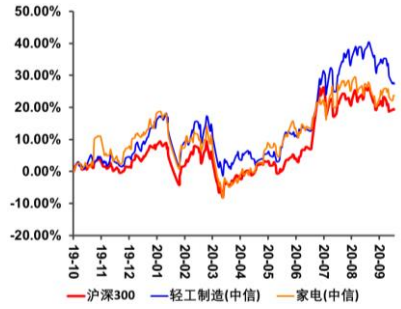
三季度家电数据总结：市场回温，多品类重现高增长；关注日用品板块个股上市

行业评级：增持

报告日期：2020-10-11

行业指数与沪深 300 走势比较



分析师：虞晓文

执业证书号：S0010520050002
电话：18505739789
邮箱：yuxw@hazq.com

联系人：谢丽媛

执业证书号：S0010120050004
电话：15802117956
邮箱：xiely@hazq.com

相关报告

《小熊电器：长尾战场的空间和未来竞争格局新解》2020-09-28

《志邦家居：多品类齐头并进，全渠道乘势争先》2020-09-29

《8 月社零数据点评—地产销售和化妆品社零单月高增，家电家具持续修复》2020-09-16

主要观点：

- **三季度，家电市场一扫疫情的阴霾，销售逐渐回暖**

总体来看，三季度家电行业已基本从疫情阴霾中恢复，市场回温，多品类重现高增长。小家电在 Q3 淡季中整体增速略有放缓，但破壁机、料理机等新兴品类以及吸尘器、扫地机器人等清洁电器表现亮眼。九阳股份在淡季中依然保持出色表现，主要品类增长稳定。**四季度即将迎来双十一、双十二等旺季营销，值得期待。厨电**三季度各品类终端销售持续改善，老板电器全品类实现高速增长，表现突出。**白电** Q3 均价提升明显，线上冰洗重回高位增长，销额增速超 20%。

- **装修旺季来临，十一假期家装消费火热，把握家居配置机会**

本周仅一个交易日，家居板块集体反弹，伴随恒大事件的解决以及三季报逐渐披露，仍然建议把握家居配置机会。根据《阿里巴巴 2020“十一”假期消费出行趋势报告》，十一家装消费火热，且呈现出线上选购、线下体验的消费趋势。**另一方面，9 月百强地产销售尽管单月增速环比放缓，但全口径销售金额仍有 25%的较高速增长。推荐索菲亚、志邦家居、金牌厨柜，建议关注欧派家居、大亚圣象。**

- **日用品板块个股近期集中排队上市，已上市个股包括豪悦护理、百亚股份，蓝月亮和可靠护理已分别递交招股说明书，建议积极关注**

目前来看，婴幼儿卫生用品市场发展较快，产品升级和渗透率提升仍有空间；女性卫生用品市场渐趋饱和，经期裤等产品升级迭代是新的增长点；成人失禁用品市场尚处于导入期，普及率有待提升，且目前低价产品更受欢迎。中国家庭清洁护理行业增速超世界平均水平，线上渠道增长最快。同时洗衣液由于拥有便利性较强且洗后问题较少等优点，正逐渐替代洗衣粉。

- **投资建议**

持续建议关注具备较强产品优势和发展潜力的集成灶细分领域龙头**浙江美大**、持续建议关注多年维持小家电领域龙头地位、且能够顺应时代变迁迅速调整的**九阳股份**、建议关注具备较强爆款复制能力的**新宝股份**、建议关注小家电稳定龙头**苏泊尔**、销量热度持续高涨的细分领域龙头**小熊电器**、专注打磨高端小家电品质和钻研用户需求的**北鼎股份**、持续推荐**索菲亚、金牌厨柜、志邦家居**，建议关注**欧派家居**、建议关注全品类造纸龙头**太阳纸业**、白卡纸行业龙头**博汇纸业**、持续推荐**晨光文具**，建议关注**豪悦护理**。

- **风险提示**

地产表现低迷，需求修复不及预期。

正文目录

1 数据专题--三季度家电数据总结.....5
1.1 小家电：新兴品类及清洁电器突出，九阳小熊表现出色.....5
1.2 厨电：整体恢复显著，老板电器表现亮眼.....11
1.3 白电：空调均价显著提升，线上优于线下.....14
2 板块周度观点.....17
2.1 家电板块.....17
2.2 轻工板块.....17
3 本周家电轻工板块走势.....21
4 原材料价格走势.....23
5 房地产数据跟踪.....25
风险提示：.....27

图表目录

图表 1 小家电奥维各品类销售同比数据.....5
图表 2 小家电淘系各品类销售同比数据.....6
图表 3 小家电奥维各品类分品牌销售额同比.....7
图表 4 九阳各品类 2020 年销售数据.....8
图表 5 苏泊尔各品类 2020 年销售数据.....9
图表 6 小熊各品类 2020 年销售数据.....10
图表 7 新宝股份（摩飞）料理机 2020 年销售数据.....10
图表 8 科沃斯扫地机器人 2020 年销售数据.....11
图表 9 莱克吸尘器 2020 年销售数据.....11
图表 10 厨电奥维各品类销售同比数据.....12
图表 11 厨电淘系各品类销售同比数据.....12
图表 12 厨电奥维各品类分品牌销售额同比.....13
图表 13 老板电器各品类 2020 年销售数据.....13
图表 14 华帝各品类 2020 年销售数据.....14
图表 15 白电奥维各品类销售同比数据.....14
图表 16 白电淘系各品类销售同比数据.....15
图表 17 白电奥维各品类分品牌销售额同比.....15
图表 18 格力空调 2020 年销售数据.....15
图表 19 美的系各品类 2020 年销售数据.....16
图表 20 海尔各品类 2020 年销售数据.....16
图表 21 三季报预计披露时间表：家电.....20
图表 22 三季报预计披露时间表：轻工.....20
图表 23 家电指数周涨跌幅.....21
图表 24 家电指数年走势.....21
图表 25 家电重点公司估值.....22
图表 26 轻工指数周涨跌幅.....22
图表 27 轻工指数年走势.....22
图表 28 轻工重点公司估值.....23
图表 29 铜铝价格走势（美元/吨）.....24
图表 30 塑料价格走势（2005 年 11 月 1 日=1000）.....24
图表 31 TDI 价格走势（元/吨）.....24
图表 32 MDI 价格走势（元/吨）.....24
图表 33 刨花板价格走势（元/张）.....24
图表 34 中密度板价格走势（2010 年 6 月=1000）.....24
图表 35 钢材价格走势（1994 年 4 月=100）.....25
图表 36 人民币汇率走势.....25
图表 37 累计商品房销售面积（亿平方米）.....25
图表 38 当月商品房销售面积（亿平方米））.....25
图表 39 累计房屋竣工面积（亿平方米）.....26
图表 40 当月房屋竣工面积（亿平方米）.....26
图表 41 累计房屋新开工面积（亿平方米）.....26

图表 42 当月房屋新开工面积（亿平方米）.....26
图表 43 累计房屋施工面积（亿平方米）.....26
图表 44 大中城市成交面积（万平方米）.....26

1 数据专题--三季度家电数据总结

时值十月初，三季度刚刚结束。在 2020 年第三季度，家电市场一扫疫情的阴霾，销售逐渐回暖。我们选取奥维线上、淘系平台（淘数据）、奥维线下的数据，分别分析家电各板块分品类、分公司销售情况，希望通过总结终端销售数据，全面了解三季度家电市场的销售情况。

1.1 小家电：新兴品类及清洁电器突出，九阳小熊表现出色

小家电整体 Q3 增速略有放缓，但破壁机、料理机等新兴品类以及吸尘器、扫地机器人等清洁电器表现亮眼。九阳股份在淡季中依然保持出色表现，主要品类增长稳定。

三季度小家电主战场依然为线上渠道，各品类线上表现大幅优于线下。**分品类具体看，新兴小家电销售情况好于传统小家电**，料理机、破壁机增速远高于传统品类如榨汁机、电水壶等。此外，**三季度清洁电器表现突出，逆势上涨**，吸尘器 Q3 销额同增 30%（奥维线上），扫地机器人销额同增 66%（淘数据）。**从增长驱动来看**，根据奥维云网，吸尘器及扫地机器人均实现量价齐升；料理机增长主要由均价提升拉动，能够带来较高的溢价和利润空间。根据淘数据，破壁机均价下滑，增长来自于销量提升，通过促销来提升销额。

