

强于大市

家用电器行业周报

国常会提消费设备更新，三季度报密集披露

国常会提消费设备更新，将纳入专项再贷款和财政贴息支持范围；家电行业三季度报密集披露。本周沪深 300 指数下跌 5.39%，长江家用电器指数下跌 5.40%，跑输沪深 300 指数 0.01pct。从细分板块来看，本周长江白色家电、厨卫家电、小家电、黑色家电、照明设备分别 -5.46%/-6.32%/-4.61%/-3.52%/-3.98%。

子板块核心数据追踪：

- **白色家电&彩电**：奥维云网 43 周数据显示，空调、冰箱、洗衣机线下渠道零售额分别同比下降 45.49%、下降 32.07%、下降 42.44%；空调、冰箱、洗衣机线上渠道零售额分别同比下降 31.82%、下降 15.37%、下降 37.56%；彩电线下渠道同比下降 32.79%，线上渠道同比下降 24.36%。
- **厨房电器**：奥维云网 43 周数据显示，油烟机线下渠道零售额同比下降 36.77%，线上渠道零售额同比下降 21.58%；燃气灶线下渠道零售额同比下降 36.54%，线上渠道零售额同比下降 26.54%；集成灶线下零售额同比下降 51.12%，线上零售额同比下降 14.12%；燃气热水器线下零售额同比下降 44.72%，线上零售额同比下降 22.48%。
- **小家电**：奥维云网 43 周数据显示，洗碗机、电饭煲、养生壶、破壁机、扫地机器人线下渠道零售额分别同比下降 24.68%、下降 29.55%、下降 37.19%、下降 47.64%、下降 13.90%；线上渠道零售额分别同比下降 45.99%、增长 9.36%、下降 6.58%、增长 2.84%、增长 9.17%。

投资建议

- **上周国务院常务会议提消费设备更新，给予政策帮扶。**继会议指出，促进消费恢复成为经济主拉动力。重大项目建设、设备更新改造要注意与扩消费结合，扩大以工代赈以促就业增收带动消费，将中小微企业和消费类设备更新改造纳入专项再贷款和财政贴息支持范围。落实支持汽车等大宗消费和生活服务业的政策。因城施策支持刚性和改善性住房需求。
- **家电行业三季度报密集披露。**照明电工方面，公牛集团 22Q3 营收 36.4 亿元，同比+14%，净利润 9.5 亿元，同比+8%；欧普照明 22Q3 营收 18.5 亿元，同比-16%，净利润 2.2 亿元，同比+20%；得邦照明 22Q3 营收 11.4 亿元，同比-8%，净利润 0.6 亿元，同比-37%。厨电行业，老板电器 22Q3 营收 27.9 亿元，同比+2%，净利润 5.1 亿元，同比-8%；火星人 22Q3 营收 6.2 亿元，同比-8.6%，净利润 0.8 亿元，同比-40%；浙江美大 22Q3 营收 5.7 亿元，同比-9%，净利润 1.4 亿元，同比-28%。极米科技 22Q3 营收 8.5 亿元，同比-12%，净利润 0.6 亿元，同比-44%。按摩器材方面，奥佳华 22Q3 营收 15.4 亿元，同比-18%，净利润 0.6 亿元，同比 48%；荣泰健康 22Q3 营收 4.6 亿元，同比-25%，净利润 0.4 亿元，同比-12%。
- **建议关注**：科沃斯、石头科技、火星人、亿田智能、老板电器、格力电器、海尔智家、海信家电、光峰科技。
- **风险提示**：1) 疫情影响宏观经济未能达到预期；2) 家电行业价格战加剧；3) 原材料价格上涨超预期等。

相关研究报告

《家用电器行业周报：原材料价格本周跌幅较大，半年报持续披露》 20220904

《家电行业 2022 年中期投资策略：把握需求复苏，静待盈利改善》 20220613

《家电奥维月度数据点评：22M4 线上表现优于线下，冰柜/洗干套装/空气炸锅等增速亮眼》 20220516

中银国际证券股份有限公司
具备证券投资咨询业务资格

家用电器

证券分析师：郝帅

(8610)66229231

shuai.hao@bocichina.com

证券投资咨询业务证书编号：S1300521030002

目录

本周家电行业走势	6
1. 行业点评.....	6
2. 核心公司交易数据	7
3. 未来三个月大小非解禁一览.....	7
4. 本周大宗交易一览	7
5. 本周南北向资金一览.....	8
行业数据更新	10
1. 家电终端零售数据追踪.....	10
2. 家电行业原材料数据更新	17
行业新闻及核心公司重要公告.....	19
1. 行业新闻	19
2. 核心公司公告.....	23
风险提示.....	26

图表目录

图表 1. 沪深 300、长江家用电器指数：家用电器板块周度变动跑输沪深 300 指数 0.01pct	6
图表 2. 本周各板块涨跌幅：家电制造板块本周收盘下跌 5.10%	6
图表 3. 家电板块细分子板块行情走势：本周黑色家电表现最好，下跌 3.52%	6
图表 4. 本周家电板块涨幅前 6 的个股：小熊电器涨幅最大为 16.16%	7
图表 5. 本周家电板块跌幅前 10 的个股：火星人跌幅最大为 15.11%	7
图表 6. 本周大宗交易	7
图表 7. 22W43 白色家电板块北向资金持股占比	8
图表 8. 22W43 黑色家电板块北向资金持股占比	8
图表 9. 22W43 厨卫家电板块北向资金持股占比	9
图表 10. 22W43 小家电板块北向资金持股占比	9
图表 11. 22W43 照明类电器板块北向资金持股占比	9
图表 12. 22W43 按摩器材板块北向资金持股占比	9
图表 13. 22W43 扫地机器人板块北向资金持股占比	9
图表 14. 22W43 冷链板块北向资金持股占比	9
图表 15. 空调月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 33.89%、下降 10.43%	10
图表 16. 空调月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 392 元、下跌 35 元	10
图表 17. 冰箱月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 20.40%、下降 3.70%	10
图表 18. 冰箱月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 716 元、上涨 73 元	10
图表 19. 洗衣机月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 27.65%、上涨 0.69%	11
图表 20. 洗衣机月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 371 元、上涨 1 元	11
图表 21. 彩电月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 32.36%、下降 13.00%	11
图表 22. 彩电月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 333 元、下跌 383 元	11
图表 23. 油烟机月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 25.98%、下降 2.51%	11
图表 24. 油烟机月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 237 元、上涨 41 元	11

图表 25. 燃气灶月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下跌 21.76%、下跌 7.15%	12
图表 26. 燃气灶月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 175 元、下跌 62 元.....	12
图表 27. 集成灶月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 14.97%、上涨 27.27%	12
图表 28. 集成灶月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别下跌 2 元、上涨 673 元.....	12
图表 29. 燃气热水器月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比上涨 20.29%、上涨 9.97%.....	12
图表 30. 燃气热水器月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 172 元、上涨 116 元.....	12
图表 31. 洗碗机月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 24.61%、上涨 6.95%	13
图表 32. 洗碗机月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 416 元、上涨 380 元.....	13
图表 33. 电饭煲月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 24.62%、上涨 4.49%	13
图表 34. 电饭煲月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 49 元、上涨 27 元.....	13
图表 35. 养生壶月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 26.26%、下降 5.33%	13
图表 36. 养生壶月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 3 元、上涨 6 元.....	13
图表 37. 破壁机月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比下降 36.71%、上涨 10.90%	14
图表 38. 破壁机月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别下跌 39 元、下跌 23 元.....	14
图表 39. 扫地机器人月度销售额同比变化：22 年 9 月线下、线上同比上涨 18.15%、下降 1.35%.....	14
图表 40. 扫地机器人月度销售均价同比变化：22 年 9 月线下、线上均价同比分别上涨 1343 元、上涨 609 元.....	14
图表 41. 空调年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 226.89 亿元、676.68 亿元，均价为 4040 元、3002 元.....	14
图表 42. 冰箱年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 165.14 亿元、375.05 亿元，均价为 6126 元、2169 元.....	14
图表 43. 洗衣机年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 116.94 亿元、321.47 亿元，均价为 4113 元、1640 元.....	15
图表 44. 彩电年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 142.51 亿元、404.28	

亿元，均价为 5683 元、2354 元.....	15
图表 45. 油烟机年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 32.01 亿元、86.43 亿元，均价为 3932 元、1576 元.....	15
图表 46. 燃气灶年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 17.22 亿元、50.21 亿元，均价为 1902 元、816 元.....	15
图表 47. 集成灶年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 1.72 亿元、40.21 亿元，均价为 9840 元、8076 元.....	15
图表 48. 燃气热水器年度销额均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 23.22 亿元、68.98 亿元，均价为 3393 元、1724 元.....	15
图表 49. 洗碗机年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 12.21 亿元、33.47 亿元，均价为 7316 元、4209 元.....	16
图表 50. 电饭煲年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 8.36 亿元、46.77 亿元，均价为 625 元、234 元.....	16
图表 51. 养生壶年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 0.46 亿元、12.15 亿元，均价为 236 元、129 元.....	16
图表 52. 破壁机年度销额与均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 4.07 亿元、24.55 亿元，均价为 1015 元、445 元.....	16
图表 53. 扫地机器人年度销额均价：22 年 01-09 线下、线上销额达到 1.76 亿元、62.23 亿元，均价为 4357 元、3085 元.....	16
图表 54. LME3 个月铜上升 1.29%，铝上升 2.90%，铅下降 3.56%，锌上升 0.12%.....	17
图表 55. 镀锌板价格走势：镀锌板（0.5，含税价）为 4818 元/吨，较上周下降 0.75%	17
图表 56. 冷轧板卷(1.0mm)价格为 4390 元/吨,较上周下降 1.35%.....	17
图表 57. 中国塑料城价格指数截至 10 月 28 日为 880.93 点，较上周下降 0.92%	17
图表 58. 液晶面板价格方面，10 月，32 寸面板价格环比上涨 2 美元/片，43 寸面板价格环比上涨 2 美元/片，55 寸面板价格环比分别上涨 3 美元/片	18

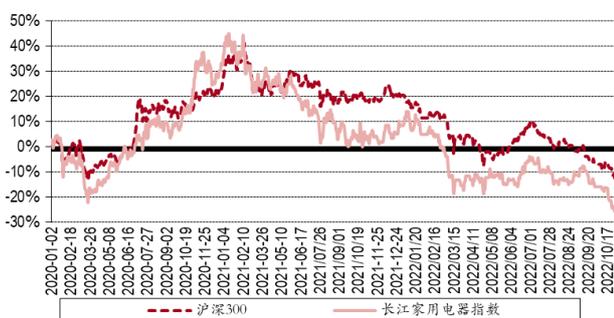
本周家电行业走势

1. 行业点评

本周沪深 300 指数下跌 5.39%，长江家用电器指数下跌 5.40%，跑输沪深 300 指数 0.01pct。从细分板块来，本周长江白色家电、厨卫家电、小家电、黑色家电、照明设备分别 -5.46%/-6.32%/-4.61%/-3.52%/-3.98%。

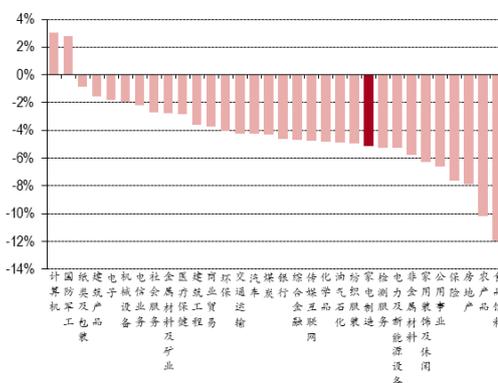
从 2020 年至今的板块表现来看，沪深 300 下跌 13.55%，家电板块下跌 25.78%，家电板块表现弱于沪深 300，本周黑色家电指数表现相对较好。

