黑电零售端持续承压，产业链呈现结构性亮点

黑电行业月度追踪

核心观点

- **黑电零售端延续承压，线上线下销售均同比下滑，但均价表现有所分化。**根据奥维云网数据，5 月黑电行业线上销额 41.76 亿元，同比-12.49%，行业均价同比+4.63%；线下销额 12.03 亿元，同比-17.99%，均价同比-8.21%。整体来看，终端需求仍处调整阶段，线上渠道降幅有所收窄，但线下市场边际走弱 。
- **品牌端表现分化，头部品牌份额优势延续，创维、海信线下表现相对突出。**5 月各品牌线上销售普遍承压，但创维线上销额实现同比+9.57%，销额市占率提升至 13.09%；海信、TCL 线上销额市占率分别为 20.30%、18.11%，仍保持行业领先。线下渠道中，海信销额市占率达 35.73%，同比提升 2.76pct，创维销额市占率达 22.82%，同比提升 1.78pct，显示在需求偏弱背景下，品牌竞争格局继续向头部集中。
- **产业链端呈现结构性亮点，RGB Mini LED 高端化趋势明确，但存储器涨价带来成本压力。**根据洛图科技数据，截至 2026 年一季度，全球 RGB Mini LED 电视累计销量接近 5 万台，中国市场贡献全球超过 85%的销量，海信、TCL 等头部品牌占据主要份额，超大尺寸和高端化趋势持续推进。与此同时，受 AI 服务器及高性能计算需求带动，DRAM 及 NAND Flash 供应趋紧，电视用存储器价格上涨推动部分企业提前备货，后续仍需关注成本压力向毛利率端的传导。

投资建议与投资标的

电视高端化进程持续推进，龙头企业有望受益。整机相关标的：海信视像(600060，增持)；RGB Mini LED 产业链加速发展，画质芯片产业链预计受益，相关标的：兆驰股份(002429，未评级)、乾照光电(300102，未评级)。

风险提示

旧换新补贴政策持续性存在不确定性、关税扰动反复、行业竞争加剧。

行业评级	看好（维持）
国家/地区	中国
行业	家电行业
报告发布日期	2026 年 06 月 18 日



证券分析师

曲世强 执业证书编号：S0860525100004
qushiqiang@orientsec.com.cn
021-63326320

李汉颖 执业证书编号：S0860525100006
lihanying@orientsec.com.cn
021-63326320

相关报告

美墨加世界杯开幕，家电品牌迎来体育营销重要节点	2026-06-14
家电销售持续承压，航运价格指数达年内高点：家电行业 W24 数据周报	2026-06-14
智能家居品类分化，产品迭代带动均价上行：智能家居行业动态追踪	2026-06-12

有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责申明。

下载日志已记录，仅供内部参考

目录

1. 零售端：黑电 5 月线上线下市场持续承压 4
2. 品牌端：5 月各品牌线上销售普遍承压 4
3. 代工类：4 月 ODM 出货延续增长，头部厂商表现分化 5
4. 盈利端：面板价格保持平稳，彩电成本端压力有所缓解 6
5. RGB Mini LED：头部品牌占据主要市场份额 6
6. 存储器涨价推动品牌提前备货 7
7. 风险提示 7

有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责申明。

下载日志已记录，仅供内部参考

图表目录

图 1：线上彩电 5 月销售持续承压，降幅收窄 4
图 2：线下彩电 5 月销售边际走弱，同比增速持续下降 4
图 3：5 月彩电各品牌线上销额分化，创维实现正增长（%） 4
图 4：5 月彩电品牌线上销量仍承压，创维、海信跌幅相对较小（%） 4
图 5：5 月线下彩电品牌销额仍承压，长虹降幅相对较小 5
图 6：5 月线下彩电品牌销量分化，长虹、创维实现正增长 5
图 7：5 月线上彩电销额份额格局稳定，海信、TCL 保持领先 5
图 8：线下彩电销额份额持续向头部集中，海信稳居市场首位 5
图 9：多数代工厂 4 月出货量好于 3 月 6
图 10：兆驰、视讯 4 月出货量同比高增（%） 6
图 11：5 月面板价格企稳（美元） 6

