

双十一后白电线上格局发生了什么变化

——家用电器行业周报 W50



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 1.7%，申万家用电器指数上涨 2.8%，涨幅大于沪深 300 指数 1.1pct，位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 4 位。从行业 PE (TTM) 看，家电行业 PE (TTM) 为 16.6 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，塑料价格本周下降，铜铝分别上涨 2% 和 0.1%，冷轧卷板上涨 1.3%，塑料价格下降 1.3%。
地产市场, 上周成交面积一线同比下降 21.5%，二线同比下降 12.5%，三线同比下降 2.2%。

每周一谈：双十一后白电线上格局发生了什么变化

本周根据 11 月线上零售数据，拆分双十一前后白电各市场竞争变化。

白电整体双十一百尺竿头，空调领衔家电增速。 空调、冰箱、洗衣机线上零售额分别达 103、56.9、63.1 亿元，同比增速实现 62.2%、21.3% 和 16.3%。

空调：双龙头同比爆发，价格战带动行业格局调整。

- ◆ **格力美的规模双双翻倍，奥克斯失速份额腰斩。** 格力、美的分别实现 36.6、35.7 亿元，分别实现 118.7% 和 119.4% 的翻倍增长。同期奥克斯同比下滑 21.9%，其 11 月线上份额同比腰斩，仅为 11.8%。除海尔份额基本稳定外，其他各品牌份额均下降，被格力美的所分占。
- ◆ **龙头价格战激烈，低端产品份额暴涨。** 11 月空调整体均价 2461 元，同比降幅达 18.7%，其中格力均价降幅高达 36%，为各品牌降价之最，美的和海尔同样降价达 21.6% 和 23%，头部价格战异常激烈。挂机最低价格段 2000 元以下产品份额同比暴涨 20.8pct 达到 49.6%，柜机最低端产品 4500 元以下份额同样暴增 11.9pct 达 34.8%，低价探底持续发酵。
- ◆ **挂机变频大幅释放。** 产品类型中挂机变频份额大增 13.8pct 达到 51.4%，同时该细分产品均价降幅达 19% 为引领各机型，与格力促销密切相关。

冰箱：海尔独大，市场结构向高端门型倾斜。 11 月海尔冰箱线上占比实现 34.8%，同比增加 2.9pct，是第二名份额的两倍以上，独占龙头地位。其零售额达 19.8 亿元，同比增速 32.1%。同时高端门型的对开门、十字 4 门、法式多门占比 37.1%、20.5% 和 15.2%，整体提升 3.2pct，以较新型的十字 4 门份额提升为主，其已替代传统三门成为第二大门型品类。

洗衣机双龙头显著增，领衔价格变化。 11 月海尔、小天鹅、美的三品牌零售额实现 24、12.9、7.9 亿元，同比增速 26.3%、30.4% 和 19.9%，均高于市场平均增速 16.3%。海尔及美的的系份额分别提升 3pct、2.6pct 持续集中。同期西门子增速下滑 9.2%，份额仅为 7.5%。同时海尔及小天鹅领衔降价，降幅分为 10.7% 和 7.2%。

投资策略及组合： 线上双十一空调市场价格战激烈进行，其中龙头在资本优势及规模优势下抢占份额，压缩中小型企业空间，白电头部集中确定性较强。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 16 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	16.44
市场平均市盈率	16.86

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：由各国家电普及率看各品类发展规律》2019-12-08
- 2、《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
- 3、《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

内容目录

1. 双十一后白电线上格局发生了什么变化	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.....	16

图表目录

图 1: 11 月白电各品类线上整体零售额及同比变化.....	4
图 2: 空调线上各品牌零售额 (万元) 及同比	4
图 3: 11 月空调均价 (元) 及同比变化	4
图 4: 空调各品牌线上份额同期对比 (内 2018.11 外 2019.11)	5
图 5: 空调品牌线上份额 11 月边际占比.....	5
图 6: 11 月挂机各价格段市占率变化	5
图 7: 11 月柜机各价格段市占率变化	5
图 8: 空调各类型份额同期对比 (内 2018.11 外 2019.11)	6
图 9: 11 月空调各类型均价变化.....	6
图 10: 11 月冰箱品牌线上份额对比 (内 2018.11 外 2019.11)	6
图 11: 11 月冰箱线上零售额及同比	6
图 12: 冰箱各类型份额同比情况 (内 2018.11 外 2019.11)	6
图 13: 11 月冰箱品牌均价变化情况	6
图 14: 11 月洗衣机线上零售额及同比	7
图 15: 洗衣机品牌份额同比情况 (内 2018.11 外 2019.11)	7
图 16: 洗衣机线上各价格段占比变化 (内 2018.11 外 2019.11)	7
图 17: 11 月洗衣机各品牌均价变化.....	7
图 18: 本周各板块涨跌幅 (%)	8
图 19: 各版块 PE(TTM) 对比	8
图 20: 重点公司本周涨跌幅 (%)	8
图 21: 冷轧卷板价格有所上涨 (1.0mm, 元/吨)	9
图 22: LME3 个月铜价、铝价有所上涨 (美元/吨)	9
图 23: 中国塑料价格有所下降	9
图 24: 液晶面板价格与上月持平 (美元/片)	9
图 25: 简化指数季度增速	10
图 26: 30 大中城市商品房成交面积边际变化 (周至 2019.12.8)	10
图 27: 冰箱 11 月线上销量 227.5 万台 增速 27.5%.....	11
图 28: 冰箱 11 月线上销售额 56.9 亿元 增速 21.3%.....	11
图 29: 冰箱十月线上均价 2501 元 增速 -4.9%.....	11
图 30: 冰箱 11 月线下销量 58.9 万台 增速 15.6%.....	11
图 31: 冰箱 11 月线下销售额 30.4 亿元 增速 17%.....	11

