下载日志已记录，仅供内部参考

财通证券 CAITONG SECURITIES

一文读懂 Live Nation——38W2026 周报

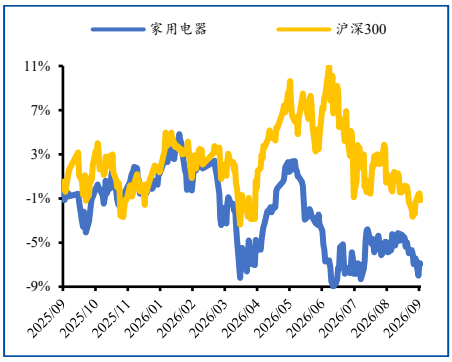
家用电器

证券研究报告

行业投资策略周报 / 2026.09.24

投资评级:看好（维持）

最近 12 月市场表现



分析师 孙谦
SAC 证书编号：S0160525060001
sunqian@ctsec.com

分析师 于雪娇
SAC 证书编号：S0160525080005
yuxj@ctsec.com

分析师 邢瀚文
SAC 证书编号：S0160525050001
xinghw@ctsec.com

分析师 戚志圣
SAC 证书编号：S0160525110003
qizs@ctsec.com

分析师 赵嘉宁
SAC 证书编号：S0160525120004
zhaojn@ctsec.com

联系人 刘航睿
liuhr@ctsec.com

相关报告

1. 《大尺寸与高阶 MiniLED 推动高端化，国产电视深化北美渠道布局》 2026-09-19
2. 《路在全球化——家电行业 1H26 中报总结》 2026-09-17
3. 《美股新高消费股梳理——33W2026 周报》 2026-08-21

核心观点

- **周度研究聚焦：一文读懂 Live Nation**
- **公司简介：全球现场娱乐龙头，形成音乐会、票务及赞助广告三大业务布局。** Live Nation 于 2005 年成立，2010 年与 Ticketmaster 完成合并，目前已形成音乐会、票务及赞助与广告三大核心业务。2Q26 公司实现收入 76.7 亿美元，同比增长 9%，其中音乐会/票务/赞助及广告收入分别同比增长 8%/15%/12%；对应调整后营业利润率分别为 4.8%/38.8%/67.1%，音乐会贡献主要收入，票务及赞助广告贡献较高盈利。
- **公司所属行业介绍：现场演出市场规模较疫情前显著扩容，票务量价中枢提升，现场音乐商业价值持续拓展。** 根据 Pollstar 数据，全球 Top 100 巡演票房由 2019 年的 55.5 亿美元提升至 2025 年的 89.0 亿美元，仍较 2019 年增长 60.8%；同期售票量由 5770 万张提升至 6730 万张，平均票价由 96.17 美元提升至 132.62 美元。2026 年中期 Top 100 巡演票房及售票量分别同比增长 12.3%/12.8%；此外，IEG 统计的 2025 年美国 39 个音乐节赞助权益费超过 1.69 亿美元，现场音乐的商业化空间进一步由票房、票务向品牌赞助延伸。
- **公司核心竞争力：全球化演出、场馆及票务网络构筑规模优势，多环节布局及国际化扩张提升商业化能力。** 2025 年公司共举办约 5.5 万场活动，连接 1.59 亿现场观众及超过 1.1 万名艺人，在全球拥有、运营、享有独家预订权或持有权益的场馆共 460 个；Ticketmaster 同期处理 6.46 亿张门票、服务约 1.05 万家客户。1H26 国际市场演出观众同比增长 15%，贡献近 90%的观众增量，Ticketmaster 净新增客户票量中超过 85%来自国际市场；公司同时持续加码场馆网络，2026 年预计资本开支约 11 亿美元，其中约 8 亿美元用于场馆扩张和升级。
- **建议关注：**1）大家电：如**格力电器/美的集团/海信家电/海尔智家**；2）小家电：如**科沃斯/石头科技**等；3）黑电：如 **TCL 电子/海信视像**；4）其他家电：如**盾安环境/华翔股份**；5）厨大电：如**华帝股份/老板电器**。
- **风险提示：**房地产市场景气程度回落、汇率波动风险、原材料价格波动风险、新品销售不及预期。

下载日志已记录，仅供内部参考

内容目录

1 周度研究聚焦：一文读懂 Live Nation 4
1.1 公司基本情况 4
1.2 公司股权结构 4
1.3 公司高管结构 4
1.4 公司主要业务 4
1.5 公司财务数据 5
1.6 公司核心竞争力 6
1.7 所属行业情况 6
2 上周家电板块走势 8
3 周度资金流向 9
4 原材料价格走势 10
5 行业数据 11
6 行业新闻 14
7 公司公告 14
8 风险提示 15

图表目录

图 1：公司股权结构 4
图 2：公司营业收入及增速 5
图 3：公司营业利润及增速 5
图 4：公司分产品营收占比 5
图 5：公司分地区营收占比 5
图 6：公司分产品经调整营业利润率 5
图 7：公司 SG&A 费用率 5
图 8：全球 Top 100 巡演票房及售票量规模 7
图 9：2025 年美国音乐节主要品牌类别赞助投入 7
图 10：周度（09/14-09/18）家电板块走势 8
图 11：格力电器北上净买入 9
图 12：美的集团北上净买入 9
图 13：海尔智家北上净买入 10
图 14：铜、铝价格走势（元/吨） 10

下载日志已记录，仅供内部参考

图 15：中国塑料城价格指数（2010 年 1 月 4 日=1000） 11
图 16：钢材综合价格指数（1994 年 4 月=100） 11
图 17：出货端空调内销月零售量、同比增速 11
图 18：出货端空调外销月零售量、同比增速 11
图 19：出货端空调内销分品牌市占率、CR3 12
图 20：出货端空调外销分品牌市占率、CR3 12
图 21：出货端冰箱内销月零售量、同比增速 12
图 22：出货端冰箱外销月零售量、同比增速 12
图 23：出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3 12
图 24：出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3 12
图 25：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速 13
图 26：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速 13
图 27：出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3 13
图 28：出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3 13
图 29：奥维云网周度数据跟踪 14

