

# 由各国家电普及率看各品类发展规律

——家用电器行业周报 W49



申港证券  
SHENGGANG SECURITIES

## 投资摘要:

**本周板块表现:** 本周沪深 300 指数上涨 1.9%，申万家用电器指数上涨 4.7%，涨幅大于沪深 300 指数 2.8pct，位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 2 位。从行业 PE (TTM) 看，家电行业 PE (TTM) 为 16.2 倍，位列申万 28 个一级行业的第 20 位，估值仍处较低位。

**原材料市场,** 大家电主要原材料铜铝、冷轧卷板价格本周上涨，塑料价格与上周基本持平，铜铝分别上涨 2.5% 和 0.1%，冷轧卷板上涨 0.6%。原材料材料小幅调整，整体盈利空间仍居较高位置。液晶面板 11 月价格与上月持平。

### 每周一谈: 由各国家电普及率看各品类发展规律

本周通过对美日韩台印 6 个国家及地区，对冰洗空及吸尘器、微波炉、洗碗机等代表性家电品类，纵览其 1977-2018 的 42 年间普及率，总结发展规律。

**冰洗为各国普遍优先发展品类。** 至 18 年除印度外冰洗普及率基本超 90% 实现全面普及。而美国 40 年间普及率 60-86% 主要受其公寓共用洗衣房模式影响。

- **各发达地区冰洗普及饱和顺序与经济发展顺序相对应。** 日本 1977 年冰洗已普及率饱和，韩国则在 96 年，台湾洗衣机直至 2010 年前后饱和。

- 此外，**中国先洗衣机后冰箱的需求释放，与各国规律相反。** 不同于其他五国先冰后洗，我国 1977-2010 年间洗衣机普及率高于冰箱 5.5-18.2pct，家电下乡后冰箱普及率才反超。推测与早期食品供应及多元储存方式有关。

**空调 2000 前各地普及率低，气候变化带来全球性机遇。**

- **前期空调需求未起。** 1977 年各国空调普及率均为超 30%，至 2000 年全球没有国家实现空调全面普及，直至 2018 年全面普及国家仅中美日三国。

- **空调由可选向刚需转变恰在近数十年。** 1977-2000 年美日台需求趋向刚性，2000 年后中韩印爆发增长。气候变暖带来空调全球范围刚需性提升。

**可选消费家电中，吸尘器、微波炉规律相近，洗碗机中国初迎拐点爆发。**

- **吸尘器美日已实现刚需，韩国正处转型，中印仍在可选阶段。** 美日全面普及除了经济发达早外，与美式地毯文化、日式草芯席面相关，韩国 1990s 普及率提升需求转型，中国至 14-15 年后无线吸尘器发展带动规模提升。

- **微波炉各国普及程度与吸尘器相近。** 美日实现全面普及达 96.2%、96%，韩国持续上升至 18 年达 90.5%，中国快速提升至 18 年 42.3%，微波炉与吸尘器相遇印证侧面证明可选消费家电市场与经济发展的密切关系。

- **洗碗机市场中国仍处导入到成长初期阶段。** 18 年中国普及率仅 0.6%，低于各国市场，相应美国已高达 73.1%，印度也达 5.1%。前期缓慢除经济住宅制约外，早期技术并不适用中式餐具，至 15 年技术突破市场迎来拐点。

此外需强调的是，**印度普及率正处高速提升阶段，是我国家电龙头的全球化增量方向。** 印度 18 年冰空洗普及率分别为 35.3%、23.8%、15.3%，五年普及率提升达 10.7pct、8pct、5.2pct，对应我国 2000 前后高速成长期，同样庞大人口基数下，有望创造新的千亿级家电业务，为我国龙头必争之地。

**投资策略及组合:** 各国空调刚需性普遍提升，内销可选家电较发达国家空间庞大，印度市场正处普及率爆发期，多元机遇利好具备产品区域多元布局的家电龙头。推荐组合: 美的集团、海尔智家、格力电器、老板电器、三花智控各 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 12 月 08 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	15.97
市场平均市盈率	16.75

## 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: 由新能效尾货释放看当下空调价格战》2019-12-02
- 2、《家用电器行业研究周报: 引入净现金周期 探讨家电资产运营效率》2019-11-24
- 3、《家用电器行业研究周报: 由国际厨电龙头定位国内龙头现状》2019-11-18

## 内容目录

1. 由各国家电普及率看各品类发展规律.....	4
2. 本周家电板块行情回顾.....	6
3. 行业数据变化.....	8
3.1 原材料市场变化.....	8
3.2 地产数据变化.....	8
3.3 家电行业数据更新.....	9
4. 行业新闻及公司公告.....	13
4.1 行业新闻.....	13
4.2 公司公告.....	15
5. 风险提示.....	16

## 图表目录

图 1: 美国 40 年间主要大家电普及率变化 (%) .....	4
图 2: 日本 40 年间主要大家电普及率变化 (%) .....	4
图 3: 韩国 40 年间主要大家电普及率变化 (%) .....	4
图 4: 中国台湾 40 年间主要大家电普及率变化 (%) .....	4
图 5: 中国 40 年间主要大家电普及率变化 (%) .....	5
图 6: 印度 40 年间主要大家电普及率变化 (%) .....	5
图 7: 本周各板块涨跌幅 (%) .....	7
图 8: 各版块 PE(TTM) 对比 .....	7
图 9: 重点公司本周涨跌幅 (%) .....	7
图 10: 冷轧卷板价格略有上涨 (1.0mm, 元/吨) .....	8
图 11: LME3 个月铜价、铝价有所上涨 (美元/吨) .....	8
图 12: 中国塑料价格与上周基本持平 .....	8
图 13: 液晶面板价格与上月持平 (美元/片) .....	8
图 14: 简化指数季度增速 .....	9
图 15: 30 大中城市商品房成交面积边际变化 (周至 2019.11.24) .....	9
图 16: 冰箱十月线上销量 109.5 万台 增速 19.5%.....	10
图 17: 冰箱十月线上销售额 23.6 亿元 增速 13.3%.....	10
图 18: 冰箱十月线上均价 2151 元 增速-5.2%.....	10
图 19: 冰箱十月线下销量 60.3 万台 增速 2.2% .....	10
图 20: 冰箱十月线下销售额 29.8 亿元 增速 2.2%.....	10
图 21: 冰箱十月线下均价 4951.3 元 增速 0.01%.....	10
图 22: 空调十月线上销量 76.4 万台 增速 17.7% .....	11
图 23: 空调十月线上销售额 21.6 亿元 增速 1.8%.....	11
图 24: 空调十月线上均价 2826.6 元 增速-13.5%.....	11
图 25: 空调十月线下销量 64.5 万台 增速 3.7% .....	11
图 26: 空调十月线下销售额 26.3 亿元 增速-3.6%.....	11
图 27: 空调十月线下均价 4075.3 元 增速-7.1%.....	11
图 28: 洗衣机十月线上销量 211.9 万台 增速 17.8%.....	12
图 29: 洗衣机十月线上销售额 28.5 亿元 增速 16.9%.....	12
图 30: 洗衣机十月线上均价 1344.6 元 增速-0.8% .....	12
图 31: 洗衣机十月线下销量 73.3 万台 增速-6.4%.....	12

