

强于大市

家用电器行业周报

世界杯或推高高端彩电市占，厨电行业新动向

本月正值卡塔尔世界杯，高端大屏彩电对看球体验的提升，或进一步提升大屏销量占比。厨电行业新动向，万和电气在埃及投资建设生产制造基地；洗碗机市场持续发展。本周沪深 300 指数下跌 0.68%，长江家用电器指数下跌 1.36%，跑输沪深 300 指数 0.69pct。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 -1.20%/-0.09%/-3.00%/-2.98%/-1.19%。

子板块核心数据追踪：

- **白色家电&彩电**：奥维云网 47 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 34.41%、下降 18.63%、下降 29.86%；空调、冰箱、洗衣机线上渠道零售额分别同比上升 4.79%、上升 11.10%、下降 5.37%；彩电线下渠道同比下降 18.62%，线上渠道同比上升 7.30%。
- **厨房电器：**奥维云网 47 周数据显示，油烟机线下渠道零售额同比下降 12.17%，线上道零售额同比上升 2.21%；燃气灶线下渠道零售额同比下降 16.02%，线上渠道零售额同比下降 6.03%；集成灶线下零售额同比下降 10.25%，线上零售额同比下降 6.64%；燃气热水器线下零售额同比下降 30.22%，线上零售额同比下降 13.09%。
- **小家电：**奥维云网 47 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上升 9.81%、下降 18.34%、下降 22.50%、下降 42.03%、上升 52.66%；线上渠道零售额分别同比上升 12.39%、下降 4.22%、下降 5.10%、上升 8.60%、上升 26.35%。

投资建议

- **本月正值卡塔尔世界杯，高端大屏彩电对看球体验的提升，或进一步提升大屏销量占比。**世界杯期间，观赛对于彩电的视听体验有着更高追求，获继续拉动彩电高端、大屏产品市占。据市调机构 Omdia 刚刚公布的数据，2022 年前三季度，全球电视销量 1.43 亿台，销售额 723.9 亿美元，分别同比减少 4.4%、12.7%。在 75 寸以上的超大型电视市场，三星电子和 LG 电子分别占据 38%和 16%的份额，索尼为 13%，TCL 为 10%，海信为 9%。
- **厨电行业新动向。**万和电气引入职业经理人，聘任前美的高管赖育文为总裁，同时在埃及投资建设生产制造基地，迈出国际化第一步。今年虽然受到宏观环境影响，洗碗机市场依然实现了增长，据 AVC 数据显示，2022 年 1~9 月，中国洗碗机零售量为 129.9 万台，同比微降 0.3%;零售额为 70.5 亿元，同比增长 7.0%。前三季度海尔洗碗机营业收入同比增长超过 20%，连续 3 年实现高增长;截至 2022 年 7 月，美的系洗碗机的销售额在行业中的占比达到 25.5%。另据 gfk 数据，线上和线下两渠道的洗碗机品类数据显示，2022 年 1~7 月，标准型嵌入式洗碗机在线上和线下渠道零售额占比均有提升，其中线下渠道零售额占比已超过六成。
- **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 6
3. 未来三个月大小非解禁一览 7
4. 本周大宗交易一览 7

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 25

风险提示 27

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 0.69pct 6
图表 2. 本周各板块涨跌幅：家电制造板块本周收盘下跌 1.36% 6
图表 3. 家电板块细分子板块行情走势：本周厨卫家电表现最好，下跌 0.09% 6
图表 4. 本周家电板块涨幅前 10 的个股：彩虹集团涨幅最大为 9.83% 7
图表 5. 本周家电板块跌辐前 10 的个股：富佳股份跌幅最大为 12.86% 7
图表 6. 未来三个月解禁 7
图表 7. 本周大宗交易 7
图表 8. 22W47 白色家电板块北向资金持股占比 8
图表 9. 22W47 黑色家电板块北向资金持股占比 8
图表 10. 22W47 厨卫家电板块北向资金持股占比 9
图表 11. 22W47 小家电板块北向资金持股占比 9
图表 12. 22W47 照明类电器板块北向资金持股占比 9
图表 13. 22W47 按摩器材板块北向资金持股占比 9
图表 14. 22W47 扫地机器人板块北向资金持股占比 9
图表 15. 22W47 冷链板块北向资金持股占比 9
图表 16. 空调月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 33.59%、上升 18.98% 10
图表 17. 空调月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 282 元、下跌 75 元 10
图表 18. 冰箱月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 28.13%、上升 27.81% 10
图表 19. 冰箱月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 688 元、上涨 183 元 10
图表 20. 洗衣机月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 37.35%、下降 3.63% 11
图表 21. 洗衣机月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 358 元、上涨 137 元 11
图表 22. 彩电月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 31.62%、上升 10.25% 11
图表 23. 彩电月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 98 元、下跌 5 元 11
图表 24. 油烟机月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 29.65%、上升 47.64% 11
图表 25. 油烟机月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨

166 元、上涨 99 元 11
图表 26. 燃气灶月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下跌 26.99%、上升 34.82% 12
图表 27. 燃气灶月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 105 元、上涨 22 元 12
图表 28. 集成灶月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 28.26%、上升 64.78% 12
图表 29. 集成灶月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别下跌 402 元、上涨 356 元 12
图表 30. 燃气热水器月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 35.60%、上升 34.15% 12
图表 31. 燃气热水器月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别下跌 30 元、上涨 164 元 12
图表 32. 洗碗机月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 19.87%、上升 83.87% 13
图表 33. 洗碗机月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 221 元、上涨 387 元 13
图表 34. 电饭煲月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 25.34%、上升 28.79% 13
图表 35. 电饭煲月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 46 元、上涨 33 元 13
图表 36. 养生壶月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 32.12%、上升 9.80% 13
图表 37. 养生壶月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 10 元、上涨 7 元 13
图表 38. 破壁机月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 43.24%、上升 29.26% 14
图表 39. 破壁机月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别下跌 56 元、下跌 41 元 14
图表 40. 扫地机器人月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 100.00%、上升 126.09% 14
图表 41. 扫地机器人月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 676、上涨 837 元 14
图表 42. 空调年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 241.16 亿元、722.64 亿元，均价为 4064 元、3012 元 14
图表 43. 冰箱年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 205.47 亿元、482.09 亿元，均价为 6231 元、2260 元 14
图表 44. 洗衣机年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 130.10 亿元、

374.17 亿元，均价为 4133 元、1649 元.....15
图表 45. 彩电年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 158.60 亿元、466.84 亿元，均价为 5728 元、2376 元.....15
图表 46. 油烟机年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 35.77 亿元、101.35 亿元，均价为 3942 元、1594 元.....15
图表 47. 燃气灶年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 19.18 亿元、58.33 亿元，均价为 1908 元、823 元.....15
图表 48. 集成灶年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 1.92 亿元、48.05 亿元，均价为 9849 元、8101 元.....15
图表 49. 燃气热水器年度销额均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 25.86 亿元、82.79 亿元，均价为 3392 元、1735 元.....15
图表 50. 洗碗机年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 13.70 亿元、41.03 亿元，均价为 7320 元、4276 元.....16
图表 51. 电饭煲年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 9.23 亿元、52.74 亿元，均价为 628 元、235 元.....16
图表 52. 养生壶年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 0.50 亿元、13.83 亿元，均价为 236 元、129 元.....16
图表 53. 破壁机年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 4.50 亿元、27.88 亿元，均价为 1016 元、442 元.....16
图表 54. 扫地机器人年度销额均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 2.01 亿元、74.94 亿元，均价为 4371 元、3128 元.....16
图表 55. LME3 个月铜上升 0.29%，铝下降 0.97%，铅下降 1.84%，锌下降 2.74%.....17
图表 56. 镀锌板价格走势：镀锌板（0.5，含税价）为 4765 元/吨，较上周下降 0.08% 17
图表 57. 冷轧板卷(1.0mm)价格为 4340 元/吨,较上周下降 0.69%.....17
图表 58. 中国塑料城价格指数截至 11 月 25 日为 870.82 点，较上周下降 0.51%.....17
图表 59. 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

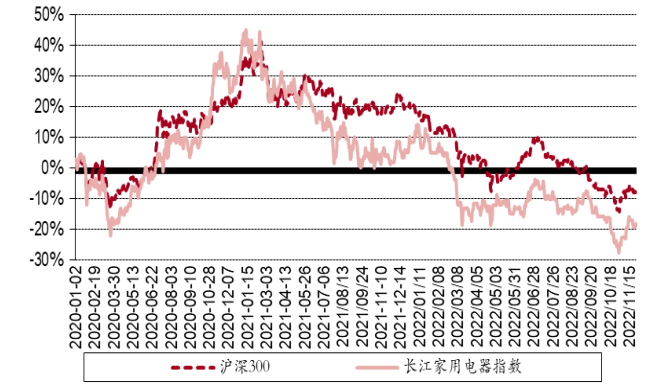
本周家电行业走势

1. 行业点评

本周沪深 300 指数下跌 0.68%，长江家用电器指数下跌 1.36%，跑输沪深 300 指数 0.69pct。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-1.20%/-0.09%/-3.00%/-2.98%/-1.19%。

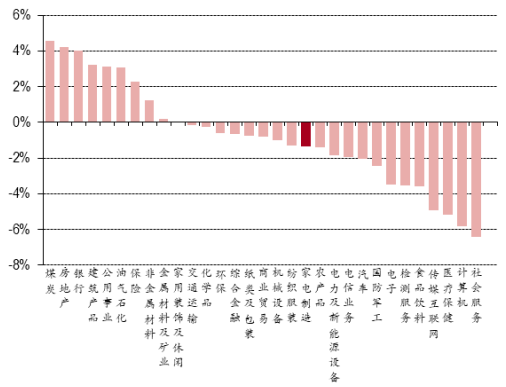
从 2020 年至今的板块表现来看，沪深 300 下跌 7.83%，家电板块下跌 18.29%，家电板块表现弱于沪深 300，本周厨卫家电指数表现相对较好。

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 0.69pct



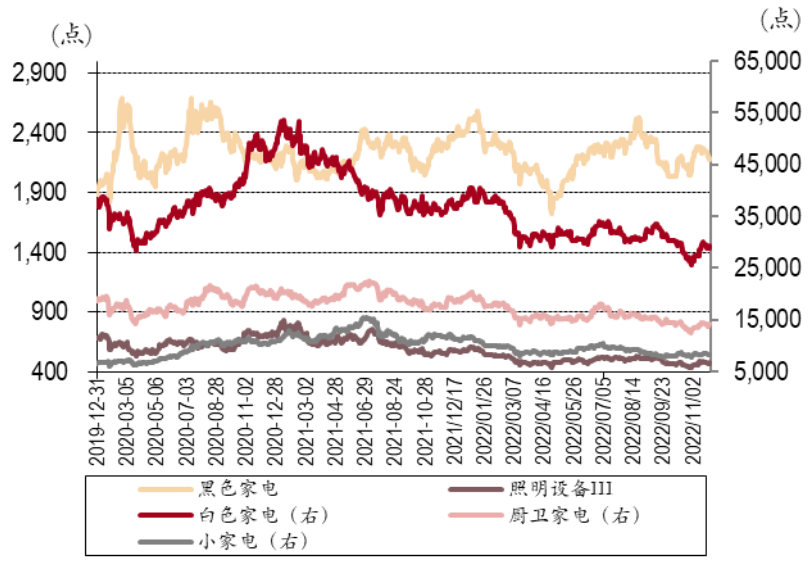
资料来源：万得，中银证券

图表2. 本周各板块涨跌幅：家电制造板块本周收盘下跌 1.36%



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：本周厨卫家电表现最好，下跌 0.09%



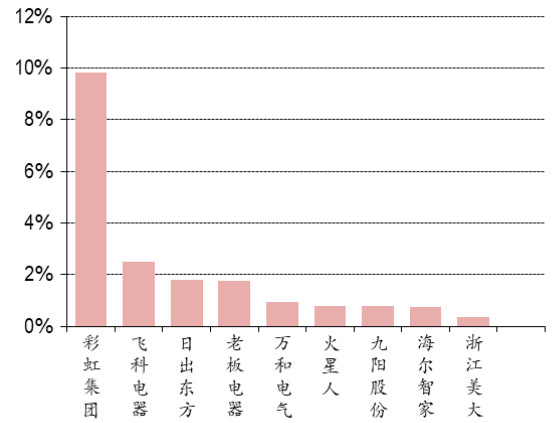
资料来源：万得，中银证券

2. 核心公司交易数据

本周家电板块主要上市公司表现，彩虹集团涨幅最大为 9.83%，富佳股份跌幅最大为 12.86%。

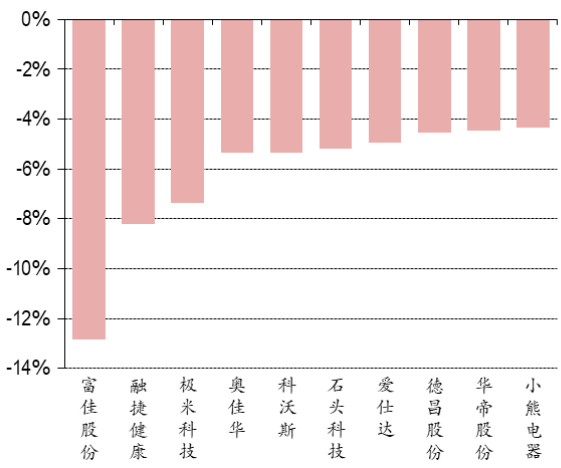
从各主要家电上市公司的年初至今股价表现来看：飞科电器（涨幅 74.57%）、日出东方（涨幅 35.90%）彩虹集团（涨幅 35.17%），领跑整个长江家用电器指数。

