

空调新能效产品加速推出，销售占比逐步提升

—— 家电行业周报

分析师： 尤越

SAC NO: S1150520080001

2020年10月30日

证券分析师

尤越
022-23839033
youyue@bhzq.com

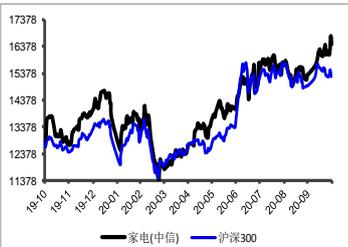
子行业评级

白色家电	看好
黑色家电	中性
小家电	看好
厨房电器	中性
照明电工及其他	中性

重点品种推荐

美的集团	增持
海尔智家	增持
格力电器	增持
小熊电器	增持
新宝股份	增持

最近一季度行业相对走势



相关研究报告

投资要点:

● 市场表现

近五个交易日（10.23-10.29）沪深300指数下跌0.11%，家电（中信）板块上涨2.07%，行业跑赢大盘2.18个百分点，在30个中信一级行业中排名第二。细分子行业方面，本周小家电和黑色家电板块持续调整，下跌3.29%和2.01%；其余子行业均呈现上涨态势：厨房电器6.42%、照明电工及其他4.52%、白色家电2.37%。个股方面，近五个交易日英飞特（+46.34%）、公牛集团（+15.20%）和ST中科创（+14.23%）涨幅居前，九阳股份（-17.38%）、华体科技（-10.40%）和金海环境（-9.43%）跌幅居前。

● 行业相关数据

白电方面：据奥维云网（AVC）数据统计，2020年第43周（10.19-10.25）空调线下销额同比下滑50.83%，销量同比下滑49.56%；线上销额同比提升31.13%，销量同比提升31.79%。冰箱线下销额同比下滑36.26%，销量同比下滑35.66%；线上销额同比上涨60.07%，销量同比上涨40.10%。洗衣机线下销额同比下滑32.48%，销量同比下滑30.60%；线上销额同比上涨35.19%，销量同比上涨22.17%。

黑电方面：据奥维云网（AVC）数据统计，2020年第43周（10.19-10.25）彩电线下销额同比下降38.69%，销量同比下降36.76%，线下产品均价为3967元，均价同比下降182元；线上销额同比上涨9.61%，销量同比下滑12.12%，线上产品均价为2466元，均价同比提升489元。

厨电方面：据奥维云网（AVC）数据统计，2020年第43周（10.19-10.25）油烟机、燃气灶和厨电套餐线下销额分别同比下滑34.73%、33.96%和46.81%，销量分别同比下滑37.25%、34.37%和50.02%；线上销额分别同比上涨53.96%、44.53%和45.73%，销量分别同比上涨54.78%、37.26%和36.12%。

小家电方面：据奥维云网（AVC）数据统计，2020年第43周（10.19-10.25）豆浆机、料理机、养生壶、破壁机线下销额分别同比下滑36.10%、53.09%、51.23%和53.73%，销量分别同比下滑49.06%、38.88%、48.81%和43.18%；线上销额分别同比上涨-2.10%、20.73%、17.00%和44.62%，销量同比上涨20.38%、4.40%、14.23%和88.26%。

