

白色家电兴旺依旧

——11月家电行业月报

报告关键点:

- 空调产销兴旺，结构升级在即
- 冰箱行业：销量增速回升&产品结构升级
- 洗衣机行业高成长，二线品牌收益
- 彩电销量平稳增长，LED快速普及

报告摘要:

- 空调产销兴旺，结构升级在即。**10月份空调销售734万台，同比增长了50%。其中，内销增长了44%，出口增长了65%，与上月相比增速有所回升。空调外销占比35%，比去年同期提升了3个百分点。空调均价与上月基本持平，达到3533元，超过了去年同期255元。产品结构升级是空调均价提升的核心因素。伴随国家政策的引导、消费需求的升级以及环境保护的要求，产品结构升级将是未来空调业发展的主旋律。与上月相比，2010年10月空调行业品牌集中度提升明显，格力市场份额提升了3个百分点至27%，美的市场份额提升了1个百分点至22%。外资品牌市场份额萎缩，下降了近4个百分点。
- 洗衣机行业高成长，二线品牌收益。**2010年10月洗衣机行业销量476万台，同比增长29%。其中内销同比增长40%，出口同比增长9%。内销占比71%，比去年同期提升了6个百分点。从商场覆盖率来看美的系整体的提升最高，合肥三洋次之，其余各厂商商场覆盖率均基本保持稳定。从新品上市数量和销售情况来看，国产品牌推陈出新的速度显著高于外资品牌，美的系表现最为积极。2010年10月，海尔洗衣机市场份额与上月基本持平，美的系和三洋洗衣机市场份额分别提升一个百分点，而外资品牌中的西门子和松下则分别下降了1个百分点。国产品牌洗衣机的竞争力正在逐步提升。
- 冰箱行业：销量增速回升&产品结构升级。**2010年10月，冰箱总销量474万台，同比增长了29%，环比下滑了23%。其中，内销同比增长了40%，出口增长了8%，出口占比约28%，比去年同期下降了5个百分点。冰箱行业产品结构升级趋势明显，2010年10月双门冰箱占比与8月相比具有显著的下降。同时，三门冰箱占比提升明显，多门和对开门冰箱市场份额也有一定的提升。2010年10月冰箱行业市场格局的变化主要体现在主要外资品牌市场份额的下滑，其中西门子市场份额下降了1个百分点至15%，三菱冰箱市场份额上升了1个百分点至9%，与美的基本持平，位居三、四位。
- 彩电销量平稳增长，LED快速普及。**10月LCD电视总销量948万台，同比上升14%。其中，内销同比增长22%，出口增长10%。内销占比42%，比去年同期提升了2个百分点。目前我国彩电企业面临的亏损境遇主要有三大原因：一是原材料成本的大幅变化给企业造成了库存压力；二是日韩等外资企业利用屏机一体化战略遏制中国彩电企业；三是台湾代工企业凭借其良好的供应链管理能力和抢夺大陆企业的OEM订单。面板价格继续呈现下降的趋势，LED面板和LCD面板价格已经收窄至90美元，带动LED销售额占比提升至45%。
- 行业估值比较。**家电行业2010年PE为26倍，其中冰箱24倍，空调21倍，洗衣机20倍，彩电24倍。基于洗衣机行业市场格局的持续变化将有利于二线品牌，空调行业市场集中度提升进一步强化行业龙头地位，我们看好洗衣机行业的二线品牌和空调行业龙头。同时，建议大家关注冰箱行业二线品牌的成长以及彩电行业LED电视的普及情况。

家庭耐用消费品 领先大市-B

上次评级

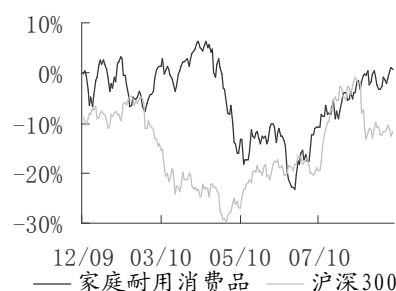
领先大市-B

报告日期

2010-12-13

首选股票	目标价	评级
000418 小天鹅 A	24.99	增持-A
600983 合肥三洋	16.53	增持-A
000527 美的电器	20.16	增持-A
000651 格力电器	20.02	增持-A

12个月行业表现



研究员

侯利

行业分析师

021-68763972
证书编号

houli@essence.com.cn
S1450209070220

报告联系人

杨爱琳

助理行业分析师

021-68765335

yangal@essence.com.cn

前期研究成果

家电：家电热销，节日效应再显

2010-11-11

家电：洗衣机&空调产销两旺

2010-10-15

家电：破茧而出

2010-10-14

目录

1. 空调产销兴旺，结构升级在即	4
1.1. 空调内外销高增长	4
1.2. 空调产量平稳高速增长	5
1.3. 空调出口创历史新高	5
1.4. 空调行业市场集中度继续提升	6
1.5. 变频空调高速增长，占比大幅提升	7
2. 冰箱行业：销量增速回升&产品结构升级	7
2.1. 冰箱量价回升	7
2.2. 冰箱产量增速超越销量，库存高增长	8
2.3. 冰箱出口平稳，美、非高速增长	8
2.4. 国产品牌市场份额略有回升	9
3. 洗衣机行业高成长，二线品牌收益	9
3.1. 洗衣机内销高增长，出口企稳	9
3.2. 洗衣机二线品牌增势显著	10
3.3. 洗衣机产量高速增长，库存持续下滑	11
3.4. 洗衣机出口放缓	11
3.5. 洗衣机行业国产品牌市场份额提升	11
4. 彩电销量平稳增长，LED 快速普及	12
4.1. LCD 电视销量增速略有回升，LED 占比提升带动均价上涨	12
4.2. LCD 电视国内品牌市场份额略有回升	13
4.3. 面板价格进入小幅下滑通道	13
附表	14
1、家电产品城乡渗透率	14
2、家电子行业成长情况	14
3、主要公司盈利预测与估值	14

图目录

图 1 空调总销量月度变化	4
图 2 空调均价变化趋势	4
图 3 空调产品结构变化	4
图 4 空调内销月度变化	5
图 5 空调出口月度变化	5
图 6 空调产量月度变化	5
图 7 空调库存月度变化	5
图 8 2008-2010 年 1-10 月空调累计出口总量	6
图 9 10 月空调出口各洲占比	6
图 10 10 月主要品牌空调均价和环比增幅	6
图 11 空调厂商 10 月零售额市场份额	6
图 12 1-10 月变频空调零售量及同比增速	7
图 13 1-10 月变频空调累计零售量份额	7
图 14 冰箱总销量月度变化	7
图 15 冰箱内销月度变化	7
图 16 冰箱出口月度变化	7
图 17 冰箱均价变化趋势	8
图 18 不同类型冰箱销售额占比变化趋势	8
图 19 冰箱产量月度变化	8
图 20 冰箱库存月度变化	8
图 21 冰箱出口各洲占比	9
图 22 国内冰箱品牌零售额占比变化趋势	9