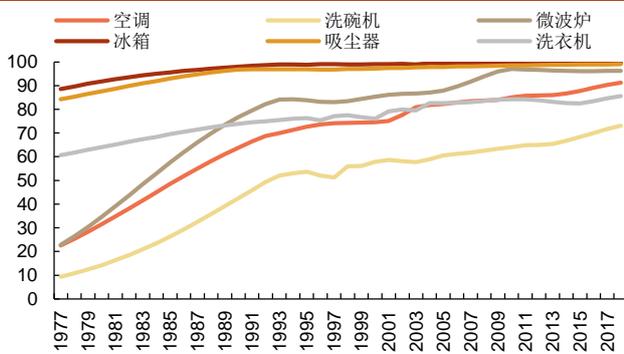
图 32: 洗衣机十月线下销售额 24.4 亿元 增速-2.5%.....	12
图 33: 洗衣机十月线下均价 3332.6 元 增速 4.2% .....	12
图 34: 油烟机十月线上销量 31.6 万台 增速 29.4%.....	13
图 35: 油烟机十月线上销售额 3.9 亿元 增速 18.3% .....	13
图 36: 油烟机十月线上均价 1236.5 元 增速-8.5% .....	13
图 37: 油烟机十月线下销量 18.5 万台 增速-10%.....	13
图 38: 油烟机十月线下销售额 6.2 亿元 增速-13.3%.....	13
图 39: 油烟机十月线下均价 3364.1 元 增速-3.8% .....	13

## 1. 由各国家电普及率看各品类发展规律

本周一谈由各主要国家家电品类普及率变化出发，由横向及纵向变化浅析各国间家电产业普及发展的一般规律。所选家电市场研究对象为：

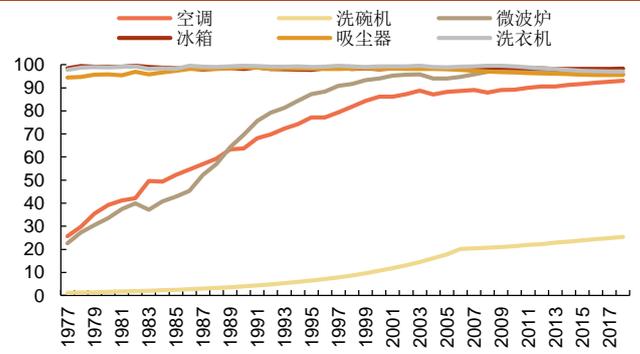
- ◆ **品类：**选用具备刚需性的冰箱、洗衣机及空调等大家电产品，及可选消费（以中国市场为标准）的吸尘器、微波炉、洗碗机等小家电/厨电品类，考察轮动规律。
- ◆ **时间：**横跨 1977 年至 2018 年共 42 年的普及率数据变化。
- ◆ **国家及地区：**在经济发展周期超前中国的各发达国家及地区中，选择美国作为西方家电市场的代表，同时泛中式市场选择日本、韩国、中国台湾等本身具有经济发展先后周期的地区，在弱于中国发展周期的市场中则选用印度市场，美国及印度在人口规模及市场体量上与中国更具备相似性。

图1：美国 40 年间主要大家电普及率变化（%）



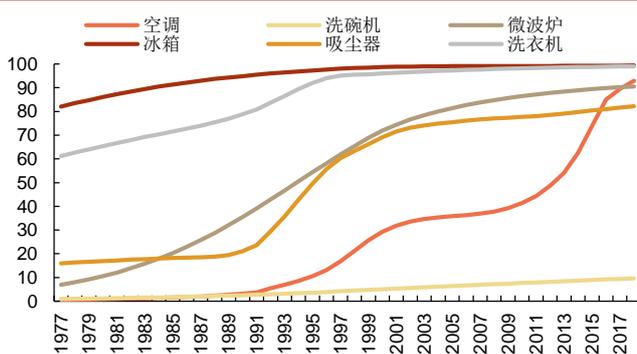
资料来源：Euromonitor，申港证券研究所

图2：日本 40 年间主要大家电普及率变化（%）



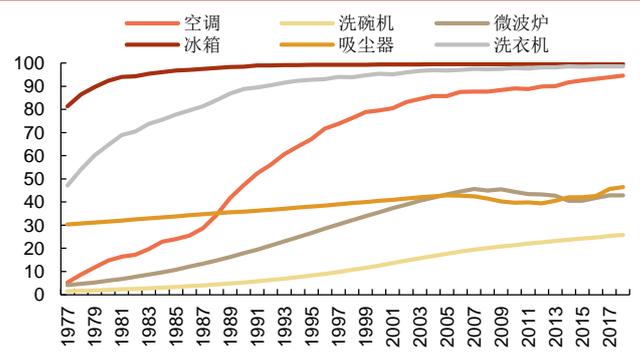
资料来源：Euromonitor，申港证券研究所

图3：韩国 40 年间主要大家电普及率变化（%）



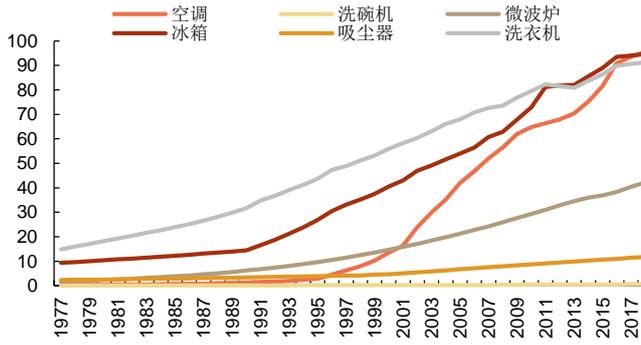
资料来源：Euromonitor，申港证券研究所

图4：中国台湾 40 年间主要大家电普及率变化（%）



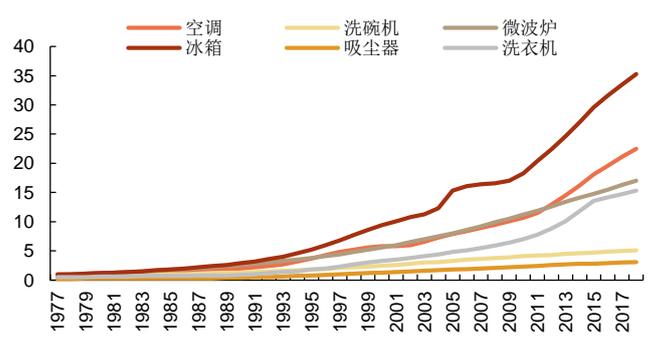
资料来源：Euromonitor，申港证券研究所

图5：中国 40 年间主要大家电普及率变化（%）



资料来源：Euromonitor，申港证券研究所

图6：印度 40 年间主要大家电普及率变化（%）



资料来源：Euromonitor，申港证券研究所

冰箱、洗衣机为各国普遍优先发展品类。至 2018 年除印度市场外，各对比国家的普及率基本实现了 90% 以上的全面普及。其中美国洗衣机 40 年间普及率在 60-86% 之间显著低于其他发达地区，主要受其公寓共用式洗衣房模式影响。

