

家用电器行业

家电行业周报 (5.21-5.27)

——龙头企业推动产品优化升级, 促进行业价格良性发展

✍️ : 陈曦 执业证书编号: S1230516070003
☎️ : 021-80106027
✉️ : chenx@stocke.com.cn

行业观点

这周继续调研之旅, 广东龙头企业推新卖贵, 优化产品结构进行中。

万和电气: 公司自1月1日起内销出厂价提价15-20%, 市场接受度不错, 目前实现量价齐升, 7月1日起对海外客户也将提价3-5个点, 我们预计今年整体毛利率有望企稳回升, 公司汇率这块也有在做对冲, 目前亏损也正在缩窄。公司仍看好煤改气及壁挂炉业务, 全年壁挂炉目标80万台(去年40多万台), 公司壁挂炉综合净利9%, 随着壁挂炉占比提升, 公司盈利水平也有望改善。

美的集团: 2018年公司会推动产品的优化升级, 精简SKU, 提升产品毛利, 追求有质量的增长。渠道方面, 公司在二线城市达到了100%覆盖率, 三四线城市达95%以上, 渠道下沉良好使公司拥有得天独厚的竞争力。公司2018年将美云销系统全面推广, 将自有、中心仓到渠道终端的库存全部实现线上可视化, 这将很大提升公司的管理效率, 此外公司也通过形成虚拟的商务中心来协调各事业部品类销售渠道方面的合作, 以降本增效。产品方面, 公司努力打造定位在卡萨帝之上的高端品牌, 平台化跨事业部运作, 公司8-9月会推这个战略的发布, 通过打造高端品牌来实现市场的全覆盖以及自有品牌的良性发展。

海信科龙: 公司以三四级市场为主攻目标, 大力发展电商渠道, 17年线上收入占比20%, 18年公司会对线上产品进行结构调整, 提价幅度高于线下, 全年目标实现50%的增长。产品方面, 空调在为旺季到来铺货, 近两月内销实现20%以上的增长; 冰箱今年目标实现20%的增长, 毛利正环比改善; 对海信日立2020年目标实现收入翻番, 考虑到盈利水平相对较低的家装零售渠道占比的提升以及收购约克的摊销费用, 净利增速预计低于收入增速。

本周板块表现

本周沪深300指数下跌2.22%, 家电指数下跌3.8%。从各行业本周涨跌幅来看, 家电板块位列中信29个一级行业涨幅榜的第27位; 从家电和其他行业PE(TTM)对比来看, 家电行业PE(TTM)为18.38倍, 位列中信29个一级行业排行榜的第22位, 处于较低水平。从家电细分板块来看, 本周照明设备上涨1.39%, 其他家电下跌0.36%, 黑色家电下跌0.83%, 小家电下跌1.69%, 白色家电下跌4.57%。板块个股涨跌幅方面, 涨幅前五名: 阳光照明+7.27%、欧普照明+7.11%、奇精机械+5.63%、莱克电气+5.54%、创维数字+5.51%; 跌幅前五名: 立霸股份-7.65%、老板电器-6.84%、飞乐音响-6.48%、海立股份-6.47%、美的集团-6.12%。

行业评级

家用电器行业 看好

行业走势图



相关报告

- 1《家电行业周报(5.14-5.20)家电企业目标清晰, 乘风破浪》2018.5.20
- 2《家电行业周报(5.7-5.13)精选个股, 仍有期待》2018.5.13
- 3《家电行业周报(4.30-5.6)空调阀件维持较快增长》2018.5.6
- 4《家电行业周报(4.23-4.29)空调和黑电表现相对靓丽, 原材料价格趋于平稳》2018.4.29
- 5《家电行业周报(4.16-4.22)空调内销维持较快增长》2018.4.22
- 6《家电行业周报(4.9-4.15)情绪面较为悲观, 优质公司增长稳健依旧》2018.4.15