图 23 冰箱厂商 10 月零售额市场份额.....	9
图 24 洗衣机总销量月度变化.....	10
图 25 洗衣机内销月度变化.....	10
图 26 洗衣机出口月度变化.....	10
图 27 主要品牌商场覆盖率变化.....	10
图 28 新品上市数量与新品销售额.....	10
图 29 洗衣机产量月度变化.....	11
图 30 洗衣机库存月度变化.....	11
图 31 洗衣机出口各洲占比.....	11
图 32 洗衣机厂商 10 月零售额市场份额.....	12
图 34 LCD 内销月度变化.....	12
图 35 LCD 出口月度变化.....	12
图 36 1-10 月 LCD 均价月度变化.....	13
图 37 LCD 电视产品结构变化趋势.....	13
图 38 液晶电视厂商 10 月零售额市场份额.....	13
图 39 国外品牌市场份额变化.....	13

表目录

表一 液晶面板价格变化.....	13
------------------	----

1. 空调产销兴旺，结构升级在即

1.1. 空调内外销高增长

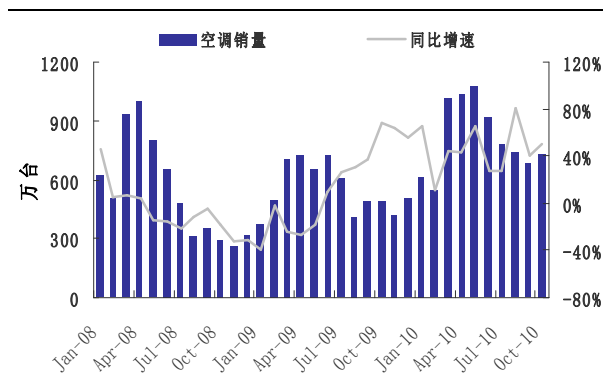
10 月份空调销售 734 万台，同比增长了 50%。其中，内销增长了 44%，出口增长了 65%，与上月相比增速有所回升。空调外销占比 35%，比去年同期提升了 3 个百分点。空调均价与上月基本持平，达到 3533 元，超过了去年同期 255 元。产品结构升级时空调均价提升的核心因素。伴随国家政策的引导、消费需求的升级以及环境保护的要求，产品结构升级将是未来空调业发展的主旋律。

(1) 国家政策的引导。在空调行业，相关国家政策主要包括节能惠民工程、家电下乡与家电以旧换新这三大类。在国家节能惠民工程的实施，直接导致行业高效产品份额提高了近 90%。而在家电下乡政策中，变频空调的中标数量从无到有、从少到多，国家相关部委也曾释放出“适时推广变频空调”的信号。

(2) 消费需求的升级。随着居民收入的增加，消费者的消费观念也正在逐步改变。一二线城市空调已经基本普及，在家下来的更新换代过程中，功能时尚、外观精美等中高端空调将会成为购机的主流。各个空调厂商在注重空调基本性能的同时，不断改进产品的舒适度、美化产品的外观，诸如变频空调在内的中高端空调占比将呈现提升的趋势。

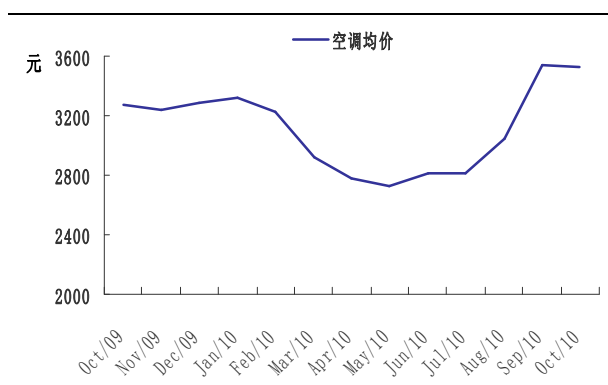
(3) 环境保护要求。目前我国家用空调的保有量已经超过 1.83 亿台，每年耗电量达到 1520 亿度，占全国每年耗电总量的 6.1%，二氧化碳排放量超过 1.5 亿吨。全球环境基金“节能房间空调器推进项目”以显著提高我国空调能效水平，减少温室气体排放为目标，计划在 2010—2014 年将中国空调平均能效水平在 2007 年基础上提高 25%。这一项目将推动中国家用空调向高效比发展的趋势，推动产品结构的提升。

图 1 空调总销量月度变化



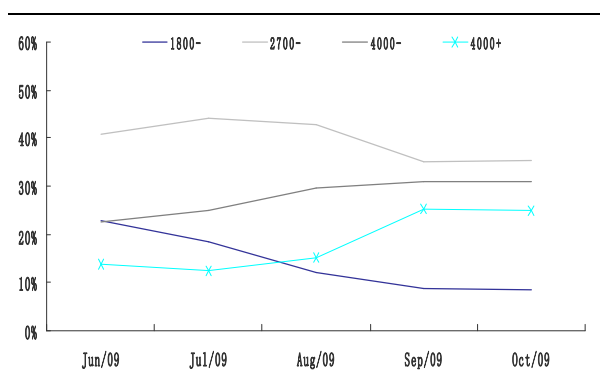
数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图 2 空调均价变化趋势



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

图 3 空调产品结构变化

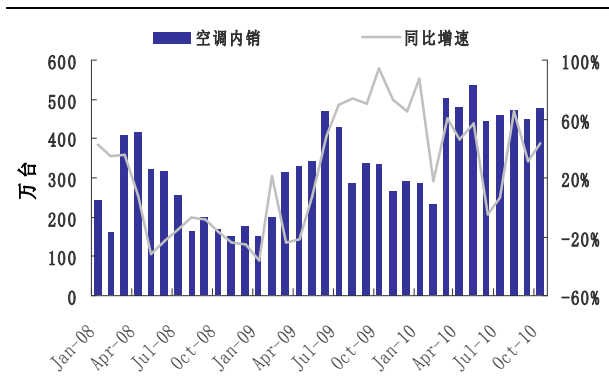


数据来源：中怡康，安信证券研究中心

十一节假日的刺激作用依然强劲，10月的空调内销478万台，同比增长了44%，环比提升了7%。2010年1-10月空调内销量4346万台，同比增长了36%。从2010年内销的整体情况来看，空调行业的淡旺季现象趋于淡化。随着居民生活品质的提升，空调的已经不再是一个夏季消费品，而逐渐演变成生活必需品。

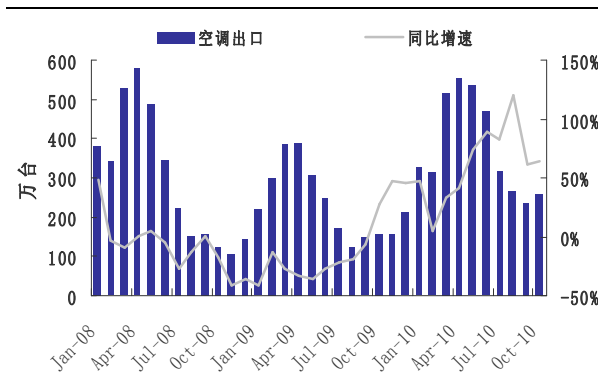
2010年10月家用空调出口总量为256万台，同比增长65%，增幅较上月略有回升，从总量上看，依然处于历年同期的历史高位。由于近期空调出口单价的上涨，使得出口金额同比增长高于出口量，本月出口金额达到3.86亿美元，出口平均单价本月同比增长14.8%，达到210.6美元，考虑到原材料价格的影响，预计未来出口单价还会进一步提高。

