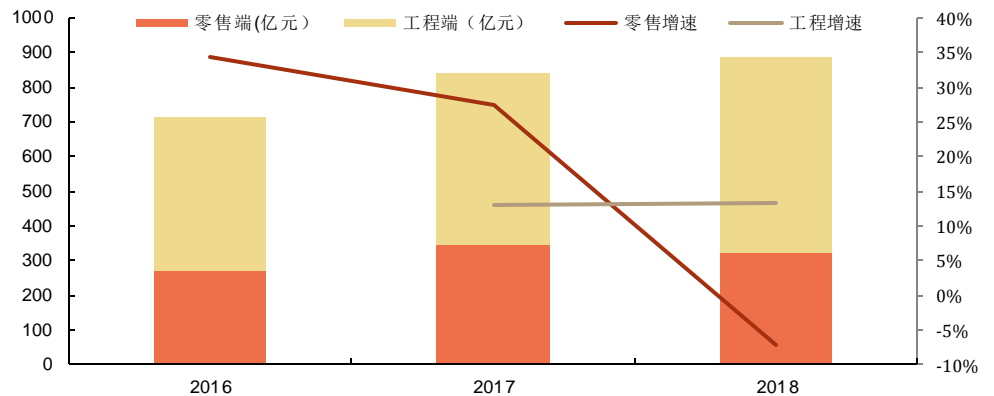


资料来源：智研咨询，申港证券研究所

工程端市场持续成长，助力中央空调逆周期扩张。

- ◆ 2018 年因经济环境下行，导致商用家用整体中央空调增速下滑，内销额增速由 2017 年 18.1% 收窄至 2018 年的 10%。
- ◆ 工程端市场规模逆势提升。据暖通网数据，2018 年中央空调零售端规模为 320 亿元，增速显著下降了 7.1%，而工程端规模达到 564 亿元，同比增速达在 13.2%，逆市保持稳健，这与工程端中精装配置占比的持续提升密切相关。

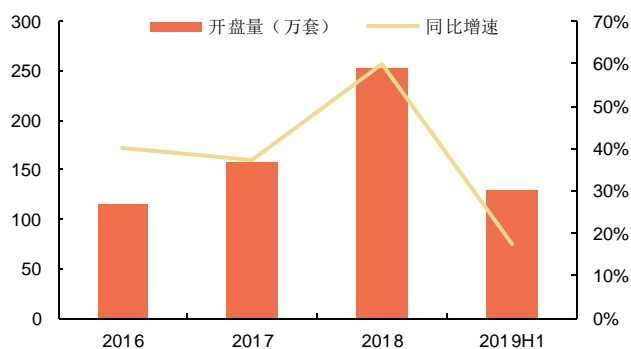
图3：中央空调零售端及工程端市场规模变化



资料来源：暖通网，申港证券研究所

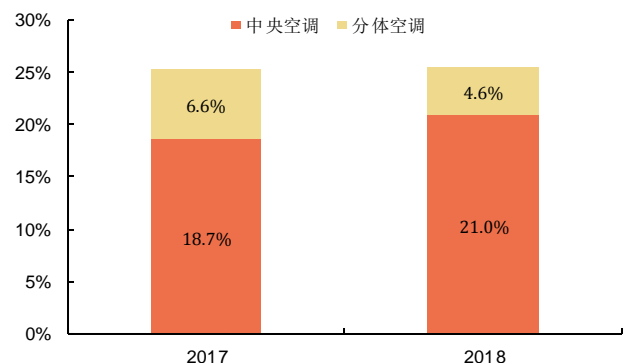
- ◆ 中央空调在精装修配置率持续快速提升。据奥维云网数据，2018 年精装房开盘量达 253 万套，同比高增 59.9%，在低基数和产业政策推动下精装地产市场自身具有穿越周期属性，2018 年精装渗透率已达 27.5% 并持续提升。同时精装模式下更利于中央空调安装，并契合中高端家装需求，配置率由 2017 年的 18.7% 增至 2018 年 21%，2018 年中央空调配套规模达 53.1 万套，增速高达 119%。精装模式的推行为中央空调在家用市场的进一步打开提供强大渠道助力。

图4：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

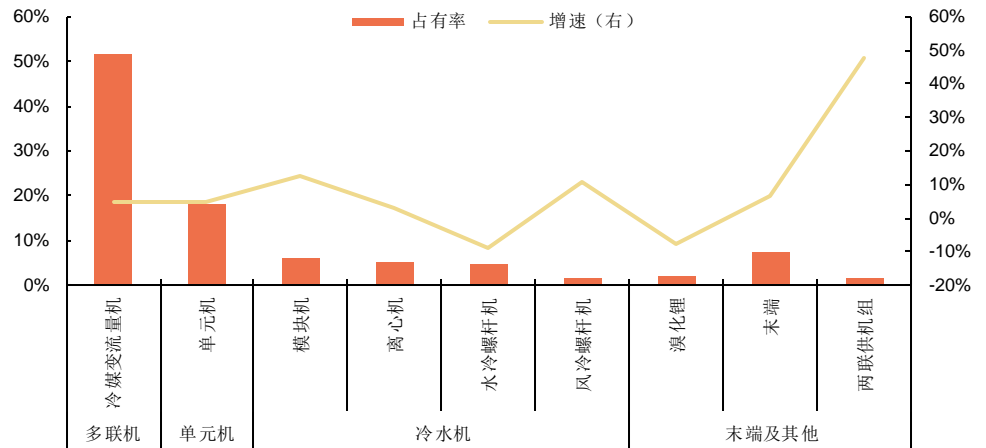
图5：精装模式下中央空调与分体空调配置率变化



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

**多联机市场保持主导。**据暖通网数据，2018 年多联机占比为 51.6%，为中央空调中的主导机型。单元机、冷水机、末端及其他等机型占比分别为 18.2%、17.6% 和 11.3%。纵观十年间多联机与单元机占比分别由 2009 年的 34.3% 和 11.6% 提升了 17.3pct 和 6.6pct，已逐步确立其主导市场。