图表4. 本周家电板块涨幅前 10 的个股：彩虹集团涨幅最大为 9.83%



资料来源：万得，中银证券

图表5. 本周家电板块跌辐前 10 的个股：富佳股份跌幅最大为 12.86%



资料来源：万得，中银证券

3. 未来三个月大小非解禁一览

图表 6. 未来三个月解禁

代码	简称	解禁日期	解禁数量（万股）	变动前（万股）			变动后（万股）		
				总股本	流通 A 股	占比（%）	总股本	流通 A 股	占比（%）
603486.SH	科沃斯	11 月 17 日	41.82	57,350.00	56,462.67	98.45	57,350.00	56,504.49	98.53
688169.SH	石头科技	23 年 2 月 21 日	2,169.41	9,368.74	7,199.33	76.84	9,368.74	9,368.74	100.00
603195.SH	公牛集团	23 年 2 月 6 日	52,461.45	60,115.24	7,450.31	12.39	60,115.24	59,911.76	99.66

资料来源：Wind，中银证券

4. 本周大宗交易一览

图表 7. 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	11 月 25 日	46.69	45.91	1.70	46.69	5	233.45
000651.SZ	格力电器	11 月 24 日	31.22	31.2	0.06	31.22	319.28	9,967.88
603579.SH	荣泰健康	11 月 21 日	18.99	21.1	(10.00)	21.29	50	949.50

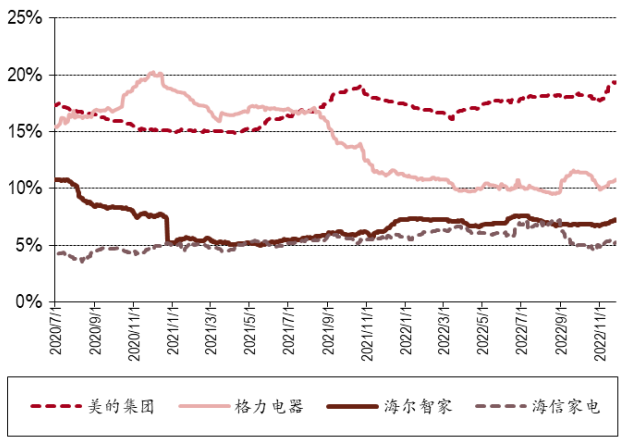
资料来源：万得，中银证券

本周南北向资金一览

- **白色家电北向资金持股：**截至 11 月 25 日，北向资金持股比例方面，美的集团较上周增加 0.06pct；格力电器较上周增加 0.20pct；海尔智家较上周增加 0.15pct；海信家电较上周减少 0.14pct。
- **黑色家电北向资金持股：**截至 11 月 25 日，北向资金持股比例方面，视源股份较上周减少 0.06pct；海信视像较上周维持不变；兆驰股份较上周减少 0.13pct；创维数字较上周减少 0.02pct；四川长虹较上周维持不变。
- **厨卫家电北向资金持股：**截至 11 月 25 日，北向资金持股比例方面，老板电器较上周增加 0.22pct；华帝股份较上周维持不变；火星人较上周减少 0.08pct；浙江美大较上周增加 0.03pct；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 11 月 25 日，北向资金持股比例方面，九阳股份较上周减少 0.05pct；苏泊尔较上周维持不变；飞科电器较上周减少 0.05pct；小熊电器较上周增加 0.52pct；新宝股份较上周减少 0.16pct；莱克电气较上周减少 0.06pct。
- **照明类电器北向资金持股：**截至 11 月 25 日，北向资金持股比例方面，公牛集团较上周减少 0.13pct；欧普照明较上周维持不变；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 11 月 25 日，北向资金持股比例方面，奥佳华较上周减少 0.159pct；荣泰健康较上周维持不变。
- **扫地机器人北向资金持股：**截至 11 月 25 日，北向资金持股比例方面，石头科技较上周增加 0.02pct；科沃斯较上周减少 0.02pct。
- **冷链相关北向资金持股：**截至 11 月 25 日，北向资金持股比例方面，海容冷链较上周减少 0.02pct；冰轮环境较上周增加 0.15pct；四方科技较上周维持不变；雪人股份较上周减少 0.39pct；汉钟精机较上周增加 0.18pct。

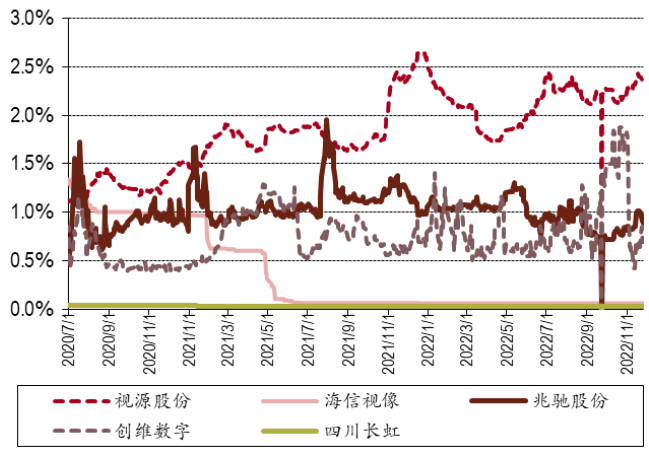
注：北向资金持股比例计算方法为：北向资金持股数量/总股本。

图表8. 22W47 白色家电板块北向资金持股占比



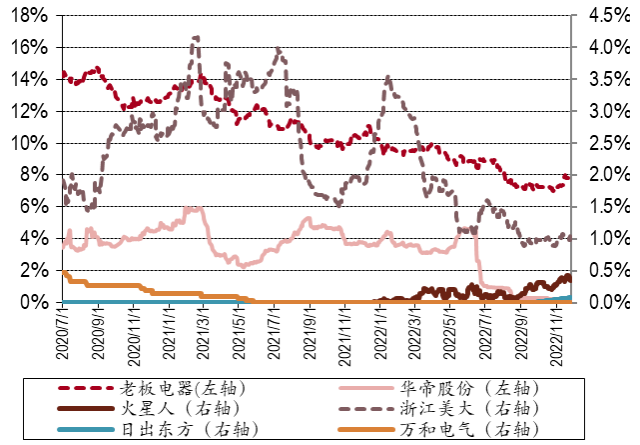
资料来源：万得，中银证券

图表9. 22W47 黑色家电板块北向资金持股占比



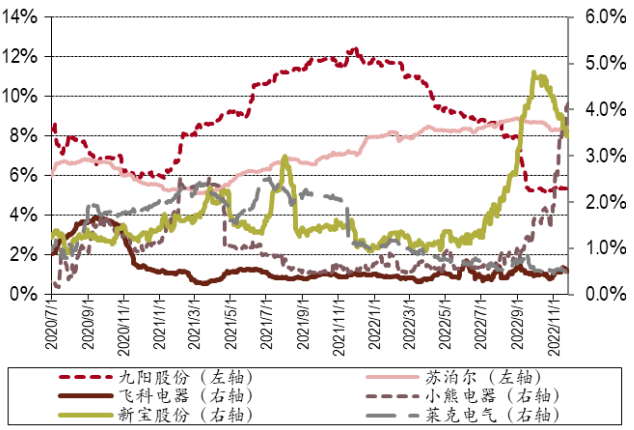
资料来源：万得，中银证券

图表10. 22W47 厨卫家电板块北向资金持股占比



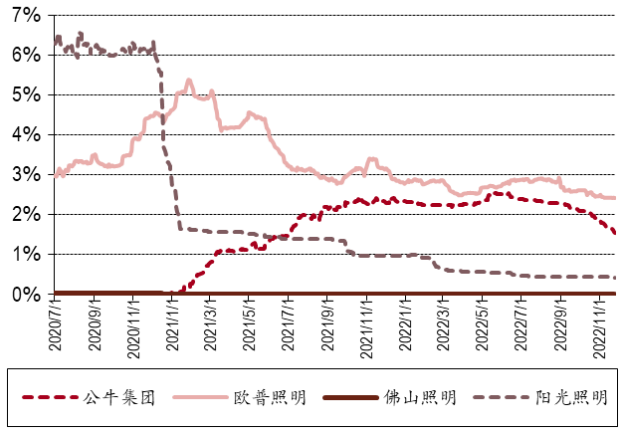
资料来源：万得，中银证券

图表11. 22W47 小家电板块北向资金持股占比



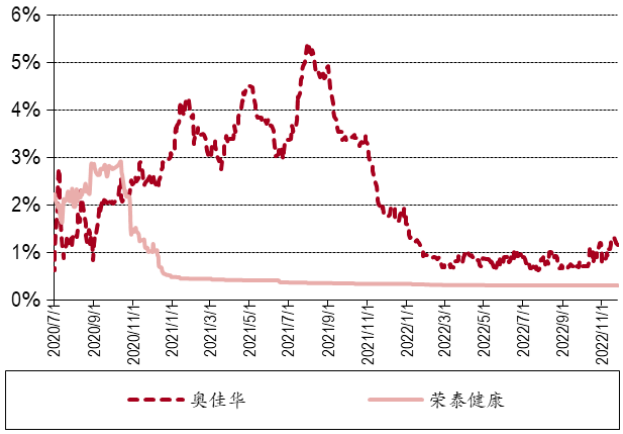
资料来源：万得，中银证券

图表12. 22W47 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13. 22W47 按摩器材板块北向资金持股占比



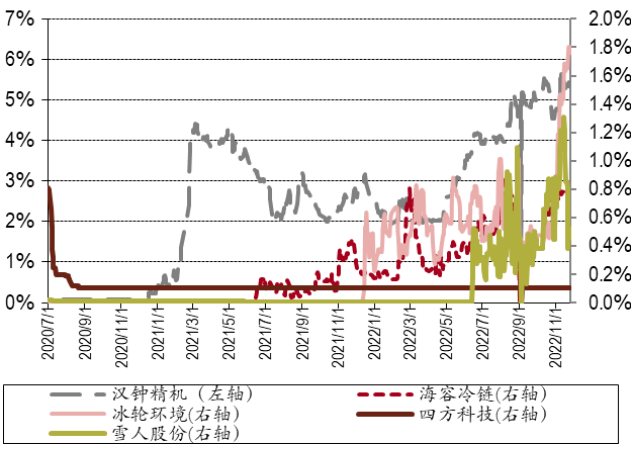
资料来源：万得，中银证券

图表14. 22W47 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15. 22W47 冷链板块北向资金持股占比



