

2017年第10期

中国家电行业研究月报

2017年10月5日发布

BeijingUnbankTechnologyCo., Ltd.



北京银联信科技股份有限公司

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.

目 录

I宏观经济	3
一、本月宏观经济运行	3
(一) 中国制造业经理采购指数	3
(二) 工业生产者价格变动情况	5
(三) 居民消费价格变动情况	6
(四) 进出口情况分析	8
二、财政货币政策	9
(一) 财政政策	9
(二) 货币政策	11
II 本月关注	13
一、家具零售巨头宜家花 2 亿刀在马来西亚建全球最大供应链中心	13
二、破局家电新零售慧聪家电汇“慧品牌”战略发布会召开	13
III本月行业运行数据分析	15
一、家电运行数据分析	15
二、家电行业运行动态	16
(一) 首届中国“冷暖智造”大奖正式揭晓	16
(二) 苏宁易购家电“915 破纪录”“截胡”国庆领跑行业	17
IV 行业产业链上下游分析	18
一、上游主要行业运行分析	18
二、下游房地产行业运行情况	18
V行业区域运行动态	21
一、临沂：12 个省市 500 余家品牌企业参加第八届商博会家电厨卫展	21
二、四川长虹电器股份有限公司“双创工业园”项目入驻安州	22
VI重点企业跟踪	23
一、国安社区打造一站式家电售后服务新模式	23
二、格力电器斥资超过 5 亿元入股海立股份	24
三、小米生态链推 Aqara 智能卧室套装：不用下床遥控全屋家电	24
四、鸣志电器拟 3 亿元收购新三板运控电子	25
VII行业信贷机会风险分析	27

图表目录

图表 1: 中国制造业 PMI(月度) (%)	3
图表 2: 非制造业 PMI	4
图表 3: 2017 年 8 月全国居民消费价格涨跌幅 (单位: %)	6
图表 4: 8 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅 (单位: %)	7
图表 5: 8 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 (单位: %)	8
图表 6: 2017 年 10 月中国家电行业机会、风险分析	27

I 宏观经济

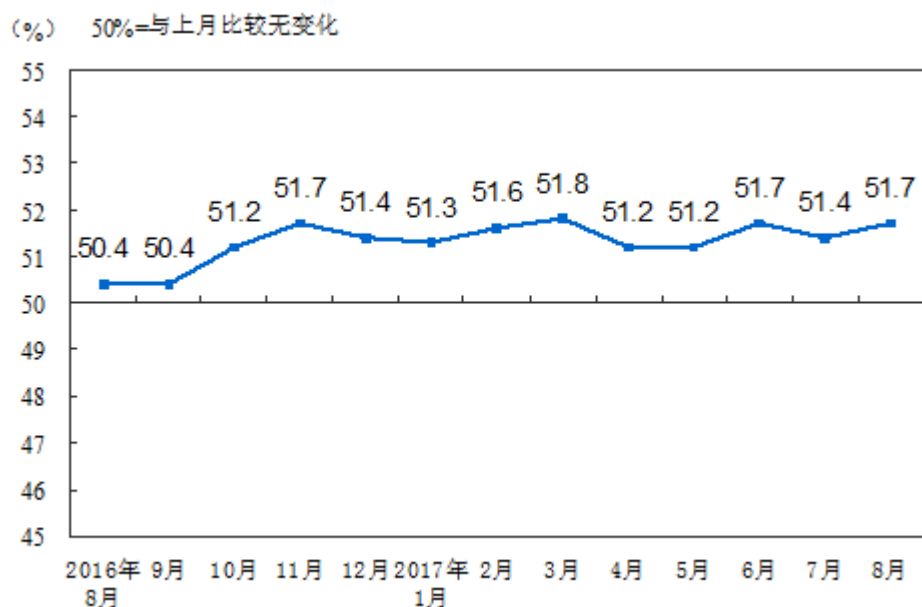
一、本月宏观经济运行

(一) 中国制造业经理采购指数

1. 2017年8月中国制造业采购经理指数为51.7%

2017年8月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%，比上月上升0.3个百分点，制造业总体保持稳中向好的发展态势。

图表 1：中国制造业 PMI(月度)(%)



分企业规模看，大型企业PMI为52.8%，比上月微降0.1个百分点；中型企业PMI为51.0%，比上月上升1.4个百分点，重回扩张区间；小型企业PMI为49.1%，比上月回升0.2个百分点。

从分类指数看，在构成制造业PMI的5个分类指数中，生产指数、新订单指数高于临界点，原材料库存指数、从业人员指数和供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为54.1%，比上月上升0.6个百分点，继续位于临界点之上，表明制造业生产增速有所加快。

新订单指数为53.1%，比上月上升0.3个百分点，持续位于临界点之上，表明制造业市场需求进一步改善。

原材料库存指数为48.3%，比上月下降0.2个百分点，低于临界点，表明制造业主要原材料库存量继续下降。

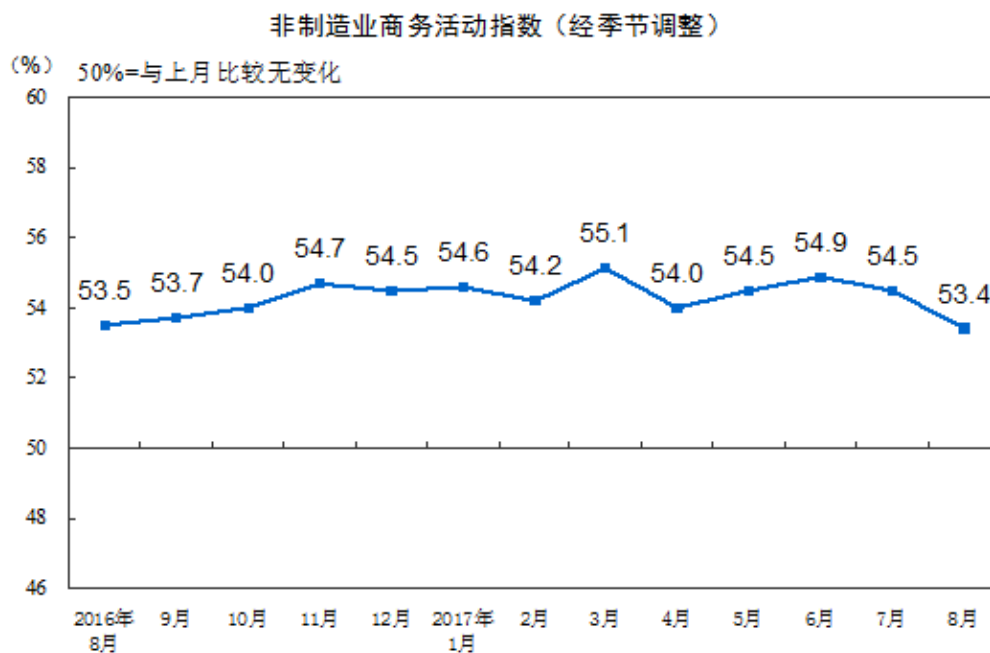
从业人员指数为49.1%，比上月下降0.1个百分点，低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少。

