粤开证券 YUEKAI SECURITIES

投资策略研究

【粤开策略深度】白电强者恒强，小家电扬帆起航——2021 年家电行业策略

2020 年 12 月 29 日

分析师：陈梦洁
执业编号：S0300520100001
电话：010-64814022
邮箱：chenmengjie@ykzq.com

近期报告

《【粤开策略】2021 年转债市场展望及投资建议》2020-12-25
《【粤开策略解盘】需求政策共振，有色强势领涨-1225》2020-12-25
《【粤开策略大势研判】两会时间确定，跨年行情有何期待》2020-12-27
《【粤开行业深度】第三代半导体上篇：衬底材料迭代，三因素支撑发展》2020-12-28
《【粤开策略解盘】医保谈判降幅趋缓，指数齐涨为何个股震荡-1228》2020-12-28
《【粤开策略解盘】重磅发声提振市场情绪-1223》2020-12-23
《【粤开策略解盘】军工板块活跃的逻辑-1224》2020-12-24
《【粤开策略】2021 年转债市场展望及投资建议》2020-12-25
《【粤开策略解盘】需求政策共振，有色强势领涨-1225》2020-12-25
《【粤开策略大势研判】两会时间确定，跨年行情有何期待》2020-12-27

投资要点

摘要

2020 年家电板块先抑后扬，截至 12 月 25 日，今年家电行业涨幅达 26.2%，在所有申万一级行业中排名第 11 位，跑赢上证指数 14.8 个百分点。其中冰箱板块上涨 41.7%，空调板块上涨 24.8%，洗衣机板块上涨 35.5%，小家电板块上涨 18.2%，彩电板块上涨 18.1%。

截至 11 月，家电行业累计零售额为 7565.5 亿元，同比降幅收窄至-5.5%。内销方面，受到公共卫生事件影响，今年线上市场得到蓬勃发展，零售额首次超过线下市场，上半年家电行业直播场次超百万场，成交额超千亿元。**以直播带货为主的全新线上营销模式快速促进了家电市场回暖。**对于外销市场，海外疫情反复使更多订单流向中国，截至 2020 年 10 月，家电行业出口累计金额达 3670 亿元，同比增长 19.1%，全面复工复产后外销市场增速由负转正，规模稳步扩张。

家电行业包括白色家电、厨房电器、黑色电器等多个细分板块，结合各个细分品类的特点，未来行业增长点也不尽相同：

对于行业集中度较高的白电板块，市场每百户保有量已经基本达到甚至超过“一户一机”水平，未来将以替换需求为主导。距上一轮大规模家电补贴已经过去近十年的时间，各地方政府积极响应中央号召，出台了一系列家电补贴政策，促进白色家电市场回暖，在政策推进下行业有望迎来新一轮增长期。

厨电板块中小家电品类受消费升级利好，个性化品类将迎合消费者新需求，市场渗透率有望进一步提升。2020 年双十一期间，家电行业线上成交额达到 982 亿元，销售额占比为 11.7%，其中吸烟机、净水器、破壁机等品类销售额增速均超过 100%。厨大电品类则与房地产竣工周期联系紧密，预计未来销售面积将有效拉动竣工增速收窄，提升厨大电的行业景气度。

而黑电市场持续低迷，激光电视成为黑电行业中为数不多表现强势的产品，以激光电视为代表的高科技创新型产品更受消费者青睐，创新型产品对替换需求的刺激有积极作用。

11 月 18 日召开的国务院常务会议具体提出，促进家电家具家装消费。在经济复苏大环境下，叠加相关补贴政策落实和双循环国家战略，预计明年家电板块向好趋势大概率延续，**配置方面主要围绕以下三条主线：**

一是市占率方面具备绝对优势的白电龙头企业；

二是消费升级背景下有增长潜力的小家电板块；

三是 RCEP 协议签署后中国家电品牌的全球化战略布局。

风险提示：经济复苏缓慢，补贴政策效果不及预期，小家电板块增长放缓

目 录

一、2020 年家电行业表现 3
二、国内外市场整体回暖 3
（一）直播带货兴起，内销市场渠道变革 4
（二）海外订单回流，外销市场由降转升 4
三、2021 年家电行业展望 5
（一）白电：更新换代需求+家电补贴 5
1.更新换代需求释放 5
2.新一轮家电补贴政策 6
（二）厨电：消费升级助推小家电，厨大电景气度有望提升 7
1.小家电：消费升级下的巨大潜力 7
2.厨大电：关注地产竣工周期下的新增需求 8
（三）黑电：产品创新有望提升市场景气度 9
四、配置主线 10
（一）布局白电龙头企业 11
（二）小家电渗透率增长潜力大 11
（三）RCEP 下国产品牌的全球化布局 11

