

7月家用空调总排产计划同比下滑9.6%

—— 家电行业周报

分析师： 尤越

SAC NO: S1150520080001

2021年7月1日

证券分析师

尤越
022-23839033
youyue@bhqz.com

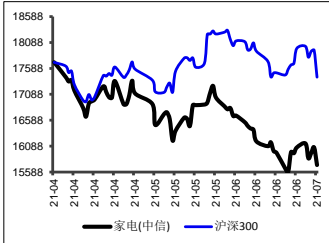
子行业评级

白色家电	看好
黑色家电	中性
小家电	看好
厨房电器	看好
照明电工及其他	中性

重点品种推荐

美的集团	增持
海尔智家	增持
格力电器	增持
北鼎股份	增持
浙江美大	增持

最近一季度行业相对走势



相关研究报告

投资要点:

● 市场表现

本周(6.25-7.1)沪深300指数上涨1.43%，家电(中信)板块上涨0.71%，行业跑输大盘0.72个百分点，在30个中信一级行业中排名第13。细分子行业方面，本周涨跌互现。厨房电器0.86%、白色家电0.67%、照明电工及其他2.69%、小家电-1.08%、黑色家电-0.76%。个股方面，近五个交易日春光科技(+34.69%)、和*ST康盛(+31.73%)和开能健康(+16.77%)涨幅居前，九阳股份(-9.58%)、东方电热(-9.44%)和新宝股份(-8.92%)跌幅居前。

● 行业相关数据

白电方面：据奥维云网(AVC)数据统计，2021年第26周(2021.6.21-2021.6.27)空调线下销额同比下降28.95%，销量同比下降32.09%；线上销额同比上涨34.28%，销量同比上涨23.90%。冰箱线下销额同比下降57.22%，销量同比下降55.35%；线上销额同比下降19.77%，销量同比下降7.38%。洗衣机线下销额同比下降55.94%，销量同比下降52.08%；线上销额同比下降19.77%，销量同比下降7.38%。

黑电方面：据奥维云网(AVC)数据统计，2021年第26周(2021.6.21-2021.6.27)彩电线下销额同比下降37.28%，销量同比下降51.43%，线下产品均价为4929元，均价同比上涨1167元；线上销额同比下降10.67%，销量同比下降31.01%，线上产品均价为2745元，均价同比提升625元。

厨电方面：据奥维云网(AVC)数据统计，2021年第26周(2021.6.21-2021.6.27)油烟机、燃气灶和厨电套餐线下销额分别同比下滑38.18%、37.63%和48.04%，销量分别同比下降41.3%、40.69%和50.49%；线上销额分别同比下降7.23%、19.26%和13.55%，销量分别同比下降19.73%、29.71%和18.57%。

小家电方面：据奥维云网(AVC)数据统计，2021年第26周(2021.6.21-2021.6.27)豆浆机、料理机、养生壶、破壁机线下销额分别同比下降26.4%、49.38%、23.85%和50.3%，销量分别同比下降24.95%、39.36%、13.06%和47.85%；线上销额分别同比下降34.24%、36.52%、1.71%和45.23%，销量分别同比下降18.86%、32.95%、1.99%和33.07%。

● 家电行业要闻

贯彻落实国家“双碳目标”，空调专委会发出最强行动倡议

2021电风扇市场：品牌格局未定 产品升级继续

6月份PMI指数发布，制造业延续稳定扩张

● 重点公司动态

公牛集团：2021 年半年度业绩预增公告

兆驰股份：关于分拆所属子公司江西兆驰光元科技股份有限公司至创业板上市获深圳证券交易所受理的公告

● 投资建议

据产业在线统计数据显示，2021 年 7 月家用空调行业总排产计划 1385 万，同比下滑 9.6%，环比下滑 10.6%。上半年空调内销市场终端销售数据不及预期，5 月空调内销出货同比下滑 14.5%，导致 7 月企业排产较为谨慎。投资建议方面我们建议关注以下三点：1、拥抱业绩，重点把握业绩超预期以及业绩迎来拐点个股；2、上游原材料价格位于高位，建议关注在产业链中议价能力较强的各细分行业龙头；3、新兴品类家电景气度持续提升，建议关注享受行业高增长红利的新兴品类家电行业龙头。综上，暂时给予行业“看好”评级，建议关注美的集团（000333）、海尔智家（600690）、格力电器（000651）、北鼎股份（300824）和浙江美大（002677）。