供应商配送时间指数为49.3%，比上月下降0.8个百分点，落至临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间有所放缓。

2. 2017年8月中国非制造业商务活动指数为53.4%

2017年8月份，中国非制造业商务活动指数为53.4%，比上月回落1.1个百分点，继续保持在临界点之上，非制造业总体仍延续扩张态势。

图表 2：非制造业 PMI



分行业看，服务业商务活动指数为52.6%，比上月回落0.5个百分点，服务业继续保持增长，但增速略有放缓。从行业大类看，航空运输业、邮政业、电信广播电视和卫星传输、互联网及软件信息技术服务等行业商务活动指数均连续位于60.0%以上的高位景气区间，业务总量快速增长。批发业、资本市场服务、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数位于收缩区间，业务总量有所回落。建筑业商务活动指数为58.0%，比上月回落4.5个百分点，仍高于临界点，企业生

产增速有所放缓。

新订单指数为50.9%，比上月回落0.2个百分点，继续位于临界点以上，表明非制造业市场需求增速略有回落。分行业看，服务业新订单指数为50.3%，比上月上升0.1个百分点，连续4个月高于临界点。建筑业新订单指数为54.5%，比上月回落1.5个百分点，仍高于临界点。

投入品价格指数为54.4%，比上月上升1.3个百分点，连续位于临界点以上，表明非制造业企业用于经营活动的投入品价格总体水平继续上涨。分行业看，服务业投入品价格指数为53.2%，比上月上升1.3个百分点。建筑业投入品价格指数为61.4%，比上月上升1.6个百分点。

销售价格指数为51.5%，比上月上升0.6个百分点，连续两个月高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平持续上涨，且涨幅扩大。分行业看，服务业销售价格指数为51.0%，比上月上升0.4个百分点。建筑业销售价格指数为54.4%，比上月上升1.9个百分点。

从业人员指数为49.5%，与上月持平，继续位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量有所减少。分行业看，服务业从业人员指数为48.6%，与上月持平。建筑业从业人员指数为54.3%，比上月微升0.1个百分点。

业务活动预期指数为61.0%，比上月微落0.1个百分点，连续4个月位于60.0%以上的高位景气区间。分行业看，服务业业务活动预期指数为60.1%，比上月回落0.3个百分点。建筑业业务活动预期指数为66.0%，比上月上升0.7个百分点。

（二）工业生产者价格变动情况

2017年8月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨6.3%，环比上涨0.9%。工业生产者购进价格同比上涨7.7%，环比上涨0.8%。1-8月平均，工业生产者出厂价格同比上涨6.4%，工业生产者购进价格同比上涨8.4%。

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨8.3%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约6.1个百分点。其中，采掘工业价格上涨18.2%，原材料工业价格上涨11.0%，加工工业价格上涨6.4%。生活资料价格同比上涨0.6%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约0.2个百分点。其中，食品价格上涨0.7%，衣着价格上涨1.4%，一般日用品价格上涨0.8%，耐用消费品价格持平（涨跌幅度为0，下同）。

工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格同比上涨15.4%，有色金属材

料及电线类价格上涨15.3%，燃料动力类价格上涨11.8%，建筑材料及非金属类价格上涨9.5%。

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨1.2%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约0.9个百分点。其中，采掘工业价格上涨1.8%，原材料工业价格上涨1.7%，加工工业价格上涨1.0%。生活资料价格环比上涨0.1%。其中，食品价格上涨0.3%，衣着价格持平，一般日用品价格上涨0.2%，耐用消费品价格下降0.1%。

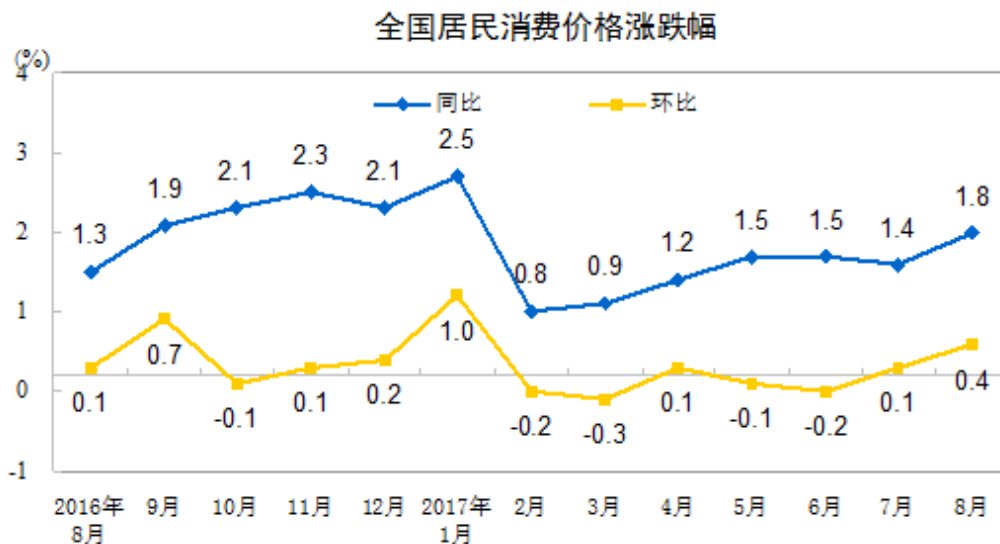
工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格环比上涨2.5%，黑色金属材料类价格上涨2.4%，燃料动力类价格上涨0.7%。

（三）居民消费价格变动情况

2017年8月份，全国居民消费价格同比上涨1.8%。其中，城市上涨1.9%，农村上涨1.5%；食品价格下降0.2%，非食品价格上涨2.3%；消费品价格上涨1.0%，服务价格上涨3.1%。1-8月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨1.5%。

8月份，全国居民消费价格环比上涨0.4%。其中，城市上涨0.4%，农村上涨0.5%；食品价格上涨1.2%，非食品价格上涨0.2%；消费品价格上涨0.5%，服务价格上涨0.2%。