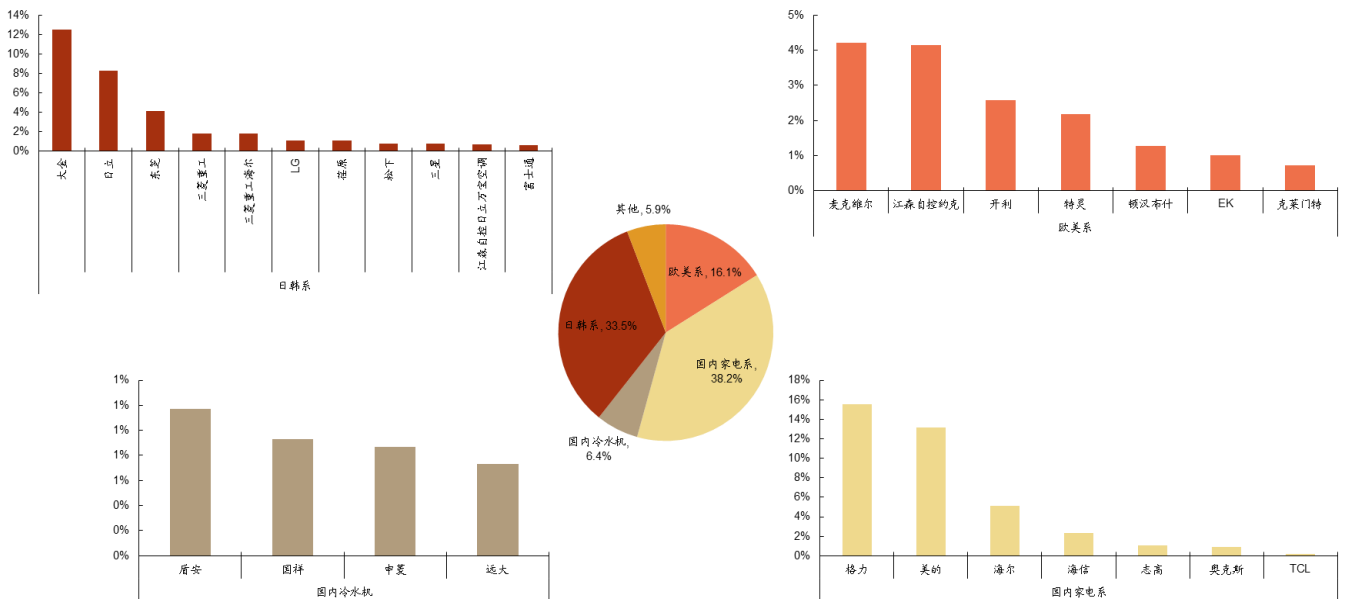
图6：2018年中央空调各品类市场占有率及增速



资料来源：暖通家，申港证券研究所 注：两联供机组含户式水机

**多系品牌竞争胶着，国内家电龙头逐步占据优势。**目前中央空调阵营大致分为欧美系、国内家电系、国内冷水机组系、日韩系等代表性品牌，市场相较成熟家电品类仍较分散，其中国内家电类知名品牌占比达 38.2% 已成首要阵营，扭转了早年外资品牌主导的情况。

图7：2018年各系品牌中央空调市占率



资料来源：暖通家，申港证券研究所

**格力美的保持第一梯队领先优势，众多品牌百舸争流。**分品牌看，当前销售超 100 亿的第一梯队为格力、美的、大金，市占率分别为 15.5%、13.1%和 12.5%，较后续梯队产品逐步形成规模优势、技术壁垒。伴随欧美系、日韩系产品在内销市场的逐步退坡，上升期的海尔、海信等品牌也将有望享受市场红利。

表1：2018年中央空调市场各梯队品牌一览

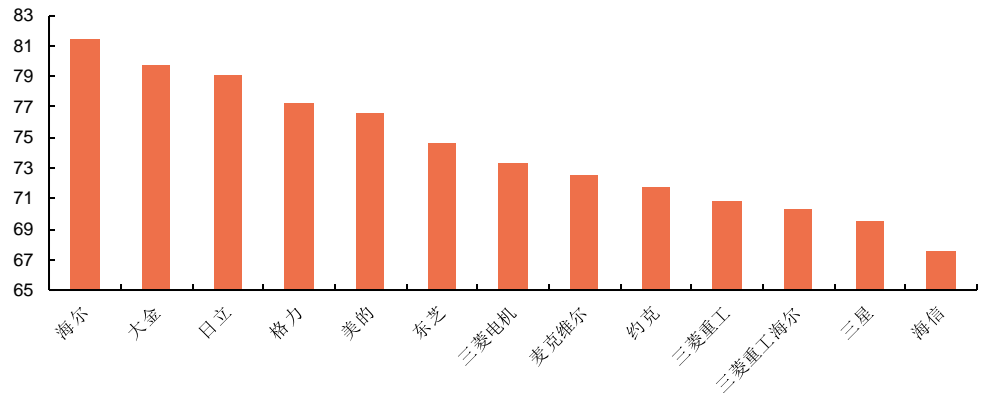
销售规模	品牌
100 亿以上	格力、美的、大金

销售规模	品牌
40-100 亿	日立、海尔、麦克维尔、江森自控约克、东芝
10-40 亿	天加、开利、海信、特灵、三菱重工、三菱重工海尔、顿汉布什、盾安、LG、志高、荏原、EK、国祥、奥克斯、三菱电机、申菱
5-10 亿	松下、远大、三星、克莱门特、江森自控日立万宝空调、富士通、思科等
5 亿以下	科龙、长虹、新科、博世、TCL、奥利凯、美意、同方等

资料来源：暖通家，申港证券研究所

**综合品质测评海尔夺冠，国内品牌地位提升值得期待。**国家信息中心信息化和产业发展部发布的《2018 年家用中央空调趋势发展报告》中对各产品进行品质测评，考核其制冷量、换风量、耗电量等 8 项指标，最终海尔产品超越大金、日立等夺冠，侧面证明国内产品技术已逐步超越外资品牌，后续家电龙头的竞争地位提升值得期待。