- ◆ 各发达地区冰洗达到普及率饱和先后顺序基本与地区经济发展顺序相对应。如日本在 1977 年时已实现冰洗普及率的饱和，40 年间几乎维持不变。而韩国及台湾在 40 年间仍存在区域经济升级的过程，韩国在 1996 年后冰洗普及率实现饱和，台湾冰箱普及率饱和约在 1990 年后，而洗衣机则直到近十年，2010 年后饱和。这与亚洲各地区经济的先后成长爆发顺序高度对应。
- ◆ 值得一提的是，中国市场先洗衣机后冰箱的普及规律，与各国冰洗发展顺序相反。中国市场自 1977 年至 2010 年间，洗衣机普及率持续高于冰箱，差值在 5.5-18.2pct 之间，洗衣机市场需求持续率先爆发，直至家电下乡前后政策推动冰箱普及率才补齐随后反超。这与其他各发达国家普遍的先冰箱后洗衣机的需求释放顺序相反。我们推测这或与中国早期肉食等易腐败食品供应较少，同时北方地窖、冬季低温存储、腌制风干等食物处理智慧有密切关联，冰箱前期刚需性低于洗衣机，从而导致发展顺序与海外相异。

空调在 2000 年前各地普及率普遍不高，气候环境带来全球性机遇。虽同为白电主体品类，但事实上其上升期为近年环境带动的刚需性提升。

- ◆ 1977 年时，全球各国空调普及率未超过 30%（最高为日本 25.7%），彼时发达国家已基本实现冰洗全面普及。至 2000 年没有任何国家空调达到 90% 以上的全面普及，直至 2018 年，全面普及的国家也仅有中美日三国，分别为 95.6%、91.2% 和 93%。
- ◆ 全球空调由可选消费向刚需转变，恰在近 40 年中。1977-2000 年间美日台空调逐步趋向刚需，而 2000 年中韩印三国普及率快速提升。这与近半个世纪全球气候变暖的趋势确定及持续恶化有直接关联。至 2018 年在上升的印度市场，空调已成为仅次于冰箱的第二大普及家电，空调刚需性在全球范围内持续提升，这也为全球空调龙头带来宏观的持续发展机遇。

同时以中国市场为标准的可选消费家电，我们选用微波炉、吸尘器、洗碗机等上升期并具备代表性的产品市场进行对比。

吸尘器市场在美日已实现刚需，韩国正处转变期，中台印仍处可选消费阶段。

- ◆ 美国及日本早在 40 年前就已实现吸尘器的全面普及，这除了因其居民可支配收入水平推动可选消费上升至新高度外，与美国住宅的地毯文化、日式家居的草芯席面息息相关，因传统扫、拖等清洁方式难以清理，导致吸尘器刚需性高涨。
- ◆ 韩国市场在 1990-2000 年间吸尘器普及迅速提升，随后缓慢上升至 18 年普及率达到 82.2%，正逐步实现由可选向刚需的转变。中国台湾则在 08 年后受金融危机的直接影响，可选消费市场受挫严重，其吸尘器、微波炉等均在这之后普及率有下行波动。
- ◆ 中国市场早年吸尘器需求未起，一方面受早期经济发展下可支配收入的限制，另一方面传统卧式吸尘器相对于中国中小型住宅的契合度不高，且我国以木板、瓷砖为主的地面缺乏吸尘器的刚需性，因此市场发展缓慢，直至 14-15 年前后以戴森为代表的无线吸尘器席卷中国市场，吸尘器市场规模开始爆发。关于中西方吸尘器销售结构及市场变化，在我们前期报告《破壁而后立》中有详细阐述。

**微波炉各国普及程度与吸尘器相近。**在美日分别实现普及率 96.2%、96% 的全面普及，韩国普及度正处上升期至 18 年达到 90.5% 初步实现刚需，台湾受金融危机影响受挫，而中国微波炉普及率持续快速提升，至 18 年达到 42.3%。微波炉与吸尘器两类产品发展规律的相互印证，也侧面说明了可选消费家电市场与经济关系的密切关系。

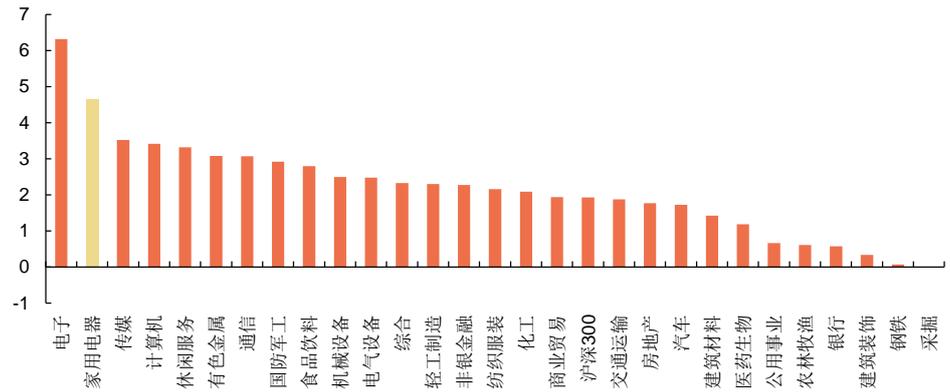
**洗碗机市场在中国仍处导入期到成长初期的过渡，需求已在全球得到印证。**洗碗机在中国发展最晚，至 18 年普及率仅 0.6%，远低于包括印度在内的各国市场。其中美国市场伴随洗碗机的产品升级，至 18 年普及率已高达 73.1%，日本、台湾的洗碗机普及率也均在 25% 以上，即使整体落后中国家电周期的印度市场洗碗机普及率也达到了 5.1%。中国市场发展缓慢除了受早期经济限制、厨房空间影响外，也与中式炊具、餐具规格与西方迥异有关，传统洗碗机洗涤方式难以清理干净，至 2015 年前后洗碗机技术突破，中国洗碗机规模迎来拐点式初步爆发。

此外需单独强调的是，**印度市场普及率正处高速提升阶段，也正为中国家电龙头的全球化增量方向。**印度 2018 年大家电的冰箱、空调、洗衣机普及率分别为 35.3%、23.8% 和 15.3%，近五年间普及率分别大幅提升了 10.7pct、8pct 和 5.2pct，目前印度家电的发展阶段正类似于我国 2000 年前后的高速成长期，在同样庞大的人口基数下，印度市场有望为各企业创造新的千亿级家电业务，正是我国家电龙头的必争之地。

