

2017年1月3日

# 美的集团收购库卡完成审查，或带动板块龙头估值继续提升

—《2016/12/26-2016/12/30》

看好

## 相关研究

"推荐积极布局国际化经营的优质家电公司"2016年6月27日  
"市场宽幅震荡背景下需更加关注业绩增长确定性强的龙头公司"2016年6月20日

## 证券分析师

刘达到 A0230515050001  
liudc@swsresearch.com  
周海晨 A0230511040036  
zhouhc@swsresearch.com

## 联系人

马王杰  
(8621)23297818×7477  
mawj2@swsresearch.com

## 本期投资提示：

- **2016年度家电板块涨幅排名第2。**2016年申万家用电器板块上涨0.08%，仅次于食品饮料板块14.65%的涨幅，在28个行业中涨幅排名第二。重点公司中，华帝股份（48.8%）、小天鹅A（37.4%）美的集团（33.6%）领涨，开能环保（-46.6%）、深康佳A（-34.7%）、蒙发利（-30.6%）领跌。
- **奥维云网周度数据（2016.12.19-12.25）：整体销售景气度高。**线下冰箱零售量13.6万台，同比上涨9%；洗衣机零售量17.4万台，同比下降6.5%；空调零售量11.7万台，同比上涨10.3%。线上冰箱零售量15.4万台，同比上涨215.0%；洗衣机零售量24.0万台，同比上涨72.1%；空调零售量8.0万台，同比上涨83.4%。线下冰箱均价3759元，同比上涨1.5%；线下洗衣机均价上涨9.4%至2543元，线下空调均价同比增长7.5%至4046元。线上冰箱均价1990元，同比下降2.7%；线上洗衣机均价上涨12.6%至1395元，线上空调均价同比下降0.6%至2767元。黑电线下市场销量26.3万台，下降15.5%；销额10.5亿元，下降7.4%。线上市场销31.3万台，同比上涨35.9%，销额8.3亿元，同比上涨38.2%。

单位:万台/亿元	线上				线下			
	销量	增速	销额	增速	销量	增速	销额	增速
冰箱	15.4	215.0%	3.1	206.5%	13.6	9%	5.1	10.7%
洗衣机	24.0	72.1%	3.4	93.9%	17.4	-6.5%	4.4	2.3%
空调	8.0	83.4%	2.2	82.3%	11.7	10.3%	4.7	18.5%
彩电	31.3	35.9%	8.3	38.2%	26.3	-15.5%	10.5	-7.4%

资料来源：奥维云网、申万宏源研究

- **2016年度重点行业报告：**《海外家电企业转型并购打开估值上限，中国可否？——2016家电行业中期投资策略》、《消费升级下的择优配置——2017年家电行业投资策略报告》、《他山之石可以攻玉：家电企业全球化并购提升估值——海外家电发展系列研究之专业化并购篇》、《变为不变：家电企业多元化并购机遇与挑战并存——海外家电发展系列研究之多元化并购篇》
- **推荐收购库卡完成监管审核的白电龙头美的集团。**2016年12月31日美的集团披露，要约收购关于美国外资投资委员会(CFIUS)和国防贸易管制理事会(DDTC)审查的交割条件已经获得满足，收购库卡的全部交割条件均已满足，意味着美的集团多元化正式开启，未来将形成消费电器、暖通工业与机器人业务协同发展的综合集团。2015年KUKA净利润8680万欧元（约人民币6.3亿元），考虑财务与交易费用，预计对美的集团2017年净利润直接增厚幅度低于5%，但是KUKA与美的集团协同性强，收购后预计库卡盈利能力将大幅提升，行业发展前景广阔，并且考虑到收购完成后美的集团将拥有A股中最大的机器人公司资产，其稀缺性将使美的集团估值不断上升。此外，本周继续推荐独立于地产周期、预计出口改善、内销继续渠道下沉、新品类拓展良好、受益消费升级的小家电龙头**苏泊尔**；空调内销反弹快速的白电龙头**格力电器**、估值仅反映硬件价值，未来内容变现提升估值的黑电龙头**海信电器**、转型军工与新能源业务表现优异的**银河电子**以及业绩增长确定性高、市场集中度提升带来穿越地产周期能力的厨电龙头**老板电器**。



