家电整体需求依旧偏弱，原材料价格回调

家电行业 W27 数据周报

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 07 月 05 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

核心观点

- **家电整体需求依旧偏弱，清洁电器线下走出独立行情。**根据奥维 W26 数据，**分渠道看，**传统大家电线上销量延续下滑，空调降幅达 45%最为显著；线下除冰箱微增 1%外，其余品类亦为负增，年累计线下销量维持下滑。清洁电器线下渠道接棒领跑，W26 扫地机器人、洗地机线下销量同比增 26%和 15%，年累计线下增速分别为 7%和-1%，为本周增速最高细分方向。线上清洁品类势头回落，扫地机器人 W26 同比降 14%，洗地机销量同比持平。传统品类需求疲软，清洁电器线下走出独立行情，渠道间表现反转加剧。**分品牌看，**黑电品牌线上表现分化，长虹、海信、创维及红米本周线上销量同比增长，其余品牌仍同比下降；白电品牌本周线上及线下销量同比压力进一步加剧。
- **核心原材料价格整体延续弱势，原油价格深度回调。**截至 2026 年 7 月 2 日，铜、铝、钢、塑料价格环比上周分别为+0.7%/-2.0%/-0.6%/-2.3%，年累计涨跌幅为+0.6%/-5.3%/-1.2%/+12.2%；其中铜年内已转为小幅上涨，铝跌幅有所扩大，塑料年累计涨幅仍达 12.2%。WTI 原油价格报 69 美元/桶，环比下跌 4.5%，年累计涨幅进一步收窄至 17.8%。
- **海运周度指数持续回升。**截至 2026 年 6 月 26 日，中国出口集装箱货运价格指数累计 43%，环比上周 7%，季度内 44%。其中美西航线年累 56%，环比上周 9%，季度内 61%；欧洲航线年累 38%，环比上周 9%，季度内 39%；南美航线年累 178%，环比上周 11%，季度内 93%；东南亚航年累 11%，环比上周 2%，季度内 35%；地中海航年累 28%，环比上周 9%，季度内 42%。

投资建议与投资标的

投资建议：原材料价格持续处于高位，地产市场景气偏弱。大家电龙头与地产关联度逐步弱化，后续增长更多依托换新需求驱动。原料涨价周期下，头部企业议价传导优势突出，依托品牌定价与精细化成本管控，稳固盈利水平。大家电龙头具有定价能力与经营韧性，股息率持续提升，具备稳健红利配置价值。行业新材料、新技术有望开辟相关公司第二成长曲线。

主线一：龙头公司经营效率更高，成本上行周期经营更稳健，结合较高股息率可作为稳健配置首选，相关标的：海尔智家(600690，未评级)。
主线二：出海仍为长期主线，Q2 有望迎来拐点。相关标的：科沃斯(603486，未评级)、欧圣电气(301187，未评级)、莱克电气(603355，买入).

风险提示

以旧换新补贴政策持续性存在不确认性、原材料成本波动、宏观经济增长波动。

相关报告

冰洗出口排产优于内需，空调库存高位震荡	2026-07-03
冰箱洗衣机出口高景气，白电内销高基数下趋势延续	2026-07-03
户储全球需求景气度高，全球政策逻辑切换	2026-07-01

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。

仅供内部参考，请勿外传

目 录

1. 家电整体需求依旧偏弱，清洁电器线下走出独立行情 4
2. 核心原材料价格整体延续弱势，原油价格深度回调 5
3. 海运周度指数持续回升 7
4. 行业重点新闻更新 7
5. 投资建议 8
6. 风险提示 9