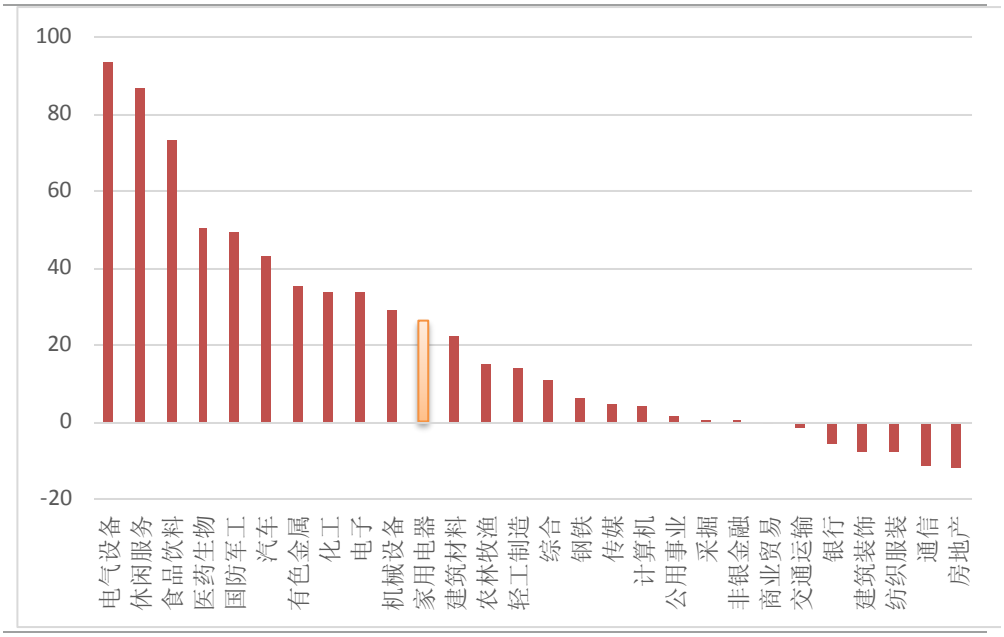
图表目录

图表 1： 截至 12 月 18 日家电行业涨幅为 26.2% 3
图表 2： 家电行业累计零售额降幅收窄 3
图表 3： 年初至今家电出口累计金额持续增长 5
图表 4： 全国农村居民每百户白电保有量 5
图表 5： 全国城镇居民每百户白电保有量 5
图表 7： 疫情期间可选小家电销售景气度大幅提升 8
图表 8： 2020 年商品住宅竣工累计面积降幅逐渐收窄 8
图表 9： 2020 年 9 月商品住宅销售面积增速由负转正 8
图表 10： 全国居民每百户彩电保有量 9
图表 11： 自 2018 年以来国内彩电市场持续低迷 10

一、2020 年家电行业表现

2020 年家电板块先抑后扬，截至 12 月 25 日，今年家电行业涨幅达 26.2%，在所有申万一级行业中排名第 11 位 跑赢上证指数 14.8 个百分点。其中冰箱板块上涨 41.7%，空调板块上涨 24.8%，洗衣机板块上涨 35.5%，小家电板块上涨 18.2%，彩电板块上涨 18.1%。

图表1：截至 12 月 18 日家电行业涨幅为 26.2%

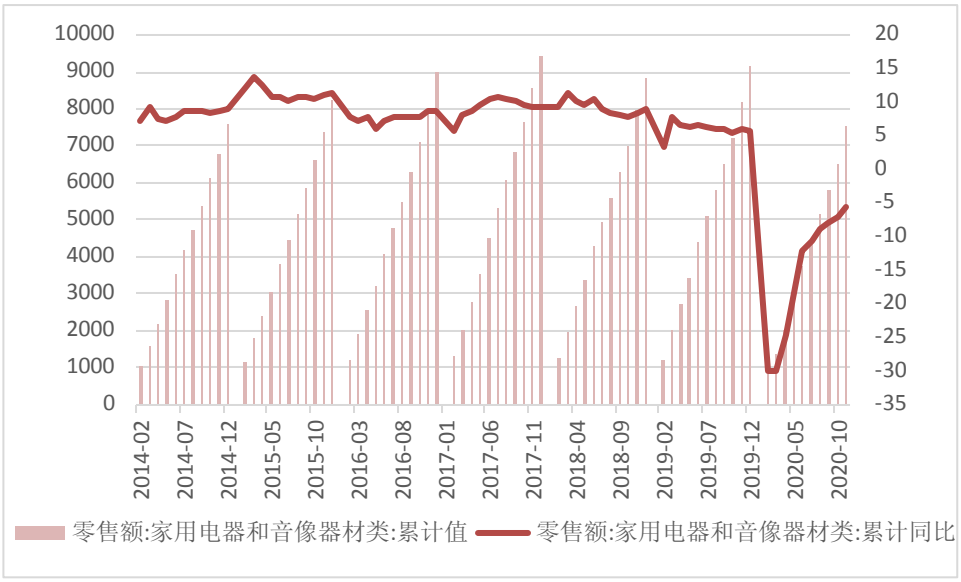


资料来源：wind、粤开证券研究院

二、国内外市场整体回暖

截至 11 月，家电行业累计零售额为 7565.5 亿元，同比降幅收窄至-5.5%，线下零售渠道受阻，业绩所受冲击较大，但家电企业积极开展渠道变革，布局线上市场，通过网络直播带货等方式弥补线下渠道的损失，随着疫情形势缓解，全面复工复产，行业整体业绩降幅逐渐收窄。