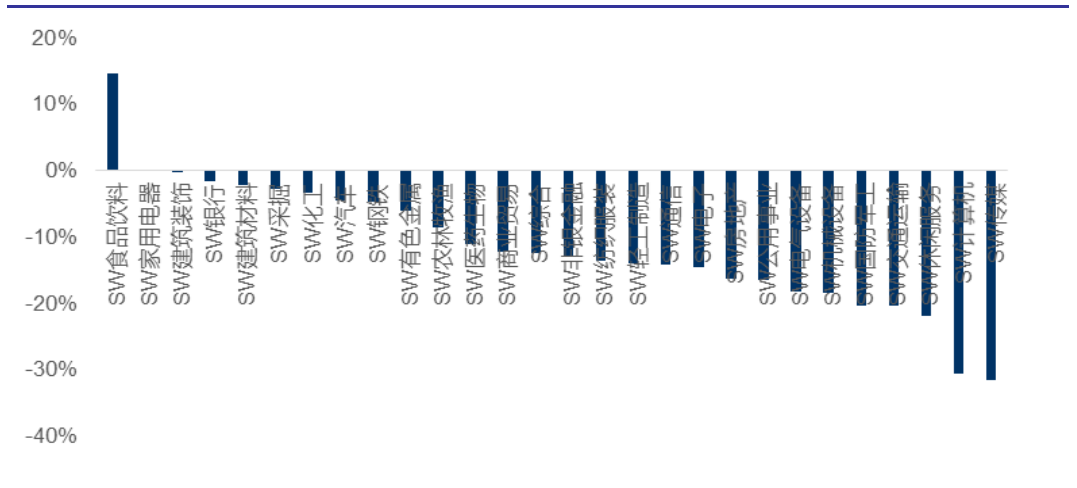
申万宏源研究微信服务号

# 1. 上市公司动态

## 1.1 2016 年板块涨跌幅情况

2016 年度家电板块涨幅排名第 2。2016 年申万家用电器板块上涨 0.08%，仅次于食品饮料板块 14.65% 的涨幅，在 28 个行业中涨幅排名第二。

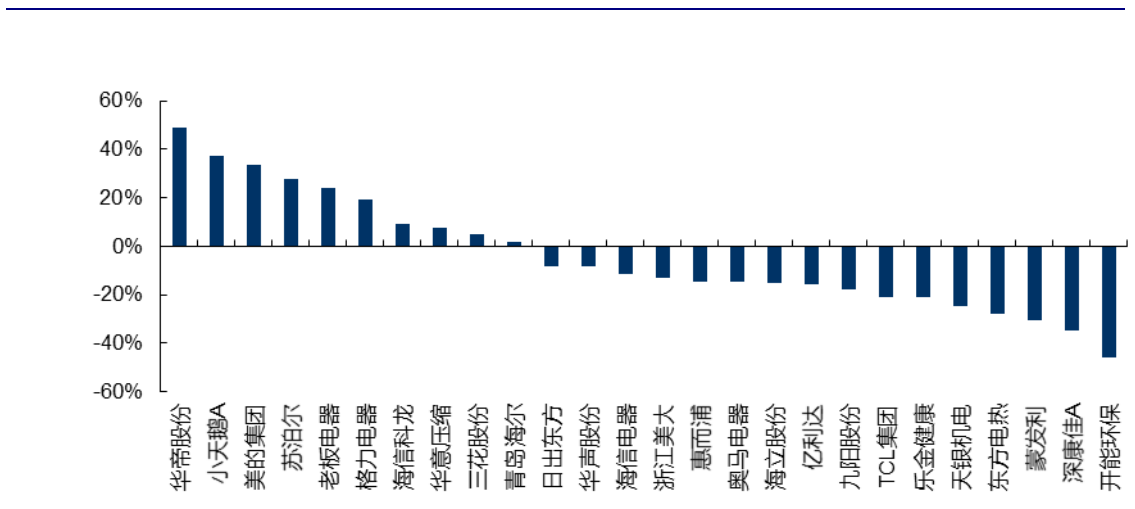
图 1：2016 年申万板块涨跌幅



资料来源：申万宏源研究

2016 年重点公司中，华帝股份、小天鹅 A、美的集团、苏泊尔和老板电器领涨，开能环保、深康佳 A、蒙发利、东方电热和天银机电领跌。

图 2：2016 年申万家电板块中重点跟踪公司涨跌幅情况



资料来源：wind、申万宏源研究

## 1.2 本周上市公司公告

**禾盛新材：关于公司控股股东通过资管计划继续增持公司股票的公告；关于公司持股5%以上股东部分股份解除质押的公告；第四届董事会第十一次会议决议公告；关于2017年第一次临时股东大会延期召开并增加临时提案的通知公告：**

控股股东中科创资产通过资管计划增持继续公司股票 243 万股，合计持有公司股份 7141 万股，占公司总股本的 29.42%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-23/1202950856.PDF>

5%以上股东赵东明解除质押 570 万股，赵东明与其一致行动人尚有 2795 万股处于质押状态，占公司总股本的 11.52%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-26/1202955116.PDF>

董事会审议通过了《关于全资子公司拟变更公司名称及增加注册资本的议案》、《关于全资子公司拟设立产业投资基金的议案》和《关于全资子公司拟设立孙公司的议案》

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-29/1202969666.PDF>

拟变更公司名称为苏州中科创新型材料股份有限公司，证券简称为中科新材

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-29/1202969668.PDF>

**东方电热：关于控股股东暨实际控制人部分股权质押的公告：**

控股股东暨实际控制人谭荣生质押公司股份 2259 万股，占公司总股本比的 1.77%，累计质押 16579 万股，占公司总股本的 13.02%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-23/1202950876.PDF>

**创维数字：2016 年第二次临时股东大会决议公告；关于与控股股东发生日常关联交易的公告：**

股东大会审议并通过了《关于新增 2016 年度日常关联交易额度的议案》和《关于为子公司担保的议案》

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-24/1202955089.PDF>

子公司深圳创维数字向公司控股股东创维 RGB 公司采购原材料，已采购金额为 713.38 万元，预计采购总金额不超过 2,000 万元

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-28/1202965829.PDF>

**盾安环境：关于减持芜湖海螺型材科技股份有限公司股份相关事项的公告；2016年第三次临时股东大会决议公告：**

减持海螺型材无限售流通股 200 万股，占海螺型材总股本的 0.56%，减持价格为 11.25 元，本年累计减持 1795.46 万股，尚持有海螺型材 1599.99 万股，占其总股本的 4.44%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-24/1202955751.PDF>

2016 年第三次临时股东大会决议审议通过了《关于公司债券发行方案的议案》、《关于公司拟接受关联方财务资助暨关联交易的议案》等

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-27/1202958990.PDF>

**康盛股份：关于控股股东部分股票质押的公告：**

控股股东、实际控制人陈汉康及其一致行动人累计质押股份 2.5 亿股，占公司总股本的 22.01%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-24/1202954673.PDF>

**奥马电器：第三届董事会第四十五次会议决议公告：**

拟出资 1.1 亿元投资西部人寿，占总股本的 11%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-24/1202955097.PDF>

**天际股份：关于控股股东部分股权质押的公告：**

控股股东汕头天际累计质押的股份 7692 万股、占公司总股本 17.01%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-24/1202953320.PDF>

**地尔汉宇：关于公司 5%以上股东部分股份办理质押的公告：**

5%以上法人股东神韵投资累计质押本公司股份 712 万股，占公司总股本的 5.31%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-23/1202953338.PDF>

**日出东方：日出东方关于公司认购国泰君安集合资管计划的公告：**

以自有资金 5000 万元认购国泰君安集合资管计划

[http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-24/603366\\_20161224\\_1.pdf](http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-24/603366_20161224_1.pdf)

**兆驰股份：关于使用部分闲置募集资金购买银行理财产品的进展公告：**

以闲置募集资金 11 亿认购兴业银行人民币理财产品

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-24/1202955824.PDF>

**浙江美大：关于使用闲置自有资金购买银行理财产品的进展公告：**

以自有资金人民币 2 亿元购买中国建设银行浙江省分行发行的理财产品

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-24/1202954426.PDF>

**同洲电子：关于非公开发行股份上市流通的提示性公告：**

解除限售股份 6300 万股，占公司股份总数的 8.45%，上市流通日为 2016 年 12 月 29 日

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-26/1202953451.PDF>

**老板电器：关于收到政府补助的公告：**

获得政府补助 5339.21 万元

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-26/1202957618.PDF>

**华帝股份：控股股东股份被质押的公告：**

控股股东奋进投资质押公司股份 2680 万股，占其所持公司股份数的 53.17%，占公司总股本的 7.38%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-27/1202957939.PDF>

**深康佳 A：关于收到退税事宜的公告；第八届董事局第二十四次会议决议公告：**

收到嵌入式软件产品增值税退税 2302.21 万元

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-27/1202957919.PDF>

董事局审议并通过了《关于在滁州投资建设康佳科创中心的议案》,决定康佳集团投资不超过 4.5 亿元建设康佳科创中心

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-30/1202973414.PDF>

长青集团:关于签署《河南省方城县生物质热电联产项目投资协议书》的公告;关于签署《辽宁省灯塔市生物质热电联产项目投资协议书》的公告;关于签署《山东省曹县生物质热电联产项目投资协议书》的公告;关于董事、高管减持公司股份的公告;关于子公司完成工商注册登记的公告;关于股权激励已授予限制性股票回购注销完成的公告:

公司与方城政府签署《河南省方城县生物质热电联产项目投资协议书》,概算投资总额约为 3.2 亿元人民币

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-27/1202958701.PDF>

与灯塔政府签署了《辽宁省灯塔市生物质热电联产项目投资合作框架协议》,概算投资总额约为 3 亿元人民币

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-27/1202958700.PDF>

与曹县政府签署《山东省曹县生物质热电联产项目投资协议书》,概算投资总额约为 3.2 亿元人民币

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-28/1202964944.PDF>

董事、副总裁、财务总监张蓓意减持公司无限售流通股 222 万股,占公司总股本的 1.17%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-29/1202969693.PDF>