● 家电行业要闻

双十一不止于百亿补贴 苏宁家电全渠道再度领跑透露超级增长机会

电视涨价已成趋势 线上渠道更为猛烈

马来西亚市场海尔洗衣机连续 5 个月两位数增长

日本 AQUA 推出超声波洗衣机攻克行业难题

● 重点公司动态

晨丰科技：关于控股子公司竞得国有土地使用权的公告

小熊电器：公布 2020 年第三季度报告

北鼎股份：公布 2020 年第三季度报告

海尔智家：公布 2020 年第三季度报告

● 投资建议

据中国电子信息产业发展研究院发布的《2020 第三季度中国家电市场报告》显示，今年第三季度，我国家电市场零售额规模达 2102 亿元，较去年同期增长 1.6%。销售渠道方面，线上市场规模占比持续提升，线上零售额规模为 1050 亿元，占比达 49.95%；线下市场规模为 1052 亿元，占比持续下滑，同比下降 17.8%。白电方面，空调新能效政策正式公布后，新能效产品加速上线并推向市场。据奥维云网统计，“十一”促销期（9.21-10.11），线上市场方面，新能效产品销售占比超过 50%；在线下市场中，销售占比也高达 38%。可见，新能效产品销售占比逐步提升，已成为空调销售的主要产品。黑电方面，据奥维云网数据显示，9 月国内彩电市场零售规模再次下滑，整体零售量为 353.6 万台，同比下滑 8.1%；整体零售额为 104.3 亿元，同比下滑 2.3%，下滑逐渐常态化。小家电方面，本周板块持续调整，但行业景气度不变。近期，电商大促正在进行，消费需求有望进一步释放，加快家电行业复苏，尤其利好单价低，线上销售占比高的小家电板块。目前，三季度业绩报告已开始相继公布，建议关注业绩增速超市场预期个股及各细分行业龙头。综上，暂时给予行业“中性”评级，建议关注美的集团（000333）、海尔智家（600690）、格力电器（000651）、小熊电器（002959）和新宝股份（002705）。

● 风险提示

疫情反复；行业竞争加剧风险。

目 录

1、市场表现	5
2、行业相关数据	6
3、家电行业要闻	8
4、重点公司动态	11
5、投资建议	12
6、风险提示	12

图 目 录

图 1: 家电行业在 30 个中信一级行业中排名第 2 (10.23-10.29)	5
图 2: 家电行业细分子行业涨跌幅 (10.23-10.29)	5
图 3: 空调线上周度零售额数据 (单位: 万元)	7
图 4: 空调线下周度零售额数据 (单位: 万元)	7
图 5: 冰箱线上周度零售额数据 (单位: 万元)	7
图 6: 冰箱线下周度零售额数据 (单位: 万元)	7
图 7: 洗衣机线上周度零售额数据 (单位: 万元)	7
图 8: 洗衣机线下周度零售额数据 (单位: 万元)	7

表 目 录

表 1: 近五个交易日家电 (中信) 行业个股涨跌幅	6
----------------------------------	---

1、市场表现

近五个交易日（10.23-10.29）沪深 300 指数下跌 0.11%，家电（中信）板块上涨 2.07%，行业跑赢大盘 2.18 个百分点，在 30 个中信一级行业中排名第二。

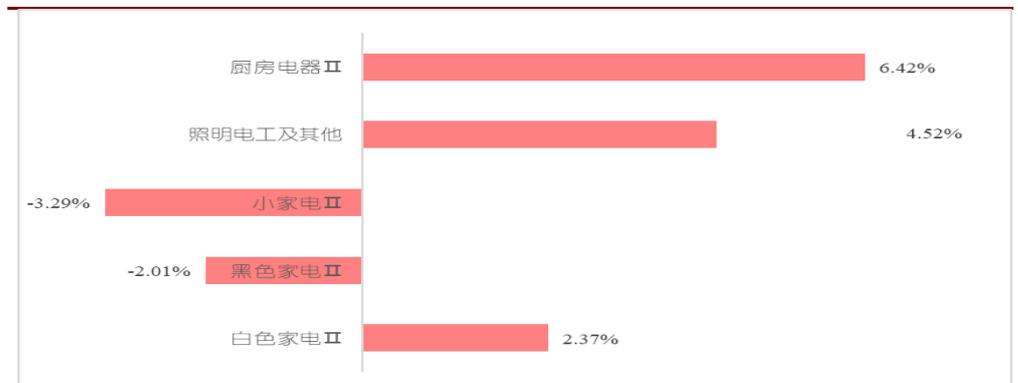
图 1：家电行业在 30 个中信一级行业中排名第 2（10.23-10.29）



资料来源：wind，渤海证券

细分子行业方面，本周小家电和黑色家电板块持续调整，下跌 3.29%和 2.01%；其余子行业均呈现上涨态势：厨房电器 6.42%、照明电工及其他 4.52%、白色家电 2.37%。

图 2：家电行业细分子行业涨跌幅（10.23-10.29）



资料来源：wind，渤海证券

个股方面，近五个交易日英飞特（+46.34%）、公牛集团（+15.20%）和 ST 中科创（+14.23%）涨幅居前，九阳股份（-17.38%）、华体科技（-10.40%）和金海环境（-9.43%）跌幅居前。