## 2. 本周家电板块行情回顾

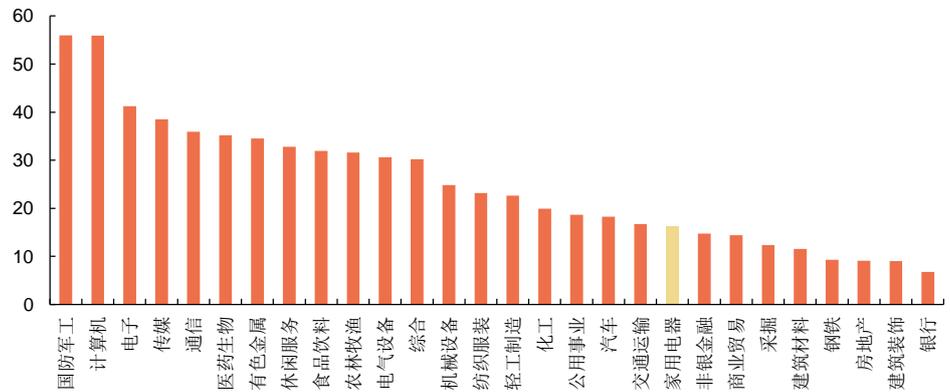
本周沪深 300 指数上涨 1.9%，申万家用电器指数上涨 4.7%，涨幅大于沪深 300 指数 2.8pct，位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 2 位。从行业 PE (TTM) 看，家电行业 PE (TTM) 为 16.2 倍，位列申万 28 个一级行业的第 20 位，估值仍处较低位。

图7：本周各板块涨跌幅（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

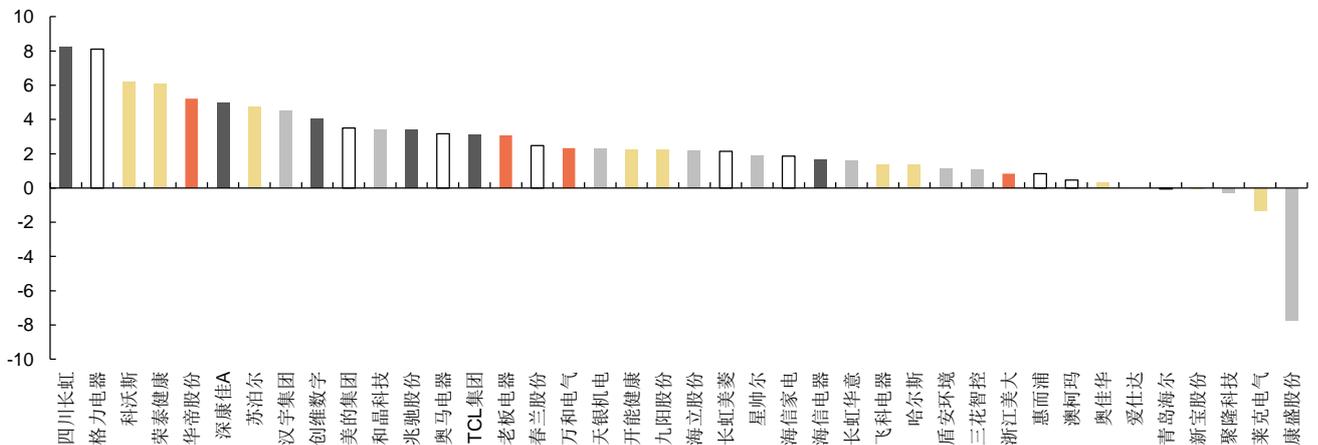
图8：各版块 PE(TTM) 对比



资料来源：wind，申港证券研究所

板块重点个股涨跌幅方面，涨幅前五：四川长虹（8.2%）、格力电器（8.1%）、科沃斯（6.2%）、荣泰健康（6.1%）、华帝股份（5.2%）；跌幅前五：康盛股份（-7.7%）、莱克电气（-1.3%）、聚隆科技（-0.3%）、新宝股份（-0.1%）、青岛海尔（-0.1%）。

图9：重点公司本周涨跌幅（%）



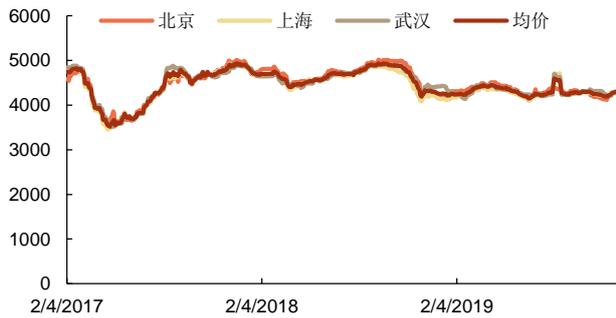
资料来源: wind, 申港证券研究所 注: 白色为白电, 黑色为黑电, 红色为厨电, 黄色为小家电, 灰色为上游零部件

### 3. 行业数据变化

#### 3.1 原材料市场变化

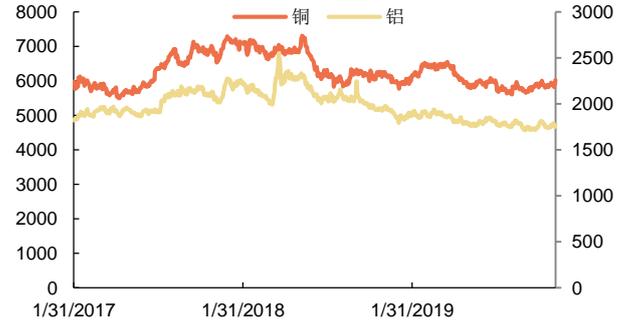
大家电主要原材料铜铝、冷轧卷板价格本周上涨, 塑料价格与上周基本持平, 铜铝分别上涨 2.5%和 0.1%, 冷轧卷板上涨 0.6%。原材料材料小幅调整, 整体盈利空间仍居较高位置。液晶面板 11 月价格与上月持平。

图10: 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11: LME3 个月铜价、铝价有所上涨 (美元/吨)



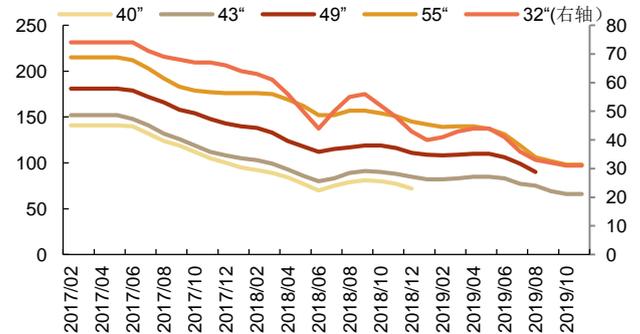
资料来源: LME, 申港证券研究所

图12: 中国塑料价格与上周基本持平



资料来源: 中塑资讯, 申港证券研究所

图13: 液晶面板价格与上月持平 (美元/片)

