

2022年08月14日

家电

行业周报

线上全品类销额转负，高端新品出口逆势增长

投资要点

◆ **本周家电板块跑赢大盘 0.91pct，日出东方、汉宇集团、春光科技涨幅靠前：**本周（08.08-08.12），SW 家用电器板块上涨 1.74%，沪深 300 上涨 0.82%，家用电器板块跑赢大盘 0.91 个百分点。其中 SW 白色家电板块上涨 0.71%，SW 黑色家电上涨 2.29%，小家电板块上涨 1.19%，厨卫电器板块上涨 2.32%。估值来看，整体法（TTM，剔除负值）计算的 SW 家用电器行业 PE 为 17.06 倍，拆分到子板块，白色家电、黑色家电、小家电和厨房电器的 PE 分别为 11.86、29.34、26.13、21.77 倍，均高于沪深 300 的 PE 水平 11.53 倍。周涨幅前 5 的家电板块公司分别为：日出东方（+20.39%）、汉宇集团（+16.39%）、春光科技（+13.1%）、小崧股份（+12.27%）、银河电子（+11.99%）。

◆ **上周全品类在全渠道均呈下滑，线上销售额同比增速也由正转负：**上周（8月01日-07日），根据奥维数据，1）线下，家电全品类销售额同比下滑 12.22%/-8.56pct，销售量同比下滑 20.18%/-4.25pct，下行再次加速。品类来看，销售量和销售额均上涨的有干衣机、空调、集成灶、净饮机，销售额依次增长 27.18%、15.89%、18.38%、166.75%，且均呈现高端化趋势。2）线上，家电全品类销售额同比轻微下滑 0.85%/-5.86pct，是连续多周增长后首次转负，销售量同比加速下滑 8.23%/-5.20pct。品类来看，销售额和销售量均上涨的有冰箱、空调、电风扇和电暖器，销售额分别同比提升 24.07%、46.90%、11.69%、112.63%。在线上大家电整体降价的情况下，仅有干衣机均价同比上涨 716 元，驱动销售额增长 10.06%（销售量-6.04%）；厨房小电中的电蒸锅也出现类似的变动，均价同比+16 元，销售量下降 2.77%，但销售额增长 8.67%。

◆ **出口聚焦健康、智能新品，政府兼高温天气合力拉动家电消费：**1）海关总署发布数据显示，7 月中国出口家用电器 30957.8 万台/-4.6%；1-7 月累计出口 201907.2 万台/-7.3%。1-6 月，四大家电中，空调、冰箱、洗衣机出口销量同比分别下降 11.6%、13.8%和 18.6%，仅液晶电视机出口销量同比增长 14%，智能、健康的高端家电新品出口表现亮眼，逆势走出“上扬曲线”。2）国家商务部主办的“2022 全国家电消费季”活动 8 月 8 日启动，天猫、京东、国美等平台纷纷启动家电相关补贴及优惠政策，以促进相关消费增长。3）高温天气拉动国内外空调市场。奥维数据显示，近两个月线上空调的零售额持续增长，周增幅最高已超过 80%，欧洲地区也不断打破高温纪录，成为空调出口的好时机。

◆ **投资建议：**疫情再次局部侵扰，上游房地产供需双紧，今年以来多次提出的刺激家电消费政策也于本周有所落地，有望推升家电企业尤其是龙头业绩。建议关注极端天气下应季需求，布局具备长期潜力的赛道，如主打智能高端、健康相关品类的标的，及寻求产业链上游元器件相关机会。

◆ **风险提示：**原材料成本价格持续上涨；海内外运输费用过高；疫情反复影响超预期；消费市场复苏不理想；上游地产景气度过低。

投资评级

同步大市-A维持

首选股票	评级
000333.SZ 美的集团	增持-A
002508.SZ 老板电器	增持-A
002705.SZ 新宝股份	增持-A
300894.SZ 火星人	买入-A
300824.SZ 北鼎股份	增持-A
688696.SH 极米科技	买入-A
688793.SH 倍轻松	买入-A

一年行业表现



资料来源：聚源

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	0.75	0.03	-0.79
绝对收益	-2.4	4.97	-16.16

分析师

刘荆

 SAC 执业证书编号：S0910520020001
 liujing1@huajinsc.cn

报告联系人

刘洁冰

liujiebing@huajinsc.cn

相关报告

家电：营收向好盈利承压，关注老牌龙头及高新赛道——家电 2021 及 22Q1 行业综述-家电行业动态分析 2022.5.16



内容目录

一、行业数据及新闻	4
(一) 行业收益率及估值回顾	4
(二) 国内家电市场表现	5
1、线下：整体再次加速下行，高端改善型需求增长	5
2、线上：全品类销售额增速由正转负，销售量加速滑落	6
(三) 行业政策及新闻要点	7
1、海关总署公布 7 月数据，高端智能家电成为出口新动力	7
2、商务部主办的“2022 全国家电消费季”开启，各大平台助力	8
3、高温天气助推海内外空调消费	9
二、行业上下游影响因素	10
(一) 原材料成本压力持续释放，出海业务有望受益	10
(二) 房地产供应端加速收紧，需求端乏力	11
三、公司行情及动态	13
(一) 公司行情与重点公司估值	13
(二) 覆盖公司公告及动态	15
风险提示	16

图表目录

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较	4
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较	4
图 3：家用电器及子板块 PE 走势	5
图 4：线下主要品类表现_周度	6
图 5：线下主要品类表现_今年以来	6
图 6：线上主要品类表现_周度	7
图 7：线上主要品类表现_今年以来	7
图 8：LME 铜价格（美元/吨）走势	10
图 9：LME 铝价格（美元/吨）走势	10
图 10：镀锌板卷价格（元/吨）走势	11
图 11：中国塑料城价格指数走势	11
图 12：海运相关价格走势	11
图 13：2010 年以来中间价:美元兑人民币汇率走势	11
图 14：商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比	12
图 15：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比	12
图 16：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比	12
图 17：商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比	12
图 18：商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比	12
图 19：商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比	12
图 20：30 大中城市商品房当周成交套数	13
图 21：30 大中城市商品房当周成交面积（万平方米）	13
表 1：行业及子板块历史市盈率 TTM_整体法（剔除负值）	5

表 2: 本周家电板块涨幅前 5 的公司	13
表 3: 本周家电板块跌幅前 5 的公司	13
表 4: 年初至今家电板块涨幅前 5 的公司	14
表 5: 年初至今家电板块跌幅前 5 的公司	14
表 6: 家电重点公司股价与估值	14