● 风险提示

宏观经济环境波动的风险；疫情反复的风险；汇率波动造成汇兑损失的风险；行业终端需求严重下滑的风险；海外出口景气度下滑的风险。

目 录

1、市场表现	5
2、行业相关数据	6
3、家电行业要闻	7
4、重点公司动态	14
5、投资建议	16
6、风险提示	17

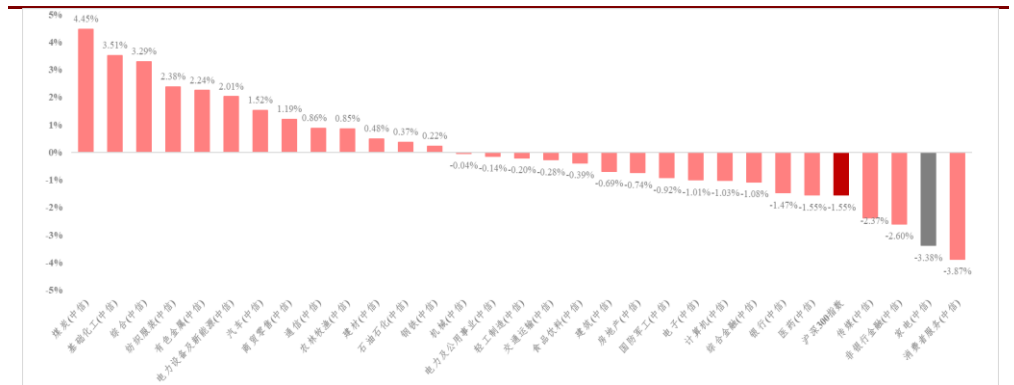
图 目 录

图 1: 家电行业在 30 个中信一级行业中排名第 20 (6.25-7.1)	5
图 2: 家电行业细分子行业涨跌幅 (6.25-7.1)	5
图 3: 近五个交易日家电行业涨幅居前个股	6
图 4: 近五个交易日家电行业跌幅居前个股	6
图 3: 空调线上周度零售额数据 (单位: 亿元)	7
图 4: 空调线下周度零售额数据 (单位: 亿元)	7
图 5: 冰箱线上周度零售额数据 (单位: 亿元)	7
图 6: 冰箱线下周度零售额数据 (单位: 亿元)	7
图 7: 洗衣机线上周度零售额数据 (单位: 亿元)	7
图 8: 洗衣机线下周度零售额数据 (单位: 亿元)	7

1、市场表现

本周（6.25-7.1）沪深 300 指数上涨 1.43%，家电（中信）板块上涨 0.71%，行业跑输大盘 0.72 个百分点，在 30 个中信一级行业中排名第 13。

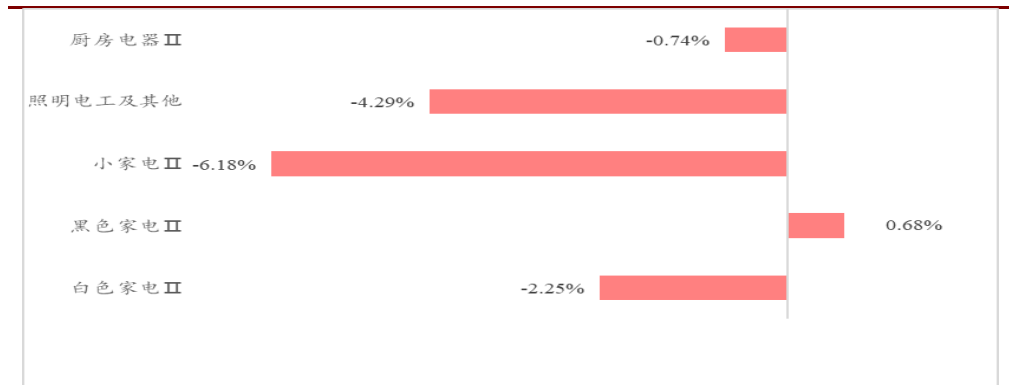
图 1：家电行业在 30 个中信一级行业中排名第 20（6.25-7.1）



资料来源：wind，渤海证券

细分子行业方面，本周涨跌互现。厨房电器 0.86%、白色家电 0.67%、照明电工及其他 2.69%、小家电-1.08%、黑色家电-0.76%。

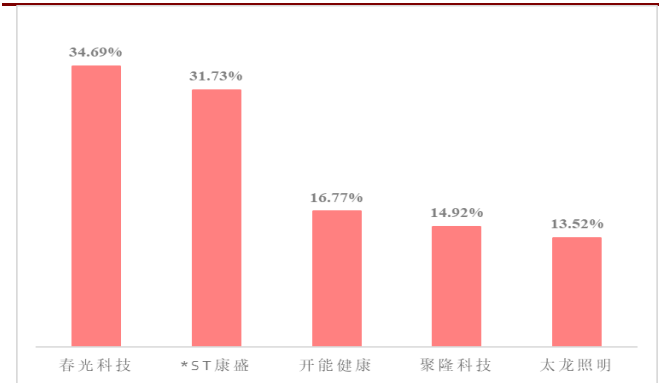
图 2：家电行业细分子行业涨跌幅（6.25-7.1）



资料来源：wind，渤海证券

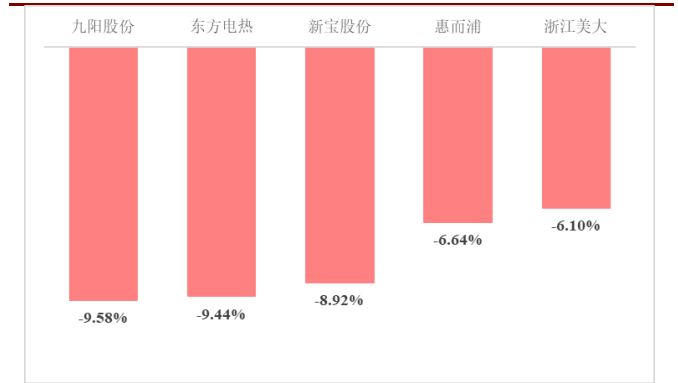
个股方面，近五个交易日春光科技（+34.69%）、和*ST 康盛（+31.73%）和开能健康（+16.77%）涨幅居前，九阳股份（-9.58%）、东方电热（-9.44%）和新宝股份（-8.92%）跌幅居前。