图表 1 小家电奥维各品类销售同比数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
电饭煲	销量	17%	25%	10%	-51%	-37%	-41%
	销额	11%	10%	1%	-47%	-29%	-36%
	均价	-5%	-12%	-8%	7%	12%	7%
豆浆机	销量	14%	50%	27%	-72%	-52%	-54%
	销额	9%	19%	-5%	-68%	-56%	-54%
	均价	-5%	-21%	-25%	13%	-8%	1%
料理机	销量	110%	73%	-12%	-33%	-15%	-19%
	销额	78%	84%	2%	-44%	-25%	-30%
	均价	-15%	6%	15%	-16%	-11%	-14%
电水壶	销量	-7%	11%	-5%	-63%	-48%	-54%
	销额	-14%	-8%	-18%	-62%	-45%	-52%
	均价	-7%	-17%	-14%	1%	5%	5%
吸尘器	销量	39%	32%	17%	-42%	-22%	-34%
	销额	35%	26%	30%	-43%	-12%	-23%
	均价	-3%	-5%	10%	-1%	13%	16%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

图表 2 小家电淘系各品类销售同比数据

品类	指标	20Q1	20Q2	20Q3
电饭煲	销量	-8%	20%	34%
	销额	-8%	17%	43%
	均价	-1%	-2%	7%
豆浆机	销量	11%	73%	61%
	销额	13%	52%	17%
	均价	2%	-12%	-27%
榨汁机	销量	38%	8%	-54%
	销额	18%	-12%	-59%
	均价	-13%	-18%	-8%
破壁机	销量	75%	120%	132%
	销额	59%	78%	56%
	均价	-9%	-19%	-33%
净水器	销量	8%	77%	42%
	销额	8%	52%	22%
	均价	0%	-15%	-14%
扫地机器人	销量		91%	64%
	销额		75%	66%
	均价		-8%	1%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

分品牌来看，**九阳主要品类保持稳定增长**，增速处于行业较高水平，电压力锅和电饭煲等传统单品在 Q3 淡季销额依然实现 9%/8%的同比增速，料理机等新兴品类增速虽有放缓，但依然处于高位，Q3 同增达 46%，为公司带来新的增长点。科沃斯吸尘器环比持续提升，Q3 销额增速环比提升 15pct。摩飞料理机和小熊电饭煲实现超高增速主要由于去年同期基数较低。

图表 3 小家电奥维各品类分品牌销售额同比

品类	品牌	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
吸尘器	美的	52%	23%	10%	-34%	-11%	-36%
	苏泊尔	94%	92%	35%	-50%	-9%	-21%
	科沃斯	16%	15%	30%	-53%	-29%	-28%
	莱克				-54%	-38%	-32%
料理机	美的	22%	42%	15%	-46%	-34%	-36%
	九阳	101%	128%	46%	-41%	-5%	-17%
	苏泊尔	179%	156%	68%	-46%	-33%	-35%
	小熊	70%	72%	-6%	123%	133%	-34%
	摩飞	329%	94%	-10%	828%	419%	99%
电压力锅	美的	11%	8%	-1%	-44%	-28%	-36%
	九阳	16%	19%	9%	-46%	-20%	-32%
	苏泊尔	-13%	12%	-2%	-48%	-20%	-37%
电饭煲	美的	10%	5%	6%	-41%	-30%	-33%
	九阳	9%	2%	8%	-49%	-15%	-31%
	苏泊尔	4%	15%	-2%	-52%	-31%	-39%
	小熊	92%	340%	412%			
豆浆机	美的	-7%	2%	-53%	-84%	-70%	-61%
	九阳	-3%	-7%	-26%	-65%	-55%	-52%
	苏泊尔	39%	222%	213%	-82%	-70%	-77%
电水壶	美的	-13%	-6%	-17%	-58%	-43%	-48%
	九阳	1%	-8%	-24%	-60%	-37%	-48%
	苏泊尔	-14%	-2%	-12%	-60%	-40%	-46%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计；摩飞线上数据截至 W32

具体看各个公司销售情况:

（1）九阳股份

九阳股份在 Q3 小家电淡季多品类依然取得了较好的增长，料理机、台式电烤箱等新兴品类增速处于较高水平，其中料理机 Q3 均价同比提升 19%，推动销售额的提升。电饭煲、电压力锅等传统单品 Q3 依然能够保持正的增速。

图表 4 九阳各品类 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
豆浆机	销额同比	-3%	-7%	-26%	-65%	-55%	-52%
	均价	442	415	377	762	790	819
	均价同比	7%	-9%	-14%	11%	-12%	0%
料理机	销额同比	101%	128%	46%	-41%	-5%	-17%
	均价	307	285	319	424	455	443
	均价同比	12%	52%	19%	-2%	5%	-1%
电饭煲	销额同比	9%	2%	8%	-49%	-15%	-31%
	均价	210	212	194	424	455	443
	均价同比	2%	-7%	-9%	-2%	5%	-1%
电压力锅	销额同比	16%	19%	9%	-46%	-20%	-32%
	均价	245	239	251	421	433	449
	均价同比	-14%	-11%	-6%	-4%	0%	1%
台式电烤箱	销额同比	86%	96%	19%	-4%	8%	-24%
	均价	249	224	200	286	352	309
	均价同比	-2%	-13%	-17%	-15%	14%	-6%
洗碗机	销额同比	7%	-32%	-29%			
	均价	2,080	1,701	1,454			
	均价同比	3%	-14%	-23%			
电水壶	销额同比	1%	-8%	-24%	-60%	-37%	-48%
	均价	96	82	80	146	140	141
	均价同比	3%	-14%	-21%	12%	6%	3%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

（2）苏泊尔

苏泊尔 Q3 豆浆机、台式电烤箱品类表现亮眼，呈倍数增长。虽或因去年同期基数较低，但豆浆机线上销额增速和台式电烤箱线下销额增速环比 Q1 增速仍大幅提升。

图表 5 苏泊尔各品类 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
电饭煲	销额同比	4%	15%	-2%	-52%	-31%	-39%
	均价	243	235	246	601	619	605
	均价同比	-9%	-9%	0%	9%	9%	2%
电压力锅	销额同比	-13%	12%	-2%	-48%	-20%	-37%
	均价	309	303	321	652	665	671
	均价同比	-10%	-7%	3%	2%	3%	2%
豆浆机	销额同比	39%	222%	213%	-82%	-70%	-77%
	销额市占						
	均价	217	205	187	411	401	371
	均价同比	-19%	-25%	-30%	-6%	-5%	-14%
料理机	销额同比	179%	156%	68%	-46%	-33%	-35%
	均价	222	217	233	1,075	1,043	966
	均价同比	46%	83%	45%	-7%	-9%	-17%
台式电烤箱	销额同比	371%	192%	-36%	681%	1654%	1169%
	均价	254	246	242	305	309	279
	均价同比	-1%	-4%	-8%	8%	12%	8%
电水壶	销额同比	-14%	-2%	-12%	-60%	-40%	-46%
	销额市占						
	均价	110	96	103	155	157	157
	均价同比	-5%	-16%	-4%	-3%	1%	0%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计；

（3）小熊电器

小熊电器在上半年乘渠道之风实现了高速增长，Q3 淡季虽暂时增速有所放缓，但一些品类依然表现突出，**台式电烤箱虽线上暂时遇冷，但线下实现了高速增长，同增达 87%，助力公司提升全渠道竞争力**。传统单品电饭煲实现超高速增长，环比 Q1、Q2 增速仍有提升。

图表 6 小熊各品类 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
电饭煲	销额同比	4%	15%	-2%	-52%	-31%	-39%
	均价	243	235	246	601	619	605
	均价同比	-9%	-9%	0%	9%	9%	2%
电压力锅	销额同比	-13%	12%	-2%	-48%	-20%	-37%
	均价	309	303	321	652	665	671
	均价同比	-10%	-7%	3%	2%	3%	2%
豆浆机	销额同比	39%	222%	213%	-82%	-70%	-77%
	销额市占						
	均价	217	205	187	411	401	371
	均价同比	-19%	-25%	-30%	-6%	-5%	-14%
料理机	销额同比	179%	156%	68%	-46%	-33%	-35%
	均价	222	217	233	1,075	1,043	966
	均价同比	46%	83%	45%	-7%	-9%	-17%
台式电烤箱	销额同比	371%	192%	-36%	681%	1654%	1169%
	均价	254	246	242	305	309	279
	均价同比	-1%	-4%	-8%	8%	12%	8%
电水壶	销额同比	-14%	-2%	-12%	-60%	-40%	-46%
	销额市占						
	均价	110	96	103	155	157	157
	均价同比	-5%	-16%	-4%	-3%	1%	0%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计；