表 1: 近五个交易日家电（中信）行业个股涨跌幅

涨幅前五名	涨跌幅%	跌幅前五名	涨跌幅%
英飞特	46.34%	九阳股份	-17.38%
公牛集团	15.20%	华体科技	-10.40%
ST 中科创	14.23%	金海环境	-9.43%
ST 圣莱	12.61%	惠而浦	-8.94%
老板电器	12.35%	光莆股份	-8.44%

资料来源: wind, 渤海证券

2、行业相关数据

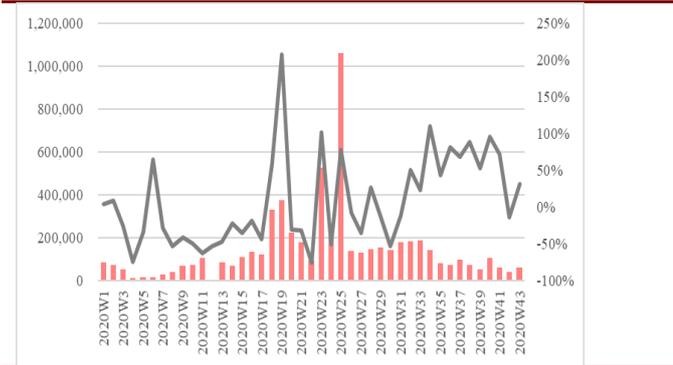
白电方面: 据奥维云网 (AVC) 数据统计, 2020 年第 43 周 (10.19-10.25) 空调线下销额同比下滑 50.83%, 销量同比下滑 49.56%; 线上销额同比提升 31.13%, 销量同比提升 31.79%。冰箱线下销额同比下滑 36.26%, 销量同比下滑 35.66%; 线上销额同比上涨 60.07%, 销量同比上涨 40.10%。洗衣机线下销额同比下滑 32.48%, 销量同比下滑 30.60%; 线上销额同比上涨 35.19%, 销量同比上涨 22.17%。

黑电方面: 据奥维云网 (AVC) 数据统计, 2020 年第 43 周 (10.19-10.25) 彩电线下销额同比下降 38.69%, 销量同比下降 36.76%, 线下产品均价为 3967 元, 均价同比下降 182 元; 线上销额同比上涨 9.61%, 销量同比下滑 12.12%, 线上产品均价为 2466 元, 均价同比提升 489 元。

厨电方面: 据奥维云网 (AVC) 数据统计, 2020 年第 43 周 (10.19-10.25) 油烟机、燃气灶和厨电套餐线下销额分别同比下滑 34.73%、33.96%和 46.81%, 销量分别同比下滑 37.25%、34.37%和 50.02%; 线上销额分别同比上涨 53.96%、44.53%和 45.73%, 销量分别同比上涨 54.78%、37.26%和 36.12%。

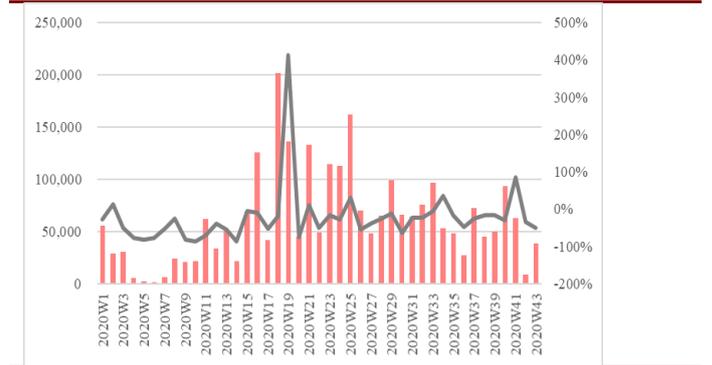
小家电方面: 据奥维云网 (AVC) 数据统计, 2020 年第 43 周 (10.19-10.25) 豆浆机、料理机、养生壶、破壁机线下销额分别同比下滑 36.10%、53.09%、51.23%和 53.73%, 销量分别同比下滑 49.06%、38.88%、48.81%和 43.18%; 线上销额分别同比上涨-2.10%、20.73%、17.00%和 44.62%, 销量同比上涨 20.38%、4.40%、14.23%和 88.26%。

图 3: 空调线上上周度零售额数据 (单位: 万元)