图 3: 近五个交易日家电行业涨幅居前个股



资料来源: wind, 渤海证券

图 4: 近五个交易日家电行业跌幅居前个股



资料来源: wind, 渤海证券

2、行业相关数据

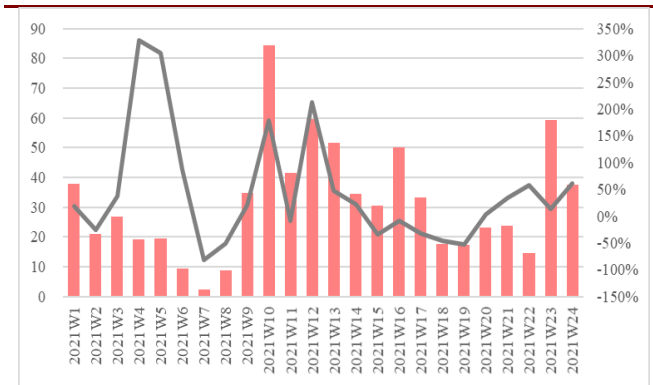
白电方面: 据奥维云网 (AVC) 数据统计, 2021 年第 26 周 (2021.6.21-2021.6.27) 空调线下销额同比下降 28.95%, 销量同比下降 32.09%; 线上销额同比上涨 34.28%, 销量同比上涨 23.90%。冰箱线下销额同比下降 57.22%, 销量同比下降 55.35%; 线上销额同比下降 19.77%, 销量同比下降 7.38%。洗衣机线下销额同比下降 55.94%, 销量同比下降 52.08%; 线上销额同比下降 19.77%, 销量同比下降 7.38%。

黑电方面: 据奥维云网 (AVC) 数据统计, 2021 年第 26 周 (2021.6.21-2021.6.27) 彩电线下销额同比下降 37.28%, 销量同比下降 51.43%, 线下产品均价为 4929 元, 均价同比上涨 1167 元; 线上销额同比下降 10.67%, 销量同比下降 31.01%, 线上产品均价为 2745 元, 均价同比提升 625 元。

厨电方面: 据奥维云网 (AVC) 数据统计, 2021 年第 26 周 (2021.6.21-2021.6.27) 油烟机、燃气灶和厨电套餐线下销额分别同比下滑 38.18%、37.63%和 48.04%, 销量分别同比下降 41.3%、40.69%和 50.49%; 线上销额分别同比下降 7.23%、19.26%和 13.55%, 销量分别同比下降 19.73%、29.71%和 18.57%。

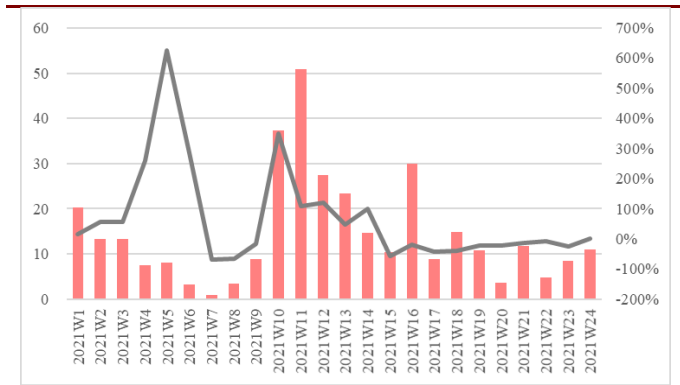
小家电方面: 据奥维云网 (AVC) 数据统计, 2021 年第 26 周 (2021.6.21-2021.6.27) 豆浆机、料理机、养生壶、破壁机线下销额分别同比下降 26.4%、49.38%、23.85%和 50.3%, 销量分别同比下降 24.95%、39.36%、13.06%和 47.85%; 线上销额分别同比下降 34.24%、36.52%、1.71%和 45.23%, 销量分别同比下降 18.86%、32.95%、1.99%和 33.07%。

图 5: 空调线上上周度零售额数据 (单位: 亿元)



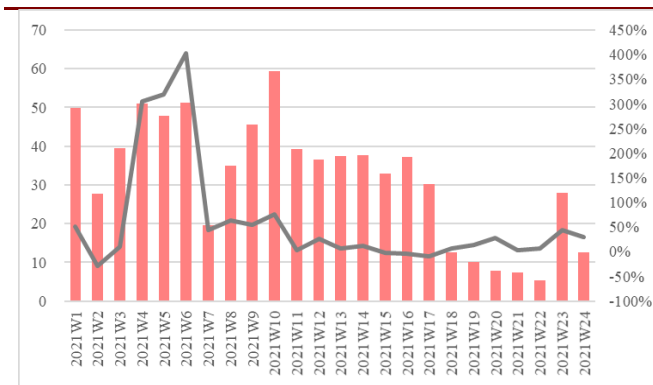
资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 6: 空调线下上周度零售额数据 (单位: 亿元)



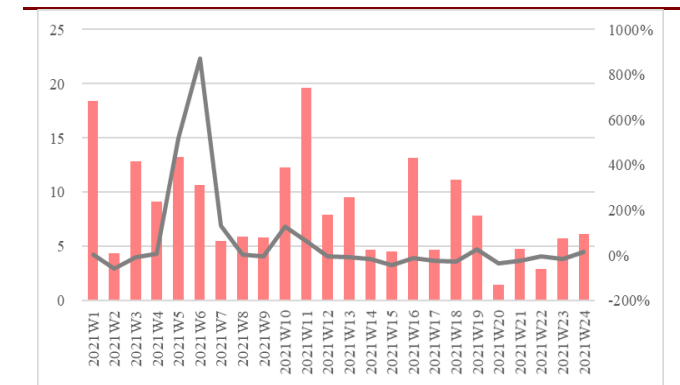
资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 7: 冰箱线上上周度零售额数据 (单位: 亿元)