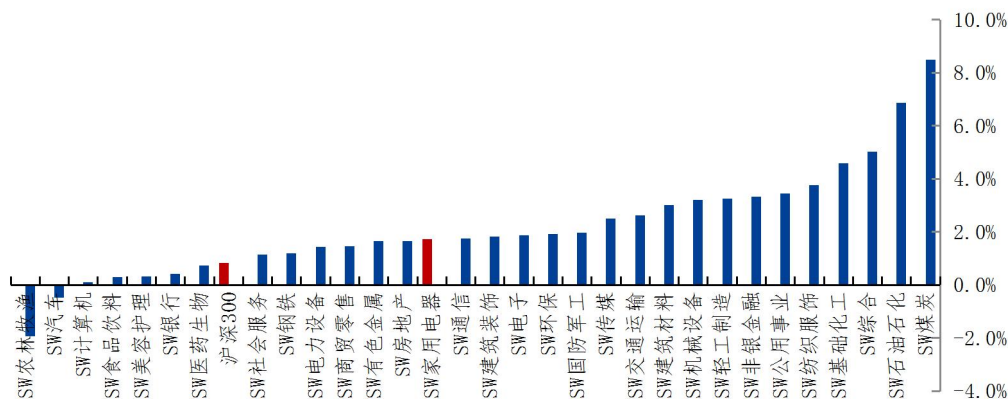
一、行业数据及新闻

（一）行业收益率及估值回顾

本周，SW 家用电器板块上涨 1.74%，沪深 300 上涨 0.82%，家用电器板块跑赢大盘 0.91 个百分点。其中 SW 白色家电板块上涨 0.71%，SW 黑色家电上涨 2.29%，小家电板块上涨 1.19%，厨卫电器板块上涨 2.32%。

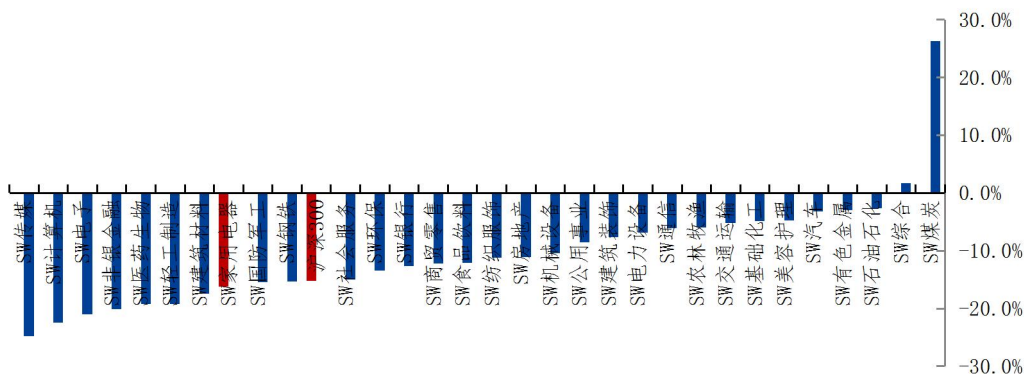
年初至今，SW 家用电器板块下跌 16.16%，沪深 300 下跌 15.17%，家用电器板块落后大盘 1 个百分点。其中，SW 白色家电板块下跌 23.17%，SW 黑色家电下跌 1.01%，小家电下跌 23.67%，厨卫电器下跌 18.25%。

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，华金证券研究所

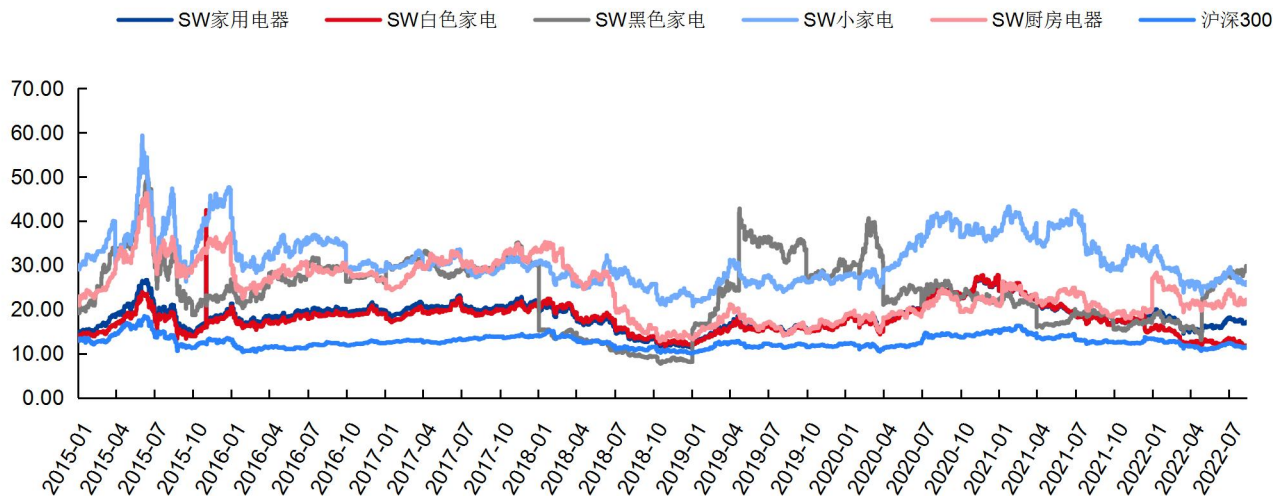
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，华金证券研究所

从最近收盘日的板块估值水平来看，SW 家用电器整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 17.06 倍，拆分到子板块，白色家电、黑色家电、小家电和厨房电器的 PE 分别为 11.86、29.34、26.13、21.77 倍，均高于沪深 300 的 PE 水平 11.53 倍。此外，SW 白色家电和小家电的 PE 低于近 1 年均值，SW 黑色家电则溢价最多。

图 3：家用电器及子板块 PE 走势



资料来源：同花顺，华金证券研究所

表 1：行业及子板块历史市盈率 TTM_整体法（剔除负值）

	SW 家用电器	SW 白色家电	SW 黑色家电	SW 小家电	SW 厨房电器	沪深 300
2022/8/12	17.06	11.86	29.34	26.13	21.77	11.53
近一年均值	17.22	14.83	19.85	29.08	21.39	12.20
溢价	-0.17	-2.98	9.49	-2.96	0.38	-0.67