图4 空调内销月度变化



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图5 空调出口月度变化

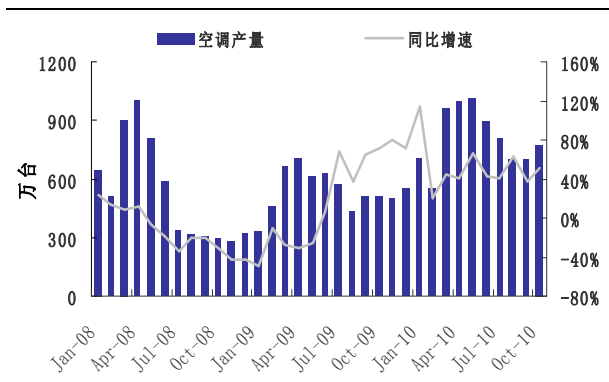


数据来源：产业在线，安信证券研究中心

1.2. 空调产量平稳高速增长

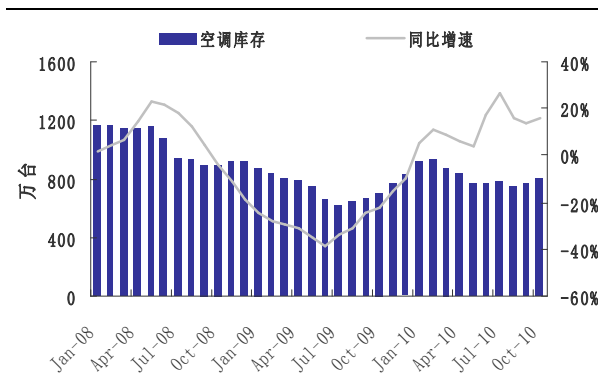
10月空调产量同比上升51%，环比上升11%；库存同比上升16%，环比上升6%。空调厂商对四季度的增长依然比较乐观，产量增速与旺季相比基本持平，库存也基本保持15%以上的增长。

图6 空调产量月度变化



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图7 空调库存月度变化

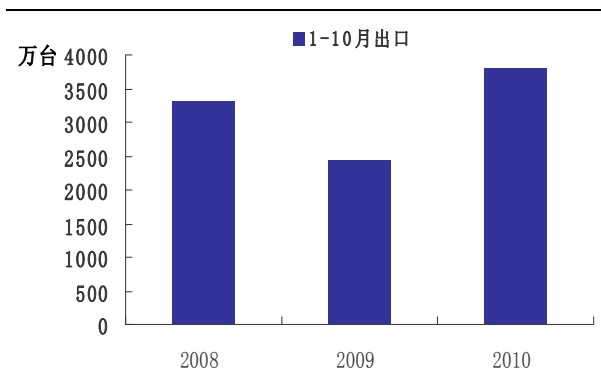


数据来源：产业在线，安信证券研究中心

1.3. 空调出口创历史新高

2010年1-10月空调出口3793万台，比去年同期增长了55%，比出口形势大好的2008年增长了15%，创造了空调出口的历史高水平。出口的高增长一方面得益于欧美经济的复苏，另一方面也是由于拉美等新兴市场国家空调需求的快速崛起。与去年同期相比，2010年10月空调出口北美洲提升了3个百分点，出口欧洲提升了2个百分点，出口拉丁美洲提升了3个百分点。

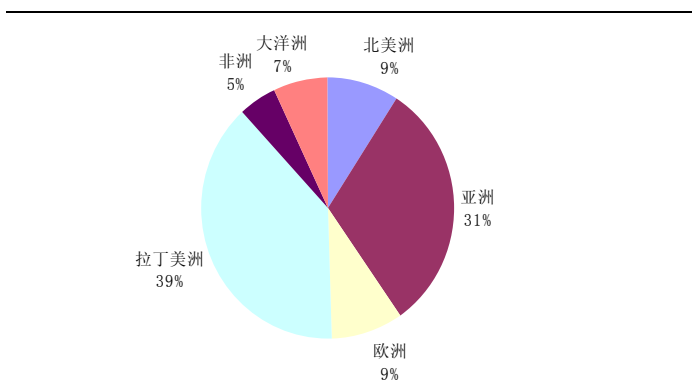
图 8 2008-2010 年 1-10 月空调累计出口总量



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

10 月空调出口北美总量为 14.1 万台，同比增长 330%，从国家来看，美国从中国进口空调 14 万台，依然是北美空调出口的核心地区。10 月，中国出口拉丁美洲地区空调总量为 71.3 万台，同比增长 46%。10 月拉美地区继续保持中国空调出口量最大的地区。巴西近几个月来对中国空调的进口持续保持高增长，本月同比增长依然翻番。

图 9 10 月空调出口各洲占比

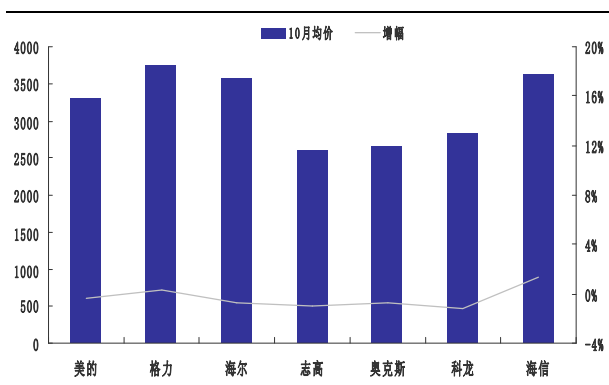


数据来源：产业在线，安信证券研究中心

1.4. 空调行业市场集中度继续提升

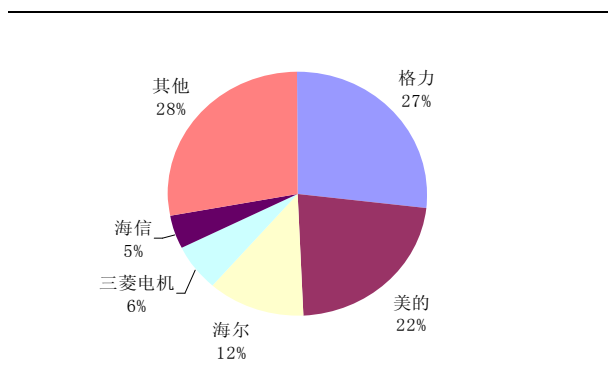
10 月空调行业均价去上月相比基本持平，仅海信均价上升了 1.4 个百分点，空调行业的价格已经基本进入稳定期。与上月相比，2010 年 10 月空调行业品牌集中度提升明显，格力市场份额提升了 3 个百分点至 27%，美的市场份额提升了 1 个百分点至 22%。外资品牌市场份额萎缩，下降了近 4 个百分点。