表 1：公司高管团队 4
表 2：（09/14-09/18）家电板块周涨跌幅、周换手率表现 8

下载日志已记录，仅供内部参考

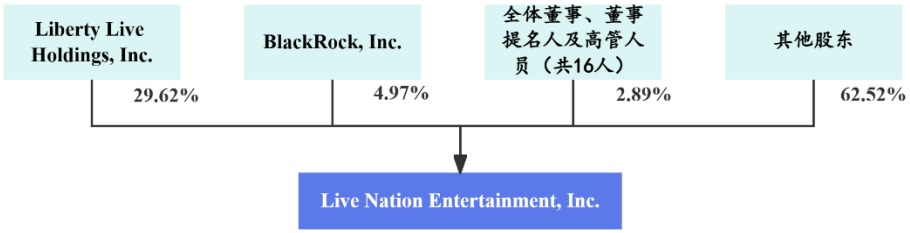
1 周度研究聚焦：一文读懂 Live Nation

1.1 公司基本情况

Live Nation Entertainment 总部位于美国加利福尼亚州比佛利山庄，是全球现场娱乐产业的重要参与者。公司于 2005 年 8 月成立，以承接 Clear Channel 旗下娱乐资产及相关负债，同年 12 月完成分拆并在纽约证券交易所上市。2010 年 1 月，Live Nation 与 Ticketmaster 完成合并，Ticketmaster 成为公司旗下票务业务的重要组成部分，同时公司更名为 Live Nation Entertainment, Inc.。经过多年发展，公司已经形成音乐会、票务及赞助与广告三大核心业务。

1.2 公司股权结构

图1: 公司股权结构



数据来源：公司公告，财通证券研究所；截至 2026 年 4 月 24 日

1.3 公司高管结构

表1: 公司高管团队

姓名	职位	背景介绍
Michael Rapino	总裁、首席执行官、董事	自 2005 年起担任公司总裁兼首席执行官，并自 2005 年起担任公司董事；现行雇佣协议自 2022 年 7 月 1 日起生效，期限至 2027 年 12 月 31 日。
Joe Berchtold	总裁、首席财务官	现任公司总裁兼首席财务官；现行雇佣协议自 2023 年 1 月 1 日起生效，期限至 2027 年 12 月 31 日。
Brian Capo	首席会计官	现任公司首席会计官；现行雇佣协议自 2022 年 1 月 1 日起生效，期限至 2026 年 12 月 31 日。
John Hopmans	执行副总裁，负责并购及战略财务	现任公司执行副总裁，主要负责并购及战略财务相关工作；现行雇佣协议自 2024 年 1 月 1 日起生效，期限至 2028 年 12 月 31 日。
Michael Rowles	总法律顾问、公司秘书	现任公司总法律顾问及公司秘书；现行雇佣协议自 2023 年 1 月 1 日起生效，期限至 2027 年 12 月 31 日。

数据来源：公司公告，财通证券研究所

1.4 公司主要业务

公司主营业务包括音乐会、票务及赞助与广告三大核心板块。2Q2026 公司实现收入 76.7 亿美元，同比+9%；调整后营业利润为 8.17 亿美元，同比增长 2%。

音乐会板块：公司收入主体，国际市场推动观众规模增长。 2Q26 板块实现收入 64.44 亿美元，同比增长 8%；季度观众达到 4870 万人，同比增长 10%，增长主要来自欧洲大陆及南美等国际市场。调整后营业利润同比下降 14%至 3.10 亿美元，主要受北美体育场演出排期后移、场馆开业前费用及海外音乐节扩张等因素影响。

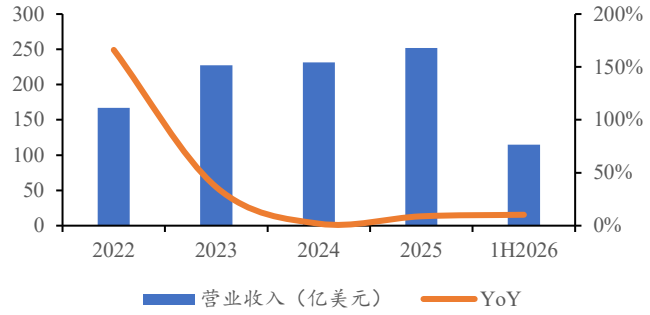
下载日志已记录，仅供内部参考

票务板块：演唱会活动带动票务业务较快增长。2Q26 实现收入 8.52 亿美元，同比增长 15%；调整后营业利润为 3.31 亿美元，同比增长 14%。Ticketmaster 季度产生票务服务费收入的门票量达到 9010 万张，同比增长 8%，主要受北美及国际市场演唱会主票务销售增长带动。

赞助及广告板块：海外场馆及音乐节合作拉动业务增长。 2Q26 实现收入 3.83 亿美元，同比增长 12%，调整后营业利润为 2.57 亿美元，同比增长 13%；增长主要来自欧洲及拉美市场新增场馆及音乐节赞助合作。