图表2：家电行业累计零售额降幅收窄



资料来源：wind、粤开证券研究院

内销方面，受到公共卫生事件影响，今年线上市场得到蓬勃发展，零售额首次超过线下市场，以直播带货为主的全新线上营销模式快速促进了家电市场回暖。对于外销市场，海外疫情反复使更多订单流向中国，全面复工复产后外销市场增速由负转正，规模稳步扩张。

（一）直播带货兴起，内销市场渠道变革

根据中国电子信息产业发展研究院发布的《2020 上半年中国家电市场报告》，家电行业上半年线上零售额达到 1913 亿元，占比为 51.84%，较去年增长近 10 个百分点，线上市场零售份额首次超过线下。疫情期间，线下市场门店客流量少导致发展受阻，**线上渠道凭借其无接触、高效的特点飞速发展，家电企业开始着手线上渠道布局，营销活动也纷纷转向线上。**

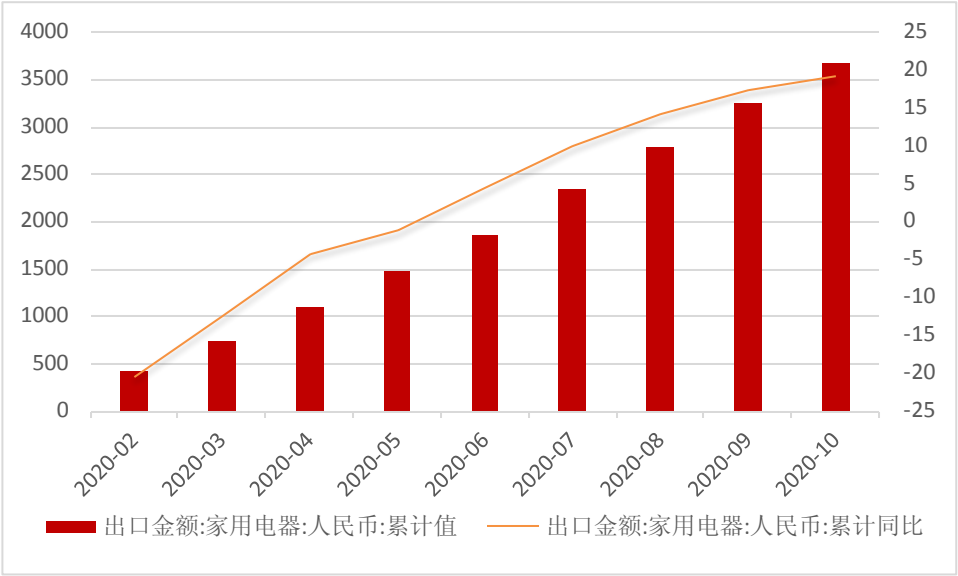
上半年家电行业直播场次超百万场，成交额超千亿元。根据第 46 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至今年 6 月，网络直播用户规模达到 5.6 亿人，上半年国内电商直播超 1000 万场，观看人次超 500 亿。疫情催生了全新的线上营销模式，企业打破体验感较差的单一线上购物模式，转而通过网络明星直播带货的方式，向消费者传递真实的使用感受和体验，进而刺激消费者的购买欲望。

（二）海外订单回流，外销市场由降转升

根据海关总署数据，截至 2020 年 10 月，家电行业出口累计金额达 3670 亿元，同比增长 19.1%。对于海外市场，疫情给生产企业带来了更多不确定性，很多国家疫情并未得到有效控制，使生产端面临停工或生产效率降低的困境。

年初我国外贸产业受到巨大冲击，2 月家电出口金额同比跌幅达 12.6%。但疫情得到控制后，全球产能需求向我国倾斜，海外订单逐渐回流，相关家电出口量稳步回升，6 月出口累计金额增速由负转正，并保持增长态势，外销市场整体回暖。**目前海外疫情反复，供需错配的情况为我国家电企业赢得更多获取海外订单的机会，短期内外销市场有望持续扩张。**

图表3：年初至今家电出口累计金额持续增长



资料来源：wind、粤开证券研究院

三、2021 年家电行业展望

家电行业包括白色家电、厨房电器、黑色电器等多个细分板块，结合各个细分品类的特点，未来行业增长点也不尽相同。对于行业集中度较高的白电板块，未来将以替换需求为主导，在政策推进下迎来新一轮增长期。厨电板块中小家电品类受消费升级利好，个性化品类将迎合消费者新需求，市场渗透率有望进一步提升。厨大电品类则与房地产竣工周期联系紧密，预计未来销售面积将有效拉动竣工增速收窄，提升厨大电的行业景气度。而黑电市场则持续低迷，创新型产品对替换需求的刺激有积极作用。

