行业研究

行业研究周报

申港证券股份有限公司证券研究报告

智能照明快速发展下各品牌加速布局

——家用电器行业周报 W27

申港证券 SHENGANG SECURITIES

投资摘要：

本周板块表现：本周沪深 300 指数上涨 6.78%，申万家用电器指数上涨 2.97%，涨幅低于沪深 300 指数 3.81pct，位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 25 位。从行业 PE（TTM）看，家电行业 PE（TTM）为 20.5 倍，位列申万 28 个一级行业的第 20 位。

原材料市场，大家电主要原材料冷轧卷板本周下滑，铜、铝价本周上升。其中冷轧卷板价格下跌 0.08%，铜价上升 2.53%，铝价上涨 1.66%，塑料价格上涨 1.33%。液晶面板 5 月价格均下滑，32 寸、43 寸、55 寸环比下降 3 美元、6 美元/片及 5 美元/片。**地产市场，**上周成交面积一线同比下降 26.3%，二线同比上升 1.5%，三线同比上升 19.6%。

每周一谈：智能照明快速发展下各品牌加速布局

照明行业全面进入 LED 时代，为智能照明推进打造基础。LED 作为照明第四代技术，2019 年国内 LED 产值 4700 亿元，4 年 CAGR 为 16%，LED 销量占总照明产品比例 2018 年已达 70%，照明增量市场 LED 已实现对传统替代，其所具备快速开关相应、卓越调光调色优势为智能照明场景化奠定基础。

智能照明技术推动下具强大功能优势。其技术特点包括分布式、遥控遥测、开放式、兼容性、互动性等，近年传感、通讯发展下的物联网技术及人工智能技术驱动场景化落地，带来智能照明具备全自动调光、自然光源充分利用、照度一致性、光场景智能转换等功能优势。

在智慧生活中，**智能照明产品应用分智能照明单品、场景化智能灯光方案和全屋智能家居系统方案三个层次。**由单品可使用智能终端遥控开关调光定时等功能，到场景化设定综合模式一键触发，再到照明与其他智能硬件联动控制，是照明体系逐步集成的过程，目前市场整体仍处于初级阶段。

智能照明市场快速发展，多场景应用联动推进智能照明。至 2019 年全球智能照明市场规模达 189.9 亿美元，6 年 CAGR 达 22%，尤其近三年增速高企。中国市场至 2019 年规模达 231.5 亿元，4 年 CAGR 为 24.1%，市场持续高速成长。同时智能家居整体场景持续推进，智能照明作为子产业占比 11.7%联动发展，且智慧城市等项目试点下商业照明、户外照明、公共照明应用有望扩张。

智能照明消费中价格仍为核心因素，吸顶灯、平板灯为热门品类。价格在智能照明消费影响因素中占比达 61.4%具首位，其次品牌因素占比 50%，市场目前产品技术差异化尚未充分显现，仍以价格竞争为主导。热销单品则以智能吸顶灯、智能平板灯、智能筒射灯为前三，欢迎度分为 59.1%、43.2%和 34.1%。

竞争格局三阵营中以国内传统照明品牌为主，欧普、Yeelight、雷士受市场欢迎度居前。在国际品牌、国内传统照明品牌、新型照明品牌三阵营中，目前仍以国内传统照明阵营为主，尤以欧普、雷士为代表。全品牌统计中欧普、Yeelight、雷士在市场欢迎度具前三，分为 50%、43.2%和 40.9%。伴随近年技术革新智能照明市场发展，各头部企业均大力加速布局智能照明市场。

投资策略及组合：智能照明在 LED 全面普及、智能家居相关技术推进下呈现快速发展趋势，头部企业大力加速布局下市场扩张及份额提升值得期待。推荐组合：格力电器、美的集团、海尔智家、老板电器、欧普照明各 20%。

风险提示：原材料价格大幅波动；疫情控制不及预期；地产修复不及预期。

评级　　增持（维持）

2020 年 07 月 05 日

秦一超　　分析师

SAC 执业证书编号：S1660520050002

qinyichao@shgsec.com

021-20639326

行业基本资料

股票家数	60
行业平均市盈率	19.25
市场平均市盈率	20.53

行业表现走势图



资料来源：申港证券研究所

相关报告

1、《家用电器行业研究周报：小家电的冲动消费特性探讨》2020-06-29

2、《家用电器行业研究周报：直播带货推广下各家电品牌加速布局》2020-06-22

3、《家用电器行业研究周报：单身经济影响下的家电消费变迁》2020-06-15

内容目录

1. 智能照明快速发展下各品牌加速布局 4
2. 本周家电板块行情回顾 9
3. 行业数据变化 11
3.1 原材料市场变化 11
3.2 地产数据变化 11
3.3 家电行业数据更新 12
4. 行业新闻及公司公告 16
4.1 行业新闻 16
5. 风险提示 19

图表目录

图 1： 中国 LED 照明市场规模及增速 4
图 2： 中国 LED 照明产品国内市场销量占比 4
图 3： 智能照明控制系统 5
图 4： 全球智能照明市场规模及增速 6
图 5： 中国智能照明市场规模及增速 6
图 6： 中国智能家居市场规模及增速 7
图 7： 智能家居中各智能子市场占比 7
图 8： 消费者购买智能照明产品的主要影响因素 7
图 9： 不同智能照明产品受消费者欢迎程度对比 7
图 10： 各智能照明品牌受经销商及消费者的欢迎度 8
图 11： 本周各板块涨跌幅（%） 10
图 12： 各版块 PE(TTM）对比 10
图 13： 重点公司本周涨跌幅（%） 10
图 14： 冷轧卷板价格变化（1.0mm，元/吨） 11
图 15： LME3 个月铜价、铝价变化（美元/吨） 11
图 16： 中塑指数变化 11
图 17： 液晶面板价格变化（美元/片） 11
图 18： 简化指数季度增速 12
图 19： 30 大中城市商品房成交面积边际变化（周至 2020.06.28） 12
图 20： 冰箱月度线上销量及增速 12
图 21： 冰箱月度线上销售额及增速 12
图 22： 冰箱月度线上均价及增速 13
图 23： 冰箱月度线下销量及增速 13
图 24： 冰箱月度线下销售额及增速 13
图 25： 冰箱月度线下均价及增速 13
图 26： 空调月度线上销量及增速 13
图 27： 空调月度线上销售额及增速 13
图 28： 空调月度线上均价及增速 14
图 29： 空调月度线下销量及增速 14
图 30： 空调月度线下销售额及增速 14
图 31： 空调月度线下均价及增速 14
图 32： 洗衣机月度线上销量及增速 14

图 33： 洗衣机月度线上销售额及增速 14
图 34： 洗衣机月度线上均价及增速 15
图 35： 洗衣机月度线下销量及增速 15
图 36： 洗衣机月度线下销售额及增速 15
图 37： 洗衣机月度线下均价及增速 15
图 38： 油烟机月度线上销量及增速 15
图 39： 油烟机月度线上销售额及增速 15
图 40： 油烟机月度线上均价及增速 16
图 41： 油烟机月度线下销量及增速 16
图 42： 油烟机月度线下销售额及增速 16
图 43： 油烟机月度线下均价及增速 16

表 1： 照明电器发展历程 4
表 2： 各品牌智能照明布局大事记 8

1. 智能照明快速发展下各品牌加速布局

照明灯具是最早进入人们生活的电器，而随着一百四十多年照明相关技术的发展，尤其近年传感、通信、人工智能等技术快速发展，可控可编程的数字电路普及，使智能照明更充分满足人们对空间照明环境的各类人性化需求，同时大幅改善管理节能，智能照明成为照明行业的升级趋势。

照明行业已全面进入 LED 时代，形成智能照明实现的基础。

- 照明技术历经 140 余年发展，按技术发展阶段划分为四个阶段，先后代表性光源为白炽灯、荧光灯、金卤灯及节能灯、LED 灯。其中 LED 即发光二极管，作为半导体器件可直接将电转化为光。各阶段照明产品各有优劣，但在环保节能、光效多场景等需求推进下，LED 照明成为主流，这也成为智能照明通过电路控制实现多功能场景的市场基础。