图8：家用中央空调综合品质测评

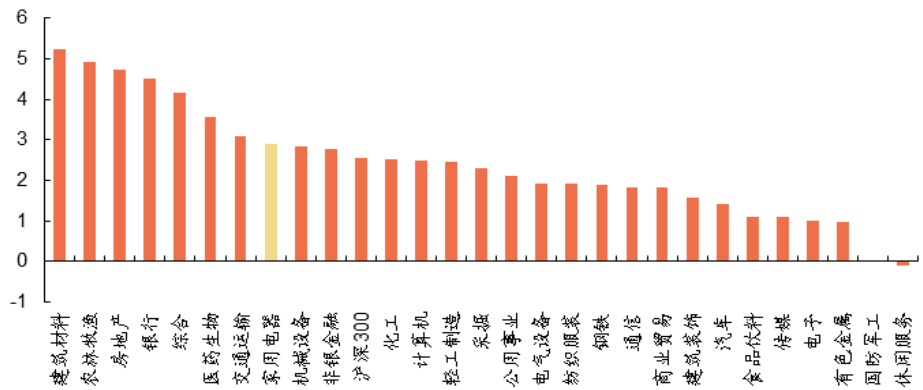


资料来源：信息化和产业发展部，申港证券研究所

## 2. 本周家电板块行情回顾

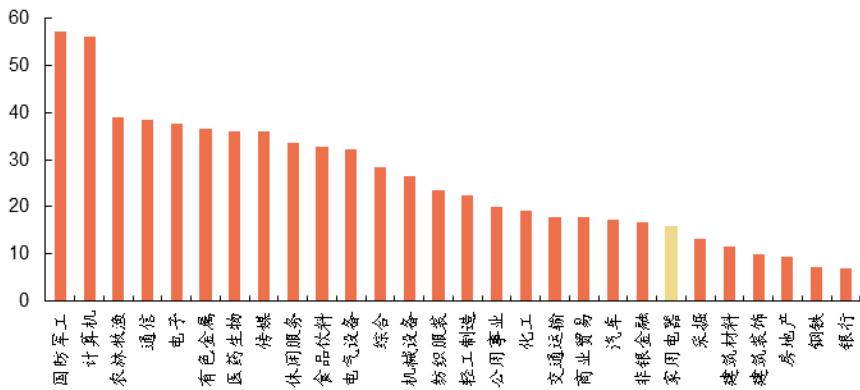
本周沪深 300 指数上涨 2.5%，申万家用电器指数上涨 2.9%，高于沪深 300 指数 0.4pct，位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 8 位，较上周而言，市场整体上涨。从行业 PE (TTM) 看，家电行业 PE (TTM) 为 16.0 倍，位列申万 28 个一级行业的第 22 位，估值仍处较低位。

图9：本周各板块涨跌幅 (%)



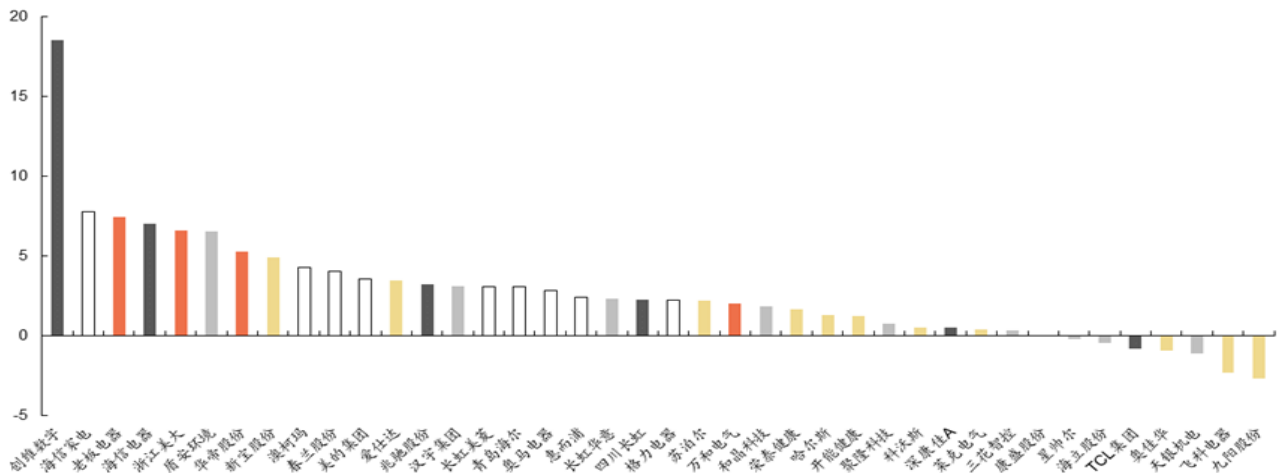
资料来源：wind，申港证券研究所

图10：各版块 PE(TTM) 对比



资料来源：wind，申港证券研究所

图11：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：创维数字 (18.5%)、海信家电 (7.7%)、老板电器 (7.4%)、海信电器 (7.0%)、浙江美大 (6.6%)；跌幅前五：九阳股份 (-



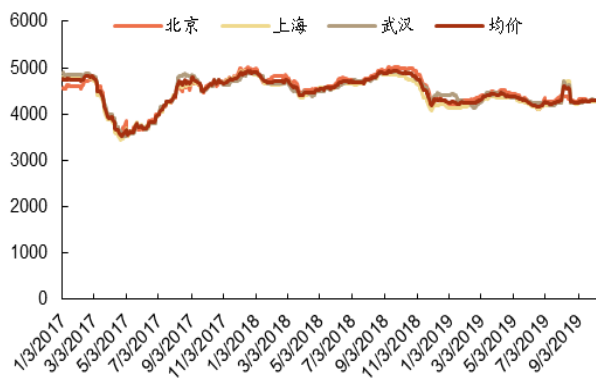
2.7%)、飞科电器 (-2.4%)、天银机电 (-1.1%)、奥佳华 (-1.0%)、TCL 集团 (-0.8%)。

### 3. 行业数据变化

#### 3.1 原材料市场变化

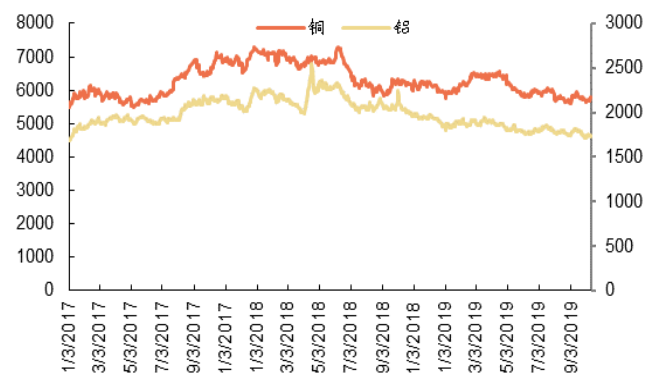
大家电主要原材料冷轧板、铜价格本周上涨,冷轧板上涨0.2%,铜价本周上涨2.3%,铝价格本周下跌0.23%,原材料材料小幅上涨,整体盈利空间仍居较高位置。液晶面板9月价格较上月32寸、43寸、55寸分别下降1美元/片、6美元/片、4美元/片,面板上游降价利好黑电盈利修复。

图12: 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13: LME3个月铜价上涨、铝价有所下跌 (美元/吨)