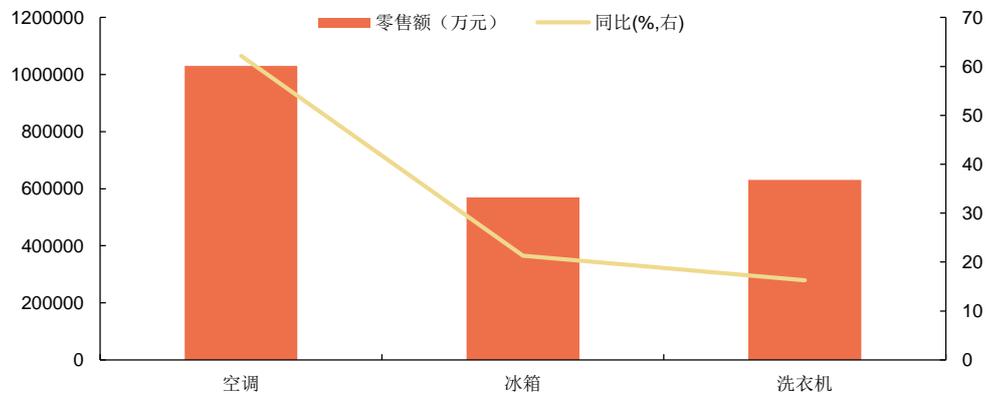
图 32: 冰箱 11 月线下均价 5157.4 元 增速 1.3%.....	11
图 33: 空调 11 月线上销量 418.4 万台 增速 99.4%.....	12
图 34: 空调 11 月线上销售额 103 亿元 增速 62.2%.....	12
图 35: 空调 11 月线上均价 2461.4 元 增速-18.7%.....	12
图 36: 空调 11 月线下销量 124.7 万台 增速 83%	12
图 37: 空调 11 月线下销售额 40.9 亿元 增速 40.3%.....	12
图 38: 空调 11 月线下均价 3278.7 元 增速-32.4%.....	12
图 39: 洗衣机 11 月线上销量 395.7 万台 增速 17.7%.....	13
图 40: 洗衣机 11 月线上销售额 63.1 亿元 增速 16.3%	13
图 41: 洗衣机 11 月线上均价 1594.3 元 增速-1.3%	13
图 42: 洗衣机 11 月线下销量 75.3 万台 增速-5.5%.....	13
图 43: 洗衣机 11 月线下销售额 25.6 亿元 增速 11.5%.....	13
图 44: 洗衣机 11 月线下均价 3404 元 增速 5.7%	13
图 45: 油烟机 11 月线上销量 58.9 万台 增速 34.5%.....	14
图 46: 油烟机 11 月线上销售额 7.6 亿元 增速 24.5%	14
图 47: 油烟机 11 月线上均价 1294.3 元 增速-7.4%.....	14
图 48: 油烟机 11 月线下销量 19.5 万台 增速-6%.....	14
图 49: 油烟机 11 月线下销售额 6.6 亿元 增速 2.7%	14
图 50: 油烟机 11 月线下均价 3384.7 元 增速-3.2%	14

1. 双十一后白电线上格局发生了什么变化

2019 年双十一早已尘埃落定，由于家电龙头的价格战略变化，本年双十一出现了不同于线性迭代的格局变化。但此前因多个电商平台数据未统一以及细分品类市场难以拆解，资本市场对双十一的细分销售变化仍未达到足够清晰。本周一谈借奥维云网 11 月的线上零售数据，详细拆解双十一前后白电各市场竞争变化。

白电市场双十一百尺竿头，空调领衔家电增速。双十一所在的 11 月份各白电品类线上零售额再度突破，空调、冰箱、洗衣机分别达到 103、56.9、63.1 亿元，同比增速实现 62.2%、21.3%和 16.3%。其中空调市场更是因格力推动的“三十亿让利”而带来几大龙头的价格竞争，实现市场增速的爆发。

图1：11 月白电各品类线上整体零售额及同比变化

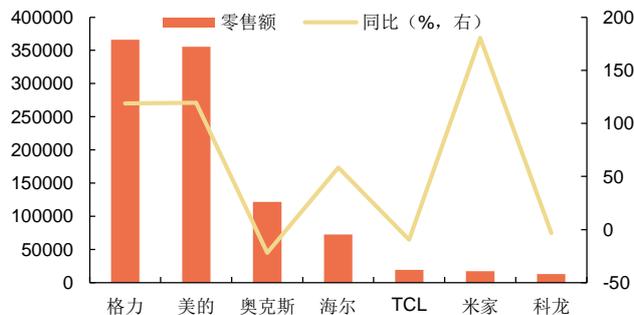


资料来源：奥维云网，申港证券研究所

空调：头部双龙头均同比爆发，价格战带动行业格局调整。

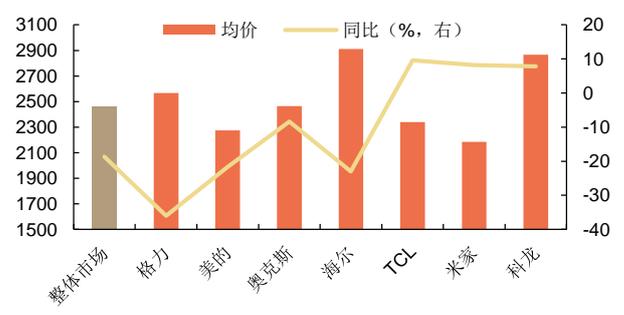
- ◆ **格力美的线上销售额双双翻倍。**11 月空调线上零售额格力、美的分别实现 36.6 和 35.7 亿元，同比增速分别暴增至 118.7%和 119.4%。格力双十一期间的高热度让利活动，及美的年初至今持续的强势份额提升，为两大龙头带来双十一的高增成绩。

图2：空调线上各品牌零售额（万元）及同比



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图3：11 月空调均价（元）及同比变化



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

- ◆ **奥克斯大幅失速，海尔增速显著。**奥克斯在本次双十一大幅失利，销售额为 12.2

亿元，同比变化低至-21.9%。而同为二梯队的海尔增速显著，实现销售额 7.3 亿元，增速达 58.4%。

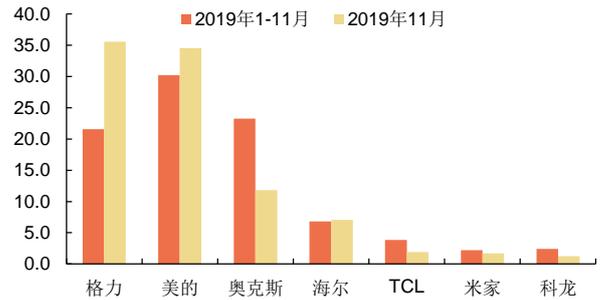
- ◆ **格力美的分抢奥克斯及中小玩家份额。**对比 11 月同比线上份额，格力与美的份额分别提升 9.2pct 和 9pct，达到 35.5%和 34.5%，海尔则维持在 7.1%的份额基本不变。但奥克斯线上份额直接腰斩，由 2018 年 11 月的 24.5%爆降至 2019 年 11 月的 11.8%，同时除四家品牌外的其他中小企业份额降低 5.3pct 仅为 11.1%，下降份额被格力美的分占。

图4：空调各品牌线上份额同期对比（内 2018.11 外 2019.11）



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图5：空调品牌线上份额 11 月边际占比

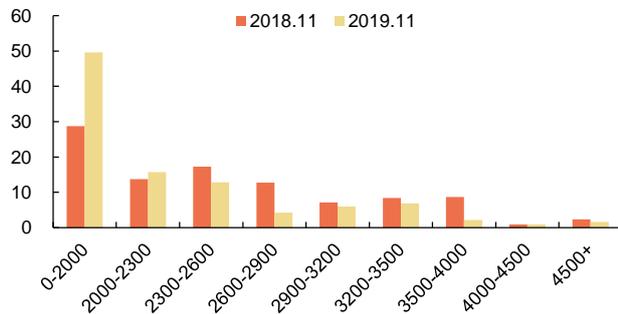


资料来源：奥维云网，申港证券研究所

- ◆ **龙头价格战如火如荼。**11 月线上空调整体均价为 2461 元，同比下滑高达 18.7%，这其中除了同机型大幅让利的因素外，低端机型销售占比大涨也为重要原因。期间，格力零售均价下降达 36%，为各品牌均价降幅之最，其均价较市场溢价缩至 107 元。美的和海尔也分别降价达 21.6%和 23%，均价分别为 2276 元和 2912 元，空调龙头间价格战异常激烈。