报告撰写人: 陈曦

数据支持人: 陈曦, 刘正

正文目录

1. 本周家电行情回顾	3
2. 本周行业新闻.....	4
3. 本周公司公告.....	7
4. 风险提示.....	8

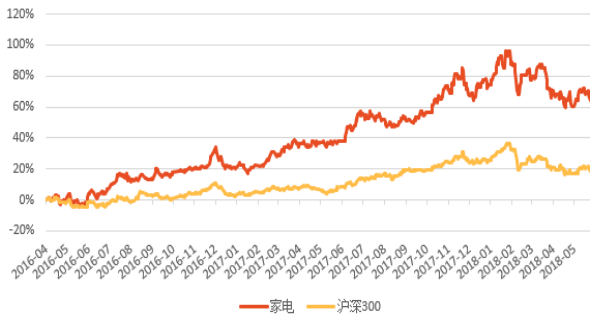
图表目录

图 1: 家电和沪深 300 指数走势对比	3
图 2: 家电细分板块涨跌幅	3
图 3: 家电和其他行业走势对比	3
图 4: 家电和其他行业 PE(TTM)对比	4
图 5: 家电板块涨跌幅前五名	4

1. 本周家电行情回顾

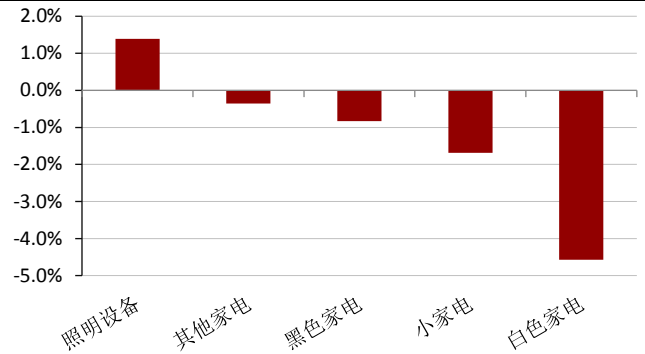
本周沪深 300 指数下跌 2.22%，家电指数下跌 3.80%。从家电细分板块来看，本周照明设备上涨 1.39%，其他家电下跌 0.36%，黑色家电下跌 0.83%，小家电下跌 1.69%，白色家电下跌 4.57%。