（4）新宝股份（摩飞）

摩飞料理机销额增速环比有所放缓，但**均价改善明显**，Q3 线上线下均价同比分别提升 10%、7%。

图表 7 新宝股份（摩飞）料理机 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
料理机	销额同比	329%	94%	-10%	828%	419%	99%
	均价	218	226	231	205	198	213
	均价同比	-21%	3%	10%	-23%	-2%	7%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计；摩飞线上数据截至 W32

（5）科沃斯

科沃斯扫地机器人 Q3 环比持续改善，且均价提升明显。科沃斯扫地机器人线上线下均价较 Q2 分别提升 6pct、8pct。

图表 8 科沃斯扫地机器人 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
吸尘器	销额同比	16%	15%	30%	-53%	-29%	-28%
	均价	1,616	1,818	1,899	1,883	2,220	2,345
	均价同比	-1%	12%	18%	-2%	13%	21%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计；

（6）莱克

莱克吸尘器 Q3 线下继续缩窄，均价持续提升。

图表 9 莱克吸尘器 2020 年销售数据

品类	指标	线上			线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
吸尘器	销额同比				-54%	-38%	-32%
	均价				2,214	2,609	2,689
	均价同比				-11%	16%	20%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计；

1.2 厨电：整体恢复显著，老板电器表现亮眼

厨电板块相较 Q1 恢复显著，三季度各品类终端销售持续改善，老板电器全品类实现高速增长，表现突出。

厨电由于安装属性强，Q1 受疫情冲击较为明显，Q2 厨电各品类销售已实现明显回温，**Q3 在二季度基础上继续维持高增态势，各品类均表现优秀。**传统大单品烟灶消 Q3 销额同增 50%（淘数据），**集成灶和洗碗机实现全渠道增长**，消费者教育效果逐渐显现，渗透率不断提升。**从增长驱动来看，**线上渠道主要依靠销量拉动，线上均价较去年同期有所下降，线上有一定价格压力；相反，线下渠道均价提升明显，全品类均价实现同比正增长，助力提升线下销售利润率。

图表 10 厨电奥维各品类销售同比数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
厨电套装	销量	-15%	21%	9%	-53%	-15%	-19%
	销额	-26%	5%	8%	-54%	-11%	-13%
	均价	-13%	-13%	-1%	-2%	5%	7%
油烟机	销量	-5%	33%	32%	-51%	-12%	-12%
	销额	-19%	8%	17%	-53%	-10%	-8%
	均价	-15%	-19%	-11%	-5%	2%	5%
集成灶	销量	-4%	44%	23%	20%	39%	12%
	销额	-22%	30%	20%	14%	46%	19%
	均价	-19%	-10%	-2%	-5%	5%	6%
洗碗机	销量	47%	68%	52%	-24%	25%	20%
	销额	31%	53%	54%	-24%	27%	26%
	均价	-11%	-9%	1%	0%	1%	5%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

图表 11 厨电淘系各品类销售同比数据

品类	指标	20Q1	20Q2	20Q3
烟灶消	销量	-5%	44%	61%
	销额	-5%	40%	50%
	均价	0%	-3%	-7%
集成灶	销量			22%
	销额			19%
	均价			-3%
洗碗机	销量	39%	98%	59%
	销额	28%	86%	61%
	均价	-8%	-6%	1%
电烤箱	销量			25%
	销额			42%
	均价			14%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

分品牌看，一季度在疫情背景下，老板和华帝两大厨电品牌销额同比下降，幅度接近。但**从后续恢复程度看，老板电器表现更为优秀。**老板电器各品类实现高速增长，厨电套装和油烟机 Q3 销额同增 24%/25%，为公司增长提供稳定支撑，而嵌入式电烤箱和洗碗机增速尤为亮眼，且环比持续提升。

图表 12 厨电奥维各品类分品牌销售额同比

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
厨电套装	销量	-15%	21%	9%	-53%	-15%	-19%
	销额	-26%	5%	8%	-54%	-11%	-13%
	均价	-13%	-13%	-1%	-2%	5%	7%
油烟机	销量	-5%	33%	32%	-51%	-12%	-12%
	销额	-19%	8%	17%	-53%	-10%	-8%
	均价	-15%	-19%	-11%	-5%	2%	5%
集成灶	销量	-4%	44%	23%	20%	39%	12%
	销额	-22%	30%	20%	14%	46%	19%
	均价	-19%	-10%	-2%	-5%	5%	6%
洗碗机	销量	47%	68%	52%	-24%	25%	20%
	销额	31%	53%	54%	-24%	27%	26%
	均价	-11%	-9%	1%	0%	1%	5%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

具体看各个公司销售情况：

（1）老板电器

随着疫情影响渐消，Q2 老板电器改善显著，Q3 持续改善，增速喜人，老板电器各品类 Q3 均实现高速增长。传统拳头产品厨电套装和油烟机线上增速超 20%，关注度较高的洗碗机继 Q2 高速增长后，Q3 继续实现超 500%的高速增长，有望成为老板电器新的增长点。此外，老板电器各品类均价亦有较大改善，除洗碗机外线上各品类 Q3 均价较 Q2 提升 10pct~20pct。

图表 13 老板电器各品类 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
厨电套餐	**销额同比**	**-33%**	**4%**	**24%**	**-53%**	**-10%**	**-8%**
	均价	4,063	3,830	4,092	5,489	6,094	6,160
	均价同比	-8%	-10%	-1%	-7%	0%	4%
油烟机	**销额同比**	**-32%**	**3%**	**25%**	**-55%**	**-12%**	**-7%**
	均价	2,372	2,273	2,405	4,124	4,411	4,404
	均价同比	-13%	-16%	-7%	-6%	-2%	1%
嵌入式电烤箱	**销额同比**	**-64%**	**165%**	**366%**	**-35%**	**91%**	**71%**
	均价	4,813	5,413	5,884	8,010	7,800	7,956
	均价同比	-2%	10%	30%	18%	4%	1%
洗碗机	**销额同比**	**33%**	**180%**	**529%**	**-37%**	**90%**	**97%**
	均价	4,443	4,222	4,663	6,590	6,558	6,473
	均价同比	11%	6%	4%	-3%	-1%	-3%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

（2）华帝股份

华帝 Q3 增速略有下滑，整体看线下增速优于线上。从均价看，随着 618 大促结束，线上产品均价环比 Q2 改善明显。

图表 14 华帝各品类 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
厨电套餐	销额同比	-41%	-12%	-32%	-62%	-25%	-19%
	均价	3,424	3,307	3,442	4,723	4,633	4,322
	均价同比	-7%	-14%	0%	-2%	-6%	-9%
油烟机	销额同比	-36%	-6%	-24%	-59%	-6%	-15%
	均价	2,107	2,000	2,037	3,193	3,416	3,344
	均价同比	-5%	-13%	-8%	-10%	-4%	-5%
嵌入式电烤箱	销额同比	-70%	-49%	-56%	-54%	60%	5%
	均价	2,155	2,234	2,800	4,817	5,132	5,079
	均价同比	-20%	-20%	2%	-4%	4%	2%
洗碗机	销额同比	1%	21%		-44%	192%	32%
	均价	4,241	3,696		4,935	5,309	5,159
	均价同比	34%	-3%		-1%	3%	0%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

1.3 白电：空调均价显著提升，线上优于线下

白电整体已从疫情中恢复，Q3 重回正常增长水平。海尔 Q3 表现优秀，空冰洗线上销额实现超 30%的增速，线下降幅亦低于可比公司。

随着白电价格战结束，Q3 空冰洗各品类均价明显提升，空调均价提升尤为显著，线上均价 Q3 环比 Q2 提升 13pct（奥维）、16pct（淘数据）。线上表现明显优于线下，线上冰洗重回高位增长，销额增速超 20%。**从增长驱动来看，空冰洗线上均实现量价齐升。**

图表 15 白电奥维各品类销售同比数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
空调	销量	-25%	21%	4%	-55%	-16%	-24%
	销额	-43%	5%	4%	-62%	-22%	-27%
	均价	-25%	-13%	0%	-16%	-7%	-4%
冰箱	销量	6%	22%	18%	-42%	-12%	-18%
	销额	2%	17%	31%	-41%	-3%	-11%
	均价	-3%	-3%	11%	2%	10%	8%
洗衣机	销量	0%	23%	16%	-47%	-18%	-17%
	销额	-6%	17%	21%	-45%	-9%	-11%
	均价	-6%	-5%	4%	5%	10%	7%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