表 1：存储器涨价推动企业提前备货 7

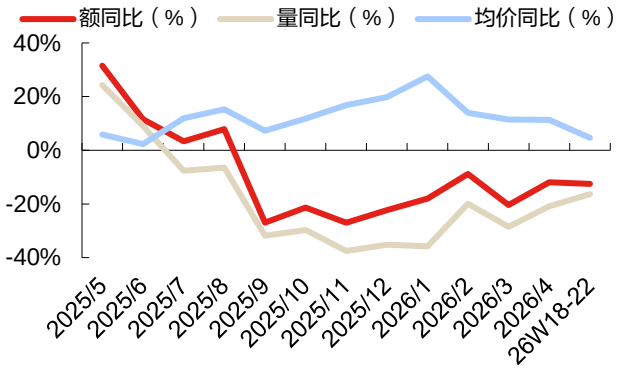
有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责申明。

下载日志已记录，仅供内部参考

1. 零售端：黑电 5 月线上线下市场持续承压

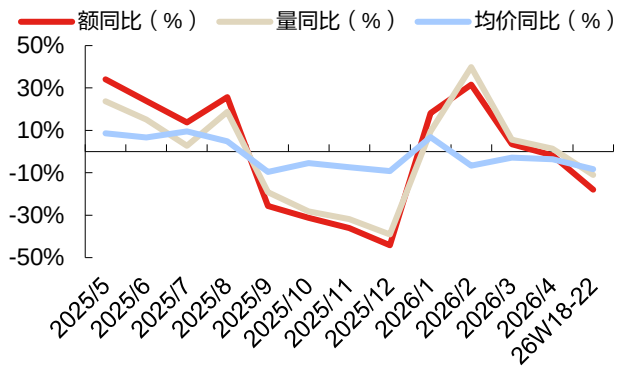
黑电 5 月线上线下市场持续承压。根据奥维数据，26W18-22 黑电行业线上销额 41.76 亿元，同比-12.49%，较 4 月增速-0.56pct，行业均价同比+4.63%；黑电行业线下销额 12.03 亿元，同比-17.99%，较 4 月增速-16.27pct，均价同比-8.21%。整体来看，终端需求仍处调整阶段，线上渠道降幅有所收窄，但线下市场边际走弱 。

图 1：线上彩电 5 月销售持续承压，降幅收窄



数据来源：奥维云网，东方证券研究所

图 2：线下彩电 5 月销售边际走弱，同比增速持续下降



数据来源：奥维云网，东方证券研究所

2. 品牌端：5 月各品牌线上销售普遍承压

5 月各品牌线上销售普遍承压，创维实现正增长。5 月创维线上销额 5.47 亿元（同比+9.57%），销量 11.25 万台（同比-6.72%），销额市占率 13.09%（+2.64pct）。海信线上销额 8.48 亿元（同比-4.77%），销量 14.90 万台（同比-14.24%），销额市占率 20.30%（-1.65pct）。TCL 线上销额 7.56 亿元（同比-12.79%），销量 14.52 万台（同比-19.12%），销额市占率 18.11%（-0.06pct）。小米线上销额 1.86 亿元（同比-51.93%），销量 3.84 万台（同比-55.74%），销额市占率 4.45%（-3.65pct）。

图 3：5 月彩电各品牌线上销额分化，创维实现正增长（%）

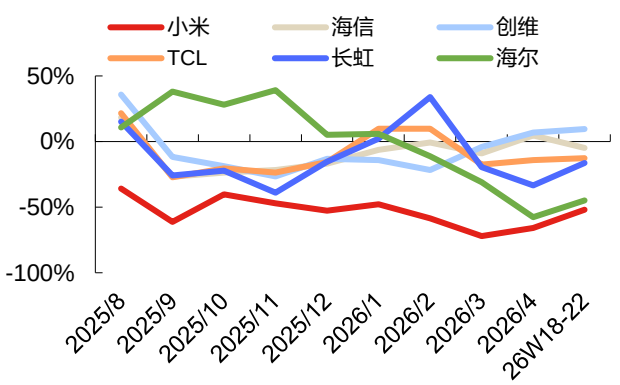
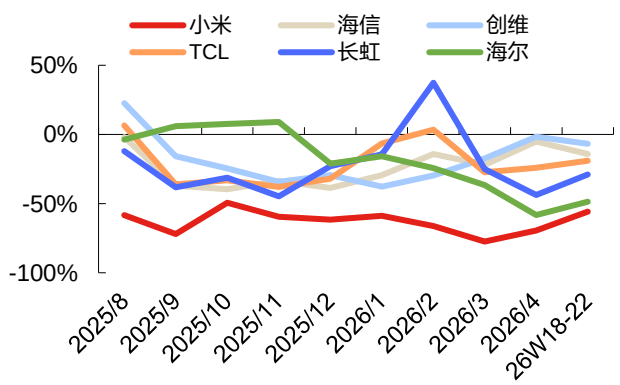