子公司延津长青生物质能源有限公司完成工商注册登记

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-29/1202969692.PDF>

以人民币 6426 万元回购注销限制性股票 685 万股,涉及人数为 7 人,占回购前公司总股本的 1.81%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-30/1202974164.PDF>

**TCL 集团:关于持股 5%以上股东减持股份计划的公告**

持股 5%以上股东李东生先生拟减持不超过 4,500 万股公司股份,股票数量不超过公司总股本的 0.37%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-27/1202959327.PDF>

**中新科技：关于公司及全资子公司获得国家高新技术企业认定的公告**

公司及全资子公司中新国际电子获得国家高新技术企业认定，认定后三年内按 15% 的税率缴纳企业所得税

[http://static.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-27/603996\\_20161227\\_1.pdf](http://static.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-27/603996_20161227_1.pdf)

**海信电器：海信电器董事会决议公告**

第七届董事会第十一次会议审议通过了“关于设立海信美国电子制造有限公司的议案”，拟与美国海信共同投资 2900 万在美国设立新公司，公司拟出资 49%，美国海信拟出资 51%

[http://static.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-28/600060\\_20161228\\_1.pdf](http://static.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-28/600060_20161228_1.pdf)

**美菱电器：关于使用闲置募集资金进行理财产品投资的进展公告；关于公开挂牌转让子公司合肥美菱包装制品有限公司 100% 股权的进展公告；关于公司使用自有闲置资金进行投资理财的进展公告：**

以闲置募集资金 2 亿元购买华夏银行理财产品，占公司净资产的 5.91%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-28/1202965778.PDF>

以公开挂牌方式将子公司美菱包装 100% 股权转让给启格包装，转让价格为 2388 万元

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-29/1202970675.PDF>

以自有资金 3.55 亿元购买四川信托的信托受益权

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-30/1202974821.PDF>

**惠而浦：关于使用闲置自有资金购买理财产品部分到期赎回及继续购买理财产品的公告；关于公司获得政府补助的公告：**

共 2.1 亿元理财产品到期赎回，取得理财收益 234.6 万元，使用闲置流动资金 1.6 亿元购买建设银行理财产品、1.4 亿元购买中信建投货币基金

[http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-29/600983\\_20161229\\_1.pdf](http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-29/600983_20161229_1.pdf)

收到政府补助资金合计 2111.36 万元

[http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-30/600983\\_20161230\\_1.pdf](http://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/2016-12-30/600983_20161230_1.pdf)

**万家乐：停牌公告：**

自 2016 年 12 月 29 日上午开市起开始停牌

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-29/1202969869.PDF>

**苏泊尔：关于限制性股票激励计划第三个解锁期解锁股份上市流通的提示性公告：**

限制性股票激励计划第三个解锁期解锁股份 2017 年 1 月 4 日上市流通，实际可解锁的数量为 148.6 万股，占公司总股本的 0.235%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-29/1202969592.PDF>

**聚隆科技：关于使用自有资金购买理财产品的进展公告：**

以自有资金 2200 万购买徽商银行理财产品，预期年化收益率 3.35%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-30/1202973084.PDF>

**圣莱达：第三届董事会第十四次会议决议公告：**

第三届董事会第十四次会议审议通过《关于公司全资子公司对外投资暨关联交易的议案》

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-30/1202974434.PDF>

**天银机电：2016 年度业绩预告：**

2016 年度预计归属于上市公司股东的净利润 1.59-1.70 亿元，比上年同期增长 45%-55%

<http://disclosure.szse.cn/finalpage/2016-12-30/1202973346.PDF>



## 2. 行业变化

### 2.1 原材料价格情况

截止 2016 年 12 月 30 日，国内铜价为 44980 元/吨，同比上涨 22.70%，环比上涨 0.72%；铝价为 12910 元/吨，同比上涨 17.58%，环比上涨 0.31%。

图 3：本周国内铜铝价表现图



资料来源：Bloomberg、申万宏源研究

### 2.2 一周家电数据变化

#### 奥维周度数据 16W52 周（12.26-12.30）

**【黑电观察】**黑电线下市场销量 26.3 万台，下降 15.5%；销额 10.5 亿元，下降 7.4%。线上市场销 31.3 万台，同比上涨 35.9%，销额 8.3 亿元，同比上涨 38.2%。

**【白电观察】**线下冰箱零售量 13.6 万台，同比上涨 9%；洗衣机零售量 17.4 万台，同比下降 6.5%；空调零售量 11.7 万台，同比上涨 10.3%。线上冰箱零售量 15.4 万台，同比上涨 215.0%；洗衣机零售量 24.0 万台，同比上涨 72.1%；空调零售量 8.0 万台，同比上涨 83.4%。

线下冰箱均价 3759 元，同比上涨 1.5%；线下洗衣机均价上涨 9.4%至 2543 元，线下空调均价同比增长 7.5%至 4046 元。线上冰箱均价 1990 元，同比下降 2.7%；线上洗衣机均价上涨 12.6%至 1395 元，线上空调均价同比下降 0.6%至 2767 元。

**【市场竞争】**线下冰箱市场：海尔占比 27.7%，美的占比 10.5%，西门子占比 11.6%，容声占比 11.8%；线下空调市场：格力占比 38.3%，美的占比 23.7%，海尔占比 9.7%，海信占比 5.7%；线下洗衣机市场：小天鹅占比 19.7%，海尔占比 27.2%，西门子占比 12.2%，松下占比 8.4%。

线上冰箱市场：海尔占比 19.8%，美的占比 12.7%，西门子占比 12.6%，容声占比 9.1%；线上空调市场：格力占比 21.6%，美的占比 18.9%，海尔占比 4.9%，奥克斯 19.6%；线上洗衣机市场：小天鹅占比 16.9%，海尔占比 22.8%，西门子占比 10.5%，美的占比 11.7%。

### 3. 行业新闻摘要

#### 成本逼宫 彩电领衔空调等家电试探性涨价

习惯低价竞争的家电企业突然一改风格，开始涨价了。

近日，惠而浦(中国)公司正式向全国的商家发出一份《关于执行新价格体系的商函》，公开表示要涨价。此外，美的空调、志高空调、日立家用中央空调也向渠道商发布了涨价公函。日立涨价尺度最大：从 2017 年 1 月 1 日起对系列产品调价，平均涨幅在 10% 以上。

记者在采访中了解到，近段时间多种工业原材料价格飙涨，制造业雪上加霜。特别是受制于铜、塑料、铝等原材料价格大范围上涨，一挺再挺的家电企业终于顶不住压力，不得不通过涨价消化成本。