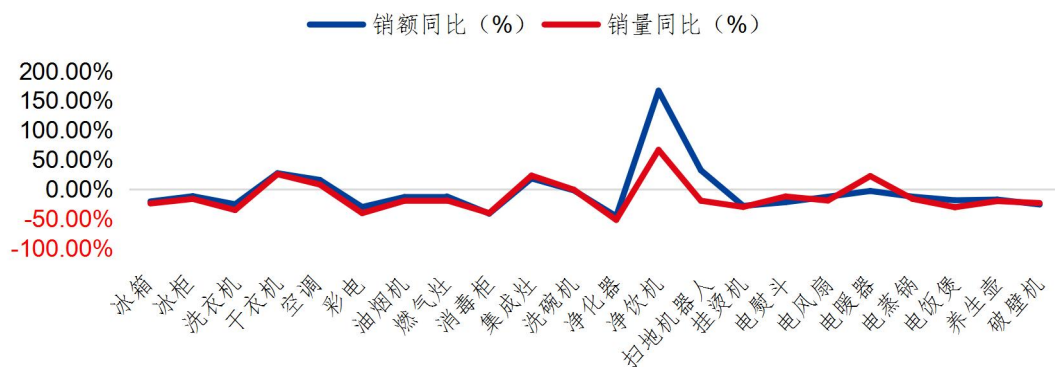
资料来源：同花顺，华金证券研究所

（二）国内家电市场表现

1、线下：整体再次加速下行，高端改善型需求增长

根据奥维数据，上周（8月01日-07日）家电全品类销售额同比下滑 12.22%/-8.56pct，销售量同比下滑 20.18%/-4.25pct，下行再次加速。品类来看，销售量和销售额均上涨的有干衣机、空调、集成灶、净饮机，销售额依次增长 27.18%、15.89%、18.38%、166.75%，销售量则分别增长 25.57%、8.04%、23.02%、66.67%，且均呈现高端化趋势，周度均价同比上涨 71 元、270 元、288 元和 579 元；此外，扫地机器人均价同比上涨 1689 元，在销售量下滑 19.31%的情况下，取得 32.25%的销售额增幅。

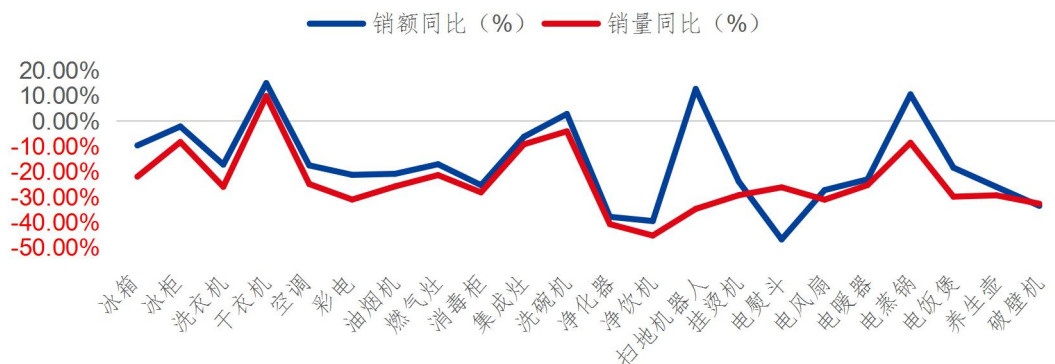
图 4：线下主要品类表现_周度



资料来源：奥维云网，华金证券研究所

今年以来（截至 2022/08/07），奥维数据显示，家电全品类销售额下降 16.63%/+0.09，销售量下降 26.33%/+0.12pct。干衣机、洗碗机、扫地机器人和电蒸锅今年以来累计销售额维持同比增长态势，涨幅依次为 14.88%、2.73%、12.60%和 10.46%，仅有干衣机受到销售量（+9.75%）的驱动。

图 5：线下主要品类表现_今年以来

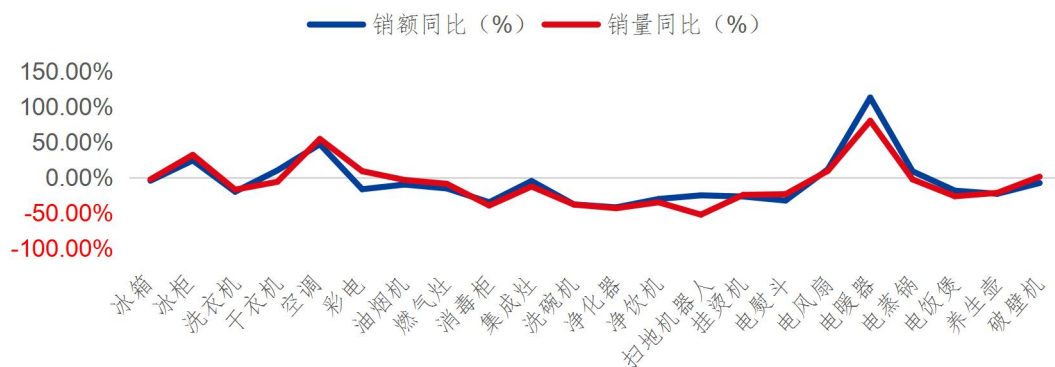


资料来源：奥维云网，华金证券研究所

2、线上：全品类销售额增速由正转负，销售量加速滑落

上周（8月01日-07日）家电全品类销售额同比轻微下滑 0.85%/-5.86pct，销售量同比下滑 8.23%/-5.20pct。品类来看，销售额和销售量均上涨的有冰柜、空调、电风扇和电暖器，销售额分别同比提升 24.07%、46.90%、11.69%、112.63%，销售量则对应增长 31.92%、54.33%、9.43%、79.99%。在线上大家电整体降价的情况下，仅有干衣机均价同比上涨 716 元，驱动销售额增长 10.06%（销售量-6.04%）；厨房小电中的电蒸锅也出现类似的变动，均价同比+16 元，销售量下降 2.77%，但销售额增长 8.67%。

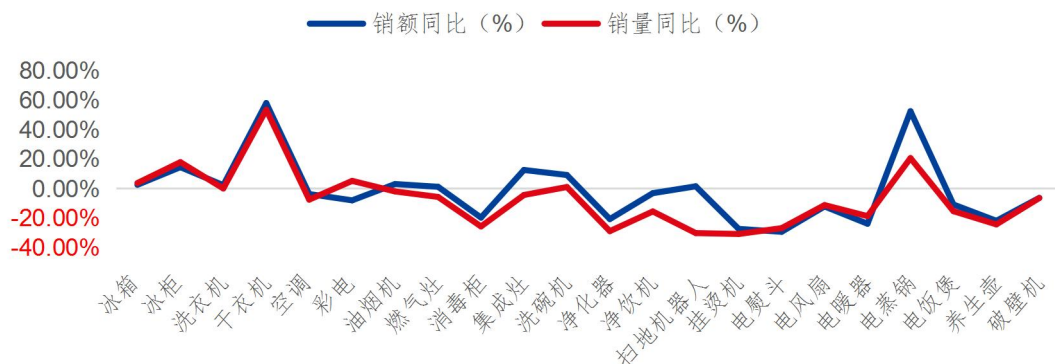
图 6：线上主要品类表现_周度



资料来源：奥维云网，华金证券研究所

今年截至 8 月 07 日以来，全品类线上累计销售额同比下滑 2.52%/+0.07%，销售量同比下滑 10.06%/+0.06pct。冰箱、冰柜均价下降 26 元、34 元，驱动今年以来销售量累计增长 2.46%、14.40%，销售额累计增长 3.66%和 17.79%，干衣机、洗碗机和电蒸锅则价量齐升，今年以来取得的销售额较去年同期增长 57.74%、9.10%和 52.24%。