图 4：5 月彩电品牌线上销量仍承压，创维、海信跌幅相对较小（%）



有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责申明。

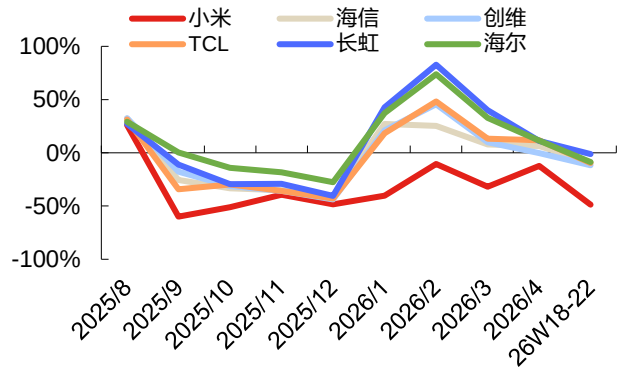
下载日志已记录，仅供内部参考

数据来源：奥维云网，东方证券研究所

数据来源：奥维云网，东方证券研究所

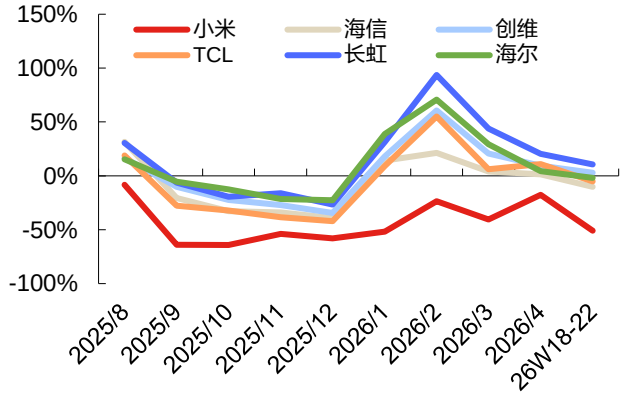
5 月线下海信、创维保持领先。5 月来看，创维线下销额 2.74 亿元（同比-11.65%），销量 4.76 万台（同比+2.96%），销额市占率 22.82%（+1.78pct）；海信彩电线下销额 4.30 亿元（同比-9.05%），销量 5.49 万台（同比-10.31%），销额市占率 35.73%（+2.76pct）。