#### 部分家电价格已上调

原本想在元旦期间购买家电的济南市民戴伟，在得知涨价的消息后，最终提前购买了新房所需的所有家电。

“前几天逛家电卖场的时候发现，有些家电已经涨价了，担心其他的也涨价，所以不如现在买了。”戴伟说，“而且卖场也给出了保价的承诺，如果年前再降价会给我退差价。”

正如戴伟所说，经济导报记者在济南多家家电卖场看到，一些小尺寸的液晶电视已经悄然提高了销售价格。

“以前 32 英寸的电视，不少品牌的价格都在 1000 元以内，而现在基本都超过 1000 元，主流价格在 1100-1200 元，涨幅在 10% 至 20% 左右。一些知名彩电品牌纷纷调整了各机型售价。”一家家电卖场的销售人员对经济导报记者说。

深圳 TCL 电器销售有限公司总经理许昌宇认为，此次彩电的涨价主要集中在小尺寸，40 到 43 英寸涨幅最大，32 英寸的涨得也比较多。显示屏的成本大概占了电视机整机的 70%，所以说屏涨价了，电视机价格肯定要涨。

实际上，乐视电视已经宣布了今年内的第二次涨价，将对 40 英寸、43 英寸、50 英寸、55 英寸部分机型每台价格再度上调 100 元，65 英寸部分机型每台价格上调 300 元。在此轮上调价格之前，上一次涨价是在 9 月，部分电视涨了 100 到 200 元。

乐视致新电子科技有限公司总裁梁军的解释是，从七八月开始面板涨价带动了整个产业成本的上升，导致乐视电视机价格一直持续上涨，“我们涨两次价，反映了我们身后供应链的成本在不断上升。”

#### 更多企业或跟进

除电视外，空调、洗衣机也在小幅涨价。

一家连锁家电卖场的客服部主任李欣告诉记者，从目前得到的消息看，日立空调涨幅最大，志高、美的涨得不多，都是投石问路地试探性上涨 2% 左右。这种调价选择在空调销售淡季，试水意味较浓，对市场造成的影响不大，风险在可控范围内。

除了空调企业，冰箱企业中，海尔、海信、美菱、奥马等企业早些时候已悄然提价。一些热水器企业近期也开始对整机提价 5%-10%。

在李欣看来，所谓的惠而浦新价格体系，其实就是惠而浦(中国)公司从 2017 年开始对于商家的供货价上调。“由于惠而浦(中国)公司旗下拥有惠而浦、三洋、帝度及荣事达四大品牌，这意味着，这 4 个品牌对商家的供货价都会上调。”李欣解释说。

中怡康白电事业部总经理魏军对经济导报记者分析说，本轮涨价，企业是不得不涨。“原材料价格大幅度上涨，如果产品不涨，将直接影响经营利润，甚至会影响后续研发生产的投入。”

记者查询发现，从 2016 年下半年开始，各大宗材料价格持续上扬。主要原材料铜上涨 40%，价格在 4.9 万元/吨，塑料、铝材等价格涨幅在 30% 以上。此外，人工成本不断增加，物流费用因超限超载等因素上涨 30% 以上。原材料、人工成本、物流费用“三箭齐发”，让家电企业无法承受，最后不得不对整机产品提价。

对于物流成本，济南同顺物流公司总经理刘宏接受经济导报记者采访时表示，“现在不管运输什么产品，都不敢超载。修订后的处罚标准中规定，每超载 1 吨最高罚款 500 元，比原有标准高了好几倍，由于违法成本上升，我们都不敢超高超载，而这又将导致运费上涨 30% 以上。”

原材料上涨、物流运费上涨再加上近些年人力成本的上涨，各行业商品涨价不可避免，此外还有各种流通环节的折损及其他因素，最终家电产品到终端消费者购买时价格涨幅最少在 20%-30%，而且此次家电产品涨价周期至少在半年以上，短期内很难回落。

“虽然最近 3 个月来，很多家电经销商对于家电产品普遍担心会涨价，但却迟迟未能得到更多企业的跟进和响应，处在一个‘半信半疑’状态之中。随着惠而浦等涨价，不排除会有更多的家电企业跟进，从 2017 年开始上调供货价，从而带来一轮全行业涨价的局面。”李欣说。

<http://news.cheaa.com/2016/1226/498208.shtml>

### 厨电行业暗流涌动 或将开启新一轮整合潮

在经济转冷下，各行各业都掀起了一轮转型升级浪潮。即便是稳定增长通道的厨房电器行业也没有例外，行业内暗流涌动，或完全抛弃，或抱团取暖。种种迹象表明，厨房电器业的整合浪潮或将开启。

厨电业引起市场关注，最早是因万家乐拟将厨电业务剥离。万家乐剥离厨电业务，直接原因是厨电业务净利持续下滑。据悉，2016 年前 8 个月，万家乐厨电业务已亏损 1931.04 万元。在万家乐剥离厨电业务后，又爆出日出东方拟 7.5 亿元收购帅康电气 75% 股权，似要“抱团取暖”闯关。

厨电被认为是家电行业最后一块利润高地，盯住这块肥肉的企业众多，行业寡头垄断格局难以形成。据《中国厨房电器行业产销需求与投资预测分析报告》数据，2015 年，我国厨房电器行业品牌总数达到 442 个，比上一年新增 179 个，退市 60 个。

但厨房电器销售收入增长却出现明显放缓，行业面临着“僧多粥少”局面，市场竞争尤为激烈。2015 年，厨房电器销售收入为 581 亿元，同比增长仅为 6.8%。

众多企业抢食的结果，导致龙头企业难以真正壮大。以老板电器为例，截至 2015 年，其营收规模仅有 45 亿元，与海尔、美的、格力等家电巨头相比差距甚远。

拓展产品线，做大厨电产业规模，已是厨电企业的必然选择，也是未来掀起整合潮的动力所在。

随着城镇化不断深入，居民生活水平提高，厨房家电的需求将随之大幅增长。特别是消费升级下，厨电的高端化、智能化有望受到消费者欢迎。广大的农村地区，也是厨房电器行业壮大规模的关键。

从这点来看，厨电市场并未全无机会。未来，厨房电器企业对外继续攻城略地、兼并整合，对内拓展产品线、加大研发，注入更多高科技到产品中，给消费者带来更好的用户体验。

长期而言，我国厨房电器行业前景广阔，短期内有可能迎来洗牌。厨电企业要从中受益，还需要稳扎稳打、一步一个脚印，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

<http://news.cheaa.com/2016/1226/498210.shtml>

### 需求发生转变 智能家电生态圈加速升级

如今，家电智能化已经成为家电行业的发展方向。业内人士表示，未来智能家电生态圈将会由单品逐步发展成为集智慧物业、智慧家庭、社区商圈、安防监控等智慧家庭与社区多领域组合的智能生态圈。

今年前 10 个月，我国家电主营业务收入 1.1809 万亿元，利润总额 844 亿元，同比增长 13.8%，家电销量率 94.9%。卓创资讯分析师陈亚楠表示，一系列数据显示，家电行业在近几年进入了相对平稳的增长期，去库存压力仍在。