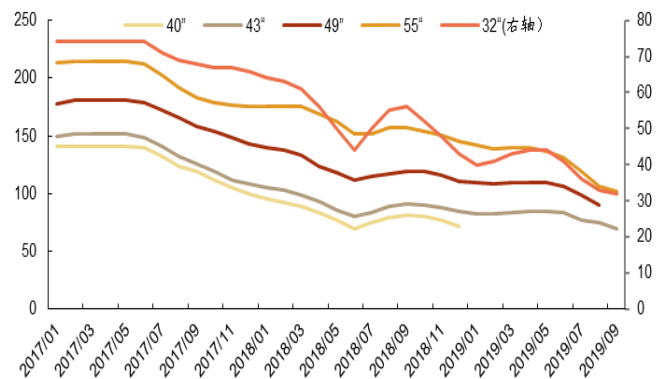
资料来源: LME, 申港证券研究所

图14: 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15: 液晶面板价格有所下跌 (美元/片)

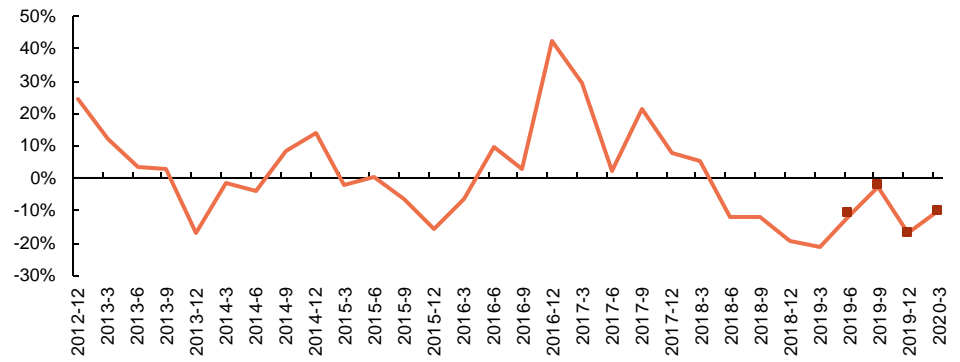


资料来源: wind, 申港证券研究所

#### 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。

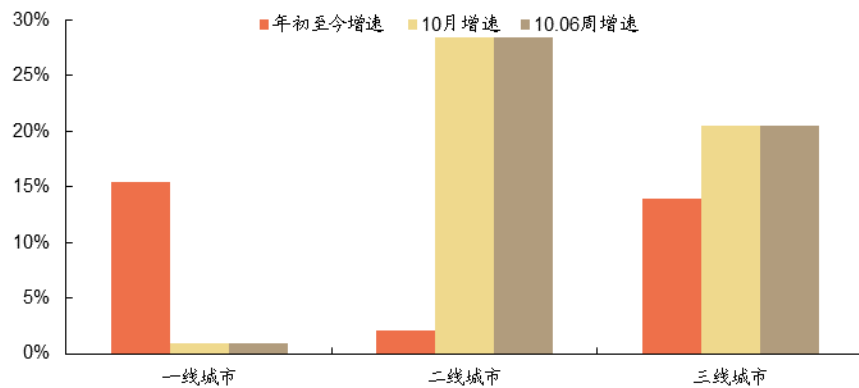
图16: 简化指数季度增速



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上涨 1.0%，二线同比上涨 28.4%，三线同比上涨 20.5%，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17: 30大中城市商品房成交面积边际变化(周至2019.10.6)

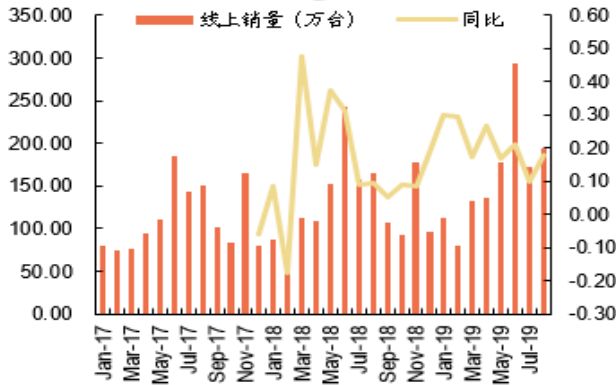


资料来源: wind, 申港证券研究所

### 3.3 家电行业数据更新

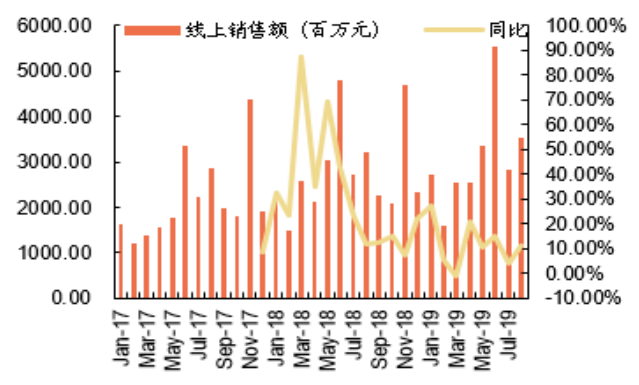
2019年8月冰箱线上销量194.5万台，同比增速17.7%，销售额35.5亿元，同比增速11.1%，均价1822.8元，同比增速-5.7%；冰箱线下销量70.3万台，同比增速9.7%，销售额30.4亿元，同比增速12.5%，均价4323.7元，同比增速1.6%。

图18: 冰箱八月线上销量 194.5 万台 增速 17.7%



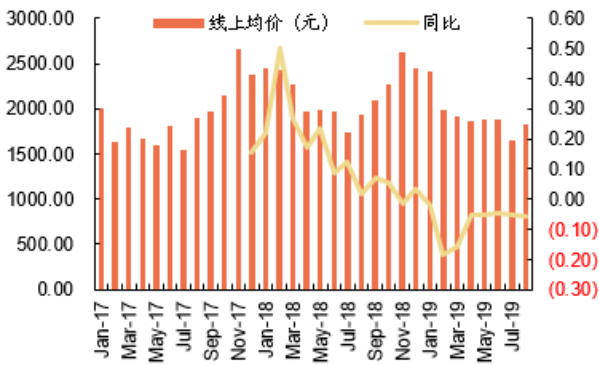
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图19: 冰箱八月线上销售额 35.5 亿元 增速 11.1%