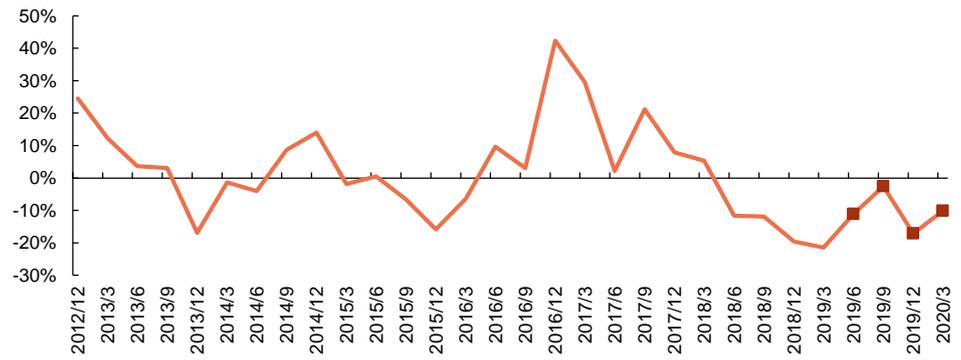


资料来源: wind, 申港证券研究所

#### 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。

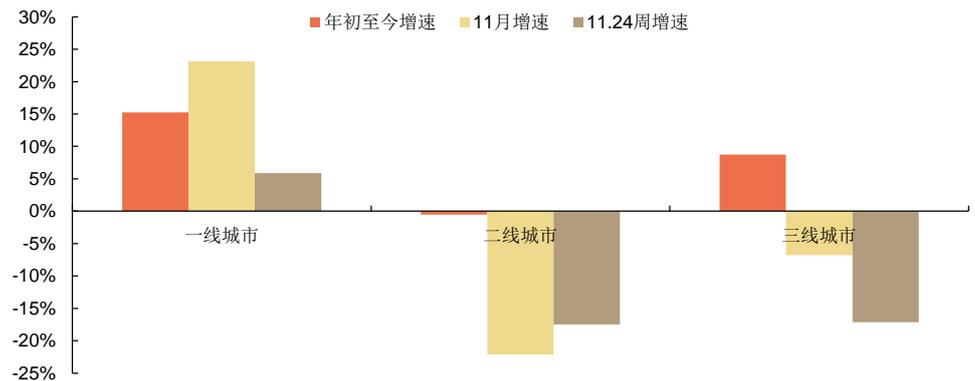
图14：简化指数季度增速



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 5.9%，二线同比降低 17.5%，三线同比降低 17.1%，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15：30大中城市商品房成交面积边际变化（周至 2019.11.24）

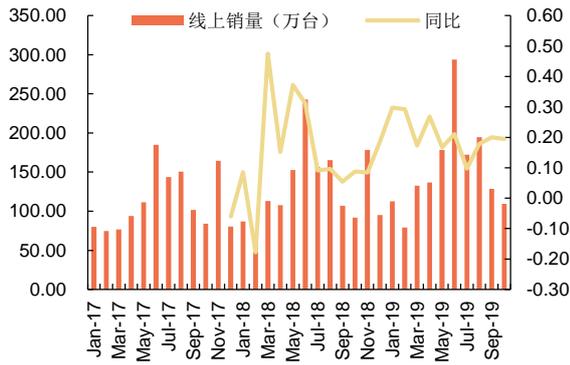


资料来源：wind，申港证券研究所

### 3.3 家电行业数据更新

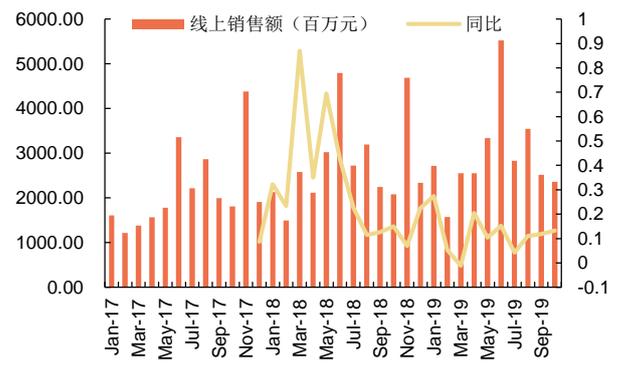
2019年10月冰箱线上销量109.5万台，同比增速19.5%，销售额23.6亿元，同比增速13.3%，均价2151元，同比增速-5.2%；冰箱线下销量60.3万台，同比增速2.2%，销售额29.8亿元，同比增速2.2%，均价4951.3元，同比增速0.01%。

图16: 冰箱十月线上销量 109.5 万台 增速 19.5%



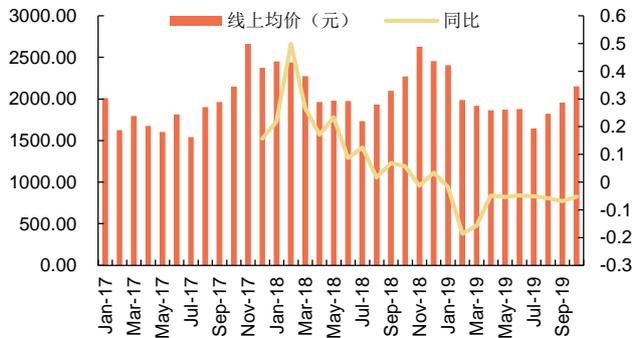
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图17: 冰箱十月线上销售额 23.6 亿元 增速 13.3%



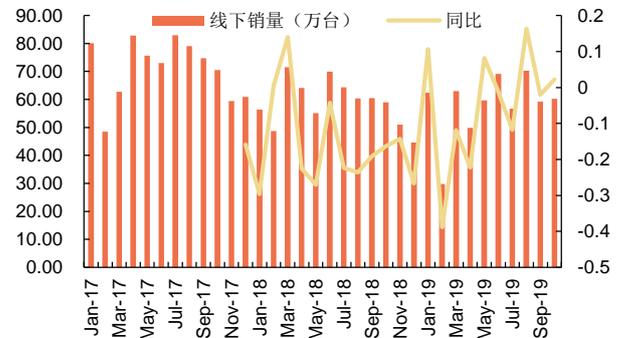
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图18: 冰箱十月线上均价 2151 元 增速-5.2%



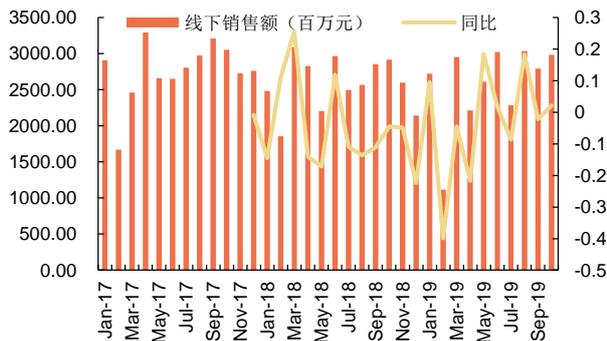
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图19: 冰箱十月线下销量 60.3 万台 增速 2.2%