“家电产业的推动已经从普及需求转变为更新需求，低技术含量的产品会逐步退出消费者的视野，它们会被智能化产品所替代。2016 年‘双十一’，京东智能家电销售量增长 3.4 倍。产品销量的大幅上升说明，智能升级是家电行业发展的大势所趋，硬件加服务的结合符合消费者的需求。”陈亚楠表示。

有机构预测，到 2020 年，白色家电(冰箱、洗衣机等)、生活电器、厨房电器的智能化率将分别达到 45%、28%和 25%，智能家电未来 5 年将累计带来 1.5 万亿元的市场需求。

卓创资讯监测认为，未来 5 年智能家电将带来至少 5 亿台的销量，且目前消费者对于智能家电购买力的增加，势必会带动家电对钢材的需求，特别是高档板材的需求。这对于国家实行的供给侧改革中的产品结构升级有重大的指导意义，也是响应我国目前所处的信息化时代的要求。“未来智能家电生态圈将会由单品逐步发展成为由智慧物业、智慧家庭、社区商圈、安防监控等智慧家庭与社区多领域组合的智能生态圈。”卓创资讯分析师曾莎表示，如美的的空调智慧生态圈，目前已打通了市场主流的苏宁云、小米云、乐视云、华为云等云平台，通过技术合作和共享联通，从而实现产业价值链的共赢和成长。

随着互联网技术的快速发展和网络基础设施的进一步完善，智慧家庭的产业发展拥有非常大的空间，将成为经济新的增长点。“除了自动化、远程控制之外，生物识别、声纹识别等丰富的传感功能，以及通过这些传感技术收集大数据的功能也将是未来智能家电发展的方向。我国企业在智能家电研究方面已达到了国际领先水平，大力发展智能家电，抢占国际市场，必将带动产业升级。智能与中国制造的结合将加速中国制造业的转型，完成由‘中国制造’到‘中国智造’的升级，实现‘弯道超车’。”卓创资讯分析师崔红表示。

<http://news.cheaa.com/2016/1227/498333.shtml>

## 工信部：2017 年全面实施“中国制造 2025”

记者 26 日从工业和信息化部信息中心微博“工信微报”获悉，2017 年全国工业和信息化工作会议今日在京开幕，会议要求 2017 年重点抓好全面实施“中国制造 2025”、深化制造业和互联网融合发展、加快推进信息通信业转型发展等六个方面工作，实施高端装备创新工程，抓好高档数控机床与基础制造装备、大飞机、“两机”等国家科技重大专项，推动实施重点新材料研发及应用重大工程，加快高速宽带网络建设，加快农村及偏远地区 4G 网络覆盖。大力推进 5G 技术产品研发、标准制订和产业链成熟。

会议部署了 2017 年重点工作，总的要求是，立足制造强国、网络强国战略全局，全面实施“中国制造 2025”，深化创新驱动，全面做好稳增长、促改革、调结构、深融合、惠民生、保安全各项工作，加快新动能培育和传统动能修复，努力实现工业通信业平稳增长和提质增效，以优异成绩迎接党的十九大胜利召开。

会议提出的 2017 年主要预期目标是，全国规模以上工业增加值增长 6%左右，规模以上企业单位工业增加值能耗下降 4%，单位工业增加值用水量下降 4.5%；电信业、互联网行业、软件和信息技术服务业收入分别增长 4%、26%和 14%左右。

会议要求重点抓好六个方面工作。

一是坚持创新驱动发展，全面实施“中国制造 2025”。细化落实“1+X”体系目标任务，重点组织实施 30 项重大标志性项目。实施国家制造业创新中心建设工程。大力推进工业强基工程。实施高端装备创新工程，抓好高档数控机床与基础制造装备、大飞机、“两机”等国家科技重大专项。推动实施重点新材料研发及应用重大工程。大力拓展重大技术装备及工业“四基”应用。修订“中国制造 2025”分省市指南。做实军民融合发展这篇大文章。推动出台国防科技工业军民融合深度发展的意见。

二是深化制造业和互联网融合发展，培育壮大新业态新模式。深入实施智能制造工程，持续推进智能制造专项。着力打造“双创”平台，支持大型制造企业、互联网企业、基础电信企业建设一批“双创”服务平台。夯实融合基础和安全支撑，实施“芯火”创新计划和传感器产业提升工程。出台推进两化融合管理体系工作的指导意见，绘制全国两化融合发展数据地图。开展服务型制造专项行动。

三是着力化解突出矛盾和问题，努力保持工业经济平稳增长。继续狠抓工业稳增长政策措施的落实和督促检查，进一步完善运行监测系统和工作体系。实施制造业重大技术改造升级工程，推广技改升级投资指南，完善“中国制造 2025”重大项目库。拓展工业通信业投资资金来源渠道。落实促进民间投资的支持政策，深化产融合作。促进消费升级扩容，深入开展消费品工业“三品”专项行动，编制发布升级和创新消费品指南。推进国际产能和装备制造合作。

四是加快结构调整优化，提升供给质量和水平。制定出台利用综合标准依法依规推动落后产能退出的意见，推进钢铁等行业处置“僵尸企业”。开展工业质量品牌提升专项行动，组织一批行业非竞争性共性质量技术攻关及应用推广项目。实施标准化和质量提升工程。实施绿色制造工程，持续推进绿色制造专项，继续开展国家重大工业节能专项监察。落实国家“三大战略”“四大板块”区域发展战略，促进区域协调发展。

五是加快推进信息通信业转型发展，夯实网络强国建设基础。深入实施网络提速降费。加快高速宽带网络建设，加快农村及偏远地区 4G 网络覆盖。大力推进 5G 技术产品研发、标准制订和产业链成熟。实施电信普遍服务试点项目，支持 3 万个以上行政村宽带建设升

级。组织好“核高基”重大专项。进一步落实三网融合推广方案。全面开展互联网基础管理专项行动。抓好新修订的无线电管理条例的宣贯落实。持续深入推进防范和打击通讯信息诈骗专项行动。进一步提升网络信息安全管理水平。

六是持续深化改革、创新管理，营造工业通信业发展良好环境。加快政府职能转变和“放管服”改革，探索编制工业和信息化部权力清单和责任清单。落实法治政府建设实施纲要，开展制造强国战略、网络强国战略配套立法研究。实施更加精准的产业政策，研究建立产业政策执行情况监督、评估机制。加快建立涉企保证金清单制度。继续推进国家中小企业发展基金设立运营，启动小微企业应收账款融资专项行动，支持小微企业融资模式创新。深化智能制造、5G、工业互联网、无线电管理、核与航天以及G20框架下新工业革命领域国际交流合作。全面落实部省合作协议，支持部属高校、科研院所加强与地方主管部门、重点企业和产业化基地的深度合作。健全重点协会联系制度和政府购买服务机制。

<http://news.cheaa.com/2016/1227/498398.shtml>

### 冰箱市场或再现负增长 龙头企业加速转型

2016年，冰箱行业仍然在负增长的泥潭中冲撞和探索，龙头企业纷纷致力于以产品和技术创新刺激市场需求，健康保鲜、变频、智能、定制，各家的发力点不一而足，但彼此的方向和目的却是一致的：加速转型升级，培育新的风口。