资料来源：万得，中银证券

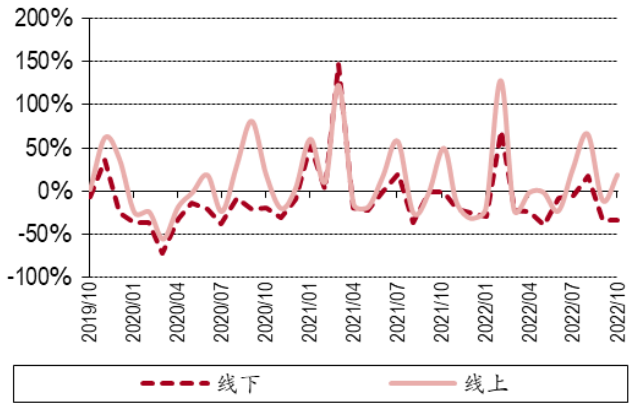
行业数据更新

1. 家电终端零售数据追踪

(1) 月度数据

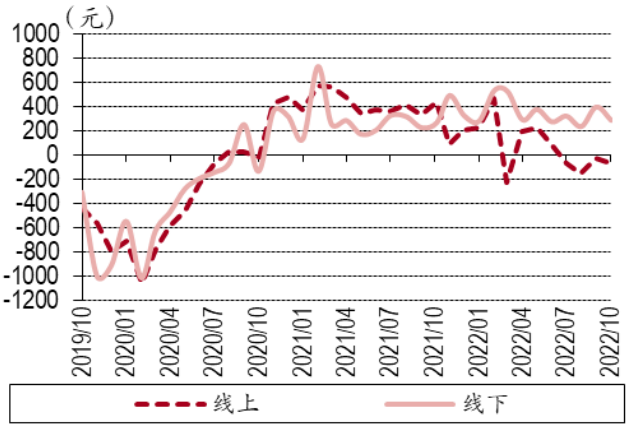
① 白色家电和彩电：

图表16. 空调月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 33.59%、上升 18.98%



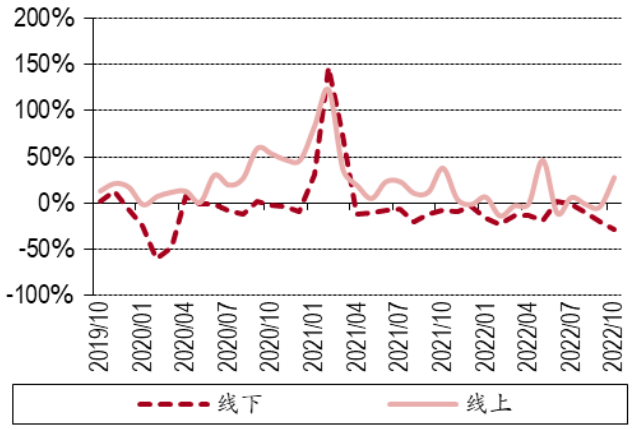
资料来源：奥维云网，中银证券

图表17. 空调月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 282 元、下跌 75 元



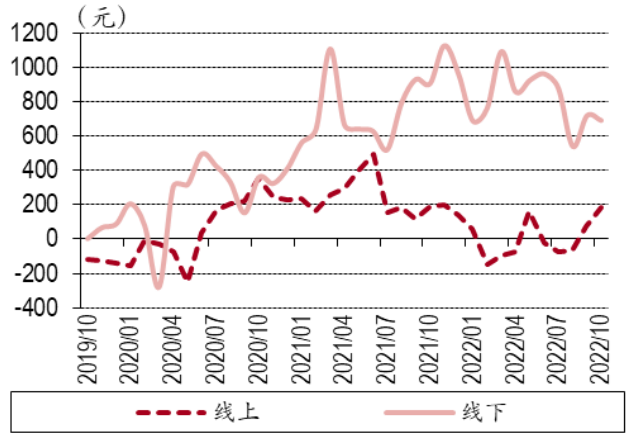
资料来源：奥维云网，中银证券

图表18. 冰箱月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 28.13%、上升 27.81%



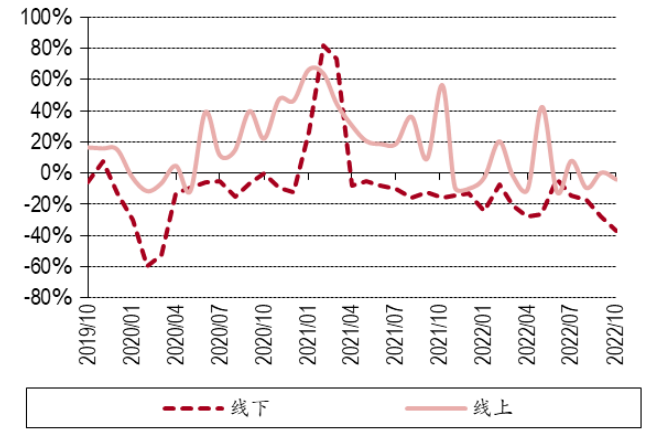
资料来源：奥维云网，中银证券

图表19. 冰箱月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 688 元、上涨 183 元



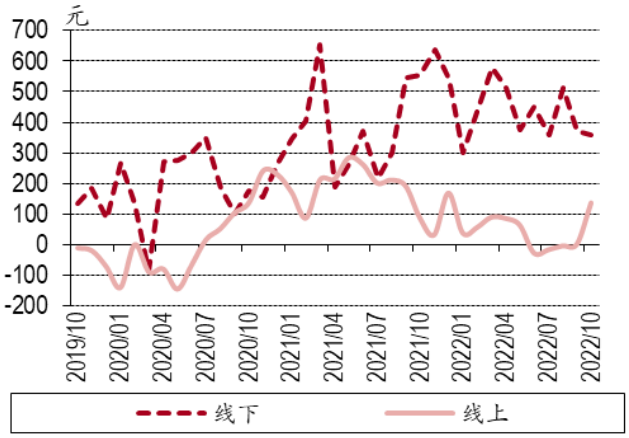
资料来源：奥维云网，中银证券

图表20. 洗衣机月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 37.35%、下降 3.63%



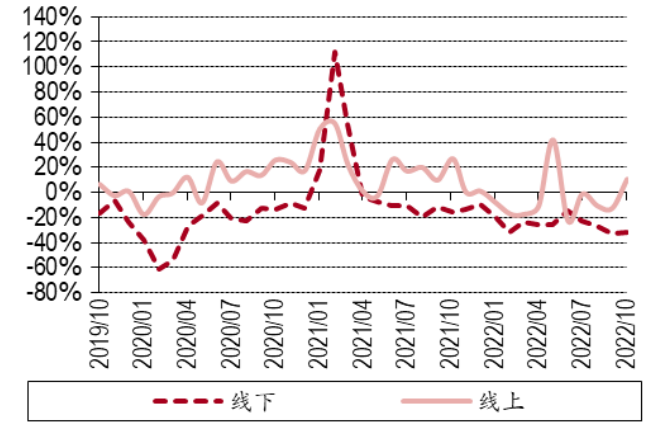
资料来源：奥维云网，中银证券

图表21. 洗衣机月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 358 元、上涨 137 元



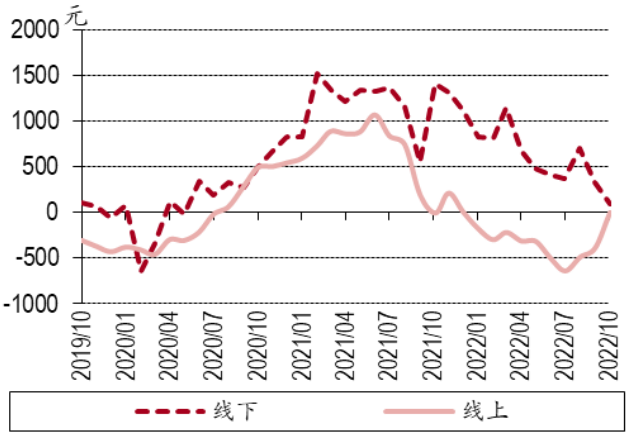
资料来源：奥维云网，中银证券

图表22. 彩电月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 31.62%、上升 10.25%



资料来源：奥维云网，中银证券

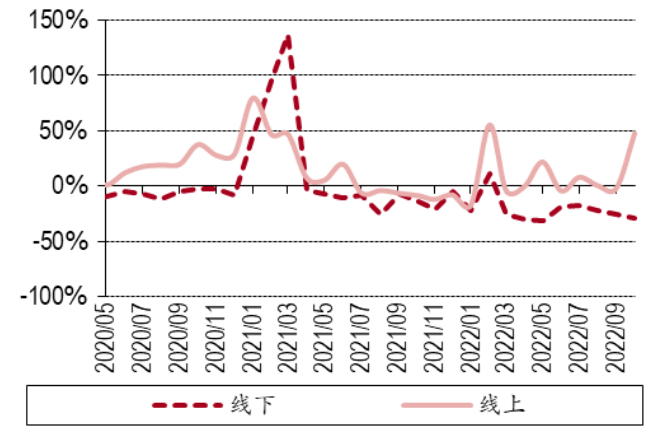
图表23. 彩电月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 98 元、下跌 5 元



资料来源：奥维云网，中银证券

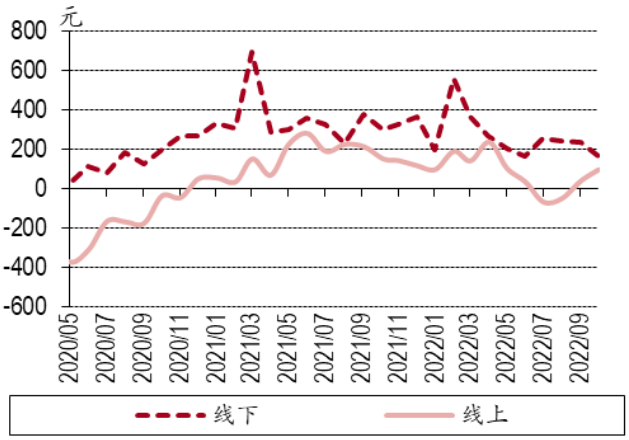
② 厨房电器：

图表24. 油烟机月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 29.65%、上升 47.64%



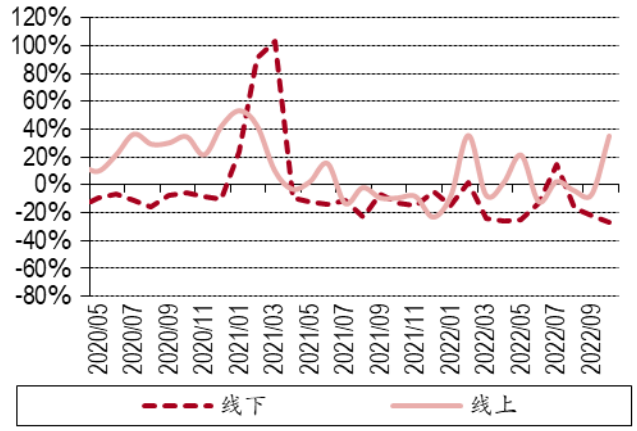
资料来源：奥维云网，中银证券

图表25. 油烟机月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 166 元、上涨 99 元



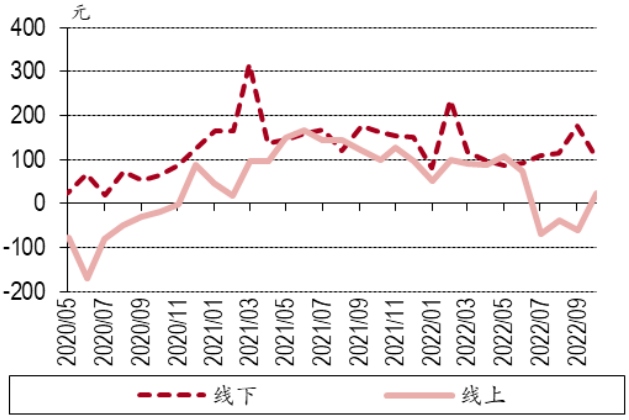
资料来源：奥维云网，中银证券

图表26. 燃气灶月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下跌 26.99%、上升 34.82%



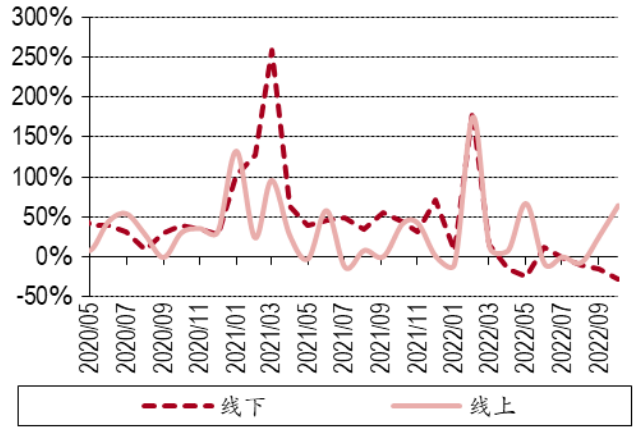
资料来源：奥维云网，中银证券

图表27. 燃气灶月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 105 元、上涨 22 元



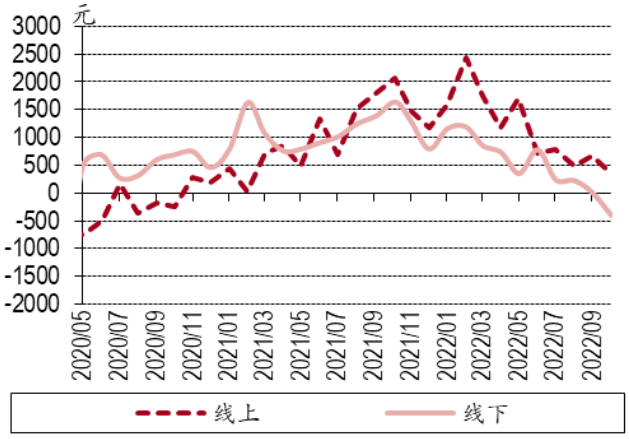
资料来源：奥维云网，中银证券

图表28. 集成灶月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 28.26%、上升 64.78%



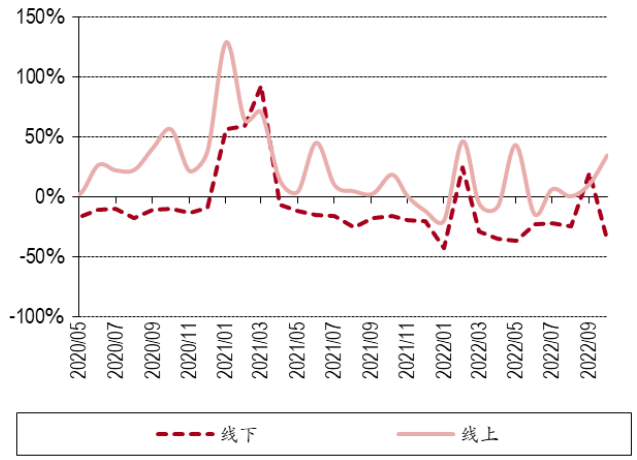
资料来源：奥维云网，中银证券

图表29. 集成灶月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别下跌 402 元、上涨 356 元



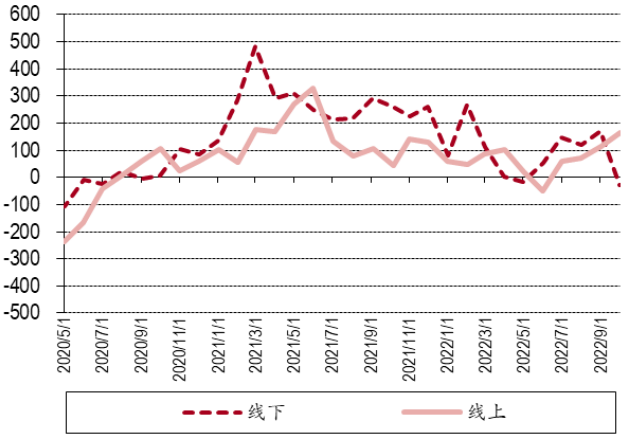
资料来源：奥维云网，中银证券

图表30. 燃气热水器月度销售额同比变化:22 年 10 月线下、线上同比下降 35.60%、上升 34.15%



资料来源：奥维云网，中银证券

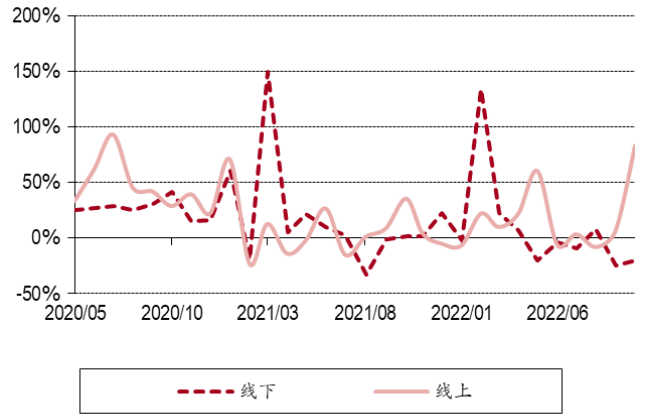
图表31. 燃气热水器月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别下跌 30 元、上涨 164 元