图 7：线上主要品类表现_今年以来



资料来源：奥维云网，华金证券研究所

（三）行业政策及新闻要点

1、海关总署公布 7 月数据，高端智能家电成为出口新动力

[海关总署&人民日报&商务新闻网 2022-08-07]

海关总署日前发布数据，今年前 7 个月，我国货物贸易进出口总值 23.6 万亿元，同比增长 10.4%。其中，出口 13.37 万亿元，同比增长 14.7%；进口 10.23 万亿元，同比增长 5.3%；贸易顺差 3.14 万亿元，扩大 62.1%。其中，7 月中国出口家用电器 30957.8 万台，同比下降 4.6%；1-7 月累计出口 201907.2 万台，同比下降 7.3%。1-6 月，四大家电中，空调、冰箱、洗衣机出口销量同比分别下降 11.6%、13.8%和 18.6%；只有液晶电视机出口销量同比增长 14%。

在当前波诡云谲的大环境下，中国家电出口仍有亮色——主打智能、健康的高端家电新品逆势走出了一条“上扬曲线”。记者在采访中获悉，几家头部企业凭借差异化布局、自主创牌出海，出口业绩不降反增。1) 今年 1-6 月，单价高达数千美元的海信激光电视在澳大利亚、法国、加拿大等多个海外市场的销量已超过去年全年，成为高端市场的消费新宠。此外，海信历时 4 年研发出带有自动制冰功能的高端冰箱，在欧洲、澳大利亚、美国、南非等地全区域销售，受到了消费者的认可；2) 海尔中央空调凭借提供多样化的智慧健康空气场景方案和当地化的专业服务，获得了欧洲当地用户的认可。据当地数据统计，1-6 月，海尔中央空调在欧洲的销量同比增长 31.4%，出口规模持续保持高增长。此外，今年 6 月，海尔智家日本双品牌变频洗衣机市场占有率达 30.5%，跃居市场第一。

2、商务部主办的“2022 全国家电消费季”开启，各大平台助力

[人民资讯&人民日报数字传播 2022-08-08]

8 月 8 日，由国家商务部主办的“2022 全国家电消费季”活动正式启动，商务部和浙江省人民政府共同在杭州上城区举办了首场启动仪式。各大平台相继开启促销活动。

8 月 8 日晚 8:00，天猫在 88 会员节之际率先开展家电消费活动，活动将延续至 8 月 11 日 23:59。天猫大家电总经理安新杰表示，在“2022 全国家电消费季”期间，天猫将开展高频度的新家电消费活动，88 会员节是最近一次活动，天猫将推出四项优惠措施：一是在 88 会员节期间向消费者发放 3.1 亿元的数码家电购物券。二是发放 88 会员消费券，主要针对冰箱、洗护、厨房大电等重点应季类目，同时针对手机和空调行业有品类券支持。三是绿色家电消费，覆盖 60% 以上大家电类目商家，与海尔、美的、西门子、海信、博世等品牌建立重点合作，推动以旧换新绿色家电专场，大力鼓励支持家电下乡，尤其是节能减碳环保低能耗家电。四是核心主推 88VIP 专享 0 元延保和家电以旧换新服务，其中 0 元享延保实现海尔、美的、松下等头部重点品牌合作，以旧换新实现家电核心品牌覆盖。

8 月 9 日，一场力度堪比“京东 618”“京东 11.11”的促销活动将在京东开启。届时京东家电线上线下全渠道将为用户发放上亿元优惠券，同时针对以旧换新投入千万级补贴，覆盖大小家电多个品类上百个家电品牌。活动期间，不仅有大牌爆款齐聚、大量家电新品首发亮相，还有覆盖全国 2.5 万个乡镇、60 万个行政村的 1.5 万家京东家电专卖店同频发力。京东家电还特别推出“3C 跨品类以旧换新”服务政策，消费者家里的旧手机、旧电脑可以换空调、换电视；众多商品也将参与“价保京东 11.11”服务，让消费者提前享受超值的价格；更有爆款直降、页面满减等大额优惠券以及部分爆款分期免息、以旧换新立减 300 元起等多重惊喜……京东家电“815 周年庆”即将释放上述福利，这只是京东参与“2022 全国家电消费季”活动的一部分。京东家电营销部总经理杨潺表示，京东家电将携手众多家电厂商在 8-10 月举办多场促消费活动，除了 8 月份的“815 周年庆”，还有 9 月的“家电超级新品季”、10 月的“十一焕新周”等。

真快乐 APP、国美零售也积极响应政府号召，发挥线上线下优势全面参与 2022 年全国家电消费季，国美电器副总裁初永兵表示：“在家电消费季活动期间，将重点推出百款以旧换新家电，并向广大用户发放消费券，用户登陆真快乐 APP 领取消费补贴券。同时国美零售还将联合众多合作厂商长期开展以旧换新、家电下乡活动，将覆盖空调、彩电、冰箱、洗衣机、烟机、灶具、热水器等全部家电品类，发挥大连锁优势，在全国范围内联合主流品牌惠民促消费，后续随着活

动的推进，力度持续加大。我们也希望通过以旧换新活动，倡导并引领消费者对于绿色家电和品质家电的消费新趋势。”国美电器董事长黄秀虹在出席司庆发布会时表示，未来，国美零售将陆续优化门店网络，增强线下门店展示及互动体验感，计划新增 160 家重点城市展厅、新模式店，形成新的围绕用户本地生活需求的门店网络规划。据悉，广州、重庆、湖南、湖北等地区的新模式店——真快乐 APP 体验中心已正式开启试营业。

3、高温天气助推海内外空调消费

[中国电子报 2022-08-12]

今年可谓是“火热”的一年，全球多地持续高温，部分地区最高气温超 40℃。受高温天气拉动，国内空调市场开始回暖。不过，空调市场若要实现持续增长，一方面要看天气，另一方面也要向外寻求新增动力。随着温室效应加剧，近年来极端天气高发，未来全球高温或许将成为常态。在全球高温常态化下，被寄予厚望的海外空调市场也将迎来机遇。

空调行业呈现“先抑后扬”的发展态势。据产业在线最新发布的数据，2022 年上半年，家用空调生产总量为 8296.80 万台，同比下降 4.11%。销售量同比下降 1.68%，其中内销 4407.71 万台，同比下降 1.21%；出口 4084.60 万台，同比下降 2.18%。库存同比增长 1.58%。