图表1. 沪深 300、长江家用电器指数：家用电器板块周度变动跑输沪深 300 指数 0.01pct



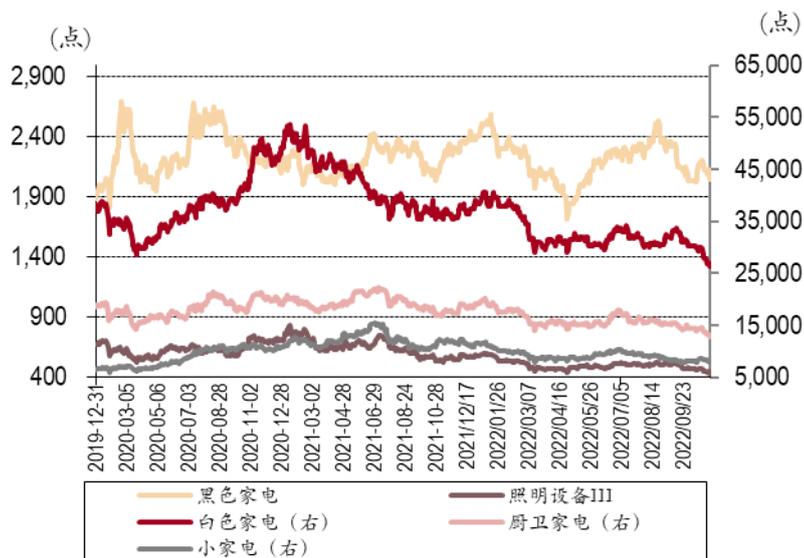
资料来源：万得，中银证券

图表2. 本周各板块涨跌幅：家电制造板块本周收盘下跌 5.10%



资料来源：万得，中银证券

图表3. 家电板块细分子板块行情走势：本周黑色家电表现最好，下跌 3.52%



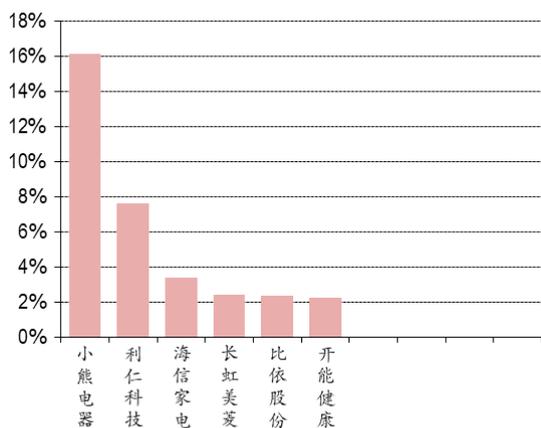
资料来源：万得，中银证券

2. 核心公司交易数据

本周家电板块主要上市公司表现，小熊电器涨幅最大为 16.16%，火星人跌幅最大为 15.11%。

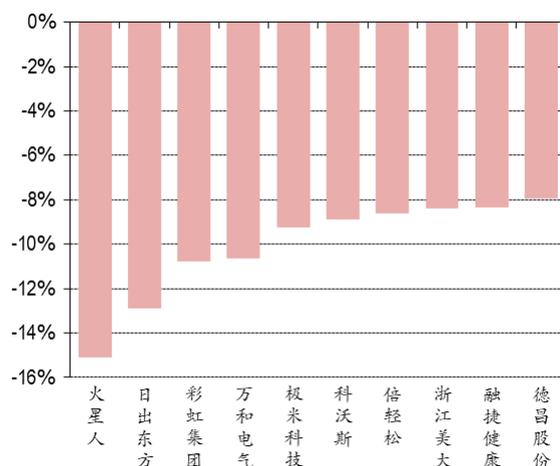
从各主要家电上市公司的年初至今股价表现来看：飞科电器（涨幅 101.34%）、爱玛科技（涨幅 87.90%）日出东方（涨幅 32.89%），领跑整个长江家用电器指数。

图表4. 本周家电板块涨幅前6的个股：小熊电器涨幅最大为 16.16%



资料来源：万得，中银证券

图表5. 本周家电板块跌幅前10的个股：火星人跌幅最大为 15.11%



资料来源：万得，中银证券

3. 未来三个月大小非解禁一览

本周无。

4. 本周大宗交易一览

图表 6. 本周大宗交易

股票代码	公司名称	交易日期	成交价 (元)	前一交易日收盘价 (元)	折价率 (%)	当日收盘价 (元)	成交量 (万股)	成交额 (万元)
000333.SZ	美的集团	10月27日	42.58	42.46	0.28	42.58	18	766.44
000333.SZ	美的集团	10月27日	44.70	42.46	5.28	42.58	7.05	315.14
000333.SZ	美的集团	10月27日	42.58	42.46	0.28	42.58	33.11	1409.82
000333.SZ	美的集团	10月27日	44.70	42.46	5.28	42.58	4.69	209.64
600690.SH	海尔智家	10月27日	21.79	21.79	0.00	21.70	9.18	200.03
600690.SH	海尔智家	10月27日	21.79	21.79	0.00	21.70	73.31	1597.42
688696.SH	极米科技	10月27日	175.71	174.86	0.49	175.71	2.70	474.42

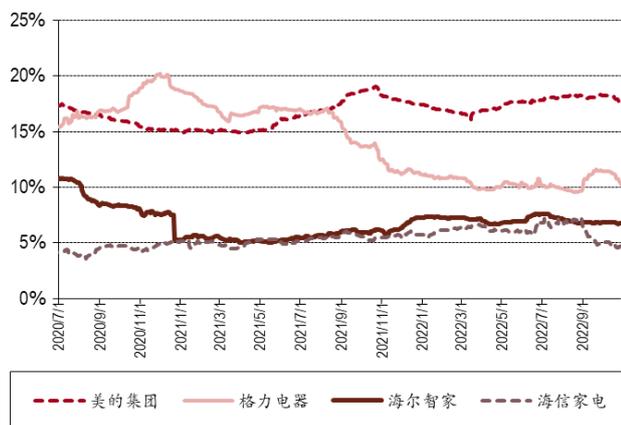
资料来源：万得，中银证券

5. 本周南北向资金一览

- **白色家电北向资金持股:** 截至 10 月 28 日, 北向资金持股比例方面, 美的集团较上周减少 0.08pct; 格力电器较上周减少 0.54pct; 海尔智家较上周增加 0.02pct; 海信家电较上周增加 0.44pct。
- **黑色家电北向资金持股:** 截至 10 月 28 日, 北向资金持股比例方面, 视源股份较上周减少 0.01pct; 海信视像较上周维持不变; 兆驰股份较上周增加 0.04pct; 创维数字较上周减少 0.08pct; 四川长虹较上周维持不变。
- **厨卫家电北向资金持股:** 截至 10 月 28 日, 北向资金持股比例方面, 老板电器较上周减少 0.20pct; 华帝股份较上周不变; 火星人较上周增加 0.06pct; 浙江美大较上周减少 0.06pct; 日出东方较上周增加 0.01pct; 万和电气较上周维持不变。
- **小家电北向资金持股:** 截至 10 月 28 日, 北向资金持股比例方面, 九阳股份较上周增加 0.10pct; 苏泊尔较上周减少 0.21pct; 飞科电器较上周减少 0.04pct; 小熊电器较上周维持不变; 新宝股份较上周减少 0.14pct; 莱克电气较上周维持不变。
- **照明类电器北向资金持股:** 截至 10 月 28 日, 北向资金持股比例方面, 公牛集团较上周减少 0.08pct; 欧普照明较上周减少 0.03pct; 佛山照明较上周维持不变; 阳光照明较上周维持不变。
- **按摩器材北向资金持股:** 截至 10 月 28 日, 北向资金持股比例方面, 奥佳华较上周减少 0.309pct; 荣泰健康较上周维持不变。
- **扫地机器人北向资金持股:** 截至 10 月 28 日, 北向资金持股比例方面, 石头科技较上周增加 0.05pct; 科沃斯较上周增加 0.04pct。
- **冷链相关北向资金持股:** 截至 10 月 28 日, 北向资金持股比例方面, 海容冷链较上周增加 0.16pct; 冰轮环境较上周增加 0.05pct; 四方科技较上周维持不变; 雪人股份较上周减少 0.30pct; 汉钟精机较上周减少 0.66pct。

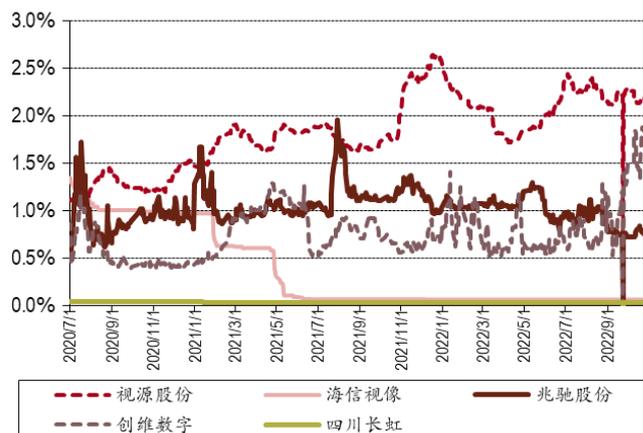
注: 北向资金持股比例计算方法为: 北向资金持股数量/总股本。

图表7. 22W43 白色家电板块北向资金持股占比



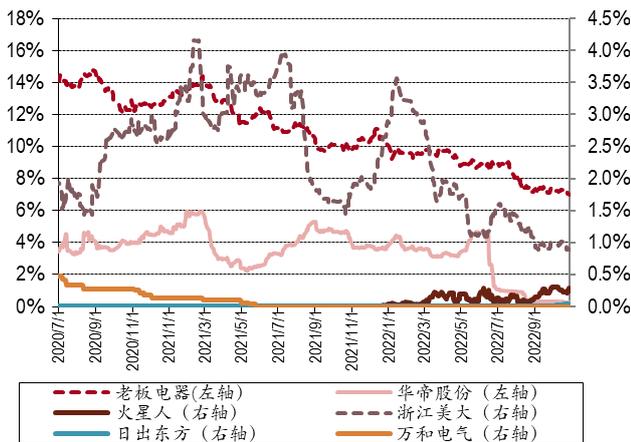
资料来源: 万得, 中银证券

图表8. 22W43 黑色家电板块北向资金持股占比



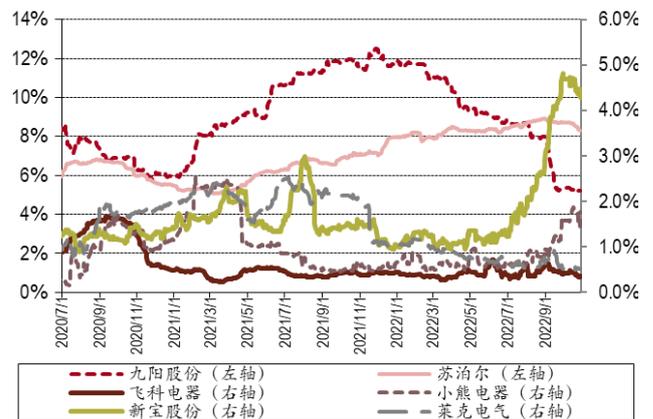
资料来源: 万得, 中银证券

图表9. 22W43 厨卫家电板块北向资金持股占比



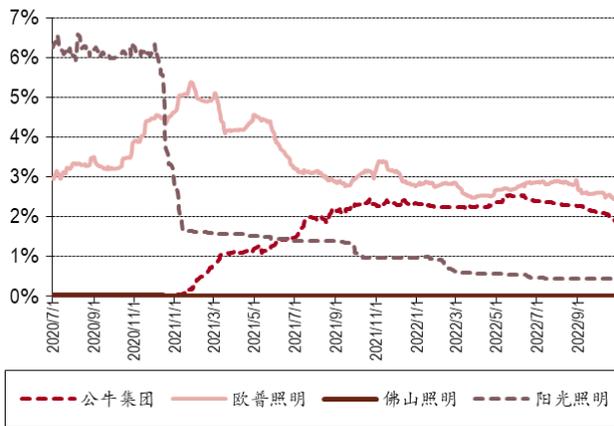
资料来源: 万得, 中银证券

图表10. 22W43 小家电板块北向资金持股占比



资料来源: 万得, 中银证券

图表11. 22W43 照明类电器板块北向资金持股占比



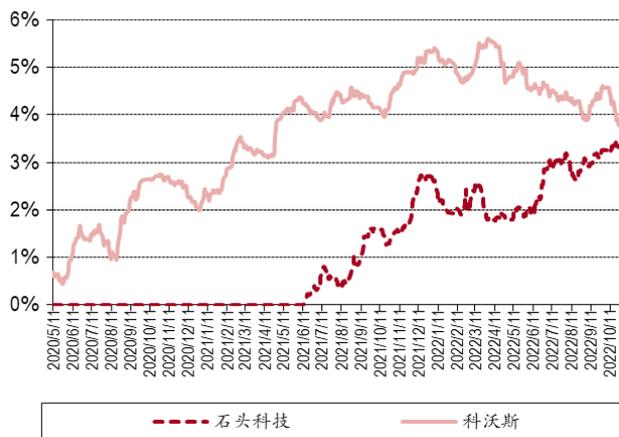
资料来源: 万得, 中银证券

图表12. 22W43 按摩器材板块北向资金持股占比



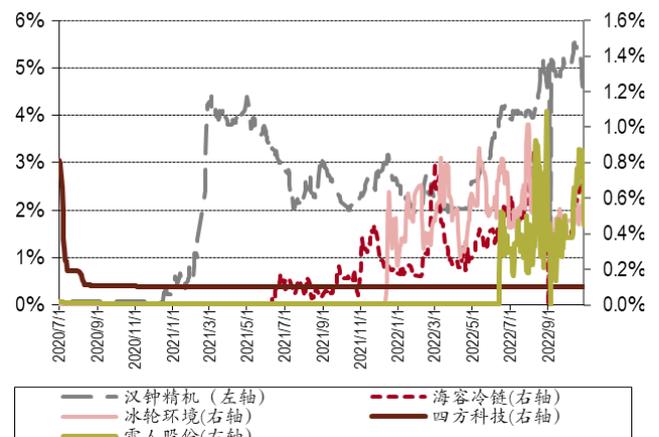
资料来源: 万得, 中银证券

图表13. 22W43 扫地机器人板块北向资金持股占比



资料来源: 万得, 中银证券

图表14. 22W43 冷链板块北向资金持股占比



资料来源: 万得, 中银证券

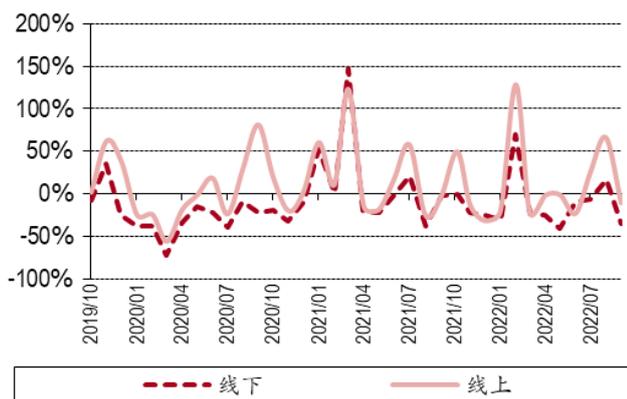
行业数据更新

1. 家电终端零售数据追踪

(1) 月度数据

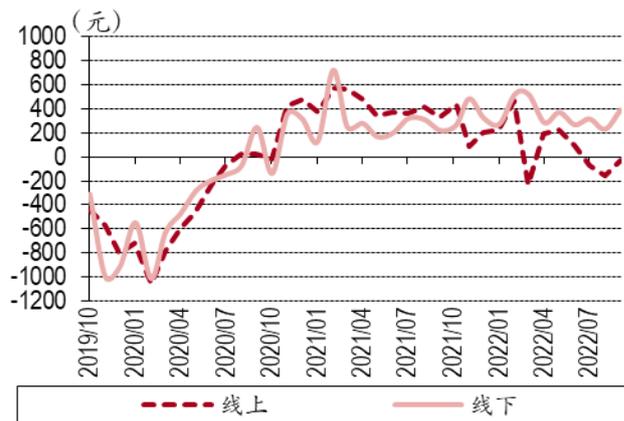
① 白色家电和彩电:

图表15. 空调月度销售额同比变化: 22年9月线下、线上同比下降33.89%、下降10.43%



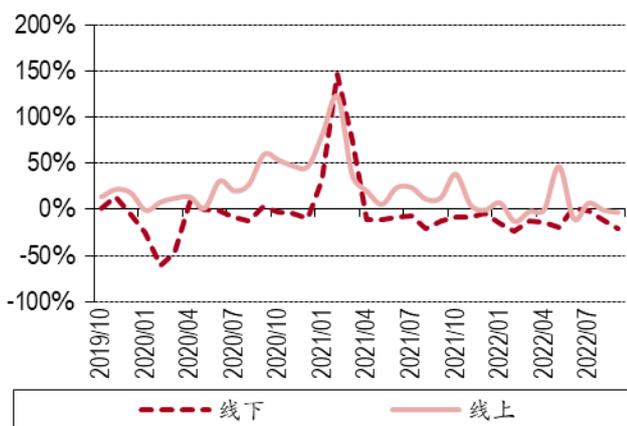
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表16. 空调月度销售均价同比变化: 22年9月线下、线上均价同比分别上涨392元、下跌35元



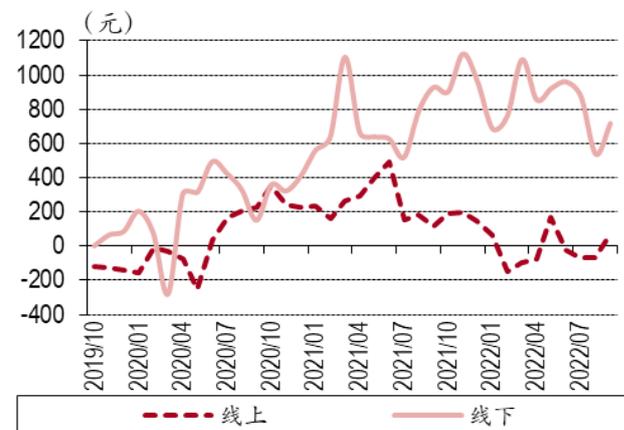
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表17. 冰箱月度销售额同比变化: 22年9月线下、线上同比下降20.40%、下降3.70%



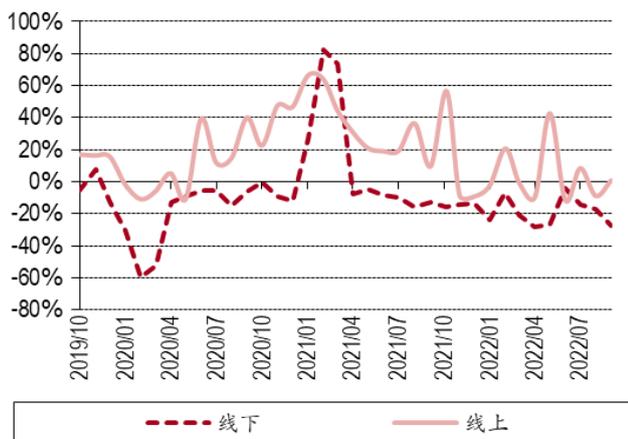
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表18. 冰箱月度销售均价同比变化: 22年9月线下、线上均价同比分别上涨716元、上涨73元



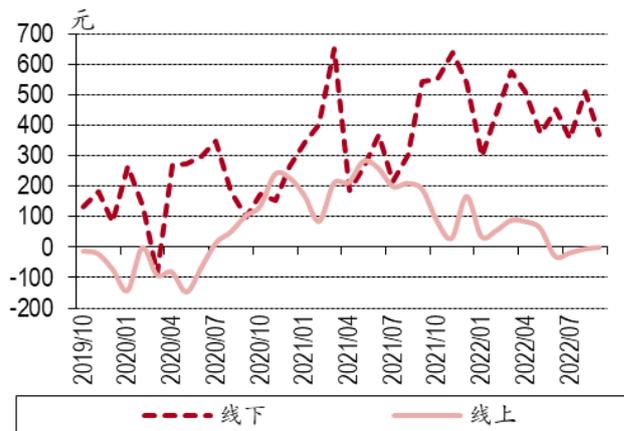
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表19. 洗衣机月度销售额同比变化：22年9月线下、线上同比下降27.65%、上涨0.69%



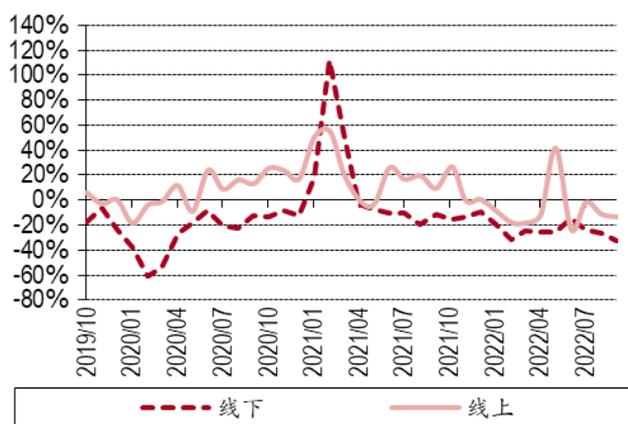
资料来源：奥维云网，中银证券

图表20. 洗衣机月度销售均价同比变化：22年9月线下、线上均价同比分别上涨371元、上涨1元



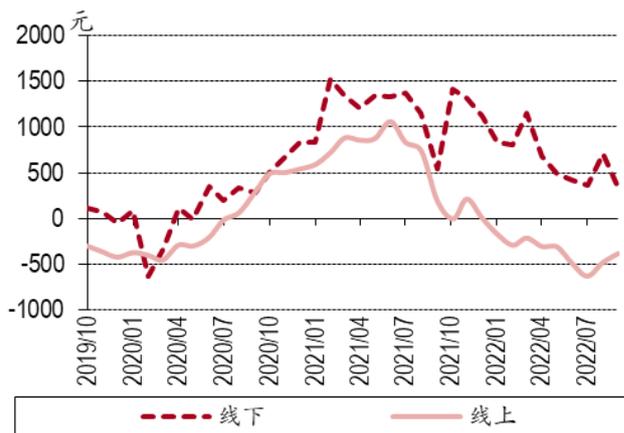
资料来源：奥维云网，中银证券

图表21. 彩电月度销售额同比变化：22年9月线下、线上同比下降32.36%、下降13.00%



资料来源：奥维云网，中银证券

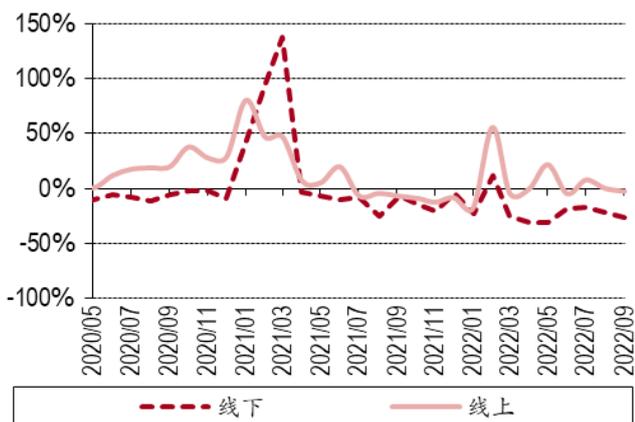
图表22. 彩电月度销售均价同比变化：22年9月线下、线上均价同比分别上涨333元、下跌383元