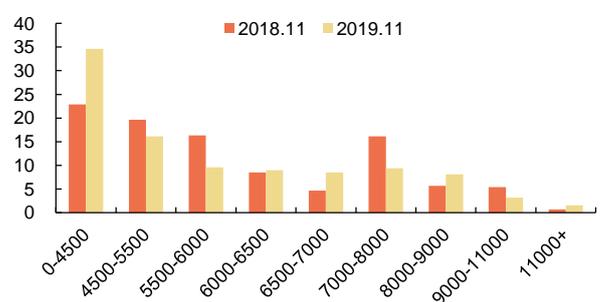
- ◆ **低端产品份额暴涨。**挂机中最低的 0-2000 元价位段份额同比暴增 20.8pct，实现 49.6%，而柜机最低的 0-4500 元价位段同样暴增 11.8pct 达到 34.8%，其他价格段基本均出现不同幅度的份额下滑。

图6：11 月挂机各价格段市占率变化



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

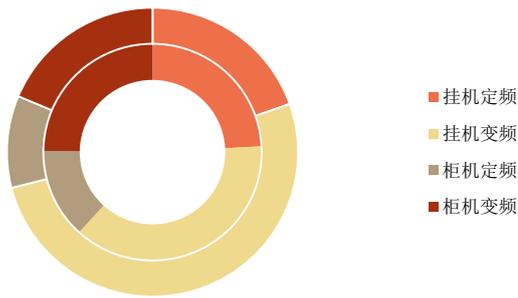
图7：11 月柜机各价格段市占率变化



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

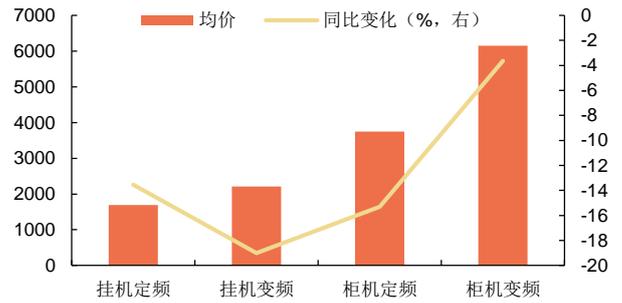
- ◆ **挂机变频大幅释放，降价幅度最高。**以空调类型计，挂机变频产品 11 月份额达到 51.4%，同比大增 13.8pct，相应其他机型份额均有所下滑。均价方面挂机变频产品降幅达到 19%，引领各机型。这与格力促销产品密切相关，事实上 11 月畅销机型中 Top3 均为格力变频挂机，分为两款俊越（主要让利机型，变频三级）及一款云锦（专业电商专有产品，变频一级）。

图8：空调各类型份额同期对比（内 2018.11 外 2019.11）



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图9：11月空调各类型均价变化

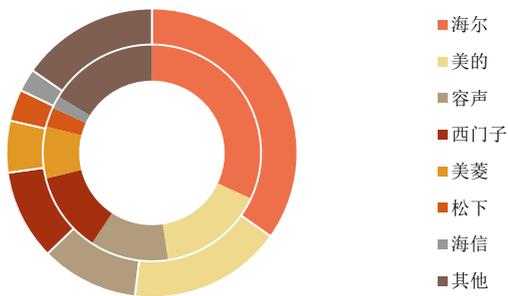


资料来源：奥维云网，申港证券研究所

冰箱市场海尔独大，市场结构向高端品类倾斜。冰箱线上市场零售额实现 56.9 亿元，增速达 21.3%，实现了大体量下的再度突破。而另一方面整体均价仅下降了 4.9%，盈利能力保持了相对稳定。

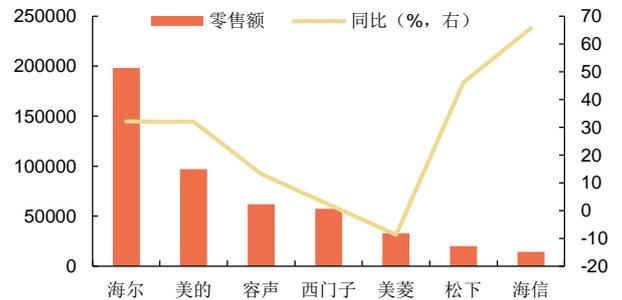
- ◆ 海尔冰箱规模稳健增长，份额独占鳌头。11 月冰箱线上市场海尔占比达到 34.8%，同比增加了 2.9pct，份额达第二名的两倍，独占冰箱龙头。海尔 11 月冰箱零售额 19.8 亿元，同比增速达 32.1%。其次美的冰箱线上零售为 9.7 亿元，增速为 32%。

图10：11月冰箱品牌线上份额对比（内 2018.11 外 2019.11）



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

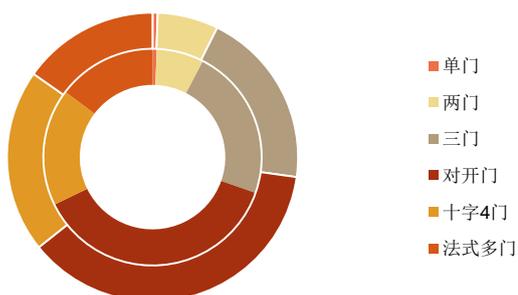
图11：11月冰箱线上零售额及同比



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

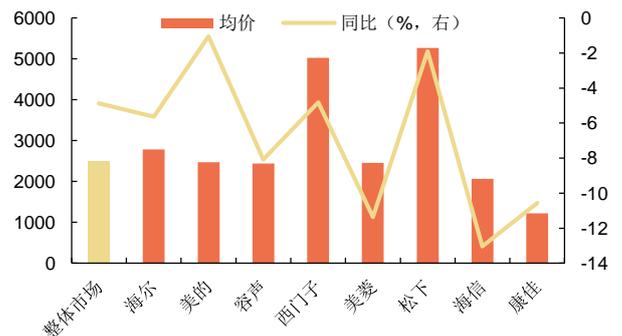
- ◆ 高端门型占比进一步提升。11 月高端门型代表的对开门、十字 4 门、法式多门的占比分别为 37.1%、20.5%和 15.2%，整体提升了 3.2pct。其中以十字 4 门份额提升为主，其单一门型同比提升 3pct，替代传统三门成为第二大门型品类。

图12：冰箱各类型份额同比情况（内 2018.11 外 2019.11）



敬请参阅最后一页免责声明

图13：11月冰箱品牌均价变化情况



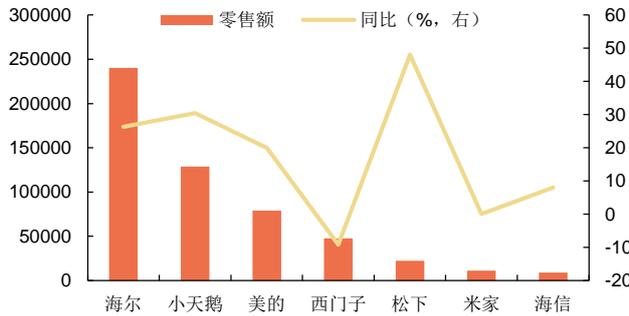
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