图表 3：2017 年 8 月全国居民消费价格涨跌幅（单位：%）



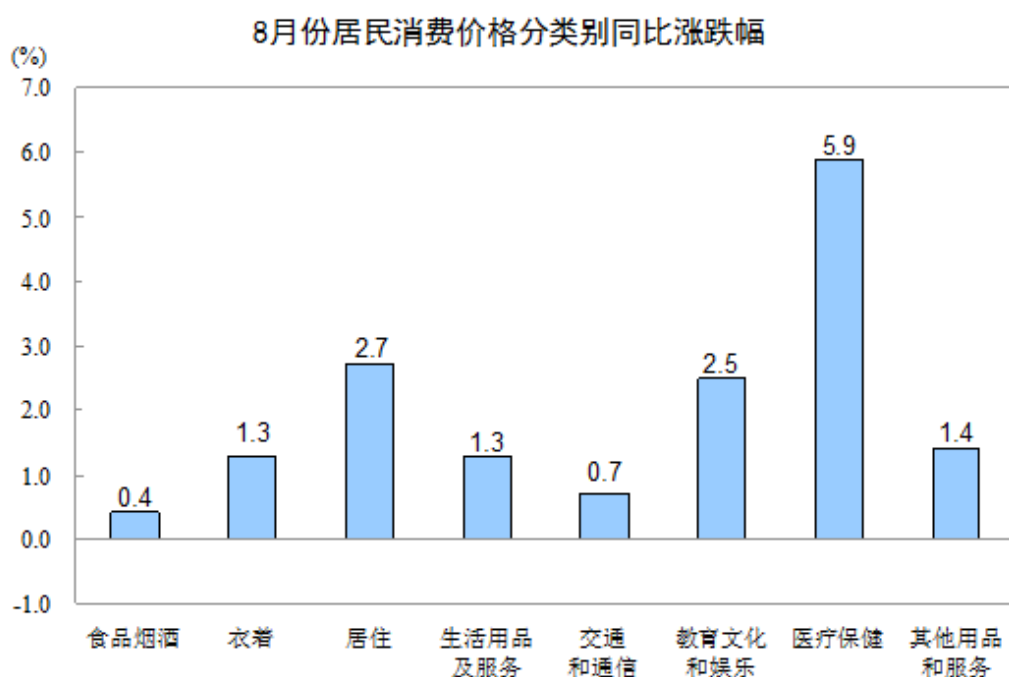
1. 各类商品及服务价格同比变动情况

8月份，食品烟酒价格同比上涨0.4%，影响CPI上涨约0.13个百分点。其中，

鲜菜价格上涨9.7%，影响CPI上涨约0.22个百分点；蛋类价格上涨4.3%，影响CPI上涨约0.03个百分点；水产品价格上涨3.8%，影响CPI上涨约0.07个百分点；粮食价格上涨1.6%，影响CPI上涨约0.03个百分点；畜肉类价格下降8.4%，影响CPI下降约0.42个百分点（猪肉价格下降13.4%，影响CPI下降约0.39个百分点）。

8月份，其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健、居住、教育文化和娱乐价格分别上涨5.9%、2.7%和2.5%，其他用品和服务价格上涨1.4%，衣着、生活用品及服务价格均上涨1.3%，交通和通信价格上涨0.7%。

图表 4：8 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅（单位：%）

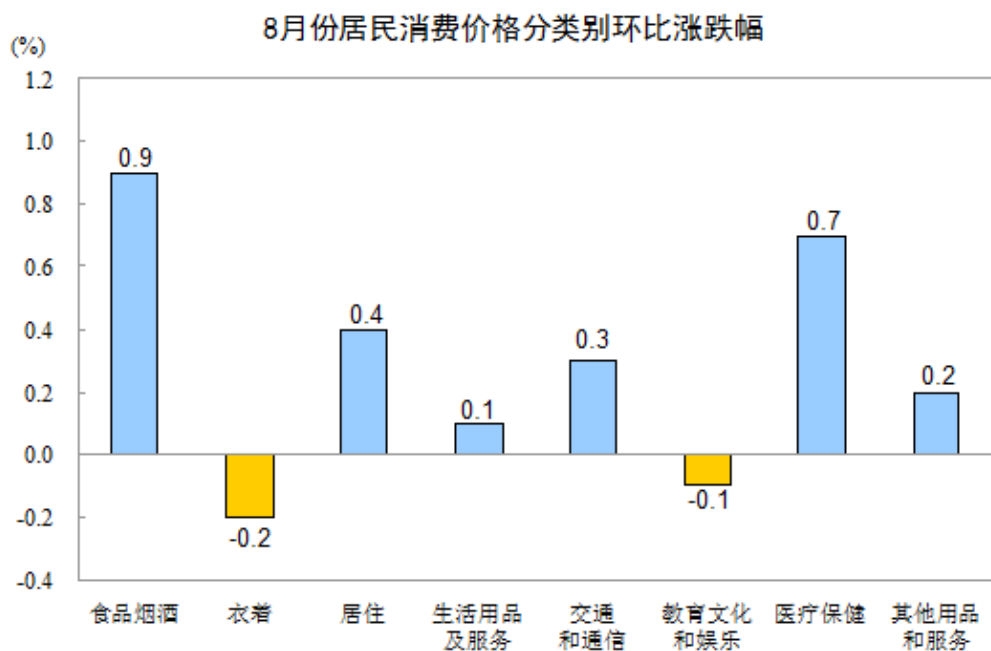


2. 各类商品及服务价格环比变动情况

8月份，食品烟酒价格环比上涨0.9%。其中，蛋类价格上涨13.5%，影响CPI上涨约0.07个百分点；鲜菜价格上涨8.5%，影响CPI上涨约0.20个百分点；畜肉类价格上涨0.7%，影响CPI上涨约0.03个百分点（猪肉价格上涨1.3%，影响CPI上涨约0.03个百分点）；鲜果价格下降4.2%，影响CPI下降约0.07个百分点；水产品价格下降1.1%，影响CPI下降约0.02个百分点。

8月份，其他七大类价格环比五涨二降。其中，医疗保健、居住、交通和通信价格分别上涨0.7%、0.4%和0.3%，其他用品和服务、生活用品及服务价格分别上涨0.2%和0.1%；衣着、教育文化和娱乐价格分别下降0.2%和0.1%。

图表 5：8 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅（单位：%）



（四）进出口情况分析

海关总署9月8日发布的数据显示，前8个月，我国货物贸易进出口总值17.83万亿元，同比增长17.1%。其中，出口9.85万亿元，增长13%；进口7.98万亿元，增长22.5%。8月当月，我国进出口总值2.41万亿元，增长10.1%。其中，出口1.35万亿元，增长6.9%；进口1.06万亿元，增长14.4%。外贸总体延续了今年以来的平稳增长态势。

随着下半年对比基数的逐步抬高，人民币汇率上升效应的进一步显现，第三季度出口增速或将继续放缓，而进口仍有望保持较高的增长速度，但外贸对经济的贡献将不及上半年。

尽管出口增速略有放缓，但今年外贸整体形势较为乐观。近几个月来，预订中欧班列（义乌）仓位的商户都要提前2周左右排队。截至7月底，中欧班列（义乌）标箱运量同比增长了1.4倍。

伴随着贸易量的增加，贸易结构有所优化。前8个月，我国一般贸易进出口10.12万亿元，增长17.9%，占我国进出口总值的56.7%，比去年同期提升0.4个百分点。从贸易主体看，民营企业仍是外贸市场的生力军。前8个月，民营企业进出口6.87万亿元，增长18.3%，占我国进出口总值的38.5%，较去年同期提升0.4个百分点。其中，出口4.62万亿元，增长15.4%，占出口总值的46.9%。

从商品类型看，机电产品、传统劳动密集型产品仍为出口主力，铁矿砂、原油和天然气等大宗商品进口量价齐升。这表明外贸增长是对传统产品依赖较大，出口复苏的基础尚不牢固。得益于供给侧结构性改革的深化及环保要求的提高，大宗商品的进口需求有所增加，释放出内需市场复苏较为平稳的信号。