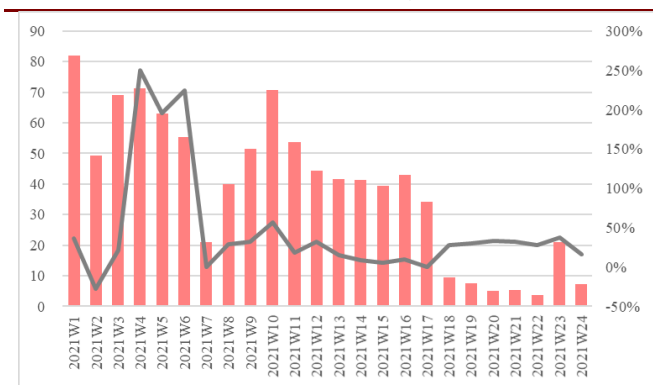
资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 8: 冰箱线下上周度零售额数据 (单位: 亿元)



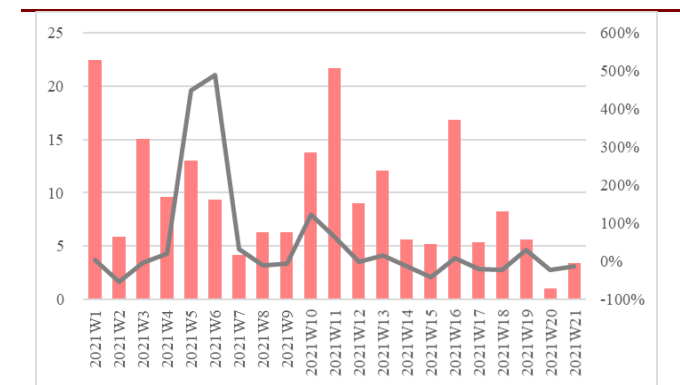
资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 9: 洗衣机线上上周度零售额数据 (单位: 亿元)



资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 10: 洗衣机线下上周度零售额数据 (单位: 亿元)



资料来源: 奥维云网, 渤海证券

3、家电行业要闻

1、贯彻落实国家“双碳目标”，空调专委会发出最强行动倡议

请务必阅读正文之后的免责声明

2020年9月，中国在第75届联合国大会提出2030年前碳达峰、2060年前碳中和目标，作为我国经济社会发展的推动力量，房间空调器行业坚持绿色、低碳、循环的高质量协同发展，对“碳达峰”和“碳中和”的实现具有自主贡献意义。房间空调器行业具体该如何履行这一使命？

6月29日，中国家用电器协会空调专业委员会2021年工作会议在青岛召开，中国家用电器协会秘书长王雷、专委会主任委员邱向伟、专委会秘书长张浩、协会副秘书长窦艳伟、海尔空调产业副总经理国德防出席了本次专委会会议；本次会议还特别邀请来国家发改委宏观经济研究院党委专职副书记蔡莹、清华大学核能与新能源技术研究院教授滕飞、中国标准化研究院研究员成建宏三位专家进行了专业领域的主题演讲；另外还有来自房间空调器产业链各企业相关负责人参加了本次专委会并做了进一步的交流研讨。

值得关注的是，为贯彻落实党中央国务院关于“碳达峰”和“碳中和”的重大决策部署，积极落实蒙特利尔议定书即将立行立案减排目标，提高房间空调器行业对于实现双碳目标与应对气候变化的自主贡献，推进房间空调器行业可持续与高质量发展，中国家用电器协会空调专业委员会在此次会议上向行业发出了最强行动倡议。

构建新发展格局，中国自上而下推进双碳目标

在双碳目标中，碳达峰是指我国承诺2030年前，二氧化碳的排放不再增长，达到峰值之后逐步降低。碳中和是指企业、团体或个人测算在一定时间内直接或间接产生的温室气体排放总量，然后通过植物造树造林、节能减排等形式，抵消自身产生的二氧化碳排放量，实现二氧化碳“零排放”，这个目标要在2060年前实现。

“整个二氧化碳要减排80%，全部温室气体要在2050年减排70%，那么才有可能实现到2060年碳中和的目标”，滕飞在专委会会议上介绍国家碳达峰碳中和相关政策动向时提到了相关指标实现的可能性。

目前包括美国、欧盟、英国、丹麦、德国、法国、匈牙利、瑞典、巴西、南非等在内的全球主要国家和地区都提出了碳中和的目标。

据滕飞介绍，中国在双碳目标上是自上而下式的推进，从中央决策再到各政府组织结构，逐步传导到了行业和地方。

在国家部委层面，由发改委牵头，正在组织各地方及行业实施碳达峰、碳中和的

行动计划；在科技界，目前正紧锣密鼓的开展和部署面向未来碳中和目标的相关研究和工程，比如科技部已起草双碳目标的科技创新行动方案，目前正在意见征集阶段，相信很快会公布；由很多院士跟相关专家学者参与撰写的碳中和技术发展路线图工作也在开展进行中等等。

各个地方也在积极响应和贯彻双碳目标，像北京、上海、浙江、广东、山东等地区都在十四五目标中提出了碳达峰、碳中和的行动方案，在2021年的重点工作和任务中都与推进双碳目标密切相关。