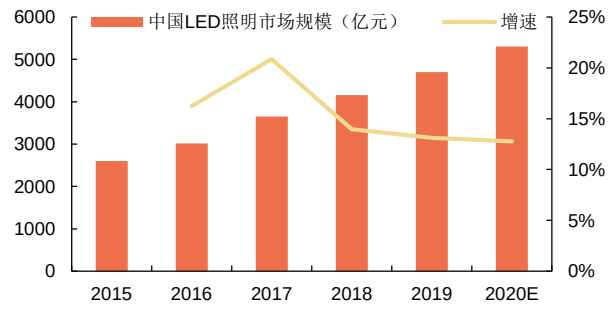
表1：照明电器发展历程

时间	概况	代表性光源	光效（lm/W）	特点
19 世纪末	1879 年爱迪生发明碳丝白炽灯，人类进入电气照明时代	白炽灯	13	电能利用率低 寿命短
1938~ 1980 年	欧洲和美国研制出荧光灯，荧光灯的光效和寿命均为白炽灯的 3 倍以上；光源进入低气压放电灯时代	荧光灯	80	输出效率高 寿命长体积小
1960-1980 年	出现细管径紧凑型节能荧光灯，小功率高压钠灯和小功率金属卤化物灯，电光源逐步小型化、节能化和电子化	金卤灯及节能灯	100	成本低显色性好 寿命为白炽灯的 8-15 倍
1993 年至今	日本发明 GaN 基蓝光 LED 和 YAG 荧光粉，进入半导体照明时代，直至智能灯泡进军照明市场的智能化时代	LED 灯	200	寿命长体积小环保省电

资料来源：申港证券研究所

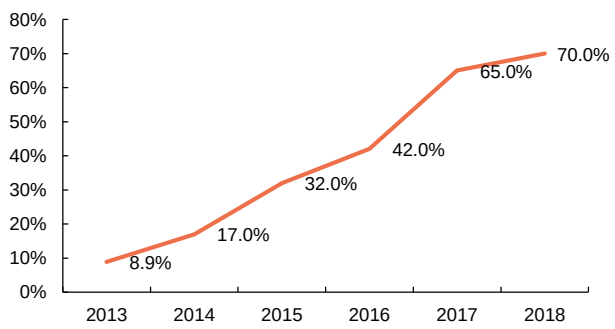
- **我国 LED 照明市场保持较高增速，规模庞大。**我国目前已成为最大 LED 照明产品生产国，国内 LED 产值规模由 2015 年 2596 亿元增至 2019 年 4700 亿元，4 年 CAGR 达 16%，并预计 2020 年有望实现 5300 亿元产值。

图1：中国 LED 照明市场规模及增速



资料来源：中商产业研究院，申港证券研究所

图2：中国 LED 照明产品国内市场销量占比



资料来源：国家半导体照明工程研发及产业联盟(CSA)，申港证券研究所

- **LED 快速成为国内照明市场核心产品。**据 CSA 数据，国内 LED 销量占总照明产

品的比例由 2012 年 3.3%迅速提升至 2018 年 70%，LED 在增量市场已快速实现对传统照明的替代。LED 已在家居照明、户外照明、工业照明、商业照明、景观亮化、背光显示等领域成为主流应用，市场需求持续增长。

- **LED 的开关及调光优势奠定了智能照明技术的基础。**LED 所具备的快速高频开关响应及丰富流畅的调光调色特性，较其他光源具备强大优势，可高效便捷的实现多元细分照明场景，这正实现了智能照明在产品端对光效、色温、均匀度等硬指标的控制调节需求。伴随进一步的传感、通信乃至物联网、云计算技术的推广，进一步实现了智能照明系统的场景落地和市场快速发展。

智能照明的定位及特点：

- **定义：**智能照明是指利用智能终端及系统进行信息收集、处理和操控，通过对灯光进行亮度调节、灯光开关机分布控制、光谱调节控制、场景设置等功能，达到安全、节能、健康、舒适等特点。
- **特点：**智能照明技术的特点包括分布式、遥控遥测、开放式、兼容性、互动性等。需要具备客户端智能操作技术和数据采集技术、无线通讯数据传输技术、云端大数据管理分析技术、客户在线体验的情境照明技术。
- **技术特征：**近年驱动智能照明推进落地的主要来自物联网技术与人工智能技术。物联网技术中传感、通讯技术发展结合嵌入式模组应用，使设备互联、人际交互得以实现。人工智能则通过记录用户生活数据进而分析、模拟、学习、决策，自主实现定制化场景服务。最终实现输入端集成语音、手势、App、面板等多种形式，输出端光谱可编程化场景联动。
- **功能优势：**相较传统照明，智能照明系统具备四大功能：1）全自动调光；2）自然光源充分利用；3）照度一致性；4）光场景的智能转换。进而可实现更便利的多元控制、更丰富的场景环境体验及更优化的资源管理。

图3：智能照明控制系统



资料来源：网络信息整理，申港证券研究所

智能照明产品应用在智慧生活中可分为智能照明单品、场景化智能灯光方案和全屋智能家居系统方案等三个层次。

- **智能照明单品：**包括智能灯泡，智能吸顶灯、智能筒射灯和智能灯带等产品，相对于传统照明设备，可以使用手机 APP，智能遥控器或者智能音响控制电源开关，

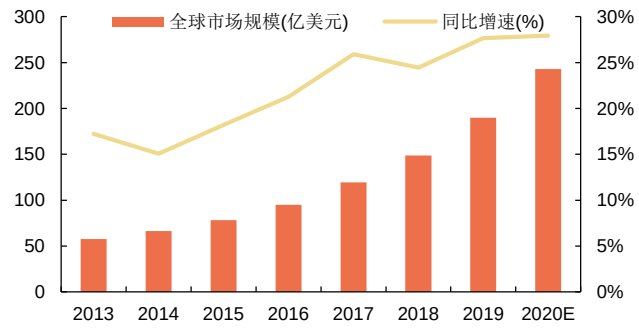
调节亮度，定时开启关闭等功能。

- **场景化智能灯光方案：**可以通过 App 来编辑和预览由不同照明设备构成的情景灯光模式，已经编辑的可以设定自定义的场景化，可根据自己的设想跟期待的灯光亮度、色温和颜色来设定属于自己的生活场景，然后通过 App 一键触发场景化。
- **全屋智能家居系统方案：**可以实现在不同场景下，灯光与其它智能硬件的联动，并提供手机 APP、墙壁开关和语音等多种控制方式，进而控制智能照明系统、智能影音娱乐、智能健康环境以及智能安全管理，确保家庭生活安全自在。

智能照明市场快速发展，规模持续扩大。

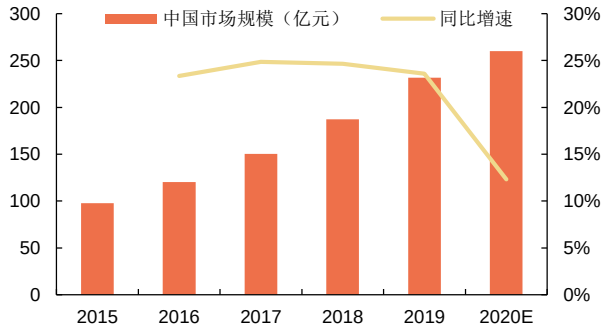
- **全球市场迎来高速发展期。**据前瞻产业研究院数据，至 2019 年全球智能照明市场规模达到 189.9 亿美元，6 年 CAGR 高达 22%，尤其近三年增速持续高企，并预计 2020 年实现 243 亿美元的规模。
- **中国市场规模持续迅速增长。**在早期推广阶段，国内智能照明市场由 2005 年的 19 亿规模增至 2017 年的 150 亿元，CAGR 达 25%左右。至 2019 年国内规模已达 231.5 亿元，4 年 CAGR 达 24.1%。前瞻产业研究院判断 2020 年或实现 260 亿元的规模。