剔除基数、人民币升值等因素外，美联储“缩表计划”以及推出301条款、欧元区退出量化宽松等举措，都将对我国出口形成不利影响。不过，最新一期我国外贸出口先导指数为41.9，与上月基本持平，其中出口企业综合成本指数、出口经理人信心指数均有一定回升，表明外贸出口动能犹在。

由于国内经济发展好于预期，大宗商品进口量价齐升，而人民币升值将进一步带动进口的增加。与此同时，随着圣诞、元旦等传统采购季的临近，将对出口市场形成一定的支撑。总体看，第三季度外贸进出口仍将保持比较平稳的态势。

二、财政货币政策

（一）财政政策

8月份，全国一般公共预算收入10652亿元，同比增长7.2%。其中，中央一般公共预算收入5106亿元，同比增长6.2%；地方一般公共预算本级收入5546亿元，同比增长8.2%。全国一般公共预算收入中的税收收入8907亿元，同比增长16%，比上半年和7月份增幅都有所提高，主要是经济运行平稳向好、价格上涨等因素带动；非税收入1745亿元，同比下降22.5%，主要是去年同月基数较高。

主要收入项目情况如下：

1. 国内增值税3908亿元，同比增长19.3%。其中，改征增值税增长13.6%。
2. 国内消费税856亿元，同比增长2.9%。
3. 企业所得税801亿元，同比增长23.5%，主要是去年同月基数较低（增长5.4%）。
4. 个人所得税868亿元，同比增长18.7%，主要是居民收入增长及股利、股息、红利所得增加等影响。
5. 进口货物增值税、消费税1361亿元，同比增长19.1%；关税264亿元，同比增长8.4%。
6. 出口退税1042亿元，同比增长18.8%。

7. 城市维护建设税320亿元，同比增长23.6%。

8. 车辆购置税291亿元，同比增长30.9%。

9. 印花税175亿元，同比下降8.9%。其中，证券交易印花税93亿元，同比下降29.1%。

10. 资源税111亿元，同比增长62.7%。主要是部分矿产品价格上涨。

11. 土地和房地产相关税收中，契税414亿元，同比增长15.5%；土地增值税322亿元，同比增长13.2%；房产税75亿元，同比增长13.1%；城镇土地使用税58亿元，同比下降15.8%；耕地占用税60亿元，同比下降41.6%。

12. 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入63亿元，同比增长10.2%。

1-8月累计，全国一般公共预算收入121415亿元，同比增长9.8%。其中，中央一般公共预算收入57506亿元，同比增长9.3%，为年初预算的73.2%；地方一般公共预算本级收入63909亿元，同比增长10.2%，为年初代编预算的71%。全国一般公共预算收入中的税收收入103410亿元，同比增长11.6%；非税收入18005亿元，同比增长0.1%。

2. 一般公共预算支出情况

8月份，全国一般公共预算支出14647亿元，同比增长2.9%。其中，中央一般公共预算本级支出2289亿元，同比增长5.7%；地方一般公共预算支出12358亿元，同比增长2.4%。支出增幅较低，主要是加快支出进度，部分支出在前期体现。

1-8月累计，全国一般公共预算支出131627亿元，同比增长13.1%。其中，中央一般公共预算本级支出18812亿元，同比增长8.6%，为年初预算的63.6%，比去年同期进度提高0.3个百分点；地方一般公共预算支出112815亿元，同比增长13.9%，为年初代编预算的68.5%，比去年同期进度提高3.9个百分点。

从主要支出项目情况看：教育支出18915亿元，增长14.6%；科学技术支出3809亿元，增长18%；文化体育与传媒支出1793亿元，增长14.2%；社会保障和就业支出17558亿元，增长21.5%；医疗卫生与计划生育支出10314亿元，增长15.4%；城乡社区支出14050亿元，增长13.3%；农林水支出11567亿元，增长9.9%；交通运输支出7307亿元，增长6.2%；住房保障支出4192亿元，增长4.4%；债务付息支出4330亿元，增长33.1%。

(二) 货币政策

1. 广义货币增长9.2%，狭义货币增长15.3%

8月末，广义货币(M2)余额135.69万亿元，同比增长13.3%，增速与7月末持平，比去年同期高0.5个百分点。8月份对实体经济发放的人民币贷款增加7756亿元，7月为5890亿元。业内人士认为，央行前期综合使用多种政策工具维持信贷合理增长，稳定了货币增速，同时，8月信贷也出现了温和上涨，说明金融支持实体经济的力度有所恢复。

2. 8月人民币贷款增加9487亿元，外币贷款增加298亿美元

8月末，本外币贷款余额108.32万亿元，同比增长11.6%。月末人民币贷款余额102.90万亿元，同比增长13.0%，增速比上月末高0.1个百分点，比去年同期低2.4个百分点。当月人民币贷款增加9487亿元，同比多增1391亿元。分部门看，住户部门贷款增加6755亿元，其中，短期贷款增加1469亿元，中长期贷款增加5286亿元；非金融企业及机关团体贷款增加1209亿元，其中，短期贷款减少1172亿元，中长期贷款减少80亿元，票据融资增加2235亿元；非银行业金融机构贷款增加1463亿元。月末外币贷款余额8097亿美元，同比下降13.4%，当月外币贷款增加298亿美元。

3、8月人民币存款增加1.78万亿元，外币存款增加21亿美元

8月末，本外币存款余额152.85万亿元，同比增长10.5%。月末人民币存款余额148.52万亿元，同比增长10.8%，增速比上月末高1.3个百分点，比去年同期低2.2个百分点。当月人民币存款增加1.78万亿元，同比多增1.72万亿元。其中，住户存款增加4132亿元，非金融企业存款增加1.38万亿元，财政性存款减少1809亿元，非银行业金融机构存款减少1854亿元。月末外币存款余额6475亿美元，同比下降3.0%，当月外币存款增加21亿美元。

4、8月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为2.13%，质押式债券回购月加权平均利率为2.12%

8月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交87.77万亿元，日均成交3.82万亿元，日均成交比去年同期增长50.4%。其中，同业拆借、现券和质押式回购日均成交分别同比增长62.7%、53.7%和46.9%。

当月同业拆借加权平均利率为2.13%，分别比上月和去年同期高0.01个和0.34个百分点；质押式回购加权平均利率为2.12%，分别比上月和去年同期高0.03个和0.33个百分点。

5、当月跨境贸易人民币结算业务发生4527亿元，直接投资人民币结算业务发生2110亿元

8月份，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生3393亿元、1134亿元、912亿元、1198亿元。