图表 16 白电淘系各品类销售同比数据

品类	指标	20Q1	20Q2	20Q3
空调	销量	-14%	-10%	-37%
	销额	-17%	-4%	-22%
	均价	-3%	7%	23%
洗衣机	销量	-8%	7%	37%
	销额	5%	15%	40%
	均价	14%	7%	2%

资料来源：淘数据，华安证券研究所

分品牌看，海尔 Q3 线上全品类表现优异，空冰洗增速均超过 30%；格力空调相较 Q1 恢复显著，Q3 线上销额增速达 32%；小天鹅洗衣机 Q3 线上继续维持高位增长，销额同增 32%。

图表 17 白电奥维各品类分品牌销售额同比

品类	品牌	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
空调	海尔	17%	66%	41%	-52%	-5%	-14%
	美的	-20%	27%	10%	-56%	-2%	-10%
	格力	-30%	71%	32%	-65%	-22%	-30%
冰箱	海尔	22%	33%	39%	-36%	1%	-7%
	美的	3%	24%	37%	-37%	6%	-9%
洗衣机	海尔	8%	26%	30%	-38%	-5%	-5%
	美的	-10%	20%	4%	-49%	-19%	-17%
	小天鹅	5%	32%	32%	-44%	-5%	-14%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

具体看各个公司销售情况：

（1）格力空调

格力空调 Q2 线上高增，Q3 增速有所放缓，但依然维持高位，同增达 32%。**随着空调价格战缓解，Q3 线上线下均价环比提升明显，分别较 Q2 提升 13pct、6pct。**

图表 18 格力空调 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
空调	销额同比	-30%	71%	32%	-65%	-22%	-30%
	均价	2,937	2,821	3,173	3,772	3,972	3,933
	均价同比	-33%	-27%	-14%	-19%	-14%	-8%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

（2）美的集团

美的各品类线上均价改善明显，已恢复至正常水平。美的冰箱和小天鹅洗衣机 Q3 线上实现高速增长，同增分别达 37%、32%。

图表 19 美的系各品类 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
冰箱	销额同比	3%	24%	37%	-37%	6%	-9%
	均价	2,316	2,252	2,432	4,119	4,360	4,176
	均价同比	5%	7%	11%	2%	7%	1%
美的洗衣机	销额同比	-10%	20%	4%	-49%	-19%	-17%
	均价	1,340	1,404	1,287	2,255	2,415	2,106
	均价同比	-5%	5%	-1%	12%	14%	0%
小天鹅洗衣机	销额同比	5%	32%	32%	-44%	-5%	-14%
	均价	1,624	1,690	1,640	3,549	3,994	3,343
	均价同比	-12%	-4%	4%	5%	15%	3%
空调	销额同比	-20%	27%	10%	-56%	-2%	-10%
	均价	2,313	2,368	2,742	3,148	3,332	3,343
	均价同比	-29%	-16%	1%	-16%	-8%	-7%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

（3）海尔智家

海尔 Q3 整体线上优于线下，线上空冰洗各品类维持高位增长，同时均价同样显著改善。

图表 20 海尔各品类 2020 年销售数据

品类	指标	奥维线上			奥维线下		
		20Q1	20Q2	20Q3	20Q1	20Q2	20Q3
冰箱	销额同比	22%	33%	39%	-36%	1%	-7%
	销额市占						
	均价	2,471	2,301	2,474	4,951	5,266	5,144
	均价同比	-9%	-4%	10%	-2%	4%	2%
洗衣机	销额同比	8%	26%	30%	-38%	-5%	-5%
	均价	1,482	1,667	1,723	3,276	3,662	3,588
	均价同比	-14%	-8%	12%	1%	4%	6%
空调	销额同比	17%	66%	41%	-52%	-5%	-14%
	均价	2,360	2,474	2,872	3,206	3,329	3,561
	均价同比	-35%	-22%	2%	-25%	-15%	-6%

资料来源：奥维云网，华安证券研究所

注：Q3 数据截至 9.27，其中 9 月数据为周度累计

总体来看，三季度家电行业已基本从疫情阴霾中恢复，市场回温，多品类重现高增长。小家电在 Q3 淡季中整体增速略有放缓，但破壁机、料理机等新兴品类以及吸尘器、扫地机器人等清洁电器表现亮眼。**九阳股份在淡季中依然保持出色表现，主要品类增长稳定。四季度即将迎来双十一、双十二等旺季营销，值得期待。厨电**三季度各品类终端

销售持续改善，老板电器全品类实现高速增长，表现突出。**白电** Q3 均价提升明显，线上冰洗重回高位增长，销额增速超 20%。

2 板块周度观点

2.1 家电板块

我们依然维持新消费和地产回暖两条投资主线的观点。新消费时代，长期重点看好充满活力的小家电板块，建议关注 Q3 销售淡季带来的回调机会。各新兴企业和大单品龙头均加速上新，推出受年轻人喜欢的高颜值潮萌新品，持续建议关注多年维持小家电领域龙头地位、且能够顺应时代变迁迅速调整的**九阳股份**，如今已形成适应年轻人需求的产品研发体系、适应新消费的快速响应供应链体系和营销模式，预计新消费的发展将为九阳股份带来新一轮增长点。建议关注具备较强爆款复制能力的**新宝股份**，公司具备多年为海外高端品牌代工经验，供应链体系先进高效、能够快速响应，且旗下摩飞等自主品牌已探索出可复制的爆款模式，随着公司将摩飞的成功复制到旗下其他品牌与产品，未来进一步增长可期。并建议关注小家电稳定龙头**苏泊尔**、销量热度持续高涨的细分领域龙头**小熊电器**、专注打磨高端小家电品质和钻研用户需求的**北鼎股份**。

8 月地产销售开发投资维持高增态势，地产百强销售增速新高，30 大中城市成交面积有所提升。从历史数据来看，竣工在四季度迎来释放，维持全年地产竣工修复的判断，持续推荐地产后周期产业链。厨电 Q3 销售增速恢复显著，数据表现亮丽，在竣工正增长、地产回暖的长期逻辑下，持续建议关注具备较强产品优势和发展潜力的集成灶细分领域龙头**浙江美大**。受地产事件影响，老板电器股价短期承压，**我们认为市场不必过于担心，公司在工程渠道客户结构持续改善，地产商合作范围不断扩大，单一大客户依赖程度降低，同时通过每月开商票的方式结算货款，可以持续关注客户经营状况，风险可控。**建议持续关注零售恢复显著，同时随着地产转暖，预计将有明显边际改善精装修渠道厨电龙头**老板电器**。

2.2 轻工板块

装修旺季来临，十一假期家装消费火热，把握家居配置机会：本周仅一个交易日，家居板块集体反弹，伴随恒大事件的解决以及三季报逐渐披露，仍然建议把握家居配置机会。根据《阿里巴巴 2020“十一”假期消费出行趋势报告》，十一家装消费火热，且呈现出线上选购、线下体验的消费趋势。10 月 1 日-10 月 3 日，天猫线上家装品牌引导至线下门店的成交额同比提升 50.5%，其中新品牌占比 35%。线上成交爆发强劲，定制整体衣帽间同比增长 2536%，智能家居套装同比 377%，可视门铃同比 1831%。**另一方面，9 月百强地产销售尽管单月增速环比放缓，但全口径销售金额仍有 25%的较高速增长。**

近期 MDI 等原材料价格上涨，MDI 是生产海绵、记忆棉、胶粘剂等材料的主要原料，提示关注原材料价格变化对软体家居企业盈利可能出现的影响。根据万华的公告，自 2020 年 10 月份开始，万华中国地区聚合 MDI 分销市场挂牌价 19600 元/吨（比 9 月

份价格上调 2600 元/吨），直销市场挂牌价 19600 元/吨（比 9 月份价格上调 2600 元/吨），单月涨幅达 15%；纯 MDI 挂牌价 19800 元/吨（比 9 月份价格上调 1800 元/吨），单月涨幅达 10%。