资料来源：奥维云网，申港证券研究所

洗衣机双龙头均显著增长，西门子下滑显著。洗衣机 11 月零售额实现 63.1 亿元，同比增速达 16.3%。

- ◆ 海尔及美的系均实现超越市场的高增速。11 月海尔、小天鹅、美的三个主流品牌零售额分别达 24、12.9、7.9 亿元，同比增速则分别为 26.3%、30.4%和 19.9%，均高于市场平均增速的 16.3%。海尔及美的系洗衣机份额分别提升了 3pct 和 2.6pct，实现 38.1%和 32.9%的高占比。而紧随其后的西门子增速为-9.2%，近年线上规模持续性下滑，份额已仅为 7.5%。

图14：11月洗衣机线上零售额及同比



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

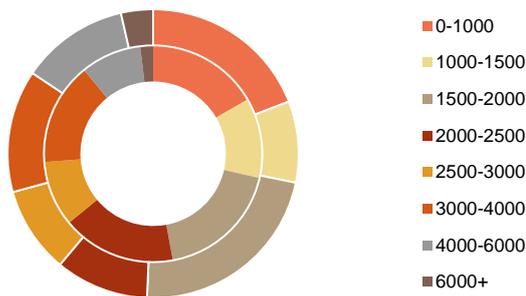
图15：洗衣机品牌份额同比情况（内 2018.11 外 2019.11）



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

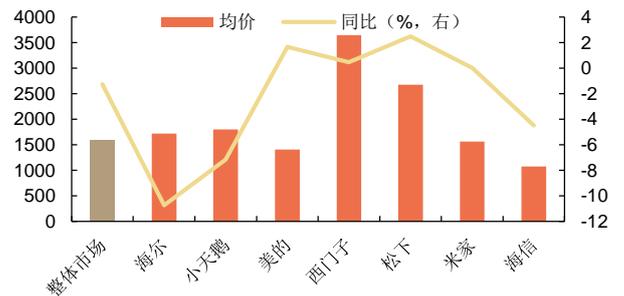
- ◆ 各价格段占比基本稳定，海尔、小天鹅领衔价格下降。相对而言洗衣机价格段占比较为均衡，受促销产品影响 1500-2000 元和 4000-6000 元价格段份额出现提升。整体市场均价降幅仅 1.3%，其中龙头的海尔和小天鹅均价降幅分别达 10.7%和 7.2%。

图16：洗衣机线上各价格段占比变化（内 2018.11 外 2019.11）



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图17：11月洗衣机各品牌均价变化



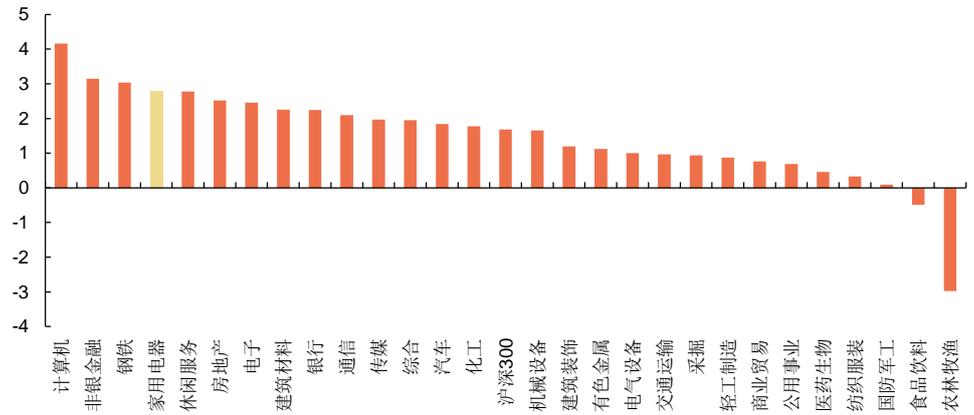
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

2. 本周家电板块行情回顾

本周沪深 300 指数上涨 1.7%，申万家用电器指数上涨 2.8%，涨幅大于沪深 300 指数 1.1pct，位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 4 位。从行业 PE (TTM) 看，家电行业 PE (TTM) 为 16.6 倍，位列申万 28 个一级行业的第 20 位，估值仍处较低

位。

图18: 本周各板块涨跌幅 (%)



资料来源: wind, 申港证券研究所

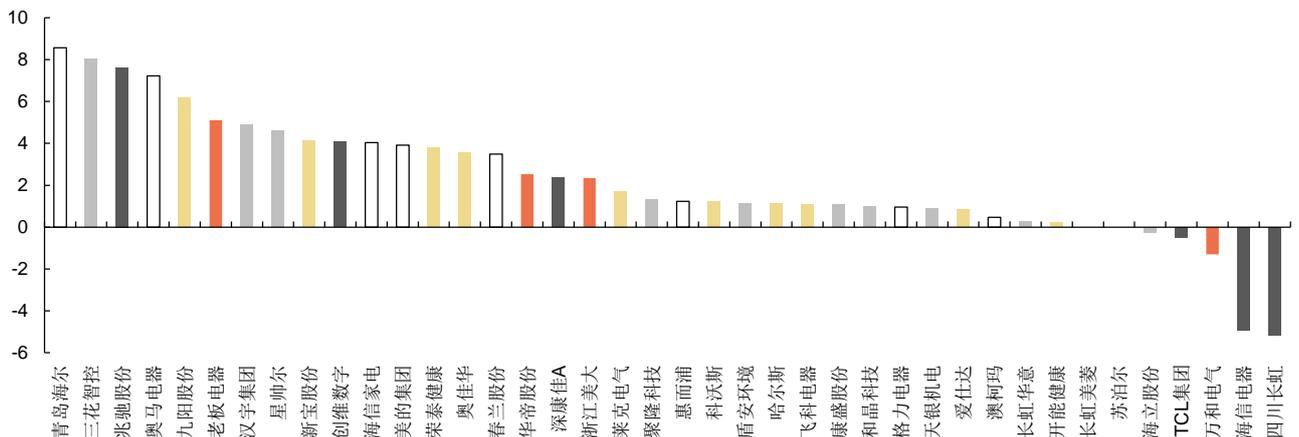
图19: 各版块 PE(TTM) 对比



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: 青岛海尔 (8.6%)、三花智控 (8%)、兆驰股份 (7.6%)、奥马电器 (7.2%)、九阳股份 (6.2%); 跌幅前五: 四川长虹 (-5.2%)、海信电器 (-4.9%)、万和电气 (-1.3%)、TCL 集团 (-0.5%)、海立股份 (-0.2%)。

图20: 重点公司本周涨跌幅 (%)



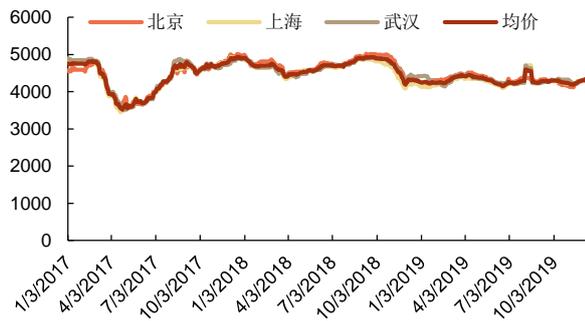
资料来源: wind, 申港证券研究所 注: 白色为白电, 黑色为黑电, 红色为厨电, 黄色为小家电, 灰色为上游零部件