（一）白电：更新换代需求+家电补贴

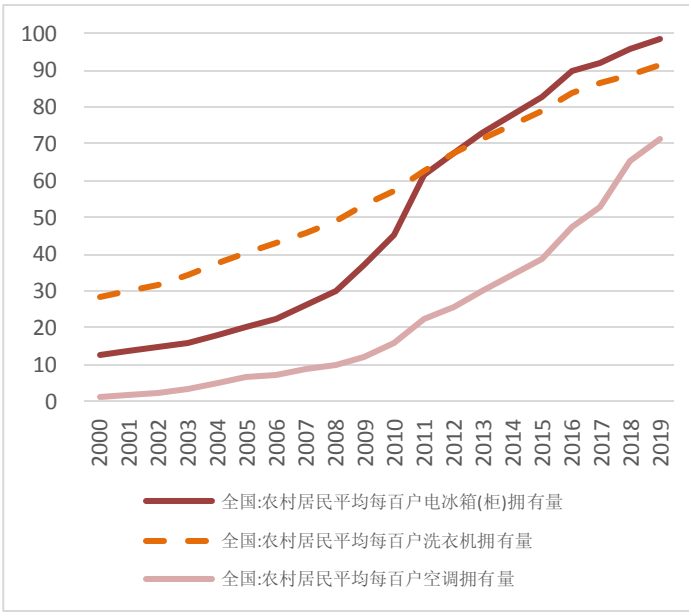
2020 年初，受公共卫生事件影响，以冰箱、空调、洗衣机为代表的安装属性较强的白电行业所受冲击更大。**在今年低基数背景下，更新换代需求旺盛，叠加政策补贴效应，预计 2021 年白电行业将迎来新一轮增长期。**

1.更新换代需求释放

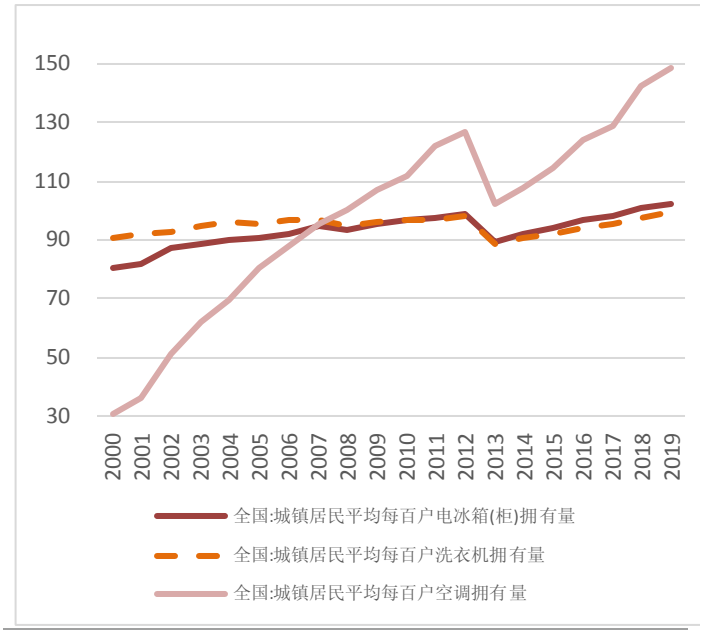
从需求层面看，家电需求主要由新增住房需求、更新换代需求两大部分组成，分别代表从无到有和升级换代两种情况。根据国家统计局数据，城镇和农村居民每百户保有量均已接近甚至超过 100 台，在电商下沉背景下，2018 年以来农村和城镇居民白电每百户保有量显著提升，冰箱、洗衣机已经基本达到“一户一机”的水平，而空调早已进入“一户多机”时代。因此白电行业的主要需求已逐渐从新增需求向替换需求转变。

图表4：全国农村居民每百户白电保有量

图表5：全国城镇居民每百户白电保有量



资料来源：wind、粤开证券研究院



资料来源：wind、粤开证券研究院

2020 年中国家用电器协会制定的《家用电器安全使用年限》指出，家用冰箱、空调等安全使用年限为 10 年，而家用洗衣机、干衣机等安全使用年限为 8 年。2009-2013 年，我国首次开展“家电下乡”、“以旧换新”等一系列家电补贴政策，在政策鼓励和保有量水平较低等因素的共同催化下，产业链终端需求得到集中释放。截至 2012 年底，全国家电下乡产品累计零售量为 2.98 亿台，销售额超 7000 亿元。如今距第一批家电需求释放已近 10 年，许多白电已经接近 8-10 年的使用周期。**在保有量较高背景下，随着大批电器进入替换周期，预计未来更新换代需求有望集中释放，成为白电行业增长的内生动力。**

2.新一轮家电补贴政策

距上一轮大规模家电补贴已经过去近十年的时间，替换需求旺盛，居民消费意愿也需要政策提振，释放国内家电市场需求。**各地方政府积极响应中央号召，出台了一系列家电补贴政策，明年在内需提振经济的大背景下，各地方政府可能会加大补贴力度，促进白色家电市场回暖。**