“从大的国家策略讲，十四五期间或者更长一段时间，贯彻新发展理念、构建新发展格局是非常重要的工作，是未来中国经济发展的一个新目标”，再谈到国内宏观形势尤其是十四五国家布局的重心时，蔡莹提醒道，作为企业，在整个新发展格局构建过程当中，大家要关注新的供给格局：一个是需求，一个是创新，一个是循环。

蔡莹指出，新的供给格局主要解决的是我们产业链不安全的问题；第二是提升在全球价值链中的分工地位，真正实现由中国产品向中国品牌的转变；第三是要推进产业化、数字化、智能化、清洁化的转变，在这个过程中，关键的就是要解决高耗能产业占比高的问题。

蔡莹认为，从国内国际政治、外交、经济诸多方面考虑，国内市场的重要作用和重要作用会更加日益突出。“考虑到我们的成本、利润、安全等等这些因素，坚持国内市场应该是我们企业的基本选择，企业要用心思去满足国内市场的消费需求”。

实际上家电企业针对供给端的变化也在积极尝试新的布局转型，比如海尔推出的三翼鸟场景品牌，聚焦为家庭提供全场景化的解决方案。青岛海尔空调器有限公司总监吴洪金在专委会上介绍了海尔空调针对老人、婴儿等不同人群，以及针对卧室、厨房、客厅等不同空间打造的空气解决方案，最具代表性的场景解决方案例如卧室睡眠空气解决方案、儿童学习房空气解决方案以及客厅养生空气解决方案等，提升了空调在个性化、定制化、健康化、智能化上的产品服务能力。

掌握主动权，空调行业需建立自主发展路径

在促进节能减排、推动绿色循环经济发展格局中，中国空调产业界一直在积极行动。

2020年7月1日家用空调新能效标准正式实施被各方认为是实现承诺减排的一个

着力点。截止到 2020 年底，新一级能效空调产品排产占比为 20%左右，二级能效空调排产占比为 25%左右。另外根据产业在线数据，到了今年 5 月份定频空调的生产占比仅为 20%左右。

成建宏在介绍了空调新能效标准实施进展后认为，标准从产业层面对节能减排做出了一定的贡献力。

另外 2019 年颁布的《绿色高效制冷行动方案》提出，到 2022 年，我国家用空调等制冷产品的市场能效水平提升 30%以上，成建宏表示，今后继续推动能效标准的修订出台大概率是空调行业进一步实现节能减排的着力方向，在这一过程中，一些新的变化和挑战也需要应对，比如绿色行动方案指定的目标和碳达峰、碳中和目标协同后带来的可能影响、出口产品怎么协调进口国的标准，这些在未来都是挑战。

但成建宏表示，双碳目标下的竞争局面不同以往，站位和出发点也不一样，空调行业在整个国际合作当中，应积极寻找自己的双碳路径，挖掘出更多的节能潜力，发挥自身的引导引领作用。

滕飞也认为，要实现双碳目标，除了在能源消耗和新能源替代、能源系统高度整合进行布局调整之外，一个重要方向就是要进一步提高能效。

“碳中和指的是所有温室气体，所以未来非二氧化碳类温室气体要大幅下降，跟空调行业相关的就是含氟气体的总量要大幅下降”，滕飞进一步说，第一还是要继续大幅提升家电的能效；第二要注重家电全生命周期的能耗和碳排放；第三未来是一个可再生能源为主的电网，家电行业如何通过技术突破应对电力系统形态的巨大变化；第四终端电气化大幅增加之后，可能会对未来家庭能源的使用消费和管理形成一个新的形态，给家电适配带来新的挑战；第五企业有没有可能尝试开发不使用制冷剂的制冷技术，这些是未来大幅减排含氟气体或者是减排非二氧化碳排放必不可少的。

在寻找应对双碳目标的路径上，会议现场，空调产业链企业结合行业与自身的发展情况从不同维度提出了思索。

发出最强行动倡议，做全球空调技术创新引领者

行业各界在建言献策的同时，为了积极推动双碳目标的实现，中国家用电器协会空调专业委员会在此次会议上向全行业发出倡议：

一，坚持绿色发展理念，制定切实可行的碳达峰和碳中和企业行动计划，积极开展绿色高效产品设计研发制造，降低全流程碳排放。

二，积极履行国际环保公约，促进绿色低碳制冷剂替代技术发展，推进非二氧化碳温室气体减排。

三，坚持创新驱动，持续加大创新投入，不断提高产品的能效水平，强化产业链上下游协同创新，推动绿色材料与零部件的研发和应用。

四，建设绿色工厂，积极以数字化、智能化技术提高生产运营中能源和资源的利用效率，探索绿色可再生能源应用，实现绿色制造。

五，深入推进供给侧结构性改革，扩大绿色高效产品，壮大绿色消费市场，加强消费者教育和引导，推动形成绿色低碳的消费理念和生活方式。

2020年9月22日，在联合国大会上，中国首次向世界宣布了中国的碳达峰和碳中和愿景，即中国二氧化碳排放力争在2030年前达到峰值，争取到2060年前实现碳中和。2021年4月16日，国家主席习近平在与法国德国领导人举行视频峰会时提到，中国已经决定接受《〈蒙特利尔议定书〉基加利修正案》，加强氢氟碳化物(HFCs)等非二氧化碳温室气体管控。