图4：全球智能照明市场规模及增速



资料来源：前瞻产业研究院，申港证券研究所

图5：中国智能照明市场规模及增速

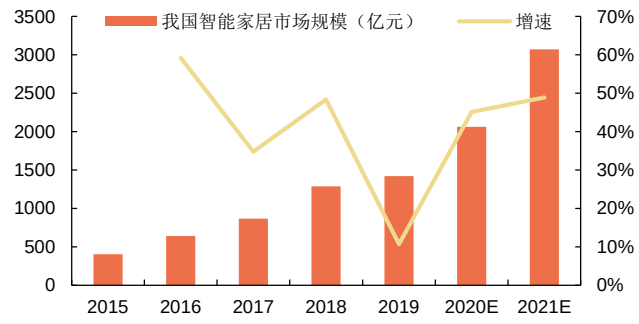


资料来源：前瞻产业研究院，申港证券研究所

多场景联动智能照明市场发展。

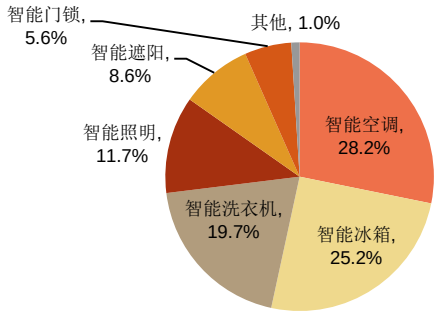
- **智能家居市场高速发展，联动智能照明子行业。**据前瞻产业研究院数据，2019 年我国智能家居整体市场为 1422 亿元，至 2021 年有望突破 3000 亿元。其中智能照明是家居场景的重要组成部分，据中商产业研究院数据智能照明子市场占智能家居比例达 11.7%，在智能化大趋势下具备较强联动发展趋势。
- 此外必须提及的是，在智能照明应用领域中，工商业照明是其中最大领域，其次为家居照明、户外照明及公共照明。2009 年后智慧城市概念兴起后国内各大城市大力支持智慧照明系统建设，近年北京、上海、南京、深圳等智慧城市试点应用下智能照明大幅提升城市照明管控、节约照明用电，并提供城市管理服务信息化智慧化的技术支撑，预期智慧城市建设推广中智慧照明市场将进一步扩张。

图6：中国智能家居市场规模及增速



资料来源：前瞻产业研究院，申港证券研究所

图7：智能家居中各智能子市场占比

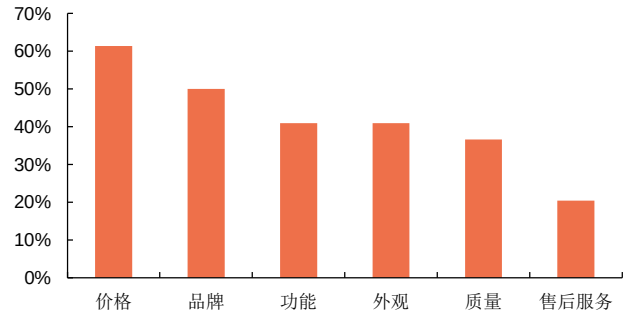


资料来源：中商产业研究院，申港证券研究所

智能照明市场的消费行为：价格及品牌仍为智能照明消费的主要影响因素，吸顶灯、平板灯为热门品类。

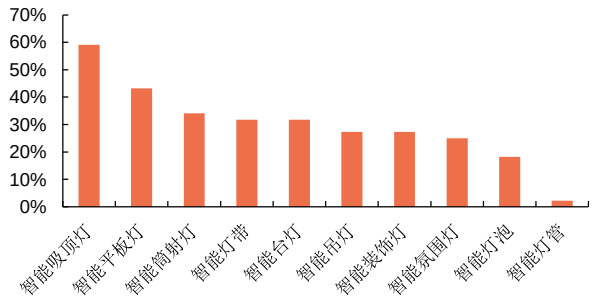
- **消费影响因素：**根据智哪儿统计，价格仍为智能照明最主要消费影响因素，统计占比达 61.4%，其次品牌因素占比未 50%，可见当下智能照明产品产品技术差异化尚不明显，更多为价格竞争市场。
- **热销单品：**在各智能照明单品中，智能吸顶灯、智能平板灯、智能筒射灯位居受欢迎的前三位，选项统计比例分为 59.1%、43.2%和 34.1%。

图8：消费者购买智能照明产品的主要影响因素



资料来源：智哪儿，申港证券研究所

图9：不同智能照明产品受消费者欢迎程度对比

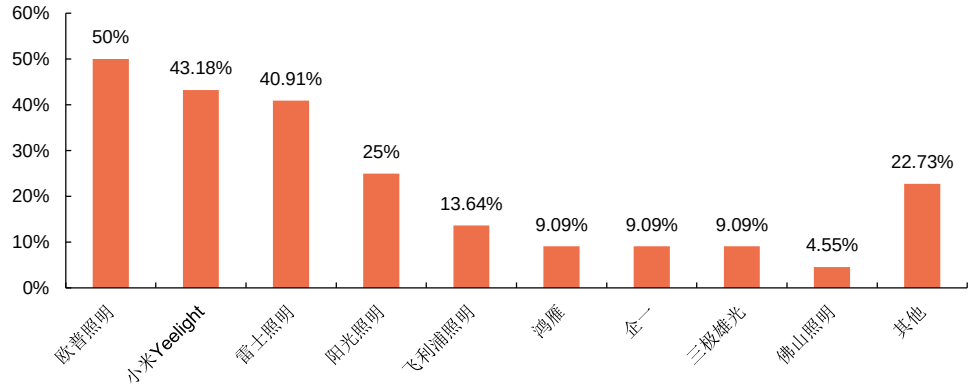


资料来源：智哪儿，申港证券研究所

在竞争格局方面，**国内传统照明品牌为智能照明主要参与者，欧普、Yeelight、雷士位居市场欢迎前三品牌。**

- 目前智能照明市场的主要竞争者按阵营可分为三大类，分别为国际照明品牌、国内传统照明品牌、新型照明品牌。其中国际品牌以昕诺飞（原飞利浦照明）为代表；新型照明品牌则以小米旗下的 Yeelight 最为突出；而当前主要阵营则为国内传统照明品牌，尤以龙头欧普照明、雷士照明为代表。
- 当前市场热度最高的品牌分别为欧普照明、Yeelight 和雷士照明，统计欢迎度分别为 50%、43.2%和 40.9%。

图10：各智能照明品牌受经销商及消费者的欢迎度



资料来源：智哪儿，申港证券研究所

伴随着近年通信技术革新推动了智能家居的发展，国内智能照明市场迎来进一步成长的契机，在行业变化下各照明品牌均加速发力布局智能照明市场，市场竞争趋向激烈化。随着智能照明普及带来的产品升级和营销模式革新，我们对智能照明市场发展及其中核心企业扩张报以极高期待。

表2：各品牌智能照明布局大事记

类型	公司	智能照明发展布局
国际照明品牌	昕诺飞（原飞利浦照明）	2014 年 3 月，宣布个人无线智能家居照明系统“飞利浦 hue”正式进入中国市场，革新了家居照明的应用方式。
		2016 年 11 月，昕诺飞和小米牵手，组建新的照明合资公司—飞彗智能照明,首款智能台灯一经上市便引爆全网。后续推出各类智能吸顶灯，智能床头灯等全套智能家居照明产品。
		2019 年 4 月，昕诺飞收购 WiFi 技术智能照明生态系统开发者—WizConnected.
国内照明品牌	欧普照明	欧普率先于业内完成了云（云平台）、管（行业应用）、端（智能终端）的智能照明产品综合体验。截至 2018 年底，包括智能控制模块在内的智能照明产品已经占比超过欧普总销售额的 20%。
		欧普积极开拓与多家平台企业在智能家居领域的跨界合作，在实现技术层面互联互通的基础上，进一步融入平台企业的线上线下渠道，以智能照明产品为切入点，与平台企业携手打造智能家居的生态系统。
		在商业照明领域，欧普坚持自主开发智能控制系统，并开放系统兼容第三方平台，率先在业内实现了蓝牙无线系统与传统有线照明和控制系统的完美融合。
	雷士照明	2017 年，雷士开始布局智能家居，与海尔家居等企业联合战略合作协议，正式进军智能家居生态圈。
		2018 年 5 月 11 日，雷士与阿里人工智能实验室签订战略合作协议，共同开发新一代的智能家居解决方案，多款产品以“天猫精灵”为中控接入阿里智能平台，实现智能家居对场景的控制。2018 年“双 11”，雷士与天猫 IoT 联合定制的智能新品套餐销售火爆并成功排在行业第一名。
		2019 年“双 11”雷士与小米联合推出智能照明新品，正式开启与小米生态的战略合作，同时接入华为 Hilink、vivo，推进智能家居生态圈融合。
	阳光照明	2014 年筹建专切的智能产品研发中心，开启了阳光照明智能家居的战略布局。
		2015 年 6 月，阳光照明智能研发中心开发了第一代智能产品，推出“阳光小智”平台，提供智能家居照明系列解决方案，囊括智能客厅、智能 1+1、智能家三大模块。
		2015 年 12 月，阳光照明与球移动和物联网后端云平台提供商 Kii 公司联合推出智能照明产品，此智能照明系统具有定时控制，远程操控和场景设置等功能，同时该智能照明设备更是完美的实现了低功耗高亮度、长寿命免维护和优异的防水散热特性等多种功能要求。