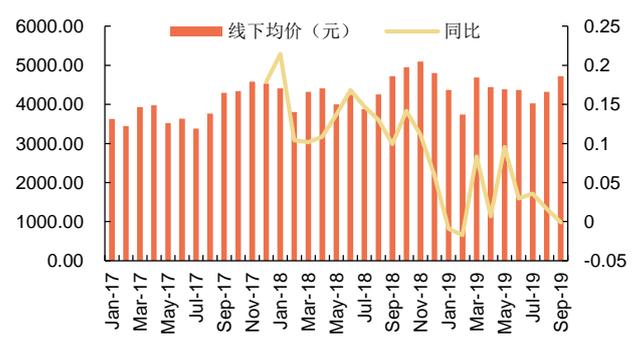
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图20: 冰箱十月线下销售额 29.8 亿元 增速 2.2%



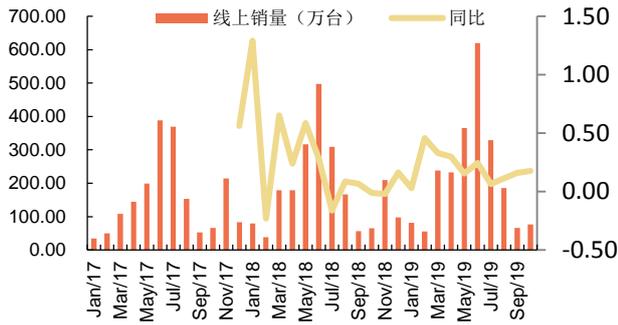
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图21: 冰箱十月线下均价 4951.3 元 增速 0.01%

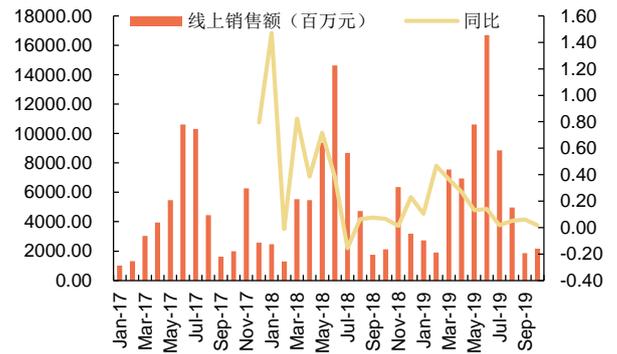


资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

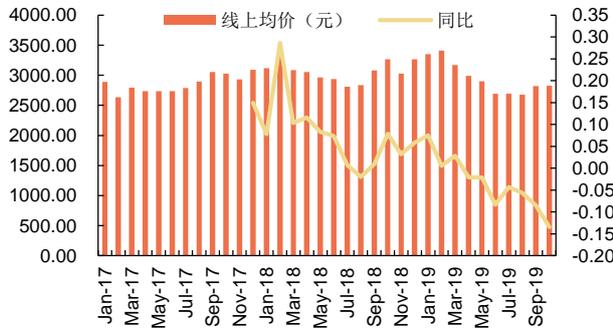
2019年10月家用空调线上销量76.4万台, 同比增速17.7%, 销售额21.6亿元, 同比增速1.8%, 均价2826.6元, 同比增速-13.5%; 家用空调线下销量64.5万台, 同比增速3.7%, 销售额26.3亿元, 同比增速-3.6%, 均价4075.3元, 同比增速-7.1%。

**图22: 空调十月线上销量 76.4 万台 增速 17.7%**


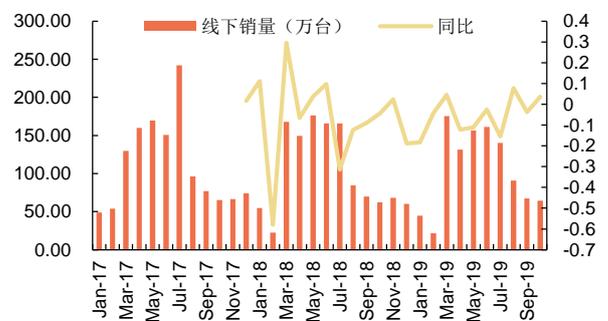
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

**图23: 空调十月线上销售额 21.6 亿元 增速 1.8%**


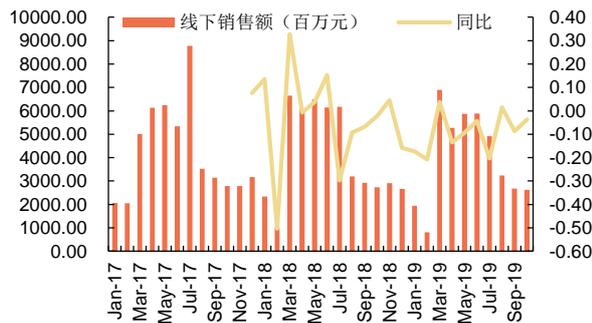
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

**图24: 空调十月线上均价 2826.6 元 增速 -13.5%**


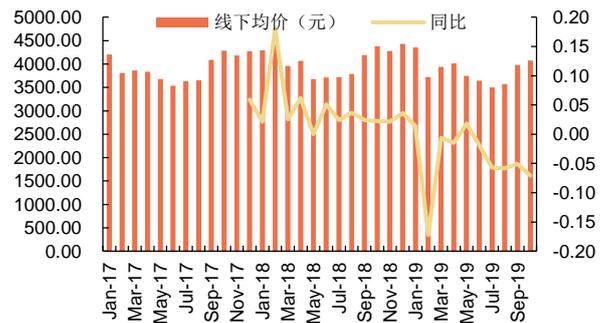
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

**图25: 空调十月线下销量 64.5 万台 增速 3.7%**


资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

**图26: 空调十月线下销售额 26.3 亿元 增速 -3.6%**


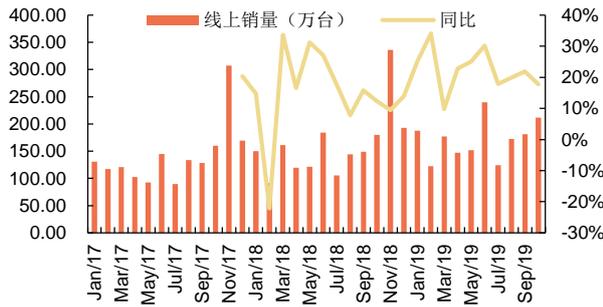
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

**图27: 空调十月线下均价 4075.3 元 增速 -7.1%**


资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

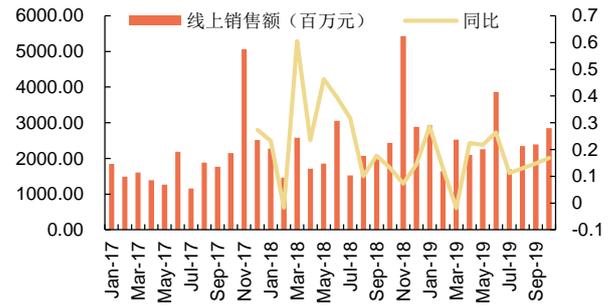
2019年10月洗衣机线上销量211.9万台，同比增速17.8%，销售额28.5亿元，同比增速16.9%，均价1344.6元，同比增速-0.8%；洗衣机线下销量73.3万台，同比增速-6.4%，销售额24.4亿元，同比增速-2.5%，均价3332.6元，同比增速4.2%。