图 5：5 月线下彩电品牌销额仍承压，长虹降幅相对较小



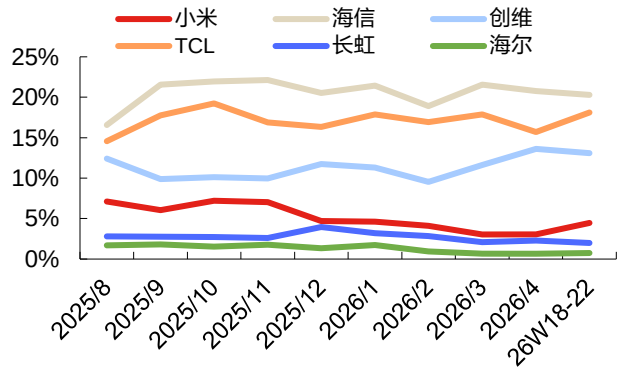
数据来源：奥维云网，东方证券研究所

图 6：5 月线下彩电品牌销量分化，长虹、创维实现正增长



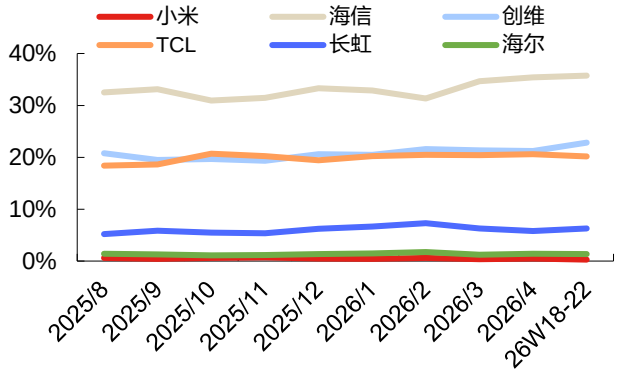
数据来源：奥维云网，东方证券研究所

图 7：5 月线上彩电销额份额格局稳定，海信、TCL 保持领先



数据来源：奥维云网，东方证券研究所

图 8：线下彩电销额份额持续向头部集中，海信稳居市场首位



数据来源：奥维云网，东方证券研究所

3. 代工类：4 月 ODM 出货延续增长，头部厂商表现分化

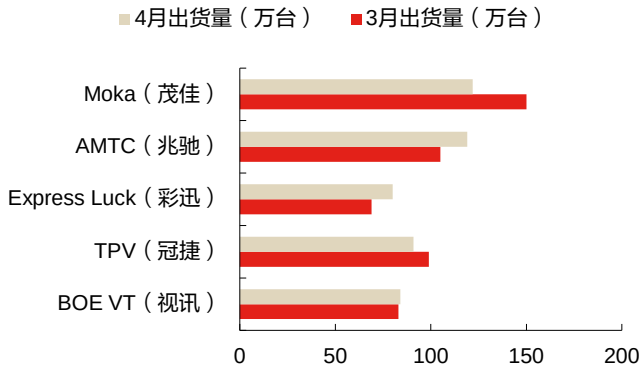
4 月 ODM 出货延续增长，头部厂商表现分化。根据洛图数据，2026 年 4 月，全球 Top10 专业 ODM 工厂的出货总量较去年同期增长 1.1%，环比 3 月微增 0.6%；今年 1-4 月已实现连续同比增长，合计增长了 6.3%。4 月前 10 家专业 ODM 工厂表现分化，4 涨 4 跌 2 持平。其中，MOKA（茂佳）4 月出货量超 120 万台，排名第一，同环比皆下跌，跌幅均超 10%；AMTC（兆驰）9 月出货量接近 120 万台，在专业代工厂中排名第二，受益于本届世界杯带动的充裕的北美区域大客户订单，同比大幅增长 32.3%，环比 3 月亦增长 13.6%；TPV（冠捷）4 月出货量为 91 万台，在

有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责申明。

下载日志已记录，仅供内部参考

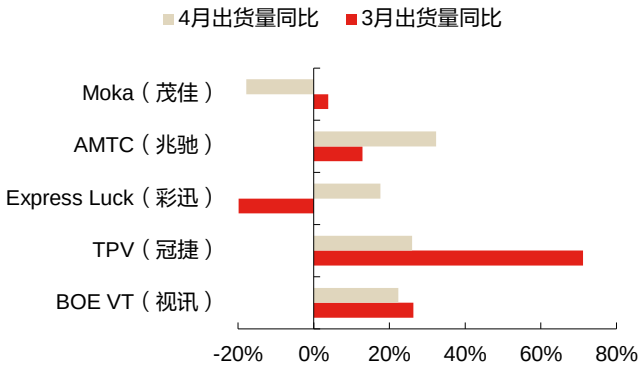
专业代工厂中排名第三，同比大幅增长 26.0%，环比 3 月下降 8.2%。出货量前五名的专业工厂中，除了头名 MOKA（茂佳）之外，其余四家 AMTC（兆驰）、TPV（冠捷）、BOE VT（视讯）和 Express Luck（彩迅）均同比增长，并录得两位数增幅，为大盘提供了核心支撑。