图 1：家电和沪深 300 指数走势对比



资料来源：Wind，浙商证券研究所

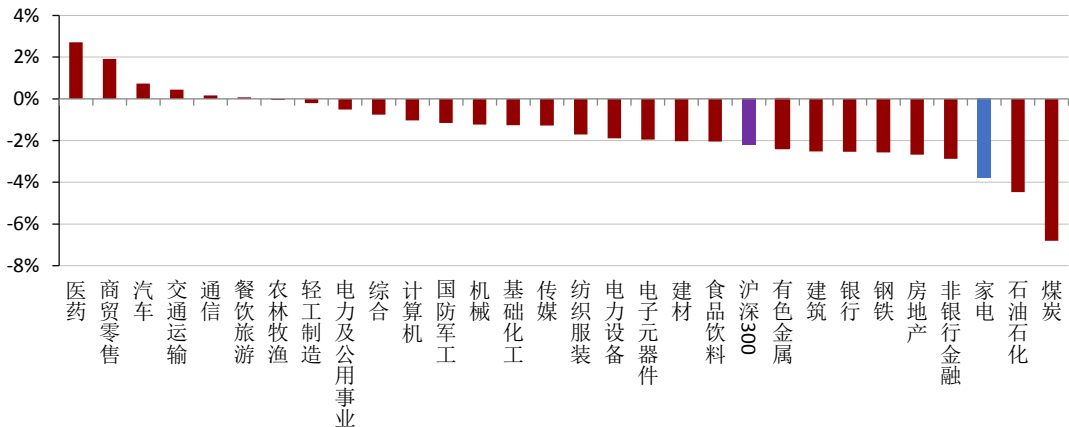
图 2：家电细分板块涨跌幅



资料来源：Wind，浙商证券研究所

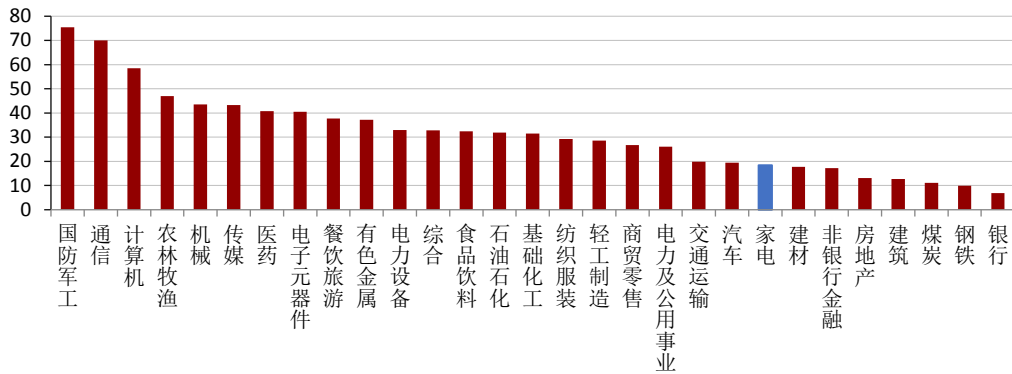
从各行业本周涨跌幅来看，家电板块位列中信 29 个一级行业涨幅榜的第 27 位；从家电和其他行业 PE(TTM)对比来看，家电行业 PE(TTM)为 18.38 倍，位列中信 29 个一级行业排行榜的第 22 位，处于较低水平。

图 3：家电和其他行业走势对比



资料来源：Wind，浙商证券研究所

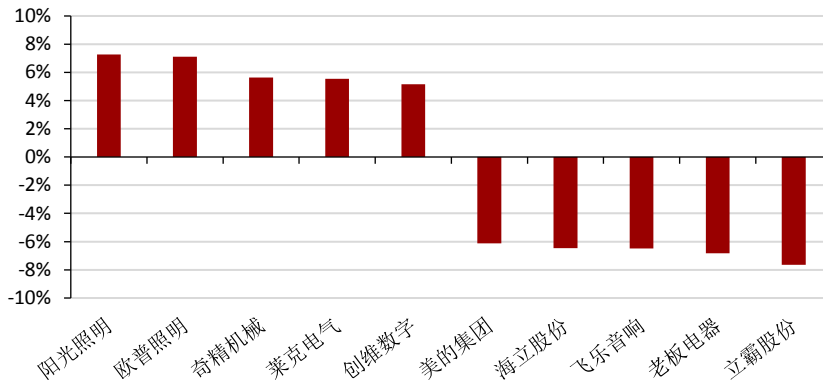
图 4：家电和其他行业 PE(TTM)对比



资料来源：Wind，浙商证券研究所

板块个股涨跌幅方面，涨幅前五名：阳光照明+7.27%、欧普照明+7.11%、奇精机械+5.63%、莱克电气+5.54%、创维数字+5.51%；跌幅前五名：立霸股份-7.65%、老板电器-6.84%、飞乐音响-6.48%、海立股份-6.47%、美的集团-6.12%。

图 5：家电板块涨跌幅前五名



资料来源：Wind，浙商证券研究所

2. 本周行业新闻

大数据显示消费者愿意为高端家电买单（产业在线）

近日，阿里妈妈用户研究团队发布了《体验经济时代的硬科技与软营销| 家电行业消费洞察及营销启示》。这份报告基于阿里大数据解读了近三年的家电行业消费行为，发现了家电行业五大消费新趋势：消费者愿意为具备高效多场景覆盖的商品买单；为具有较强人机交互性能的商品买单；为家庭空间内的绿色生活买单；为生活美学买单；为定制化的小众人生买单。

家电偏向高效、智能化、健康、美貌、“单身”

阿里大数据观察近几年家电品类及功能变化,发现家电产品为了满足人们“慵懒”生活而变得越来越方便高效。消费观念上,人们更希望突破家务束缚,愿意“花钱买时间”,比如数据显示,洗碗机的增长率高达 94%,烘干机增加了 66%,而即时加热热水器增幅也高达 55%。

“一体机”的涌现成为另一大特点,一件产品搞定多种功能,比如“吸擦一体机”、“洗烘一体机”的增长均翻 2 倍左右;免清洁自动化让家电自己会洗澡,单单满足“空调免拆洗”的功能诉求,就促成了接近 4 倍的增长。

在功能之外,颜值高也成为消费者挑选家电的核心要素。曲面、超薄、金属面;嵌入式、集成式,消费者对于产品颜值要求愈加凸出,无论是单个产品的美观,还是整体家居空间的和谐,家电消费已经不满足于功能诉求,是整体家居空间视觉效果的一部分,更是追求美学个性和彰显身份。

年轻人的单身生活模糊了传统以家庭为单位的概念,家电也刮起了“单身风”。便携、MINI 等适合一人用的小家电,拥抱年轻人的生活,也蕴含这巨大增长潜力。迷你洗衣机的增长率约 200%,够一人使用的酸奶机增长高达 600%以上。