II 本月关注

一、家具零售巨头宜家花 2 亿刀在马来西亚建全球最大供应链中心

瑞典家具零售巨头宜家（IKEA）宣布，将投资 9.08 亿林吉特（马来西亚货币单位，约合 2.12 亿美元）在马来西亚建造一座全球最大的区域分销和供应链中心。

新建的供应链中心的面积达到 10 万平方米，将为该区域现有的 12 家零售门店供货。宜家计划到 2026 年将东南亚地区的门店数量增长至 20 家。

供应链中心的建立给宜家计划将马来西亚作为区域分销中心增加了动力。这里是进入亚洲的首选物流门户，也符合国内物流、贸易便利化规划和国家电子商务战略路线图的纲领。

马来西亚一直鼓励本地大型企业和跨国公司通过各种举措增强商业贸易往来，这包括了允许企业集中采购和分销等进行全球性活动的主要计划。

在过去几年，宜家的零售运营所有权归属于主要经销商 IKEAGroup，包括：购物中心和食品零售；而供应链管理和设计业务由宜家品牌所有人、特许经营授权人 InterIKEA 全面负责。

截至 2016 年 8 月的财年中，拥有世界范围内大多数宜家实体门店的 IKEAGroup 的线上销售额同比上涨了 30%，达到 14 亿欧元；总销售额同比上涨了 7%，达到 342 亿欧元。

二、破局家电新零售慧聪家电汇“慧品牌”战略发布会召开

慧品牌战略是由慧聪家电提出的，“线上家电汇、线下家电汇、全网营销、超级商情、TOB 体验商城”组合而成的，立体式品牌营销推广体系；是“新慧聪·新交易·新零售”大战略的重要组成部分。

慧品牌依托慧聪家电汇 2.0 交易系统，充分整合慧聪家电线上线下优势资源，运用大数据，为战略合作企业提供一对一个性化定制营销推广服务，帮助战略合作企业全方位开拓销售渠道，打造线上线下相融合的新零售模式，从而降低

企业库存和资金风险，实现销售模式转型。

对于达成慧品牌合作的企业，家电汇 2.0 严格执行“选品定位、销售考核、全面推广、门店销售”四步方阵策略。相关负责人透露，慧品牌在未来三年，将打造 50 家超 1000 万元规模品牌，30 家超 3000 万元规模品牌及 10 家超 5000 万元规模品牌。

会议最后，慧聪家电推出了“2018 慧聪家电交易会”计划。届时，慧聪家电将优先与慧品牌合作客户进行合作，进一步打通新零售、新制造的生态脉络。

III 本月行业运行数据分析

一、家电运行数据分析

2017 上半年，空调累计销量为 7,922 万台，同比增长 36.7%；累计内销量为 4,327 万台，同比增长 65.2%；累计出口量为 3,596 万台，同比增长 13.2%，家用空调产业创下新的增长记录。

其中，7 月空调产量 1369 万台，内销 1031 万台，外销为 365 万台，同比分别增长 47.1%、72%、15.2%，内销增速比 6 月（66.8%）有所提升。7 月内销出货量历史上首次突破千万台，创下历史新高。1-7 月，行业内销量 5373 万台，同比增长 67%，出口 3961 万台，同比增长 13.4%。

2017 年 7 月空调零售量与零售额同比分别增长 13.8%、25.2%，其中 2017 年 1-7 月销量及销售额累计增长 8.5%、17.2%。从均价看，2017 年 7 月空调均价 3613 元，同比增长 10%，环比增长 2.1%。龙头表现好于二三线品牌，市场集中度持续上升龙头表现持续优秀，其中格力、美的、海尔 7 月零售量同比分别 20.5%、17.2%、21.1%，零售额同比分别 30.2%、25.2%、36.7%。7 月格力、美的、海尔品牌市场零售量份额同比分别上升+1.2、+0.7、+0.9，零售额份额同比分别+0.9、+0.0、+1.3。整体来看，行业零售量 CR3 份额集中度 7 月大幅提升。

7 月空调零售端表现优异，炎热天气对于终端需求的拉动十分明显。从我们近期一系列渠道调研情况来看，进入下半年各地基层经销商反馈零售情况依旧良好，库存去化大幅加快，甚至出现不同程度的缺货现象。我们认为，未来三四线城市持续进行的棚户区改造、农村地区较低的保有量将成为空调中长期增长的动力。

进入下半年后，空调行业景气程度在延续，且龙头表现持续优秀，市场集中度在持续上升。结合我们对于上游零部件厂商排产以及终端经销商情况判断，我们认为下半年空调行业的补库存需求仍有望持续，对于即将开盘的新冷年也带了更大的压货空间。

2017 年 7 月中国家用洗衣机产量为 598 万台，同比增长 3%。2017 年 1-7 月中国家用洗衣机产量为 4370.9 万台，同比增长 3.7%。

7 月全国有 12 个省市生产家用洗衣机，排名前十的省份分别是安徽省、江苏省、浙江省、广东省、山东省、重庆市、河南省、上海市、四川省、江西省。其中，前两名地区产量均达百万台以上，安徽省 6 月产量达 156.78 万台，为全国家用洗衣机生产第一大省。

二、家电行业运行动态

（一）首届中国“冷暖智造”大奖正式揭晓

首届中国“冷暖智造”颁奖盛典 9 月 19 日在北京希尔顿逸林酒店盛大开启。中国家用电器协会副理事长徐东生理事指出，中国“冷暖智造”大奖由产业在线发起，是中国暖通空调届的共同创举，中国“冷暖智造”大奖在链接新时代浪潮下的冷暖生态的同时，倡导并弘扬了以智慧推动转型升级的产业力量。中国正在向世界家电强国迈进，国际化是必由之路。中国“冷暖智造”大奖的创建也同样肩负弘扬产业创新精神、彰显产业核心力量、传播国际影响力的使命。

本次大奖揭晓了三大项总计 22 个名额的产业大奖。中国“冷暖智造”大奖共涵盖三大奖项，分别为“芯智奖”、“创智奖”和“金智奖”。“芯智奖”旨在表彰以技术推动升级的杰出企业，“创智奖”重点关注以创新驱动发展的典范企业，“金智奖”则聚焦具有卓越影响力的领军企业。

本次大奖专家评审团阵容庞大，邀请到了政府部门、行业协会、科研院校、资深媒体和知名证券机构的领导及专家共同参与评审。评委会共收到提名企业 30 余家，最终评选出 4 家“金智奖”企业，7 家“创智奖”企业和 11 家“芯智奖”企业。获奖的 22 家企业，可以说各自细分领域内的标杆，体现了近年来暖通空调产业在节能环保、转型升级的特殊历史进程中取得的成就，也让我们看到了技术进步推动产业升级中的企业力量。

中国“冷暖智造”大奖是产业在线 2017 年首创推出的产业品牌大奖，秉承产业在线十年的品牌精神，意在链接冷暖生态，倡导以智慧推动转型升级的产业力量。参选企业不仅包括行业内的整机制造商，还包括压缩机、电机、阀件、制冷剂、磁材等上游供应链制造企业，是一场全产业链的交融互通。

首届中国“冷暖智造”大奖得到中国暖通空调产业生产企业、科研院校、投资机构和专业媒体的大力支持。我们相信，今后，这些领先企业将继续在品牌、技术、服务、渠道等方面锐意创新，引领中国暖通空调产品技术及企业经营模式的新方向。