资料来源：奥维云网，中银证券

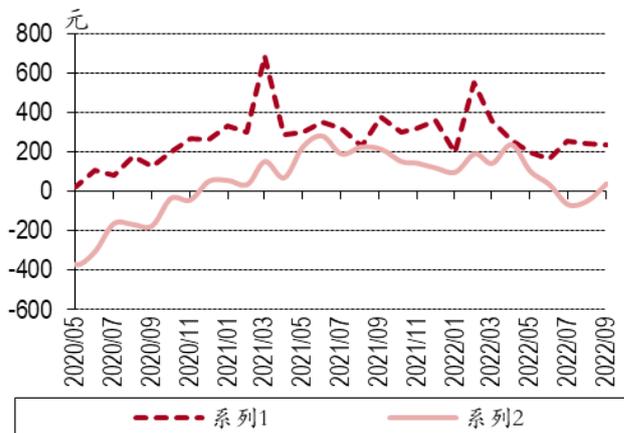
② 厨房电器：

图表23. 油烟机月度销售额同比变化：22年9月线下、线上同比下降25.98%、下降2.51%



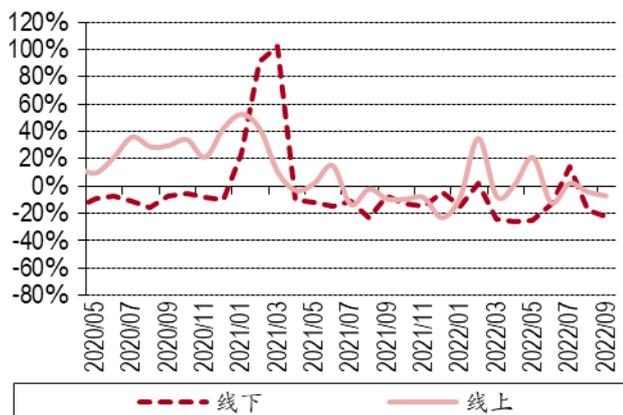
资料来源：奥维云网，中银证券

图表24. 油烟机月度销售均价同比变化：22年9月线下、线上均价同比分别上涨237元、上涨41元



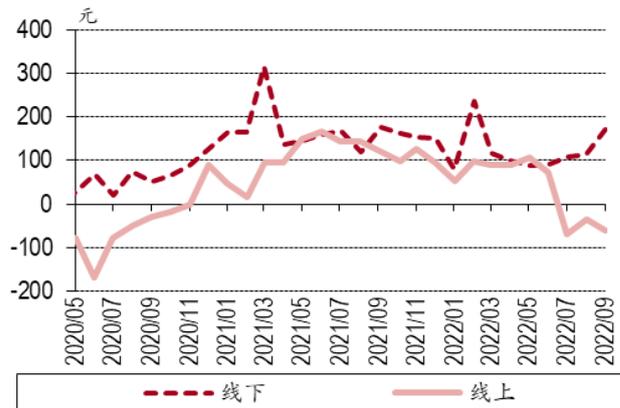
资料来源：奥维云网，中银证券

图表25. 燃气灶月度销售额同比变化：22年9月线下、线上同比下跌21.76%、下跌7.15%



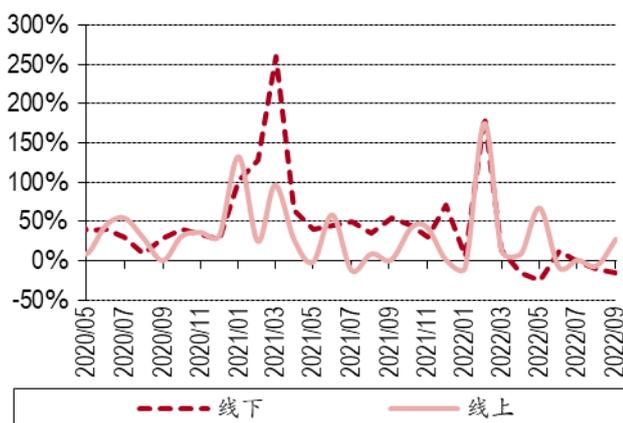
资料来源：奥维云网，中银证券

图表26. 燃气灶月度销售均价同比变化：22年9月线下、线上均价同比分别上涨175元、下跌62元



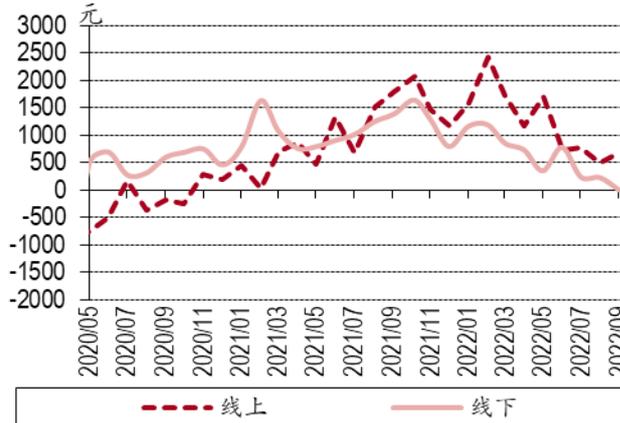
资料来源：奥维云网，中银证券

图表27. 集成灶月度销售额同比变化：22年9月线下、线上同比下降14.97%、上涨27.27%



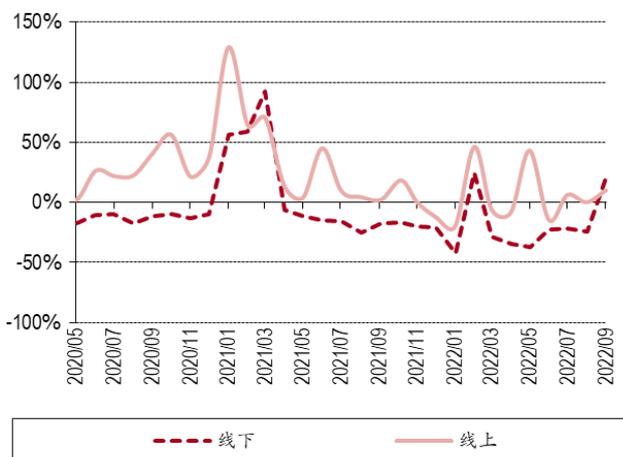
资料来源：奥维云网，中银证券

图表28. 集成灶月度销售均价同比变化：22年9月线下、线上均价同比分别下跌2元、上涨673元



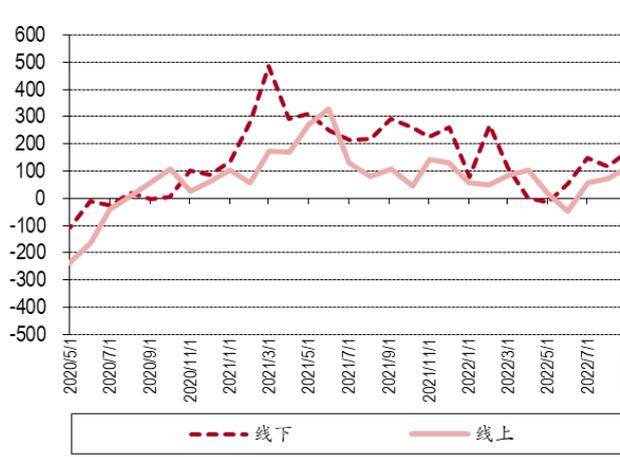
资料来源：奥维云网，中银证券

图表29. 燃气热水器月度销售额同比变化：22年9月线下、线上同比上涨20.29%、上涨9.97%



资料来源：奥维云网，中银证券

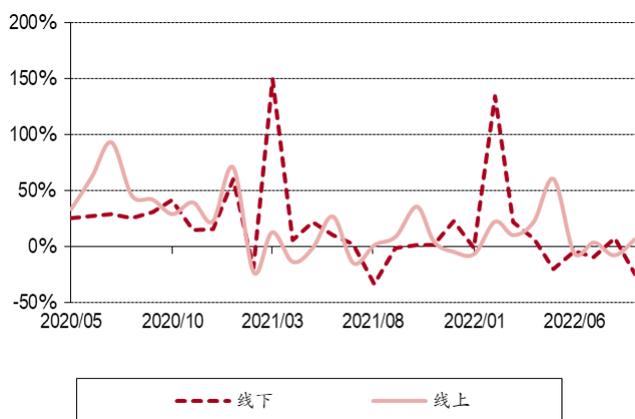
图表30. 燃气热水器月度销售均价同比变化：22年9月线下、线上均价同比分别上涨172元、上涨116元



资料来源：奥维云网，中银证券

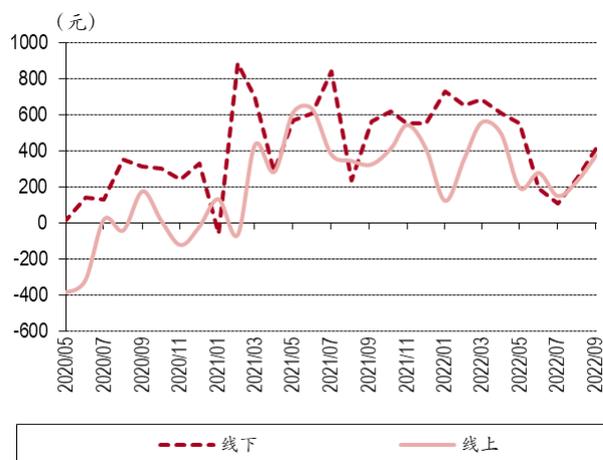
③ 小家电:

图表31. 洗碗机月度销售额同比变化: 22年9月线下、线上同比下降24.61%、上涨6.95%



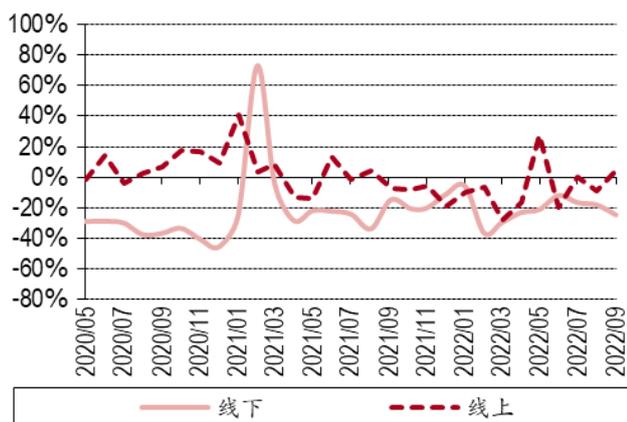
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表32. 洗碗机月度销售均价同比变化: 22年9月线下、线上均价同比分别上涨416元、上涨380元



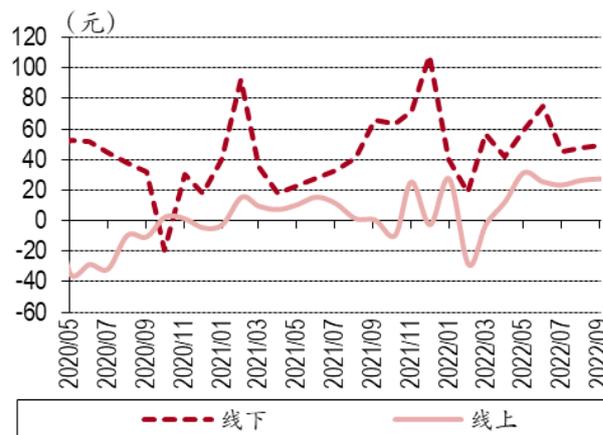
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表33. 电饭煲月度销售额同比变化: 22年9月线下、线上同比下降24.62%、上涨4.49%



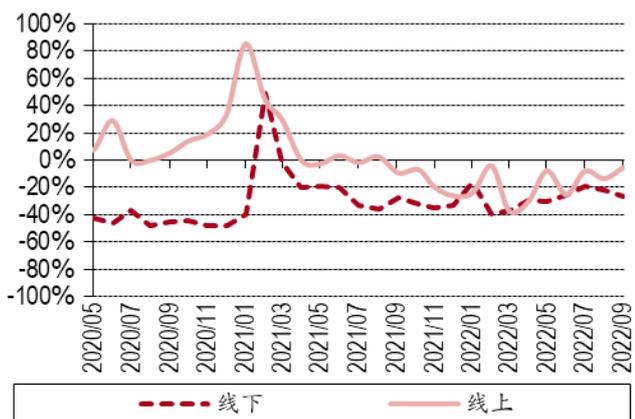
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表34. 电饭煲月度销售均价同比变化: 22年9月线下、线上均价同比分别上涨49元、上涨27元



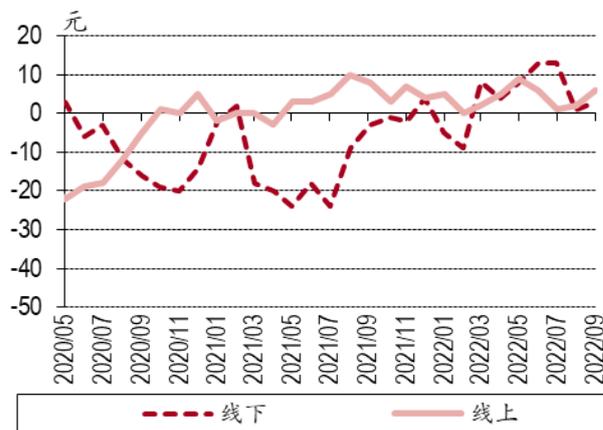
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表35. 养生壶月度销售额同比变化: 22年9月线下、线上同比下降26.26%、下降5.33%



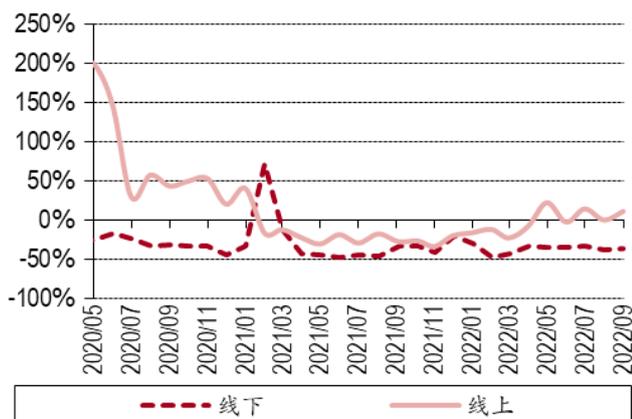
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表36. 养生壶月度销售均价同比变化: 22年9月线下、线上均价同比分别上涨3元、上涨6元



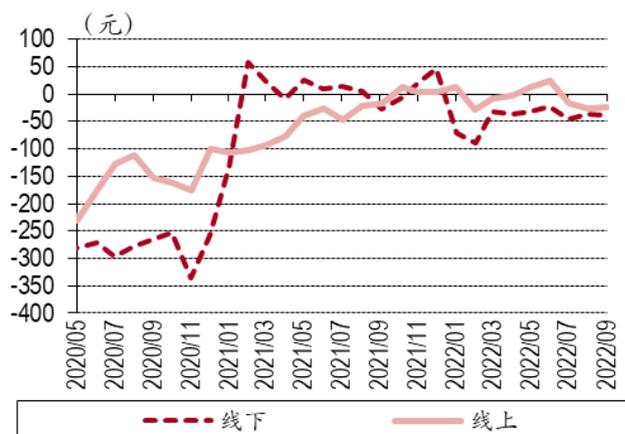
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表37. 破壁机月度销售额同比变化：22年9月线下、线上同比下降36.71%、上涨10.90%



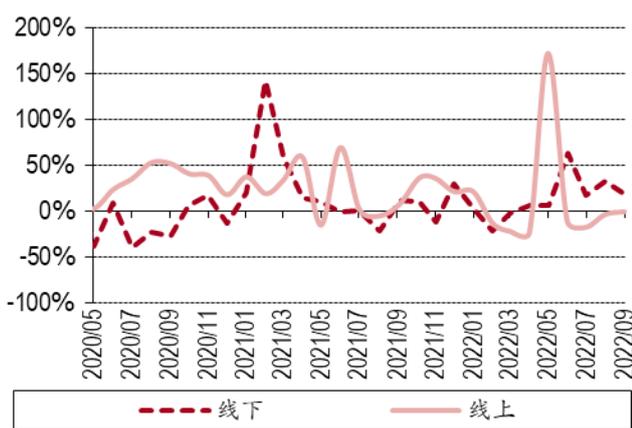
资料来源：奥维云网，中银证券

图表38. 破壁机月度销售均价同比变化：22年9月线下、线上均价同比分别下跌39元、下跌23元



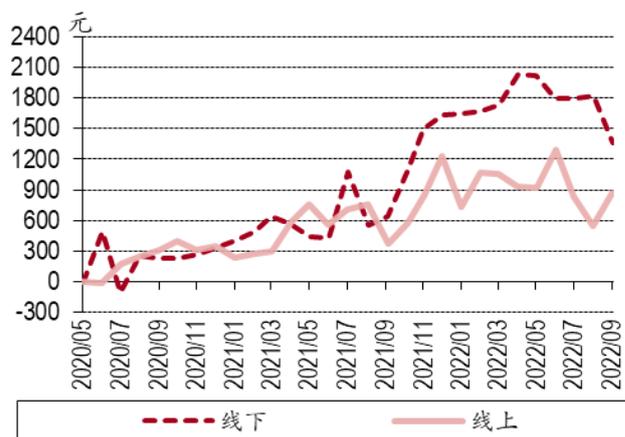
资料来源：奥维云网，中银证券

图表39. 扫地机器人月度销售额同比变化：22年9月线下、线上同比上涨18.15%、下降1.35%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表40. 扫地机器人月度销售均价同比变化：22年9月线下、线上均价同比分别上涨1343元、上涨609元