图表6：各地方政府家电补贴具体内容

时间	省份/地区	具体内容
2020.05.01	广东省	发布家电下乡专项行动报告，补贴标准是家电下乡产品市场售价 10%（含）以上的价格优惠。广东省财政将以生产企业让利 5%，财政补贴 5%的方式， 针对广东省户籍农村居民购买空调、洗衣机、冰箱等家电下乡产品给与补贴。

时间	省份/地区	具体内容
2020.05.27	陕西省	支持绿色、智能家电消费，鼓励消费者替换耗能高、超过安全使用年限的空调、冰箱、洗衣机等电器；鼓励开展以旧换新活动，尤其对于购买一级能效标识的消费者，可按销售价格的 10%给与补助。
2020.06.09	重庆市	推行以旧换新消费促进活动，购买能效标识为一级或二级的空调、洗衣机、冰箱等产品，可以参与该项补贴活动。
2019.02.01 -2022.01.31	北京市	北京四部门联合印发《关于实施节能减排促消费政策的通知》，对符合条件的消费者购买节能减排商品给予一定额度的资金补贴。能效标识为一级或二级的电冰箱、洗衣机、空调等家电产品都可以享受到 8%-13%不等的高额专项补贴。

资料来源：wind、粤开证券研究院

11 月 18 日，在国务院常务会议上，商务部表示将促进家电家具家装消费，鼓励有条件的地区对淘汰旧家电并购买绿色、智能、环保家电给予补贴。此举意在鼓励发展“互联网+二手资源回收”的新模式，完善再生资源回收体系，通过电商平台开展废旧家电家具回收，促进家电家具更新换代。

“十二五”期间家电下乡等相关政策对白电保有量提升有很大的促进作用，农村和城镇居民每百户保有量稳步提升。随着政策推动效应显现和换新市场潜力释放，预计明年将有更多电商平台和家电企业抢占商机。

（二）厨电：消费升级助推小家电，厨大电景气度有望提升

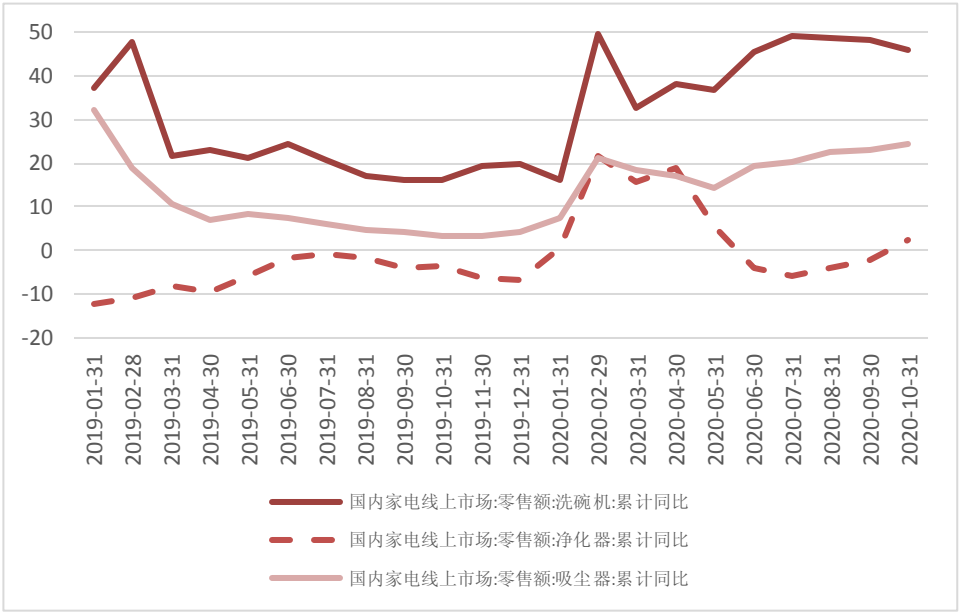
厨电板块内部可以细分为小家电和厨大电两类。在消费升级推动下，小家电市场整体渗透率较低，保有量仍有很大提升空间。厨大电市场则更多依赖于地产竣工周期带动的新增需求，竣工面积增速的降幅收窄有望带动厨大电行业需求景气度回升。

1.小家电：消费升级下的巨大潜力

2020 年前三季度，我国居民人均可支配收入继续保持增长，达到 23781 元，累计同比增长 0.6%，随着我国居民可支配收入的增长，消费升级已是大势所趋，而其兑现的新兴消费需求就包括细分小家电的购买意愿。相较于必选家电中的空调、冰箱、洗衣机等，小家电已经成为高生活品质的象征。从各类细分产品的销售占比看，厨卫小家电销售额占比最高，达到 76%，其次是家居类小家电，占比 13%，最后是占 11%的个人护理类小家电。