（二）苏宁易购家电“915 破纪录”“截胡”国庆领跑行业

进入 9 月，不仅拉开了家装旺季的序幕，更唱响了国庆旺销的前奏。与此同时，家电市场也进入了新一轮销售崛起期。面对市场热潮，国内知名家电零售商苏宁，做了一件大事情，提前“截胡”国庆，全面盛惠消费者。

消息一出，苏宁空调、冰洗、厨卫、黑电、生活电器五大家电公司总裁纷纷接下挑战书，并立誓联合一线家电品牌打出全网最低价的力度，以销售额破千万为目标，意图刷新苏宁家电在 818 期间创造的销售纪录。

各大家电品牌纷纷响应苏宁“915 低价破纪录”挑战。美的、海尔、格力、西门子等一线家电品牌通过官方微博转发“挑战书”并宣布接受挑战。苏宁易购和品牌相约在 915 当天创造家电产品销售新纪录。

据悉，本次苏宁易购总裁侯恩龙下战书缘起苏宁易购“欢腾中国”系列促销活动，呼吁各大品牌抓住“金九银十”家电旺季，号召各家电品牌商价格、销量破纪录，通过产品、渠道、资源整合共享，为消费者打造出价格、品质、服务全方位的购物新体验。

据了解，活动期间，苏宁易购联合各大品牌推出家电爆款机型，通过大单采购、集中备货等形式，压缩采购成本，直接让利消费者。消费者在苏宁购买家电，不仅可以享受价格直降、满减、定金最高翻 80 倍、满额送空气净化器等优惠，更可享受热水器省心装、小家电 180 天只换不修、冰洗压缩机电机 10 年延保、彩电整机 2 年屏幕 5 年延保等优质服务。让消费者提前以黄金周的价格购买到心仪的产品，同时享受到无比欢腾的购物感动。

作为家电重要主场，苏宁易购通过对供应链的深度整合，直接与家电品牌商对接。产品的强势掌控力，线上线下爆发出的红利，苏宁易购与品牌商之间的“友谊”正不断深入。与此同时，作为国内最大的家电零售渠道，苏宁具有得天独厚的 O2O 线上线下融合优势。而苏宁开放的大数据，C2B 反向定制模式更拉近了供给与需求的距离，能够为消费者提供精准对标的产品和全面真实的体验场景，也方便了用户售后服务等问题

IV 行业产业链上下游分析

一、上游主要行业运行分析

2017年8月,全国共生产粗钢7459.37万吨、生铁6260.78万吨、钢材9676.34万吨,其中纳入中国钢铁工业协会月报统计的重点钢铁企业共生产粗钢5825.4万吨、生铁5438.86万吨、钢材5588.45万吨,分别占全国粗钢产量的78.10%、占全国生铁产量的86.87%、占全国钢材产量的57.75%。

8月份,全国粗钢产量比去年同期增加587.57万吨、增长8.71%,粗钢日产水平为240.62万吨/日;1-8月份累计生产粗钢56640.45万吨,比去年同期增加3012.52万吨、增长5.62%,粗钢累计日产水平为233.09万吨/日。重点钢铁企业粗钢产量比去年同期增加513.62吨、增长9.67%,粗钢日产水平为187.92万吨/日;1-8月份累计生产粗钢43787.98万吨,比去年同期增加3254.6万吨、增长8.03%,粗钢累计日产水平为180.2万吨。

8月份,全国生铁产量比去年同期增加227.24万吨、增长3.77%,生铁日产水平为201.96万吨/日;1-8月份累计产生生铁48670.45万吨,比去年同期增加1669.51万吨、增长3.55%,生铁累计日产水平为200.29万吨/日。重点钢铁企业生铁产量比去年同期增加216.23万吨、增长4.14%,生铁日产水平为175.45万吨/日;1-8月份累计产生生铁41721.88万吨,比去年同期增加1764.19万吨、增长4.42%,生铁累计日产水平为171.69万吨/日。

8月份,全国钢材产量比去年同期增加52.57万吨、增长0.55%,钢材日产水平为312.14万吨/日;1-8月份累计生产钢材74517.83万吨,比去年同期增加878.87万吨、增长1.19%,钢材累计日产水平为306.66万吨/日。重点钢铁企业钢材产量比去年同期增加453.45万吨、增长8.2%,钢材日产水平为180.27万吨/日;1-8月份累计生产钢材42026.29万吨,比去年同期增加2827.28万吨、增长7.21%,钢材累计日产水平为172.95万吨/日。

二、下游房地产行业运行情况

1. 房地产开发投资完成情况

2017年1-8月份，全国房地产开发投资69494亿元，同比名义增长7.9%，增速与1-7月份持平。其中，住宅投资47440亿元，增长10.1%，增速提高0.1个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为68.3%。

1-8月份，东部地区房地产开发投资37099亿元，同比增长8.8%，增速比1-7月份提高0.3个百分点；中部地区投资14773亿元，增长13.3%，增速回落0.5个百分点；西部地区投资14966亿元，增长4.0%，增速回落1.1个百分点；东北地区投资2655亿元，下降7.4%，降幅收窄3.9个百分点。

1-8月份，房地产开发企业房屋施工面积721781万平方米，同比增长3.1%，增速比1-7月份回落0.1个百分点。其中，住宅施工面积493275万平方米，增长2.8%。房屋新开工面积114996万平方米，增长7.6%，增速回落0.4个百分点。其中，住宅新开工面积82131万平方米，增长11.6%。房屋竣工面积52296万平方米，增长3.4%，增速提高1个百分点。其中，住宅竣工面积37413万平方米，增长0.5%。

1-8月份，房地产开发企业土地购置面积14229万平方米，同比增长10.1%，增速比1-7月份回落1个百分点；土地成交价款6609亿元，增长42.7%，增速提高1.7个百分点。

2. 商品房销售和待售情况

1-8月份，商品房销售面积98539万平方米，同比增长12.7%，增速比1-7月份回落1.3个百分点。其中，住宅销售面积增长10.3%，办公楼销售面积增长32.3%，商业营业用房销售面积增长26.9%。商品房销售额78096亿元，增长17.2%，增速回落1.7个百分点。其中，住宅销售额增长14.2%，办公楼销售额增长26.6%，商业营业用房销售额增长35.4%。

1-8月份，东部地区商品房销售面积43371万平方米，同比增长7.9%，增速比1-7月份回落1.4个百分点；销售额45147亿元，增长9.8%，增速回落1.9个百分点。中部地区商品房销售面积25557万平方米，增长16.6%，增速回落1.4个百分点；销售额15312亿元，增长26.0%，增速回落2个百分点。西部地区商品房销售面积24666万平方米，增长18.6%，增速回落1.4个百分点；销售额14461亿元，增长35.1%，增速回落1.4个百分点。东北地区商品房销售面积4945万平方米，增长9.0%，增速与1-7月份持平；销售额3176亿元，增长19.5%，增速提高0.4个百分点。