资料来源：奥维云网，中银证券

(2) 过往年度及2022年01-09数据

① 白色家电和彩电：

图表41. 空调年度销额与均价：22年01-09线下、线上销额达到226.89亿元、676.68亿元，均价为4040元、3002元



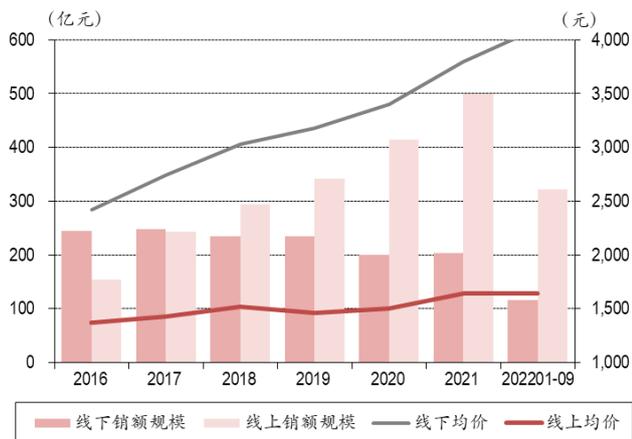
资料来源：奥维云网，中银证券

图表42. 冰箱年度销额与均价：22年01-09线下、线上销额达到165.14亿元、375.05亿元，均价为6126元、2169元



资料来源：奥维云网，中银证券

图表43. 洗衣机年度销额与均价：22年01-09线下、线上销额达到116.94亿元、321.47亿元，均价为4113元、1640元



资料来源：奥维云网，中银证券

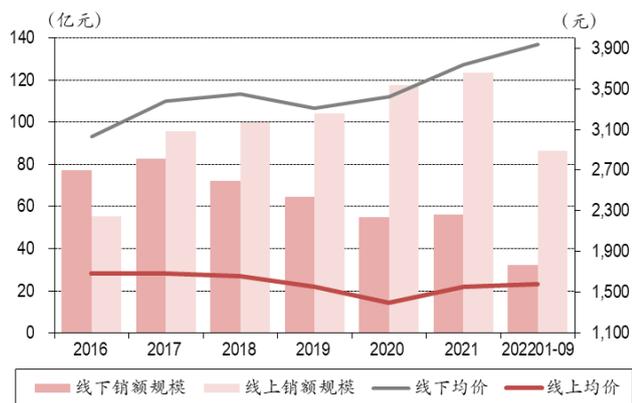
图表44. 彩电年度销额与均价：22年01-09线下、线上销额达到142.51亿元、404.28亿元，均价为5683元、2354元



资料来源：奥维云网，中银证券

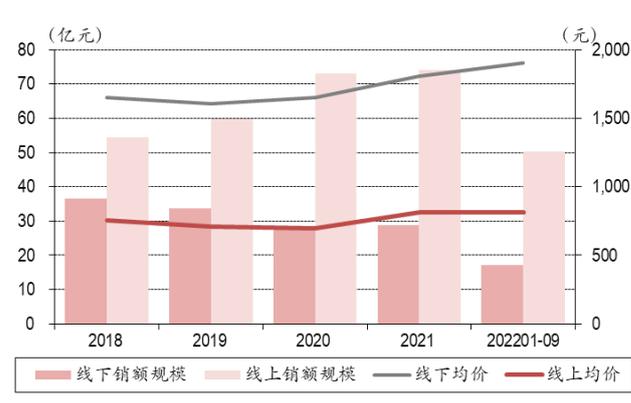
② 厨房电器：

图表45. 油烟机年度销额与均价：22年01-09线下、线上销额达到32.01亿元、86.43亿元，均价为3932元、1576元



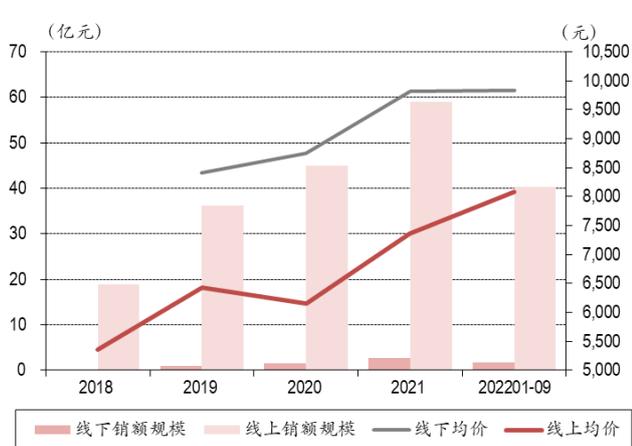
资料来源：奥维云网，中银证券

图表46. 燃气灶年度销额与均价：22年01-09线下、线上销额达到17.22亿元、50.21亿元，均价为1902元、816元



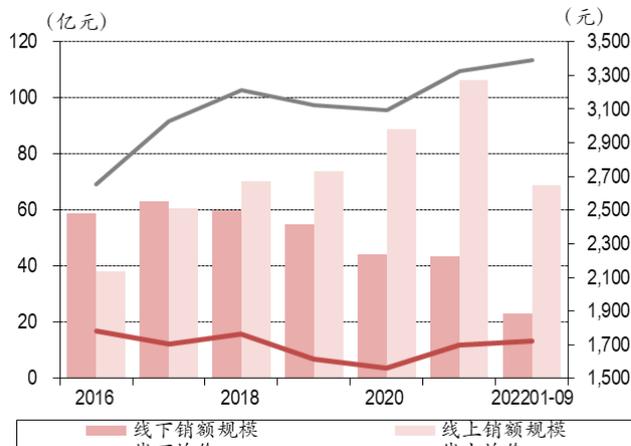
资料来源：奥维云网，中银证券

图表47. 集成灶年度销额与均价：22年01-09线下、线上销额达到1.72亿元、40.21亿元，均价为9840元、8076元



资料来源：奥维云网，中银证券

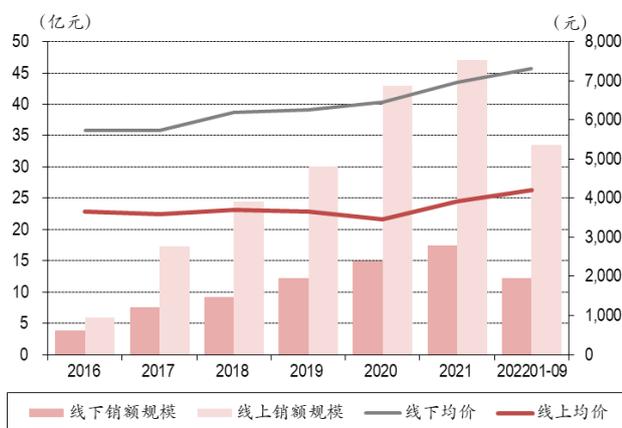
图表48. 燃气热水器年度销额均价：22年01-09线下、线上销额达到23.22亿元、68.98亿元，均价为3393元、1724元



资料来源：奥维云网，中银证券

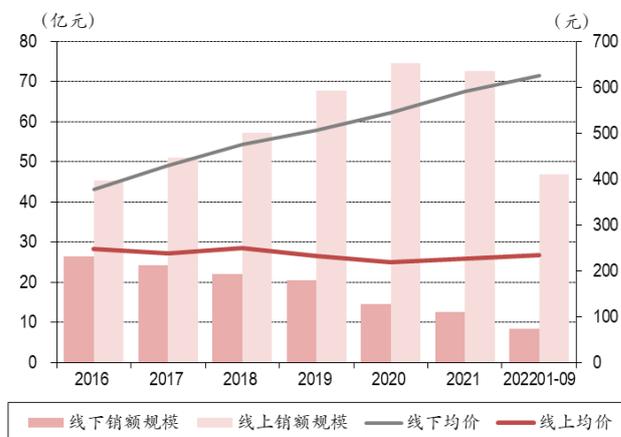
③ 小家电:

图表49. 洗碗机年度销额与均价: 22年01-09 线下、线上销额达到12.21亿元、33.47亿元, 均价为7316元、4209元



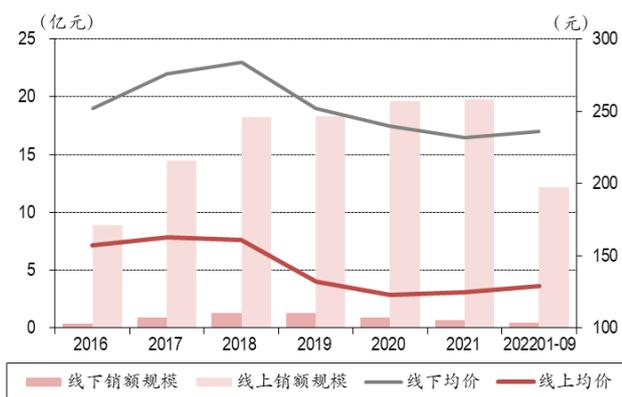
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表50. 电饭煲年度销额与均价: 22年01-09 线下、线上销额达到8.36亿元、46.77亿元, 均价为625元、234元



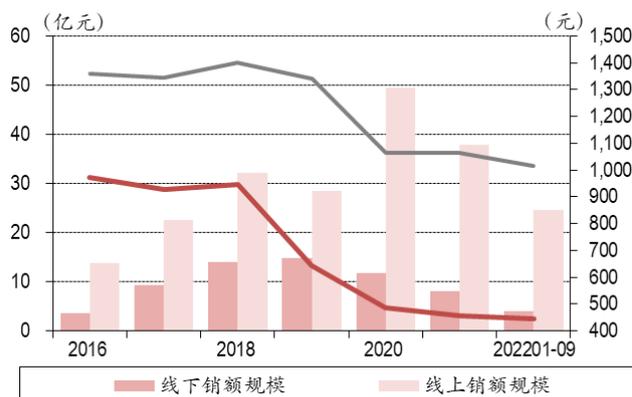
资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表51. 养生壶年度销额与均价: 22年01-09 线下、线上销额达到0.46亿元、12.15亿元, 均价为236元、129元



资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表52. 破壁机年度销额与均价: 22年01-09 线下、线上销额达到4.07亿元、24.55亿元, 均价为1015元、445元



资料来源: 奥维云网, 中银证券

图表53. 扫地机器人年度销额均价: 22年01-09 线下、线上销额达到1.76亿元、62.23亿元, 均价为4357元、3085元



资料来源: 奥维云网, 中银证券

2 家电行业原材料数据更新

本周铜上升 1.29%，铝上升 2.90%，铅下降 3.56%，锌上升 0.12%；

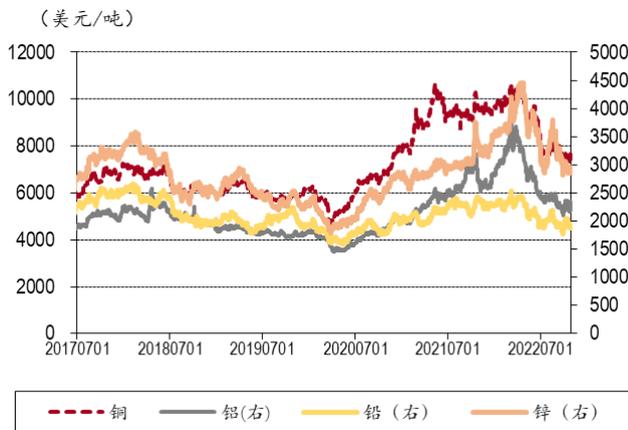
镀锌板价格方面，截至 10 月 28 日，镀锌板（0.5，含税价）为 4818 元/吨，较上周下降 0.75%；