进入下半年，全国出现大范围、持续性的异常高温，使得空调市场开始回暖。据奥维云网监测数据，近两个月，线上空调的零售额持续增长，周增幅最高已超过 80%。线下市场方面，12 个省份的空调销量明显增加。其中，处于高温区的上海空调周销售量增速最高超 400%。京东平台的数据显示，6 月以来，京东家电空调销售额环比增长超过 400%。

进入八月份，下一轮冷年已经来临。业内普遍认为，未被满足的新增需求将延续到新冷年。尤其在起始阶段，空调出货量在去年低基数基础上大概率会出现较为明显的增长。据奥维云网（AVC）预测，2022 年下半年，空调零售量将达 1947 万台，同比下滑 1%，下滑趋势明显收窄。

“一方面，空调市场需求韧性长期存在。另一方面，市场恢复性需求释放仍待时间。”产业在线空调产品总监索晓芳向《中国电子报》记者指出，空调市场若要实现持久正增长，一方面要看天气，另一方面也要向外寻求新增动力。中国作为空调制造大国，仍有大量的产能需要释放。根据中研普华产业研究院发布的报告数据，截至 2021 年 11 月，我国空调产量达 19741.4 万台，同比增长 4.3%。而根据奥维云网数据，2021 年国内空调市场全年零售量为 4689 万台。由此可以看出，我国剩余空调产能规模巨大，需要更有潜力的外销市场消化。

从产业在线整理的外销数据来看，今年第一季度为中国家用空调总体外销市场的备货旺季，出口排产较往年同期增长 13.7%，同时出口量也实现稳定增长。虽然第二季度受生产成本上升及国际市场通胀压力影响，出口排产趋势向下。不过，空调出口额一直延续增长，上半年家用空调出口销售额累计达到 76.6 亿美元，同比增长 12.3%，第一季度和第二季度同比分别增长了 21.8% 和 4.3%。

海外来看，欧洲地区不断打破高温纪录，部分地区气温一度高达 40℃。在极端高温天气的刺激下，今年成为空调出口的好时机。据产业在线数据，2022 上半年，欧洲、亚洲和非洲均实现了增长。据产业在线分析，亚洲地区空调市场的增长主要是由于夏季到来，气温上升以及贸易

政策的开放实施，不断刺激市场需求，亚洲市场在大环境低迷的情况下仍呈现同比 0.2% 的增长。其中，中亚市场增势领先，累计增长达到 106.7%。中东地区的空调销量同比上涨达到 12.3%。值得一提的是欧洲市场。一直以来，空调产品在欧洲的普及率极低。根据国际能源组织报告，空调在欧洲的普及率仅为 5%，而在美国和日本的普及率则基本达到 90%，中国也有 60%。

奥维云网（AVC）大家电事业部产品总监杨超向《中国电子报》记者分析称，这主要有以下几方面因素：其一，以往欧洲出现连续高温的情况并不多见；其二，当地空调安装和使用成本高，如安装一台空调大概需要 1500 欧元，使用一年的电费大概是 200 欧元；其三，低耗能建筑和传统习惯问题影响当地人采购空调；其四，空调安装流程繁琐，要征求各方意见，沟通成本很高。不过，由于近两年来受当地气温攀升刺激，以及在日积月累的消费教育下，欧洲居民的认知与习惯终于有所改变，市场也逐渐被开发。如今欧洲新增市场规模已与北美相仿，且上半年的空调销量同比上涨 4.4%。国际能源组织预计，欧洲的空调数量将在 20 年内增加一倍，到 2050 年，欧洲的空调安装数量有望达到 2.75 亿台。

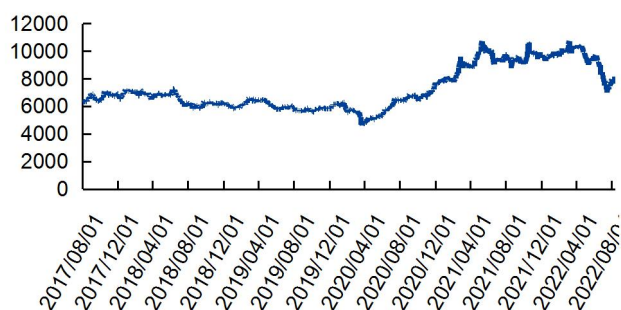
随着温室效应加剧，近年来极端天气高发，未来全球高温或许将成为常态，同时，海运和原材料成本已得到一定缓解，国内空调企业的运营能力较强，未来海外市场对我国质优价廉空调产品的需求有望增加，在全球高温常态化下，中国空调出海或迎来新机遇。

二、行业上下游影响因素

（一）原材料成本压力持续释放，出海业务有望受益

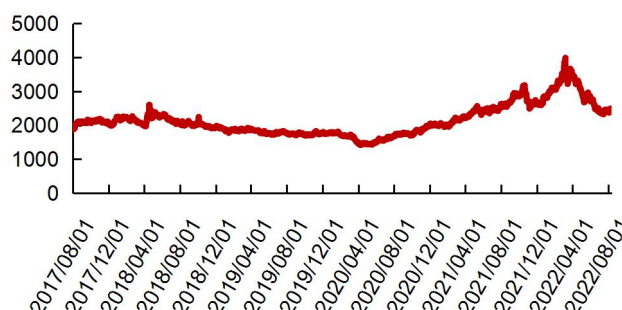
家电主要原材料价格持续下降，成本压力得到缓解：截至 2022 年 8 月 12 日，LME 铜的现货结算价格约为 8,065 美元/吨，同比降低 15.18%，环比上周降幅收窄 1.77pct；LME 铝的现货结算价 2,468 美元/吨，同比降低 5.13%，下滑速度轻微放缓 0.13pct；0.5mm 和 1.0mm 两种规格的镀锌板卷价格分别为 5,076 元/吨、4,993 元/吨，同比下滑 26.69%、26.71%；根据中塑在线，中国塑料城价格指数为 904.66，较去年同期也降低了 12.21%，环比增速加快 0.32pct。