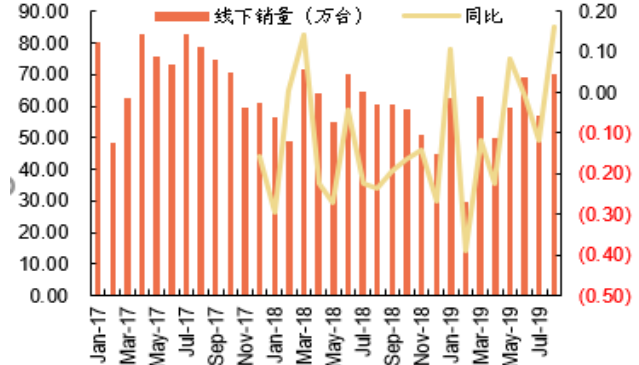
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图20: 冰箱八月线上均价 1822.8 元 增速-5.7%



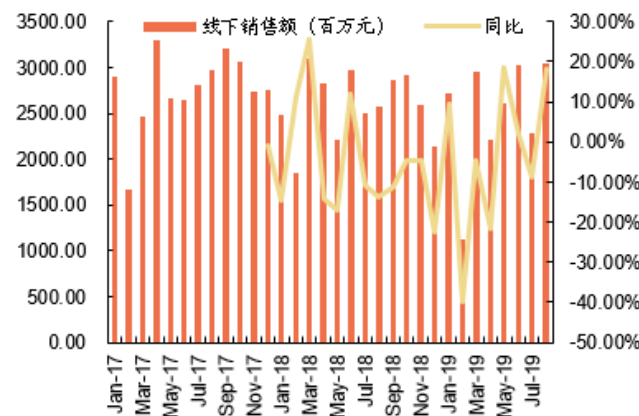
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图21: 冰箱八月线下销量 70.3 万台 增速 9.7%



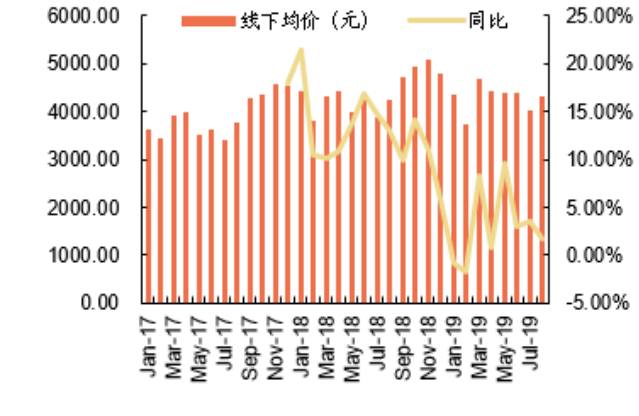
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图22: 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

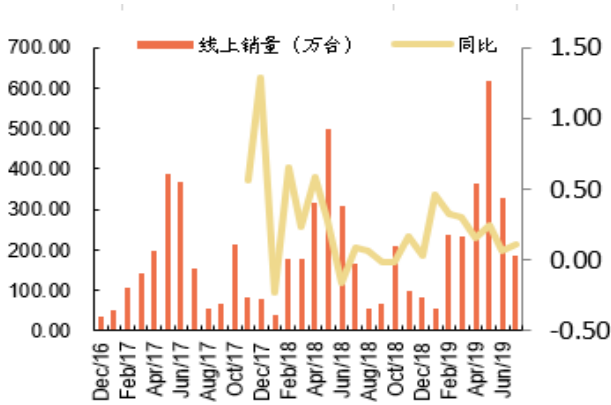
图23: 冰箱八月线下均价 4323.7 元 增速 1.6%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

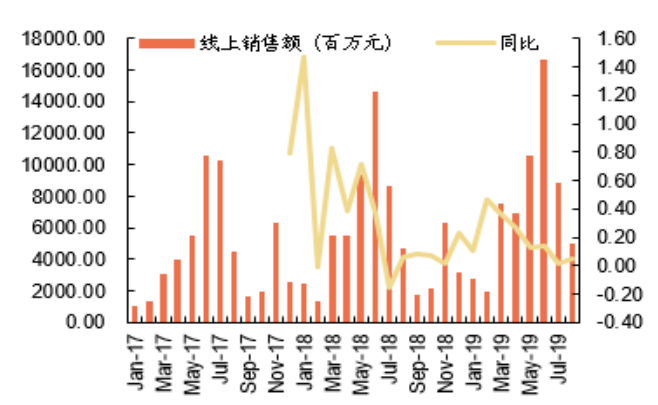
2019年8月家用空调线上销量 185.5 万台, 同比增速 11.3%, 销售额 49.7 亿元, 同比增速 5.0%, 均价 2677.5 元, 同比增速-5.6%; 家用空调线下销量 90.8 万台, 同比增速 1.7%, 销售额 32.4 亿元, 同比增速-4.0%, 均价 3569.1 元, 同比增速-5.8%。

图24: 空调八月线上销量 185.5 万台 增速 11.3%



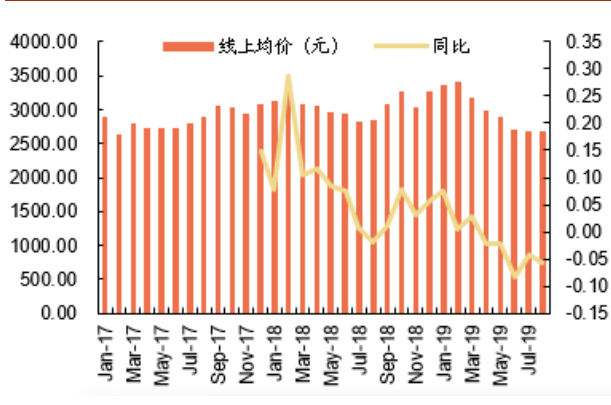
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图25: 空调八月线上销售额 49.7 亿元 增速 5.0%



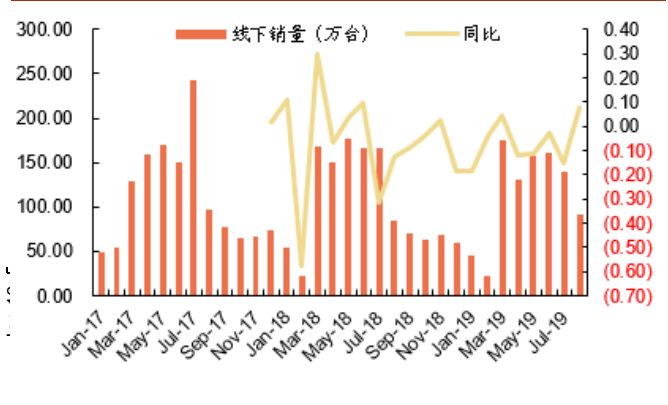
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图26: 空调八月线上均价 2677.5 增速 -5.6%