8月末，商品房待售面积62352万平方米，比7月末减少1144万平方米。其中，住宅待售面积减少987万平方米，办公楼待售面积减少43万平方米，商

业营业用房待售面积减少 87 万平方米。

3. 房地产开发企业到位资金情况

1-8 月份，房地产开发企业到位资金 99804 亿元，同比增长 9.0%，增速比 1-7 月份回落 0.7 个百分点。其中，国内贷款 16904 亿元，增长 19.0%；利用外资 112 亿元，增长 15.4%；自筹资金 31439 亿元，下降 1.7%；其他资金 51349 亿元，增长 13.4%。在其他资金中，定金及预收款 30786 亿元，增长 20.0%；个人按揭贷款 15764 亿元，增长 2.4%。

4. 房地产开发景气指数

8 月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为 101.42，与 7 月份持平。

V 行业区域运行动态

一、临沂：12 个省市 500 余家品牌企业参加第八届商博会家电厨卫展

从精品小家电、大家电到厨房家电再到卫浴产品、采暖设备、净水设备等产品，第八届商博会家电厨卫展区作为中国北方最大的家电厨卫交易平台，客商云集，全国 12 个省市的 500 余家品牌企业参展。

临沂是国内最为重要的家电、厨卫、家居建材产业集聚地之一，坐拥江北最大的专业家电批发市场以及具有区域影响力的卫浴洁具市场，吸引了来自全国各大重要基地的生产厂家、经销商来此谋求商机。临沂也是我国北方最大的商贸物流基地，有着丰富的产业链资源和得天独厚的商贸中心辐射带动优势。

第八届商博会家电厨卫展区共设 1200 余个展位，共有全国 12 个省市的 500 余家品牌企业参展，不乏广东的家电、浙江的小家电、中山古镇的灯具、博兴的厨具、淄博的锅具，上百余家知名品牌参展。其中，上海华生、新飞电器、康佳电器、澳柯玛电器、长虹厨卫、中山韩雪、蒙娜丽莎卫浴、帝扬卫浴、箭牌卫浴、安吉尔净水、欧普照明、雷士照明、上海多星电器等各领域品牌家电厂家在展会上全新展示展品。

该展区今年还采取“免费大巴接采购商”模式，已迅速成为引领北方家电行业风向的专业盛会。

今年来自 15 个省市地区的 2 万余名专业采购商到场参观采购，展区现场成交额达到 3.6 亿元，意向成交额将近 6 亿元。更有来自俄罗斯、乌克兰、印度、韩国、美国等 15 个国家的外籍采购商到场进行贸易洽谈，达成意向成交额 5 千多万元。中国味商品很受青睐

家电厨卫展区招商招展负责人张治说，现在全球刮起了一股中国风，很多家电厨卫产品的设计都会融入具有中国特色元素。所以，这种中国文化的流行，在以后的产品中会得到越来越多的体现，以此积极去迎合国际市场。

二、四川长虹电器股份有限公司“双创工业园”项目入驻安州

9月22日，安州区和四川长虹电器股份有限公司“双创工业园”签约仪式举行。廖雪梅、李昊天、赵奎、陈本志、刘胜军、任晓军、陈明、李文等区领导出席签约仪式。

长虹“双创工业园”计划总投资7.5亿元，拟用地500亩。将以智能车载电子、中控仪表、汽车照明、空气净化器、智能设备等创新业务为依托，打造集技术研究、孵化，产品开发，市场营销，智能制造，智慧仓储为一体的智能制造样板基地。项目建成达产后，预计年销售收入15亿元，实现税收4500万元，解决就业岗位2000个。

长期以来，长虹和安州双方携手合作，共享发展成果，建立了深情厚谊。特别是安州区近年来加快基础设施建设，投资环境日益优化，为企业发展搭建了良好的投资平台，长虹集团对安州区未来的发展充满信心。

安州区和长虹有着源远流长的密切联系，20多年来，长虹在安州的投资规模不断增长，业务范围不断扩大，为我区工业发展、就业民生做出了巨大贡献。长虹“双创工业园”项目入驻安州，这既是长虹电子信息产业二次布局的重要载体，也是长虹与安州的再次携手，更是双方资金与技术，资源与产业的深度融合。

长虹“双创工业园”项目的成功签约是双方深化合作的新起点，安州区将始终把支持项目建设作为抓工业的重中之重，全面兑现各项承诺，尽心尽力为长虹在安州的布局扩展提供高效优质服务。全区各相关职能部门都将积极配合，协助做好规划、建设等各项工作，帮助企业解决项目推进中遇到的困难和问题。同时，希望长虹进一步坚定信心，抢抓机遇，集中优势力量抢工期，抢进度，抢效益，切实推动“双创工业园”加快建设，如期建成，共同开创繁荣发展的美好明天。

签约仪式上，副区长任文治与四川长虹电器股份有限公司常务副总经理杨军代表双方签署项目投资协议。

VI重点企业跟踪

一、国安社区打造一站式家电维修服务新模式

据家电市场第三方权威调查机构最新数据显示，本地生活服务市场从 2015 年 8797 亿元已经上升到 2017 年的 13376 亿元，家庭服务行业对家电维修后的需求占比达到 74.3%。并且该机构针对 1000 余家带有家电维修服务性质的企业进行调查，在 2016 年这 1000 家企业营收大概是 390 亿元人民币，利润约 13 亿元人民币。

另据中国家用电器服务维修协会预计，在 2020 年家电维修市场规模将破 1 万亿。

市场红利如此丰厚，自然各方都想从中获利。但无论是初入家电维修市场的“新人”，还是常年精耕于家电维修市场的“老人”，面对行业痛点也束手无策。

家电维修市场体量很大，需求多样化，随之而来的行业痛点也非常多。从维修服务商角度来讲，由于缺少获取业务的渠道，多以“游击队”、“小广告”形式出现，这些维修人员服务标准不一致，水准参差不齐；从消费者角度来讲，难于选择，很难找到收费合理、水平过关的维修服务。以至于消费者对维修服务行业也存在普遍不信任。基于以上痛点，国安社区通过运用互联网、云计算及大数据等创新技术，以社区及社区居民为服务对象，搭建线上+线下一站式的社区服务平台，实现服务商与用户双赢局面。

对服务商而言，国安社区整合社区各类资源，为入驻商家提供数据服务，实现社区信息共享，解决维修服务商业业务不饱和困境；对消费者而言，国安社区筛选行业内最优质的服务商，使用一流的设备、顶尖的技术，致力于为用户提供“检测、维修、治理”一体化的服务。

品控方面，国安社区拥有一套严格的平台合作审核机制，通过严格的招商标准、服务标准以及评级认证标准，筛选行业内最优质服务商。提供社区管家陪同上门、服务验收、品控督单、售后保障等全程服务，为消费者带来安心无忧的服务体验。



体验方面，通过国安社区线上 APP，快捷方便，实现了消费者足不出户即可体验家电维修、家电清洗、家电保养等高品质的家电后维修服务。

随着消费升级，家庭服务市场前景愈加广阔，家电后服务市场也前景可期，而国安社区致力于为用户提供更专业、更便捷、更贴心的服务，相信在未来家电后维修服务行业中将发挥更大的作用。