#### 市场再现负增长行业开启转型加速度

2016年，国内整体经济形势并未出现明显好转，家电市场依然在“新常态”中运行，而冰箱行业倍感压力。据市场研究机构中怡康测算，2016年我国冰箱市场零售额规模预计将同比下降3.2%。

在空冰洗三大白电中，冰箱市场已多年出现负增长。恶劣的市场环境既是对企业智慧与耐力的考验，更是对整个冰箱行业的一次磨炼和锻造。面对市场环境的变化，冰箱行业的龙头企业正在尝试带领全行业摸索走出困境的方法与路径，虽然具体的思路不尽相同，但总体上都是通过深入研究消费者需求进行技术创新，提升产品的性能、品质和制造工艺。

海信容声冰箱公司副总经理沈洙喆表示，技术和产品的持续创新是高端转型的第一驱动力，更是推动品牌战略升级的核心力量。“我们一直都坚持双驱动，立足技术的升级推动产品升级，进而带动需求的升级。同时，通过洞察分析需求变化，以市场需求的升级反过来刺激技术的升级，为创新注入源源不断的动力。”

《电器》杂志在报道中援引美的冰箱事业部副总经理甘永和的观点：中国冰箱市场的消费理念完全更新，“产品力”才是真正在市场具有的核心竞争力。

博西家用电器集团大中华区市场营销高级副总裁李智在今年年中一次新品发布会上表示，加强与消费者的沟通，悉心倾听消费者需求是博西家电长期以来创新的不竭动力。

事实上，政府这只“有形的手”也为冰箱行业开出了“药方”，即减少无效和低端供给，扩大有效和中高端供给，增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性。

冰箱行业头上的天已经变了，在龙头企业的带领下，行业在转型的道路上已经开启了加速度模式。

龙头转型：八仙过海各显神通

在转型升级的过程上，冰箱行业各龙头企业的侧重点不同，今年各家推出的新品或聚焦变频与能效，或强调健康与保鲜，抑或在智能上猛下功夫，大家都期望能够复制十字对开门冰箱的成功，以创新产品激发市场需求。

今年 10 月份，美菱携手苏宁推出新 1 级能效旗舰冰箱产品。在美菱国内营销事业部总经理胡照贵看来，变频是冰箱能效新国标一级的必要条件，新国标的实施必将进一步推动变频冰箱的普及工作。

上个月初，容声推出“全生态杀菌保鲜技术”，该技术通过内置多功能离子模块产生的除菌离子，利用对微生物的击穿效应，破坏细菌的膜结构杀灭冰箱中的细菌，不仅可以对空气浮游菌，更可以对生长在食品表面或附着在没有抗菌材料的冰箱零部件表面的微生物产生作用。

“在过去的 33 年，我们在产品上做的最多的技术延伸，就是让更多的人和我们围绕怎么创造一个好的饮食环境、生活环境想办法。”沈涑喆说。

相比变频与健康保鲜技术，智能化对于冰箱企业要更具想象空间，现阶段各企业都在进行智能化探索和技术储备：美菱已经推出了搭载智能冷量分配技术和 ETC 智能识别技术两大技术的 CHIQ2 代冰箱；海尔、惠而浦分别在尝试硬件免费的模式；美的把智能化视为其冰箱业务超车的好机会，并选择与阿里巴巴进行战略合作，联合推出搭载 YunOS 操作系统的互联网冰箱。

此外，一些外资高端品牌也在尝试推出更符合本土化消费需求的高端产品。例如，今年年中，博世家电与京东家电联合推出了定制版维他智享三门冰箱，这款产品可与微信平台连通，让用户通过微信服务号即可轻松了解食品的保质期，并且服务号还能够基于冰箱内食材推荐速配菜谱，帮助用户合理搭配膳食。博世家电希望把这款冰箱打造成为家庭的“健康营养”中心。

中怡康品牌中心总经理左延鹤认为，家电标准化产品普及时代逐步结束，家电市场将迎来新一轮消费结构升级和产品的大批量更新换代，用户需求正变得个性化、多样化、深度化，在这种情况下，企业再难靠扩产能获得野蛮增长，而是要苦练内功，提升产品附加值和品牌价值。

<http://tech.sina.com.cn/e/2016-12-28/doc-ifxyxury8894009.shtml>

### 2016 年 11 月冰压进口增量创新高

11 月我国进口冰箱压缩机 29.2 万台，同比增长 41.76%，环比增长 22.24%；进口额为 1304.6 万美元，同比增长 18.98%，环比增长 40.08%；本月冰箱压缩机进口均价为 44.7 美元/台，同比下滑 16.07%，环比增长 14.60%。11 月份冰箱压缩机进口的前三国家是韩国、斯洛伐克和新加坡，从三个国家进口的冰箱压缩机占比达到 63.96%，11 月份冰箱压缩机进口的前三企业是三星、东芝和西门子。

<http://refc.chinaiol.com/q/1228/05177526.html>

### 彩电消费市场小幅回暖 技术仍是核心驱动力

摘要：会上发布的《2016 年中国平板电视消费及 2017 年市场趋势预测报告》显示，2016 年零售量预计将突破 4800 万台，其中，互联网电视品牌市场份额首超外资品牌，占比达到 20%，成为一股不可小觑的力量。预计 2017 年平板电视销量 5300 万台，同比增长 10% 以上。

2016年(第十二届)中国平板电视行业大会在京举行。会上发布的《2016年中国平板电视消费及2017年市场趋势预测报告》显示,2016年零售量预计将突破4800万台,其中,互联网电视品牌市场份额首超外资品牌,占比达到20%,成为一股不可小觑的力量。预计2017年平板电视销量5300万台,同比增长10%以上。

纵观2016年彩电市场发展脉络,显示技术革新依旧是驱动彩电行业前行的核心因素,无论是坚守液晶阵营的“保守派”还是谋求新显示技术转型的“激进派”都使得中国彩电市场呈现出百花齐放的态势,以技术创新满足并创造消费新需求已成为各彩电厂商的共识。

中国电子商会消费电子产品调查办公室日前在苏宁易购卖场进行了平板电视新技术检查问卷调研,涉及的新技术有OLED、ULED电视、普通4K电视、曲面电视、人工智能电视、分体电视等。调研结果显示,72%的消费者无法区分各种显示技术,80%的消费者不了解各种显示技术的优缺点,但消费者对画质的追求都极其一致,超过一半的消费者购买电视时最先考虑的是画质。

著名家电专家、中国电子商会副秘书长陆刃波表示,显示技术的革新将电视画质表现推向了一个新的高度,这也是彩电企业摆脱同质化竞争、实现利润倍增的途径之一。技术革新不代表要打“概念战”,“概念战”的结果是混淆消费视听,继而使新技术推广普及困难重重。