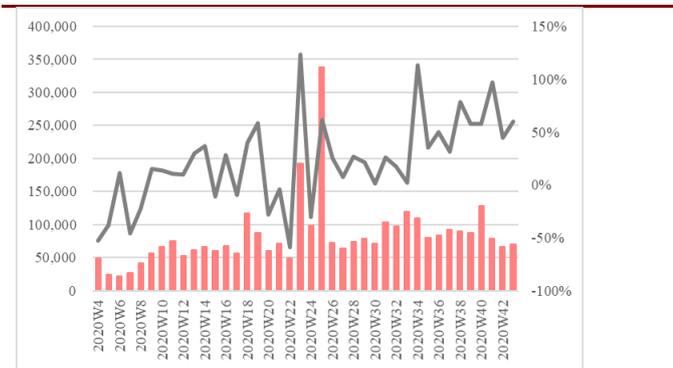
资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 4: 空调线下上周度零售额数据 (单位: 万元)



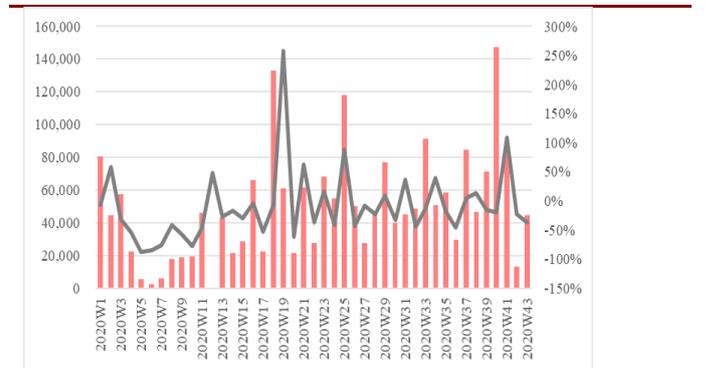
资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 5: 冰箱线上上周度零售额数据 (单位: 万元)



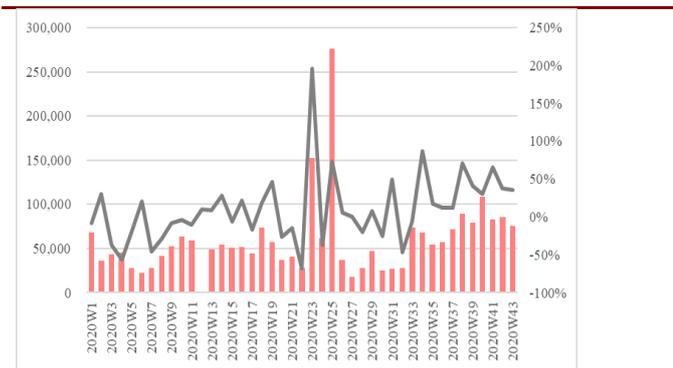
资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 6: 冰箱线下上周度零售额数据 (单位: 万元)



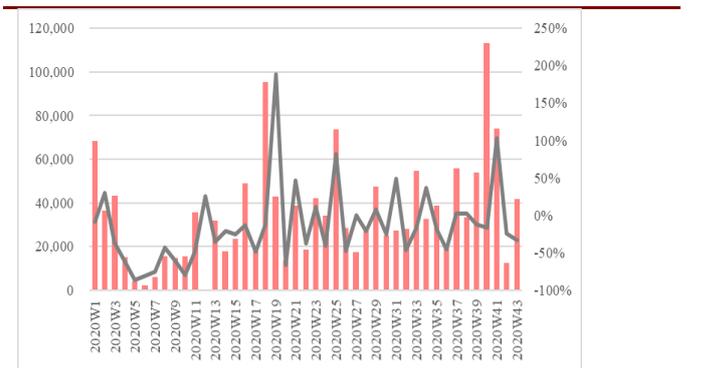
资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 7: 洗衣机线上上周度零售额数据 (单位: 万元)



资料来源: 奥维云网, 渤海证券

图 8: 洗衣机线下上周度零售额数据 (单位: 万元)