冷轧板卷价格方面，截止 10 月 28 日，冷轧板卷(1.0mm)价格为 4390 元/吨,较上周下降 1.35%；

塑料价格方面，中国塑料城价格指数截至 10 月 28 日为 880.93 点，较上周下降 0.92%；

液晶面板价格方面，10 月，32 寸面板价格环比上涨 2 美元/片，43 寸面板价格环比上涨 2 美元/片，55 寸面板价格环比分别上涨 3 美元/片。

图表54. LME3 个月铜上升 1.29%，铝上升 2.90%，铅下降 3.56%，锌上升 0.12%



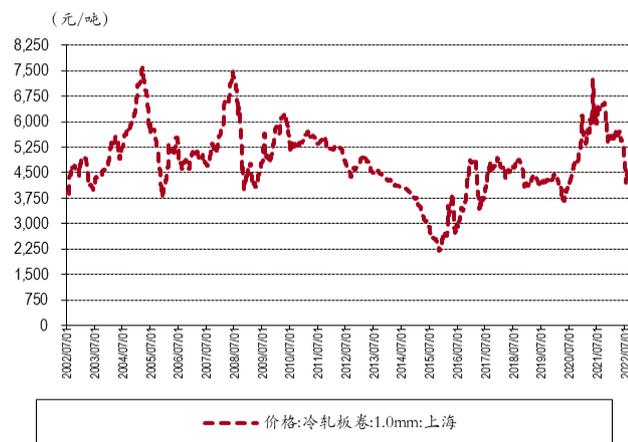
资料来源：万得，中银证券：

图表55. 镀锌板价格走势：镀锌板（0.5，含税价）为 4818 元/吨，较上周下降 0.75%



资料来源：万得，中银证券

图表56. 冷轧板卷(1.0mm)价格为 4390 元/吨,较上周下降 1.35%



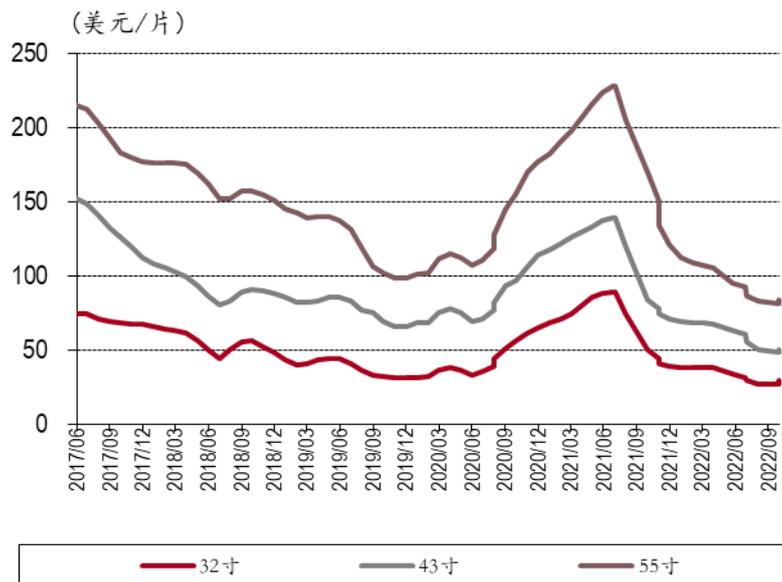
资料来源：万得，中银证券

图表57. 中国塑料城价格指数截至 10 月 28 日为 880.93 点，较上周下降 0.92%



资料来源：万得，中银证券

图表58. 液晶面板价格方面，10月，32寸面板价格环比上涨2美元/片，43寸面板价格环比上涨2美元/片，55寸面板价格环比分别上涨3美元/片



资料来源：万得，中银证券

行业新闻及核心公司重要公告

1. 行业新闻

白电

【为特斯拉零部件提供支撑，董明珠十年布局的智能装备有多牛？】在10月27日下午的一场直播活动中，吴晓波向格力电器董明珠询问是否为特斯拉提供底盘时，得到肯定答复。格力电器方面称，格力是为特斯拉零部件制造提供装备，珠海格力智能装备公司已向全球多家新能源汽车零部件制造企业提供装备支撑。如今，格力智能装备不仅拥有压缩机和模具工厂、工业机器人，更掌握了核心零部件的自主研发。董明珠日前在接受媒体采访时披露，格力向自动化转型过程中，模具装备的相关产品和技术大部分都是来自于国外，彼时国内技术支撑不了高端制造对精度、细度的严苛要求。但格力选择自主研发。“希望能让中国的技术为世界服务，我们要用这样精神和力度去做这件事。”格力智能装备产业未来将如何发展？不久前发布的《董明珠：格力电器非凡十年，助力中国制造走向世界》一文这样回答：格力智能装备不仅服务内部，也积极将自动化的改造经验向外部市场输出，已服务超过200家客户，涉及新能源汽车、模具行业、汽车行业等，为模具、压铸、5G通信等不同领域的客户提供专业的数控加工解决方案，未来还将通过不断创新，为越来越多的行业提供先进的智能化设备及全流程系统化的解决方案。除了为全球新能源汽车制造龙头企业提供一站式解决方案，格力电器正加码布局下一个万亿级产业——预制菜，于近日宣布成立预制菜装备制造公司，以研发、生产和运销服务为预制菜产业提供技术支撑。今年10月10日，广东省预制菜装备产业发展联合会筹备工作座谈会在珠海格力电器股份有限公司召开。董明珠表示，格力电器将结合自身在智能装备和冷冻冷藏等板块的技术优势，加快推进广东省预制菜装备产业发展联合会成立工作，助推预制菜行业高质量发展。有分析人士认为，伴随新能源汽车、预制菜的快速发展，提前布局且拥有核心技术优势的格力智能装备产业发展潜力大，有望成为继空调主业后，格力电器又一新的增长极。（南方都市报）

【海信家电经营范围新增食品互联网销售等】10月27日，海信家电集团股份有限公司（以下简称“海信家电”）经营范围发生变更，新增食品互联网销售；电气安装服务；餐饮服务。据乐居财经了解，海信家电成立于1997年4月21日，注册资本13.63亿元，法人代表为代慧忠，经营范围包括：家用电器研发；家用电器制造；家用电器销售等。目前，其大股东为青岛海信空调有限公司（以下简称“海信空调”），持股37.92%。海信空调的大股东为海信集团控股股份有限公司（以下简称“海信集团控股”），持股93.33%。海信集团控股的大股东为海信集团有限公司（以下简称“海信集团”），持股26.79%。海信集团由青岛华通国有资本投资运营集团有限公司100%持股。后者由青岛市人民政府国有资产监督管理委员会100%持股。（乐居财经）

【合肥高科北交所过会：为海尔集团、美的集团的家电专用配件供应商】10月26日消息，在今日召开的北交所2022年第57次审议会议上，合肥高科（430718）过会。公司是专注于定制化家电专用配件制造领域的高新技术企业，为海尔集团、美的集团等知名家电品牌厂商的家电专用配件供应商，上半年净利润2116万元，同比增长12.41%。据北交所官网显示，合肥高科申报材料于2022年5月11日获受理，9月15日完成第二轮回复，10月26日过会。招股书披露，公司拟IPO募资约2.2亿元，用于家电结构件及精密制造生产基地建设项目、家电装饰面板建设项目、研发中心建设项目、补充流动资金。挖贝研究院资料显示，合肥高科是一家从事家用电器专用配件及模具研发、生产和销售的模块化服务商，主要产品为金属结构件、家电装饰面板及金属模具，目前产品主要应用于冰箱、洗衣机、电视机等大家电领域。招股书显示，公司与海尔集团、京东方、美的集团、海信集团、TCL集团等多家知名家电企业或其配套厂商建立了长期稳定的合作关系，曾被海尔集团、美的集团等多名客户评为优秀供应商。技术研发方面，公司重视研发投入，持续关注产品质量提升与生产工艺改进，2020年、2021年研发费用分别为2780万元、2996万元，2022年上半年研发费用为1499.6万元，同比增长23.18%。公司掌握了精冲技术、曲面丝网印刷等多项核心技术。招股书披露，公司拥有40项专利，并获得“安徽省专精特新中小企业”、“安徽省认定企业技术中心”、“合肥市科技小巨人培育企业”等荣誉及称号。业绩方面，2022年上半年，公司营业收入为4.3亿元，同比增长23.16%，净利润为2116万元，同比增长12.41%。（挖贝网）

【美的格力入局！家电巨头跨界新能源汽车细分领域】近期，格力、美的、海信等家电龙头企业纷纷布局新能源汽车热泵相关赛道，受到机构关注。机构研报称，在新能源汽车应用领域，热泵空调正在逐步替代传统空调。传统车载空调主要采用 PTC（正温度系数热敏电阻）技术，PTC 技术具有成本低、制造工艺简单、加热迅速等优点，但是采用 PTC 对电动车供暖会严重削减汽车的续航里程，相较于此，热泵空调的性能比传统空调性能更加优越，具有效率高、耐低温等优势。海外市场方面，欧洲国家的热泵渗透率较低，同时欧盟及欧洲多国政府在今年发布多项热泵相关扶持政策，催化欧洲热泵加速普及。覆盖热泵整机产品的家电龙头企业，如业务多元化程度较高的美的、格力电器，均开始布局海外热泵产业。（wind）

【美的集团收购科陆电子股权案通过反垄断审查】10月18日，科陆电子发布公告，表示美的集团收购公司股权案已通过反垄断审查。根据公告，公司于近日收到美的集团股份有限公司提供的国家市场监督管理总局出具的《经营者集中反垄断审查不实施进一步审查决定书》，具体内容如下：“根据《中华人民共和国反垄断法》第三十条规定，经初步审查，现决定，对美的集团股份有限公司收购深圳市科陆电子科技股份有限公司股权案不实施进一步审查。你公司从即日起可以实施集中。该案涉及经营者集中反垄断审查之外的其他事项，依据相关法律办理。”此前，5月23日，科陆电子曾发布公告，透露美的集团拟通过“委托表决权+定增”的方式，控股科陆电子。深圳资本集团与美的集团签署了多项协议，前者将所持科陆电子1.26亿股股份（占协议签署当日公司总股本的8.95%）对应的表决权委托给美的集团行使，并以6.64元/股的价格协议转让给美的集团；此外还将通过公开方式向美的集团发行A股股票，发行数量为3.94亿股至4.23亿股之间。通过这些操作，美的集团将持有科陆电子29.96%的股权及表决权，并成为公司的控股股东。公开资料显示，科陆电子成立于1996年8月，是一家以能源的发、配、用、储产品业务为核心，集自主研发、生产、销售及服务为一体的国家重点高新技术企业，也是国内领先的能源领域的综合服务商，主要从事智能电网、新能源及综合能源服务三大业务。2022年半年报显示，公司期内实现营收13.9亿元，同比增长1.39%；实现归母净利润-1.56亿元，同比增长0.31%。（第一家电网）

黑电

【视源股份：最近国家以贴息贷款的信贷方式支持教育、文旅体育、实训基地等领域的发展】10月22日有投资者向视源股份提问，近期中央针对高校和职业院校下达了贴息和专项再贷款的利好政策，请问公司在高职教领域是否有对应的教育新基建解决方案销售？针对该政策，公司是否已经有高职教客户项目接触与储备？未来公司在高职教领域如何布局？对此，视源股份10月26日在投资者互动平台表示，最近国家以贴息贷款的信贷方式支持教育、文旅体育、实训基地等领域的发展。目前，各地学校还在项目申报阶段，公司已组织专门团队密切跟进。公司旗下品牌希沃（seewo）作为国内交互智能平板品类首创者，2012年-2021年连续10年蝉联中国交互智能平板行业市占率桂冠，2022年上半年希沃教育市场品牌份额占中国大陆IFPD教育市场总销量的40%，针对教育场景有着极为丰富的产品解决方案，包括交互智能平板、智慧黑板、LED显示终端、录播、云屏、班牌等，统筹设计多媒体显示系统、录播管理系统、教学质量管理系统、集控物联系统，以服务不同学校的多样化建设需求。目前，高职教业务在公司教育业务收入占比较低，交互智能平板在高职教市场的市场渗透率也较低。后续公司将通过充分发挥希沃在教育行业的产品竞争力和营销能力、品牌口碑等优势，继续扩充高职教团队、推出更具针对性的高职教解决方案等，积极开拓高职教市场。（wind）

【反转主线：贴息贷款政策下的教育IT产业链复盘】8月底以来贷款政策陆续出台，鼓励教育、医疗在内重点行业进行设备更新和改造。8月31日-9月13日期间，国务院常务会议密集提出支持重点行业设备更新改造的鼓励性政策。包括1) 设立专项贴息贷款：面向教育、医疗等行业，央行设立总额度2000亿以上的设备更新改造专项再贷款；2) 引导商业银行加大设备更新领域中长期贷款投放力度。高校、职业院校与实训基地充分受益本次政策红利，教育设备需求有望加速攀升。高校设备采购需求持续受到压抑，贷款有望大幅释放学校需求。根据教育部的年度部门决算，教育部直属的高校有75所。而教育部针对这75所高校的财政预算增速于17年起持续下行，由18年的7%降至21年的-4%。我们认为，高校财政预算的收缩或压抑了学校教学、研究设备的采购需求。（新浪）

【海信视像：跨境货币资金管理是公司运营的重要内容之一】10月24日有投资者向海信视像提问，贵公司大头在海外，国际化稳步推进，假如人民币进入强势货币，贵公司是否做好准备？目前贵公司在海外仍然采用高质中价策略吗？是否想过转变竞争策略？对此，海信视像10月24日在投资者互动平台表示，跨境货币资金管理是公司运营的重要内容之一，与生产、采购、销售等关键环节形成有效联动。公司常态化持续加强跨境业务涉及的资金管理，审慎预判，以确保长期稳健发展。公司海外高端化已取得有效进展，产品结构升级、技术升级、渠道升级均将驱动公司的海外高端市场竞争能力进一步提升。（wind）

【四川资本市场新里程碑：两融标的大幅扩容 近百家上市公司共享制度红利】沪深两市两融标的证券迎来最新一轮扩容，四川省新纳入上市公司实现大幅增长。经中国证监会批准，沪深交易所自2022年10月24日起正式扩大融资融券标的股票范围。本次扩容后，两市融资融券标的股票数量达到了2200只，较扩容前的1600只股票增加了37.5%。融资融券是一项重要的证券交易基础性制度，是指投资者向具有相关资质的证券公司提供担保物，借入资金买入上市证券或借入上市证券并卖出的行为。2010年3月份，A股市场正式引入融资融券交易业务，多年来已经历多轮扩容，其对于完善A股交易机制、增强证券市场流动性、培育成熟投资者等发挥了重要作用。（全景网）

厨卫家电

【大国品牌帅丰电器双11预售开门红，登顶天猫、京东预售榜双第一】随着2022双11大促的火热进行，各大品牌也纷纷开晒“成绩单”。其中蒸烤一体集成灶连续3年销量领先的大国品牌帅丰电器更是不负众望，率先取得“开门红”：双11预售开抢前2小时，帅丰T1-8B-90ST蒸烤同步集成灶突破3000+台，登顶天猫平台预售单品第一。帅丰J2-8B-90ST蒸烤同步集成灶预售开抢前2小时销量一路攀升，勇夺单品销量第一，同时，店铺以2800+台成交量，斩获京东店铺销量第一，预售前6天，店铺预售总销量夺得京东集成灶预售榜TOP1。与此同时，帅丰电器携手央视推出的《同行有你，帅丰电器》品牌故事片正在CCTV-1多个黄金时段高频次热播，品牌广告更登陆素有“国门第一屏”之称的北京京信大厦LED大屏，并同步上刊全国80+城市高铁站点，品牌声量获得全域曝光，在线上线下同步引爆营销势能，毫无疑问将助推帅丰销量持续领跑双11。（Techweb）