3. 行业数据变化

3.1 原材料市场变化

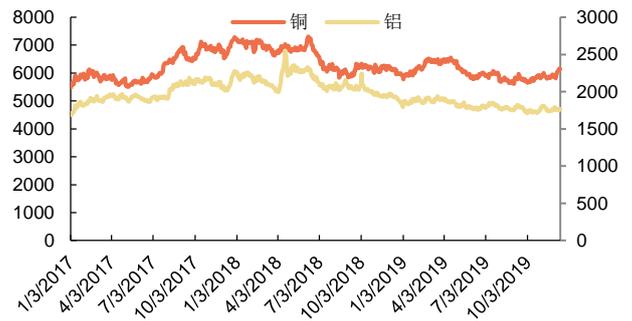
大家电主要原材料铜铝、冷轧卷板价格本周上涨, 塑料价格本周下降, 铜铝分别上涨 2%和 0.1%, 冷轧卷板上漲 1.3%, 塑料价格下降 1.3%。原材料材料小幅调整, 整体盈利空间仍居较高位置。液晶面板 11 月价格与上月持平。

图21: 冷轧卷板价格有所上涨 (1.0mm, 元/吨)



资料来源: wind, 申港证券研究所

图22: LME3 个月铜价、铝价有所上涨 (美元/吨)



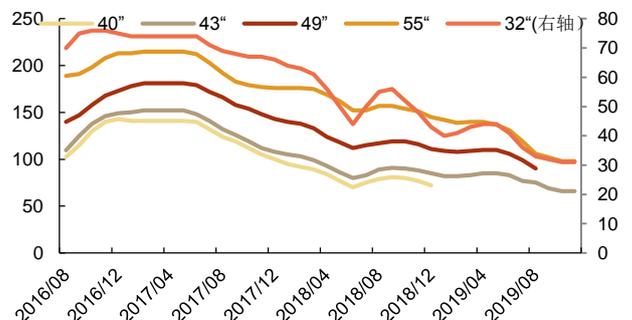
资料来源: LME, 申港证券研究所

图23: 中国塑料价格有所下降



资料来源: 中塑资讯, 申港证券研究所

图24: 液晶面板价格与上月持平 (美元/片)

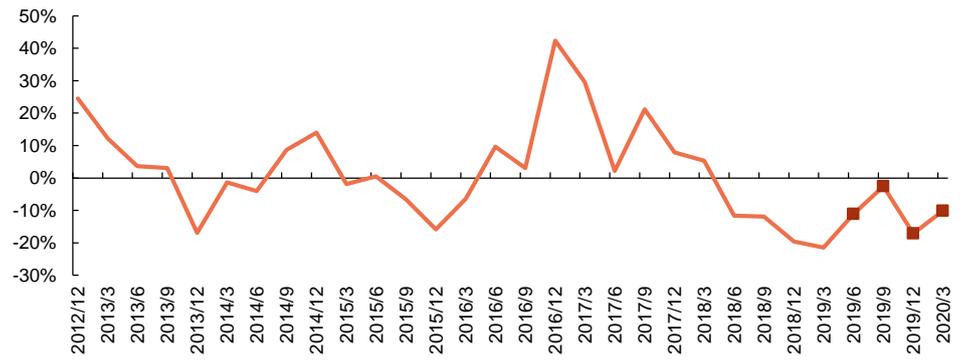


资料来源: wind, 申港证券研究所

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。

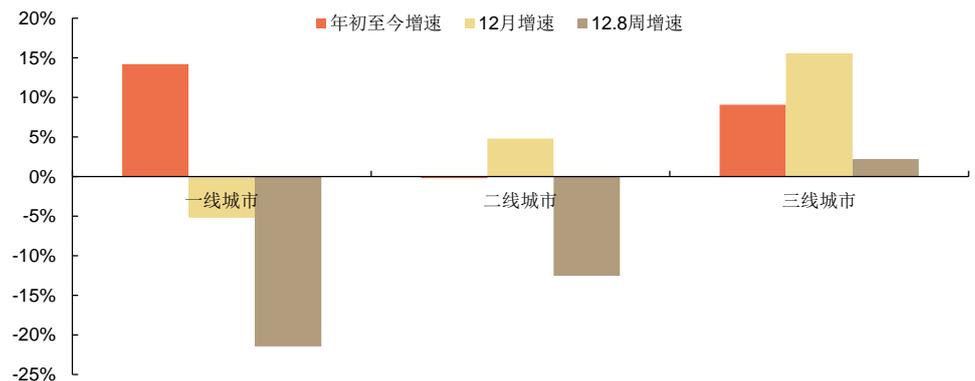
图25：简化指数季度增速



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降 21.5%，二线同比下降 12.5%，三线同比下降 2.2%，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26：30 大中城市商品房成交面积边际变化（周至 2019.12.8）

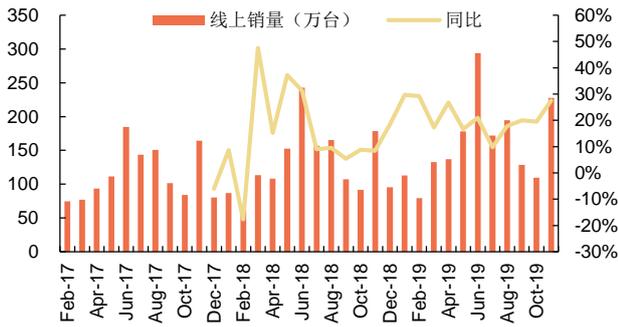


资料来源：wind，申港证券研究所

3.3 家电行业数据更新

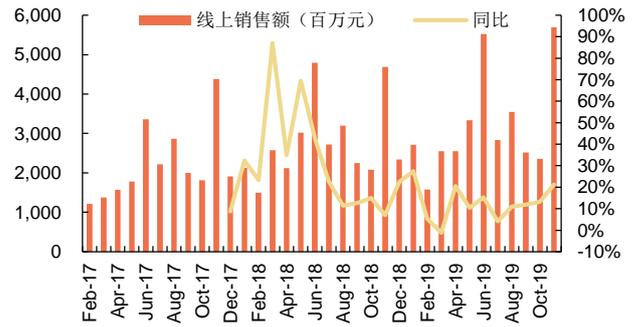
2019 年 11 月冰箱线上销量 227.5 万台，同比增速 27.5%，销售额 56.9 亿元，同比增速 21.3%，均价 2501 元，同比增速-4.9%；冰箱线下销量 58.9 万台，同比增速 15.6%，销售额 30.4 亿元，同比增速 17%，均价 5157.4 元，同比增速 1.3%。

图27: 冰箱 11 月线上销量 227.5 万台 增速 27.5%



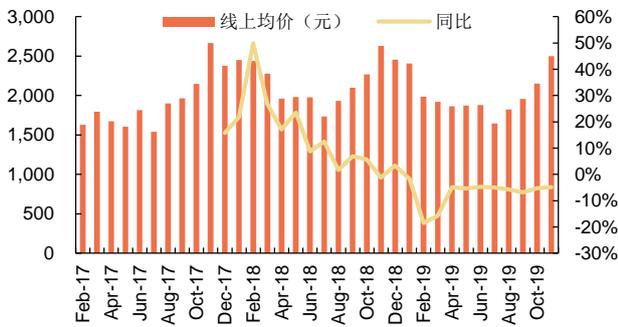
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图28: 冰箱 11 月线上销售额 56.9 亿元 增速 21.3%