资料来源: 奥维云网, 渤海证券

3、家电行业要闻

1、双十一不止于百亿补贴 苏宁家电全渠道再度领跑透露超级增长机会

双十一预售活动的开启，可谓是正式拉开第四季度密集电商大促的序幕，无论是国内的双十一、双十二、元春，还是海外黑色星期五、圣诞等，各样节点的接踵而至，令本就处于逐步恢复市场需求的消费市场焕发新生机。而从即将到来的双十一就可看出，以苏宁、京东、天猫、国美以及五星为头部阵营的渠道商们，早已摩拳擦掌并跃跃欲试，做好迎战准备。其中，更新并升级双十一玩法的苏宁更是做足了准备，再度领跑家电全渠道第一的同时，也为各商家透露出超级增长机会。

不止于百亿补贴 双十一玩法再度升级

双十一活动期间，苏宁在京召开了 2020 年苏宁易购“双十一全民嘉年华”发布会，其力邀罗永浩为苏宁“百亿补贴发布官”，宣布在家电 3C 方面，将重点补贴新品、抢手尖货和 5G 新品，各大头部品牌，包括海尔、西门子、松下、华为、Apple 等都有大力度补贴。负责人介绍，今年双十一期间，苏宁针对中高端家电产品、特色心智产品推出百亿补贴，用户登陆苏宁易购 APP，到家电主会场可免费领取 1111 元家电折扣券，同时家电类产品可享受“满千减百”家电行业补贴券，还有 24 期分期免息券。除了线上重点活动力度之外，百亿补贴还走向了线下市场，围绕社区、县镇、超市、店播等给出扶持力度，结合苏宁零售云、苏宁电器城等线下家电零售渠道，全场景服务消费者。更为值得关注的是，不止于百亿补贴，作为家电 3C 第一销售渠道，苏宁将整合品牌、商家及自身全渠道全场景优势，通过流量扶持、渠道赋能、社群营销、社交渠道推广等综合方式，结合包括百亿补贴、以旧换新、直播带货、套购优惠、限时秒杀、分期免息在内的 6 大核心玩法、覆盖 10.28 大牌狂补日、双十一开门红、11.4 3C 日、11.6 家电日、11.9 会员日及 11.11 终极爆发等重要节点的 7 大 BIG DAY，打造一场家电 3C 行业的双十一嘉年华。总的来说，此次双十一，苏宁将打造全链路流量矩阵，力度远超历年。同时，苏宁还将通过全产业多渠道用户引入，赋能商家高效获客，同步结合社群营销、社交渠道推广等方式，通过苏宁流量池，为商家持续“输血”。

家电全渠道再度领跑 “马太效应” 突显

线上线下全场景覆盖的经营模式向来都是苏宁引以为傲的选择，而从刚发布的

《2020年中国家电行业第三季度报告》(以下简称《报告》)看来,市场结果再一次印证了苏宁的选择正确。《报告》显示,2020年第三季度,单从线上渠道来看,线上“三强”格局未变,其中京东占据37.1%,苏宁占据31.5%,天猫占据23.4%,三个渠道共占据92.0%的市场份额;单从线下渠道来看,苏宁和国美作为线下两大重点流通渠道仍保持着相对稳定的市场地位,苏宁获得17.6%的市场份额、国美市场份额为8.5%,而地方连锁渠道、百货、超市、乡镇零售店等上半年市场份额为72.0%。但在对比在所有渠道形态后,可以明显看出苏宁的优势。数据显示,依靠自身线上线下全场景覆盖的经营模式继续领跑市场,苏宁获得了23.3%的市场份额,在Q3阶段保持家电龙头地位,再度领跑家电全渠道第一,而京东和天猫仅分别获得了15.4%和9.7%的份额。得益于全渠道优势,苏宁将零售趋向于最优化。在今年818苏宁三十周年庆发布会上,苏宁官宣由“零售商”升级为“零售服务商”,进一步输出供应链、物流、场景、金融、技术五大服务能力,硬核扶持品牌及商家,全面刺激消费需求。当下,苏宁具有最完整的点位流量网络和供应链网络,具备全渠道全场景的全域营销布局,苏宁小店和零售云可以同时抓住城市和农村两个市场的下沉用户,挖掘增量市场火力。与此同时,搭载苏宁电商零售云平台,通过供应链、物流、金融、科技、场景赋能去中心化的分散流量,将助力商家持续获得增长市场。话说回来,从发展的角度来看,苏宁全渠道模式下显露出的市场走向则更为惊艳。从《报告》中的数据看,其中有一点极为引人注目,那就是市场逐渐突显的“马太效应”,头部渠道份额逐步提升。其中,尤其是线上渠道,苏宁、京东与天猫已占据超九成的市场份额,而在线下渠道,苏宁与国美等份额也不容小觑。而在全渠道数据中,苏宁以23.3%的市场份额与其他渠道拉开逐步巨大的距离,更是彰显出头部渠道的优势。可见,以线上线下全场景覆盖为基础的经营模式,将逐渐成为市场的发展方向,而遵循市场规律的头部渠道在“马太效应”下,必将获得更为优越的市场优势。