二、格力电器斥资超过 5 亿元入股海立股份

格力电器牵动着外界的目光，从签约在洛阳建设智能制造基地、酝酿参与洛阳轴承混合所有制改革、否认入股一汽夏利，到买入海立股份 5%的股权。海立股份是知名的空调压缩机企业，入股海立股份，意味着格力电器希望进一步做强空调产业链。

9 月 20 日晚，格力电器公告透露，基于对上海海立（集团）股份有限公司（简称“海立股份”）未来发展的信心以及对公司价值的认同，从 2017 年 8 月 29 日至 9 月 19 日，通过证券交易所集中竞价交易方式持有海立股份股票约 4331.56 万股，占海立股份总股本 5%。

本次权益变动前，格力电器并不持有海立股份的股份。过去三周，格力电器在 16 个交易日内持续购入海立股份的股票，买入的价格区间从 11.64 元/股到 15.45 元/股。

按此推算，格力电器这次购入海立股份 5%的股权，动用了超过 5 亿元的资金。

格力电器表示，未来 12 个月内不排除进一步增持海立股份的股份的可能性；本次权益变动未导致海立股份控股股东或实际控制人发生变化。

三、小米生态链推 Aqara 智能卧室套装：不用下床遥控全屋家电

9 月 27 日，小米生态链企业绿米联创推出一款 Aqara 智能卧室套装，号称无需下床就能遥控全屋家电。

该套装由空调伴侣、温湿度传感器、人体传感器、墙壁插座、墙壁开关、无线开关（贴墙式双键版）、无线开关（贴墙式单键版）七款智能硬件构成。

可以实现自动感应开空调、人离开自动关空调、回家自动亮灯、伸手一点就

能关灯、夜间小夜灯等功能。

其中 Aqara 空调伴侣自带多功能网关，不仅能够通过红外控制空调开关、速冷及监测用电，其内置的 Wi-Fi 和 ZigBee 无线模块，让它成为智能家庭 ZigBee 设备的控制中心。

可搭配 MIOT 小米物联网平台的各种 ZigBee 智能设备使用，实现更多智能场景。

温湿度传感器达到 0.3℃ 温度及 3% 湿度精准感应，可向空调伴侣、智能插座发出指令，启动空调、加湿器等家电设备，实时监测与调节室内舒适温湿度。

人体传感器支持 7 米 170° 大范围感应，迅速捕捉人体或宠物移动，并能向空调伴侣、智能插座发出指令，从而启动相应家电设备，带来全屋自动的奇妙体验。

该套装售价 749 元，目前已经开卖。

四、鸣志电器拟 3 亿元收购新三板运控电子

9 月 25 日晚间，鸣志电器发布公告，称拟投资约 3 亿元收购新三板挂牌公司运控电子约 9.36% 的股份。

公开资料显示，鸣志电器于今年 5 月 9 日在上海证券交易所上市，上市仅仅四个多月。公司主营业务为控制电机及其驱动系统、LED 智能照明控制与驱动产品、设备状态管理产品和系统、电源电控产品的研发、制造与销售。

值得注意的是，鸣志电器曾在 2014 年成功中标全球最大的 500 米口径球面射电望远镜项目，位于贵州省的喀斯特洼坑，被誉为“中国天眼”。

鸣志电器此次收购的运控电子是属于微电机制造业，具有点胶技术、自动装配技术、齿槽匹配设计技术、加工精度、提高功率密度、磁路设计等核心技术。

鸣志电器表示，收购运控电子能够拓展公司产品市场，增强公司未来盈利能力。运控电子是国内仅次于鸣志电器的生产混合式步进电机的公司，在国内安防设备、纺织机械应用领域的市占率排名靠前。

其小机座号系列的步进电机产品线和公司的既有产品线有较强互补性。收购运控电子将会巩固公司在国内混合式步进电机市场的统治性地位，提升公司在国内乃至全球市场的市占率。

本次收购，业绩承诺方还向鸣志电器承诺，运控电子 2017 年-2019 年实现净利润将不低于 2450 万元、2750 万元和 2982 万元，并确保三年合计不低于 8182 万元。

如果业绩承诺期结束，运控电子三年累计时间的净利润未能逐年增长，就需要业绩承诺方向鸣志电器作出相应的补偿。

运控电子的近几年的财报显示，2015 年、2016 年和 2017 年上半年，运控电子的净利润分别为 1725.4 万元、2452.8 万元和 1097.8 万元；同比分别增长 155.37%、42.16%和 15.45%。有业内人士指出，根据运控电子近几年的财务数据，若能保持稳定的经营，实现业绩承诺的难度并不大。

VII 行业信贷机会风险分析

图表 6：2017 年 10 月中国家电行业机会、风险分析

序号	指标	风险	机会
1	行业环境	<p>1、结构性因素：市场份额和盈利能力的提升可以使强势公司独立于行业走势，在经济弱复苏的背景下，结构性因素作用很大，保障强势公司业绩的平稳增长，带来估值切换的机会。2014 年，强者恒强的格局仍将延续，龙头企业超越行业实现业绩增长的逻辑没有被打破，估值切换可期。</p> <p>2、周期性因素：家电作为耐用消费品，会受地产和宏观因素的影响，销售存在一定周期波动。2014 年的地产宏观的预期应该是充满波动的，家电板块也会存在波动。</p>	<p>大家电已经成熟；厨卫电器和厨房小家电处于成长期中后期；环境类电器、个人护理类电器等消费升级产品还处于成长期。空调市场的消费升级导致家庭中央空调市场进入快速成长期，多联机市场成长性好。厨卫电器的消费升级导致洗碗机、嵌入式烤箱等产品进入导入期，快速成长。</p>
2	经营情况	<p>中小型企业仍然面临经营困难，利润下滑严重，低端产品产能过剩等困境</p>	<p>高品质和高消费正在中国家电业中形成一股涓涓细流。强调科技创新、智能生态圈的时代，中国家电业开始发力高端和高附加值。</p>
3	产业链	<p>能源价格、运输费用以及人力资源成本的上升，使企业成本进一步加大，行业利润率直线下降</p>	<p>加强对客户供应链体系的分析，来识别其性能与改进机会，通过使用供应商绩效评分模型来详细地预测物资损耗，并向客户提出安全库存的建议。对库存、物流以及其他供应链活动进行优化。</p>

免责声明

本报告采用公开、合法的信息，由北京银信科技股份有限公司（简称银信）的研究人员运用相应的研究方法，对所研究的对象做出相应的评判，代表银信观点，仅供用户参考，并不构成任何投资建议。投资者须根据情况自行判断，银信对投资者的投资行为不负任何责任。

银信力求信息的完整和准确，但是并不保证信息的完整性和准确性；报告中提供的包括但不限于数据、观点、文字等信息不构成任何法律证据。如果报告中的研究对象发生变化，我们将不另行通知。

未获得银信的书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需要致电本公司并获得书面授权，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。