资料来源：奥维云网，中银证券

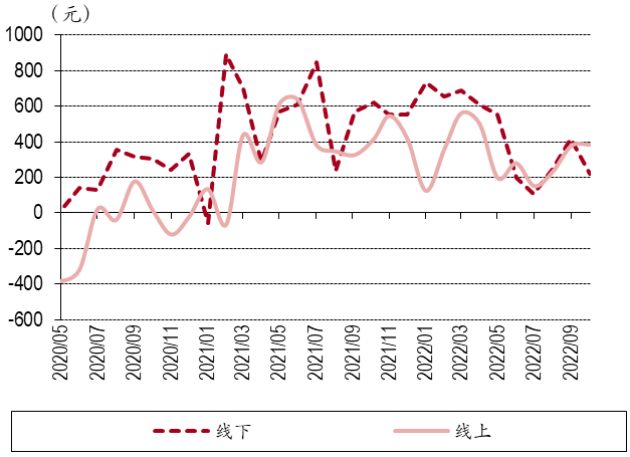
③ 小家电：

图表32. 洗碗机月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 19.87%、上升 83.87%



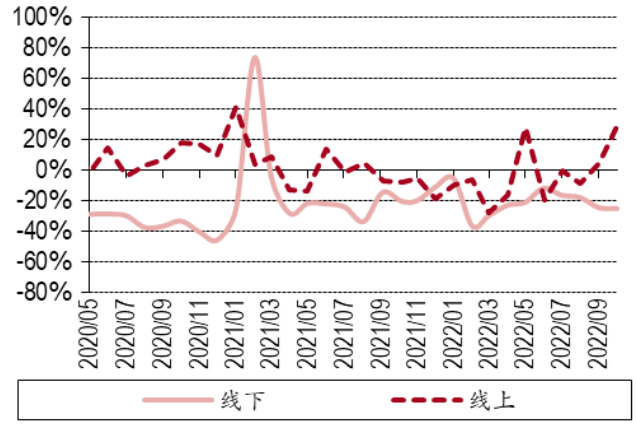
资料来源：奥维云网，中银证券

图表33. 洗碗机月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 221 元、上涨 387 元



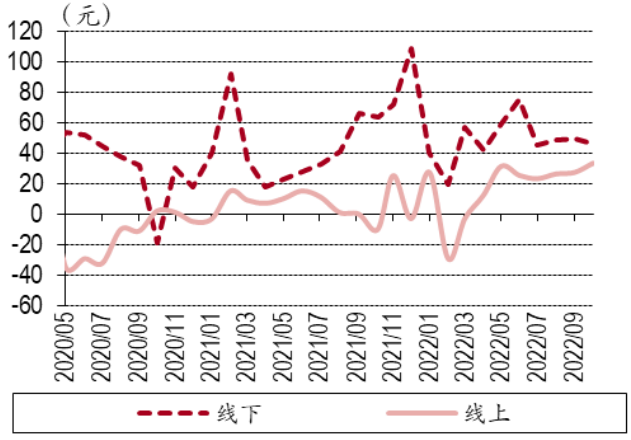
资料来源：奥维云网，中银证券

图表34. 电饭煲月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 25.34%、上升 28.79%



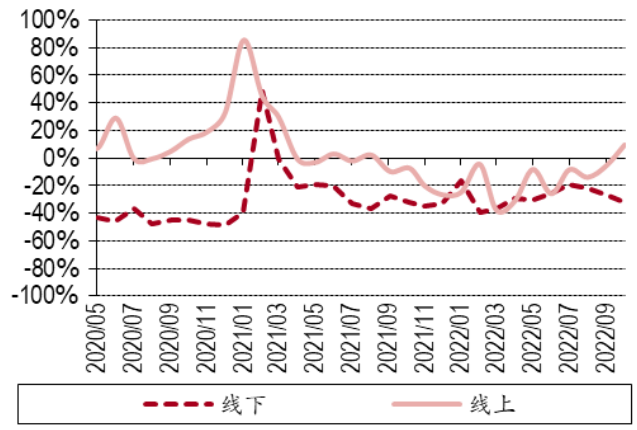
资料来源：奥维云网，中银证券

图表35. 电饭煲月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 46 元、上涨 33 元



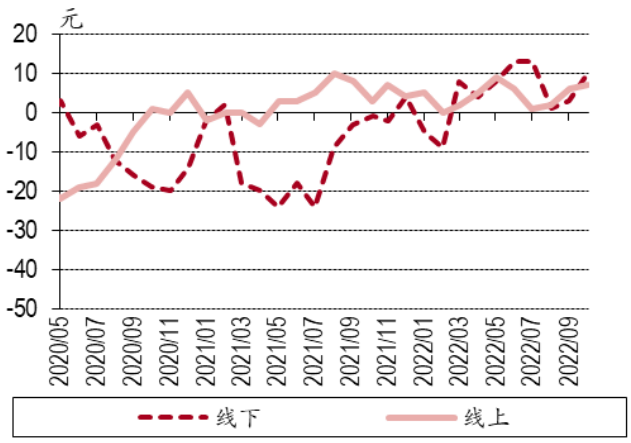
资料来源：奥维云网，中银证券

图表36. 养生壶月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 32.12%、上升 9.80%



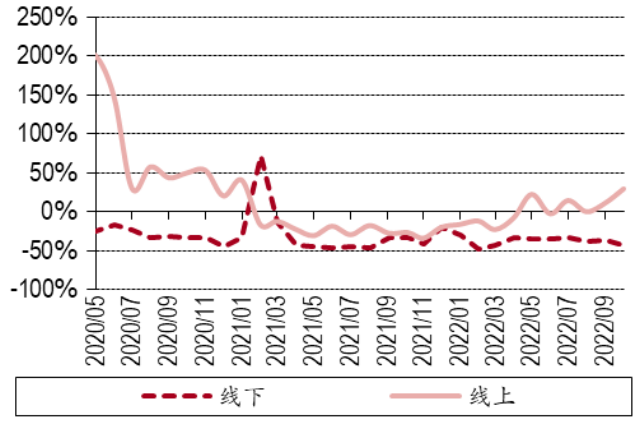
资料来源：奥维云网，中银证券

图表37. 养生壶月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 10 元、上涨 7 元



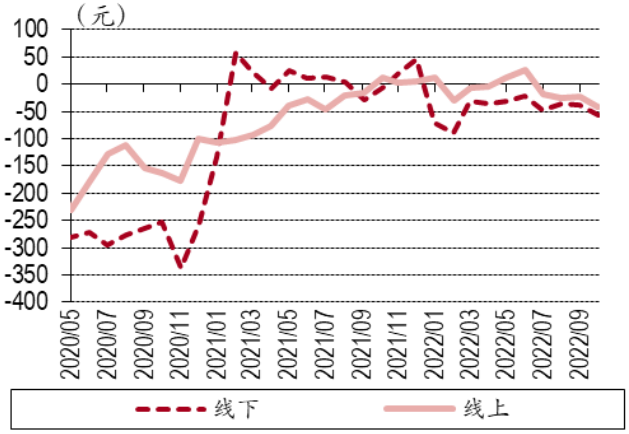
资料来源：奥维云网，中银证券

图表38. 破壁机月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 43.24%、上升 29.26%



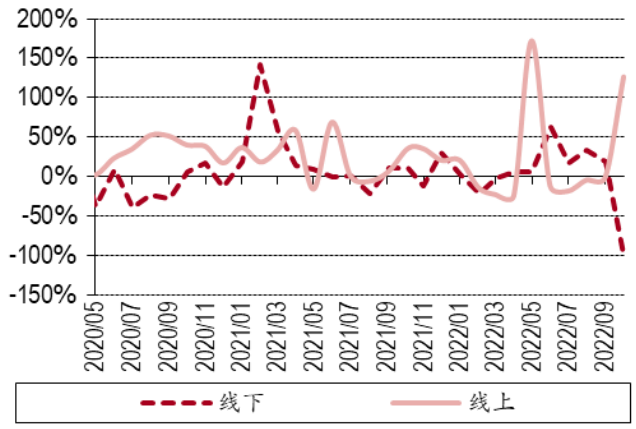
资料来源：奥维云网，中银证券

图表39. 破壁机月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别下跌 56 元、下跌 41 元



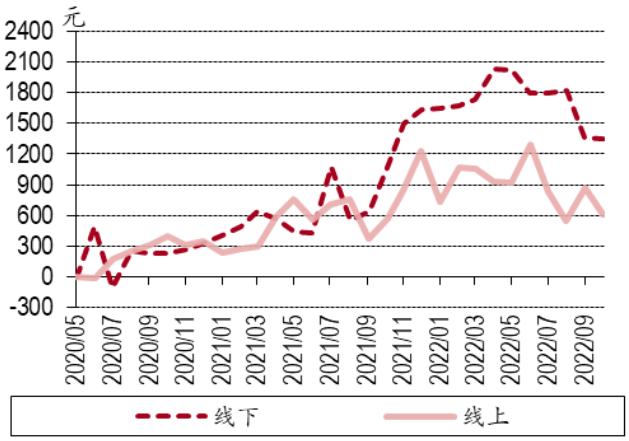
资料来源：奥维云网，中银证券

图表40. 扫地机器人月度销售额同比变化：22 年 10 月线下、线上同比下降 100.00%、上升 126.09%



资料来源：奥维云网，中银证券

图表41. 扫地机器人月度销售均价同比变化：22 年 10 月线下、线上均价同比分别上涨 676、上涨 837 元

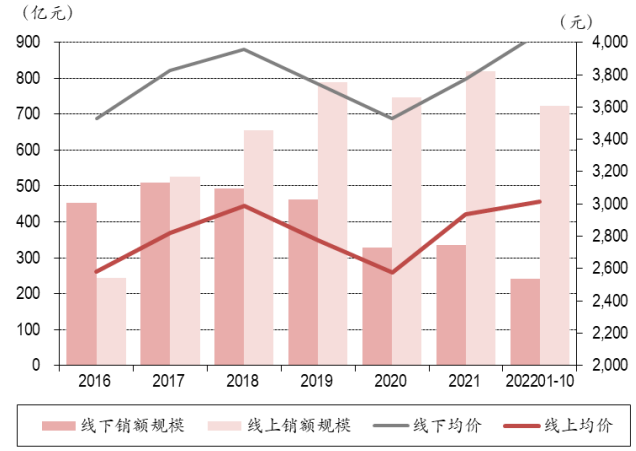


资料来源：奥维云网，中银证券

(2) 过往年度及 2022 年 01-10 数据

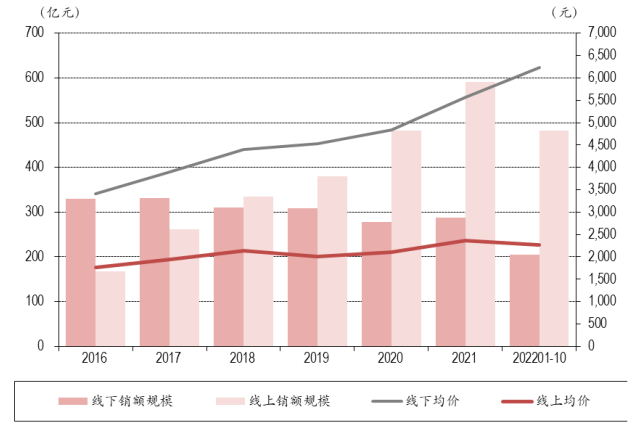
① 白色家电和彩电：

图表42. 空调年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 241.16 亿元、722.64 亿元，均价为 4064 元、3012 元



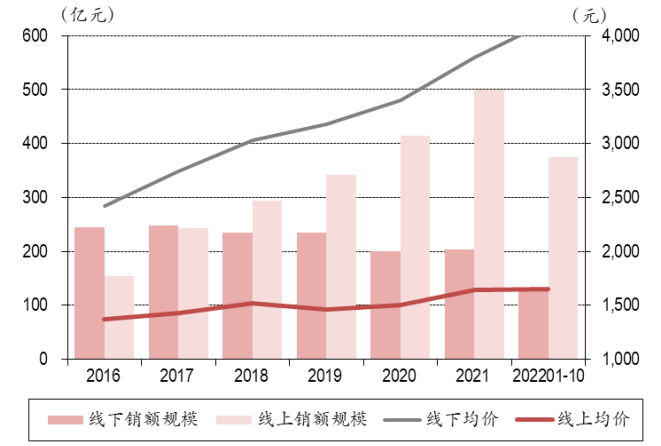
资料来源：奥维云网，中银证券

图表43. 冰箱年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 205.47 亿元、482.09 亿元，均价为 6231 元、2260 元