当前时点，我们从短中长期三个维度看好家居板块投资机会。1）短期看，家居零售逐季修复。Q1 受疫情影响，实地量尺安装无法进行，同时 Q1 线下接单也基本停滞。Q2 较 Q1 环比有明显改善，尤其是 5,6 月份，一方面是前期部分被压制的家居需求集中释放，另一方面门店客流也逐步恢复。Q3 根据我们了解到的情况，大部分家居类上市公司的接单是同比正增长的，部分企业有 20%左右的增长。下半年是家居的传统销售旺季，企业下半年收入占到全年的六七成。全年来看，部分企业通过下半年抢销售仍能实现全年收入利润正增长。**2）中期看，17 年的地产销售高峰对应的交房高潮有望来临。**2019 年 Q4 竣工回暖，2020 年 Q1 疫情打断竣工修复节奏。但从历史数据看，竣工是每年 Q4 尤其是 12 月迎来释放。2019 年 Q4 的竣工面积占到全年累计竣工面积的 51.35%，维持全年地产竣工修复的判断。8 月单月的竣工数据较 7 月边际改善的，8 月竣工数据的累计降幅缩窄，且 8 月地产销售单月高增能够给予板块估值一定支撑。**3）长期看，家居行业空间广阔，中小企业加速出清，利好龙头。**家居建材总体看是万亿市场，单品类厨柜衣柜分别是千亿市场。这其中定制家居对成品家居和手打家居始终存在挤压和替代。2017 年以来，大批家居公司上市扩产能，先后经历了地产降温和宏观经济增长放缓，行业竞争加剧的过程中出清了一些中小企业，此次疫情更是加速了这种出清。我们认为未来行业向龙头集中的速度有望加快，利好龙头。

个股方面，持续推荐索菲亚，建议关注欧派家居。索菲亚产品结构优化，终端竞争力增强。从中报数据来看，截至 2020 年上半年，预收账款同比增加 18.51%，预示着公司 Q3 的收入有望向好。上半年受疫情影响，公司省会城市收入下滑较多。但 Q2 公司省会城市店面接单同比增加 10%，Q2 的接单有望在 Q3 转化成工厂订单，下半年有望得到较大程度的修复。建议关注全渠道全品类发展的大家居龙**头欧派家居**。公司的产品矩阵和品牌矩阵是定制家居板块最完整的，且各品类发展也是最均衡的。Q2 单季度各项关键经营指标由负转正，下半年有望持续向好。

竣工修复和精装修渗透率提升的中长期逻辑下，推荐志邦家居、金牌厨柜，建议关注大亚圣象。志邦和金牌两家 Q2 收入增速位居行业前列，志邦的 Q2 收入增速为 20%以上。厨柜方面，按体量来看，志邦的厨柜收入是行业第二，金牌行业第三，均拥有较好的品牌知名度和产品竞争力。衣柜和大宗业务是拉动收入增长的重要引擎，两家大宗业务的占比都在 20%以上，且大宗业务乘精装修红利能保持高速增长。同时，两家公司均布局了海外、木门和整装等板块，为未来长远发展打下基础。**节前我们外发了志邦家居的深度报告，公司重视团队激励，主动出击，扩张提速，看好公司加速扩张跻身国内一线定制龙头的发展潜力。**

造纸方面，生态环境部日前表示，自 2021 年起中国全面禁止固体废物进口，将不再受理和审批固体废物进口相关申请。**中秋国庆来临，叠加“双十一”等年底促销，建议关注全品类造纸龙头太阳纸业**，公司战略布局领先，管理水平先进。同时建议关注白卡纸行业龙头**博汇纸业，**白卡纸行业竞争格局明朗，龙头协同提价路径清晰，且限塑令利好白卡纸需求上行。

轻工消费方面，持续推荐晨光文具，关注日用品板块个股排队上市。晨光文具在产品方面持续优化产品结构、精简 SKU、提升精品文创的收入占比。渠道方面，打造完美门店，不断提升晨光文具在终端市场的占有率，晨光联盟 APP 基本覆盖终端网络。**新业务方面，**科力普 2020 年上半年受疫情影响，收入同比增长 16.63%，Q2 开始企业陆续复工复产，**科力普下半年增长值得期待。**九木杂物社经过三年多的模式打磨，单店模型初步成熟，上半年疫情打断开店节奏，下半年至明年，九木的开店节奏有望提速。

日用品板块个股近期集中排队上市，已上市个股包括豪悦护理、百亚股份，蓝月亮和可靠护理已分别递交招股说明书，建议积极关注。目前来看，婴幼儿卫生用品市场发展较快，产品升级和渗透率提升仍有空间；女性卫生用品市场渐趋饱和，经期裤等产品升级迭代是新的增长点；成人失禁用品市场尚处于导入期，普及率有待提升，且目前低价产品更受欢迎。中国家庭清洁护理行业增速超世界平均水平，线上渠道增长最快。同时洗衣液由于拥有便利性较强且洗后问题较少等优点，正逐渐替代洗衣粉。

豪悦护理深耕吸收性卫生用品行业十余年，注重研发创新，发明经期裤、复合芯体、拉拉裤等明星产品。客户资源优质，结构全面，公司积极抢抓新零售业态发展机遇，与国内新零售品牌深度合作，借助新兴互联网渠道推广自有品牌。

百亚股份旗下拥有“自由点”、“妮爽”、“好之”、“丹宁”等个护品牌。其中“自由点”、“妮爽”是卫生巾品牌，分别定位中高端和大众产品；“好之”是婴儿纸尿裤品牌，定位中高端；“丹宁”为成人失禁用品品牌，定位中高端。公司在一次性卫生用品领域深耕多年，依靠多品牌、差异化的发展战略，专注打造中国一次性卫生用品领域的民族领先品牌。

蓝月亮是中国洗衣“液”时代的有力推动者和领跑者，不仅拥有丰富的产品矩阵，还有着强大的盈利能力。公司紧跟时代潮流，不断推陈出新，也牢牢抓住互联网时代机遇，大力发展线上渠道，2019 年，蓝月亮的线上洗衣液和洗手液市场份额均为行业第一。

可靠护理的主要产品包括婴儿护理用品、成人失禁用品、宠物卫生用品和口罩。自主品牌方面，公司主打成人失禁用品，拥有成人失禁用品知名品牌“可靠”，覆盖高、中、低各个市场定位。2017 年至 2019 年，公司和“可靠”品牌在国内成人失禁用品生产商和品牌中综合排名蝉联第一（主要按销售额指标综合排序），具有较强的市场影响力。

三季报预计披露时间表：

图表 21 三季报预计披露时间表：家电

【华安家电轻工】三季报预计披露时间表：家电

10月

一	二	三	四	五	六	日
19	20	21	22	23	24	25
	长虹美菱			**浙江美大**	**科沃斯**	
26	27	28	29	30	31	1
	新宝股份 **九阳股份** **苏泊尔** 开能健康 惠而浦 万和电气 阳光照明	**华帝股份** 飞科电器 东方电热 金海环境	**老板电器** **小熊电器** **海信家电** **北鼎股份** 佛山照明 得邦照明 欧普照明 奥马电器 立霸股份	**海尔智家** **石头科技** **莱克电气** 天际股份 春兰股份 日出东方	**美的集团** **格力电器** 澳柯玛	

资料来源：Wind，华安证券研究所

图表 22 三季报预计披露时间表：轻工

【华安家电轻工】三季报预计披露时间表：轻工

10月

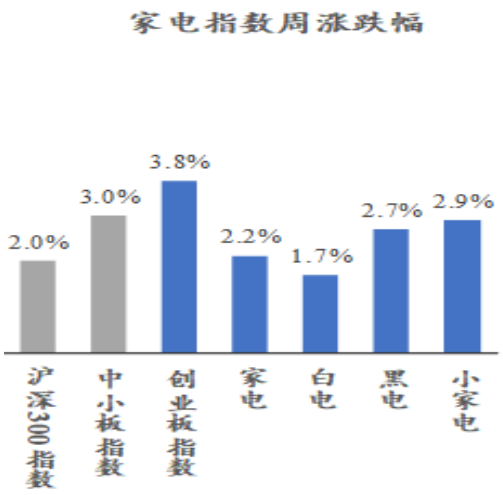
一	二	三	四	五	六	日
12	13	14	15	16	17	18
				好莱客	好太太	
19	20	21	22	23	24	25
	喜临门 松霖科技	**皮阿诺**	曲美家居 飞亚达	晨鸣纸业 **永新股份**	劲嘉股份	
26	27	28	29	30	31	1
	豪悦护理 集友股份 吉宏股份	我乐家居 **顾家家居** **晨光文具** 创源文化 **大亚圣象** **尚品宅配**	**志邦家居** **公牛集团** 齐心集团 **太阳纸业** **百亚股份**	**欧派家居** **金牌厨柜** **江山欧派** 恒林股份 奥瑞金 **海鸥住工** 合兴包装 乐歌股份 **索菲亚** **中顺洁柔**	**博汇纸业** 山鹰纸业 **梦百合** 惠达卫浴 **裕同科技**	