小家电具有免安装和产品类型多元化的特点，疫情期间其销售景气度反而得到提振，尤其是以洗碗机、净化器、吸尘器为代表的的可选小家电，满足了消费者的个性化需求。2020 年双十一期间，家电行业线上成交额达到 982 亿元，销售额占比为 11.7%，其中吸烟机、净水器、破壁机等品类销售额增速均超过 100%。目前我国小家电的市场渗透率与发达国家相比仍有很大差距，市场整体潜力巨大。以吸尘器为例，对于日本、韩国和英国等发达国家，每百户家庭拥有量均超过 90 个，而中国仅有不到 20 个，由此可见小家电市场未来有巨大发展空间。

图表7：疫情期间可选小家电销售景气度大幅提升



资料来源：wind、粤开证券研究院

2.厨大电：关注地产竣工周期下的新增需求

考虑到新房装修一般都需要安装一系列基础设施，以厨大电为代表的必选家电需求与房地产竣工链联系紧密。2019 年下半年商品住宅竣工面积累计降幅开始收窄，并于 2019 年底由负转正，但 2020 年受到公共卫生事件影响，竣工累计增速再次回落，2 月底降幅达到-24.3%，为近五年内的最大降幅。此外，商品住宅销售面积累计增速也于 2 月底跌至-38.5%，随后降幅逐月收窄，并于 9 月底首次实现正增长。

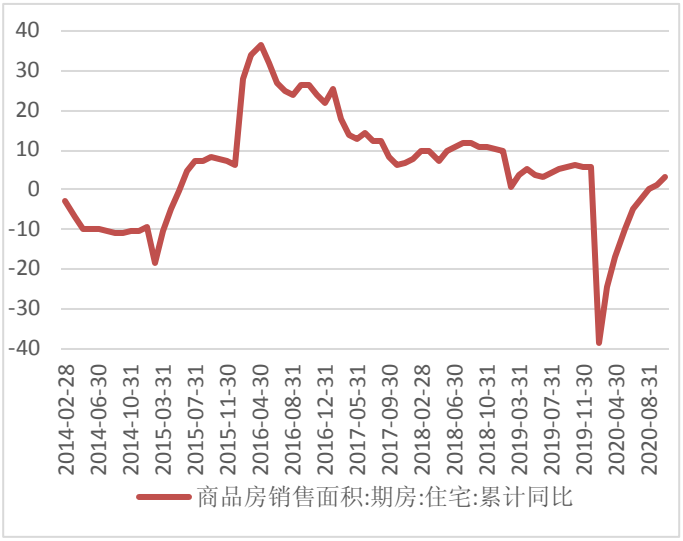
商品住宅销售面积增速率先恢复正增长，表明住房需求仍然存在，而竣工面积更多受到房地产开发企业融资难易程度和资金周转速度等因素影响。**销售面积实现正增长能够有效拉动住宅竣工面积降幅持续收窄，预计 2021 年有望延续 2019 年底未兑现的增速回暖态势，进而带动房地产后周期内，厨大电品类需求景气度的提升。**

图表8：2020 年商品住宅竣工累计面积降幅逐渐收窄

图表9：2020 年 9 月商品住宅销售面积增速由负转正



资料来源：wind、粤开证券研究院

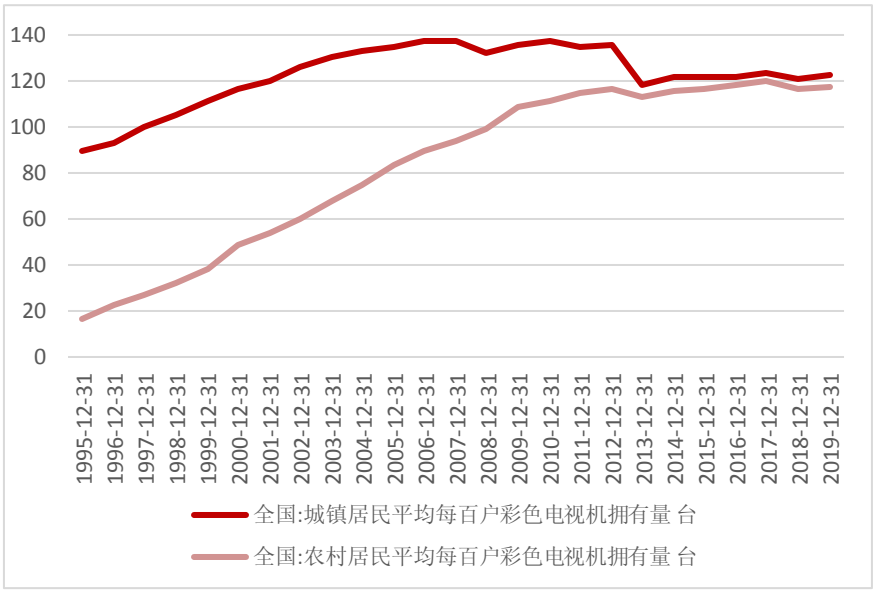


资料来源：wind、粤开证券研究院

（三）黑电：产品创新有望提升市场景气度

目前黑点市场环境较为严峻，市场饱和度较高。根据国家统计局数据，城镇居民每百户彩电保有量自 1995 年就已经接近 100 台，2007 年底甚至已经增至 137.79 台的峰值，农村居民每百户彩电保有量早在 2009 年就已经突破 100 台，如今无论是城镇还是农村，彩电保有量水平基本维持不变，市场急需提振。