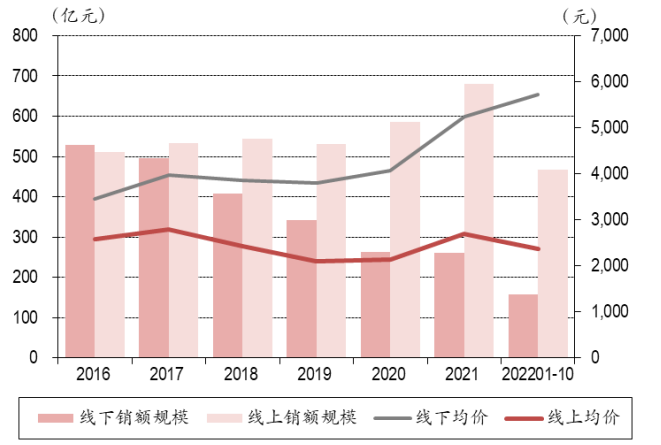
资料来源：奥维云网，中银证券

图表44. 洗衣机年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 130.10 亿元、374.17 亿元，均价为 4133 元、1649 元



资料来源：奥维云网，中银证券

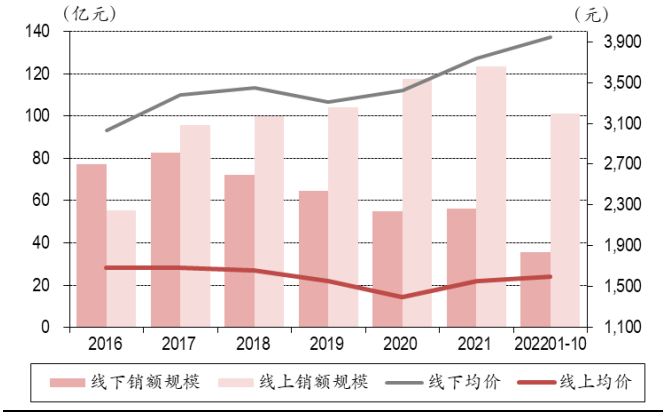
图表45. 彩电年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 158.60 亿元、466.84 亿元，均价为 5728 元、2376 元



资料来源：奥维云网，中银证券

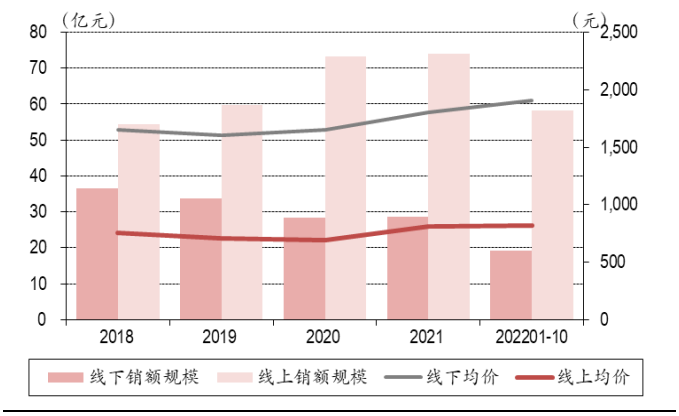
② 厨房电器：

图表46. 油烟机年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 35.77 亿元、101.35 亿元，均价为 3942 元、1594 元



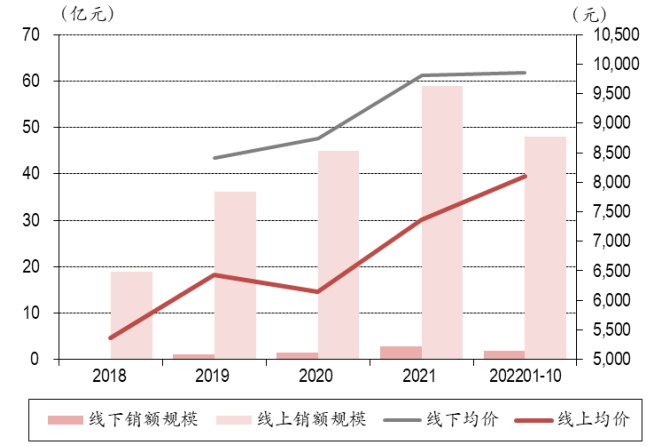
资料来源：奥维云网，中银证券

图表47. 燃气灶年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 19.18 亿元、58.33 亿元，均价为 1908 元、823 元



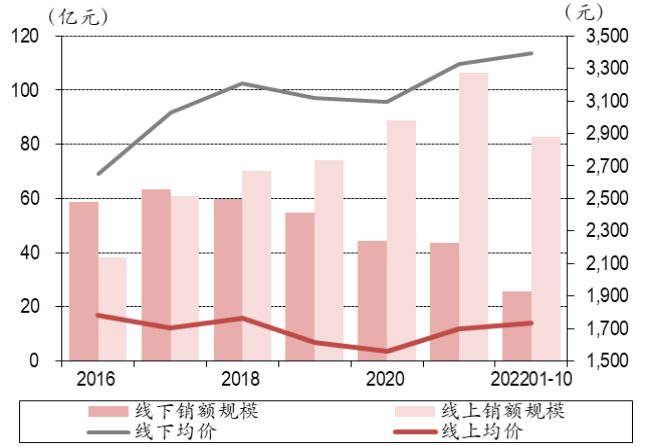
资料来源：奥维云网，中银证券

图表48. 集成灶年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 1.92 亿元、48.05 亿元，均价为 9849 元、8101 元



资料来源：奥维云网，中银证券

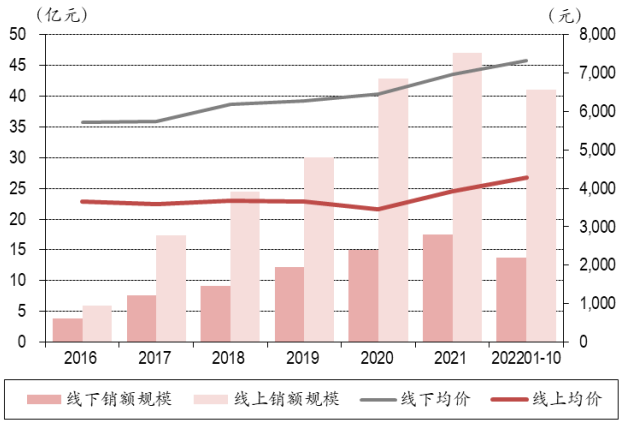
图表49. 燃气热水器年度销额均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 25.86 亿元、82.79 亿元，均价为 3392 元、1735 元



资料来源：奥维云网，中银证券

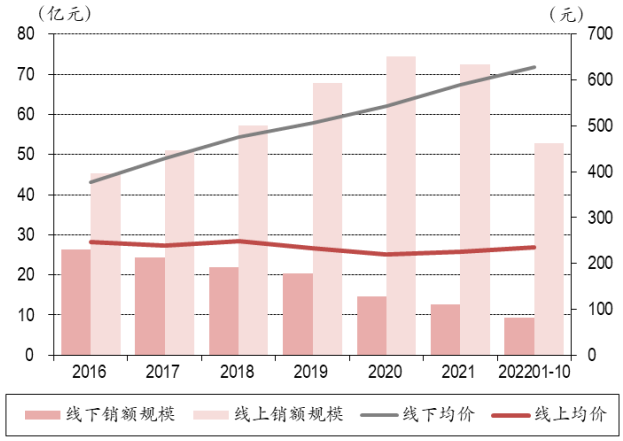
小家电：

图表50. 洗碗机年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 13.70 亿元、41.03 亿元，均价为 7320 元、4276 元



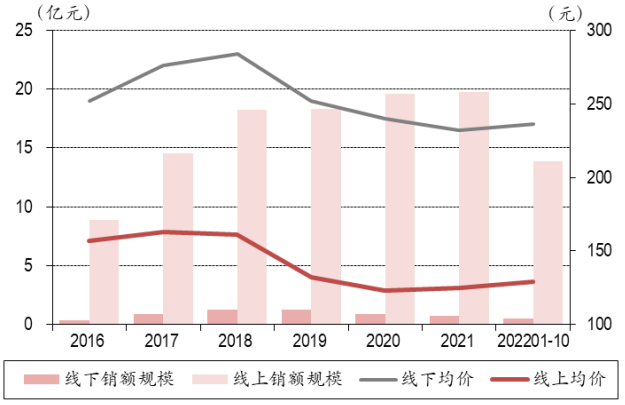
资料来源：奥维云网，中银证券

图表51. 电饭煲年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 9.23 亿元、52.74 亿元，均价为 628 元、235 元



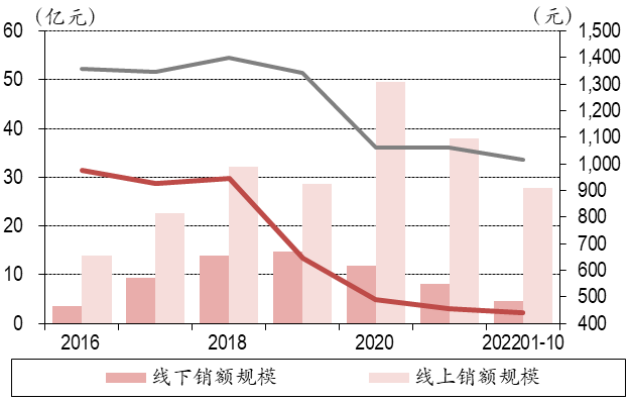
资料来源：奥维云网，中银证券

图表52. 养生壶年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 0.50 亿元、13.83 亿元，均价为 236 元、129 元



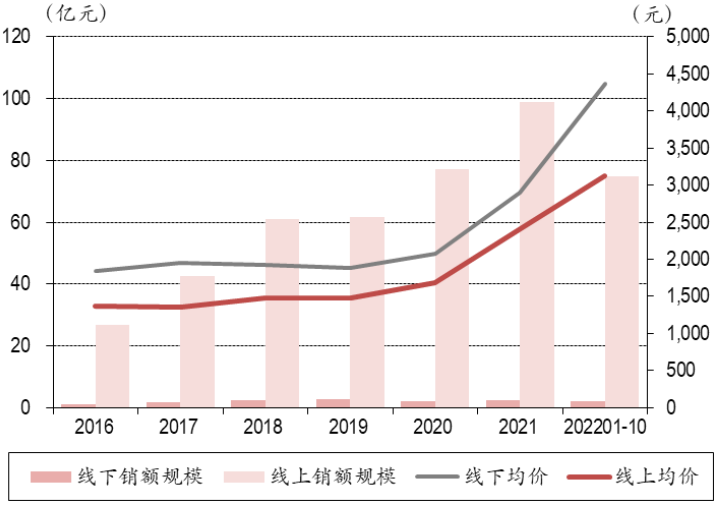
资料来源：奥维云网，中银证券

图表53. 破壁机年度销额与均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 4.50 亿元、27.88 亿元，均价为 1016 元、442 元



资料来源：奥维云网，中银证券

图表54. 扫地机器人年度销额均价：22 年 01-10 线下、线上销额达到 2.01 亿元、74.94 亿元，均价为 4371 元、3128 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 0.29%，铝下降 0.97%，铅下降 1.84%，锌下降 2.74%；

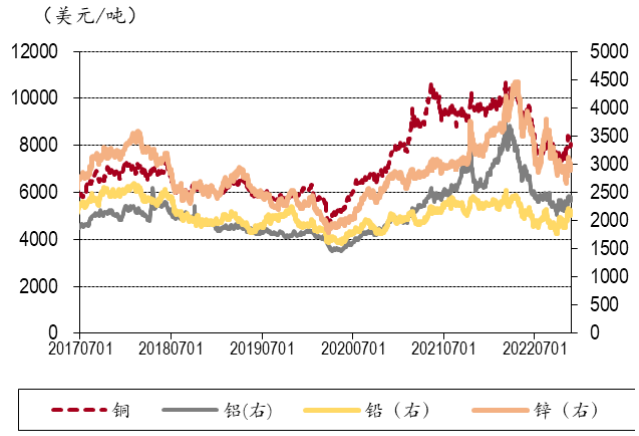
镀锌板价格方面，截至 11 月 25 日，镀锌板（0.5，含税价）为 4765 元/吨，较上周下降 0.08%；

冷轧板卷价格方面，截止 11 月 25 日，冷轧板卷(1.0mm)价格为 4340 元/吨,较上周下降 0.69%;

塑料价格方面，中国塑料城价格指数截至 11 月 25 日为 870.82 点，较上周下降 0.51%；

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55. LME3 个月铜上升 0.29%，铝下降 0.97%，铅下降 1.84%，锌下降 2.74%