图28: 洗衣机十月线上销量 211.9 万台 增速 17.8%



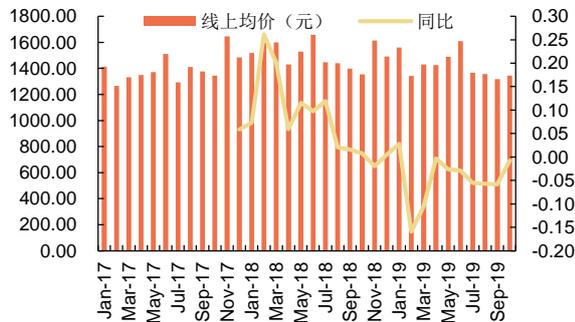
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图29: 洗衣机十月线上销售额 28.5 亿元 增速 16.9%



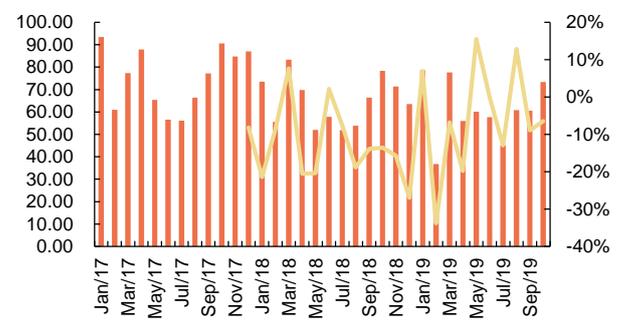
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图30: 洗衣机十月线上均价 1344.6 元 增速-0.8%



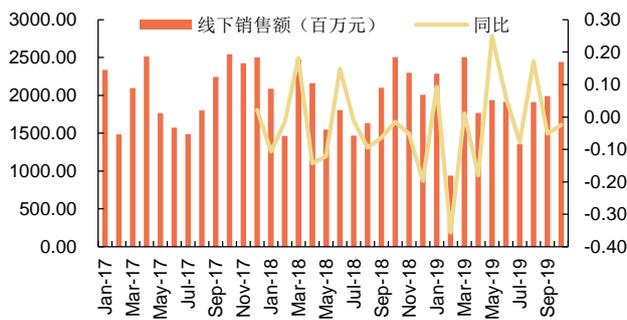
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图31: 洗衣机十月线下销量 73.3 万台 增速-6.4%



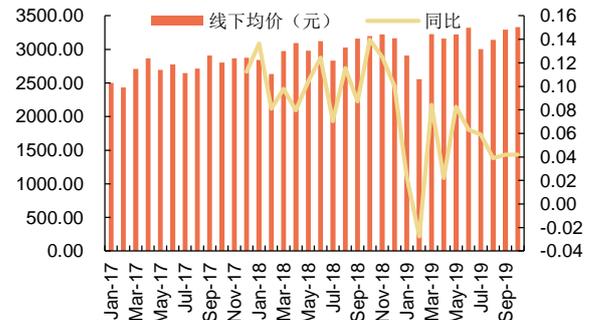
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图32: 洗衣机十月线下销售额 24.4 亿元 增速-2.5%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

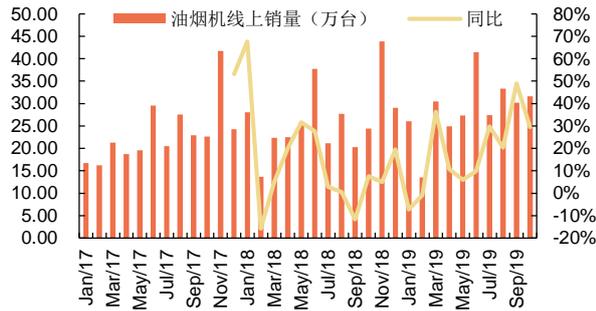
图33: 洗衣机十月线下均价 3332.6 元 增速 4.2%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

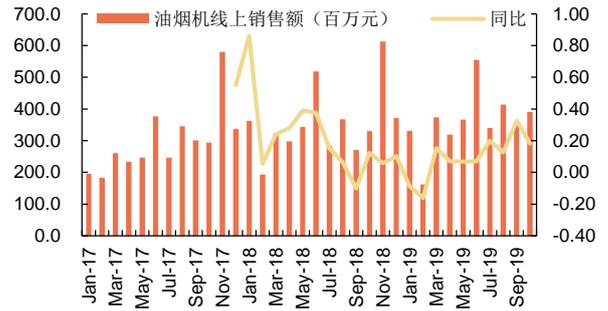
2019年10月油烟机线上销量31.6万台, 同比增速29.4%, 销售额3.9亿元, 同比增速18.3%, 均价1236.5元, 同比增速-8.5%; 油烟机线下销量18.5万台, 同比增速-10%, 销售额6.2亿元, 同比增速-13.3%, 均价3364.1元, 同比增速-3.8%。

图34：油烟机十月线上销量 31.6 万台 增速 29.4%



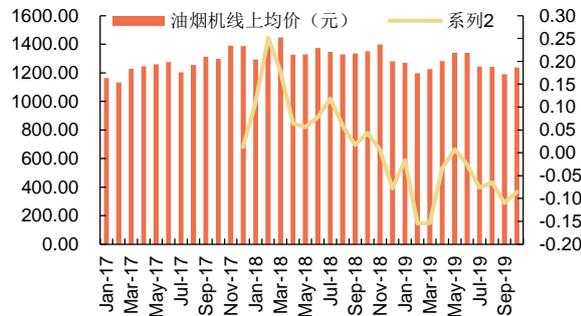
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图35：油烟机十月线上销售额 3.9 亿元 增速 18.3%



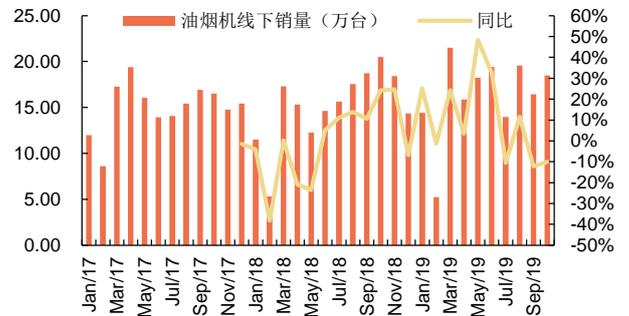
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图36：油烟机十月线上均价 1236.5 元 增速-8.5%



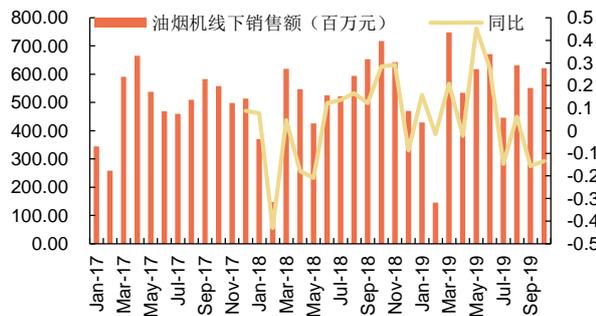
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图37：油烟机十月线下销量 18.5 万台 增速-10%