资料来源：Wind，华安证券研究所

3 本周家电轻工板块走势

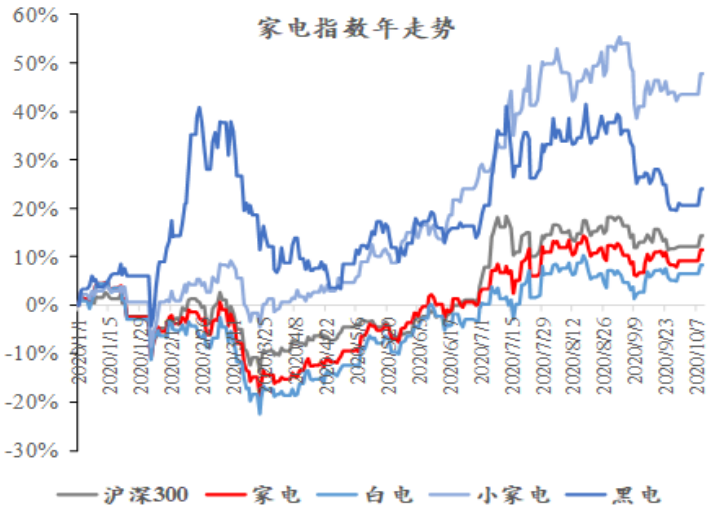
本周沪深 300 指数、中小板指数、创业板指数、家电板块、轻工板块涨跌幅分别为 2.0%、3.0%、3.8%、2.2%、2.5%。从细分板块看，白电、黑电、小家电、家居、造纸、包装、文娱轻工涨跌幅分别为 1.7%、2.7%、2.9%、2.3%、2.2%、3.4%、1.6%。

图表 23 家电指数周涨跌幅



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 24 家电指数年走势



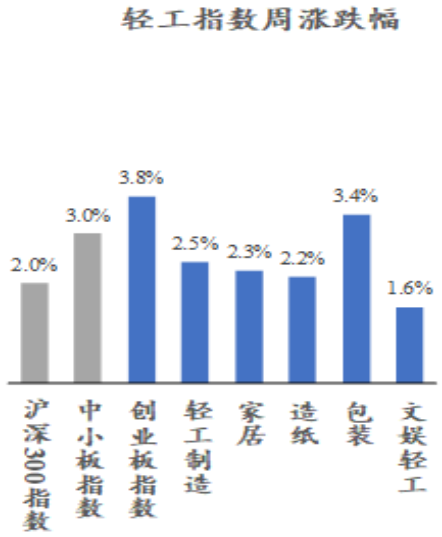
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 25 家电重点公司估值

【华安家电轻工】家电重点公司估值														
	公司	市值（亿元）	周涨跌幅	年初至今涨跌幅	EPS				PE				BVPS	PB
					19A	20E	21E	22E	19A	20E	21E	22E		
白电	美的集团	5,153	1.1%	29.4%	3.6	3.5	4.1	4.6	20.2	20.6	17.9	15.8	15.1	4.8
	格力电器	3,294	2.7%	-14.8%	4.1	3.5	4.3	4.8	13.0	15.1	12.3	11.0	18.8	2.8
	海尔智家	1,454	1.3%	15.6%	1.3	1.2	1.3	1.6	17.0	19.0	16.2	14.1	7.3	3.0
	海信家电	170	1.1%	4.6%	1.3	1.0	1.2	1.3	9.4	11.9	10.2	9.3	6.4	1.9
厨电	老板电器	312	0.5%	-1.4%	1.7	1.8	2.0	2.2	19.5	18.2	16.2	14.5	7.5	4.4
	浙江美大	121	2.7%	47.6%	0.7	0.8	0.9	1.1	25.8	23.1	19.4	16.3	2.4	7.7
	华帝股份	86	2.6%	-24.1%	0.9	0.8	0.9	1.1	11.3	12.2	10.2	9.0	3.5	2.8
小家电	苏泊尔	632	-2.5%	2.2%	2.3	2.4	2.8	3.1	33.7	32.7	28.3	25.2	8.4	9.4
	九阳股份	326	5.0%	72.2%	1.1	1.2	1.4	1.6	37.9	33.7	28.9	25.4	5.1	8.0
	小熊电器	194	0.1%	134.4%	2.7	2.8	3.6	4.5	46.3	43.9	34.8	27.7	11.3	11.0
	新宝股份	347	4.6%	165.7%	0.9	1.2	1.5	1.8	48.3	34.0	27.5	22.9	5.5	7.5
	科沃斯	273	4.6%	138.7%	0.2	0.6	1.0	1.2	210.4	71.3	48.1	37.2	4.5	10.4
	石头科技	408	2.2%	23.0%	15.7	14.4	17.9	21.6	38.3	41.5	33.5	27.7	89.7	6.7
	飞科电器	216	2.5%	34.3%	1.6	1.6	1.8	1.9	30.8	30.3	27.5	25.1	6.3	7.6
	莱克电气	142	-1.2%	47.7%	1.3	1.3	1.5	1.6	28.0	26.9	23.8	21.4	8.0	4.4
	荣泰健康	46	0.4%	12.2%	2.1	1.9	2.3	2.7	15.5	17.0	14.3	12.2	11.8	2.8
黑电	海信视像	174	2.7%	24.1%	0.4	0.6	0.7	0.9	30.5	20.8	17.5	15.2	11.1	1.2
	兆驰股份	291	4.0%	84.8%	0.3	0.3	0.4	0.5	24.7	18.4	15.2	13.1	2.2	2.8
	创维数字	105	2.9%	-16.9%	0.6	0.6	0.8	0.9	15.7	15.7	12.7	10.5	3.5	2.7

资料来源：万得一致预期，华安证券研究所

图表 26 轻工指数周涨跌幅



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 27 轻工指数年走势



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 28 轻工重点公司估值

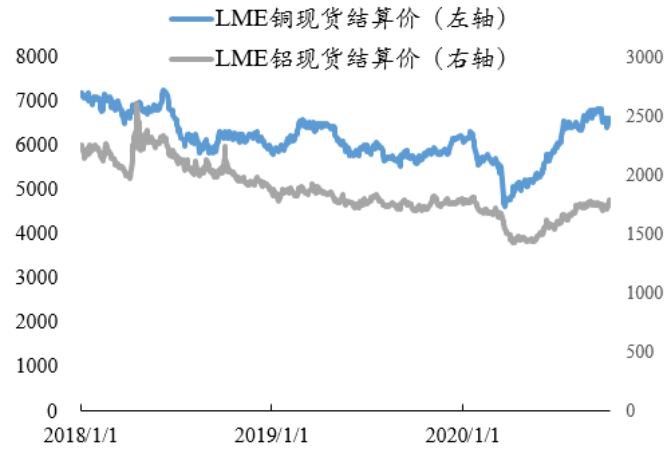
【华安家电轻工】轻工重点公司估值															
	公司	市值（亿元）	周涨跌幅	年初至今涨跌幅	EPS				PE				BVPS	PB
					19A	20E	21E	22E	19A	20E	21E	22E		
家居	欧派家居	646	0.6%	30.8%	4.4	3.3	4.0	4.6	24.4	32.3	27.1	23.4	15.3	7.0
	索菲亚	255	5.9%	37.2%	1.2	1.3	1.4	1.6	22.3	20.8	18.3	16.3	5.9	4.4
	尚品宅配	124	3.0%	-15.1%	2.7	2.5	3.1	3.6	22.6	24.6	19.4	16.9	16.9	3.6
	金牌厨柜	55	4.5%	24.0%	3.7	2.9	3.4	4.0	15.3	19.6	16.5	14.1	11.9	4.7
	志邦家居	72	3.3%	40.5%	1.5	1.6	1.9	2.2	20.8	19.3	16.1	13.8	8.4	3.7
	好莱客	54	5.4%	8.3%	1.2	1.2	1.3	1.5	14.2	14.0	12.4	11.1	7.6	2.2
	皮阿诺	33	3.0%	19.3%	1.1	1.4	1.8	2.2	18.5	15.3	11.8	9.3	7.6	2.8
	我乐家居	35	1.3%	3.3%	0.7	0.6	0.7	0.8	16.0	18.3	15.5	13.3	3.0	3.7
	顾家家居	391	2.5%	38.6%	2.0	2.1	2.5	2.9	30.5	28.9	24.2	20.5	9.1	6.6
	喜临门	50	0.8%	-16.9%	1.0	1.0	1.1	1.4	13.0	13.3	11.2	9.4	6.7	1.9
	梦百合	99	5.8%	36.3%	1.2	1.4	2.0	2.5	23.0	19.2	13.3	10.7	7.1	3.8
	江山欧派	122	-1.1%	199.0%	3.2	3.6	4.9	6.3	36.5	32.5	24.2	18.7	12.8	9.2
	公牛集团	914	0.8%	81.6%	4.3	4.0	4.8	5.6	35.4	38.0	31.7	26.9	15.4	9.8
造纸	中顺洁柔	287	2.3%	73.8%	0.5	0.7	0.8	1.0	45.6	31.3	25.9	21.6	3.2	6.6
	太阳纸业	367	0.1%	44.8%	0.8	0.8	1.1	1.2	16.8	17.2	13.3	11.3	5.8	2.5
包装	裕同科技	292	5.0%	26.9%	1.2	1.4	1.7	2.0	26.6	23.2	18.8	15.7	7.4	4.3
	奥瑞金	137	6.8%	33.8%	0.3	0.3	0.4	0.4	18.8	18.5	15.1	12.6	2.5	2.2
文娱	晨光文具	629	-0.2%	40.2%	1.2	1.3	1.6	2.0	58.9	52.7	42.2	34.1	4.8	14.2
	齐心集团	109	5.3%	23.2%	0.4	0.4	0.6	0.8	40.3	32.0	23.6	17.8	4.6	3.1