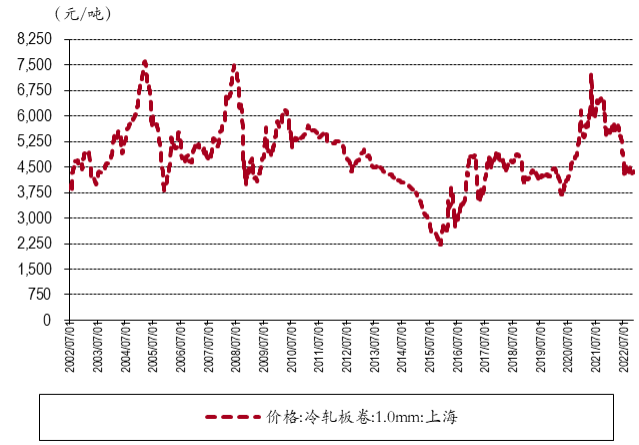
资料来源：万得，中银证券：

图表56. 镀锌板价格走势：镀锌板（0.5，含税价）为 4765 元/吨，较上周下降 0.08%



资料来源：万得，中银证券

图表57. 冷轧板卷(1.0mm)价格为 4340 元/吨,较上周下降 0.69%



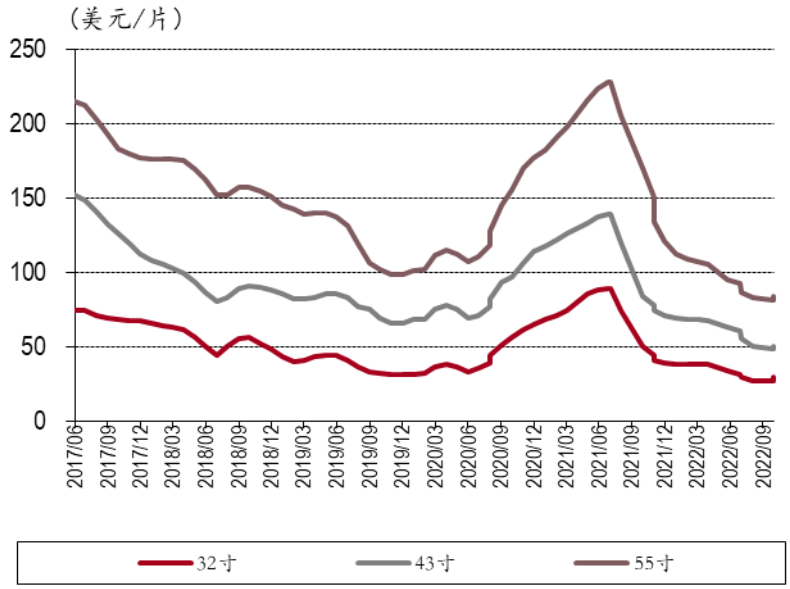
资料来源：万得，中银证券

图表58. 中国塑料城价格指数截至 11 月 25 日为 870.82 点，较上周下降 0.51%



资料来源：万得，中银证券

图表59. 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

【家电企业卡塔尔争相“上场” 海信“世界第二”广告语惹争议】虽然中国足球队未能在世界杯亮相，但海信、格力、美的等中国家电企业却以多种方式在卡塔尔世界杯“上场”。世界杯期间，各公司也发力重点宣传，以期在国内外提高品牌度，提振产品销量。而作为世界杯投入资金最大的国内家电企业之一，海信因其“中国第一，世界第二”的广告语正陷入舆论纷争。和力传播集团策划总监高承远和天使投资人、知名互联网专家郭涛在接受记者采访时均表示，体育营销非常重要，世界杯是企业营销的必争之地。也有业内人士认为，受疫情、通胀、地缘冲突等因素影响，目前海外需求不振，世界杯期间的巨额投入将带来怎样的转化率尚有待观察。家电企业展现“钞能力” 世界杯是营销“必争之地”据记者梳理，家电企业参与世界杯大致可分为“花钱”“挣钱”两个方向。所谓“花钱”主要指大手笔的营销投入；“挣钱”则是通过产品销售和提供服务分享世界杯的蛋糕。据报道，海信作为 2022 年卡塔尔世界杯官方赞助商，赞助费约为 3500 万美元。而除海信外，此前曾以“法国队夺冠退全款”出圈的华帝股份，在今年签约了夺冠热门葡萄牙国家队。华帝股份告诉记者，选择葡萄牙队的原因除其实力强劲外，更看重双方在价值观上的契合。万和电气则选择成为德国国家足球队中国区官方合作伙伴，公司在 2018 年世界杯曾与阿根廷队合作。此外，记者从格力电器获悉，本届世界杯上，教育城体育馆、974 体育馆、麦蒂娜娜球迷村等多个场馆的中央空调均由格力电器提供，总计高达 4 万多台套。美的集团则表示，美的为卡塔尔世界杯特别定制的防腐多联机、柜机、屋顶机，分体机等核心产品，应用于本届赛事的八大场馆，以及安检中心、媒体中心、场馆附属设施等多个场景。资深品牌营销专家高承远向财联社记者表示，对企业来说，体育营销非常重要，体育无国界、关注度高、影响力集中，在品牌宣传层面上有绝佳效果。在体育营销中，世界杯、奥运会处于顶流位置，是众多大品牌的必争之地。天使投资人、知名互联网专家郭涛认为，世界杯作为一项全球性的体育盛事，在世界范围内影响力超强，毋庸置疑是企业营销的必争之地，企业通过世界杯有望快速提升产品销售量和影响力。海信广告惹争议 企业投放值不值？在发力世界杯的众多家电厂商中，海信却因广告语陷入舆论漩涡。从现场图片来看，“Hisense”字样后面还跟着“中国第一 世界第二”的广告语。（财联社）

【中国家电企业竞逐世界杯】近日，2022 年卡塔尔世界杯开幕。作为全球最受关注的单项体育赛事，世界杯除了吸引亿万球迷的关注外，也成为诸多企业追逐竞技的赛场，中国家电企业更是从未缺席这一营销阵地。赛场内外，皆是竞技。今年，tcl、华帝、万和电气等品牌通过赞助参赛球队、球星获得曝光，而美的、格力则通过成为场馆项目的供应商亮出中国制造的实力。家电企业砸下重金，背后各有算盘。欧洲作为全球最重要的家电消费市场之一，历来也是中国家电品牌“出海”的必争之地。在国内家电市场疲软之下，企业进击世界杯期间不失为品牌有效输出、向全球铺货的良机。中国制造的世界舞台随着世界杯拉开帷幕，赛场内 32 支球队激战，赛场外各大企业也蓄势待发，打响真金白银的营销战。本届世界杯的官方赞助商阵营中，共有万达、蒙牛、vivo 等四家中国企业。其中，万达集团以国际足联合作伙伴的身份成为卡塔尔世界杯的顶级赞助商之一，蒙牛、vivo 等则为国际足联世界杯赞助商。数据分析和咨询公司“环球数据”提供的数据显示，中国赞助商为在今年 11 月 20 日至 12 月 18 日期间举行的卡塔尔世界杯投入了 13.95 亿美元，超过了美国企业投入的 11 亿美元。天眼查数据显示，本次赞助世界杯的中国企业中，快消食品、家电、汽车等行业尤其钟爱赞助世界杯。参与世界杯赞助主要有四大途径，分别为官方赞助、球队签约、足球明星签约、媒体合作。除了直接赞助国际足联世界杯外，家电企业还通过签约国家队、明星球员的形式获得曝光。今年 9 月，TCL 在德国柏林消费类电子展上宣布签约法国后卫拉斐尔·瓦拉内、巴西边锋罗德里戈、英格兰中场菲尔·福登、西班牙新星佩德里作为全球品牌大使，9 月 20 日又官宣赞助巴西球队，冲击队史第六座世界杯冠军。此外，万和电气与德国足协达成签约合作，成为德国国家足球队的中国区官方合作伙伴。万家乐也宣布成为阿根廷国家足球队中国区赞助商，合作时长半年。这也是万家乐首次签约世界杯球队。除了赞助世界杯和球队的“高端玩家”之外，其他企业还在体育场馆设施、器材供应商、运营商等领域通过适当的营销活动，拓展品牌全球化效益——承办本届世界杯重要活动

和赛事的卢赛尔体育场由中国铁建国际集团承建；卢赛尔体育场的 LED 产品和服务由深圳洲明科技公司负责；中国的宇通客车和金龙客车成为了卡塔尔世界杯专用客车供应商……家电企业方面，美的和格力则以制冷设备供应商的方式亮相本届世界杯。属于热带沙漠气候的卡塔尔，空调可谓刚需，本届世界杯需要在炎热的环境下为开放式的户外体育场供冷，对于空调设备也是不小的考验。美的集团旗下的楼宇科技事业部和家用空调事业部均为本届卡塔尔世界杯提供了空调设备和服务。美的家用空调为本届卡塔尔世界杯的 100 个安检中心提供了 2500 套美的家用空调。赛事的八大场馆及大部分媒体中心、场馆附属设施也采用了美的的商用空调。格力为教育城体育馆、974 体育场、麦蒂娜娜球迷村等多个场馆提供中央空调，总计高达 4 万多台套。（中国经营报）

【三翼鸟落地再提速！2023 年建成 3300+智慧生活体验馆】2020 年 9 月的北京，海尔智家发布了全球首个场景品牌三翼鸟，将智能家居带入一站式智慧定制时代。2 年后，这个新物种有何成长，未来又将飞向何处？今天，三翼鸟做出了正面回答。2022 年 11 月 25 日，智慧生活 · 焕然新生——三翼鸟落地成果暨新品发布会在深圳举行。会上，三翼鸟发布了最新的升级成果。一是品牌升级，从“全球首个场景品牌”聚焦到“智慧家庭场景品牌”；二是方案升级，全面升级“1+3+5+N”全屋智慧全场景解决方案；三是体验升级，2023 年，三翼鸟将整体布局 3300+三翼鸟智慧生活体验馆，为用户提供新平台、新门店、新交付、新服务等一站式定制智慧生活体验。（财经网）

【格力与越南建设大学联合成立培训与实践中心】2022 年 11 月 17 号，越南格力迎来了十周年庆，与此同时，越南格力与越南河内建设大学拉开合作帷幕：HUCE-GREE 培训与实践中心正式成立。越南格力总经理杨文彬、越南环境建设协会主席阮友勇、越南空调制冷技术协会主席谢光玉以及格力海外销售公司亚太区负责人等人共同出席了此次合作签订仪式及开业庆典活动。在科技创新与人才培养中，格力电器从未懈怠，一直以来，格力电器不断加大在创新研发和人才培养领域的投入，一步一脚印，树立出行业标杆。现如今，技术领域的劳动人才市场对工程师的能力要求越来越高，学生不仅需要具备理论知识，还需要在校期间进行实践。正是在此大环境的影响下，校企合作也显得尤为重要。对于学校而言，与企业的合作将确保培养出最符合社会需求的高素质人力资源；对于企业而言，加强校企合作也为研发先进技术传承开辟了前景。本次越南河内建设大学与越南格力的校企合作，可谓强强联合，通过充分发挥双方的优势，有利于促成社会、学校、企业三赢的效果。越南河内建设大学是越南培养建筑类人才的最高学府，被誉为越南首屈一指的工程类大学。该学校培养了成千上万杰出的专业人才和企业家，遍及越南房地产、建筑、能源等行业。格力电器作为全球最大、最专业的空调研发与生产企业之一，现已发展成为多元化、科技型的全球工业制造集团，产业覆盖家用消费品和工业装备两大领域，产品远销 180 多个国家和地区。格力表示，HUCE-GREE 培训与实践中心的成立，一方面将有助于改善实验室基础设施，既可以服务于河内建设大学环境工程学院学科在通风、空调、建筑环境与节能的教学、科研活动，又可以加强工程系统专业学生理论知识与实践活动相结合。另一方面，这是双方校企合作的起点，也是实践校企合作、产研合作、研教合作在越南落地的重要典范。（经济网）

【美的医疗新平台，万东医疗变革研发体系带来诸多创新成果】科技创新是人类社会发展的重要引擎，是应对许多全球性挑战的有力武器。面对液氦资源即将耗尽的危机，面对不断拓展的临床需求，创新成为解答这一系列问题的关键。11 月 23 日，美的集团(000333.SZ)医疗旗下的万东医疗(600055.SH)隆重召开 2022 创新成果发布会，重磅推出颠覆性医疗解决方案，打造更强临床性能，为人类健康未来谋划新篇。万东医疗勇闯科技无人区，集中优势资源攻坚无液氦技术，推出划时代产品——开天 i_Vision1.5T 无液氦超导磁共振，不用一滴液氦，即可实现稳定均匀的低温超导环境，破解液氦“卡脖子”问题，实现全链条自主可控，将关乎民生的国之重器掌握在自己手中。万东医疗推出全球首创的新东方 1000L 全幅 DR，3000px 超大平板探测器，实现全肢全椎无拼接高清成像，助力青少年脊柱疾病早发现早治疗，用民族先进科技普惠大众健康。发力关键核心部件，从根本上提升产品性能。万东医疗推出搭载液态金属轴承球管的系列 CT，将 CT 系列产品的速度与精度，稳定性和耐用性带入新境界，助力高效临床检查。面对临床痛点，万东医疗推出“慧眼”智能可视化导航系统，突破性地实现患者隔室实时观测、隔室精准摆位、隔室视野调节。实现无接触式检查，尽可能避免交叉感染，为医护安全保驾护航。万东医疗推出的新一代 AEG 球管 DSA，创新研发 3D-DSA 技术，在大热容量球管的加持下，稳定地实时动态监测血流，立体呈现血管解剖学特点，任意角度旋转，助力医生更清晰准确判断血管病变。（投资快报）

黑电

【TCL 电子两款智屏荣膺 CES 2023 创新大奖！电视市场份额稳居全球第三】11 月 24 日，TCL 电子宣布，旗下两款 Mini LED 智屏产品，75C935 和 75C835，凭借创新的工学设计、先进的 Mini LED 显示技术，荣获 CES 2023 创新大奖。CES 可以说是全球规模最大、最具影响力的年度科技盛事，CES 创新大奖则是对年度全球优秀的设计和工程技术消费电子产品的表彰。TCL 电子此次获奖，是行业对 TCL Mini LED 智屏的肯定，同时也充分印证了 TCL Mini LED 智屏的不凡实力。据介绍， Mini LED 背光是在传统 LED 背光基础上发展而来的升级版本，被誉为“下一代显示技术”，相比于 OLED 具备更稳定、寿命更长、成本更低等优势。TCL 电子一直致力于 Mini LED 技术的研发，2019 年推出全球首台 Mini LED 智屏，成为行业领导者。据中怡康全渠道数据统计，2022 年前三季度，TCL Mini LED 智屏零售量在国内 Mini LED TV 市场上的占有率超过 52%，蝉联排名第一，占有绝对优势。双十一狂欢购物节期间，TCL Mini LED 智屏更获得了电商全渠道销售额及销售量双冠军。另外，根据市调机构 Omdia 刚刚公布的数据，2022 年前三季度，全球电视销量 1.43 亿台，销售额 723.9 亿美元，分别同比减少 4.4%、12.7%。按照销售额统计， 三星电子以 30.2%的份额稳居全球第一，LG 电子以 17%位列第二，TCL 电子 9.3%拿到了第三名，领先 8.6%的海信、8.0%的索尼。在 75 寸以上的超大型电视市场，三星电子和 LG 电子分别占据 37.5%和 16.2%的份额，合计过半。索尼为 13.2%，TCL 为 10%，海信为 9%。按销量来看，三星电子仍以 20.2%位居榜首，之后依次是 LG 电子（12%）、TCL（11.7%）、海信（10.1%）、小米（6.5%）。（凤凰网）