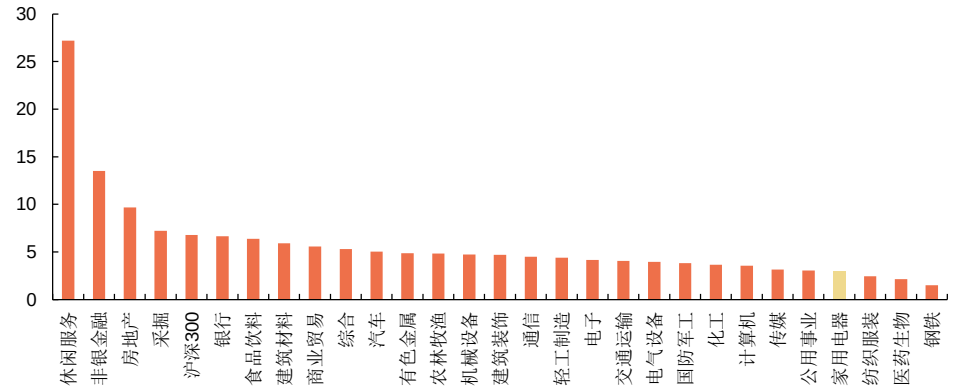
类型	公司	智能照明发展布局
		20161 月 9 日，阳光照明与京东微联签约合作。阳光照明提供联网产品和技术，京东提供云服务和大数据分析服务，双方合力打造强大的智能照明解决方案，实践“互联网+照明”。根据战略协议，在未来三年时间内，阳光照明将实现 1000 万台智能照明设备接入天猫精灵。
	三雄极光	三雄极光拥有完善的智能照明产品线，用户可根据场景需求决定照明方式、色温、照度。为不同的客户群体提供合适的控制方式（AI 语音控制、App、遥控器控制、墙边开关控制，自动化场景）。
		三雄极光积极开拓前装市场，面向地产公司、家装公司推出了定制化服务。截止 2019 年上半年，已经跟多家大型地产公司达成合作，三雄极光的智能照明产品已经在华东、华南地区多个楼盘的智慧社区、智能家居项目中得到应用。
	佛山照明	2018 年，佛山照明成功开发了针对国内地产商、电商、北美、欧洲等市场主流协议智能产品。通过与主流平台开展合作，如 Amazon、Google、天猫精灵、腾讯、京东、百度、华为等，使佛照产品兼容主流智能语音音箱。
		佛山照明已完成一套完善的智能照明解决方案，搭建了云服务器及后台控制、后台信息推广、大数据收集，实现了智能家居的手机终端控制、智能开关面板控制、语音控制、智能场景、智能联动触发等等多种控制手段。
		佛山照明已开发了并提供支持各类控制标准的产品，品类也都非常齐全，包括有线 DALI，无线 Zigbee，蓝牙 Mesh，WiFi 等各类照明
		目前，佛山照明根据客户的需求定制个性智能照明方案，并整合相关的智能技术合作伙伴及平台，打造出一个佛山照明智能生态系统，让该系统能在家居、商业、办公、教育等领域得到应用。随着不断的科技研发和智能照明相关概念的普及，佛山照明将带着更多的优质智能产品走进千家万户，为实现智慧城市发展贡献一份力量。
		佛山照明将会不断加大对智能+健康、植物照明、汽车智能互联照明方面的投入，以及加大产品工业设计方面的投入，同时也在积极关注照明新型材料、新技术的发展。
新型照明品牌	Yeelight	Yeelight 在 WiFi、BLEMesh 等交互技术领域持续探索，推动照明行业向智能化和便捷化方向发展。在发展智能照明技术的同时，Yeelight 将消费电子设计美学引入照明行业，已囊括 18 项全球顶级工业设计大奖，引领智能家居照明的设计方向。
		在人工智能和物联网技术发展的时代浪潮中，Yeelight 紧跟时代步伐，与全球主流 AIOT 平台开展广泛和深入的战略合作。从 2015 年起，便陆续获得国内外十几家主流 AIOT 平台的全面支持，也是国内首批支持 GoogleAssistant 和 AmazonAlexa 的智能照明品牌。
		Yeelight 积极推进自有软件生态系统的建立。在第一代 WiFi 产品研发时，就设计了 Yeelight 局域网开放协议，第三方开发者可以按照相关协议控制 Yeelight 设备。
		未来，Yeelight 在持续丰富智能照明产品矩阵的同时，将建立和优化“全屋智能照明设计”光环境服务体系，为更多用户带来智能照明的乐趣。
	飞慧智能照明	由昕诺飞和小米联合成立，目前已全线推出全屋智能照明解决方案，产品线覆盖飞利浦、米家和智睿三个品牌，台灯单品三年累计销量突破两百万台

资料来源：申港证券研究所

2. 本周家电板块行情回顾

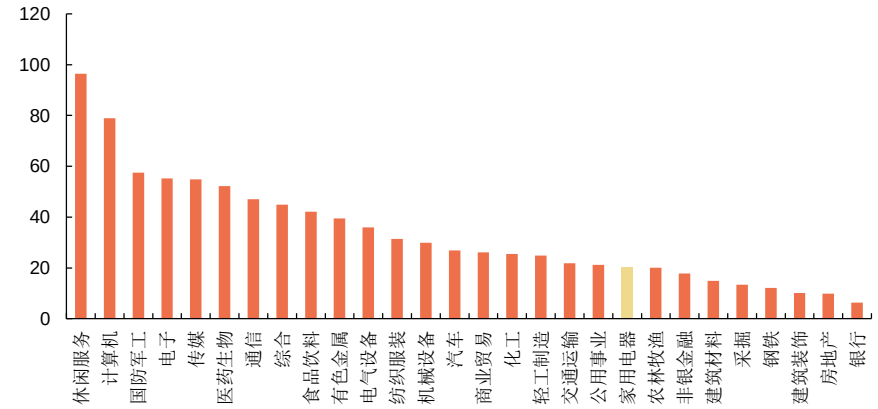
本周沪深 300 指数上涨 6.78%，申万家用电器指数上涨 2.97%，涨幅低于沪深 300 指数 3.81pct，位列申万 28 个一级行业涨跌幅榜第 25 位。从行业 PE（TTM）看，家电行业 PE（TTM）为 20.5 倍，位列申万 28 个一级行业的第 20 位。