【万和电气：成为德国国家足球队中国区官方合作伙伴】10月24日，万和电气官宣与德国足协达成协议合作，成为德国国家足球队的中国区官方合作伙伴。距离2022年卡塔尔多世界杯开幕不到一个月，这是万和电气近年来在体育界的又一重要布局，将与德国队开展全方位合作。万和电气介绍，作为厨卫电器领导品牌，万和已经连续十八年称霸国内燃气热水器市场。此次携手多次问鼎冠军的足坛“四星战车”德国国家足球队，两者的双向选择体现的不仅是冠军实力的强强联合，更向世界展示了万和的国际影响力。德国足协客户和销售负责人Henning Wegter表示，“希望此次合作帮助我们与万和以及所有中国球迷之间建立更紧密的联系。”资料显示，德国男足在历史上共8次杀入世界杯决赛，4次夺得冠军。（中证报）

【老板集成灶开启“超级大大节”，大腔用户迎来“超级优惠”】10月18日，老板集成灶超级门店合伙人计划发布会圆满落幕。会上，针对近年来集成灶的大腔趋势，老板电器围绕大腔主题启动了“超级大大节”活动，并在发布活动现场公布了双十一政策，同日还发布了集成灶“超级门店合伙人计划”，从服务、优惠、营销等多方面着手，为老板集成灶“超级大大节”拉开了帷幕。“集成灶在快速增长的同时，也被过度神话。”老板电器集成产品线总经理张瑄认为，“整个市场躁动且不理性，缺乏高端品牌引领，产品质量良莠不齐。”与之相对的是，很多消费者的高端体验需求并没有得到满足。而作为老板电器终端体系的重要一环，在全新一代高性能集成灶的线下门店里，消费者可以看到更多对未来厨房场景的设施，体验更多人性化设计、更高性能的产品，感受更优质高效的服务。因此，自老板电器全面布局集成品类厨电产品以来，集成灶专卖店便在其未来发展规划中提上了日程。据相关负责人表示，在727千商峰会上，已经完成了1400多家集成灶专卖店的签约，而在规划中，将有2500家以上的专卖店形成一套完整的终端体系。本次发布活动中的集成灶“超级门店合伙人计划”，将有效加快这一终端体系的搭建，并为老板集成灶“超级大大节”提供更多的线下活动入口。此外，集成灶“超级门店”也是保障老板集成灶“超级服务”顺利实施的重要端口。在本次发布会上，老板电器发布了高性能集成灶服务升级政策，实现全系列整机五年保修，全系列产品五年三次保养，电机（烟机）等七大核心部件保修十年。“超级门店合伙人计划”的顺利举行，将为消费者的高端服务体验夯实阵地。（凤凰网）

照明类电器

【“插座一哥”公牛集团的新生意：闯入新能源赛道踏足充电桩业务】国内家喻户晓的“插座一哥”公牛集团，又开启新一轮跨界发展。继2014年进入LED照明领域、2016年涉足数码配件领域后，公牛集团又进入了新能源汽车圈。10月下旬，经济观察记者从一些线上招聘平台上看到，公牛集团发布了大量的充电桩业务招聘信息，其经销商招募范围覆盖全国除港澳台外全部31个省份，同时还招聘区域销售经理、嵌入式软件工程师、硬件工程师等销售和技术人员，薪资从1.8万-3万元不等，有的岗位还提供15薪待遇。公开资料显示，公牛集团成立于1995年，以插座业务起家，在2001年以20%的市占率成为中国插座市场老大。2020年2月，公牛集团登陆上交所，其招股书显示，2018年公司转换器（插座）在天猫平台的市占率达66.39%。从家用插座到新能源充电桩，公牛集团的跨界发展具体进展如何？10月28日，经济观察记者就此联系了公牛集团相关人士，对方表示公司充电桩业务情况以财报对外披露的信息为准。根据财报，公牛集团从2021年开始布局充电桩，今年3月组建了新能源线下渠道。目前，公牛集团已有多款充电桩产品在电商平台销售。但公牛集团官方近期强调，集团充电桩业务仍处于起步阶段。“插座作为传统行业已经增长趋缓，行业规模增速五年来徘徊在10%以下，尤其是龙头企业增速下滑，公牛集团去年经历了‘反垄断门’，结合外部环境冲击，转型势在必行。”独立国际策略研究员陈佳告诉经济观察记者。身处房地产产业链下游配套家装领域，公牛集团过去十余年间通过捆绑房地产这艘“巨轮”，使其插座业务享受了极大的发展红利。但如今随着楼市降温，包括公牛集团在内的诸多房产领域企业寻求转型。蓬勃发展的新能源汽车进入了公牛集团的视线。（经济观察报）

【洲明科技：目前公司在XR虚拟拍摄终端应用客户包括迪斯尼、Pixomondo、MMC Studio等好莱坞国际影视制片公司】10月26日有投资者向洲明科技提问，电影阿凡达即将全球上映，请问制片方拍摄过程中是否请了公司的子公司参与拍摄？对此，洲明科技10月28日在投资者互动平台表示，目前公司在XR虚拟拍摄终端应用客户包括迪斯尼、Pixomondo、MMC Studio等好莱坞国际影视制片公司，合作案例包括《曼达洛人》、《登月先锋》、《西部世界》（第三季）等知名大片和全球知名的虚拟制作工作室，更多项目案例可进一步关注公司公众号“洲明科技”、“雷迪奥视觉”。（wind）

【2022年中国智慧灯杆行业竞争格局及市场份额分析 市场集中度较低】我国城市照明行业市场规模较大，行业内公司众多、市场集中度低，单家企业的市场份额相对较小，尚未形成具有绝对优势的龙头企业。但从整体市场份额及企业营收、业绩情况、行业知名度综合可以归总智慧灯杆（以LED照明及灯杆企业）行业的竞争情况。第一梯队的是营收在50亿元以上，或者在业内知名度较高的企业，如洲明科技、华体科技、得邦照明、欧普照明。第二梯队是营收在10亿元左右，且在照明及灯杆行业有较多经验的企业，如勤上股份、昕诺飞（飞利浦）、数知科技、龙腾照明。第三梯队是在华东和华北区域灯杆业务覆盖较广的企业，例如华普永明、福能股份、信达光电、中科远通。从演进历程和功能需求看，智慧灯杆建设涉及多个传统行业、产业生态的建立需要多方面的跨界合作和资源整合。总体来看，智慧灯杆产业生态参与者主要包括四大类企业：市政照明制造企业、信息通信服务和制造企业、设备、技术平台提供商和投资建设运营主体。第一类是市政照明制造企业，代表性企业有华体科技、洲明科技、上海三思、三星灯饰、昕诺飞等。第二类是信息通信服务和制造企业，代表性企业有华为、中兴通讯，中国铁塔、中国移动、中国联通、中国电信等。第三类是设备、技术平台提供商，依托自身专业技术优势，提供适用于智慧灯杆的产品和服务。代表性企业有海康威视、顺舟智能、数知科技、大华、太龙智显等。第四类是投资建设运营主体，代表性企业有深圳信息基础设施投资建设、北京亦庄智能城市研究院、眉山环天智慧科技、江苏未来城市公共空间等。（前瞻研究院）

小家电

【小熊电器会员数过百万全域会员打通，天猫“会员GMV”成品牌新增长曲线】天猫双11临近，各大品牌争相布局，“创意小家电第一股”小熊电器也不例外。0元试用爆款家电，1分钱礼，退换货免邮，365天无理由换新，一键成为品牌天猫会员通会员，即可享有这一系列特色服务。2019年上市后，公司秉持忠实的客户群是品牌最宝贵的资产，在天猫探索会员经济。会员运营2年多，目前小熊电器天猫店会员数已经突破330万，会员GMV占品牌全部GMV的比例为30%左右。小熊电器表示，将在天猫持续探索会员经济、挖掘品牌新用户、深耕会员用户，为消费者持续创造价值。（凤凰网）

【新宝股份：收购“摩飞公司”相关资产意在其“Morphy Richards”摩飞系列商标】新宝股份10月24日在投资者互动平台表示，MORPHY RICHARDS LIMITED（以下简称“摩飞公司”）是公司出口（OEM/ODM）业务的客户，公司向摩飞公司出口小家电（OEM/ODM）业务2019年至2021年销售额分别为1,827.61万美元、1,501.76万美元及1,924.30万美元。同时，公司根据摩飞公司授予的“Morphy Richards”摩飞品牌知识产权许可在中国境内生产并销售小家电产品。公司与摩飞公司于2017年签订了有效期10年的商标许可协议，协议约定公司是摩飞公司在中国境内的“Morphy Richards”摩飞系列商标所有权的独家许可使用人及代理人，公司需每年向其支付一定的品牌授权使用费。摩飞公司在中国境内的“Morphy Richards”摩飞系列商标权对应产品在2019年至2021年的营业收入分别为人民币63,606.10万元、152,716.00万元及167,359.35万元。公司本次收购摩飞公司相关资产，主要交易目标是摩飞公司在中国境内持有的“Morphy Richards”摩飞系列商标，打通“Morphy Richards”摩飞品牌国内业务的全链条运作，解决“Morphy Richards”摩飞品牌国内商标使用权授权经营问题，进一步促进“Morphy Richards”摩飞品牌国内业务的长远发展。具体内容及相关风险提示详见公司于2022年10月22日在巨潮资讯网披露的《关于收购MORPHY RICHARDS LIMITED持有的中国商标等资产的公告》。（wind）

【大促氛围迎面而来，唯品会11.11提前购激发消费热情，头部品牌销量爆发】10月20日之后，多个电商平台进入了11.11的节奏，大促氛围越来越热烈。10月24日，据特卖电商唯品会消息，其于10月20日晚8点开启11.11提前购限量爆款活动，活动激发了消费者的购物热情，截至23日早10点活动结束，多个品类销量同比出现倍数级增长。与此同时，空气炸锅、养生壶等小家电也成为爆款产品，在唯品会11.11提前购限量爆款活动中，销量分别同比增长68%、50%。小熊电器营销总监吴妙介绍，小熊电器持续进行品牌升级，今年11.11，小熊电器的备货量比往年提升30%以上，小熊电器将会根据不同平台的用户特点，去做有侧重的运营，最终希望在各个平台的销售额相比往年增长30%以上。（Bianews）

2. 核心公司公告

【光峰科技：关于开展外汇衍生品交易业务的公告】深圳光峰科技股份有限公司（以下简称“公司”“光峰科技”）及合并范围内的子公司开展资金额度不超过3,500万美元（额度范围内资金可滚动使用）的外汇衍生品交易业务，同时授权公司管理层或相关人员具体实施相关事宜，有效期自公司董事会审议通过之日起12个月内有效。此次公司进行外汇衍生品交易业务遵循合法、谨慎、安全和有效的原则，以正常生产经营为基础，以规避和防范汇率或利率风险为目的，不进行单纯以盈利为目的的外汇交易。公司于2022年10月28日召开第二届董事会第十六次会议，审议通过《关于开展外汇衍生品交易业务的议案》，同意公司及合并范围内的子公司开展资金额度不超过3,500万美元（额度范围内资金可滚动使用）的外汇衍生品交易业务，同时授权公司管理层或相关人员具体实施相关事宜，有效期自公司董事会审议通过之日起12个月内有效。

【视源股份：2022年10月27日投资者关系活动记录表】一、公司2022年前三季度整体经营情况介绍2022年前三季度，公司实现营业收入160.47亿元，同比增长5.01%；实现归属于上市公司股东的净利润15.93亿元，同比增长30.34%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润14.15亿元，同比增长34.71%；经营活动产生的现金流量净额25.78亿元，同比增长47.23%，主要得益于当期净利润增加，存货周转加快；基本每股收益2.36元，加权平均净资产收益率16.78%；报告期末总资产207亿元，归属于上市公司股东的所有者权益114亿元。2022年第三季度，公司实现营业收入70.67亿元，同比下降3.45%；实现归属于上市公司股东的净利润9.16亿元，同比增长15.67%。实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润8.56亿元，同比增长16.79%。二、投资者互动问答1.请简要说明2022年第三季度各主要业务的增长情况答：①公司液晶显示主控板卡在产品、技术、规模、质量、成本等方面有明显竞争优势，最近三年的全球市场占有率均超30%。受黑色星期五、圣诞节、世界杯等需求拉动，目前国内TV品牌厂商的渠道库存已处于良性状态，公司积极把握客户结构性增长机会，持续提升智能板卡的出货占比，液晶显示主控板卡业务Q3继续保持良好的增长态势。公司投影板卡、电源板卡等也取得较好的增幅。受益于早期与大客户建立的合作项目持续、有序落地，生活电器智能控制器业务前三季度营收同比保持较快增长。②Q3作为教育业务的传统旺季，去年Q3是历史以来最高的一个季度，今年Q3比上半年已有非常明显的恢复，但相比去年Q3仍存在小幅下降，