图 9：多数代工厂 4 月出货量好于 3 月



数据来源：洛图科技，东方证券研究所
注：电视 ODM 排名不包含长虹、康佳、创维、海信四家自有工厂

图 10：兆驰、视讯 4 月出货量同比高增（%）

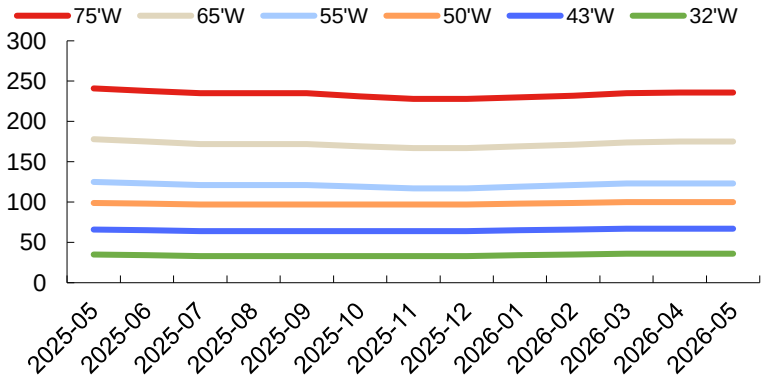


数据来源：洛图科技，东方证券研究所

4. 盈利端：面板价格保持平稳，彩电成本端压力有所缓解

面板价格保持平稳，彩电成本端压力有所缓解。5 月 75"、65"、55"、50"、43"、32"电视面板均价分别为 236/175/123/100/67/36 美元/片，环比价格持平，同比价格分别-2.07%/-1.69%/-1.60%/1.01%/1.52%/2.86%。

图 11：5 月面板价格企稳（美元）



数据来源：Choice，东方证券研究所

5. RGB Mini LED：头部品牌占据主要市场份额

RGB Mini LED 头部品牌占据主要市场份额。根据洛图科技数据，截至 2026 年第一季度，全球 RGB Mini LED 电视累计销量接近 5 万台，其中 2026 年第一季度销量达到 2.4 万台，已超过 2025

有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责申明。

下载日志已记录，仅供内部参考

年全年总销量。区域结构方面，中国市场贡献了全球超过 85%的 RGB Mini LED 电视销量。品牌方面，截至 2026 年第一季度，海信在全球 RGB Mini LED 电视市场累计销量份额达到 66.3%，单季度销量份额进一步提升至 70.5%；TCL 第一季度销量份额接近 20%；三星份额不足 10%。产品布局方面，海信已形成覆盖 65/75/85/115 英寸的产品矩阵；TCL 主要布局 Q10M Ultra（85/98/115 英寸）及 Q9M（65/75/85/98 英寸）系列产品；三星于 2026 年推出 R95H、R85H 等 RGB Mini LED 新品。尺寸结构方面，2026 年第一季度 85 英寸产品销量占比达到 36.5%，为第一大尺寸；75 英寸销量占比由 2025 年的 16.3%提升至 24.5%；100 英寸及以上超大尺寸产品占比达到 31.9%。洛图科技预计，2026 年全球 RGB Mini LED 电视出货量将达到 40-50 万台。

6. 存储器涨价推动品牌提前备货

存储器涨价推动品牌提前备货。根据 Trend Force 数据，受 AI 服务器及高性能计算需求带动，DRAM 及 NAND Flash 供应趋紧，2025 年底电视用存储器价格明显上涨。为降低后续采购成本压力，部分电视产业链企业选择提前备货。财务数据显示，视源股份 2026Q1 存货规模较 2025Q4 提升 41.6%，经营现金流净流出扩大至 9.97 亿元，毛利率提升至 20.75%，体现出较明显的提前备货特征。海信视像存货有所增长，但毛利率下降 2.85pct 至 16.85%，显示成本压力已开始向利润端传导。康冠科技存货增长幅度相对有限，毛利率小幅下降 0.64pct，整体受影响程度相对较小。

表 1：存储器涨价推动企业提前备货

	毛利率		存货（万元）		经营现金流净额（万元）	
	25Q4	26Q1	25Q4	26Q1	25Q4	26Q1
海信视像	19.70%	16.85%	577257	645165	115256	75402
康冠科技	16.80%	16.16%	415154	479089	-59197	2577
视源股份	19.23%	20.75%	458732	649678	-36259	-99670

数据来源：公司公告，东方证券研究所

7. 风险提示

旧换新补贴政策持续性存在不确定性：今年来各地家电以旧换新补贴存在额度、期限与力度调整变动，政策持续性存在不确定性。补贴退坡或收紧将削弱终端消费刺激力度，叠加当前黑电市场需求疲软，会进一步压制行业销量复苏节奏。