图 10 10 月主要品牌空调均价和环比增幅



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

图 11 空调厂商 10 月零售额市场份额

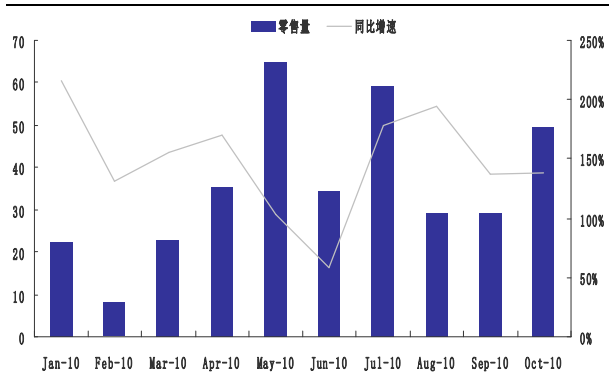


数据来源：中怡康，安信证券研究中心

1.5. 变频空调高速增长，占比大幅提升

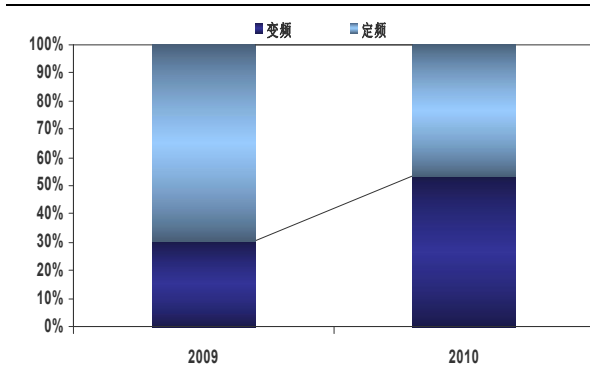
据中怡康统计，10月变频空调销量约50万台，同比增长了139%。截至2010年10月，国内变频空调的市场份额从去年同期的30%迅速窜至2010年的53%。自2010年初以来，变频空调的增速基本保持在100%以上（2010年6月除外）的同比高增长。随着定频空调补贴政策的结束，明年变频空调进一步替代定频空调的趋势十分确定。

图 12 1-10 月变频空调零售量及同比增速



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

图 13 1-10 月变频空调累计零售量份额



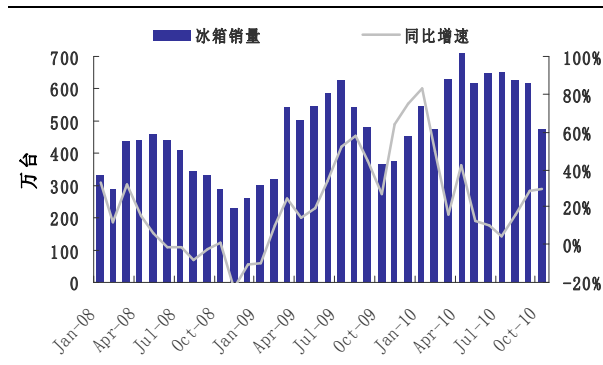
数据来源：中怡康，安信证券研究中心

2. 冰箱行业：销量增速回升&产品结构升级

2.1. 冰箱量价回升

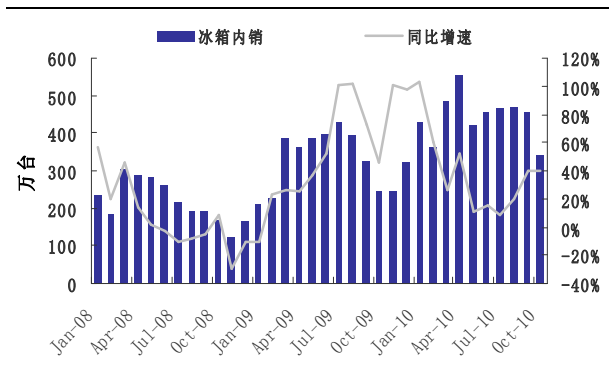
2010年10月，冰箱总销量474万台，同比增长了29%，环比下滑了23%。其中，内销同比增长了40%，出口增长了8%，出口占比约28%，比去年同期下降了5个百分点。十一节日效应和激烈的价格竞争带动了冰箱内销的高增长，但出口不容乐观。

图 14 冰箱总销量月度变化



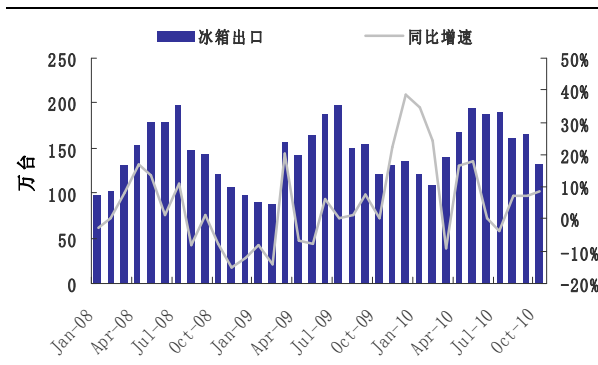
数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图 15 冰箱内销月度变化



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图 16 冰箱出口月度变化

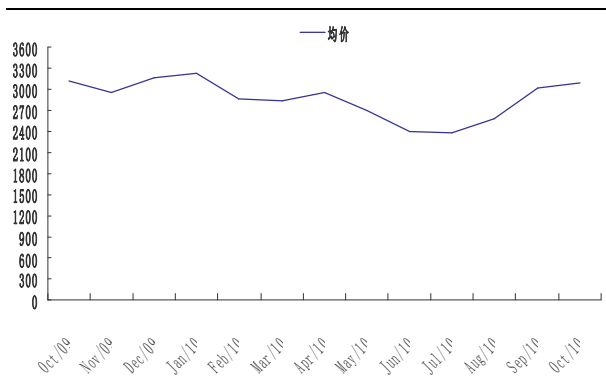


数据来源：产业在线，安信证券研究中心

由于前期冰箱价格下降幅度比较大，近两个月主要的冰箱品牌产品均价均有所回升，其中美的均价环比提升最多，约 2.7 个百分点，海尔、美菱、荣升均价也均呈现上升的态势。

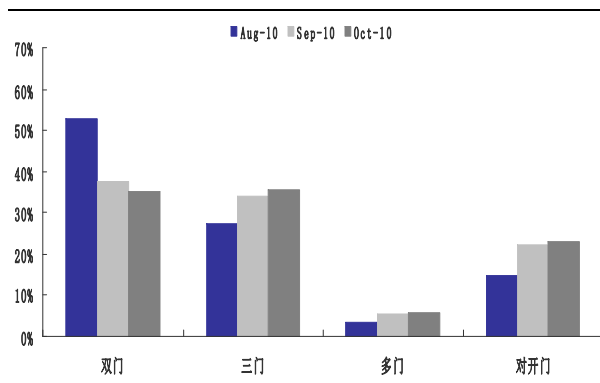
冰箱行业产品结构升级趋势明显，2010 年 10 月双门冰箱占比与 8 月相比具有显著的下降。同时，三门冰箱占比提升明显，多门和对开门冰箱市场份额也有一定的提升。因此，尽管冰箱整体均价有所提升，但是产品结构也呈现明显的上升状况。总的来说，冰箱行业的竞争状况十分激烈。