编者认为:线上消费的力量从各电商节点的热度、活动的规模以及各大电商的战报就可以看出其早已不容忽视的地位。然而,从市场的发展来看,线下依旧有其必须存在的理由,不容忽视的市场份额宣示着它的地位,可见线上线下全场景覆盖的经营模式也是市场自然选择下的必然结果。就此来看,苏宁的成功绝非机缘巧合的偶然。在家电全渠道再度领跑之下,“马太效应”突显后的苏宁或将更为不可挡。受卫生安全事件的影响,今年的双十一注定将引发更多的关注,而不止于百亿补贴的苏宁将双十一的玩法再度升级,或许已经预示着购物狂欢后的战报。当然,对于消费者来说,最为关心的大额家电补贴券、升级换新、满千减百、行业坐标价、24期分期免息券等多重优惠福利,苏宁已送至各位小主的手

中，而做足准备的苏宁也早已在等您的光临。（智电网）

2、电视涨价已成趋势 线上渠道更为猛烈

近日，奥维云网发布的《2020年Q3中国彩电行业发展总结》显示，随着供需关系改善，6月起上游液晶面板价格进入暴涨通道。其中，10月65英寸液晶面板采购价210美元，对比今年年初增长22.8%，对比去年同期增长25.7%；55英寸面板价格对比年初增长51.9%，对比去年同期增长58.0%。而对于即将到来的第四季度，其集结国内双11、双12、元春和海外黑色星期五、圣诞等节点，是传统备货旺季，伴随市场需求的恢复，全球LCD电视面板供应还将继续吃紧。由此看出，当前，受成本上涨影响，电视行业将终止长期以往的大面积价格战，快速回调零售均价，电视涨价已形成趋势。从即将到来的双十一就可看出，多数品牌快速回调产品零售价，十一大促期间市场均价走高，大促价不降反升。以往价格战激烈的线上市场价格回调更为迅速，十一大促线上均价2508元，同比增长23.0%，对比今年618均价上涨540元，涨幅27.4%。线下均价4613元，同比增长7.6%。可见，面对电视行业价格迎来的持续增长，线上渠道价格上涨则更为猛烈。（智电网）

3、马来西亚市场海尔洗衣机连续5个月两位数增长

由于疫情持续影响，马来西亚已将现行的“复苏式行动管制令”延长至今年年底，家电行业的复苏、发展仍面临着严峻挑战。不过低迷的市场下仍有例外，截至9月，海尔洗衣机已连续5个月实现收入两位数增长。依托高品质的产品和良好的品牌形象，海尔洗衣机成为行业高增长的典范。家电品牌线下体验店的形象在一定程度上影响着用户下单欲望和再次进店的可能性。为了能直观、全面的为用户展示产品和场景方案，海尔马来西亚升级洗衣机终端展示，由原来卖场杂乱无章的机器摆放转变为如今直观演示与科技感并存的高端展示区。海尔马来西亚品牌形象升级结合线上渠道交互同步宣传，助力洗衣机品类实现高增长。通过提供优质的场景方案和产品体验，海尔洗衣机也成为了更多渠道商的选择。目前，海尔马来西亚已与当地最大的全国性连锁渠道S达成战略合作，海尔洗衣机健康、便捷洗衣场景也将走进更多用户家中。海尔洗衣机不单局限于提供洗涤功能，而是用场景解决方案将美好生活体验引入到更多家庭中，在全球化的落地中，继续收获市场反馈，占据马来西亚洗衣机市场的优势地位。（消费日报网）