图 8：LME 铜价格（美元/吨）走势



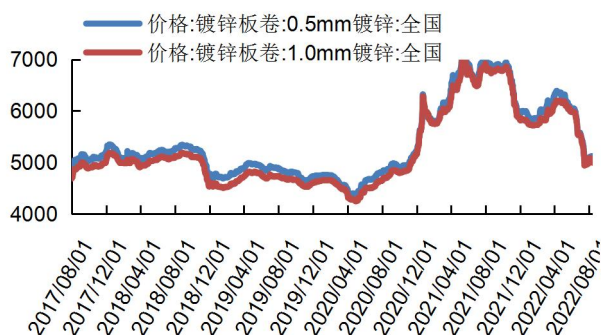
资料来源：Wind，华金证券研究所

图 9：LME 铝价格（美元/吨）走势



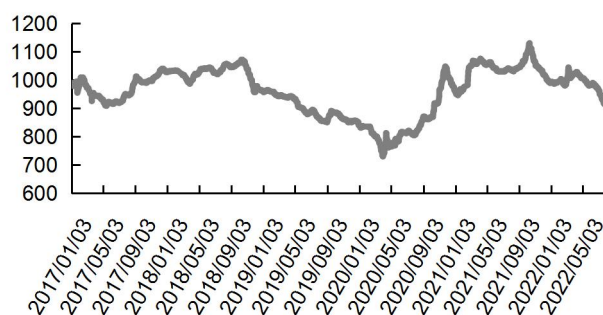
资料来源：Wind，华金证券研究所

图 10：镀锌板卷价格（元/吨）走势



资料来源：Wind，华金证券研究所

图 11：中国塑料城价格指数走势



资料来源：Wind，中塑在线，华金证券研究所（基期=2010/01/04）

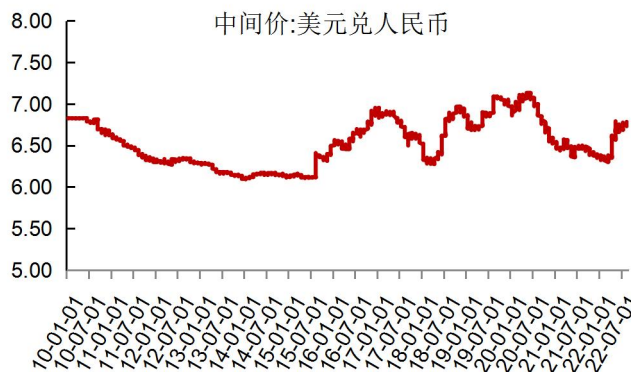
出海业务有望受益：出海贸易来看，一方面海运运费整体仍然处于高位，2022 年 6 月的克拉克森海运指数 41,364 美元/天，其中集装箱出口价格指数今年以来呈现降低态势，说明货物端出口价格压力有所释放；另一方面，根据央行每日中间价，7 月 29 日最新美元对人民币汇率为 6.7413，本周延续 7 月以来的较高汇率水平，人民币相对贬值利好出口业务。

图 12：海运相关价格走势



资料来源：Wind，华金证券研究所（包括运输液体的集装箱，上年同月=100）

图 13：2010 年以来中间价:美元兑人民币汇率走势

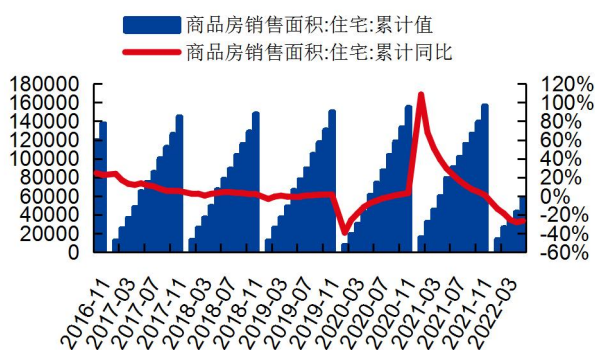


资料来源：Wind，中国人民银行，华金证券研究所

（二）房地产供应端加速收紧，需求端乏力

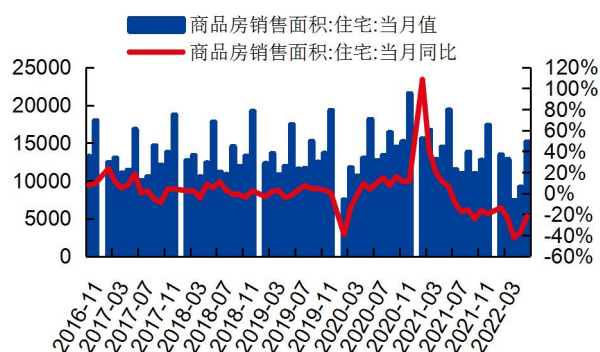
销售下跌速度环比放缓：2022 年 1-6 月，住宅商品房累计销售面积为 5.81 亿平方米，同比 -26.59%，跌幅较 1-5 月收窄 1.54pct；6 月当月，住宅商品房销售面积为 1.52 亿平方米，同比 -21.84%，环比跌幅继续收窄 14.8pct。

图 14：商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

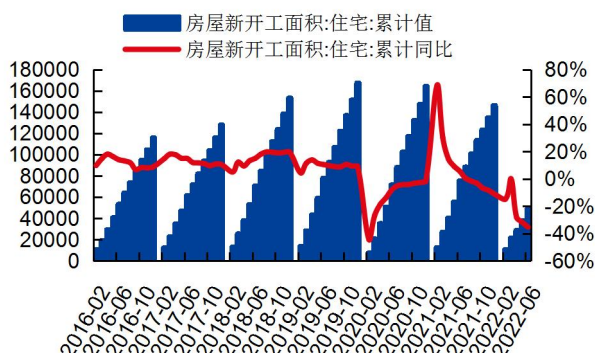
图 15：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

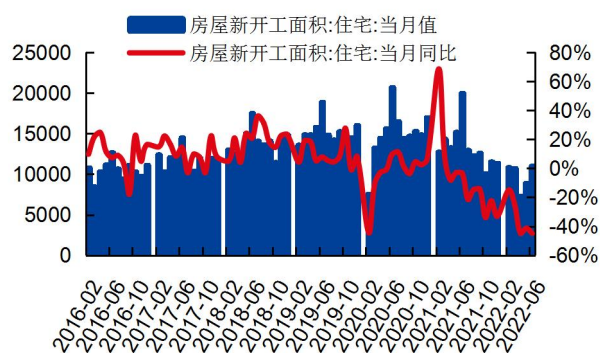
新开工面积加速减少：2022年1-6月，住宅商品房累计新开工面积为4.88亿平方米，同比下降35.4%，比前5个月累计同比增幅扩大3.4%；6月当月，住宅商品房新开工面积为1.10亿平方米，同比下降44.9%，增速环比大幅提升3.6pct。

图 16：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

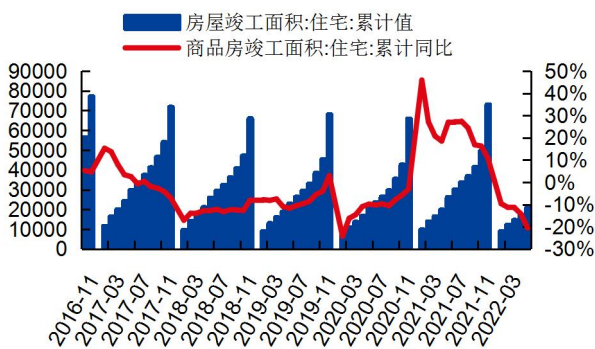
图 17：商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