图 17 冰箱均价变化趋势



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

图 18 不同类型冰箱销售额占比变化趋势

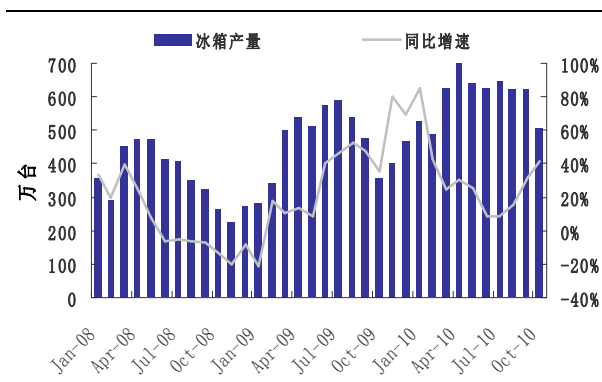


数据来源：中怡康，安信证券研究中心

2.2. 冰箱产量增速超越销量，库存高增长

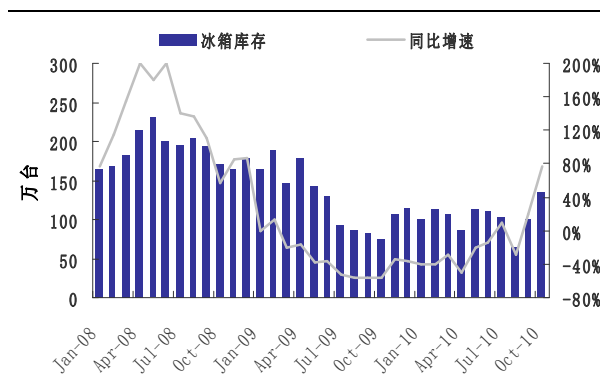
2010 年 10 月冰箱产量同比上升 42%，环比下降 19%。10 月冰箱库存同比上升了 77%，环比上升了 33%。冰箱产量增速大大超越销量增速，导致 10 月库存同比大幅提升。尽管库存提升幅度比较大，但是考虑前期的低基数，库存的高增长不会给行业发展带来障碍，预计下个月库存将会有所回落。

图 19 冰箱产量月度变化



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图 20 冰箱库存月度变化



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

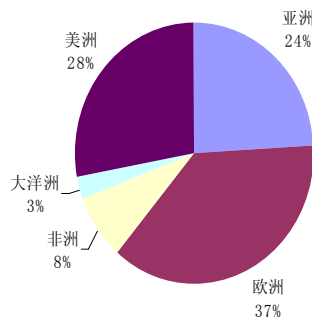
2.3. 冰箱出口平稳，美、非高速增长

2010 年 10 月我国企业出口冰箱总量为 166 万台，出口总额 2.04 亿美元，本月出口量额均是同比增长环比下降，其中出口量同比增长 20%，环比下降 19%；出口额同比增长 19%，环比下降 18%。本月冰箱出口单价平均为 122.6 美元/台，同比下降 0.7%，比上月增长 1.8 美元/台。

总体来看，2010 年 10 月冰箱出口亚洲增势回升，而出口欧洲和美洲增势回落。10 月冰箱出口亚洲 40 万台，同比增长了 36%；出口美洲 47 万台，同比增长 29%；出口欧洲 62 万台，同比增长 8%。与去年同期相比，亚洲占比提升 3 个百分点，美洲提升 2

个百分点，欧洲占比则下滑 4 个百分点。

图 21 冰箱出口各洲占比



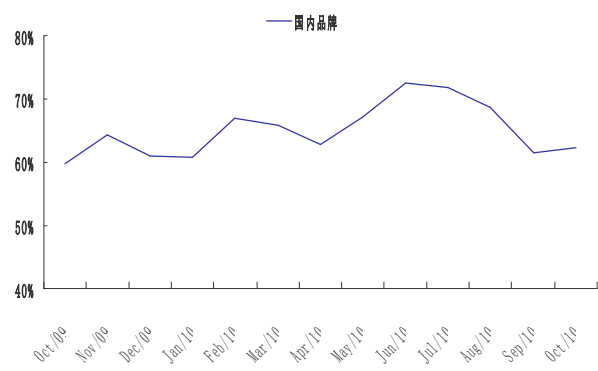
数据来源：产业在线，安信证券研究中心

2.4. 国产品牌市场份额略有回升

2010 年 10 月，国产品牌市场份额回升了 1 个百分点，同时外资品牌的均价也继续攀升至 4767 元。2010 年冰箱行业的市场竞争尤其激烈，在美的发起价格战过后，外资品牌也开始降价的步伐，甚至一向以高端品牌为导向的西门子也加入了价格竞争的阵营，外资品牌均价一度下跌至 3833 元。

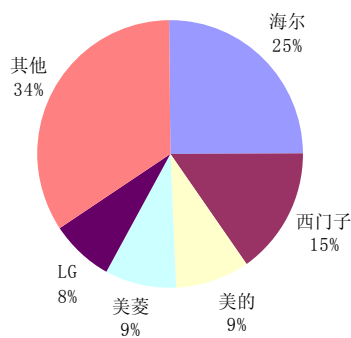
2010 年 10 月冰箱行业市场格局的变化主要体现在主要外资品牌市场份额的下滑，其中西门子市场份额下降了 1 个百分点至 15%，美菱冰箱市场份额上升了 1 个百分点至 9%，与美的基本持平。

图 22 国内冰箱品牌零售额占比变化趋势



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

图 23 冰箱厂商 10 月零售额市场份额



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

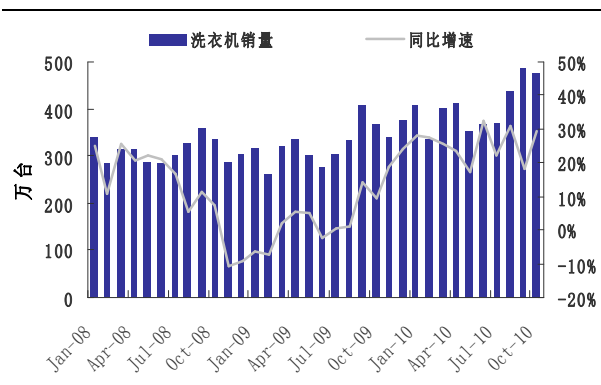
3. 洗衣机行业高成长，二线品牌收益

3.1. 洗衣机内销高增长，出口企稳

2010 年 10 月洗衣机行业销量 476 万台，同比增长 29%。其中内销同比增长 40%，出口同比增长 9%。内销占比 71%，比去年同期提升了 6 个百分点。洗衣机内销高位运行的趋势继续保持，出口增幅明显收窄，但绝对值依然维持高水平，这与 2009 年同期出口量恢复增长有关。

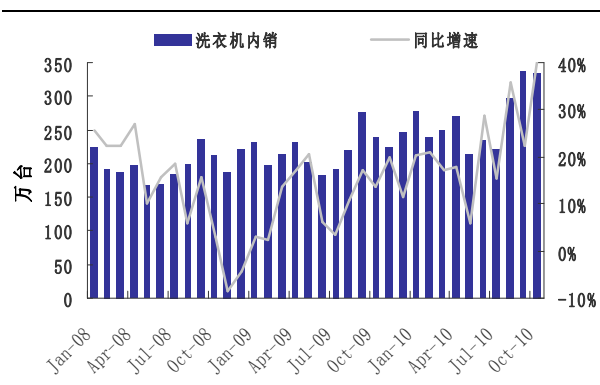
10 月，销量中增长点集中于内销增长，不仅是季节因素，也包括节日效应。各厂商对 4 季度的销售情况依然保持乐观的预期，预计 11 月国内销量还将保持较大的同比增幅，出口维持稳步增长。