图表10：全国居民每百户彩电保有量

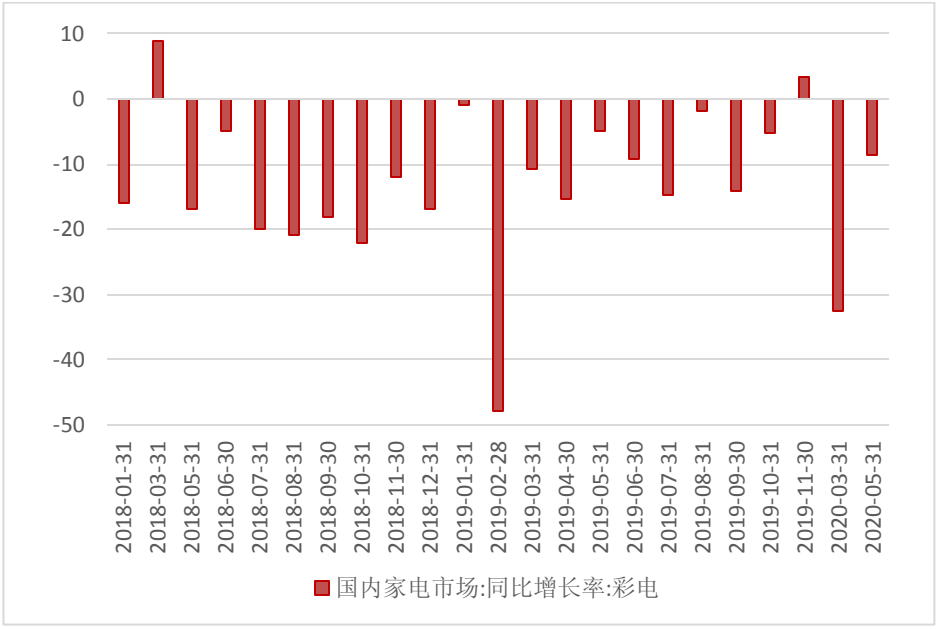


资料来源：wind、粤开证券研究院

2020 年上半年，国内彩电行业需求景气度持续下滑。根据中怡康数据，上半年国内彩电零售量为 2194.3 万台，同比减少 4.3%，零售额为 646.50 亿元，同比下降 13.1%；

平均单价为 2946 元，同比下降 9.3%。此外，自 2018 年以来，彩电市场仅有两个月实现了销量正增长，其余月份增速均为负值，市场总体环境持续低迷。

图表11：自 2018 年以来国内彩电市场持续低迷



资料来源：wind、粤开证券研究院

彩电更新换代周期为 9 年左右，但市场状况与消费升级、居民生活品质提升严重脱节，消费者缺乏换新动力。根据中怡康调研数据，消费者对电视的期待 54%来自创新、43%来自高科技感，这表明产品创新已经成为催化黑电市场增长的必由之路。

工业和信息化部、国家广播电视总局、中央广播电视总台联合发布的《超高清视频产业发展行动计划(2019——2022 年)》提出：按照“4K 先行、兼顾 8K”的总体技术路线促进超高清视频产业发展，2022 年全面普及 4K 电视,8K 电视销量占比超过 5%。据奥维云网数据，截至 2018 年底，我国彩电保有量在 6 亿台左右,其中 4K 电视仅有 1 亿台，其余 5 亿台则包括 FHD 电视、HD 电视和 CRT 电视等，市场有巨大的更新换代空间。

而激光电视成为黑电行业中为数不多表现强势的产品。根据奥维云网数据，激光电视 2015 年至 2020 年复合增长率达 213.8%。今年前三季度，在彩电市场规模下滑背景下，激光电视成为唯一保持正增长的电视品类。**预计未来黑点市场仍将以替换需求为主，以激光电视为代表的高科技创新型产品更受消费者青睐，产品创新成为提升黑电市场景气度的关键因素。**

四、配置主线

10 月 29 日，十九届五中全会对十四五规划做出部署，提出“形成强大的国内市场，构建新发展格局”，依托国内大循环战略，由消费带动内需。随后 11 月 18 日召开的国务院常务会议具体提出，促进家电家具家装消费。鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴，各地方政府随即出台相应补贴策略。

在经济复苏大环境下，叠加相关补贴政策落实和双循环国家战略，预计明年家电板块向好趋势大概率延续，**配置方面主要围绕以下三条主线：一是市占率方面具备绝对优势的白电龙头企业；二是消费升级背景下有增长潜力的小家电板块；三是 RCEP 协议签署后中国家电品牌的全球化战略布局。**

（一）布局白电龙头企业

对于白电行业，经过疫情考验，市场整体集中度将持续上升，行业龙头业绩将保持稳健增长。以空调品类为例，格力与美的两大企业的产能占据全行业近 30%的比例，与其他企业拉开一定差距，且这两家公司可以自主生产全部核心零部件，拥有更完善的产业链布局。