资料来源：万得一致预期，华安证券研究所

4 原材料价格走势

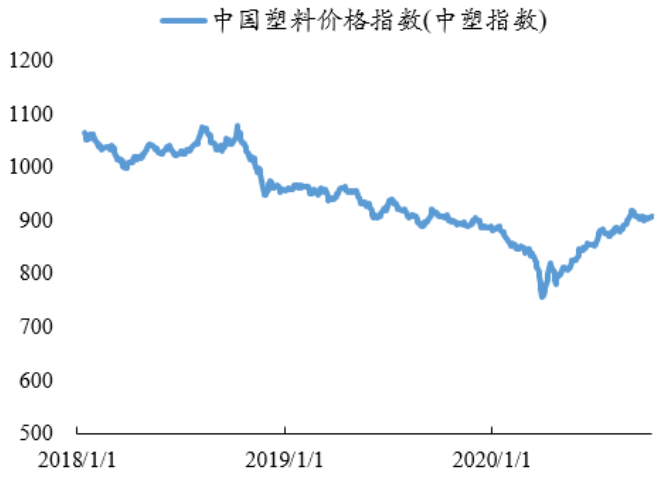
本周 SHFE 铜、铝现货结算价分别为 6612、1786 元/吨，本周涨跌-0.04%、4.08%，年初至今涨跌 7.23%、0.79%。钢铁价格指数、中塑价格指数为 107、907，本周涨跌-0.49%、0.62%，年初至今涨跌 0.20%、2.64%。本周 TDI、MDI 华南地区主流市场价格 17000、18000 元/张，本周涨跌 0%、5.88%，年初至今涨跌 49.12%、41.73%。本周上海福人 9 厘米刨花板、临沂人造板价格指数（中密度板）分别为 42.49、1328.63，本周涨跌 0.05%、-2.04%，年初至今涨跌 3.33%、-6.04%。

图表 29 铜铝价格走势（美元/吨）



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 30 塑料价格走势（2005 年 11 月 1 日=1000）



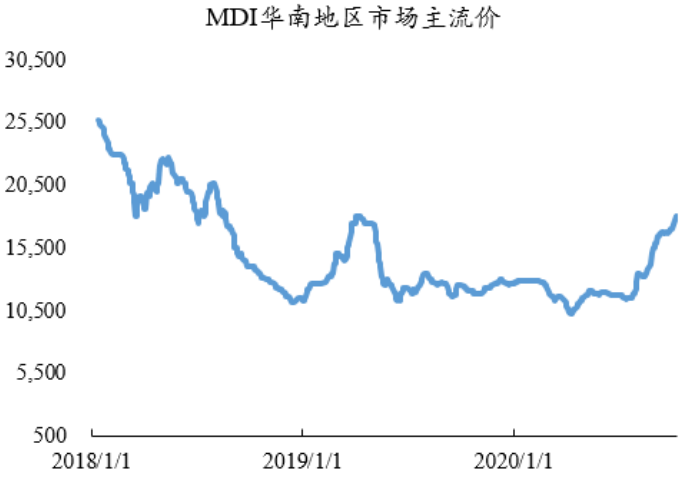
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 31 TDI 价格走势（元/吨）



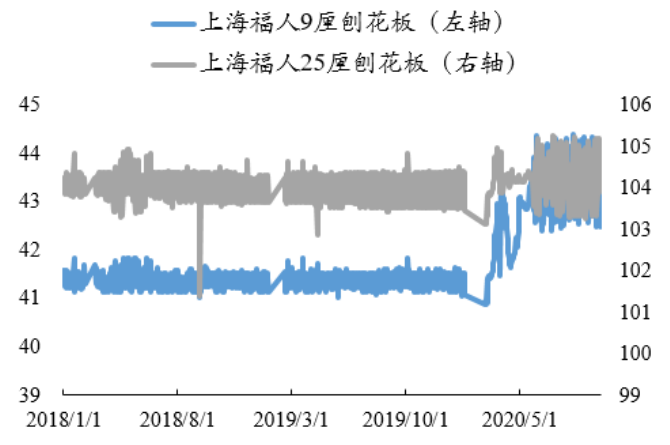
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 32 MDI 价格走势（元/吨）



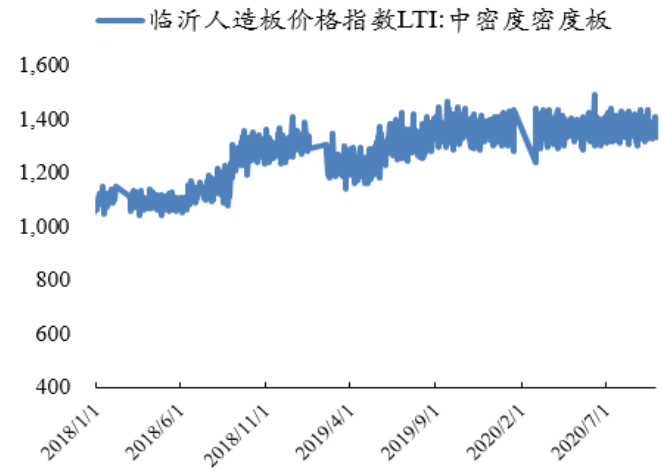
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 33 刨花板价格走势（元/张）



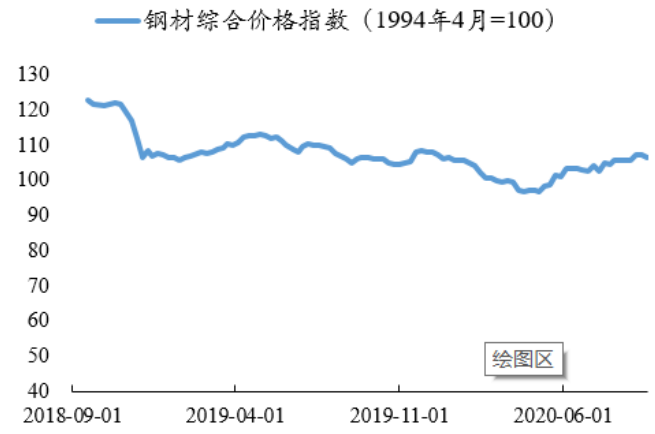
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 34 中密度板价格走势（2010 年 6 月=1000）