图11：本周各板块涨跌幅（%）



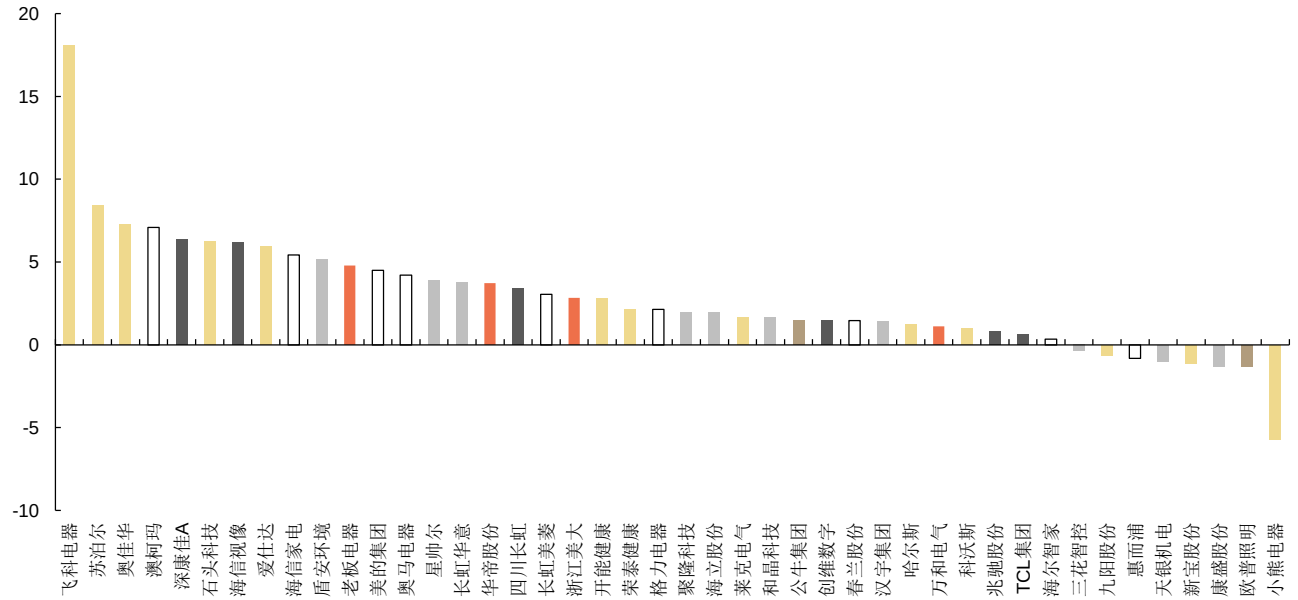
资料来源：wind，申港证券研究所

图12：各版块 PE(TTM）对比



资料来源：wind，申港证券研究所

图13：重点公司本周涨跌幅（%）



资料来源：wind，申港证券研究所 注：白色为白电，黑色为黑电，红色为厨电，黄色为小家电，棕色为照明民电，灰色为上游零部件

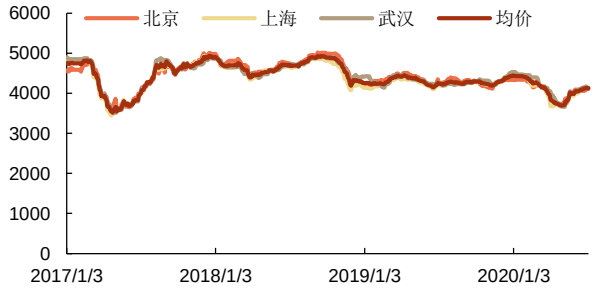
板块重点个股涨跌幅方面，涨幅前五：飞科电器（18.06%）、苏泊尔（8.42%）、奥佳华（7.24%）、澳柯玛（7.09%）、深康佳 A（6.35%）；跌幅前五：小熊电器（-5.71%）、欧普照明（-1.32%）、康盛股份（-1.31%）、新宝股份（-1.10%）、天银机电（-1.04%）。

3. 行业数据变化

3.1 原材料市场变化

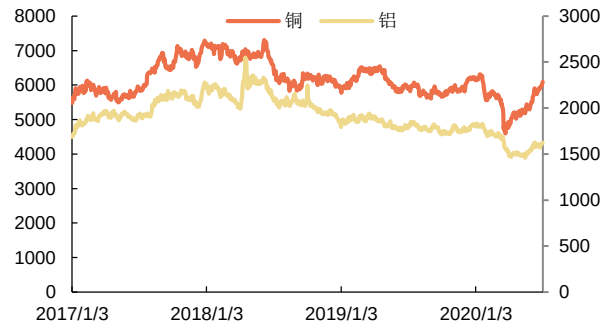
大家电主要原材料冷轧卷板本周下滑，铜、铝价本周上升。其中冷轧卷板价格下跌 0.08%，铜价上升 2.53%，铝价上涨 1.66%，塑料价格上涨 1.33%。液晶面板 5 月价格均下滑，32 寸、43 寸、55 寸环比下降 3 美元、6 美元/片及 5 美元/片。

图14：冷轧卷板价格变化（1.0mm，元/吨）



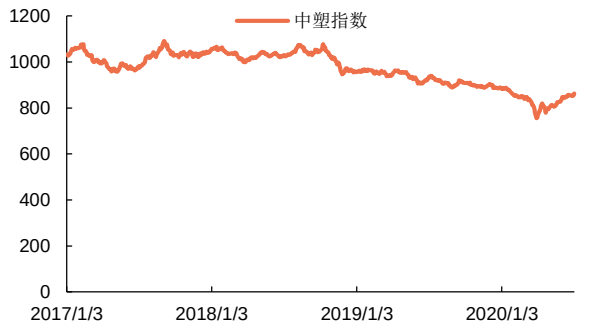
资料来源：wind，申港证券研究所

图15：LME3 个月铜价、铝价变化（美元/吨）



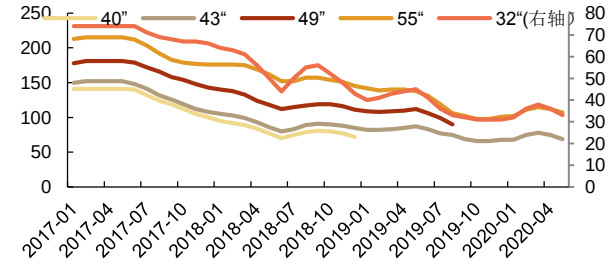
资料来源：LME，申港证券研究所

图16：中塑指数变化



资料来源：中塑资讯，申港证券研究所

图17：液晶面板价格变化（美元/片）



资料来源：wind，申港证券研究所

3.2 地产数据变化

本报告根据交房简化指数预测后续地产对家电的驱动影响，具体逻辑课参考前期报告《理论-实战-远期，地产家电模型三部曲》。简化指数显示后两季度地产驱动家电销量增速将显著回暖。

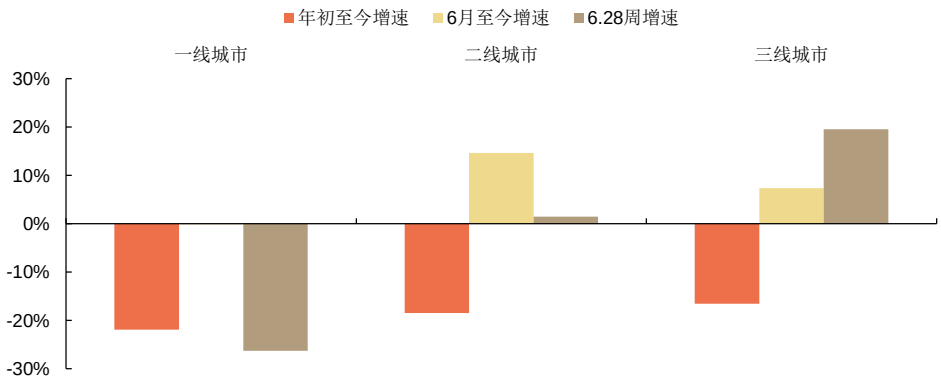
图18：简化指数季度增速



资料来源：国家统计局，申港证券研究所

主要城市商品房市场成交面积持续增加。上周成交面积一线同比下降 26.3%，二线同比上升 1.5%，三线同比上升 19.6%。

图19：30 大中城市商品房成交面积边际变化（周至 2020.06.28）



资料来源：wind，申港证券研究所

3.3 家电行业数据更新

2020 年 5 月冰箱线上销量 203.4 万台，同比增速 14.2%，销售额 33.0 亿元，同比增速-1.0%，均价 1624 元，同比增速-13.3%；冰箱线下销量 57.0 万台，同比增速-4.5%，销售额 26.8 亿元，同比增速 2.4%，均价 4697 元，同比增速 7.2%。

图20：冰箱月度线上销量及增速

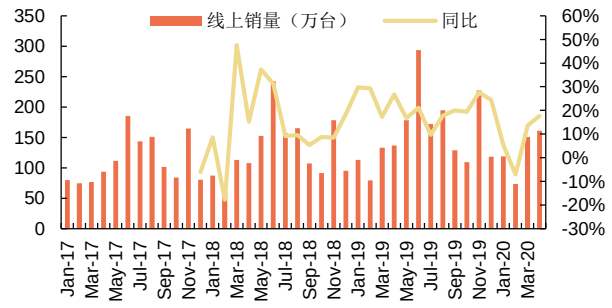
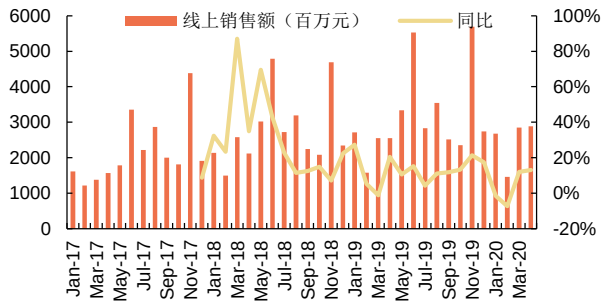