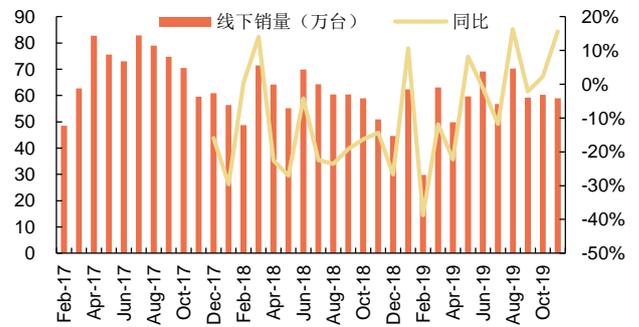
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图29: 冰箱十月线上均价 2501 元 增速-4.9%



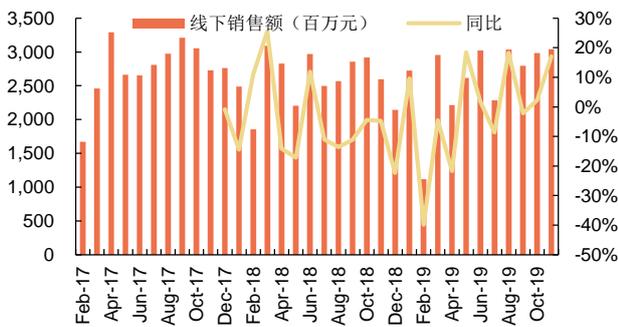
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图30: 冰箱 11 月线下销量 58.9 万台 增速 15.6%



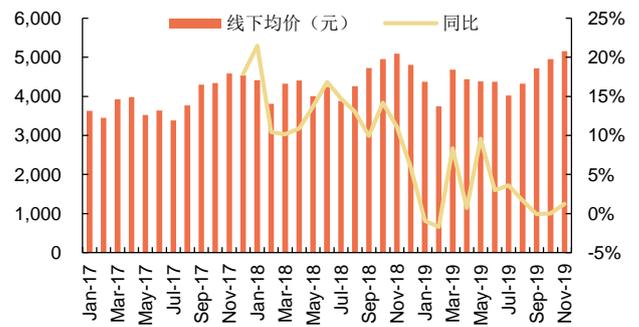
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图31: 冰箱 11 月线下销售额 30.4 亿元 增速 17%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

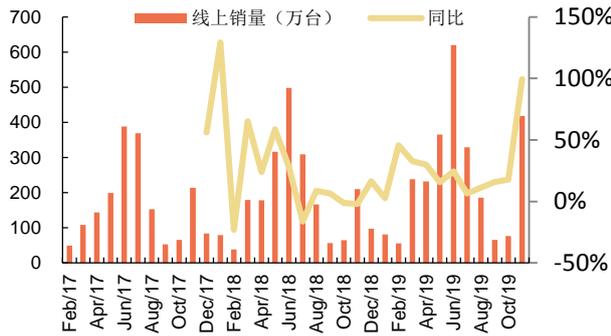
图32: 冰箱 11 月线下均价 5157.4 元 增速 1.3%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

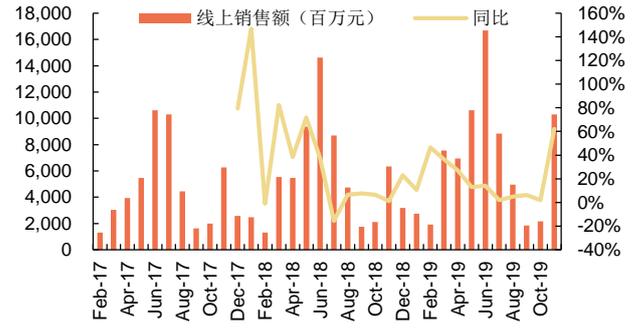
2019 年 11 月家用空调线上销量 418.4 万台，同比增速 99.4%，销售额 103 亿元，同比增速 62.2%，均价 2461.4 元，同比增速-18.7%；家用空调线下销量 124.7 万台，同比增速 83%，销售额 40.9 亿元，同比增速 40.3%，均价 3278.7 元，同比增速-23.4%。

图33: 空调 11 月线上销量 418.4 万台 增速 99.4%



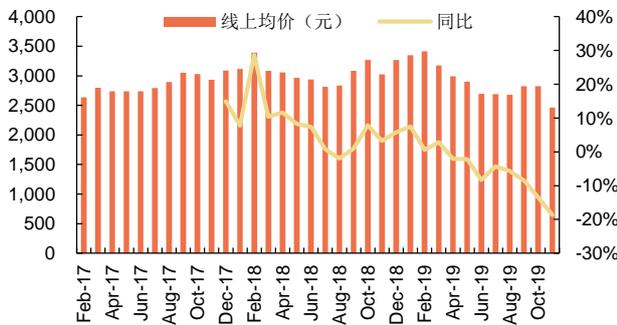
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图34: 空调 11 月线上销售额 103 亿元 增速 62.2%



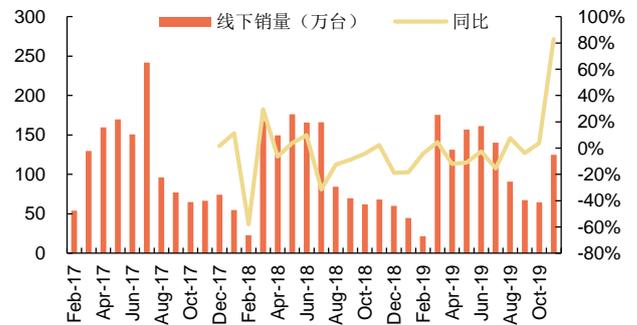
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图35: 空调 11 月线上均价 2461.4 元 增速-18.7%



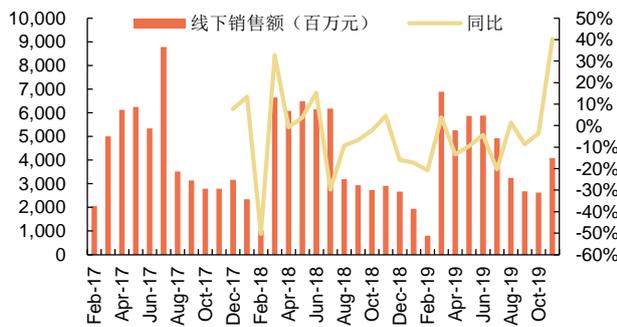
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图36: 空调 11 月线下销量 124.7 万台 增速 83%



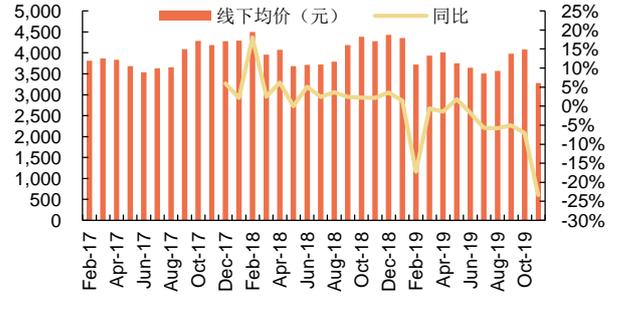
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图37: 空调 11 月线下销售额 40.9 亿元 增速 40.3%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