2021年6月17日，中国常驻联合国代表团向联合国秘书长交存了中国政府接受《〈蒙特利尔议定书〉基加利修正案》的接受书，这意味着该修正案将于2021年9月15日对我国生效(暂不适用于中国香港特别行政区)。此举标志着我国在加强氢氟碳化物(HFCs)等非二氧化碳温室气体管控方面，迈出重要一步。王雷表示，中国加入基加利修正案，更有利于“双碳”目标的达成，而R290等天然工质可以更好地满足基加利修正案，为中国“双碳”目标的实现增光添彩。

不久前，中国家用电器协会正式发布了《中国家电工业“十四五”发展指导意见》，提出了“十四五”期间发展新目标：持续提升行业的全球竞争力、创新力和影响力，到2025年，成为全球家电科技创新的引领者。

机会是留给有准备的人。王雷最后强调，“我们要贯彻国家双碳战略目标，要履行基加利修正案义务，实现全球家电科技引领者的目标，最重要的就是要不断突破自己。房间空调器行业要围绕国家整体的战略部署去开展工作，做好自己的技术准备。整个空调全产业链要持续加强沟通交流与协同创新发展，实现产业链技术的共同进步，共同履行我们的行动倡议，持续提升我们自身在全球的竞争力。”(中

国家电网)

2、2021 电风扇市场：品牌格局未定 产品升级继续

作为传统家电，电风扇历史由来已久，近几年随着空调的普及和用户需求的时刻变化，曾经夏天必备“神器”电风扇似乎成了冷门产品。那么，现阶段电风扇行业究竟呈现怎样的发展趋势呢？

销售重心向线上转移

纵观近年来电风扇市场发展，根据国家统计局数据显示，2015-2020 年中国家用电风扇产量整体上呈现上升趋势，2020 年达到最高值 23160.6 万台，同比增长 5.93%。但在零售消费市场，中国家电网观察奥维云网数据，国内电风扇市场零售量规模在 2016-2018 销年却是呈现下滑态势，具体分别同比下滑 4.9%、4.0%和 0.6%，不过也可以看出，尽管逐年下滑，但降幅不断收窄。到 2019 销年，电风扇市场零售量规模实现由负转正，同比增长 11.9%；2020 销年疫情背景下，电风扇市场零售量规模依然保持了两位数增幅，增速达 13%。

再看零售额方面，在电风扇市场零售量增速逐渐由负转正的 2018、2019、2020 销年，电风扇的零售额规模分别同比增长 12.6%、1.3%、-8.8%，增速逐渐放缓并出现下滑。为什么会出现这样“量增额降”的局面？这一点实际上可以从电风扇的销售渠道变化来分析一二。

从过往数据来看，2014 销年以来，电风扇线上市场零售量和零售额占比一直逐年攀升，至 2020 销年，电风扇的线上零售量、零售额份额占比已分别达到 85.9%、71.0%，很明显，电风扇销售重心正逐渐从线下转移到线上，而线上市场在价格竞争方面更加激烈，却也薄利多销，促成“量升额跌”局面不难预料。

进入后疫情时代的 2021 年，受限于原材料价格持续上涨压力，电风扇产品均价整体上行，致使该品类全渠道零售额规模增长显著，具体今年 1-4 月，电风扇市场零售额规模同比增长 5.9%，低价竞争问题似乎有所扭转。不过电风扇销售向线上转移的趋势依然持续，3-4 月电风扇线上市场零售额份额占比已提升至 79%，线上份额进一步扩大。

“电风扇产品有免安装、轻服务特点，对线下渠道依赖小”，奥维云网环境健康电器事业部总经理田亚丽也分析认为，加上社交电商、直播带货兴起，以及 2020 年疫情对线下渠道的影响，电商渠道已然成为电风扇品类的主要销售渠道。

大量新品牌涌入致竞争更加激烈

在以线上渠道为主的销售环境下，不同于份额较小但格局渐定(TOP5 品牌集中度达 85.5%)的线下市场，电风扇线上市场品牌集中度不升反降。具体 TOP5 品牌集中度由 2019 销年的 58.2%降至 55.1%，TOP10 品牌集中度由 2019 销年的 74.5%降至 71.9%，也就是说，TOP10 以外的“其它”品牌零售份额占整体线上市场的比重达到四成以上。

品牌集中度低、进入技术门槛也较低，在“网红家电”名单中逐渐再次“火”起来的电风扇赛道很容易引得一批新线上玩家涌入，记者检索京东电商平台，截至 6 月中旬，京东线上平台的风扇品牌数量已有 381 个。奥维云网数据也显示，仅 2020 销年，电风扇线上市场的品牌数量就增加了 82 个达到 591 家。其中，除了美的(22.9%)、格力(12.6%)两个头部品牌的零售额份额占比在两位数以上，其它如艾美特、奥克斯、美菱、戴森、TCL、志高、先锋电器、海尔等 TOP10 以内的品牌零售额份额占比均不足 10%，且大部分品牌都徘徊在 5%左右，加上还有 28%的“其它”品牌在旁虎视眈眈，激烈竞争下或成混战之势，电风扇线上市场品牌竞争格局无疑仍存变数。

“作为传统小家电产品，电风扇经历了终端制胜、渠道为王、电商腾飞三大黄金时代后，已出现市场饱和”。某小家电行业分析人士如此表示，红海竞争是电风扇市场不得不直视的发展必然，如何运用创新进行自我突破，是当下电风扇行业突围的唯一路径。