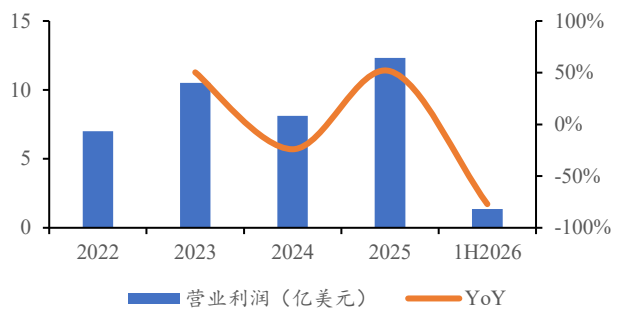
1.5 公司财务数据

图2: 公司营业收入及增速



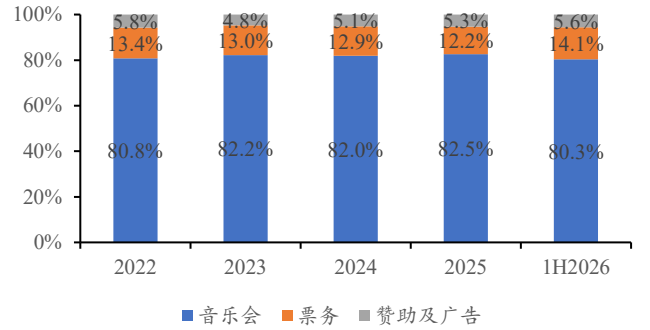
数据来源：Wind，财通证券研究所

图3: 公司营业利润及增速



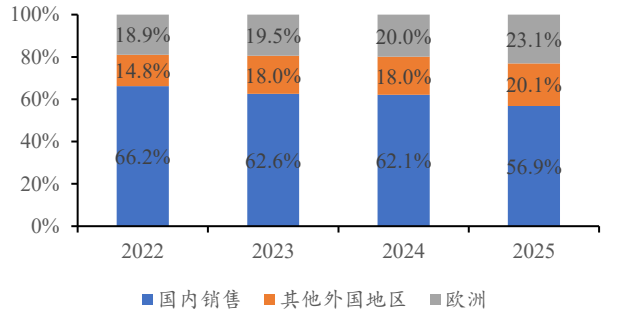
数据来源：Wind，财通证券研究所

图4: 公司分产品营收占比



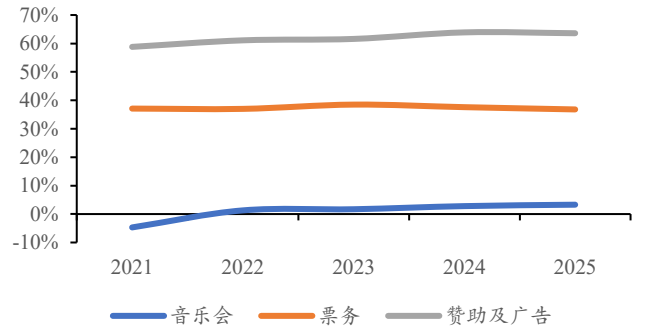
数据来源：Wind，财通证券研究所

图5: 公司分地区营收占比



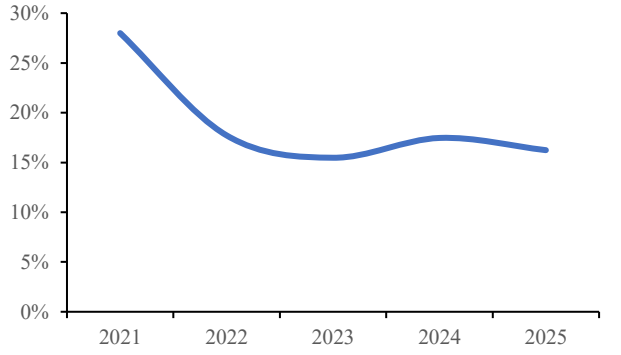
数据来源：Wind，财通证券研究所

图6: 公司分产品经调整营业利润率



数据来源：公司公告，财通证券研究所

图7: 公司 SG&A 费用率



数据来源：公司公告，财通证券研究所

下载日志已记录，仅供内部参考

1.6 公司核心竞争力

全球演出、场馆及票务网络形成规模优势。2025 年公司共举办约 5.5 万场活动，连接 1.59 亿现场观众及超过 1.1 万名艺人；截至 2025 年末，公司在全球拥有、运营、享有独家预订权或持有权益的场馆共 460 个。Ticketmaster 同期处理 6.46 亿张门票，服务约 1.05 万家客户，形成覆盖艺人、演出、场馆及票务客户的全球网络。

多环节业务布局提升演出流量的商业化能力。公司围绕现场演出进一步布局票务、场馆及赞助广告业务。2Q26 音乐会板块/票务板块/赞助及广告板块经调整营业利润率分别为 4.8%/38.8%/67.1%，票务及赞助业务盈利能力明显高于演出推广业务。从分部盈利结构看，公司能够在扩大演出及观众规模的同时，通过 Ticketmaster、场馆运营及品牌赞助进一步实现流量变现。

国际市场成为业务扩张的重要增量。1H26 公司国际市场演出观众同比增长 15%，贡献同期近 90%的观众增量；Ticketmaster 年初以来新增客户对应约 1600 万张净新增票量，其中超过 85%来自国际市场。同期赞助与广告收入同比增长 15%，增长主要来自加拿大、欧洲及拉美新增场馆和音乐节赞助合作。

持续投入场馆网络，进一步提升线下场景掌控能力。 公司 2026 年预计资本开支约 11 亿美元，其中约 8 亿美元用于场馆扩张和升级。截至 2Q26，公司规划在 2027 年底前新增超过 25 个 3,000 座以上大型场馆，预计成熟后可新增约 1,500 万人次年接待能力。随着自营及运营场馆规模扩大，公司能够进一步承接演出内容，并拓展 VIP、餐饮及赞助等场内商业化机会。

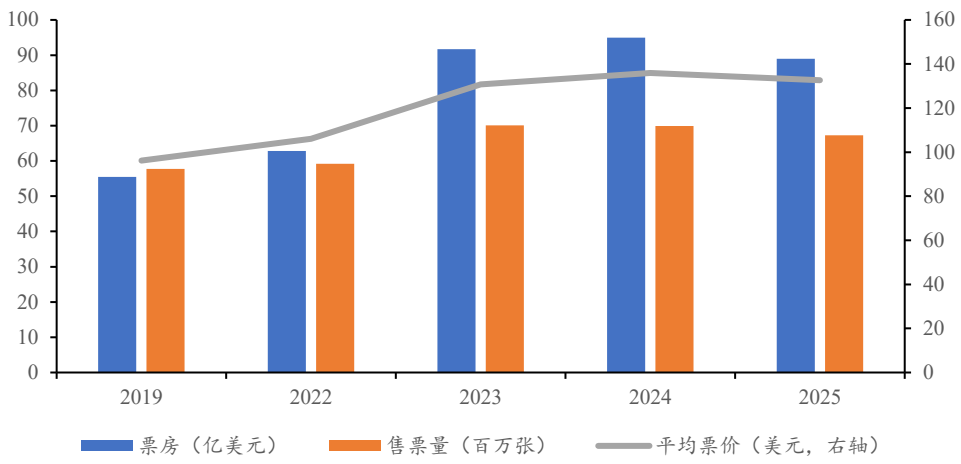
1.7 所属行业情况

现场演出市场较疫情前明显扩容，疫情后高速增长逐步进入常态化阶段。根据 Pollstar 数据，全球 Top 100 巡演票房由 2019 年的 55.5 亿美元提升至 2024 年的 95.0 亿美元，2025 年回落至 89.0 亿美元，同比下降 6.1%，但仍较 2019 年高 60.8%。进入 2026 年，Pollstar Mid-Year 统计期内全球 Top 100 巡演票房达到 31.6 亿美元，同比增长 12.3%，售票量达到 2,635 万张，同比增长 12.8%，显示头部现场演出需求仍保持较强韧性。

票务市场量价中枢均较疫情前提升，为票务平台交易规模扩张提供基础。 全球 Top 100 巡演售票量由 2019 年的 5,770 万张提升至 2023 年的约 7,010 万张，2025 年回落至 6,730 万张，但仍较 2019 年增加近 1,000 万张；同期平均票价由 96.17 美元提升至 2024 年的 135.92 美元，2025 年小幅回落至 132.62 美元。2025 年售票量同比下降 3.7%，但单场平均售票量达到 19,104 张、同比增长 11.9%，反映大型巡演及大容量场馆仍对票务交易规模形成支撑。