4、日本AQUA推出超声波洗衣机攻克行业难题

近期，日本AQUA推出超声波系列洗衣机。用户在手不沾水的情况下，通过AQUA

首创的超声波局部洗涤功能,结合洗涤剂自动投放和3D强力洗功能,仅用30s便可除去衣物局部顽固脏污。公开资料显示,AQUA的这款超声波洗衣机,外观与普通立式洗衣机相同。按“Easy SONIC”按钮,洗涤剂将自动与水混合至最合适剂量,洗涤头每秒产生40,000次超声波振动清除污垢。洗涤完成后,将托盘推回原位,即可正常洗涤。在日本,约有80%的用户习惯在将衣物投入洗衣机之前进行手洗预处理衣领、衣袖等局部污渍。日本AQUA这款超声波系列洗衣机就是针对用户需求,推出的高端差异化创新产品。该洗衣机一上市,就凭借超音波预处理的强大清洁功效,受到用户的青睐,已经实现每周400多台的销售。目前,AQUA超声波系列洗衣机已导入日本5030家线下门店。继TZ系列冰箱实现引爆后,日本AQUA坚持高端品牌战略,打造AQUA超声波系列洗衣机高端样板,持续行业引领。(互联网频道)

4、重点公司动态

1、晨丰科技：关于控股子公司竞得国有土地使用权的公告

公司控股子公司海宁明益电子科技有限公司以自有资金1,740万元人民币的价格竞买取得位于盐官镇建设路北侧、园区四路西侧的国有建设用地使用权,宗地编号为海自然字20170号,土地面积为27,429.0平方米。本次购买土地使用权作为明益电子后续生产经营的建设用地及生产场所,符合公司战略布局,有利于公司的持续长远发展,不会对公司未来财务状况和经营成果产生不良影响。

2、小熊电器：公布2020年第三季度报告

公司前三季度实现营业收入24.98亿元,同比增长45.14%;归属于上市公司股东的净利润3.22亿元,同比增长92.04%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润3.01亿元,同比增长85.16%;基本每股收益2.0633元。第三季度实现营业收入7.80亿元,同比增长46.55%;归属于上市公司股东的净利润0.68亿元,同比增长69.99%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.57亿元,同比提升53.50%。

3、北鼎股份：公布2020年第三季度报告

公司前三季度实现营业收入4.41亿元,同比增长17.85%;归属于上市公司股东的净利润0.68亿元,同比增长58.33%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润0.63亿元,同比增长61.53%;基本每股收益0.3760元。第三季度实现营业收入1.61亿元,同比增长26.84%;归属于上市公司股东的净利润0.23

亿元,同比增长 82.84%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 0.22 亿元,同比提升 77.86%。

4、海尔智家:公布 2020 年第三季度报告

报告期内,公司坚持物联网智慧家庭生态品牌战略方向,依托在引领成套产品、高端品牌、零售转型、全球化运营、智家体验云等方面的优势,持续扩大全球市场领先地位。公司 2020 年 Q3 单季度,收入、归母净利润、扣非归母净利润分别增长 16.9%、37.8%、43.3%。公司前三季度累计实现收入 1,544.1 亿元,增 2.8%; Q3 单季度实现收入 586.8 亿元,增 16.9%,其中,中国区收入增 16.3%;海外收入增 17.5%。

5、投资建议

据中国电子信息产业发展研究院发布的《2020 第三季度中国家电市场报告》显示,今年第三季度,我国家电市场零售额规模达 2102 亿元,较去年同期增长 1.6%。销售渠道方面,线上市场规模占比持续提升,线上零售额规模为 1050 亿元,占比达 49.95%;线下市场规模为 1052 亿元,占比持续下滑,同比下降 17.8%。白电方面,空调新能效政策正式公布后,新能效产品加速上线并推向市场。据奥维云网统计,“十一”促销期(9.21-10.11),线上市场方面,新能效产品销售占比超过 50%;在线下市场中,销售占比也高达 38%。可见,新能效产品销售占比逐步提升,已成为空调销售的主要产品。黑电方面,据奥维云网数据显示,9 月国内彩电市场零售规模再次下滑,整体零售量为 353.6 万台,同比下滑 8.1%;整体零售额为 104.3 亿元,同比下滑 2.3%,下滑逐渐常态化。小家电方面,本周板块持续调整,但行业景气度不变。近期,电商大促正在进行,消费需求有望进一步释放,加快家电行业复苏,尤其利好单价低,线上销售占比高的小家电板块。目前,三季度业绩报告已开始相继公布,建议关注业绩增速超市场预期个股及各细分行业龙头。综上,暂时给予行业“中性”评级,建议关注美的集团(000333)、海尔智家(600690)、格力电器(000651)、小熊电器(002959)和新宝股份(002705)。