图 24 洗衣机总销量月度变化



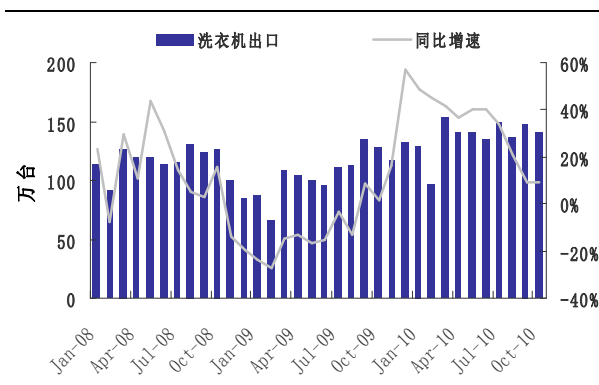
数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图 25 洗衣机内销月度变化



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图 26 洗衣机出口月度变化



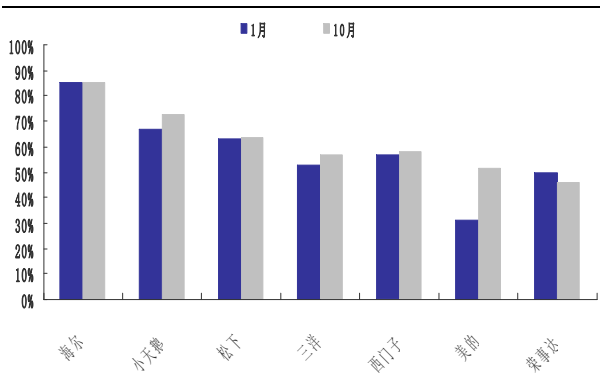
数据来源：产业在线，安信证券研究中心

3.2. 洗衣机二线品牌增势显著

2010年1-10月洗衣机销量4048万台，同比增长25%，是2007年以来增长速度最快的一年。洗衣机行业的高增长收益最大的是二线洗衣机品牌，包括美的系洗衣机和合肥三洋。

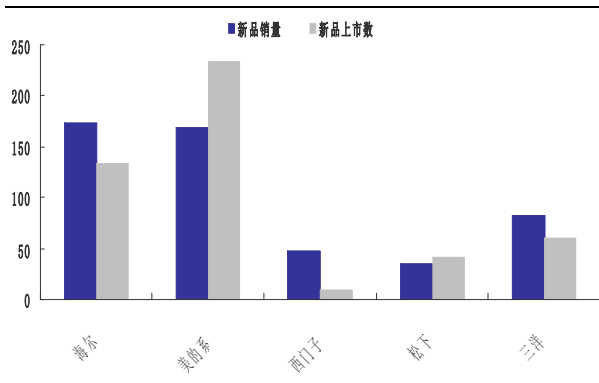
从商场覆盖率来看美的系整体的提升最高，合计提升了23个百分点；合肥三洋提升了4个百分点，其余各厂商商场覆盖率均基本保持稳定。从新品上市数量和销售情况来看，国产品牌推陈出新的速度显著高于外资品牌。美的系的新品上市数量最多，销量与市场龙头海尔基本持平，合肥三洋的新品销售情况也明显好于西门子和松下。因此，综合上述两个指标，我们可以看到洗衣机二线品牌上升势头明显。

图 27 主要品牌商场覆盖率变化



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

图 28 新品上市数量与新品销售额

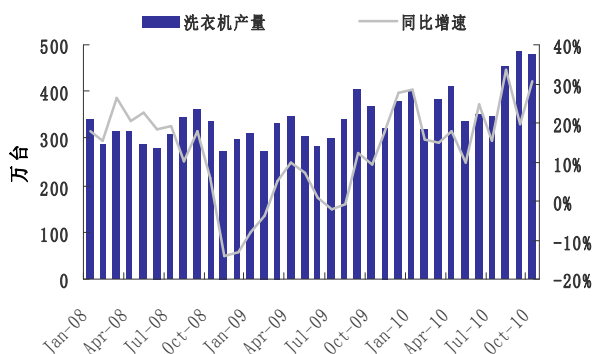


数据来源：中怡康，安信证券研究中心

3.3. 洗衣机产量高速增长，库存持续下滑

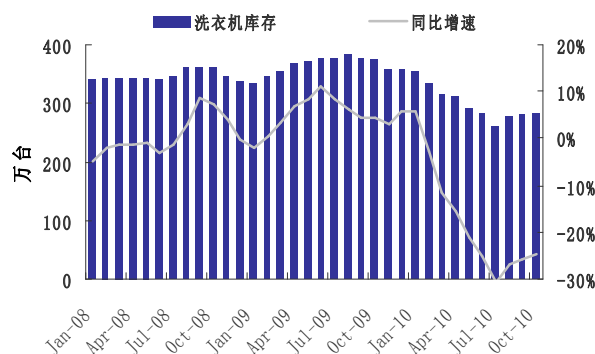
10 月份洗衣机生产 480 万台，同比增长 31%。洗衣机库存同比下降 25%，实现 2010 年 2 月以来第 9 个月的连续下滑。预计未来几个月洗衣机产销量将基本相当，库存也保持在一个相对稳定的状态，但库存同比仍将大幅减少。

图 29 洗衣机产量月度变化



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图 30 洗衣机库存月度变化

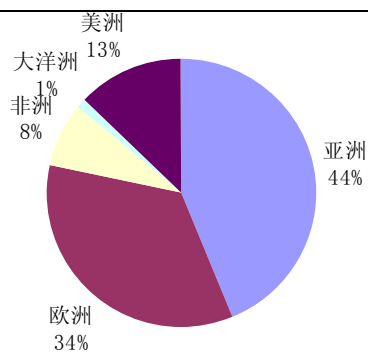


数据来源：产业在线，安信证券研究中心

3.4. 洗衣机出口放缓

2010 年 10 月，洗衣机出口 140 万台，同比增长了 9%，受 2009 年翘尾因素的影响，出口增速有所回落。其中，出口欧洲 51 万台，同比增长了 24%，其余各洲的增速都比较平稳。与去年同期相比，欧洲占比提升了 4 个百分点，亚洲和美洲占比分别下降了 3 个百分点。

图 31 洗衣机出口各洲占比

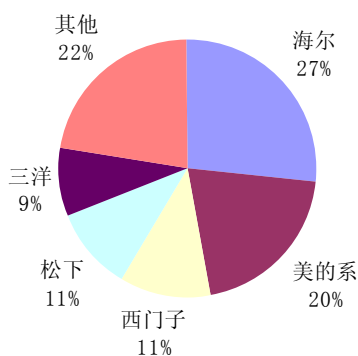


数据来源：产业在线，安信证券研究中心

3.5. 洗衣机行业国产品牌市场份额提升

2010 年 10 月，海尔洗衣机市场份额与上月基本持平，美的系和三洋洗衣机市场份额分别提升一个百分点，而外资品牌中的西门子和松下则分别下降了 1 个百分点。国产品牌洗衣机的竞争力正在逐步提升。