下载日志已记录，仅供内部参考

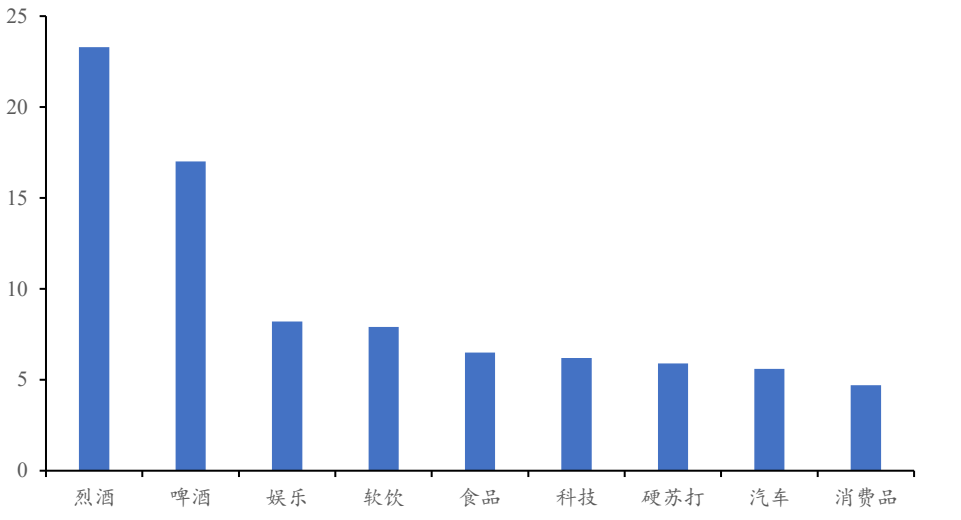
图8: 全球 Top 100 巡演票房及售票量规模



数据来源：Pollstar，财通证券研究所

现场音乐具备较强品牌营销及赞助价值，品牌类型持续多元化。根据 IEG 对 2025 年 1 月至 10 月美国 39 个音乐节的统计，品牌音乐节赞助权益费投入超过 1.69 亿美元，共覆盖 975+笔赞助合作及 380+个品牌。其中烈酒和啤酒分别贡献 2,330 万/1,700 万美元赞助投入，合计接近整体赞助支出的四分之一；娱乐、软饮、食品、科技及汽车等行业亦为主要赞助方，表明现场音乐活动的商业价值已延伸至多类消费及科技品牌。

图9: 2025 年美国音乐节主要品牌类别赞助投入



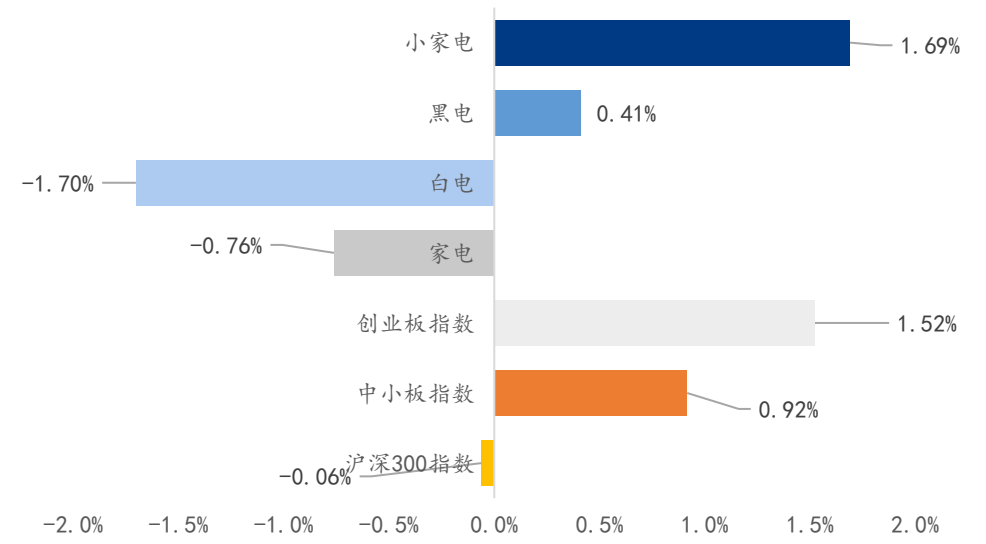
数据来源：IEG，财通证券研究所；单位：百万美元

下载日志已记录，仅供内部参考

2 上周家电板块走势

本周沪深 300 指数-0.06%，创业板指数+1.52%，中小板指数+0.92%，家电板块-0.76%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为-1.7%、+0.41%、+1.69%。个股中，本周涨幅前五名是亿田智能、得邦照明、德豪润达、阳光照明、和晶科技；本周跌幅前五名是爱仕达、万和电气、珈伟新能、海信家电、创维集团。

图10: 周度（09/14-09/18）家电板块走势



数据来源：Wind，财通证券研究所

表2：（09/14-09/18）家电板块周涨跌幅、周换手率表现

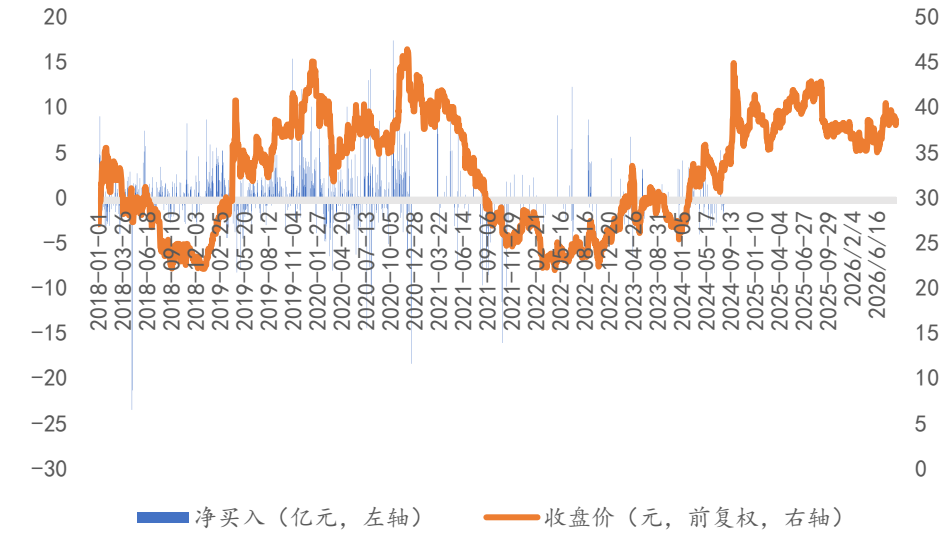
涨幅排名	证券代码	证券简称	周涨幅	周换手率	跌幅排名	证券代码	证券简称	周跌幅	周换手率
1	300911.SZ	亿田智能	15.3%	40.3%	1	002403.SZ	爱仕达	-8.1%	43.9%
2	603303.SH	得邦照明	14.5%	2.9%	2	002543.SZ	万和电气	-7.5%	14.3%
3	002005.SZ	德豪润达	11.8%	7.1%	3	300317.SZ	珈伟新能	-5.5%	36.0%
4	600261.SH	阳光照明	9.7%	9.2%	4	000921.SZ	海信家电	-5.0%	5.7%
5	300279.SZ	和晶科技	8.1%	27.1%	5	0751.HK	创维集团	-4.7%	0.3%