【创维数字：创维 VR 定位“硬件；硬件+行业应用方案；硬件+内容运营”】投资者： 公司强调在 VR 方向侧重内容，请问在内容提供方面与飞天云动相比较，有多大的区别。创维数字董秘： 您好，创维 VR 定位“硬件；硬件+行业应用方案；硬件+内容运营”。在提供高品质的 VR 硬件设备同时，产品搭载了自己的内容生态平台，自设软件系统及应用商城，实现开发者内容接入，渠道管理、内容分成等，可以兼容不同的内容接入方式，打造了一个开放、融合的内容应用平台，同时支持 PC 端无线串流。目前内容的应用商店有游戏、影视、演艺、体育、综艺、文旅、直播等，并已经覆盖教育、医疗、直播、体育、文旅、工业、影视等多个行业，为消费者提供了一个完整的虚拟现实体验平台。感谢您的关注。投资者： 尊敬的董秘，您好！作为贵公司的投资者，我认为，vr/ar 眼镜是虚拟现实和元宇宙的入口，如果没有 vr/ar 眼镜，那虚拟现实和元宇宙只是空谈。每每在京东商城看到字节跳动 pico 的 vr/ar 眼镜在热销（销量 10 万付以上），就感到惆怅，因为创维数字的 vr/ar 眼镜只有可怜的 1000 付左右的销量。希望贵公司能借世界杯足球赛的契机，将 vr/ar 做大做强。创维数字董秘： 尊敬的投资者您好，虚拟现实是公司多年持续的培育，面向未来大力发展的重点板块，公司已长远布局、务实进取，让 VR/AR 业务成为公司第二成长曲线，感谢您的关注及建议！（证券之星）

【MAXHUB 荣获商用显示行业领军企业奖】近日，由中国电子视像行业协会公共信息显示分会（PID）打造的“2021 深圳国际全触与显示展 & 2021 深圳商用显示技术展”，在深圳会展中心盛大开启，共计吸引超 10,000 名来自商业零售和会议系统等行业的商业人士莅临现场,一同共商行业盛事。此次展会，旨在选出触控显示行业内引领变化的标杆性企业，重点关注行业内部前沿产品和技术方案，推动科技创新活力流动。展会上还公布了 2021 年度“中国商用显示行业领军企业奖”获奖名单，多年来在行业内深耕细作的 MAXHUB，用实际行动助力智能会议平板行业健康发展，获颁“商用显示行业领军企业奖”。（凤凰网）

【光峰科技荣获 2022 年度“品牌价值传播奖”】11 月 22 日，由广东时代传媒集团主办的第十五届时代营销盛典获奖名单重磅发布。本届盛典主题为“Z 世代 · 新营销 看见年轻的力量”。光峰科技（688007.SH）获颁 2022 年度“品牌价值传播奖”。“时代营销盛典”云集全国各界精英学者，将理论智慧与商业经验相结合。同时表彰营销界优秀的营销创意案例，深度挖掘营销价值，激励更多的营销实践者进行创新和开拓，时代营销盛典每年从业内甄选最具代表性的营销案例、公司、产品，评选出年度营销各类别的奖项。多年来一直获得社会的认可和广泛关注，在业界具备极高的认可度。作为激光显示领军企业，科创板首批上市企业，光峰科技让激光显示在 2022 年大放异彩，有效传播品牌价值，受到了时代营销盛典评选组委会的肯定与授奖。2022 年，光峰科技抓住露营经济、618、双 11、消费补贴、品牌联名等话题事件，积极传递多层次有深度的品牌价值。五四青年节期间，光峰科技“云端成书”技术亮相深圳湾，以激光光柱在云层上展示“青春心向党，建功新时代”。品牌营销不局限于亮相环节，更聚焦背后的技术优势、研发故事和光峰人克服困难，展现出独有的科技文化内涵，光峰科技与这座年轻的“活力之城”共享激光之美。（新浪）

厨卫家电

【万和国际化战略持续深入，在埃及投资建设制造基地】11 月 21 日，广东万和新电气股份有限公司旗下万和(埃及)电气有限公司(中文拟名，以下简称“埃及万和”，以当地有权审批部门最终的核定为准)在公司总部与埃及泰达特区开发公司(以下简称“埃及泰达”)正式签约，将通过与埃及泰达合作，在埃及投资建设生产制造基地，这是万和迈出海外实业投资的第一步，也标志着万和的国际化进程迈入了一个全新阶段。埃及泰达执行董事魏建青、招商部经理高瞻莅临万和，与万和电气董事长卢宇聪、总裁赖育文、副总裁杨颂文、总裁助理卢斯毅、财务总监李越、国际热水营销中心总经理冯典坤带领的埃及万和项目组相关人员进行了座谈，并现场签约。（中国家电网）

【洗碗机行业竞相升级革新，向“洗消烘存护”迈进】2022 年，新冠疫情进入第三年，健康需求已成为家电产业的重要增长点之一。既能带来健康生活，又可以解放双手的洗碗机在这样的背景下，虽然增速下降到 2017 年以来最低水平，但仍是整个家电市场为数不多的、仍处于增长中的细分领域，在厨电市场中的表现亦可圈可点。在消费者追求健康品质生活的新时代，洗碗机正在向“洗、消、烘、存、护”全能产品形态迈进。2022 年，虽然受到疫情反复、房地产市场低迷、原材料价格持续高位运行等不利因素影响，但是中国洗碗机市场依然实现了逆势增长。奥维云网(AVC)推总数据显示，2022 年 1~9 月，中国洗碗机零售量为 129.9 万台，同比微降 0.3%;零售额为 70.5 亿元，同比增长 7.0%。从品牌端来看，海尔、美的、松下、博西家电、老板电器的洗碗机业务均实现了增长。其中，2022 年前三季度，海尔洗碗机营业收入同比增长超过 20%，连续 3 年实现高增长;截至 2022 年 7 月，美的系洗碗机的销售额在行业中的占比达到 25.5%，位居第一。美的旗下的 COLMO、TOSHIBA、美的、华凌等品牌的洗碗机销售额均保持持续增长。在主流品牌之外，如莱普帝斯这种以代工为主的厨电企业也在逆势增长。根据该公司提供的数据，2022 年上半年，莱普帝斯洗碗机销售额受汇率和疫情影响增速有所放缓，同比增长约 15%。2022 年，虽然各个洗碗机品牌零售额的增幅不同，但总体市场零售额增幅大于零售量增幅已是业界的共识。两者的差异反映出高品质、高价格洗碗机的市场占比正在提升。GfK 中怡康监测线上和线下两渠道的洗碗机品类数据显示，2022 年 1~7 月，标准型嵌入式洗碗机在线上和线下渠道零售额占比均有提升，其中线下渠道零售额占比已超过六成;12 套、13 套、14 套、15 套大容量产品的比重也在提升，线上、线下渠道零售额占比均已过半;具有超快洗功能的产品在线上和线下渠道零售额占比已超过七成，具备 APP 功能的产品在线上和线下渠道零售额占比也超过三成。对此，博西家电有关负责人表示，2022 年博西家电洗碗机品类能够实现逆势增长，正是得益于在品质消费升级的浪潮下对于高品质家电需求同步增长的洞察力。2022 年“618”期间，博西家电旗下品牌西门子家电的全嵌单品洗碗机爆款销售位列家电预售前三名，实现了品类预售第一名。据老板电器有关负责人介绍，今年上半年，老板电器推出的洗消一体机仅用了半年的时间就成功登上洗碗机畅销榜，尤其是光焱洗消一体机 S1，为传统洗碗机市场打开了新的赛道。刚刚过去的 9 月，设计年产能 100 万台的重庆海尔洗碗机互联工厂正式投产，主要生产嵌入式、台嵌两用等中高端洗碗机产品。（第一家电网）

【内外销承压下新总裁上任！万和电气引入职业经理人，经营迫切求变？】11 月 10 日晚间，广东万和新电气股份有限公司（下称万和电气，002543.SZ）公告称，董事长兼总裁卢宇聪因需投入更多精力在董事会建设和战略经营布局，以及公司加快引进职业经理人进程，故辞去总裁职务。同时，董事会聘任赖育文为总裁。赖育文是美的旧将，于今年 10 月 28 日被万和电气聘任为副总裁，分管厨电产品运营中心、人力资源部等。不到半个月，赖育文便被“扶正”，或可见公司经营求变之迫切。事实上，就在上述高管变动公告后不久，即 18 日晚间，万和电气披露，全资子公司万和国际（香港）有限公司与孙公司 Vanston Inc.拟以自有资金出资 150 万美元，在埃及设立合资公司、并建设年产量达 200 万套热水零部件生产线以及 50 万套热水整机生产线项目。该项目建成后，主要销售市场为埃及国内和周边主要市场。这是赖育文担任总裁后，公司披露的首笔境外投资，不过是否能顺利通过相关政府部门备案/核准，还存不确定性。数据显示，万和电气近年来业绩表现一般。今年第三季度，内外销双双承压下，公司收入同比下滑逾两成，归属于上市公司股东的净利润（下称归母净利润）同比增长近六成。有券商认为，主业收入下滑下、盈利提升，主要得益于原材料价格下降、汇兑收益贡献以及毛利率较高的内销业务占比提升。另据奥维云网数据显示，今年 1—9 月，“万和”品牌退出精装修热水器市场 TOP10 榜单，入榜最后一名为“耀罡”、市场份额 3.0%。可见，“万和”品牌在该领域市场份额下降。而今年公司优化资源配置，存货、应收账款虽同比减少，但存货周转天数、周转率仍较上年同期拉长、放慢。（投资时报）

照明类电器

【得邦照明(603303)：聚焦“控制器+”新战略扬帆起航】通用照明出口龙头，发力转型新业务车载板块打造第二增长曲线：得邦照明产品涵盖民用照明、商用照明产品及车载产品三大品类，其中通用照明为传统主业。目前公司已在全球 70 多个国家和地区与近 500 家分销商、批发商、渠道商和代理商建立了长期稳定的合作关系，形成渠道优势。2021 年公司海外营收 41.08 亿元，占总营收 78%，2021 年海外销售收入在同行业中位居第二。在通用照明领域市场份额持续提升的同时，公司向车载照明及车载控制器领域拓展，致力成为中国车载零部件行业的一流企业、打造公司成长第二增长曲线。目前公司车载业务产品涵盖前大灯驱动器（LDM）、电池管理系统（BMS）及车灯部件系列产品，已量产并应用于多家知名终端汽车品牌，22H1 车载业务营收 1.70 亿元，同比增长 84.15%。车载业务步入国产替代黄金时期，公司内生外延并重着力布局：2021 年全球汽车控制器和车用照明市场规模分别约 6000 亿元和 2000 亿元，外资龙头企业均占据主导地位，但随着智能终端持续创新、国内新能源汽车渗透率持续快速提升、中国企业的制造成本优势，海外产能在不断向国内转移，在疫情背景下国产替代进程有望加速。目前通过内研与外购良勤、良信鹏公司已拥有专业研发、供应链、制造和市场团队，与松下、华域视觉、万向、零跑、海拉和三立等公司建立起良好合作关系。根据 2021 年报，公司现有平台型车载控制器定点项目和车用照明项目预计订单累计约 30 亿元，涉及保时捷、奥迪、大众、日产、大发、丰田等主机品牌，标志着公司在车载控制器和车用照明业务领域取得了重要突破。未来随车载业务建设完毕，毛利率有望回归行业平均水平，加上车载业务收入体量提升，有望带动公司整体利润率水平向上。（财通证券）

【佛山照明(000541)：内生+外延蓄势待发】盈利端：Q3 综合毛利率+3.7pct 至 18.5%，扣非净利率+1.2pct 至 3.1%。由于国星光电 Q3 净利润下滑 64%、毛利率下滑 4.6pct 至 11.5%，剔除国星后公司 Q3 毛利率+8.8pct 至 23.5%，或主要由于原材料压力降低和燎旺的客户和业务结构升级。费用端 Q3 销售/管理/研发/财务费用率分别+0.2/+0.7/+1.7/-0.6pct 至 2.5%/4.9%/5.6%/-0.5%，研发强度显著提升。尽管 Q3 资产减值损失同比增加约 0.24 亿（其中国星光电确认 0.11 亿），但在毛利率的稳健提升下，整体扣非净利润率仍实现了 1.2pct 的提升。同时财务状况仍保持稳中向好，Q3 经营性净现金流自年中扭正以来高增至 3.9 亿元，期末在手现金超 21.4 亿保持充足。车灯业务高效推进，上游做好准备、下游交付顺畅。燎旺 Q3 收入增速预计进一步提速，其中新客户三季度以来交付情况良好（赛力斯 8 月起销量连续保持万辆以上高水平、重庆长安三季度除 8 月限电外均保持 30%增速）。同时国星业务仍积极推进，与华为进一步推进信号指示和智能终端的合作，并且车用 LED 产品已达汽车电子 ACE-Q102 标准，并已成功导入多家车企供应链，车灯上游业务的协同再进一步。积累与整合持续推进，增长蓄势待发。公司在新兴照明、车灯领域增长点明确，今年以来客户大力拓展，而国星则在技术和产品起到了协同支撑作用，同时公司坚持资本运作加速加力，10 月公告拟收购东山精密子公司盐城东山，在高亮度 LED 显示领域协同推进，同时有望增厚未来年度收入利润，后续照明产业一体化项目的落地值得期待，有望形成内生+外延的高质量增长。（新浪）