技术升级进行时

“运用创新自我突破”，势必要在产品上做“好文章”。从产品结构来看，如同消费升级大背景下多数成熟家电品类的发展路径，电风扇产品也加快了结构升级步伐。在固有印象中，电风扇的功能更多是驱暑解热，但如今再留心观察便能发现，最近几年电风扇市场增速较快的品类为无叶扇、循环扇、冷风扇、塔扇、落地扇等，这些产品从安全性、舒适度、便捷性等多方面一定程度填补了市场的空白，创造了新的需求。

比如，美的推出的智能净离子空气循环扇不仅拥有 10 米超远距送风和 12 档风力控制，还支持全屋循环送风和净离子除菌，同时可通过手机 APP 或智能语音远程操控。戴森无叶风扇通过利用环状气流倍增器，在环形夹缝中对气流进行加速，以形成由弧形翼面引导喷射方向的气流，能够放大周围空气且形成强劲气流，同时无叶片设计气流自然稳定舒适。另外，像冷风扇和塔扇结合的塔式冷风扇，既

拥有塔扇占地面积小的优点，同时具备冷风扇的功能，也成为多家品牌力推的“塔冷扇”新品。中国家电网注意到，目前美的、格力、艾美特、TCL、荣事达、三菱、奥克斯、澳柯玛等品牌均已布局塔冷扇、无叶扇、循环扇等新技术品类的电风扇产品。随着市场参与者增加，激烈的市场竞争下，新技术、新产品也在不断的提升性价比，更加速了新品类市场的普及力度。

根据数据预测，2021 销年电风扇市场零售量规模为 5094 万台，同比增长 0.4%；零售额规模为 99.4 亿元，同比增长 4.4%。随着消费者对家居环境舒适性要求的不断提升，田亚丽预判，能够平衡室内稳定，促进室内空气循环的循环扇将成为电风扇未来的发展趋势。同时，电风扇产品功能和技术发展将呈现舒适化、无线化、直流变频、多功能一体化等四大趋势特征。未来细分领域产品的深度挖掘、如针对母婴人群、Z 世代人群的不同消费习惯，推出个性化定制产品，也有望成为行业增长的新风口。（中国家电网）

3、6 月份 PMI 指数发布，制造业延续稳定扩张

国家统计局最新发布的数据显示，6 月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为 50.9%，较上月微落 0.1 个百分点，继续位于临界点以上，制造业延续稳定扩张态势。从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数和新订单指数均高于临界点，原材料库存指数、从业人员指数和供应商配送时间指数均低于临界点。

6 月份，非制造业商务活动指数为 53.5%，较上月回落 1.7 个百分点，非制造业扩张力度有所减弱。分行业看，邮政、电信广播电视卫星传输服务、货币金融服务、资本市场服务、保险等行业商务活动指数位于 59.0% 以上较高景气区间；航空运输、住宿、餐饮、房地产、租赁及商务服务等行业商务活动指数位于临界点以下。

6 月份，综合 PMI 产出指数为 52.9%，比上月回落 1.3 个百分点，表明我国企业生产经营活动总体扩张步伐有所放缓。（产业在线）

4、重点公司动态

1、公牛集团：2021 年半年度业绩预增公告

重要内容提示：

1.公牛集团股份有限公司（以下简称“公司”）预计 2021 年半年度实现归属于上

市公司股东的净利润为 130,000 万元到 155,000 万元，同比增加 49,626.20 万元到 74,626.20 万元，同比增加 61.74%到 92.85%。

2.预计 2021 年半年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 120,000 万元到 144,000 万元，与上年同期相比，将增加 39,595.19 万元到 63,595.19 万元，同比增加 49.24%到 79.09%。

一、本期业绩预告情况

(一) 业绩预告期间

2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日。

(二) 业绩预告情况

1.经公司财务部门初步测算，预计 2021 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为 130,000 万元到 155,000 万元，与上年同期相比，将增加 49,626.20 万元到 74,626.20 万元，同比增加 61.74%到 92.85%。

2.预计 2021 年半年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 120,000 万元到 144,000 万元，与上年同期相比，将增加 39,595.19 万元到 63,595.19 万元，同比增加 49.24%到 79.09%。

(三) 公司本次业绩预告未经注册会计师审计。

二、上年同期业绩情况

(一) 归属于上市公司股东的净利润：80,373.80 万元。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润：80,404.81 万元。

(二) 每股收益：1.36 元/股。

三、本期业绩预增的主要原因

2021 年上半年，公司坚持“专业专注、只做第一、走远路”的发展理念，在电连接、智能电工照明、数码配件三大赛道上精耕细作，销售规模相比上年同期取得较大增长并带动了利润的较大增长，同时全价值链精益运营水平不断提升促进了成本的有效管控，并克服了大宗原材料价格上涨的不利影响，推动了公司盈利能力的提升，实现归属于上市公司股东净利润的较大增长。