数据来源：Wind，财通证券研究所

下载日志已记录，仅供内部参考

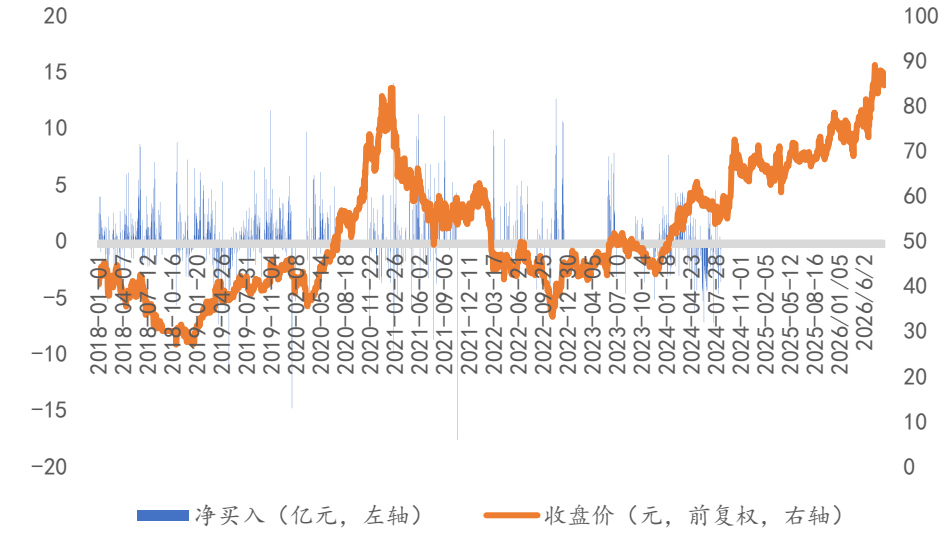
3 周度资金流向

图11: 格力电器北上净买入



数据来源：Wind，财通证券研究所

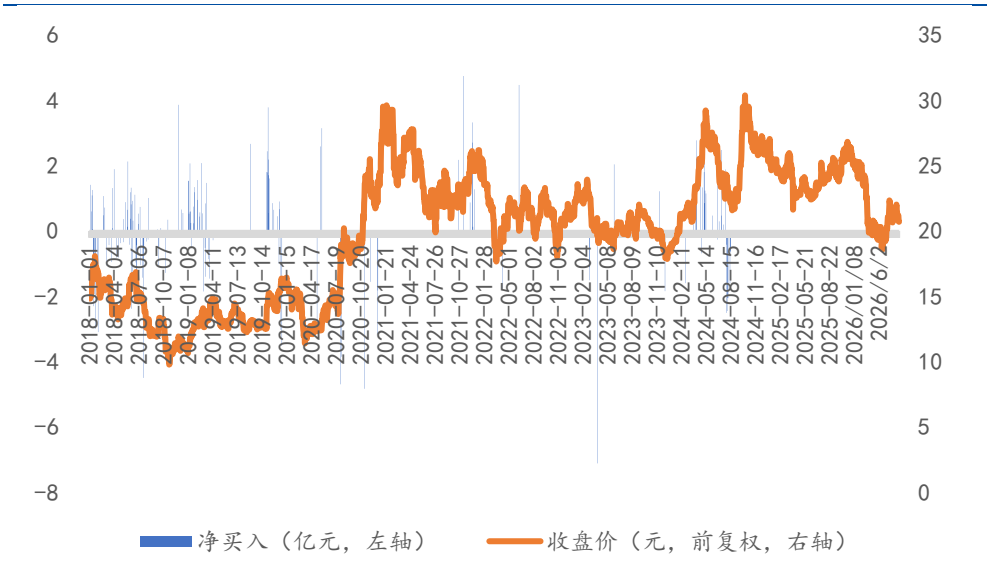
图12: 美的集团北上净买入



数据来源：Wind，财通证券研究所

下载日志已记录，仅供内部参考

图13：海尔智家北上净买入



数据来源：Wind，财通证券研究所

4 原材料价格走势

2026 年 9 月 18 日，期货阴极铜收盘价为 109620 元/吨，相较于上周-0.15%，今年以来+10.95%;期货铝收盘价为 24380 元/吨,相较于上周+0.58%,今年以来+6.23%;中国塑料城价格指数为 975.5，相较于上周-0.18%，今年以来+29.6%；钢材综合价格指数为 92.77，相较于上周价格-0.23%，今年以来+0.98%。

图14：铜、铝价格走势（元/吨）



数据来源：Wind，财通证券研究所

下载日志已记录，仅供内部参考

图15：中国塑料城价格指数（2010 年 1 月 4 日=1000）



数据来源：Wind，财通证券研究所

图16：钢材综合价格指数（1994 年 4 月=100）



数据来源：Wind，财通证券研究所

5 行业数据

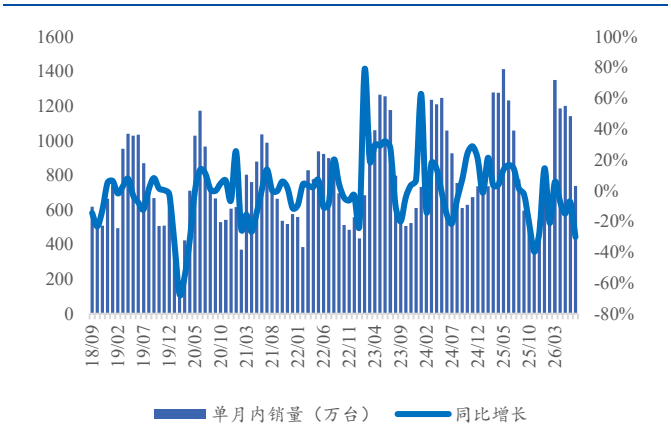
出货端：7 月白电内销承压，外销均向好。

空调：2026M7 内/外销量分别同比-30.2/+1.5%，增速环比-22.8/+8.6pct；2026M7 年累计内/外销量分别同比-9.0%/-6.0%（2025 年分别+0.7%/-3.4%），内需增速放缓。

冰箱：2026M7 内/外销量分别同比-2.3%/+7.4%，增速环比+1.9/-9.6pct；2026M7 年累计内/外销量分别同比-6.2%/+13.3%（2025 年分别-2.0%/+4.2%），内需较 2025 年增速有所放缓，外需保持增长。