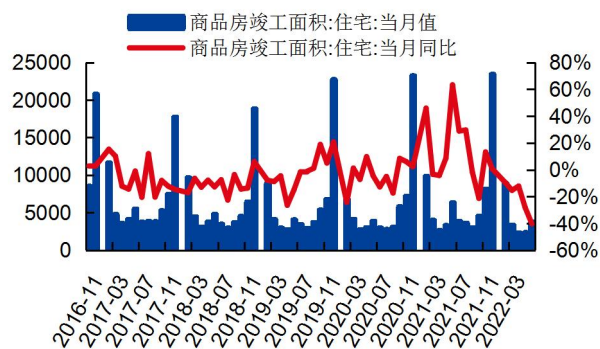
竣工下滑速度加快：2022年1-6月，住宅商品房累计竣工面积为2.09亿平方米，同比下滑20.55%，跌幅较1-5月扩大6.31pct；6月当月，住宅商品房竣工面积为0.38亿平方米，同比-40.24%，跌速环比加快11.98pct。

图 18：商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

图 19：商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

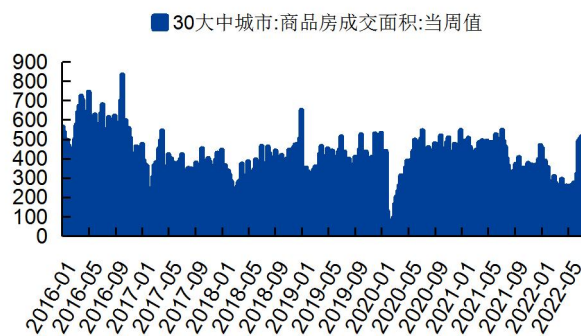
主要城市成交再次大幅下滑：截至 08 月 07 日，30 大中城市商品房成交套数为 23,748 套，成交面积 259.63 万平方米，较上周分别变动-22.45%和-23.48%。

图 20：30 大中城市商品房当周成交套数



资料来源：Wind，华金证券研究所

图 21：30 大中城市商品房当周成交面积（万平方米）



资料来源：Wind，华金证券研究所

三、公司行情及动态

（一）公司行情与重点公司估值

本周涨幅前 5 的家电板块公司分别为：日出东方（+20.39%）、汉宇集团（+16.39%）、春光科技（+13.1%）、小崧股份（+12.27%）、银河电子（+11.99%）；本周跌幅前 5 的家电板块公司分别为：倍轻松（-3.65%）、新宝股份（-3.13%）、金海高科（-3.06%）、立达信（-2.65%）、飞科电器（-2.03%）。

表 2：本周家电板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅（%）	本周收盘价（元）
603366.SH	日出东方	20.39	9.21
300403.SZ	汉宇集团	16.39	12.00
603657.SH	春光科技	13.10	16.49
002723.SZ	小崧股份	12.27	14.46
002519.SZ	银河电子	11.99	5.79

资料来源：Wind，华金证券研究所

表 3：本周家电板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅（%）	本周收盘价（元）
688793.SH	倍轻松	-3.65	44.93
002705.SZ	新宝股份	-3.13	20.73
603311.SH	金海高科	-3.06	14.56
605365.SH	立达信	-2.65	18.02
603868.SH	飞科电器	-2.03	84.00

资料来源：Wind，华金证券研究所

年初至今涨幅前 5 的家电板块公司分别为：创维数字（+100.06%）、飞科电器（+96.46%）、日出东方（+84.97%）、汉宇集团（+84.57%）、德业股份（+80.98%）；年初至今跌幅前 5 的家

电板块公司分别为：倍轻松（-56.43%）、石头科技（-37.35%）、科沃斯（-37.21%）、奥佳华（-36.15%）、春光科技（-35.41%）。

表 4：年初至今家电板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅（%）	本周收盘价（元）
000810.SZ	创维数字	100.06	19.55
603868.SH	飞科电器	96.46	84.00
603366.SH	日出东方	84.97	9.21
300403.SZ	汉宇集团	84.57	12.00
605117.SH	德业股份	80.98	352.31

资料来源：Wind，华金证券研究所

表 5：年初至今家电板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅（%）	本周收盘价（元）
688793.SH	倍轻松	-56.43	44.93
688169.SH	石头科技	-37.35	362.39
603486.SH	科沃斯	-37.21	93.88
002614.SZ	奥佳华	-36.15	7.93
603657.SH	春光科技	-35.41	16.49

资料来源：Wind，华金证券研究所

表 6：家电重点公司股价与估值

行业	证券代码	公司简称	股价	市值(亿元)	EPS			PE		
					2021A	2022E	2023E	2021A	2022E	2023E
白色家电	000333.SZ	美的集团	53.16	3,720	4.08	4.54	5.18	13	12	10
	000521.SZ	长虹美菱	4.51	43	0.05	/	/	90	/	/
	000651.SZ	格力电器	30.89	1,740	4.10	4.54	5.12	8	7	6
	000921.SZ	海信家电	14.57	169	0.71	1.00	1.22	20	15	12
	002668.SZ	ST 奥马	5.39	58	-0.07	/	/	-73	/	/
	200521.SZ	虹美菱 B	2.28	50	0.05	/	/	45	/	/
	600336.SH	澳柯玛	6.60	53	0.23	/	/	29	/	/
	600690.SH	海尔智家	23.68	2,087	1.38	1.61	1.86	17	15	13
	600854.SH	春兰股份	5.53	29	0.19	/	/	29	/	/
	600983.SH	惠而浦	7.37	56	-0.77	/	/	-10	/	/
黑色家电	000016.SZ	深康佳 A	5.47	102	0.38	/	/	15	/	/
	000801.SZ	四川九洲	7.27	74	0.14	/	/	51	/	/
	000810.SZ	创维数字	19.55	225	0.37	0.71	0.90	53	27	22
	002052.SZ	*ST 同洲	2.47	18	-0.25	/	/	-10	/	/
	002429.SZ	兆驰股份	4.06	184	0.07	0.34	0.41	55	12	10
	002519.SZ	银河电子	5.79	65	0.01	/	/	454	/	/
	002848.SZ	高斯贝尔	12.30	21	-0.75	/	/	-16	/	/
	200016.SZ	深康佳 B	2.16	119	0.38	/	/	6	/	/
	600060.SH	海信视像	12.46	163	0.87	1.15	1.44	14	11	9
	600839.SH	四川长虹	2.89	133	0.06	/	/	47	/	/
	688609.SH	九联科技	9.67	48	0.20	/	/	49	/	/
	688696.SH	极米科技	359.50	252	6.91	9.49	12.92	52	38	28
小家电	002005.SZ	ST 德豪	1.62	28	-0.30	/	/	-5	/	/