四、风险提示

(一) 公司本次业绩预告未经注册会计师审计。

(二) 公司尚未发现影响本次业绩预告内容准确性的重大不确定因素。

五、其他说明事项

以上预告数据仅为初步核算数据，具体准确的财务数据以公司正式披露的 2021 年半年度报告为准，敬请广大投资者注意投资风险。

2、兆驰股份：关于分拆所属子公司江西兆驰光元科技股份有限公司至创业板上市获深圳证券交易所受理的公告

深圳市兆驰股份有限公司（以下简称“公司”）于 2021 年 6 月 29 日收到公司所属控股子公司江西兆驰光元科技股份有限公司（以下简称“兆驰光元”）的通知，兆驰光元于 2021 年 6 月 25 日向深圳证券交易所（以下简称“深交所”）提交了首次公开发行股票并在创业板上市（以下简称“本次发行上市”）的申请材料，并于 2021 年 6 月 29 日收到深交所出具的《关于受理江西兆驰光元科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的通知》（深证上审〔2021〕281 号），深交所根据相关规定对兆驰光元报送的首次公开发行股票并在创业板上市的申请报告及相关申请文件进行了核对，认为文件齐备，决定予以受理。

兆驰光元本次发行上市尚需取得深交所的审核同意以及中国证券监督管理委员会同意注册的决定，存在重大不确定性。

公司将根据相关事项进展情况，严格按照法律法规的规定与要求，及时履行信息披露义务，敬请广大投资者注意投资风险。

5、投资建议

据产业在线统计数据显示，2021 年 7 月家用空调行业总排产计划 1385 万，同比下滑 9.6%，环比下滑 10.6%。上半年空调内销市场终端销售数据不及预期，5 月空调内销出货同比下滑 14.5%，导致 7 月企业排产较为谨慎。投资建议方面我们建议关注以下三点：1、拥抱业绩，重点把握业绩超预期以及业绩迎来拐点个股；2、上游原材料价格位于高位，建议关注在产业链中议价能力较强的各细分行业龙头；3、新兴品类家电景气度持续提升，建议关注享受行业高增长红利的

新兴品类家电行业龙头。综上，暂时给予行业“看好”评级，建议关注美的集团（000333）、海尔智家（600690）、格力电器（000651）、北鼎股份（300824）和浙江美大（002677）。

6、风险提示

宏观经济环境波动的风险；疫情反复的风险；汇率波动造成汇兑损失的风险；行业终端需求严重下滑的风险；海外出口景气度下滑的风险。

投资评级说明

项目名称	投资评级	评级说明
公司评级标准	买入	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅超过 20%
	增持	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅介于 10%~20%之间
	中性	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅介于-10%~10%之间
	减持	未来 6 个月内相对沪深 300 指数跌幅超过 10%
行业评级标准	看好	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数涨幅超过 10%
	中性	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数涨幅介于-10%-10%之间
	看淡	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数跌幅超过 10%

免责声明：本报告中的信息均来源于已公开的资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，不保证该信息未经任何更新，也不保证本公司做出的任何建议不会发生任何变更。在任何情况下，报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或询价。在任何情况下，我公司不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的担保，投资者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书面或口头承诺均为无效。我公司及其关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行或财务顾问服务。我公司的关联机构或个人可能在本报告公开发表之前已经使用或了解其中的信息。本报告的版权归渤海证券股份有限公司所有，未获得渤海证券股份有限公司事先书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“渤海证券股份有限公司”，也不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。

请务必阅读正文之后的免责声明

18 of 20

渤海证券股份有限公司研究所

副所长&产品研发部经理

崔健
+86 22 2845 1618

汽车行业研究小组

郑连声
+86 22 2845 1904
陈兰芳
+86 22 2383 9069

机械行业研究

郑连声
+86 22 2845 1904
宁前羽
+86 22 2383 9174

银行业研究

王磊
+86 22 2845 1802
吴晓楠
+86 22 2383 9071

非银金融行业研究

王磊
+86 22 2845 1802

医药行业研究

陈晨
+86 22 2383 9062

计算机行业研究

徐中华
+86 10 6810 4898

家电行业研究

尤越
+86 22 2383 9033

传媒行业研究

姚磊
+86 22 2383 9065

食品饮料行业研究

刘瑀
+86 22 2386 1670

宏观、战略研究&部门经理

周喜
+86 22 2845 1972

固定收益研究

马丽娜
+86 22 2386 9129
张婧怡
+86 22 2383 9130
李济安
+86 22 2383 9175

金融工程研究

宋旻
+86 22 2845 1131
陈菊
+86 22 2383 9135
韩乾
+86 22 2383 9192
杨毅飞
+86 22 2383 9154

金融工程研究

祝涛
+86 22 2845 1653
郝惊
+86 22 2386 1600

策略研究

宋亦威
+86 22 2386 1608
严佩佩
+86 22 2383 9070

博士后工作站

张佳佳 资产配置
+86 22 2383 9072
张一帆 公用事业、信用评级
+86 22 2383 9073

博士后工作站

苏菲 绿色债券
+86 22 2383 9026
刘精山 货币政策与债券市场
+86 22 2386 1439

综合管理

齐艳莉 (部门经理)
+86 22 2845 1625
李思琦
+86 22 2383 9132

机构销售•投资顾问

朱艳君
+86 22 2845 1995
王文君
+86 10 6810 4637

合规管理&部门经理

任宪功
+86 10 6810 4615

风控专员

张敬华
+86 10 6810 4651

渤海证券研究所

天津

天津市南开区水上公园东路宁汇大厦 A 座写字楼

邮政编码: 300381

电话: (022) 28451888

传真: (022) 28451615

北京

北京市西城区西直门外大街甲 143 号 凯旋大厦 A 座 2 层

邮政编码: 100086

电话: (010) 68104192

传真: (010) 68104192

渤海证券研究所网址: www.ewww.com.cn