不同人群不同营销: 家电消费者偏爱实力派歌手或文艺范儿明星

根据不同的人群,营销方式也有显著区别。阿里大数据发现,家电行业的消费人群集中为 6 类特征:“硬实力”、“猎奇心”、“幻极客”、“范文化”、“乐天派”和“育儿经”。比如,家电行业人群偏爱实力派歌手或文艺范儿明星,而新兴流行小鲜肉比较少。看来在选择代言人时,或是想要在综艺节目中植入来与这群人建立情感联系,选择有“硬实力”的明星,或者展现实力、走清新文艺路线的内容更动人。

家电消费者喜好的综艺节目类型,最突出的是冒险类型;浏览资讯时也偏爱惊悚悬疑、刑侦犯罪、旅游等内容,彰显对探索冒险的向往之情和“猎奇心”。家电品牌在与受众沟通时,可以将这群人的“心之所向”作为元素融入到品牌传播的核心要素,或植入内容中。

<http://www.chinaiol.com/sy/s0525/65196424.html>

嵌入式厨电格局生变 蒸箱力压微烤“初登大宝”（中国家电网）

变身嵌入式“带头大哥” 蒸箱销售规模大于微烤之和

受益于美观协调、节省空间等优势,嵌入式厨电的市场需求与日俱增。而在嵌入式微、蒸、烤“三剑客”中,历来又以烤箱为尊。不过在行业巨变的 2017 年,蒸箱一鼓作气将烤箱挑于马下,初次登上微、蒸、烤“带头大哥”之位。

奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示,2017 年嵌入式微波炉销量为 10.4 万台,同比增长 4.2%,销售额为 3.5 亿元,同比增长 9.4%;嵌入式电烤箱销量为 52.2 万台,同比

增长 23.0%，销售额为 29.3 亿元，同比增长 23.1%；嵌入式电蒸箱销量为 53.8 万台，同比增长 56.0%，销售额为 34.0 亿元，同比增长 55.7%。

2017 年嵌入式电蒸箱销售额不仅一举超越嵌入式电烤箱销售额，而且还大于嵌入式电烤箱与嵌入式微波炉销售额之和。实际上，这并不是一起偶然性事件。

时间回溯到 2012 年，嵌入式电烤箱销售额为 8.0 亿元，而嵌入式电蒸箱销售额仅为 4.9 亿元。到了 2016 年，嵌入式电烤箱销售额为 23.8 亿元，嵌入式电蒸箱销售额已经达到了 21.8 亿元，二者差距不断缩小，为嵌入式电蒸箱实现超越奠定了基础。

紧贴需求深挖痛点 蒸箱技术创新百花齐放

虽然中国传统的“蒸”文化历史悠久，但是与洗碗机类似，电蒸箱也属于西方舶来品。由于中外环境、食材、习惯等因素的差异，直接引进或搬样照抄并不能满足中国消费者的需求。

针对这种现状，企业纷纷根据市场调研和用户反馈信息进行技术创新，由此也将中国蒸箱行业带入了“百家争鸣”时代。比如在技术路径方面，格兰仕推出了 360° 立体加热环流蒸汽技术，华帝主推压力蒸，老板电器着力于防冷凝水滴落及智能烹饪系统，方太凭借双蒸汽技术缩短烹饪时间的同时还推出了智能菜谱，美的力推智能化操作的同时发力古法蒸制，博西家电依靠精准的控温、控湿技术实现食物口味和营养的完美呈现。

要让蒸箱烹饪出来的食物口味纯正、营养健康，精准控制是最大的技术考验。黄磊表示，博西家电对于蒸箱的精准控制通过两个方向实现，一个是精准控温，另一个是精准控湿。她进一步解释说，博西家电在蒸箱产品上会对食材进行多次试验，最终制定不同食材适合的温度以及最佳的口感，这些数据会被整合至蒸箱系统中，所以当消费者选择对应食物进行烹饪的时候，蒸箱就可以对其进行精准操作，最终实现食物的完美呈现。