图 32 洗衣机厂商 10 月零售额市场份额



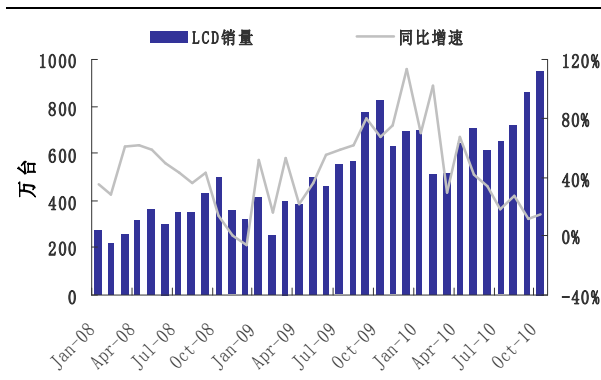
数据来源：中怡康，安信证券研究中心

4. 彩电销量平稳增长，LED 快速普及

4.1. LCD 电视销量增速略有回升，LED 占比提升带动均价上涨

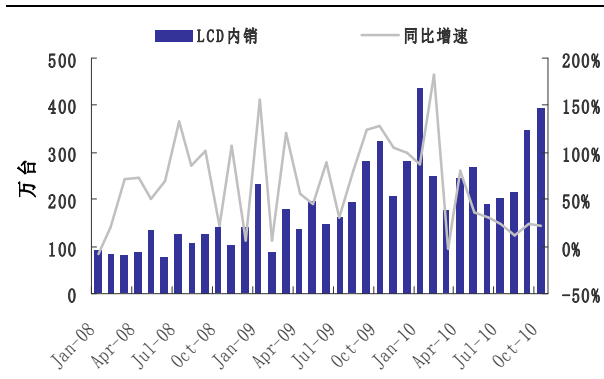
10 月 LCD 电视总销量 948 万台，同比上升 14%。其中，内销同比增长 22%，出口增长 10%。内销占比 42%，比去年同期提升了 2 个百分点。目前我国彩电企业面临的亏损境遇主要有三大原因：一是原材料成本的大幅变化给企业造成了库存压力；二是日韩等外资企业利用屏机一体化战略遏制中国彩电企业，挤压其生存空间；三是台湾代工企业凭借其良好的供应链管理能力和抢夺大陆企业的 OEM 订单，进一步加剧了国内彩电企业的生存困境。今年以来，在全球面板价格波动起伏之时，日韩彩电企业纷纷降低了终端产品的价格，国内企业面临外资企业的联合遏制。

图 33 LCD 总销量月度变化



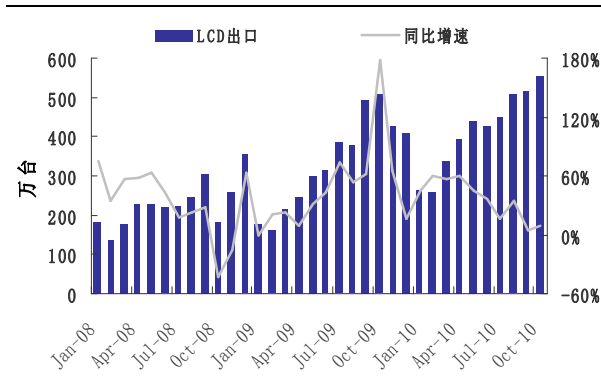
数据来源：产业在线，安信证券研究中心

图 34 LCD 内销月度变化



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

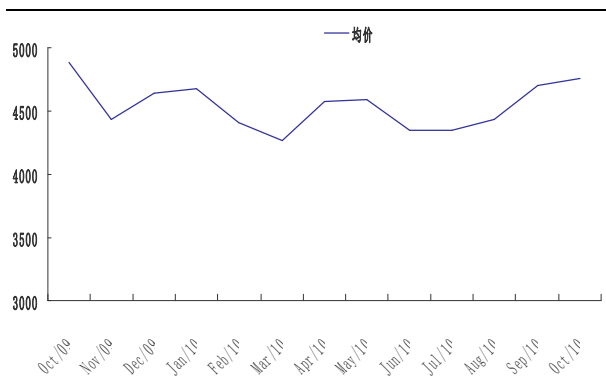
图 35 LCD 出口月度变化



数据来源：产业在线，安信证券研究中心

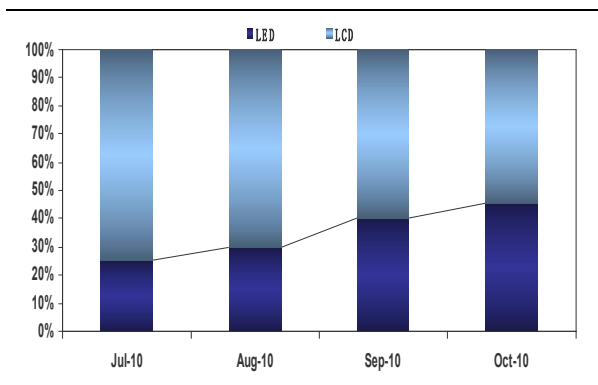
自 2010 年 1 月以来，外资品牌液晶电视均价下降了 2%，而国产品牌均价基本维稳。液晶电视均价比 7、8 月份提升了 300 元，主要是由于随着 LED 电视价格的快速下降，LED 电视与 LCD 电视的价差促发了 LED 的普及，自 2010 年 7 月以来，LED 电视销售额占比迅速提升，已经超过 45%。

图 36 1-10 月 LCD 均价月度变化



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

图 37 LCD 电视产品结构变化趋势

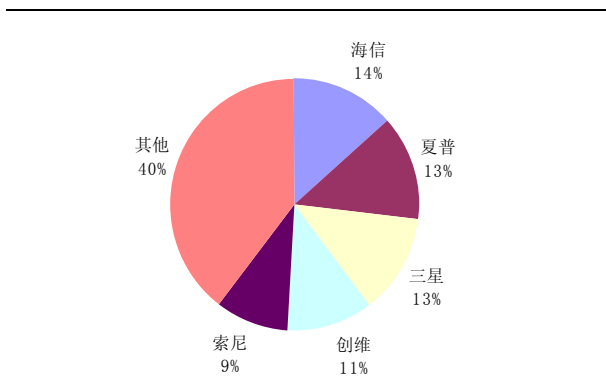


数据来源：中怡康，安信证券研究中心

4.2. LCD 电视国内品牌市场份额略有回升

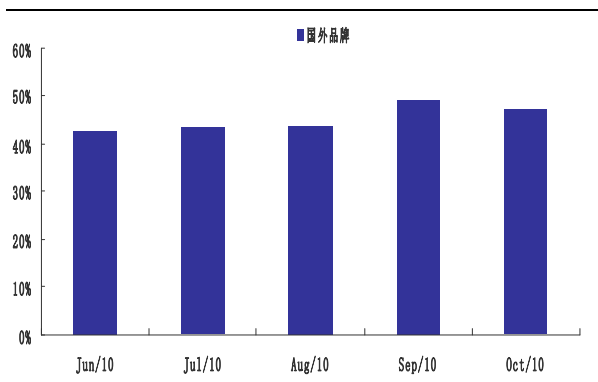
2010 年 10 月液晶电视国产品牌市场份额略有提升，但是相较于年初仍下降了 5 个百分点。除海信和创维市场份额与年初基本持平外，其他国产品牌的市场份额均有不同程度的下滑。10 月夏普和三星液晶电视的市场份额已经达到 13%，直逼海信的龙头地位。