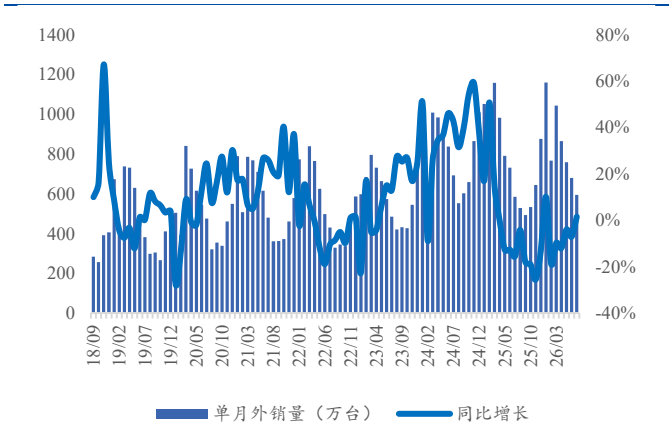
洗衣机：2026M7 内/外销量分别同比-4.5%/+8.0%，增速环比+5.1/-12.2pct；2026M7 年累计内/外销量分别同比-6.5%/+13.5%(2025 年分别+0.5%/+13.5%)，内需较 2025 年增速放缓，外需保持增长。

图17：出货端空调内销月零售量、同比增速



数据来源：产业在线，财通证券研究所

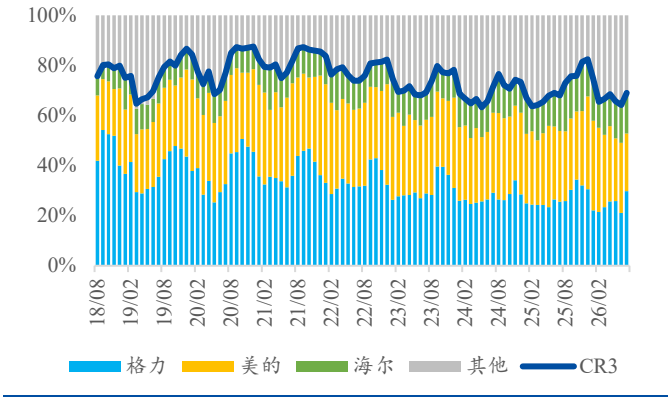
图18：出货端空调外销月零售量、同比增速



数据来源：产业在线，财通证券研究所

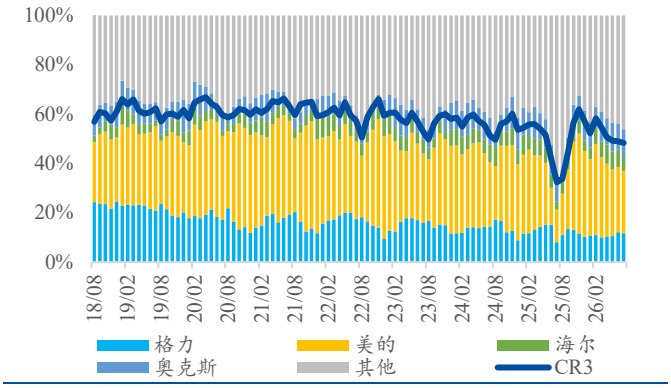
下载日志已记录，仅供内部参考

图19: 出货端空调内销分品牌市占率、CR3



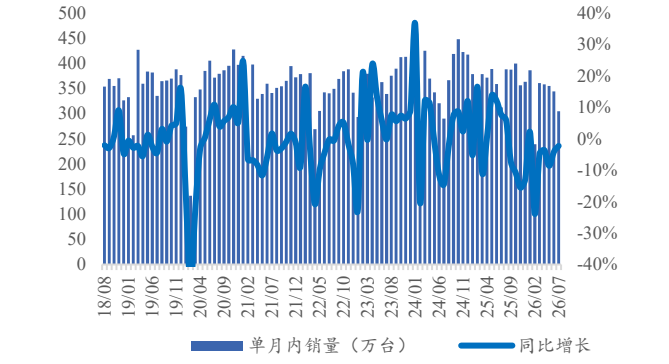
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图20: 出货端空调外销分品牌市占率、CR3



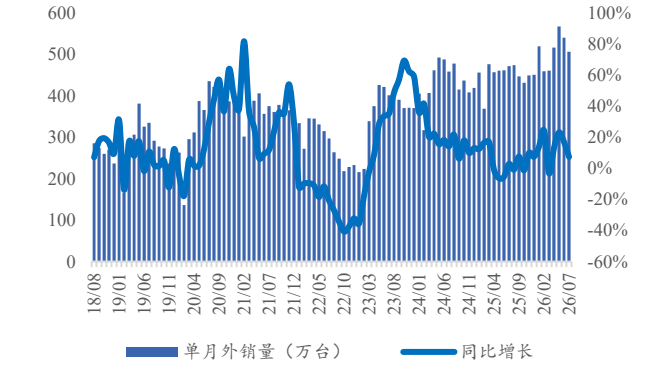
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图21: 出货端冰箱内销月零售量、同比增速



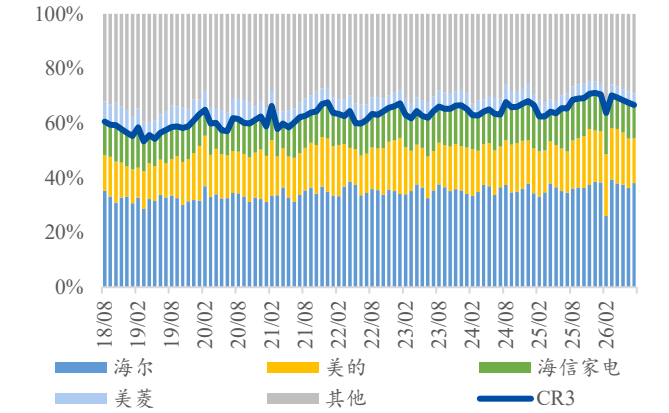
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图22: 出货端冰箱外销月零售量、同比增速



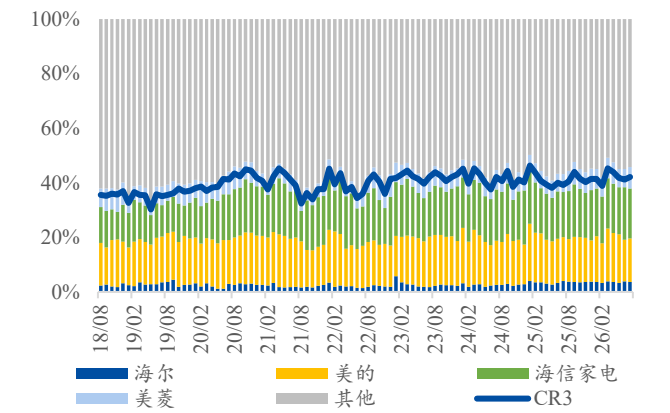
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图23: 出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3