<http://news.cheaa.com/2018/0525/535534.shtml>

从价格战到价值战，空调厂商的消费升级之路（中国家电网）

2017 年，我国空调市场零售量和零售额达到 5787 万台和 1987 亿元，同比增速分别为 27.4% 和 32.4%，产销规模均创下历史新高。而 5000 万台库存被认为是这个市场的天花板，之后行业会进入调整期。奥维云网(AVC)数据显示，2018 年国内空调总零售量将达 5313 万套，或同比下滑 5.4%；总零售额为 1860 亿元，将同比下滑 3.7%。

存量市场使得企业间的竞争变得更加残酷，激烈竞争下，中高端市场成为一剂良药。在这一点上，卡萨帝就是一个很好的例子，当其他品牌陷入价格战时，卡萨帝坚持高端，2017 年卡萨帝整体销售收入增长 41%。

消费升级下，用户更加注重生活品质，愿意在产品上支出的更多的费用。《2017 中国高端家电产品消费者调查报告》显示，高端家电消费人群(一线城市的家庭月可支配收

入在 3 万元以上、其它城市在 1.5 万元以上)在最近半年或过去一年都有过高端家电消费经历。其中，有 42.4% 的人群愿意购买 12001 元-16000 元的高端柜机空调。

消费升级下的价值战

消费升级浪潮下，健康和高端正成为空调市场主要的增量。越来越多的消费者，不再受价格的束缚，转而追求更优质、符合自身生活品味的产品。

从奥维云网发布的《中国中产阶级用户行为报告》来看，中产阶级非常重视家电消费品的一些品质和细节问题，对于产品自身的属性要求非常高，其中质量已经占到了 61%，售后也占到了 43%。

可见，当空调厂商之间的竞争转换为价值战后，既要向产品要利润，也要向服务要增量。这也是美的切入售后服务蓝海，推内外管槽安装服务的原因。

<http://news.cheaa.com/2018/0525/535504.shtml>

3. 本周公司公告

日期	公司	公告内容
5 月 21 日	长青集团	公司发布关于减资并完成工商变更登记的公告。股东大会通过审议通过同意将因离职已不符合激励条件的激励对象，将其已获授但尚未解锁的限制性股票总计 350,000 股进行回购注销。本次回购注销完成后，公司股份总数将由 743,106,144 股变更为 742,756,144 股，公司注册资本也将因此而相应减少。
5 月 22 日	深康佳 A	公司发布中长期发展战略规划纲要的公告。本公司将围绕“一个核心定位，两条发展主线、三项发展策略、四大业务群组”加速推进转型升级，以实现跨越式发展。本公司将争取在十三五末完成营收目标 600 亿，2022 年争取完成营收目标 1000 亿；并在未来成为一家科技创新驱动的具有全球竞争力的国际一流企业。
	乐金健康	公司发布关于公司高级管理人员减持计划完成的公告。持本公司股份 1,800,000 股的股东梁俊女士计划在本公告发布之日起 15 个交易日后的 6 个月内，以集中竞价或大宗交易方式等深交所相关规则允许的方式减持本公司股份 450,000 股。
	奥马电器	公司发布关于控股股东股份解除质押的公告。赵国栋先生持有本公司股份 107,076,419 股，占公司总股本 16.79%。其所持有公司股份累计被质押 94,677,818 股，占其所持公司股份总数的 88.42%，占公司股份总数的 14.85%。
5 月 23 日	华体科技	本次利润分配以方案实施前的公司总股本 100,990,000 股为基数，每股派发现金红利 0.09902 元（含税），共计派发现金红利 10,000,000 元。
	天际股份	公司发布 2017 年年度权益分派实施公告。公司以现有总股本 452,179,983 股为基数，向全体股东每 10 股派 0.5 元人民币现金。
	和晶科技	公司发布关于终止重大资产重组的公告。公司就具体的增资条款未能达成一致。增资方案为公司与深圳君智投资合伙企业、宁波博悦元朔投资管理合伙企业共同出资 22,200 万元对环宇万维进行增资共取得环宇万维 10.46% 的股权，其中公司以自有资金出资 10,000 万元，深圳君智出资 10,000 万元，元朔投资