主要因国内疫情反复，部分采购需求和招投标节奏受到影响。前三季度公司智慧黑板在教育业务收入的占比持续提升，智能讲台配比有所提高，面向高职教的软硬件综合解决方案获得重要进展，成功签约百万级平台项目《香港科技大学南沙校区项目》。此外，公司针对职业教育推出新一代 VR 实训一体机等产品；面向家庭教育推出的全新一代网课学习机 W2 也取得了快速发展，通过加速线上、线下多渠道布局和多平台扩大销售，在个人消费者中的品牌影响力得到进一步提升。

③受国内疫情影响，今年上半年国内会议市场疲弱，Q3 企业服务业务有所恢复，但仍不及去年同期。为有效应对外部环境变化，公司一方面加大品牌宣传及电商渠道销售力度，积极参加线下展会，在巩固原有的线上线下营销渠道的同时，进一步梳理和优化全国的经销商体系。另一方面，公司持续丰富和完善产品矩阵，拓宽和深化产品应用场景，不断提升产品在客户端的认知。9 月公司推出 MAXHUB 墨水屏智能办公笔记本，具有健康护眼，小巧智能等特点，有利于解决商务人士、教育、研究分析人员办公出差、阅读批注等刚性需求。

④受俄乌战争、能源危机、通货膨胀、欧美央行连续大幅加息、紧缩货币政策影响，全球各主要经济体增速放缓，境外政府购买力下降，有效需求不足，Q3 海外业务受到一定影响。目前公司海外以欧美市场为主，同时兼顾发展中国家，部分渠道库存现已陆续消耗。未来，公司会从产品、技术、供应、质量、价格等多个方面支持战略客户抢夺更多市场标案，在产品创新、供应链降本方面深入挖潜，持续开拓更多的海外大客户，提升市场份额。

2. 近期国家推出贴息贷款政策支持高校和职业院校的发展，公司在高职教市场开拓方面有什么计划？答：最近国家以贴息贷款的信贷方式支持教育、文旅体育、实训基地等领域的建设和发展，短期内有利于高职教市场采购需求的快速上升。目前，各地学校还在项目申报阶段，公司已组织拉通希沃、MAXHUB、LED 等专门团队密切跟进，积极联动合作伙伴，抓紧时间与高校/职校进行需求对接。公司旗下品牌希沃 (seewo) 作为国内交互智能平板品类首创者，2012 年-2021 年连续 10 年蝉联中国交互智能平板行业市占率桂冠。希沃针对教育场景有着极为丰富的产品解决方案，包括交互智能平板、智慧黑板、LED 显示终端、录播、云屏、班牌等，统筹设计多媒体显示系统、录播管理系统、教学质量管理系统、集控物联系统，为高职校打造智慧教室、专业教学空间、实验实训空间、校级/教学管理平台、智慧校园，以服务不同学校的多样化建设需求。

3. 教育业务未来的成长性主要体现在哪些方面？答：在教育信息化 2.0 阶段，国家针对教育信息化、教育新基建方面的政策支持及投入保障，为公司教育业务的持续发展带来了良好的机遇，提供了广阔的发展空间。希沃将积极把握教育信息化 2.0 阶段全面推动信息技术与教育教学深度融合的发展机遇，助力智慧校园建设，一方面，开发更为丰富的产品线及应用软件，从教育信息化的教、学、管、评等细分场景，持续进行产品体系的扩充和升级，主要产品包括：电子白板、智慧黑板、智能录播、智慧讲台、教学软件、音视频终端、电子学生证、智能实训室等；公司已推出面向教师备授课场景的智能 PC 一体机，受到用户青睐。随着公司教育产品品类的增加，预计可获得的财政预算和营收也将进一步增长。另一方面，抓住国家补贴高职校建设的良好契机，快速拓展高职教获取增量，为非公立市场提供好用、易学、领先的教育信息化应用工具及服务。面向家庭智慧教育场景，公司已推出全新一代网课学习机 W2，拥有 15.6 寸类纸大屏、获得多项视觉健康护眼认证，涵盖 AI 伴读、5A 成长体系、智慧同步课堂等特色功能。公司认为 ToC 端的智能学习终端市场前景广阔，将继续加大在这一品类的研发和营销投入，加速线上、线下多渠道布局，推动业务快速发展。

【新宝股份:关于公司与 MORPHYRICHARDSLIMITED 签署《中国知识产权转让协议》及《股权收购协议》暨收购进展公告】为有效打通 Morphy Richards (摩飞) 品牌国内业务的全链条运作, 解决 Morphy Richards (摩飞) 品牌国内商标使用权授权经营问题, 公司与 MORPHY RICHARDS LIMITED (以下简称“摩飞公司”) 本着平等、互利、共赢的原则, 于 2022 年 6 月 7 日签署了《谅解备忘录》, 交易主要目标为收购摩飞公司持有的在中国境内及英国、爱尔兰、新西兰和澳大利亚的 Morphy Richards (摩飞) 商标和专利 (以下统称“国际知识产权”) 等资产。公司于 2022 年 10 月 21 日召开了公司第六届董事会第十一次临时会议、第六届监事会第九次临时会议, 审议通过了《关于收购 MORPHY RICHARDS LIMITED 持有的中国商标等资产的议案》: 同意公司以自有资金 1.61 亿美元收购摩飞公司持有的中国商标, 同时以自有资金 0.37 亿美元收购摩飞公司境外持有的 Morphy Richards Consumer Appliances Limited 100% 股权而间接收购摩飞公司境外 (保留地区印度、尼泊尔、不丹、孟加拉国、马尔代夫、斯里兰卡和以色列除外) 持有的国际知识产权等资产, 上述收购事项金额合计 1.98 亿美元。具体内容详见公司于 2022 年 6 月 9 日及 2022 年 10 月 22 日在巨潮资讯网 (<http://www.cninfo.com.cn>) 刊登的《关于公司与 MORPHYRICHARDSLIMITED 签署〈谅解备忘录〉的公告》 (公告编号: 2022-037)、《关于收购 MORPHYRICHARDSLIMITED 持有的中国商标等资产的公告》 (公告编号: 2022-058)。

风险提示

- 1) 疫情影响宏观经济未能达到预期；
- 2) 家电行业价格战加剧；
- 3) 原材料价格上涨超预期等。

披露声明

本报告准确表述了证券分析师的个人观点。该证券分析师声明，本人未在公司内、外部机构兼任有损本人独立性与客观性的其他职务，没有担任本报告评论的上市公司的董事、监事或高级管理人员；也不拥有与该上市公司有关的任何财务权益；本报告评论的上市公司或其它第三方都没有或没有承诺向本人提供与本报告有关的任何补偿或其它利益。

中银国际证券股份有限公司同时声明，将通过公司网站披露本公司授权公众媒体及其他机构刊载或者转发证券研究报告有关情况。如有投资者于未经授权的公众媒体看到或从其他机构获得本研究报告的，请慎重使用所获得的研究报告，以防止被误导，中银国际证券股份有限公司不对其报告理解和使用承担任何责任。

评级体系说明

以报告发布日后公司股价/行业指数涨跌幅相对同期相关市场指数的涨跌幅的表现为基准：

公司投资评级：

- 买入：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 20% 以上；
- 增持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内超越基准指数 10%-20%；
- 中性：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数变动幅度在 -10%-10% 之间；
- 减持：预计该公司股价在未来 6-12 个月内相对基准指数跌幅在 10% 以上；
- 未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

行业投资评级：

- 强于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现强于基准指数；
- 中性：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现基本与基准指数持平；
- 弱于大市：预计该行业指数在未来 6-12 个月内表现弱于基准指数；
- 未有评级：因无法获取必要的资料或者其他原因，未能给出明确的投资评级。

沪深市场基准指数为沪深 300 指数；新三板市场基准指数为三板成指或三板做市指数；香港市场基准指数为恒生指数或恒生中国企业指数；美股市场基准指数为纳斯达克综合指数或标普 500 指数。

风险提示及免责声明

本报告由中银国际证券股份有限公司证券分析师撰写并向特定客户发布。

本报告发布的特定客户包括：1) 基金、保险、QFII、QDII 等能够充分理解证券研究报告，具备专业信息处理能力的中银国际证券股份有限公司的机构客户；2) 中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队，其可参考使用本报告。中银国际证券股份有限公司的证券投资顾问服务团队可能以本报告为基础，整合形成证券投资顾问服务建议或产品，提供给接受其证券投资顾问服务的客户。

中银国际证券股份有限公司不以任何方式或渠道向除上述特定客户外的公司个人客户提供本报告。中银国际证券股份有限公司的个人客户从任何外部渠道获得本报告的，亦不应直接依据所获得的研究报告作出投资决策；需充分咨询证券投资顾问意见，独立作出投资决策。中银国际证券股份有限公司不承担由此产生的任何责任及损失等。

本报告内含保密信息，仅供收件人使用。阁下作为收件人，不得出于任何目的直接或间接复制、派发或转发此报告全部或部分内容予任何其他人士，或将此报告全部或部分公开发表。如发现本研究报告被私自刊载或转发的，中银国际证券股份有限公司将及时采取维权措施，追究有关媒体或者机构的责任。所有本报告内使用的商标、服务标记及标记均为中银国际证券股份有限公司或其附属及关联公司（统称“中银国际集团”）的商标、服务标记、注册商标或注册服务标记。

本报告及其所载的任何信息、材料或内容只提供给阁下作参考之用，并未考虑到任何特别的投资目的、财务状况或特殊需要，不能成为或被视为出售或购买或认购证券或其它金融票据的要约或邀请，亦不构成任何合约或承诺的基础。中银国际证券股份有限公司不能确保本报告中提及的投资产品适合任何特定投资者。本报告的内容不构成对任何人的投资建议，阁下不会因为收到本报告而成为中银国际集团的客户。阁下收到或阅读本报告须在承诺购买任何报告中所指之投资产品之前，就该投资产品的适合性，包括阁下的特殊投资目的、财务状况及其特别需要寻求阁下相关投资顾问的意见。

尽管本报告所载资料的来源及观点都是中银国际证券股份有限公司及其证券分析师从相信可靠的来源取得或达到，但撰写本报告的证券分析师或中银国际集团的任何成员及其董事、高管、员工或其他任何个人（包括其关联方）都不能保证它们的准确性或完整性。除非法律或规则规定必须承担的责任外，中银国际集团任何成员不对使用本报告的材料而引致的损失负任何责任。本报告对其中所包含的或讨论的信息或意见的准确性、完整性或公平性不作任何明示或暗示的声明或保证。阁下不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告仅反映证券分析师在撰写本报告时的设想、见解及分析方法。中银国际集团成员可发布其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告，亦有可能采取与本报告观点不同的投资策略。为免生疑问，本报告所载的观点并不代表中银国际集团成员的立场。

本报告可能附载其它网站的地址或超级链接。对于本报告可能涉及到中银国际集团本身网站以外的资料，中银国际集团未有参阅有关网站，也不对它们的内容负责。提供这些地址或超级链接（包括连接到中银国际集团网站的地址及超级链接）的目的，纯粹为了阁下的方便及参考，连结网站的内容不构成本报告的任何部份。阁下须承担浏览这些网站的风险。

本报告所载的资料、意见及推测仅基于现状，不构成任何保证，可随时更改，毋须提前通知。本报告不构成投资、法律、会计或税务建议或保证任何投资或策略适用于阁下个别情况。本报告不能作为阁下私人投资的建议。

过往的表现不能被视作将来表现的指示或保证，也不能代表或对将来表现做出任何明示或暗示的保障。本报告所载的资料、意见及预测只是反映证券分析师在本报告所载日期的判断，可随时更改。本报告中涉及证券或金融工具的价格、价值及收入可能出现上升或下跌。

部分投资可能不会轻易变现，可能在出售或变现投资时存在难度。同样，阁下获得有关投资的价值或风险的可靠信息也存在困难。本报告中包含或涉及的投资及服务可能未必适合阁下。如上所述，阁下须在做出任何投资决策之前，包括买卖本报告涉及的任何证券，寻求阁下相关投资顾问的意见。

中银国际证券股份有限公司及其附属及关联公司版权所有。保留一切权利。

中银国际证券股份有限公司

中国上海浦东
银城中路 200 号
中银大厦 39 楼
邮编 200121
电话: (8621) 6860 4866
传真: (8621) 5888 3554

相关关联机构:

中银国际研究有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
致电香港免费电话:
中国网通 10 省市客户请拨打: 10800 8521065
中国电信 21 省市客户请拨打: 10800 1521065
新加坡客户请拨打: 800 852 3392
传真: (852) 2147 9513

中银国际证券有限公司

香港花园道一号
中银大厦二十楼
电话: (852) 3988 6333
传真: (852) 2147 9513

中银国际控股有限公司北京代表处

中国北京市西城区
西单北大街 110 号 8 层
邮编: 100032
电话: (8610) 8326 2000
传真: (8610) 8326 2291

中银国际(英国)有限公司

2/F, 1 Lothbury
London EC2R 7DB
United Kingdom
电话: (4420) 3651 8888
传真: (4420) 3651 8877

中银国际(美国)有限公司

美国纽约市美国大道 1045 号
7 Bryant Park 15 楼
NY 10018
电话: (1) 212 259 0888
传真: (1) 212 259 0889

中银国际(新加坡)有限公司

注册编号 199303046Z
新加坡百得利路四号
中国银行大厦四楼(049908)
电话: (65) 6692 6829 / 6534 5587
传真: (65) 6534 3996 / 6532 3371