也有专家表示,尽管今年的彩电消费市场迎来了小幅回暖,但近期面板价格的上涨使处于微利或负利时代的彩电业更是雪上加霜,部分互联网电视企业开始连续上调电视终端价格,以应对面板上涨带来的成本压力。随着整个彩电产业步入调整期,各彩电企业从产业链整合、市场竞争手段等方面展开了新一轮的探索。

<http://otv.lmtw.com/vp/201612/140050.html>

### 液晶与 OLED 势均力敌 索尼确定加入 OLED 阵营

日经新闻12月29日消息,索尼计划在明年夏天在全球全面发售OLED电视,旨在利用新一代的显示技术来提振销售。

据悉,OLED能够呈现更亮的颜色、更高的对比度以及更快的处理速度。索尼的OLED电视将采用LGD的显示屏,配合索尼自主专利的图像处理技术,将在明年春天向欧洲、美国以及中国市场发布。

虽然还没有正式确定价格,但是一般来说,一款65英寸的OLED电视的售价大概在100万日元(约8500美元)左右,如果在国外销售成功,索尼也会在日本本土发售。

尽管目前65英寸的液晶电视的售价一般在30万日元到40万日元之间,但索尼还是看中了OLED在高端市场的机遇,如视频游戏玩家可能更需要更精彩的画质和更快的反应速度。索尼认为OLED电视会与其游戏产品PS产生很大的协同效应。

得益于超高清4K液晶电视的强劲销售,索尼的电视业务在2015财年实现了11年来的首次盈利。然而电视销售已经占到新媒体业绩的30%以上,并且销售额在逐年减少。所以,对于索尼而言,OLED电视有望带动索尼在高端市场的表现,从而提振销售额。

索尼曾在2007年推出了全球首款OLED电视(当时的尺寸为11英寸),但并没有取得预期的市场反馈。这批电视产生了大量库存,直至2010年终于从日本市场下架,也退出了海外市场。虽然市场表现不如意,但是OLED电视的图像质量明显优于当时的液晶电视,也由此在消费者心目中确定了OLED作为下一代显示产品的形象。



OLED 产品目前占全球电视销售额的 1%左右，其中 LG 电子占据着绝大部分利润。松下 2015 年在欧洲发布了 65 英寸的 OLED 电视产品，售价为 120 万日元，现在计划将这款产品推向日本和东南亚市场，与此同时，东芝也在努力实现自主开发。另一家韩国三星电子目前还没有退出 OLED 电视产品的计划。索尼大举跃进 OLED 市场，希望就此开拓新的增长动力。

LG Display 在 OLED 电视面板的供应中处于垄断地位，因此索尼与 LG 在 OLED 电视的关键组件的竞争中，明显索尼处于下风。三星在 OLED 智能手机屏职场也发挥着类似的作用。

但随着的材料科学以及生产技术的发展，日本厂商正在试图改变这个局势。如出光兴产和住友化学经过多年的研究，已经大幅眼上了 OLED 电视中有机材料的使用寿命。同时，佳能旗下子公司 Canon Tokki 开发的生产高分辨率 OLED 面板所需的薄膜沉淀设备，一直引领市场并创造了惊人的利润。一家面板商表示，如果没有 Canon Tokki 的这套设备很难实现稳定生产。

OLED 电视的普及很大程度上取决 OLED 面板的产能，因此，在市场的驱动下，更多的面板厂商也在努力开发 OLED 面板的产能。JOLED 正在开发用于电视产品的大尺寸 OLED 显示面板，其利益相关者包括索尼、松下和日本显示公司。中国京东方科技集团也正在开展 OLED 面板的开发。

全球电视出货前 6 强中，三星、TCL 与海信依然坚持完善液晶显示技术，而 LG、创维已经明确进入到 OLED 阵营，随着索尼的加入，液晶与 OLED 两大技术路线的阵营开始趋于平衡，2017 年两大显示技术将迎来一场势均力敌的较量。

<http://news.cheaa.com/2016/1229/498684.shtml>

### 家电产品普遍涨价 空调电视涨幅较大

近期，备受家电行业人士关注的话题就是“家电产品普遍涨价”。受上游供应链影响，铜、锌、铝及塑料等大宗材料都迎来了不同幅度的涨价，导致家电产品生产成本增大。而空调、电视、热水器及冰箱等品类，由于对原材料需求量比较大，价格涨幅也相对较大。

对于消费者而言，由于价格传递的效应有个过程，目前还感受不深，但如果原材料价格不能回调，家电产品普遍涨价将成定局。所以，选择年前购买家电就相对比较划算。

#### 多家空调品牌宣布涨价

年底一直都是家电行业的销售旺季，往年众多商家都会借此机会通过降价、促销、打折等手段增加年底销售额，给全年业绩划上一个完美的句号。

今年也不例外，只是在价格优惠力度方面似乎没有往年那么给力。以空调为例，由于空调的生产制造需要大量的铜、锌、铝以及塑料等原材料，还有包装纸箱，而这些原材料都有不同幅度的涨幅，因此带动产品价格上涨较大。12 月 19 日，格力宣布每台空调上涨 50~100 元；美的空调 12 月 26 日发布涨价通知，每台空调价格将上涨 50~200 元；志高空调也在媒体发布了自 12 月起空调价格上涨 2%，明年 1 月再上涨 2% 的消息；日立家用中央空调则通知从 2017 年元旦起进行调价，平均上调 10%。

此外，早在今年 12 月份前，记者就向读者透露过，电视行业由于面板生产成本增大，预计电视将迎来大范围的涨价。WitsView 研究部资深协理邱宇彬接受媒体采访时表示，2016 年来电视面板价格上涨，已让下游品牌业厂商出现无法获利的情况，但主流面板尺寸仍旧持续上涨，预计 2017 年 1 月电视面板报价仍有上涨空间。乐视电视曾在 9 月份宣布部分电

视涨价 100 到 200 元不等，近期又宣布将对 40 英寸、43 英寸、50 英寸、55 英寸部分机型价格再上调 100 元。

普涨或在年后买家电要趁早

除了空调、电视外，其他家用电器也受到原材料涨价的影响。华商报记者走访了多个家电卖场发现，目前除了空调和电视涨幅相对较大，冰箱和洗衣机类的价格也进行了微调，其余家电产品的价格还未调整。此外，记者从一线的销售员口中得知，大多数品牌目前还未收到调价通知，价格在年前仍维持之前水平，下一步如何调整，还要等待品牌商的通知。

业内人士认为，目前上游供应链原材料的涨价导致今年家电行业生产成本增长明显，一些企业由于原材料储备有限、对成本消化能力较弱等原因，已逐步开始将成本压力向下游传导。但还有很大一部分企业由于与原材料供应商的协议约定以及原材料储备充足等原因，价格仍未调整。另外，由于中低端产品的利润空间非常有限，高端产品销量有限且定价的利润空间比较大，能消化原材料成本上涨的压力，所以涨幅较大的一般都是中低端产品。

最后，从销售角度讲，面对年底冲量的重要时间节点，很多家电品牌希望在年底扩大销量，提高销售额，价格也会保持相对稳定。但面对原材料价格持续上涨、人工成本增加以及物流成本增加的客观事实，价格上涨将是迟早的事。因此，消费者如果有添置家电的需求，最好还是在年前入手。