数据来源：产业在线，财通证券研究所

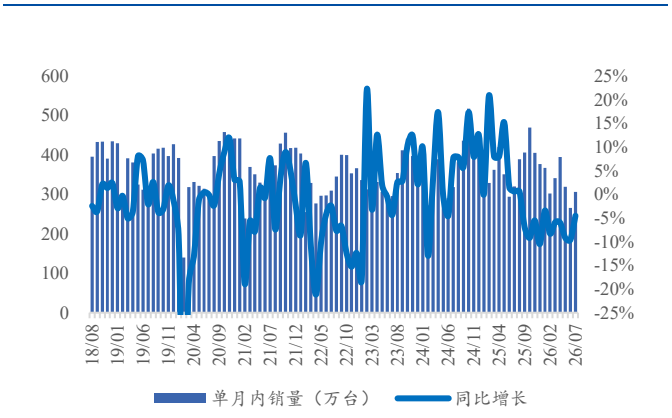
图24: 出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3



数据来源：产业在线，财通证券研究所

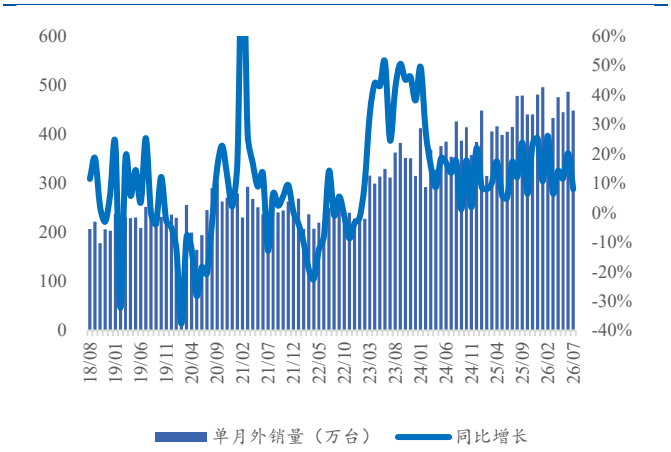
下载日志已记录，仅供内部参考

图25：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



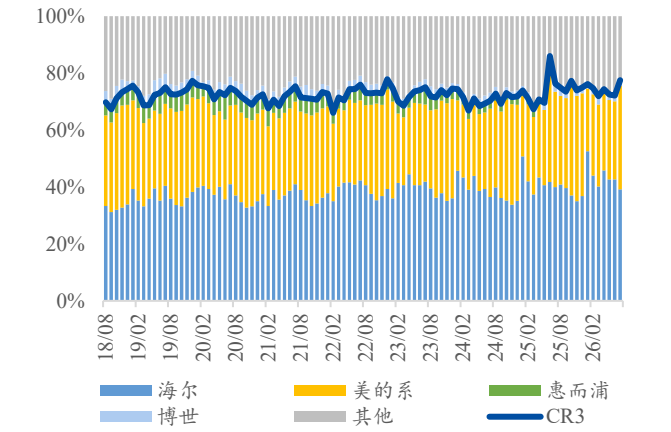
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图26：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



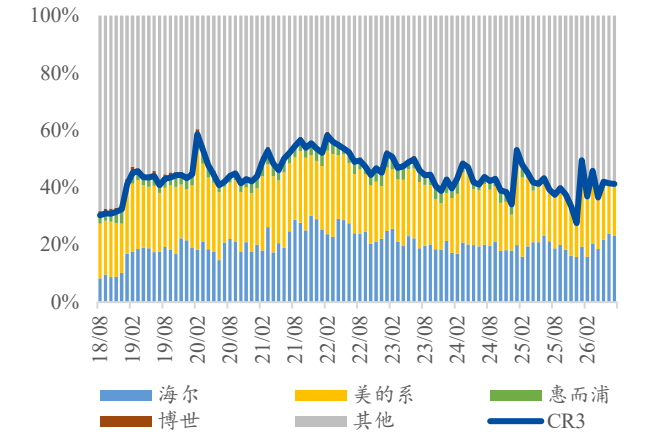
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图27：出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3



数据来源：产业在线，财通证券研究所

图28：出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3



数据来源：产业在线，财通证券研究所

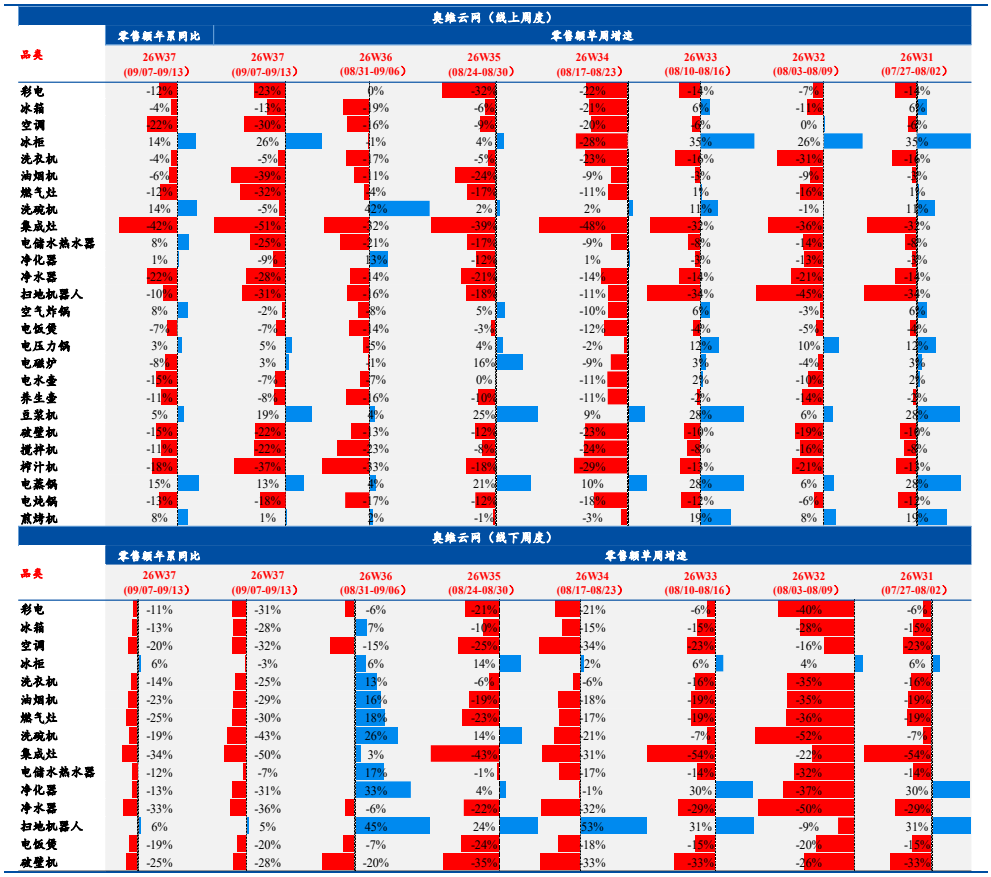
零售端：奥维数据跟踪

线上：大家电板块，26W37 彩电/冰箱/空调/洗衣机零售额年累同比分别-12%/-4%/-22%/-4%；生活电器板块，净化器销额增速亮眼，年累同比 1%；厨小板块，养生壶/电蒸锅/榨汁机/豆浆机年累销额分别同比-11%/15%/-18%/5%，增速呈两极分化。