	002032.SZ	苏泊尔	45.36	367	2.40	2.76	3.12	19	16	15
	002242.SZ	九阳股份	16.23	124	0.97	1.11	1.27	17	15	13
	002403.SZ	爱仕达	8.93	30	-0.26	/	/	-34	/	/
	002705.SZ	新宝股份	20.73	171	0.96	1.30	1.49	22	16	14
	002959.SZ	小熊电器	50.13	78	1.82	2.22	2.65	28	23	19
	003023.SZ	彩虹集团	17.83	19	1.05	/	/	17	/	/
	300272.SZ	开能健康	5.84	34	0.18	/	/	32	/	/
	300824.SZ	北鼎股份	11.27	37	0.33	0.39	0.47	34	29	24
	301187.SZ	欧圣电气	21.86	40	0.63	/	/	34	/	/
	603215.SH	比依股份	17.50	33	0.64	0.86	1.08	27	20	16
	603219.SH	富佳股份	18.95	76	0.58	0.72	0.94	33	26	20
	603355.SH	莱克电气	33.70	194	0.88	1.49	1.83	39	23	18
	603486.SH	科沃斯	93.88	539	3.50	4.60	6.04	27	20	16
	603868.SH	飞科电器	84.00	366	1.47	2.17	2.59	57	39	32
	605555.SH	德昌股份	28.83	77	1.13	1.52	1.89	26	19	15
	688169.SH	石头科技	362.39	339	15.00	18.75	24.14	24	19	15
	688793.SH	倍轻松	44.93	28	1.49	1.95	2.61	30	23	17
厨房电器	002035.SZ	华帝股份	5.97	51	0.24	0.60	0.69	24	10	9
	002508.SZ	老板电器	26.85	255	1.40	2.30	2.67	19	12	10
	002543.SZ	万和电气	9.05	67	0.48	0.96	1.12	19	9	8
	002677.SZ	浙江美大	13.19	85	1.03	1.22	1.43	13	11	9
	300894.SZ	火星机器人	31.93	129	0.93	1.24	1.61	34	26	20
	300911.SZ	亿田智能	61.73	67	1.94	2.63	3.49	32	23	18
	603366.SH	日出东方	9.21	76	0.26	/	/	36	/	/
	603551.SH	奥普家居	8.26	33	0.08	/	/	108	/	/
	605336.SH	帅丰电器	18.79	35	1.34	1.66	2.06	14	11	9

资料来源: Wind 一致预期, 最新日期 2022/08/12, 华金证券研究所

(二) 覆盖公司公告及动态

【火星机器人】向不特定对象发行可转换公司债券发行结果公告

[2022-08-11]公司按面值 100 元/张向不特定对象发行 52,899.90 万元可转换公司债券原股东优先配售及网上申购已于 2022 年 8 月 5 日 (T 日) 结束, 原股东优先配售的火星转债总计 386,354,800 元, 即 3,863,548 张, 占本次可转债发行总量的 73.04%; 本次发行最终确定的网上向社会公众投资者发行的可转债总计为 142,644,000 元, 即 1,426,440 张, 占本次发行总量的 26.96%, 网上中签率为 0.0012387727%。本次发行原股东优先配售后余额部分 (含原股东放弃优先配售部分) 的网上认购缴款工作已于 2022 年 8 月 9 日 (T+2 日) 结束, 统计实际结果网上投资者缴款认购的可转债数量 1,405,4832 张、金额 140,548,3003 元, 网上投资者放弃认购的可转债数量为 20,9574 张、对应金额元 2,095,700 元。原股东优先配售每 1 张为一个申购单位, 网上申购每 10 张为一个申购单位, 因此所产生的发行余额 2 张由保荐机构 (主承销商) 包销。本次保荐机构 (主承销商) 包销可转债的数量合计为 20,959 张, 包销金额为 2,095,900 元, 包销比例为 0.40%。

【格力电器】调整第一期员工持股计划的法律意见书

[2022-08-12] 第一期员工持股计划调整为：1) 第一个归属期，2021 年净利润较 2020 年增长不低于 10 亿元人民币，且当年每股现金分红不低于 2 元或现金分红总额不低于当年净利润的 50%。2) 第二个归属期，2022 年净利润较 2020 年增长不低于 20 亿元人民币，且 2022 年公司净资产收益率不低于 22%、当年每股现金分红不低于 2 元或现金分红总额不低于当年净利润的 50%。第一个考核归属期届满，若公司业绩考核指标不达标，第一期可归属股票全部递延至第二个考核归属期合并考核，若第二个考核归属期公司业绩考核指标达标，2021 年、2022 年的净利润分别较 2020 年净利润的增长数额总和不低于 30 亿元，管理委员会结合员工个人绩效考核结果，对两期可归属股票权益进行归属分配。

【新宝股份】关于为全资子公司担保的进展公告

[2022-08-13] 此前，公司通过了为全资子公司滁州东菱电器有限公司（以下简称“滁州东菱”）的融资业务（用于非流动资金贷款、流动资金贷款、开立银行承兑汇票、信用证、商业承兑汇票贴现、押汇、远期外汇等业务）提供不超过 40,000 万元担保额度的连带责任保证担保的决议，2022 年 8 月 11 日，公司与中国银行股份有限公司滁州分行（以下简称“中国银行滁州分行”）签订了编号为“2022 年滁中银额度保字 011 号”的《最高额保证合同》，同意为滁州东菱与中国银行滁州分行签订的融资主合同项下的一系列债务提供连带责任保证担保，所担保债权之最高本金余额为人民币 8,000 万元整，剩余可用额度 7,250 万元，担保额度占公司近一年净资产的 6.31%。

截止本公告日，公司对外担保总额度为 230,000 万元人民币，全部为公司对子公司提供的担保，占 2021 年度公司经审计合并报表净资产的 37.36%；公司实际签署正在履行的对外担保合同总额为 67,850.00 万元人民币（美元暂按 7.0 的汇率进行折算），全部为公司对子公司提供的担保，占公司 2021 年度经审计归属于上市公司股东净资产的 11.15%。

风险提示

- 1、原材料成本价格持续上涨；
- 2、海内外运输费用过高；
- 3、疫情反复影响超预期；
- 4、消费市场复苏不理想；
- 5、上游地产景气度过低。

行业评级体系

收益评级：

领先大市—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 10%以上；

同步大市—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-10%至 10%；

落后大市—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 10%以上；

风险评级：

A —正常风险，未来 6 个月投资收益率的波动小于等于沪深 300 指数波动；

B —较高风险，未来 6 个月投资收益率的波动大于沪深 300 指数波动；

分析师声明

刘荆声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准，如有需要，客户可以向本公司投资顾问进一步咨询。

在法律许可的情况下，本公司及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或期权并进行证券或期权交易，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，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示：

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。投资者对其投资行为负完全责任，我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

华金证券股份有限公司

地址：上海市浦东新区杨高南路 759 号（陆家嘴世纪金融广场）31 层

电话：021-20655588

网址： www.huajinsc.cn