关税扰动反复：黑电出口贸易关税政策波动反复，海外市场环境多变。ODM 代工出货虽小幅增长，但若关税变动易抬升出口成本、挤压企业利润，将扰动 ODM 代工厂及品牌出海业务稳定性。

行业竞争加剧：黑电市场需求承压，线上线下销量普遍下滑。各品牌业绩分化明显，头部份额持续集中，中小品牌生存空间收缩，如果行业价格与产品竞争加剧，将压缩整体盈利空间。

有关分析师的申明，见本报告最后部分。其他重要信息披露见分析师申明之后部分，或请与您的投资代表联系。并请阅读本证券研究报告最后一页的免责申明。

下载日志已记录，仅供内部参考

分析师申明

每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的研究分析师在此作以下声明：

分析师在本报告中对所提及的证券或发行人发表的任何建议和观点均准确地反映了其个人对该证券或发行人的看法和判断；分析师薪酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来，均与其在本研究报告中所表述的具体建议或观点无任何直接或间接的关系。

投资评级和相关定义

报告发布日后的 12 个月内行业或公司的涨跌幅相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅为基准（A 股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数）；

公司投资评级的量化标准

买入：相对强于市场基准指数收益率 15%以上；

增持：相对强于市场基准指数收益率 5%～15%；

中性：相对于市场基准指数收益率在-5%～+5%之间波动；

减持：相对弱于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级 —— 由于在报告发出之时该股票不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该股票的研究状况，未给予投资评级相关信息。

暂停评级 —— 根据监管制度及本公司相关规定，研究报告发布之时该投资对象可能与本公司存在潜在的利益冲突情形；亦或是研究报告发布当时该股票的价值和价格分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确投资评级；分析师在上述情况下暂停对该股票给予投资评级等信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该股票的投资评级、盈利预测及目标价格等信息不再有效。

行业投资评级的量化标准：

看好：相对强于市场基准指数收益率 5%以上；

中性：相对于市场基准指数收益率在-5%～+5%之间波动；

看淡：相对于市场基准指数收益率在-5%以下。

未评级：由于在报告发出之时该行业不在本公司研究覆盖范围内，分析师基于当时对该行业的研究状况，未给予投资评级等相关信息。

暂停评级：由于研究报告发布当时该行业的投资价值分析存在重大不确定性，缺乏足够的研究依据支持分析师给出明确行业投资评级；分析师在上述情况下暂停对该行业给予投资评级信息，投资者需要注意在此报告发布之前曾给予该行业的投资评级信息不再有效。

人在草木间

免责声明

本证券研究报告（以下简称“本报告”）由东方证券股份有限公司（以下简称“本公司”）制作及发布。

本报告仅供本公司的客户使用。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。本报告的全体接收人应当采取必要措施防止本报告被转发给他人。

本报告是基于本公司认为可靠的且目前已公开的信息撰写，本公司力求但不保证该信息的准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，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证券研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的证券研究报告之外，绝大多数证券研究报告是在分析师认为适当的时候不定期地发布。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。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的邀请或向人作出邀请。

本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的收入可能会波动。过去的表现并不代表未来的表现，未来的回报也无法保证，投资者可能会损失本金。外汇汇率波动有可能对某些投资的价值或价格或来自这一投资的收入产生不良影响。那些涉及期货、期权及其它衍生工具的交易，因其包括重大的市场风险，因此并不适合所有投资者。

在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，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的书面或口头承诺均为无效。

本报告主要以电子版形式分发，间或也会辅以印刷品形式分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。

经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

提示客户及公众投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的本公司证券研究报告，慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

东方证券研究所

地址：上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 26 楼

电话：021-63325888

传真：021-63326786

网址：www.dfzq.com.cn

东方证券股份有限公司经相关主管机关核准具备证券投资咨询业务资格，据此开展发布证券研究报告业务。
东方证券股份有限公司及其关联机构在法律许可的范围内正在或将要与本研究报告所分析的企业发展业务关系。因此，投资者应当考虑到本公司可能存在对报告的客观性产生影响的利益冲突，不应视本证券研究报告为作出投资决策的唯一因素。