线下：大家电板块，26W37 彩电/冰箱/空调/洗衣机零售额年累同比分别-11%/-13%/-20%/-14%，销额均小幅下滑；厨大电板块，油烟机/燃气灶零售额年累同比-23%/-25%，销额小幅下滑；扫地机线下零售额同比 6%，持续高速增长。

下载日志已记录，仅供内部参考

图29: 奥维云网周度数据跟踪



数据来源：奥维云网，财通证券研究所

6 行业新闻

国家统计局：居民消费能力和消费意愿还有待进一步增强

国家统计局 9 月 15 日公布数据，1—8 月份，社会消费品零售总额 327569 亿元，同比增长 1.1%。8 月份，社会消费品零售总额 39824 亿元，同比增长 0.4%;环比下降 0.13%。

当日，国家统计局新闻发言人、总经济师、国民经济综合统计司司长付凌晖在国新办新闻发布会上表示，从未来发展看，我国服务消费、品质型消费需求不断扩大，消费场景多样，未来市场发展空间和潜力巨大。但也要看到，居民消费能力和消费意愿还有待进一步增强，优质商品和服务供给还需要进一步提升。下一步，要坚持促增收、优供给、稳预期协同发力，推进消费品以旧换新，充分挖掘服务消费潜力，优化提升生产供给，促进消费市场持续健康发展。

7 公司公告

杭州老板电器股份有限公司关于与关联方共同收购 iTronics Holding Limited 股权暨关联交易的公告

公司拟通过“股权转让+境外收购”双步骤完成与控股股东老板集团的关联交易：先以 0 元价格向老板集团转让全资子公司海南老板 49%股权，转让后公司仍持有 51%并保持控制权；随后通过海南老板下属香港子公司香港老板电器，以 17,504.00 万

下载日志已记录，仅供内部参考

美元收购 iTronics Holding Limited 60%股权，交易完成后目标公司纳入合并报表范围。本次交易总对价由双方按持股比例共同承担，老板集团同步承担海南老板剩余 9,800 万元注册资本实缴义务。

iTronics 为专注智能温湿度计研发与销售的轻资产企业，2024 年、2025 年分别实现营业收入 1.26 亿美元、1.30 亿美元，净利润 3,572.62 万美元、3,401.97 万美元，产品主要销往北美与欧洲，已进入 Walmart、Home Depot、Costco 等主流零售渠道，连续六年获亚马逊 Best Seller 认证。评估采用收益法，确认其股东全部权益价值为 23.22 亿元人民币（约 3.30 亿美元），整体估值 2.92 亿美元，溢价率达 1,446.96%。交易对方承诺 2027–2029 年净利润分别不低于 3,933 万、4,051 万、4,172 万美元，并设置 60%股权质押作为补偿担保。

本次交易强化老板电器“烹饪全链路”战略，实现产品从“加热设备”向“过程控温”延伸，形成烟灶蒸烤与温湿度计的协同闭环；借助 iTronics 成熟的欧美线上（Amazon/TikTok）与线下（Walmart 等）渠道，加速海外本地化落地；同时通过供应链与研发协同，提升海外新品迭代效率。交易不构成重大资产重组，尚需股东会批准，且涉及境外投资备案。交易完成后，公司控股股东与实控人不变，未新增非经营性资金占用。

主要风险包括：境外审批不确定性、商誉减值风险（估值溢价高）、业绩承诺未达标风险、欧美市场单一依赖风险、美元汇率波动风险。独立董事、审计委员会及战略委员会均认为交易定价公允、程序合规，未损害中小股东利益。

8 风险提示

房地产市场景气程度回落：房地产市场景气情况与大家电销售关联性较高，地产市场遇冷将影响大家电终端销售情况。

汇率波动风险：部分家电企业以外销 ODM 业务为主，汇率波动会对企业盈利情况造成影响。

原材料价格波动风险：2021 年以来原材料成本快速上行，后续价格波动仍将影响家电企业盈利情况。

新品销售不及预期：洗地机、扫地机等新品销售不及预期将对相关家电企业营收业绩情况造成影响。

下载日志已记录，仅供内部参考

信息披露

● 分析师承诺

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，并注册为证券分析师，具备专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解。本报告清晰地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，作者也不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

● 资质声明

财通证券股份有限公司具备中国证券监督管理委员会许可的证券投资咨询业务资格。

● 公司评级

以报告发布日后 6 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅为标准：
买入：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于 10%；
增持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 5%～10%之间；
中性：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-5%～5%之间；
减持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅小于-5%；
无评级：由于我们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，致使我们无法给出明确的投资评级。
A 股市场代表性指数以沪深 300 指数为基准；中国香港市场代表性指数以恒生指数为基准；美国市场代表性指数以标普 500 指数为基准。

● 行业评级

以报告发布日后 6 个月内，行业相对于市场基准指数的涨跌幅为标准：
看好：相对表现优于同期相关证券市场代表性指数；
中性：相对表现与同期相关证券市场代表性指数持平；
看淡：相对表现弱于同期相关证券市场代表性指数。
A 股市场代表性指数以沪深 300 指数为基准；中国香港市场代表性指数以恒生指数为基准；美国市场代表性指数以标普 500 指数为基准。

● 免责声明

本报告仅供财通证券股份有限公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。
本报告的信息来源于已公开的资料，本公司不保证该等信息的准确性、完整性。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的邀请或向他人作出邀请。
本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。
本公司通过信息隔离墙对可能存在利益冲突的业务部门或关联机构之间的信息流动进行控制。因此，客户应注意，在法律许可的情况下，本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或期权并进行证券或期权交易，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。在法律许可的情况下，本公司的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。
本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。
本报告仅作为客户作出投资决策和公司投资顾问为客户提供投资建议的参考。客户应当独立作出投资决策，而基于本报告作出任何投资决定或就本报告要求任何解释前应咨询所在证券机构投资顾问和服务人员的意见；
本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用，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。