图21：冰箱月度线上销售额及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图22：冰箱月度线上均价及增速

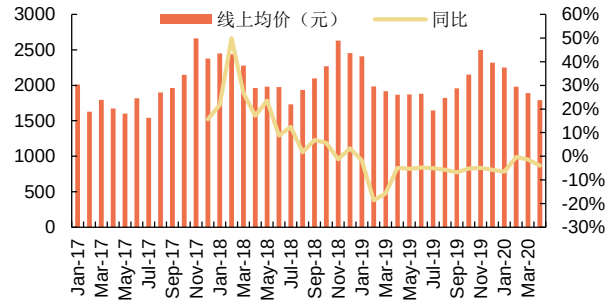
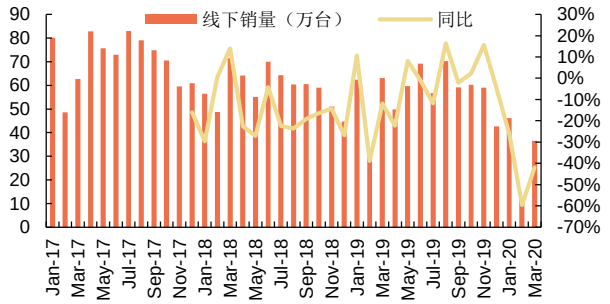


图23：冰箱月度线下销量及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图24：冰箱月度线下销售额及增速

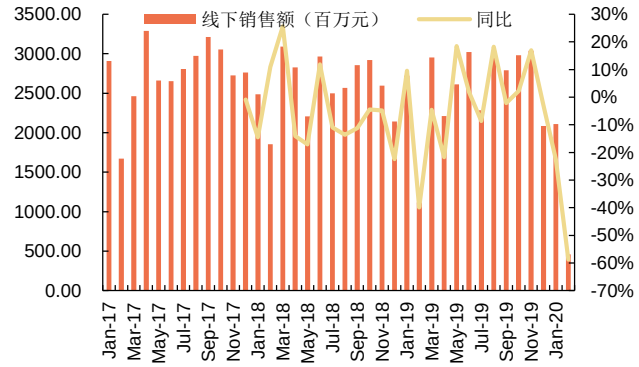
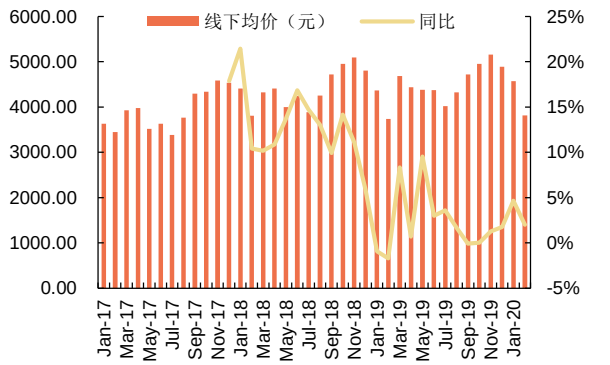


图25：冰箱月度线下均价及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

资料来源：奥维云网，申港证券研究所

2020 年 5 月家用空调线上销量 429.6 万台，同比增速 17.5%，销售额 104.5 亿元，同比增速-1.4%，均价 2433 元，同比增速-16.1%；家用空调线下销量 150.2 万台，同比增速-4.1%，销售额 5.2 亿元，同比增速-11.3%，均价 3465 元，同比增速-7.6%。

图26：空调月度线上销量及增速

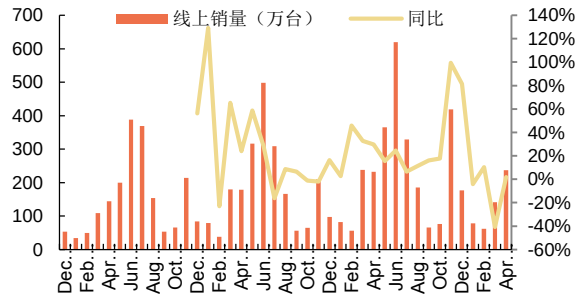
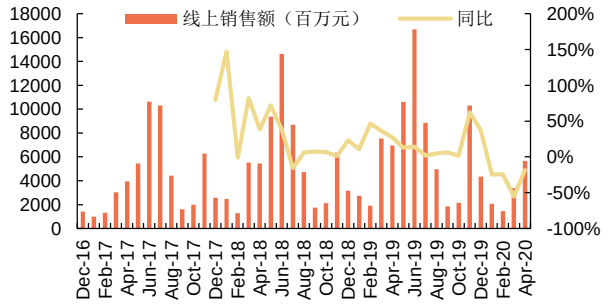


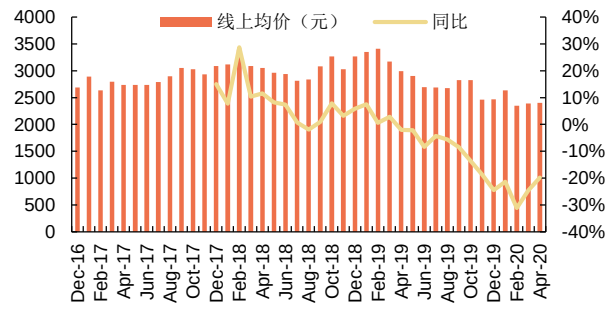
图27：空调月度线上销售额及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

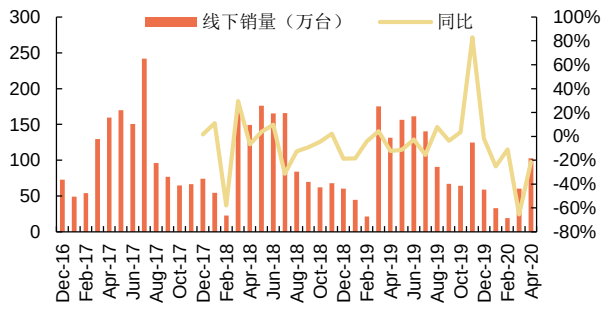
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图28：空调月度线上均价及增速



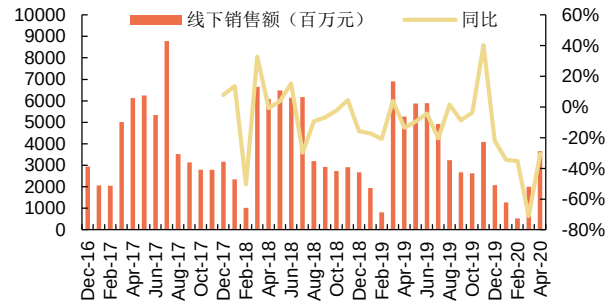
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图29：空调月度线下销量及增速



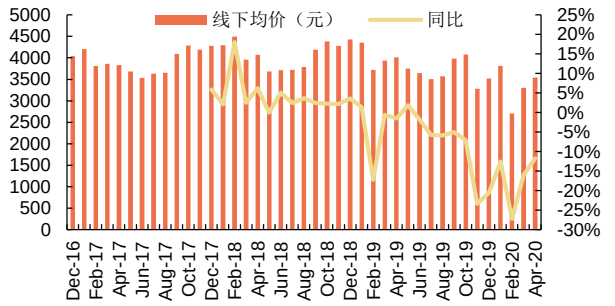
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图30：空调月度线下销售额及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

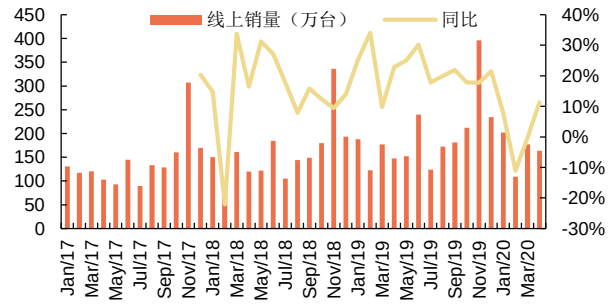
图31：空调月度线下均价及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