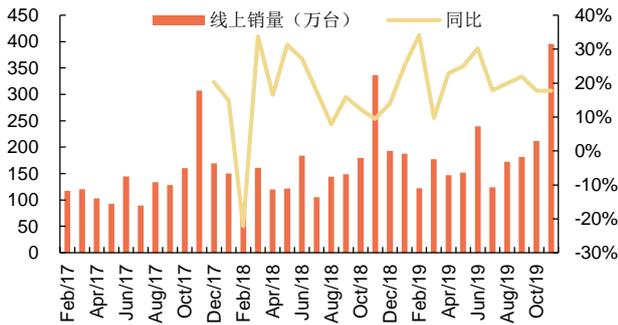
图38: 空调 11 月线下均价 3278.7 元 增速-32.4%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

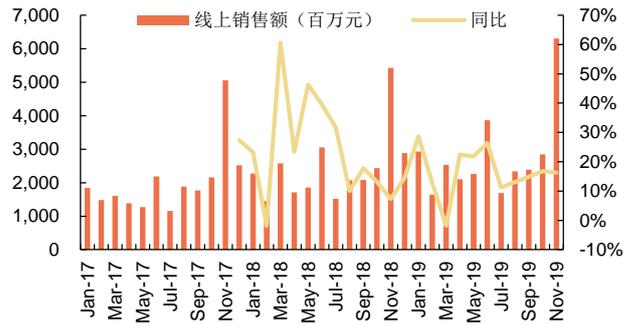
2019 年 11 月洗衣机线上销量 395.7 万台, 同比增速 17.7%, 销售额 63.1 亿元, 同比增速 16.3%, 均价 1594.3 元, 同比增速-1.3%; 洗衣机线下销量 75.3 万台, 同比增速-5.5%, 销售额 25.6 亿元, 同比增速 11.5%, 均价 3404 元, 同比增速 5.7%。

图39: 洗衣机 11 月线上销量 395.7 万台 增速 17.7%



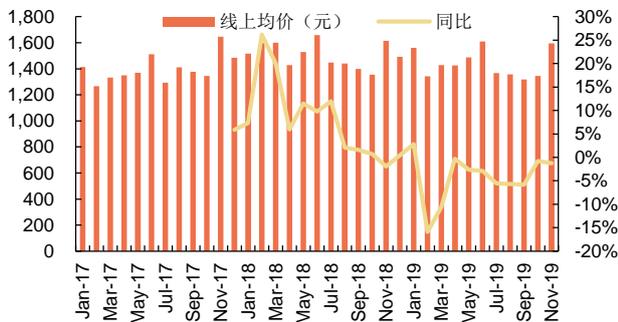
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图40: 洗衣机 11 月线上销售额 63.1 亿元 增速 16.3%



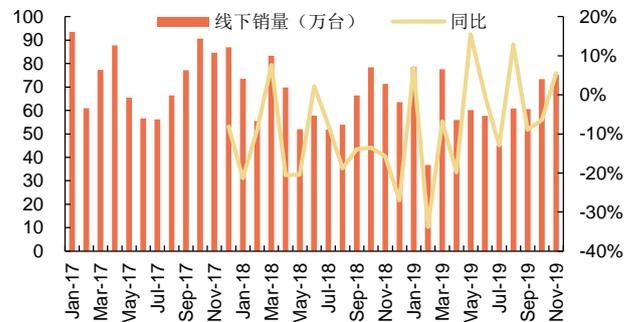
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图41: 洗衣机 11 月线上均价 1594.3 元 增速-1.3%



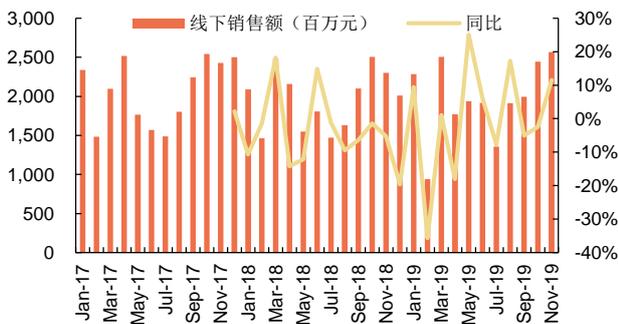
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图42: 洗衣机 11 月线下销量 75.3 万台 增速-5.5%



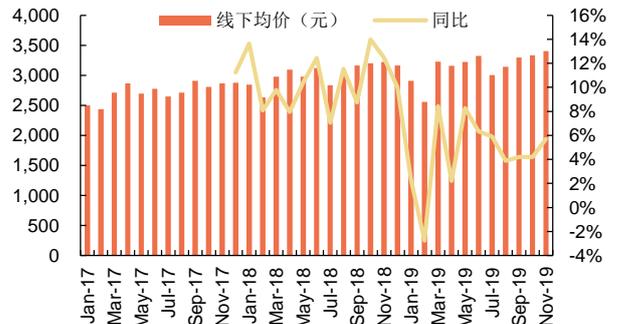
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图43: 洗衣机 11 月线下销售额 25.6 亿元 增速 11.5%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

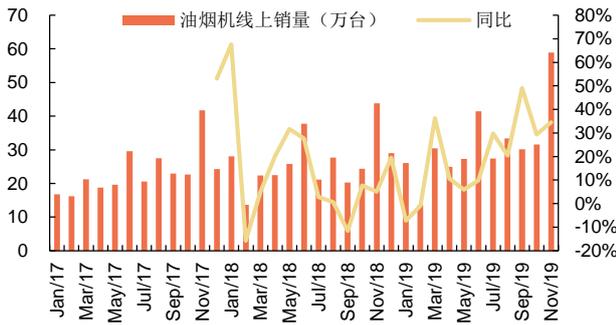
图44: 洗衣机 11 月线下均价 3404 元 增速 5.7%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

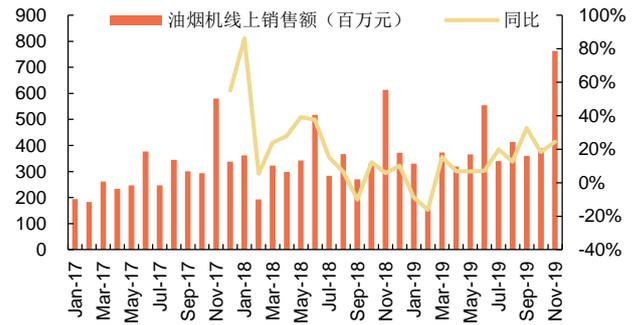
2019 年 11 月油烟机线上销量 58.9 万台, 同比增速 34.5%, 销售额 7.6 亿元, 同比增速 24.5%, 均价 1294.3 元, 同比增速-7.4%; 油烟机线下销量 19.5 万台, 同比增速-6%, 销售额 6.6 亿元, 同比增速 2.7%, 均价 3384.7 元, 同比增速-3.2%。

图45: 油烟机 11 月线上销量 58.9 万台 增速 34.5%



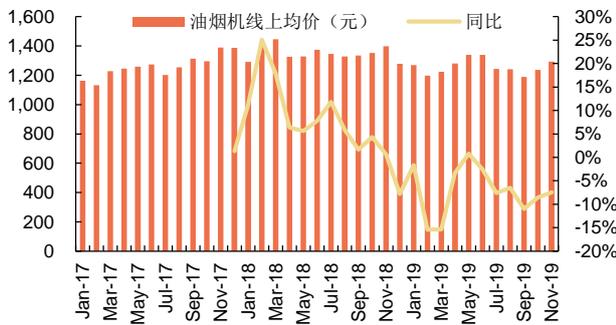
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图46: 油烟机 11 月线上销售额 7.6 亿元 增速 24.5%