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 35 钢材价格走势（1994 年 4 月=100）



资料来源：wind，华安证券研究所

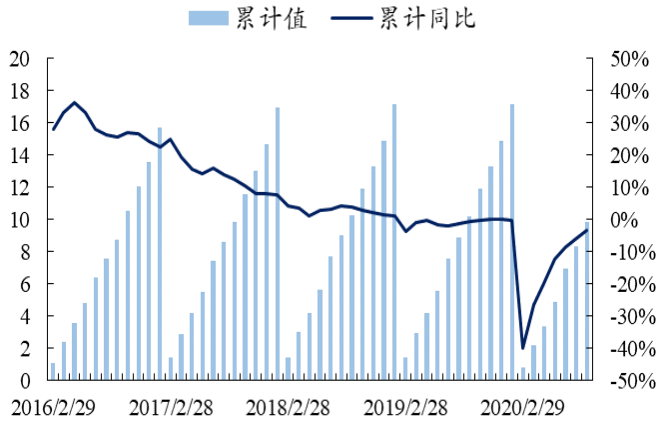
图表 36 人民币汇率走势



资料来源：wind，华安证券研究所

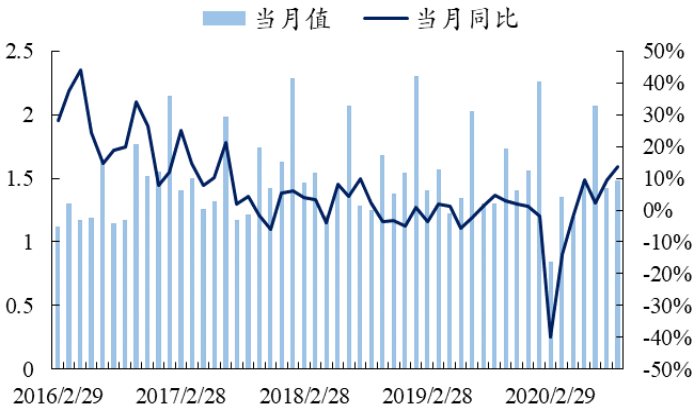
5 房地产数据跟踪

图表 37 累计商品房销售面积（亿平方米）



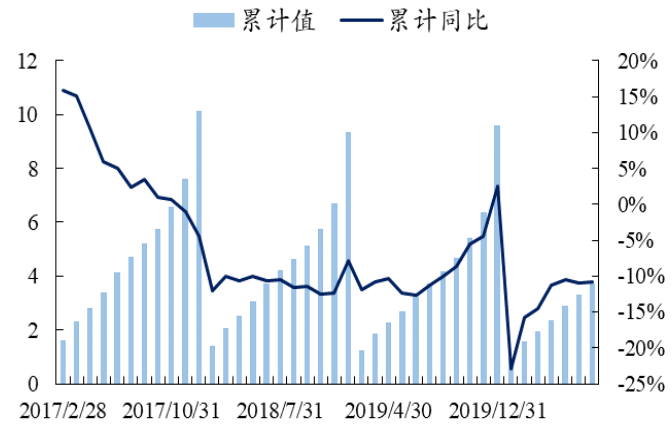
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 38 当月商品房销售面积（亿平方米））



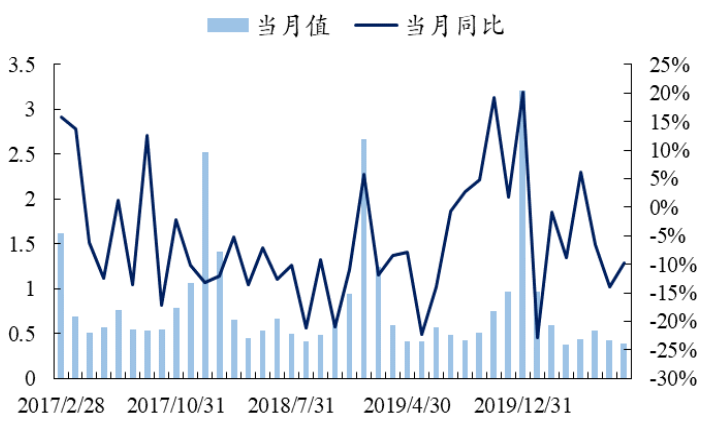
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 39 累计房屋竣工面积（亿平方米）



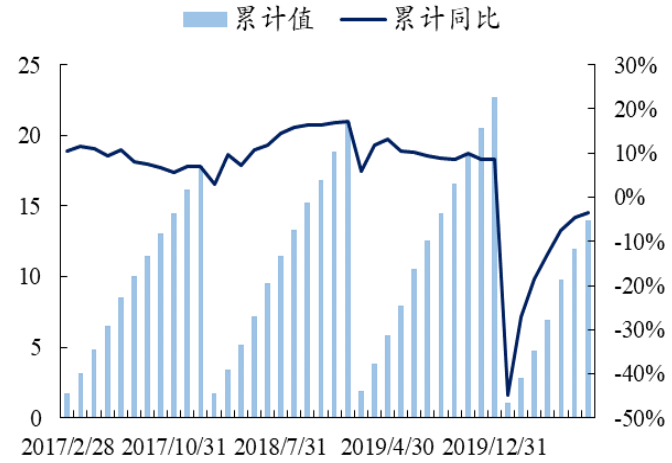
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 40 当月房屋竣工面积（亿平方米）



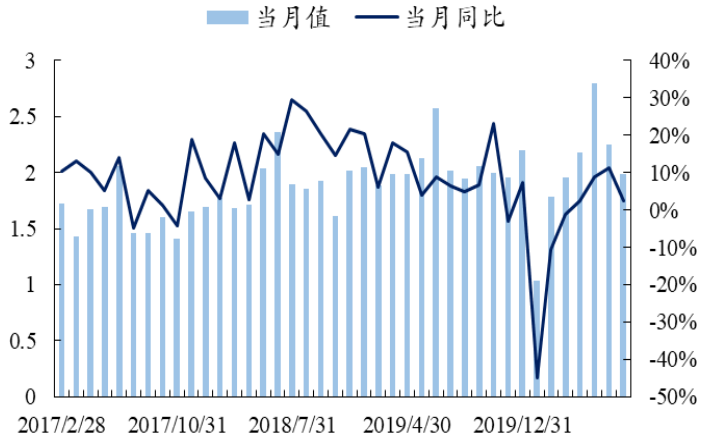
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 41 累计房屋新开工面积（亿平方米）



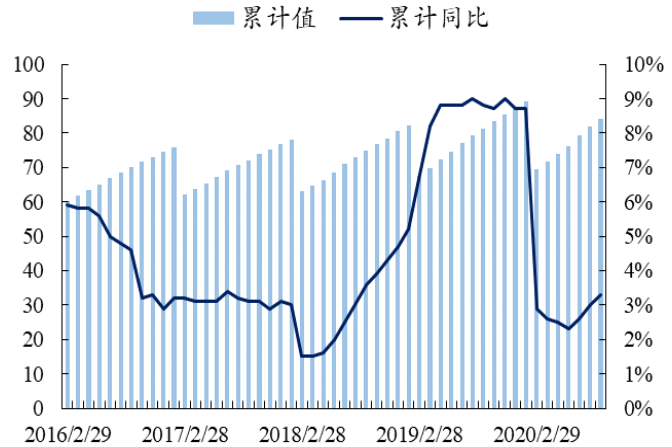
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 42 当月房屋新开工面积（亿平方米）



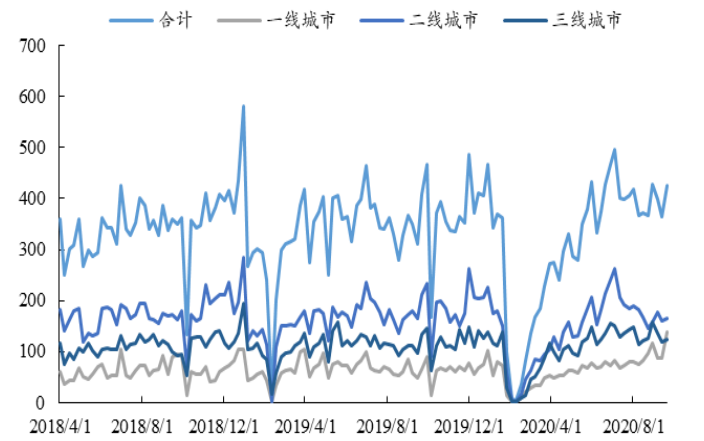
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 43 累计房屋施工面积（亿平方米）



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 44 大中城市成交面积（万平方米）



资料来源：wind，华安证券研究所

风险提示：

地产表现低迷，需求修复不及预期。

重要声明

分析师声明

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，以勤勉的执业态度、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，本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人对这些信息的准确性或完整性不做任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。报告中的信息和意见仅供参考。本人过去不曾与、现在不与、未来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任何形式的补偿，分析结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

华安证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。本报告中的信息均来源于合规渠道，华安证券研究所力求准确、可靠，但对这些信息的准确性及完整性均不做任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也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。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。华安证券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并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

本报告仅向特定客户传送，未经华安证券研究所书面授权，本研究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。如欲引用或转载本文内容，务必联络华安证券研究所并获得许可，并需注明出处为华安证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。如未经本公司授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司并保留追究其法律责任的权利。

投资评级说明

以本报告发布之日起 6 个月内，证券（或行业指数）相对于同期沪深 300 指数的涨跌幅为标准，定义如下：

行业评级体系

增持—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 5%以上；

中性—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-5%至 5%；

减持—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 5%以上；

公司评级体系

买入—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 15%以上；

增持—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 5%至 15%；

中性—未来 6-12 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至 5%；

减持—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 5%至 15%；

卖出—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 15%以上；

无评级—因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使无法给出明确的投资评级。 市场基准指数为沪深 300 指数。