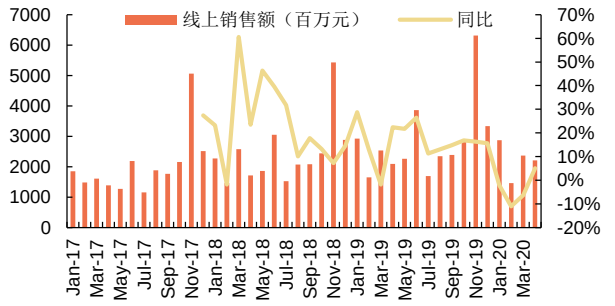
2020 年 5 月洗衣机线上销量 149.9 万台，同比增速-1.42%，销售额 20.1 亿元，同比增速-11.0%，均价 1343 元，同比增速-9.7%；洗衣机线下销量 51.6 万台，同比增速-14.1%，销售额 18.1 亿元，同比增速-6.8%，均价 3500 元，同比增速 8.6%。

图32：洗衣机月度线上销量及增速



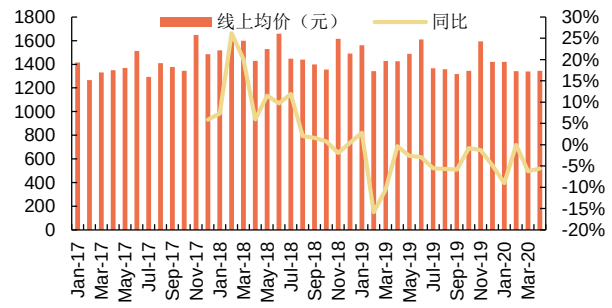
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图33：洗衣机月度线上销售额及增速



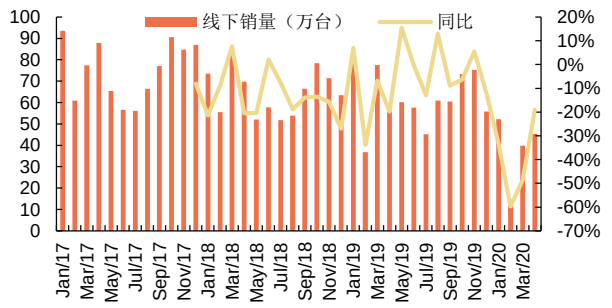
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图34：洗衣机月度线上均价及增速



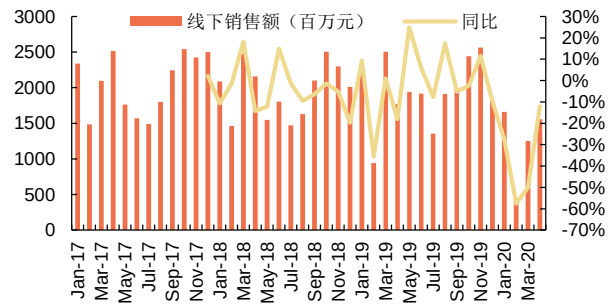
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图35：洗衣机月度线下销量及增速



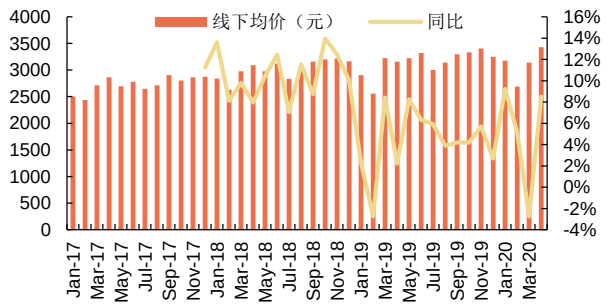
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图36：洗衣机月度线下销售额及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

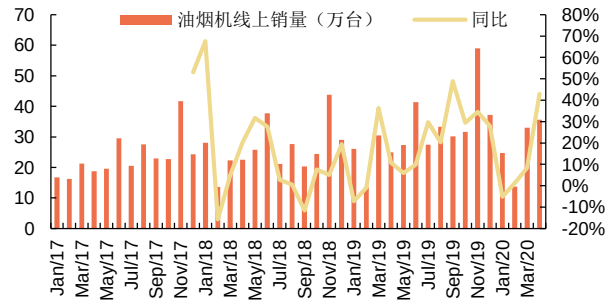
图37：洗衣机月度线下均价及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

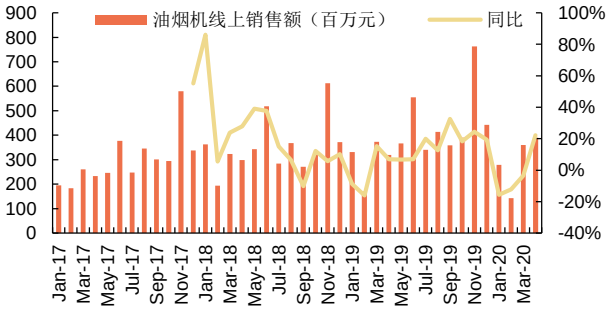
2020 年 5 月油烟机线上销量 38.3 万台，同比增速 40.2%，销售额 4.1 亿元，同比增速 11.6%，均价 1067 元，同比增速-20.4%；油烟机线下销量 16.7 万台，同比增速-8.7%，销售额 5.7 亿元，同比增速-7.9%，均价 3421 元，同比增速 0.8%。

图38：油烟机月度线上销量及增速



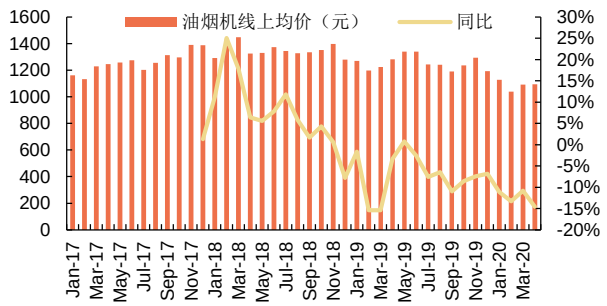
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图39：油烟机月度线上销售额及增速



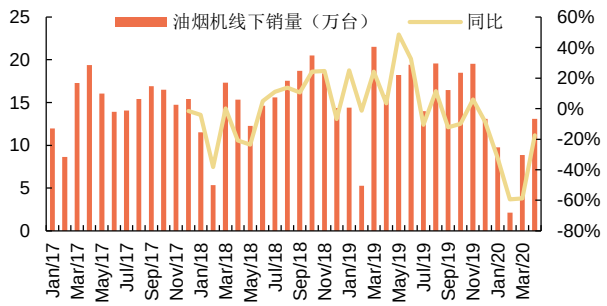
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图40：油烟机月度线上均价及增速



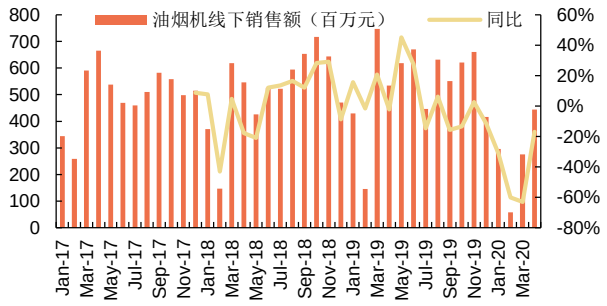
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图41：油烟机月度线下销量及增速



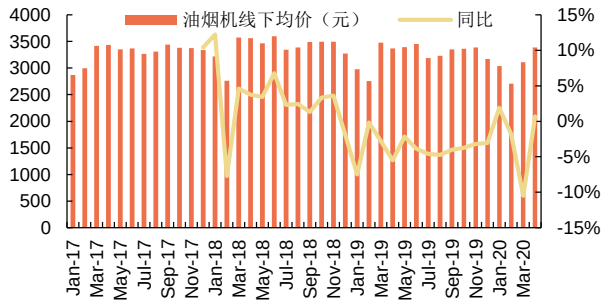
资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图42：油烟机月度线下销售额及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