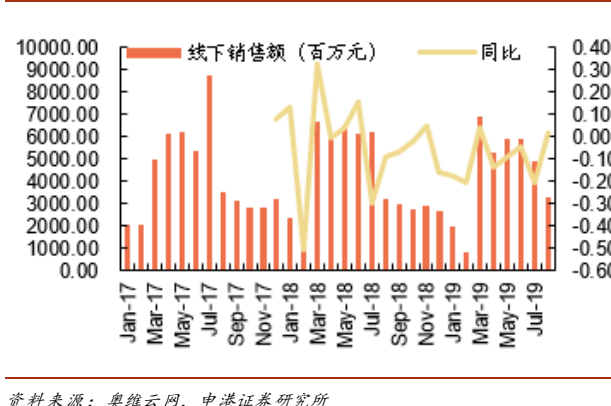
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图27: 空调八月线下销量 90.8 万台 增速 1.7%



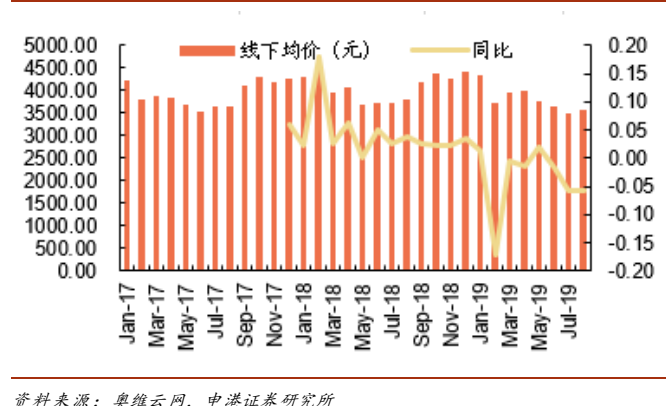
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图28: 空调八月线下销售额 32.4 亿元 增速 -4%



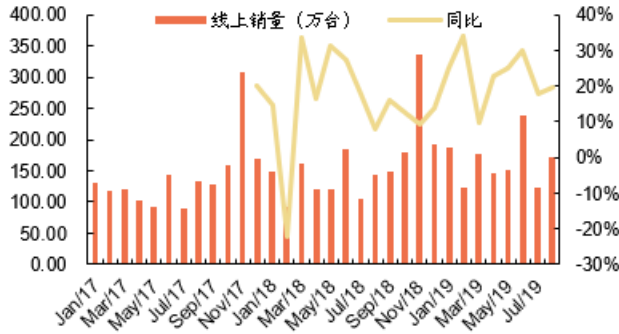
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图29: 空调八月线下均价 3569.1 元 增速 -5.8%

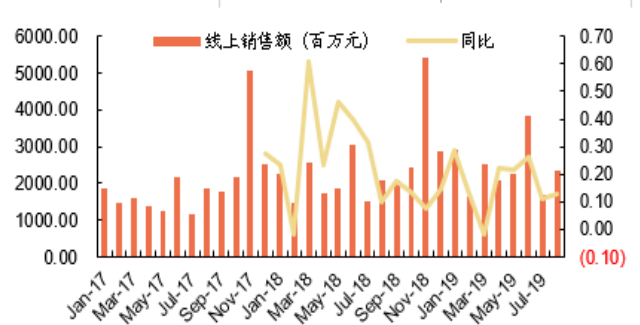


资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

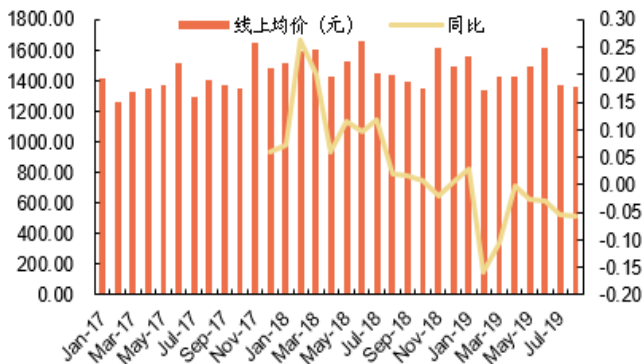
2019年8月洗衣机线上销量 172.6 万台, 同比增速 19.9%, 销售额 23.4 亿元, 同比增速 13.1%, 均价 1357.7 元, 同比增速 -5.7%; 洗衣机线下销量 60.8 万台, 同比增速 6.6%, 销售额 19.1 亿元, 同比增速 11.8%, 均价 3143.4 元, 同比增速 3.9%。

**图30: 洗衣机八月线上销量 172.6 万台 增速 19.9%**


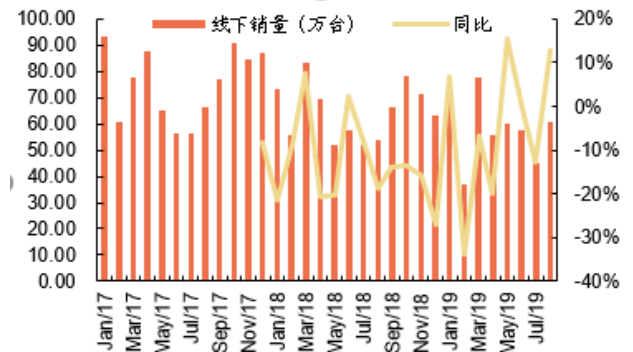
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

**图31: 洗衣机八月线上销售额 23.4 亿元 增速 13.1%**


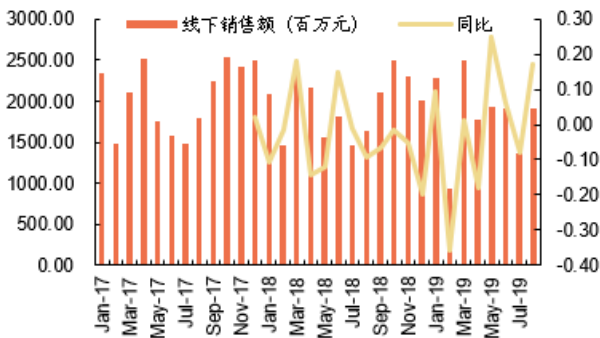
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