图 38 液晶电视厂商 10 月零售额市场份额



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

图 39 国外品牌市场份额变化



数据来源：中怡康，安信证券研究中心

4.3. 面板价格进入小幅下滑通道

12 月面板价格依然呈现下降的趋势，CCFL 背光的液晶面板价格下降幅度已经很小，基本维稳，LED 背光的面板价格降幅也开始收窄。40-42"LED 面板价格和同尺寸的 LCD 面板价格依然相差 90 美元，预计价差还有进一步缩减的趋势。

表一 液晶面板价格变化

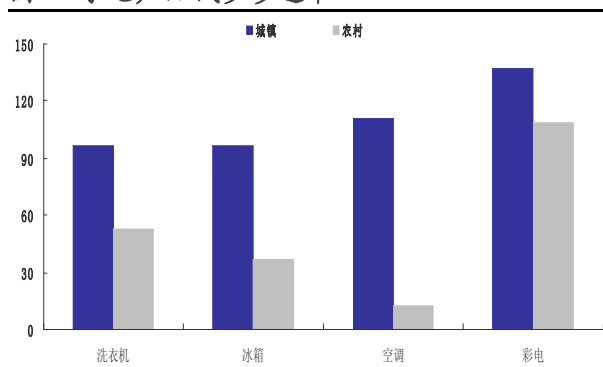
尺寸	11 月 5 日	12 月 5 日	变化
32"	\$159	\$154	(\$5)
37"	\$210	\$205	(\$5)
40-42"	\$262	\$252	(\$10)
40-42" Edge-LED	\$357	\$342	(\$15)

数据来源：DisplaySearch，安信证券研究中心

附表

1、 家电产品城乡渗透率

图 1 家电产品城乡渗透率



注：城镇为 2010 年 6 月数据，农村为 2009 年底数据
数据来源：CEIC，安信证券研究中心

2、 家电子行业成长情况

表一 1-9 月家电子行业成长情况

行业	10 月销量	10 月同比增速	1-10 月销量	1-10 月同比增速
洗衣机	476	29%	4048	25%
空调	734	50%	8139	44%
冰箱	474	29%	6008	25%
LCD 电视	948	14%	6864	34%

数据来源：产业在线，安信证券研究中心

3、 主要公司盈利预测与估值

表二 主要公司盈利预测与估值

行业	公司	10 年 EPS	11 年 EPS	10 年 PE	11 年 PE
洗衣机	合肥三洋	0.64	0.87	21	15
	小天鹅	0.85	1.19	22	16
空调	美的电器	1.11	1.44	14	11
	格力电器	1.40	1.82	12	10
冰箱	青岛海尔	1.39	1.74	19	15
	ST 科龙	0.44	0.49	17	15
	美菱电器	0.83	0.76	14	15
彩电	海信电器	0.76	0.93	16	13
	深康佳	0.15	0.21	34	24
	TCL 集团	0.13	0.16	28	22
	四川长虹	0.06	0.09	65	41
家电上游	三花股份	1.23	1.54	27	21
	常发股份	0.61	0.79	38	29

数据来源：Wind，安信证券研究中心

行业重点公司财务和估值汇总表

日期: 2010-12-13

证券 代码	公司 名称	上次 评级	最新 评级	每股收益(元)			市盈率(X)			ROE(%)			现价	目标价	首次推 荐日期	自推荐 来涨幅
000418	小天鹅	增持-A	增持-A	0.85	1.19	1.56	24	17	13	19.8%	21.7%	22.3%	18.51	24.99		
600983	合肥三洋	增持-A	增持-A	0.64	0.87	1.10	22	16	13	29.2%	32.2%	34.4%	13.12	16.53		
000527	美的电器	增持-A	增持-A	1.11	1.44	1.75	16	12	10	16.8%	18.3%	18.8%	15.61	20.16		
000651	格力电器	增持-A	增持-A	1.40	1.82	2.18	13	10	8	26.2%	25.4%	23.6%	17.30	20.02		

作者简介

侯利，电子行业分析师，中国人民大学经济学博士，高级经济师，曾在中国电子信息产业发展研究院从事信息产业研究工作4年，2007年5月加盟安信证券。

免责声明

本研究报告由安信证券股份有限公司研究中心撰写，研究报告中所提供的信息仅供参考。报告根据国际和行业通行的准则，以合法渠道获得这些信息，尽可能保证可靠、准确和完整，但并不保证报告所述信息的准确性和完整性。本报告不能作为投资研究决策的依据，不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证，无论是否已经明示或者暗示。安信证券股份有限公司研究中心将随时补充、更正和修订有关信息，但不保证及时发布。对于本报告所提供信息所导致的任何直接的或者间接的投资盈亏后果不承担任何责任。本公司及其关联机构可能会持有报告中涉及公司发行的证券并进行交易，并提供或争取提供投资银行或财务顾问服务。

本报告版权仅为安信证券股份有限公司研究中心所有，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。如引用发布，需注明出处为安信证券研究中心，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

安信证券股份有限公司研究中心对于本免责声明条款具有修改权和最终解释权。

行业评级体系

收益评级：

领先大市 — 未来6个月的投资收益率领先沪深300指数10%以上；

同步大市 — 未来6个月的投资收益率与沪深300指数的变动幅度相差-10%至10%；

落后大市 — 未来6个月的投资收益率落后沪深300指数10%以上；

风险评级：

A — 正常风险，未来6个月投资收益率的波动小于等于沪深300指数波动；

B — 较高风险，未来6个月投资收益率的波动大于沪深300指数波动；

销售联系人

梁涛

021-68766067

黄方祥

021-68765913

张勤

021-68763879

潘冬亮

010-59113590

马正南

0755-82558073

上海联系人

liangtao@essence.com.cn

上海联系人

huangfc@essence.com.cn

上海联系人

zhangqin@essence.com.cn

北京联系人

pandl@essence.com.cn

北京联系人

huzhen@essence.com.cn

凌洁

021-68765237

朱贤

021-68765293

周蓉

010-59113563

李昕

010-59113565

李国瑞

0755-82558084

上海联系人

lingjie@essence.com.cn

上海联系人

zhuxian@essence.com.cn

北京联系人

zhourong@essence.com.cn

北京联系人

lixin@essence.com.cn

深圳联系人

ligr@essence.com.cn

安信证券研究中心

深圳

深圳市福田区深南大道2008号中国凤凰大厦1栋7层

邮编：518026

上海

上海市浦东新区世纪大道1589号长泰国际金融大厦16层

邮编：200122

北京

北京市西城区金融大街5号新盛大厦B座19层

邮编：100034