根据中国家用电器协会不完全统计，2019 年全国 31 家核心家电企业的研发投入超 315 亿元， 28 家主要家电企业的研发团队规模超 7.5 万人。龙头企业在研发投入与科研能力上具有绝对优势，在我国家电市场向“以客户为中心”，提供个性化产品需求的大趋势下，**龙头企业凭借研发体系建设和完善的人才培养制度，在原创产品与专利数量上处于领先地位，也拥有更多创造“爆品”的机会，重点关注格力电器、美的集团、海尔智家等。**

（二）小家电渗透率增长潜力大

在消费升级背景下，小家电行业由于个性化程度较强，且无需上门安装，展现出强大的市场活力。以洗碗机、净化器、吸尘器为代表的的可选小家电在疫情期间逆势上涨，销售景气度持续上升，特别是市场渗透率较低的可选厨房小家电。目前我国小家电整体市场渗透率不足 30%，而发达国家渗透率维持在 50%左右，在必选家电呈现饱和的情况下，保有量低的可选小家电仍然有巨大的增长潜力。

小家电与白电市场相比，市场集中度低，企业间竞争更为激烈，小家电行业更注重与客户个性化需求的匹配，企业需要抓住消费者的需求痛点，**重点关注网络流量大的新兴小家电企业，如新宝股份等，和处于低估值区间的传统小家电企业，如苏泊尔等。**

（三）RCEP 下国产品牌的全球化布局

11 月 15 日，东盟十国以及中国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰 15 个成员国共同签署 RCEP 协议，标志着中国家电行业迎来全球化布局新机遇。成员国中家电消费金额较高的 10 个国家占全球家电消费金额的 40%，而东南亚也是中国最大的家电出口地区之一。

考虑到协议内容包括货物贸易、市场准入等章节，各成员国之间在关税方面将施行减免政策，甚至在一段时间后降至零关税。未来各成员国之间贸易壁垒减少，在国产品牌自主创新能力显著提升的背景下，**贸易自由化将给中国家电产业带来新机遇，企业全球化布局值得期待。中长期内重点关注研发投入高、拥有技术领先优势，且积极布局海外市场的相关企业，如格力电器、美的集团等。**

分析师简介

陈梦洁，硕士研究生，2016 年加入粤开证券，现任策略组负责人，证书编号：S0300520100001。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

与公司有关的信息披露

粤开证券具备证券投资咨询业务资格，经营证券业务许可证编号：10485001。

本公司在知晓范围内履行披露义务。

股票投资评级说明

投资评级分为股票投资评级和行业投资评级。

股票投资评级标准

报告发布日后的 12 个月内公司股价的涨跌幅度相对同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：

买入：相对大盘涨幅大于 10%；

增持：相对大盘涨幅在 5%~10%之间；

持有：相对大盘涨幅在-5%~5%之间；

减持：相对大盘涨幅小于-5%。

行业投资评级标准

报告发布日后的 12 个月内行业股票指数的涨跌幅度相对同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：

增持：我们预计未来报告期内，行业整体回报高于基准指数 5%以上；

中性：我们预计未来报告期内，行业整体回报介于基准指数-5%与 5%之间；

减持：我们预计未来报告期内，行业整体回报低于基准指数 5%以下。

免责声明

本报告由粤开证券股份有限公司（以下简称“粤开证券”）提供，旨为派发给本公司客户使用。未经粤开证券事先书面同意，不得以任何方式复印、传送或出版作任何用途。合法取得本报告的途径为本公司网站及本公司授权的渠道，非通过以上渠道获得的报告均为非法，我公司不承担任何法律责任。

本报告基于粤开证券认为可靠的公开信息和资料，但我们对这些信息的准确性和完整性均不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。粤开证券可随时更改报告中的内容、意见和预测，且并不承诺提供任何有关变更的通知。本公司力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不构成所述证券的买卖出价或询价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。在本公司及作者所知情的范围内，本机构、本人以及财产上的利害关系人与所评价或推荐的证券没有利害关系。

本公司利用信息隔离墙控制内部一个或多个领域、部门或关联机构之间的信息流动。因此，投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。在法律许可的情况下，本公司的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为作出投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得本公司同意进行引用、刊发的，须在允许的范围内使用，并注明出处为“粤开证券研究”，且不得对本报告进行任何有悖意愿的引用、删节和修改。

投资者应根据个人投资目标、财务状况和需求来判断是否使用资料所载之内容和信息，独立做出投资决策并自行承担相应风险。我公司及其雇员做出的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。

联系我们

广州市黄埔区科学大道 60 号开发区金控中心 21-23 层

北京市朝阳区红军营南路绿色家园媒体村天畅园 6 号楼 2 层

上海市浦东新区源深路 1088 号平安财富大厦 20 层

深圳市福田区深南大道和彩田路交汇处中广核大厦 10 层

网址：www.ykzq.com