**图32: 洗衣机八月线上均价 1357.7 元 增速 -5.7%**


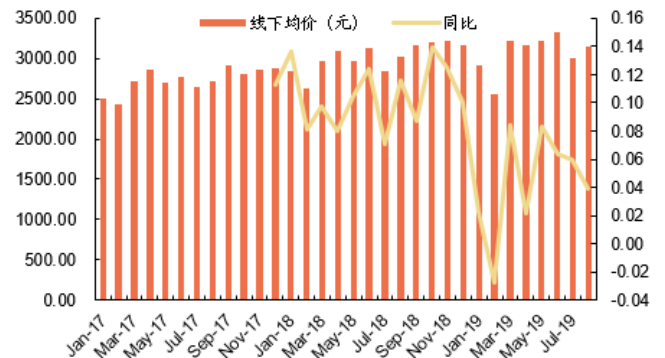
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

**图33: 洗衣机八月线下销量 60.8 万台 增速 6.6%**


资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

**图34: 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

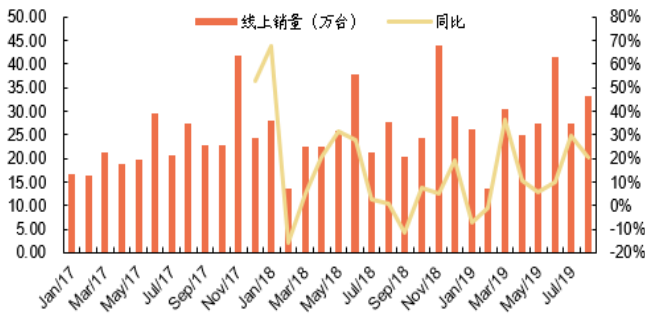
**图35: 洗衣机八月线下均价 3143 元 增速 3.9%**


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%。

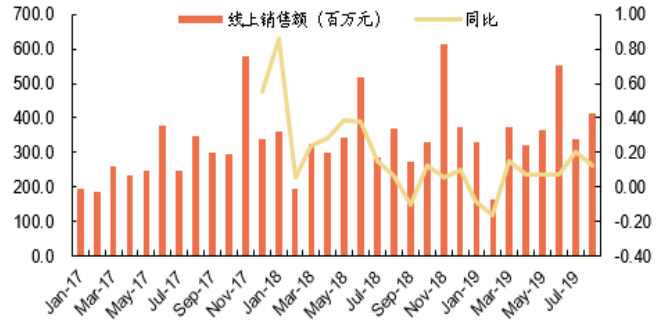


图36: 油烟机八月线上销量 33.3 万台 增速 20.4%



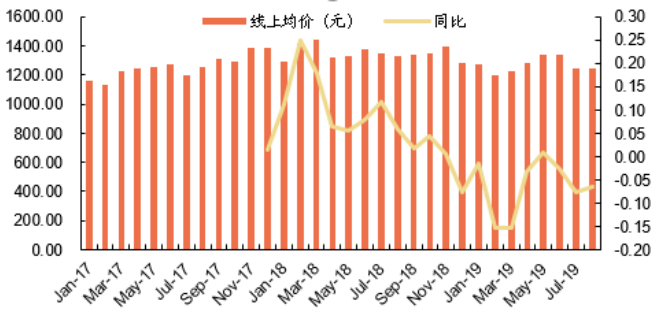
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图37: 油烟机八月线上销售额 4.1 亿元 增速 21.5%



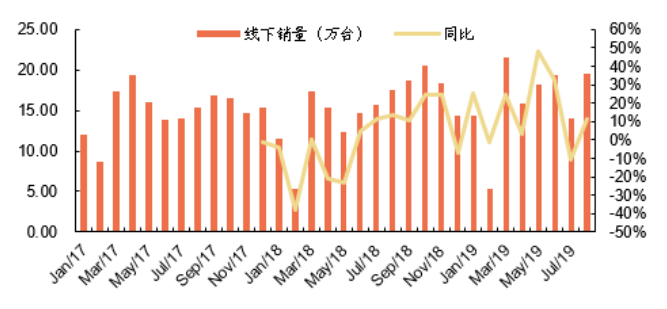
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图38: 油烟机八月线上均价 1241.8 元 增速-0.1%



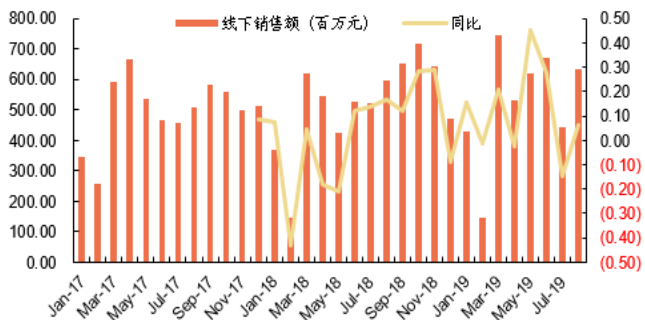
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图39: 油烟机八月线下销量 19.6 万台 增速 7.5%



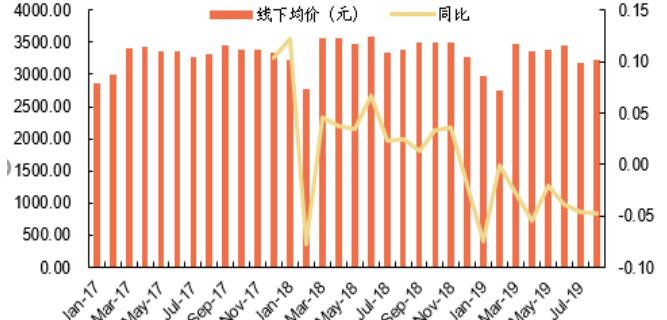
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图40: 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41: 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

#### 格兰仕推物联网芯片布局智能家电 家电业加快造芯

基于与 SiFive China 的战略合作, 日前, 格兰仕首次推出物联网芯片, 并配置于 16 款格兰仕产品中, 此举标志着格兰仕已经走出传统家电制造, 开始布局智能家电, 向更有前景的智能领域迈进。经历了中兴和华为事件之后, 这两年家电企业在芯片产品上人人自危, 以前不少家电公司甘于做世界的组装工厂, 核心器件全部从国外

科技公司采购,近两年,传统家电企业纷纷进军芯片半导体领域,包括格力、康佳、TCL,无一不开始布局上游产业。

#### **得邦照明(603303.SH)截至9月底累计耗资1.40亿元回购2.21%股份**

10月8日,得邦照明(603303.SH)公布,截至2019年9月30日,公司以集中竞价交易方式累计回购公司股份数量为约1077.08万股,占公司目前总股本的2.21%,成交最高价为15.15元/股,成交最低价为8.93元/股,支付的总金额为约1.40亿元。