		出资 2,200 万元。本次交易完成后, 公司将持有环宇万维 48.57% 的股权, 仍为环宇万维的第一大股东。
	晨丰科技	公司发布关于 2017 年度权益分派实施公告。公司以总股本 100,000,000 股为基数, 每股派发现金红利 0.35 元 (含税), 以资本公积金向全体股东每股转增 0.3 股, 共计派发现金红利 35,000,000 元, 转增 30,000,000 股, 本次分配后总股本为 130,000,000 股。
	珈伟股份	公司发布关于股东所持公司股份被司法冻结的公告。振发能源共持有公司股份 225,465,413 股, 占公司总股本的 26.39%, 其股份被司法冻结后处于冻结状态的股份数为 225,465,413 股, 占其持有公司股份总数的 100%, 占本公司总股本的 26.39%。
5 月 24 日	苏泊尔	公司发布关于调整社会公众股份回购价格上限的公告。公司本次回购股份平均成本由不超过 46.18 元/股调整为 45.46 元/股, 因本次预计回购股份不超过公司股本总额的 2%, 按目前公司总股本计算回购股份数量不超过 16,425,752 股。
	四川九州	公司发布 2017 年度分红派息实施公告。公司以总股本 1,022,806,646.00 股为基础, 向全体股东按每 10 股派发现金 0.20 元 (含税), 合计现金分红 20,456,132.92 元 (含税)。
	创维数字	公司发布关于部分限制性股票回购注销完成的公告。本次回购注销股权激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票数量共计 1,035,000 股, 涉及人数 21 人, 占回购注销前总股本 1,070,931,280 股的比例为 0.10%, 回购价格为 5.61 元/股; 本次回购注销完成后, 公司股份总数由 1,070,931,280 股, 变更为 1,069,896,280 股。
5 月 25 日	三花智控	公司发布 2017 年度权益分派实施公告。以公司现有总股本 2,120,316,835 股为基数, 向全体股东每 10 股派 1.50 元人民币现金。本次权益分派股权登记日为 2018 年 5 月 31 日, 除权除息日为 2018 年 6 月 1 日。
	金海环境	公司发布关于首次公开发行限售股上市流通公告。公司首次公开发行 A 股股票完成后, 总股本为 210,000,000 股, 其中无限售条件流通股为 52,500,000 股, 有限售条件流通股为 157,500,000 股。2016 年 5 月 19 日, 公司首发限售期限为 12 个月的 40,506,264 股股票限售期届满并上市流通。解禁后, 总股本仍为 210,000,000 股, 其中无限售条件流通股为 93,006,264 股, 有限售条件流通股为 116,993,736 股。
	TCL 集团	公司发布关于 2017 年年度权益分派实施公告。公司以 2018 年 4 月 27 日总股本 13,514,972,063 股为基数, 增加已完成授予的 34,676,444 股限制性股票利润分配部分, 共计 13,549,648,507 股, 拟向全体股东每 10 股派发现金红利 1 元 (含税), 共计分配利润 1,354,964,850.7 元, 剩余未分配利润结转以后年度分配。

4. 风险提示

原材料价格大幅波动风险; 房地产市场不景气; 行业竞争加剧; 汇率大幅波动风险

股票投资评级说明

以报告日后的6个月内，证券相对于沪深300指数的涨跌幅为标准，定义如下：

- 1、买入：相对于沪深300指数表现+20%以上；
- 2、增持：相对于沪深300指数表现+10%~+20%；
- 3、中性：相对于沪深300指数表现-10%~+10%之间波动；
- 4、减持：相对于沪深300指数表现-10%以下。

行业的投资评级：

以报告日后的6个月内，行业指数相对于沪深300指数的涨跌幅为标准，定义如下：

- 1、看好：行业指数相对于沪深300指数表现+10%以上；
- 2、中性：行业指数相对于沪深300指数表现-10%~+10%以上；
- 3、看淡：行业指数相对于沪深300指数表现-10%以下。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重。

建议：投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者不应仅仅依靠投资评级来推断结论

法律声明及风险提示

本报告由浙商证券股份有限公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，经营许可证编号为：Z39833000）制作。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但浙商证券股份有限公司及其关联机构（以下统称“本公司”）对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不发生任何变更。本公司没有将变更的信息和建议向报告所有接收者进行更新的义务。

本报告仅供本公司的客户作参考之用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告仅反映报告作者的出具日的观点和判断，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，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本公司的交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

本报告版权均归本公司所有，未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、发布、传播本报告的全部或部分内容。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明本报告发布人和发布日期，并提示使用本报告的风险。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

浙商证券研究所

上海市浦东南路1111号新世纪办公中心16层

邮政编码：200120

电话：(8621)80108518

传真：(8621)80106010

浙商证券研究所：<http://research.stocke.com.cn>