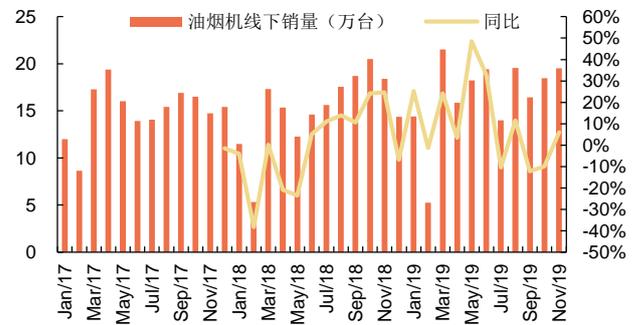
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图47: 油烟机 11 月线上均价 1294.3 元 增速-7.4%



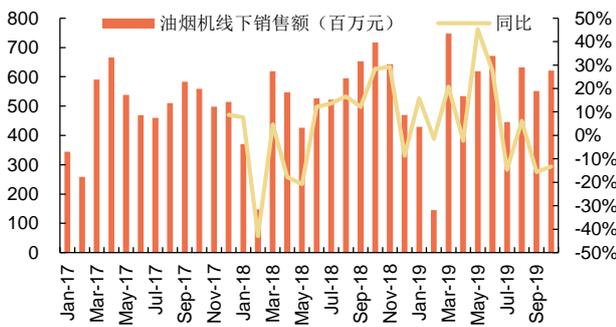
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图48: 油烟机 11 月线下销量 19.5 万台 增速-6%



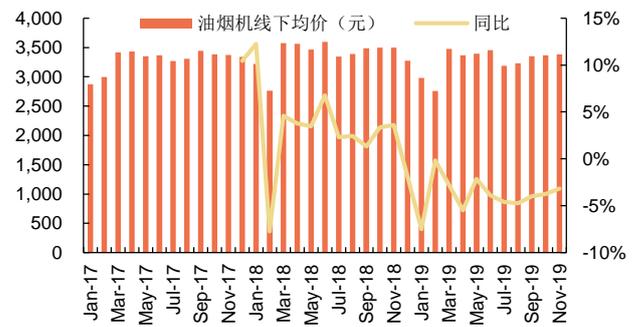
资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图49: 油烟机 11 月线下销售额 6.6 亿元 增速 2.7%



资料来源: 奥维云网, 申港证券研究所

图50: 油烟机 11 月线下均价 3384.7 元 增速-3.2%



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

董明珠：举报奥克斯被美的、海尔“放鸽子”

12月8日，格力电器董事长董明珠在中国企业家年会上表示，举报奥克斯本是和美的、海尔约好一起，但最终只有格力进行举报。

海信家电(00921)附属认购 1 亿元浙商银行理财产品

海信家电(00921)公布,于 2019 年 12 月 10 日,该公司的非全资附属公司冰箱营销公司(作为认购方)订立 2019 浙商银行第十六份理财协议以认购 2019 浙商银行第十六项理财产品,认购金额为人民币 1 亿元,投资期 90 天,预期年化收益率 4.03%。

董明珠谈格力未来:成为一个多元化科技型全球工业集团

近日,格力电器董事长董明珠表示,未来 10 年的格力,真正成为一个多元化科技型全球工业集团,而且它不仅是在空调领域成为世界领先者,在生活电器品类也能够成为世界的领先者,因为它不断创造新的技术。

美的集团:累计回购股份 6025 万股 共支付 31 亿元

2019 年 12 月 3 日,美的集团发布关于回购股份进展情况的公告。公告显示,截至 2019 年 11 月 30 日,通过回购专用证券账户,以集中竞价方式累计回购了 6025 万股,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 309968.36 万元(不含交易费用)。

海尔智家:海尔转债触发赎回条款 提前赎回

海尔智家公告,公司股票在最近连续三十个交易日中有十五个交易日的收盘价格不低于“海尔转债(110049)”当期转股价格(14.20 元/股)的 120%,根据《募集说明书》的约定,已触发可转债的赎回条款。公司决定行使“海尔转债”的提前赎回权,对赎回登记日登记在册的“海尔转债”全部赎回。赎回登记日为 2019 年 12 月 16 日,赎回价格为 100.20 元/张。

康盛股份:1.79 亿元出售四家零部件公司,构成关联交易

康盛股份 12 月 11 日晚间公告,拟将下属子公司成都联腾动力控制技术有限公司(以下简称“成都联腾”)100%股权、新动力电机(荆州)有限公司(以下简称“荆州新动力”)100%股权、合肥卡诺汽车空调有限公司(以下简称“合肥卡诺”)100%股权和浙江云迪电气科技有限公司(以下简称“云迪电气”)51%股权出售给中植新能源汽车有限公司(以下简称“中植新能源”),以上股权作价合计人民币 179,000,001.00 元,构成关联交易。上述股权出售完成后,四家零部件公司将不再纳入公司合并报表范围。

创维数字:常宝成、赫旋和宋勇立合计减持 0.18%公司股份

创维数字 12 月 11 日晚间公告称,减持计划已实施完毕,常宝成、赫旋和宋勇立合计减持 0.18%公司股份。

老板电器:不会通过主动降价方式损害市场整体格局

e 公司讯,老板电器(002508)近期接受机构调研时表示,老板品牌仍将维持高端定位,这是自公司创立之初不断努力经营达到的成果,不会通过主动降价的方式损害市场整体格局,市场良好的竞争格局是行业未来长远发展的基础。此外,老板电器

还表示，明年公司将继续发展蒸箱，并逐步拓展大容量洗碗机品类。工程渠道预计今明两年将保持较高增长。

海尔智家(600690-CN)传来港IPO拟将海尔电器(01169-HK)私有化

【财华社讯】外电引述知情人士透露，全球最大家用电器制造商海尔(Haier)旗下子公司海尔智家(600690-CN)计划在港上市，将向海尔电器(01169-HK)的股东发行新股票以换取他们手中股权，从而将海尔电器私有化，截至昨日收市，海尔电器市值达613亿元。消息指，计划目前处于初步阶段，已聘请顾问协助，尚待监管部门批准，拟于明年下半年完成。海尔智家发言人表示，不知悉该计划，海尔集团、海尔电器则尚未回覆。

4.2 公司公告

【深康佳A】为全资子公司提供担保的进展公告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?04078fae-06b3-4c9f-b17e-9cfc5d5b0764>

【创维数字】关于高级管理人员股份减持计划实施完毕的公告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?b4f566b3-223d-420d-8b8e-4cc81c008129>

【莱克电气】关于调整公司2019年度预计日常关联交易的公告

http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2019-12-14/603355_20191214_5.pdf

【苏泊尔】关于对外投资设立合资公司暨关联交易的进展公告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?7b4ad9ec-b852-434b-8006-041dd6a00396>

【康盛股份】关于出售子公司股权暨关联交易的公告

<http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?4a50be53-df62-4342-9afe-80fdc5b15c61>

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