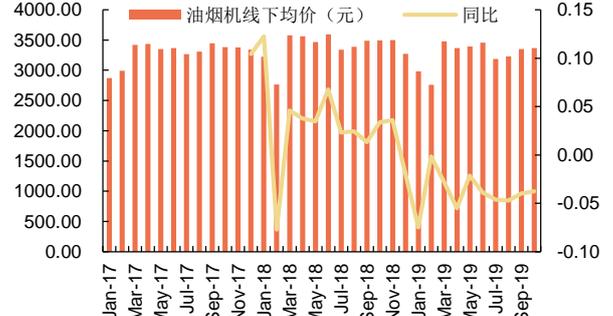
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图38：油烟机十月线下销售额 6.2 亿元 增速-13.3%



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图39：油烟机十月线下均价 3364.1 元 增速-3.8%



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

#### 美的集团：已耗资 30 亿元回购 0.86% 的股份

截至2019年11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60,252,129股，占公司截至2019年11月30日总股本的0.8646%，最高成交价为55.00元/股，最低成交价为45.62元/股，支付的总金额为3,099,683,600.75

元（不含交易费用）。

### 国光电器(002045.SZ)：截至 11 月末累计回购 4725.74 万元股份

格隆汇 12 月 2 日 | 国光电器 (002045.SZ) 公布，截至 2019 年 11 月 29 日，公司通过股份回购专用证券账户以集中竞价方式累计回购公司股份 453.4857 万股，占公司目前总股本 0.97%，最高成交价为 10.90 元/股，最低成交价为 9.96 元/股，成交金额约为 4725.74 万元(不含交易费用)。

### 格力电器 (000651.SZ)：高瓴资本 417 亿元入主格力电器 有权提名 3 名董事

12 月 2 日晚间，格力电器 (000651.SZ) 发布公告称，格力电器的控股股东、实际控制人发生变动，格力集团从持有格力电器总股本的 18.22% 变更为 3.22%，高瓴资本成为新的第一大股东，持股比例达 15.72%。根据最新的权益变动报告书，本次转让价格为 46.17 元/股，转让股份总价款为 416.62 亿元。

### 全国首家 SUPOR HOME 品牌零售开业，苏泊尔线下渠道的再升级

近日，万众瞩目的全国首家 SUPOR HOME 品牌零售店在广州永旺梦乐城正式开业，标志着苏泊尔线下渠道的再升级。据了解，SUPOR HOME 将在全国各地陆续建成，苏泊尔将打造全国范围内的新的零售业态，给消费者带来最舒适的购物体验。苏泊尔在消费者心目中的认知度高达 93%，其中 43% 的消费者认为苏泊尔是其最喜爱的厨房用品和小家电品牌，以上数据均为行业最高。

### 全球智慧家庭发明专利百强榜：中企占三成海尔居榜首

12 月 4 日，知识产权产业媒体 IPRdaily 与 incoPat 创新指数研究中心联合发布了 2019 年 1-11 月全球智慧家庭发明专利排行榜，有 4 家中国企业入围榜单 Top 10，其中海尔智家、美的集团、格力集团分别以 1243 件、939 件、826 件包揽 Top 3。

### 飞乐音响：陷入施工合同纠纷 涉案金额 1237 万

新浪财经讯 12 月 6 日，飞乐音响发布公告称，其全资子公司北京申安近日收到山东省淄博市临淄区人民法院发来的民事裁定书，法院已对李某诉北京申安、山东亚明、临淄住建局建设工程施工合同纠纷一案作出一审裁定，具体情况如下：李某此前向山东省淄博市临淄区人民法院提出判令北京申安、山东亚明向其支付 1237.52 万工程款及利息损失，并由临淄住建局对该笔钱款承担连带付款责任的诉讼请求。法院审理后认为，李某与本案没有直接利害关系，驳回李某的起诉。飞乐音响表示，目前该裁定尚处于上诉期内，最终判决结果及执行情况仍具有不确定性，暂时无法估计对公司本期利润或期后利润的影响。

### 华帝股份注册资本新增至约 87.3 亿人民币 增幅近 890%

天眼查数据显示，12 月 3 日，华帝股份的运营主体华帝股份有限公司发生工商变更，其注册资本由原来的约 8.8 亿人民币新增至约 87.3 亿人民币，增幅近 890%。目前华帝股份的最大股东为石河子奋进股权投资普通合伙企业，持股比例为 13.72%，而潘叶江为后者的疑似实际控制人；第二大股东为潘叶江本人，持股比例为 9.86%。从近三年的数据来看，华帝股份的营收和净利润增速整体呈现下滑趋势。自 2018 年

第四季度开始，华帝股份的营收连续四个季度进入负增长趋势。庆幸的是，华帝股份的净利润依然保持平稳的上涨的态势，即便增速放缓，整体来看还是往上增长。

### **苏泊尔遭打脸！号称研发能力强大，子公司却因虚假宣传被罚 348 万，律师称涉嫌信批隐瞒**

上海市杨浦区市场监管局于今年 11 月 6 日作出一项针对上市公司苏泊尔的全资子公司苏泊尔家电的行政处罚决定，因为发布虚假广告，苏泊尔家电被罚款 348 万余元。其破壁机名为“静音”实为“噪音”。事实上，苏泊尔家电所谓的“静音”仅指破壁机在最低档位搅拌纯牛奶的噪音小于 60 分贝，而经上海市杨浦区市场监管局委托检测，相关破壁机在最高搅拌档位运行的噪音达到 77.2 分贝至 81.5 分贝，超过我国现行的《声环境质量标准》中对于居民区内环境噪音的限值要求。市场监管认为，仅因获得了一个片面条件下的“静音认证”，苏泊尔家电就将产品冠名以“全静音破壁机”，这一无视产品实际性能的做法，是对“静音认证”结果的无限扩大使用。广告中的广告语也与事实不符。

## **4.2 公司公告**

**【飞乐音响】关于公司董事长、副董事长及总会计师辞职的公告**

[http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-12-03/600651\\_20191203\\_2.pdf](http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-12-03/600651_20191203_2.pdf)

**【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/2019-12-03/600690\\_20191203\\_1.pdf](http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-12-03/600690_20191203_1.pdf)

**【深康佳 A】为控股子公司提供担保的进展公告**

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?06d2cc8f-1356-4ea0-87e1-82be34a56b5c>

**【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?3588e03e-cba3-40ea-b56c-e3f6d79aa40f>

**【飞乐音响】诉讼进展的公告**

[http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-12-06/600651\\_20191206\\_1.pdf](http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-12-06/600651_20191206_1.pdf)

**【格力电器】详式权益变动报告书**

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?2e945172-93fb-4586-82de-b7da53788cf9>

## 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

**秦一超**，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