【群星闪耀，中国 LED 企业“角逐”卡塔尔】洲明科技作为历届世界杯的“老搭档”，洲明科技在卢赛尔体育场两端打造的大型 LED 记分屏，总面积 70．78 平方米，成功点亮了这座热火朝天的绿茵场。鉴于卡塔尔具有温度高、日照强的气候特点，洲明科技定制化设计 LED 显示终端的箱体、模组面罩、驱动 IC 和芯片，实现产品综合散热效率提升 50％以上，亮度也大大提升，360° 无死角为现场观众带来最佳观球体验。此外，洲明 LED 显示终端还搭载自研显控运维平台，实现了赛事中对回放、转播、互动等系统的智能远程管控。（新快网）

小家电

【玩转花样烹饪，小熊电器翻面提醒空气炸锅爆卖双十一】据《2022 年轻人下厨报告》显示，近七成年轻人开始选择自己做饭，享受宅家烹饪的美食体验。不要“炸厨房”而要“炸万物”，空气炸锅作为趁手又好用的新兴小家电，凭借其便捷智能、无油低脂的特点，满足了当代年轻人对新奇美食的探索和对健康生活的向往。小熊电器敏锐地嗅到这一契机，针对宅家烹饪生活最新推出集可视化+翻面提醒功能于一体的空气炸锅，视窗超大，内部食物的动人色泽清晰可见，在本次双十一期间全网爆卖 3.8 万台，助力年轻人实现高品质生活的体验。可视提醒更智能，掌控美味秘诀当 Z 世代年轻人开始步入租房、买房的人生新阶段，小家电市场便也刮起了“兴趣之风”——这届年轻人对“颜值”“兴趣”“健康”等概念的消费意愿更强，对高品质的烹饪生活也有着更多的向往。小熊电器敏锐洞察到当代年轻人的审美和生活方式的变化，并因时而变，打造更加多元化、精品化的创意小家电。在一方小小的厨房中，空气炸锅给烹饪带来了不少玩法，尤其是在当前追求健康的大环境下，空气炸锅凭借其无油炸的特点，鼓励年轻的烹饪新手大胆探索美味的各种可能。但由于普通空气炸锅封闭工作，炸烤过程中需要频繁地拿出炸篮查看，稍不注意就欠了火候。小熊电器 推出可视翻面提醒空气炸锅，改变原有空气炸锅结构，将可视窗做到极致，加大以及量化 6.3 英寸的可视范围，能看清美味的制作过程，便于加料和调整温度；同时，设置智能翻面提醒功能，保证食物上色均匀、熟度一致，新手也能在家简单“炸万物”，掌控美味秘诀。为了让年轻人的宅家烹饪更便捷，小熊电器 不断升级产品技术，这款翻面提醒空气炸锅能提供 4D 立体的旋涡热风，让无油烘烤更彻底，美食无负担。除此之外，这款炸锅升级了全息智控大屏，炸锅功能和烤制时间清晰可见，让操作更加智能，使用更加简便。（第三媒体）

【数字化转型先锋！爱玛科技荣获 2022「鼎革奖」，“制造向智造转型”获权威点赞！】以“新百年 新变局 新管理”为主题的《哈佛商业评论》创刊百年中国年会在北京召开，“2022·「鼎革奖」数字化转型先锋榜”评选结果也同期揭晓，爱玛科技集团股份有限公司（下称“爱玛科技”）荣获“年度产业链领军企业奖”！数字化转型先锋榜“鼎革奖”是由《哈佛商业评论》思爱普公司联合主办，清华大学全球产业研究院提供学术支持的企业数字化转型奖项，是被业界认定为最具公信力的企业数字化转型奖项。今年申报企业覆盖 19 个行业，其中世界 500 强企业占比 29.5%，中国财富 500 强企业占比 36.6%。在此次“鼎革奖”获奖名单中，爱玛科技和阿里巴巴、比亚迪、小米、京东、联想、迈瑞医疗、富士康、伊利、国家电网、中国远洋、华晨宝马、周大福等知名企业荣登榜单。爱玛科技所获得的“年度产业链领军企业奖”，是颁发给各行业在产业链中智能创新的优秀代表，涵盖了当前轻重工业的各个领域，也凸显了本次奖项的含金量。（IT 时代网）

【电热水壶行业市场前景如何? 中国电热水壶行业市场调查分析】电热水壶行业市场前景如何?近年来，电热水壶的价格一直稳定在每套 90-100 元的范围内。资料显示，线下价格明显高于线上价格。由于电水壶的主要销售渠道在网上，一般市场上电水壶的平均售价和网上销售的差不多。电热水壶行业市场前景如何?近年来，电热水壶的价格一直稳定在每套 90-100 元的范围内。资料显示，线下价格明显高于线上价格。由于电水壶的主要销售渠道在网上，一般市场上电水壶的平均售价和网上销售的差不多。2020 年，中国电热水壶销量为 36.41 亿元，同比下降 6.43%，销量为 4020.15 万台，同比增长 2.48%。其中，线上销售额 36.65 亿元，占比 98%，是电水壶销售最主要的渠道;线下渠道逐渐萎靡，销售额 7600 万人民币，占比从 2017 年的 7%上升到 2020 年的 2%。作为家用电器，一方面产品价格不是很贵，另一方面消费者更看重产品的安全性能和健康品质。所以在消费需求的特点下，大品牌更有竞争优势。虽然电水壶行业竞争激烈，但由于电水壶行业本身并没有非常高的技术要求，产品竞争往往以价格战告终。目前升级的电热水壶产品大多采用集智能控温、防干烧、超温保护功能于一体的加热装置。电水壶厂家在提高产品安全性的同时，也非常注重水质的提升。新上市的“滤水壶”配有滤芯，是一种可以改善水质的电热水壶。（互联网）

2. 核心公司公告

【美的集团:关于全面收购 KUKAAktiengesellschaft 股权并私有化进展的自愿性信息披露公告】美的集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2021 年 11 月 24 日披露《关于全面收购 KUKA Aktiengesellschaft 股权并私有化的自愿性信息披露公告》，并于 2022 年 3 月 26 日、5 月 21 日及 11 月 16 日分别披露了《关于全面收购 KUKA Aktiengesellschaft 股权并私有化进展的自愿性信息披露公告》，公司拟通过全资子公司广东美的电气有限公司（以下简称“美的电气”）全面收购 KUKA Aktiengesellschaft(以下简称“KUKA”)的股权并私有化（以下简称“本次收购”），现将本次收购的相关进展公告如下：截至本公告披露日，KUKA 已收到境外证券交易所通知，同意 KUKA 终止上市并摘牌。

【立达信:2022 年 11 月 23 日投资者关系活动记录表】本次业绩说明会与投资者网络文字互动问答内容如下：1.公司 Q3 利润大增的原因是什么？答：尊敬的投资者，您好！公司 Q3 利润增长主要是因为营业收入较去年同期有所增长，产生的毛利额较高，同时由于人民币汇率贬值产生的汇兑收益也带来了一定的正向影响。感谢关注！2.后疫情时代，公司有什么稳定业绩的措施？答：尊敬的投资者，您好！自疫情发生以来，公司始终坚持“一手抓防疫，一手抓经营”不放松。公司总部及各分、子公司在严格落实疫情防控政策的同时，制定了销售、研发、供应链、制造交付以及行政后勤等多方面的风险预案，确保公司正常运转。感谢关注！3.在第三季度业绩表现向好的情况下，在第四季度公司将如何保持并在哪些地方持续发力？答：尊敬的投资者，您好！当前国际局势复杂多变，外部环境确实充满了不确定性，宏观的环境以及地缘冲突对全球经济的发展造成了较大的影响。公司将持续优化业务布局，顺应“国内、国外双循环”新格局的发展趋势，在努力拓展海外市场的同时，加大国内自主品牌的建设，积极培育新的增长点。同时加大产品与技术的研发创新，加快产品迭代创新，提升竞争力。感谢关注！4.面对原料成本增加，公司将面临哪些压力？又如何应对？答：尊敬的投资者，您好！原材料成本的增加对于参与竞争的企业所来说，大家所面临的挑战都是类似的，公司最重要的工作是“练好内功”，不断提升研发创新能力，在新技术、新材料、新产品的研发创新方面能够持续不断地推陈出新，创造新的价值，同时在公司内部不断挖掘潜力，提升效率、降本增效。感谢关注！5.公司在第四季度上在产品转型升级、持续推进智能化的布局上等有何表现？答：尊敬的投资者，您好！公司是以智能照明为起点切入物联网领域，坚定看好万物互联的趋势，并确定以智慧生活和智慧管理两大领域作为未来发展方向，其中，智能硬件产品包括智能照明、控制与安防和智能家电几大品类。感谢关注！6.今年前三季度，公司照明业务营收规模大概多少？在总营收中占比多少？答：尊敬的投资者，您好！公司前三季度总体营收 60.43 亿元，同比增速 29.74%；照明业务保持了稳健增速。感谢关注！7.公司在家电类的发展前景怎么看，如何规划？毕竟家电市场竞争激烈，进入这个领域公司的优势在于哪些方面？答：尊敬的投资者，您好！公司坚定看好万物互联的趋势，并以智能照明为起点进入物联网领域，确定了智慧生活和智慧管理两大领域作为未来发展方向。近年除了照明产品还发展了控制与安防和智能家电等品类；物联网技术的赋能将使传统产品产生新的价值。感谢关注！8.公司毛利率与 2020 年相比出现下滑，是原材料的影响吗？目前原材料价格是否出现下降？答：尊敬的投资者，您好！原材料成本对毛利率的影响较大，为此公司从产品迭代研发、不断优化供应链等多个方面采取降本措施，与上年同期相比，毛利率已有所回升。感谢关注！9.公司出口占比较大，如何看待第四季度的出口形势？答：尊敬的投资者，您好！当前国际局势复杂多变，外部环境确实充满了不确定性。宏观环境以及地缘冲突对全球经济的发展造成了较大的影响，主要发达国家和地区都出现了较高的通货膨胀，一定程度上造成了消费端的需求收窄，第四季度的出口将会受到影响。感谢关注！10.公司预计什么时候在泰国进行实质性的投资，预计什么时候可以投产，产能占公司全部生产量占比为多少？答：尊敬的投资者，您好！2021 年公司在泰国已经投资设立工厂，2022 年部分产品已实现在泰国工厂出货。接下来将会扩大投资，泰国基地将成为公司产能的有力补充。感谢关注！11.公司有参与本次世界杯场馆的建设工作么？答：尊敬的投资者，您好！公司未参与本次世界杯场馆的建设工作。谢谢！12.在第四季度营销布局上，公司有何规划？答：尊敬的投资者，您好！公司坚持“国内国外双循环”的发展策略，海外市场以代工业务为主，国内市场以自有品牌为主。在努力拓展海外市场的同时，公司也高度重视国内市场的开拓，以自有品牌“立达信”、“海德信”在不同细分领域为用户提供产品和服务。感谢关注！13.公司在手订单情况如何，现有产线产能利用率如何？答：尊敬的投资者，您好！受到国际宏观经济环境变化、地缘政治冲突等多种因素的影响，世界经济受到了明显的冲击，较多行业整体增速有所

放缓，公司将按照订单情况合理安排产能计划。感谢关注！14. 未来公司在研发创新上将有多少投入？答：尊敬的投资者，您好！公司坚持创新是企业发展的核心驱动力的经营理念，持续加强研发投入，研发费用的投入将根据公司业务发展规划、各研发项目的进展情况和项目的实际需要进行合理的安排。感谢关注！ 15. 公司今年整体经营是否有受到疫情反复的影响？今年总营收预计将达到多少？答：尊敬的投资者，您好！自疫情爆发以来，公司一直坚持“一手抓防疫一手抓经营”的方针，把员工的生命安全放在首位，同时内部制定了包括供应链、销售、研发、行政等各方面的应急措施，今年以来总体经营情况平稳。公司前三季度营收 60.43 亿元，同比增速 29.74%。感谢关注！ 16. 公司现在的业务重心在哪？接下来制定了什么样的发展计划及经营目标？ 答：尊敬的投资者，您好！公司现在的主要业务包括照明和物联网(IoT)两大板块，未来几年还是坚定围绕着两大业务领域发展，特别是 IoT 赛道市场空间广阔，是公司要加大投入持续发展的业务板块。感谢关注！ 17. 目前，公司的产能、产量以及订单情况如何？ 答：尊敬的投资者，您好！目前公司产能充裕，订单交付正常。感谢关注！

【爱玛科技:关于公开发行可转换公司债券申请获中国证监会发行审核委员会审核通过的公告】2022 年 11 月 21 日，中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）第十八届发行审核委员会 2022 年第 131 次工作会议对爱玛科技集团股份有限公司（以下简称“公司”）公开发行可转换公司债券的申请进行了审核。根据会议审核结果，公司本次公开发行可转换公司债券的申请获得中国证监会发行审核委员会审核通过。本次公开发行可转换公司债券事项尚需取得中国证监会的正式核准文件，公司将在收到中国证监会核准文件后另行公告。敬请广大投资者注意投资风险。

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，或将此报告全部或部分内容发表。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