#### **银河电子(002519.SZ):约1.65亿股限售股10月14日解禁**

10月8日,银河电子(002519.SZ)公布,此次非公开发行限售股份数量为约1.65亿股,占目前公司股份总数的14.6072%;此次非公开发行限售股份可上市流通日为2019年10月14日。

#### **美的集团(000333.SZ):截至9月底累计回购近31亿元股份**

10月8日,美的集团(000333.SZ)公布,截至2019年9月30日,公司通过回购专用证券账户,以集中竞价方式累计回购了6025.2129万股,占公司截至2019年9月30日总股本的0.8654%,最高成交价为55.00元/股,最低成交价为45.62元/股,支付的总金额约为30.9968亿元(不含交易费用)。

#### **创维数字逆势涨停 料前三季度净利同比增94.42%至137.62%**

10月9日,创维数字(000810.SZ)逆势涨停,报9.49元,暂成交1.2亿元,最新总市值100.5亿,现有逾20万手买单封住涨停板。公司昨日公告称,预计今年前三季度归属于上市公司股东的净利润4.5亿至5.5亿元,同比增94.42%至137.62%;第三季度归属于上市公司股东的净利润2.1亿至2.6亿元,同比增192.82%至262.54%。主要由于,公司产品与销售结构在优化,主营业务增长,持续全要素泛供应链体系的改进,毛利率提升所致。

#### **双星集团启动混改 海信、青啤、澳柯玛在混改名单中**

10月8日晚,青岛双星(000599)发布公告,青岛双星股份有限公司控股股东双星集团已接到青岛市国资委通知,通知双星集团即日起正式启动混合所有制改革工作,据了解,本次混改在引入拥有加快双星发展所需关键资源的战略投资者的同时,双星集团将同步实施职工入股。

#### **2019中国高端空调TOP5:卡萨帝、美的、三菱电机前三份额超8成**

10月9日下午,中怡康传来空调行业最新数据。数据显示,在1.5万元以上市场,卡萨帝份额36.01%、美的份额20.12%、三菱电机16.05%,前三卡萨帝、美的、三菱电机品牌占据1.5万元以上市场超8成;6000元以上市场,格力占比为27.37%,三菱电机份额为27.31%,卡萨帝为12.24%。

#### **格力电器混改接近揭盅 18名核心管理层合伙公司浮出水面**

格臻投资的18个股东大多是格力电器总裁助理以上的核心高管层,他们在格力电

器迅速扩张的业务版图中扮演重要角色。可以说，谁握住了这批人，谁就握住了格力电器的命脉和核心资源。在高瓴资本与厚朴投资竞逐格力电器（000651.SZ）控制权的关键时刻，董明珠领衔格力电器高管层近日首次设立合伙制的投资管理公司，格力电器“十八罗汉”的核心团队也随之正式浮出水面。新公司将在格力电器推进“混改”过程中，成为新的变量。

### 美的集团发布重磅 AIoT 创新成果 美的 IoT 开发者平台亮相

10月10日，美的集团(000333)举办了以“开放突破 体验领先”为主题的美的科技月 2019 AIoT 创新成果发布会，发布了多项领先行业的智能家居创新成果，覆盖智能连接、智能安全、智能芯片、智能场景、人工智能和 5G 应用等多个领域，且对外正式发布美的 IoT 开发者平台。据悉，美的 IoT 已与华为、阿里、苏宁、京东等平台实现云云对接，共同致力行业智能家居生态圈建设，推动智能化生活普及。

### 小米夏普等 7 家智能电视开机广告侵权企业被约谈

小米、夏普等 7 家智能电视开机广告侵权企业被约谈 江苏省消保委：限期整改】开机看电视，得先看一段广告，还不能关闭，这种情况恐怕不止一个人遇到。近日，江苏省消保委公开约谈，创维、海信、小米、海尔、长虹、夏普、乐视 7 家问题企业到场。会上提出 4 点整改要求，要求企业 10 个工作日提交书面整改方案。若不配合不整改，省消保委不排除将发起公益诉讼。

### 太龙照明(300650.SZ)拟斥 600 万元与罗拥辉等共设合资公司

10月11日，太龙照明(300650.SZ)公布，公司于2019年10月11日与罗拥辉、贺四妹、刘乃昆签署了《广东太龙科恩照明科技有限责任公司章程》，拟共同投资设立合资公司广东太龙科恩照明科技有限责任公司。合资公司注册资本为人民币 1000 万元。公司以货币形式出资人民币 600 万元，占注册资本的 60%；罗拥辉以货币形式出资人民币 180 万元，占注册资本的 18%；刘乃昆以货币形式出资人民币 110 万元，占注册资本的 11%；贺四妹以货币形式出资人民币 110 万元，占注册资本的 11%。

### 海尔美的海信成国庆节大赢家 头部品牌消费集中度更高

今年10月1-10月7日国庆期间，苏宁全渠道健康空调的销量在苏宁渠道同比增长263%，国产空调主动促销占比达到95%，尤其是九月上市国产空调新品同比增长3倍。苏宁全渠道商空调销量排行榜中，美的、格力和海尔分列前三，海信位列第五。

### 下周 43 家公司 1706 亿市值限售股解禁

Wind 数据统计显示，下周（10月14日-10月18日）共有 43 家公司限售股陆续解禁，合计解禁量 46.85 亿股，按 10 月 11 日收盘价计算，解禁市值为 1706.16 亿元。

## 4.2 公司公告

### 【深康佳 A】关于全资子公司收到政府补贴的公告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?680bf776-45aa-4202-b9d2-cb86ec1f94e7>



【奇精机械】可转债转股结果暨股份变动公告

[http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-10-09/603677\\_20191009\\_2.pdf](http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-10-09/603677_20191009_2.pdf)

【创维数字】2019 年前三季度业绩预告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?6fe48545-97fc-4e11-8134-1f46c5bb0967>

【苏泊尔】关于回购公司股份的进展公告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?0641c07a-5936-49ca-9049-de4d8d526714>

【长虹美菱】关于非公开发行股票限售股份上市流通的提示性公告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?17b1dcd3-f13f-4ebb-ad2a-67a295ebb5f1>

【太龙照明】关于对外投资设立合资公司的公告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?c6307584-f95c-480c-9dfa-6514fbe161ec>

## 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法律责任。

## 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