<http://tech.sina.com.cn/e/2016-12-29/doc-ifxzcfc6605505.shtml>

### 智能家居行业保持高增长 国内市场尚待挖掘

智能家居作为家居行业最火爆的热点之一，众多企业开始布局智能家居市场，互联网企业、家电企业、地产企业之间更是频频跨界合作，使得智能家居行业成为大众的焦点。

据《智能家居设备行业市场前瞻与投资策略规划报告》指出，2015 年中国智能家居市场规模将达到 3000 亿元，同比增长 31.4%。而同期美国使用智能家居产品的家庭数量，美国达到了 460 万户，硬件出货量为 2680 万台，市场规模为 60.22 亿美元，在全球范围内处于领先地位，智能家居在美国已经率先形成了一个规模不小的市场。中国为 30 万户，市场规模 3.24 亿美元，还处于相对落后的阶段。

目前，13 亿人口的中国拥有 1 亿多潜在智能家居家庭客户，这个群体相当于大半个欧洲，构成了一个巨大的、时尚的市场。前瞻产业研究院预计未来几年智能家居将保持高速增长，越来越多的家庭将尝试智能家居产品。到 2020 年，使用智能家居的家庭数，美国将达到 2450 万户，CAGR 为 39.7%，中国将达到 210 万户，CAGR 为 47.6%。

庞大的市场为我国智能家居行业带来良好的发展机遇，目前我国智能家居渗透率还不足 5%，国内市场尚待挖掘，仍然有许多消费者对智能家居产生距离感。综合考虑行业发展趋势及存在的问题，对智能家居市场规模进行了预测。2016 年中国智能家居市场整体规模预计达 3813 亿元，同比增长 27.1%，2018 年将达到 6000 亿元，未来三年市场规模年复合增长率为 25.9%。

<http://tech.sina.com.cn/e/2016-12-29/doc-ifxzcfc6614417.shtml>

附表：家用电器行业重点公司估值表

股票代码	股票名称	投资评级	12月 30日收 盘价	净利润（百万元）			每股收益（元/股）			PE		
				2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
000333	美的集团	买入	28.17	12707	14820	17231	2.99	2.32	2.69	9.4	12.1	10.5
000651	格力电器	买入	24.62	12532	11502	12647	2.08	1.91	2.1	11.8	12.9	11.7
002032	苏泊尔	增持	34.92	889	1125	1443	1.4	1.78	2.28	24.9	19.6	15.3
002508	老板电器	买入	36.80	830	1126	1462	1.73	1.54	2	21.3	23.9	18.4
600060	海信电器	买入	17.12	1489	1692	1863	1.14	1.29	1.42	15.0	13.3	12.1
600690	青岛海尔	增持	9.88	4301	4809	6299	0.7	0.79	1.03	14.1	12.5	9.6
600983	惠而浦	买入	11.66	367	450	622	0.48	0.59	0.81	24.3	19.8	14.4
000418	小天鹅 A	增持	32.32	919	1193	1485	1.45	1.89	2.35	22.3	17.1	13.8
002035	华帝股份	增持	25.95	208	305	401	0.58	0.85	1.12	44.7	30.5	23.2
002242	九阳股份	增持	18.03	620	713	822	0.81	0.92	1.06	22.3	19.6	17.0
002429	兆驰股份	增持	9.96	346	496	592	0.22	0.26	0.31	45.3	38.3	32.1
002686	亿利达	买入	14.82	96	124	152	0.23	0.37	0.51	64.4	40.1	29.1
300217	东方电热	买入	4.26	75	94	130	0.17	0.09	0.11	25.1	47.3	38.7
300247	乐金健康	增持	8.18	41	85	103	0.11	0.12	0.14	74.4	68.2	58.4
300342	天银机电	增持	23.00	110	168	216	0.55	0.5	0.64	41.8	46.0	35.9

资料来源：Wind 资讯、申万宏源研究

## 信息披露

### 证券分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

### 与公司有关的信息披露

本公司隶属于申万宏源证券有限公司。本公司经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可，资格证书编号为：ZX0065。本公司关联机构在法律许可情况下可能持有或交易本报告提到的投资标的，还可能为或争取为这些标的提供投资银行服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露义务。客户可通过 [compliance@swsresearch.com](mailto:compliance@swsresearch.com) 索取有关披露资料或登录 [www.swsresearch.com](http://www.swsresearch.com) 信息披露栏目查询从业人员资质情况、静默期安排及其他有关的信息披露。

### 机构销售团队联系人

上海	陈陶	021-23297221	18930809221	<a href="mailto:chentao@swsresearch.com">chentao@swsresearch.com</a>
北京	李丹	010-66500610	18930809610	<a href="mailto:lidan@swsresearch.com">lidan@swsresearch.com</a>
深圳	胡洁云	021-23297247	13916685683	<a href="mailto:hujy@swsresearch.com">hujy@swsresearch.com</a>
海外	张思然	021-23297213	13636343555	<a href="mailto:zhangsr@swsresearch.com">zhangsr@swsresearch.com</a>
综合	朱芳	021-23297233	18930809233	<a href="mailto:zhufang@swsresearch.com">zhufang@swsresearch.com</a>

### 股票投资评级说明

证券的投资评级：

以报告日后的6个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅为标准，定义如下：

买入 (Buy)	：相对强于市场表现20%以上；
增持 (Outperform)	：相对强于市场表现5%~20%；
中性 (Neutral)	：相对市场表现在-5%~+5%之间波动；
减持 (Underperform)	：相对弱于市场表现5%以下。

行业的投资评级：

以报告日后的6个月内，行业相对于市场基准指数的涨跌幅为标准，定义如下：

看好 (Overweight)	：行业超越整体市场表现；
中性 (Neutral)	：行业与整体市场表现基本持平；
看淡 (Underweight)	：行业弱于整体市场表现。

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。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。申银万国使用自己的行业分类体系，如果您对我们的行业分类有兴趣，可以向我们的销售员索取。

本报告采用的基准指数：沪深300指数

### 法律声明

本报告仅供上海申银万国证券研究所有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。客户应当认识到有关本报告的短信提示、电话推荐等只是研究观点的简要沟通，需以本公司 <http://www.swsresearch.com> 网站刊载的完整报告为准，本公司并接受客户的后续问询。本报告首页列示的联系人，除非另有说明，仅作为本公司就本报告与客户的联络人，承担联络工作，不从事任何证券投资咨询服务业务。

本报告是基于已公开信息撰写，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人作出邀请。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突，不应视本报告为作出投资决策的惟一因素。客户应自主作出投资决策并自行承担投资风险。本公司特别提示，本公司不会与任何客户以任何形式分享证券投资收益或分担证券投资损失，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。市场有风险，投资需谨慎。若本报告的接收人非本公司的客户，应在基于本报告作出任何投资决定或就本报告要求任何解释前咨询独立投资顾问。

本报告的版权归本公司所有，属于非公开资料。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。