6、风险提示

疫情反复;行业竞争加剧风险。

投资评级说明

项目名称	投资评级	评级说明
公司评级标准	买入	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅超过 20%
	增持	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅介于 10%~20%之间
	中性	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅介于-10%~10%之间
	减持	未来 6 个月内相对沪深 300 指数跌幅超过 10%
行业评级标准	看好	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数涨幅超过 10%
	中性	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数涨幅介于-10%-10%之间
	看淡	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数跌幅超过 10%

免责声明：本报告中的信息均来源于已公开的资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，不保证该信息未经任何更新，也不保证本公司做出的任何建议不会发生任何变更。在任何情况下，报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或询价。在任何情况下，我公司不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的担保，投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失书面或口头承诺均为无效。我公司及其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或争取提供投资银行或财务顾问服务。我公司的关联机构或个人可能在本报告公开发表之前已经使用或了解其中的信息。本报告的版权归渤海证券股份有限公司所有，未获得渤海证券股份有限公司事先书面授权，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，需注明出处为“渤海证券股份有限公司”，也不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。

请务必阅读正文之后的免责声明

渤海证券股份有限公司研究所
所长&金融行业研究

 张继袖
 +86 22 2845 1845

副所长&产品研发部经理

 崔健
 +86 22 2845 1618

计算机行业研究小组

 徐中华
 +86 10 6810 4898

汽车行业研究小组

 郑连声
 +86 22 2845 1904
 陈兰芳
 +86 22 2383 9069

机械行业研究

 郑连声
 +86 22 2845 1904
 宁前羽
 +86 22 2383 9174

非银金融行业研究

 张继袖
 +86 22 2845 1845
 王磊
 +86 22 2845 1802

医药行业研究小组

 甘英健
 +86 22 2383 9063
 陈晨
 +86 22 2383 9062
 张山峰
 +86 22 2383 9136

银行业研究

 张继袖
 +86 22 2845 1845
 吴晓楠
 +86 22 2383 9071

通信行业研究

 徐勇
 +86 10 6810 4602

传媒行业研究

 姚磊
 +86 22 2383 9065

食品饮料行业研究

 刘瑛
 +86 22 2386 1670

餐饮旅游行业研究

 杨旭
 +86 22 2845 1879

家电行业研究

 尤越
 +86 22 2383 9033

宏观、战略研究&部门经理

 周喜
 +86 22 2845 1972

固定收益研究

 朱林宁
 +86 22 2387 3123
 马丽娜
 +86 22 2386 9129
 张婧怡
 +86 22 2383 9130
 李济安
 +86 22 2383 9175

金融工程研究

 宋旻
 +86 22 2845 1131
 陈菊
 +86 22 2383 9135
 郭琳姗
 +86 22 2383 9127
 韩乾
 +86 22 2383 9192
 杨毅飞
 +86 22 2383 9154

金融工程研究

 祝涛
 +86 22 2845 1653
 郝惊
 +86 22 2386 1600

策略研究

 宋亦威
 +86 22 2386 1608
 严佩佩
 +86 22 2383 9070

博士后工作站

 张佳佳 资产配置
 +86 22 2383 9072
 张一帆 公用事业、信用评级
 +86 22 2383 9073

博士后工作站

 苏菲 绿色债券
 +86 22 2383 9026
 刘精山 货币政策与债券市场
 +86 22 2386 1439

综合管理

 齐艳莉 (部门经理)
 +86 22 2845 1625
 李思琦
 +86 22 2383 9132

机构销售•投资顾问

 朱艳君
 +86 22 2845 1995
 王文君
 +86 10 6810 4637

合规管理&部门经理

 任宪功
 +86 10 6810 4615

风控专员

 张敬华
 +86 10 6810 4651

渤海证券研究所

天津

天津市南开区水上公园东路宁汇大厦 A 座写字楼

邮政编码: 300381

电话: (022) 28451888

传真: (022) 28451615

北京

北京市西城区西直门外大街甲 143 号 凯旋大厦 A 座 2 层

邮政编码: 100086

电话: (010) 68104192

传真: (010) 68104192

渤海证券研究所网址: www.ewww.com.cn