图43：油烟机月度线下均价及增速



资料来源：奥维云网，申港证券研究所

4. 行业新闻及公司公告

4.1 行业新闻

格力入局的数控机床，掌握“核心科技”有多难？

近日，董明珠表示，在涉足高端装备多年后，格力现在已经开始对外出售数控机床。这对格力而言，至少是一个利好消息。我们知道，数控机床行业是一个高投入、长周期、低回报的基础装备产业，对于已经投入 8 年，研发制造已有 5 年的格力来说，对外销售意味着前期投入有了切实的回报。

618 家电市场迎来复苏 线上销售额同比创新高

在度过了长达近半年的疫情时期之后，家电市场逐渐复苏。日前，家电行业调研机构奥维云网发布数据，今年 618 电商促销期间，仅 6 月 1 日~14 日，家电线上销售额就超过 200 亿元，同比增长 18%。预计今年全国线上家电销售将创历史新高。

美的居电商平台销售榜首

618 过后，3 个平台纷纷公布亮眼数据。苏宁方面表示，其直播秀 5 个半小时成交额破 50 亿元;618 当天 12 个半小时，全渠道销售额超过 2019 年 618 全天的销售额。

京东方面表示，6 月 18 日 0 点，电视机成交额 31 秒破亿元，空调机成交额 2 分钟破 5 亿元，冰洗品类成交额 3 分钟破 5 亿元。家电品牌中，海尔 1 分钟成交额就率先破亿元;美的紧随其后，在接近 2 分钟时破亿元。

天猫则隐晦许多，没有公布具体的数字，只称“家电企业扎堆入驻，天猫 618 服务量翻倍”。

各家电品牌排名上，根据成交金额，京东竞速榜上的前 5 名品牌为美的、海尔、格力、奥克斯、TCL;而苏宁悟空榜上排名前 5 品牌为美的、格力、海尔、惠而浦、海信。

白电品牌方面，美的和格力竞争激烈。格力电器的董明珠延续其对直播的热衷，在 618 当天直播带货并创下 102.7 亿元的销售纪录。而早前因创始人何享健风波而引发关注的美的，则比董小姐多卖了 20 多个亿。据美的公布的数据，618 期间(6 月 1 日~18 日)美的系(包括美的、小天鹅、东芝等)总销售额突破了 125 亿元，其中 618 当天销售额突破 35 亿元，同比增长 48%，在京东、天猫、苏宁易购三大平台都排名第一。

场景化营销打造最佳购物体验，有屋科技引领行业加速转型

新一轮消费升级下，传统的售卖产品已无法满足用户所需，构建丰富的家居场景、实现场景化营销已成为行业新一轮变革突围的关键。

2019 年，有屋科技收入突破 50 亿，全屋智能场景布局受到市场认可。五大整装品牌构建丰富智慧家庭生活场景

随着有屋科技五大整装品牌有屋虫洞、博洛尼、Haierhome 整装、MUJI INFILL 無印良品家装、有住整装发布，有屋科技已转型为以用户画像为驱动的生活空间方式提供者，从不同用户生活方式出发，打造各具风格的家居生活空间，实现从大家居场景切入各款定制家居产品进行售卖。

在少海汇生态圈赋能下，有屋科技五大整装品牌从设计端发力，将家装细分为 175 道工序，整合全球优质资源，为用户打造风格和谐统一的家居场景，满足不同用户所需，缔造丰富的家居生活场景。

依托海尔家电全球领先地位，五大整装品牌打通家居、家电两大原本割裂的行业，使家装跨界形成闭环，缔造最真实的智慧家庭生活场景。

高端第一不是最高目标?卡萨帝发力全场景高端生态方案

在卡萨帝的目标里，高端第一只是阶段性目标，她的目标是持续地创造用户需求。因此，卡萨帝的目标是无法量化的，需要持续地追寻用户不断升级迭代的需求、持续地去满足与创造需求。

今天，围绕“用户需求”这一指挥棒，卡萨帝又构建了覆盖衣、食、住、娱全场景的高端生态方案，并以高端品牌的金字塔“塔尖”为新的起点，开启了全场景高端生态方案的“倒金字塔”结构的新征程——目前，卡萨帝全场景的高端方案还刚开始，规模也不大，就相当于倒金字塔的“塔尖”，随着用户地认可与选择，金字塔的

边界逐渐向上展开，慢慢形成自己庞大的用户群，同时也会逐渐地塑造一个“倒金字塔”的市场布局。

四川长虹再跨界联手文创及传媒 打造中国家电业首个直播平台

在刚刚落幕的“618 大战”中，直播带货成为新晋流行的线上销售渠道，获得家电企业青睐。近日，四川长虹宣布，其联手 MCN 机构及文创机构打造的草莓台首播，这标志着中国家电业首个自主短视频及直播平台正式开播，更好服务品牌。

长虹内部人士透露，长虹将在平台上引入更多资源，已与多个头部 MCN 机构达成合作协议，同时正在与文创 IP 领域等多家机构商洽合作模式。

产业经济观察家梁振鹏认为：“受疫情、行业环境等多方影响，线上渠道成为家电企业的销售主力渠道，而实体店更多将发挥其体验作用。今年全年，直播带货等线上渠道带来的销量将占据整个家电市场的半数以上，未来两年线上的比重将进一步提升。”

长虹新闻发言人饶彬彬称：“未来将持续整合知名网红、专业 MCN 机构、传媒高校、文创 IP 等，联手打造集网红培育、IP 引流、粉丝运营等为一体的自主直播平台，从公域流量中分蛋糕到在私域流量，并逐渐将蛋糕做大做精，强化品牌印记。”

海尔智家调研富森美 双方将打造智能产业链

6 月 23 日，海尔集团董事局副主席、集团执行总裁梁海山调研富森美(002818)旗下成都城北富森美海尔智家中国南区第 1 店·西南 001 体验中心。e 公司记者了解到，上述双方将结合 5G 产业的消费风口，共同打造“西南第一智能产业链”。富森美表示，未来将与海尔智家开展更为深度的战略合作，为海尔智家提供更多从设计、施工、软装搭配、到智慧空间打造的一站式解决方案。

4.2 公司公告

【佛山照明】佛山照明关于公司股东权益变动的提示性公告

http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?8aaa7161-ddbb-4581-911d-57a4a9a8c98a

【苏泊尔】浙江苏泊尔股份有限公司关于调整社会公众股份回购价格上限的公告

http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?d9d01bad-e9de-4af2-af9f-73d3b29acd07

【欧普照明】欧普照明股份有限公司 2019 年年度权益分派实施公告

http://static.sse.com.cn//disclosure/listedinfo/announcement/c/2020-06-23/603515_20200623_1.pdf

【深康佳 A】深康佳 A 关于转让部分云端大数据运营相关专利暨关联交易的公告

http://www.szse.cn/disclosure/listed/bulletinDetail/index.html?00c41ae4-f3ff-4f18-afb9-76d2db40a9d2

5. 风险提示

原材料价格大幅波动；

疫情控制不及预期；

房地产修复不及预期。

分析师简介

秦一超，家电及轻工首席分析师，2019 年进门财经百佳金牌分析师。浙江大学学士及硕士学位，曾就职于德州仪器任职东亚区域国际家电企业客户经理，具备家电行业产业链深入实业经验及理解研究。2018 年初于东兴证券负责家电行业研究。2019 年 3 月加入申港证券。

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与，未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

风险提示

本证券研究报告所载的信息、观点、结论等内容仅供投资者决策参考。在任何情况下，本公司证券研究报告均不构成对任何机构和个人的投资建议，市场有风险，投资者在决定投资前，务必要审慎。投资者应自主作出投资决策，自行承担投资风险。

免责声明

本研究报告由申港证券股份有限公司研究所撰写，申港证券股份有限公司是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。本研究报告中所引用信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已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，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

我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头寸并进行交易，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。本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为申港证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本研究报告仅供申港证券股份有限公司客户和经本公司授权刊载机构的客户使用，未经授权私自刊载研究报告的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告、防止被误导，本公司不承担由于非授权机构私自刊发和非授权客户使用该报告所产生的相关风险和责任。

行业评级体系

申港证券行业评级体系：增持、中性、减持

增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5%以上
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于-5%～+5%之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5%以上

市场基准指数为沪深 300 指数

申港证券公司评级体系：买入、增持、中性、减持

买入	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 15%以上
增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5%～15%之间
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于-5%～+5%之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5%以上