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。

仅供内部参考，请勿外传

图表目录

图 1：主要家电品类线上线下销售持续承压，清洁电器线下销量表现相对较好 4
图 2：黑电线上品牌表现分化，长虹、海信、创维及红米本周线上销量同比增长....4
图 3：白电品牌本周线上及线下同比压力进一步加剧....5
图 4：核心原材料价格多数延续跌势....6
图 5：铜铝价格近期震荡回落 6
图 6：钢材价格年累计小幅下降，塑料价格高位出现明显回落 6
图 7：WTI 原油本周环比继续下降，年累计涨幅已显著收窄....6
图 8：5 月中国出口集装箱货运价格指数持续回升 7
图 9：各航线指数本周环比继续回升....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。

仅供内部参考，请勿外传

1. 家电整体需求依旧偏弱，清洁电器线下走出独立行情

家电整体需求依旧偏弱，清洁电器线下走出独立行情。根据奥维 W26 数据，**分渠道看，**传统大家电线上销量延续下滑，空调降幅达 45%最为显著；线下除冰箱微增 1%外，其余品类亦为负增，年累计线下销量维持下滑。清洁电器线下渠道接棒领跑，W26 扫地机器人、洗地机线下销量同比增 26%和 15%，年累计线下增速分别为 7%和-1%，为本周增速最高细分方向。线上清洁品类势头回落，扫地机器人 W26 同比降 14%，洗地机销量同比持平。传统品类需求疲软，清洁电器线下走出独立行情，渠道间表现反转加剧。**分品牌看，**黑电品牌线上表现分化，长虹、海信、创维及红米本周线上销量同比增长，其余品牌仍同比下降；白电品牌本周线上及线下销量同比压力进一步加剧。

图 1：主要家电品类线上线下销售持续承压，清洁电器线下销量表现相对较好

品类	销量同比增速				销额同比增速				销量同比	销额同比
线上	W26 (6.22~6.28)	W25 (6.15~6.21)	W24 (6.08~6.14)	W23 (6.01~6.07)	W26 (6.22~6.28)	W25 (6.15~6.21)	W24 (6.08~6.14)	W23 (6.01~6.07)	年累计	
彩电	-1%	-10%	-13%	2%	-3%	-3%	-14%	-2%	-22%	-13%
冰箱	-7%	-2%	-14%	-11%	-3%	7%	-10%	-18%	-10%	-4%
空调	-45%	-20%	-44%	19%	-43%	-22%	-47%	6%	-21%	-26%
洗衣机	-6%	-4%	-9%	-11%	-11%	-2%	-8%	-17%	-6%	-2%
油烟机	-25%	-10%	-24%	-4%	-23%	10%	-18%	1%	-17%	-2%
燃气灶	-23%	-1%	-21%	-21%	-20%	7%	-17%	-17%	-21%	-12%
扫地机器人	-14%	53%	12%	30%	-9%	45%	8%	24%	-6%	-7%
洗地机	0%	47%	11%	51%	-12%	33%	-4%	33%	0%	-7%
净水器	-28%	3%	-25%	-31%	-35%	2%	-25%	-34%	-23%	-22%
线下	W26 (6.22~6.28)	W25 (6.15~6.21)	W24 (6.08~6.14)	W23 (6.01~6.07)	W26 (6.22~6.28)	W25 (6.15~6.21)	W24 (6.08~6.14)	W23 (6.01~6.07)	年累计	
彩电	-7%	-2%	-28%	-24%	-17%	-6%	-38%	-38%	-2%	-10%
冰箱	1%	-1%	-30%	-17%	-7%	-8%	-37%	-34%	-5%	-15%
空调	-38%	-18%	-42%	-11%	-41%	-21%	-46%	-19%	-16%	-20%
洗衣机	-6%	0%	-29%	-27%	-13%	-6%	-36%	-40%	-9%	-16%
油烟机	-8%	-9%	-40%	-43%	-15%	-10%	-45%	-52%	-21%	-26%
燃气灶	-16%	-10%	-37%	-42%	-20%	-13%	-44%	-53%	-22%	-29%
扫地机器人	26%	19%	-21%	-24%	20%	11%	-26%	-30%	7%	-1%
洗地机	15%	-22%	-29%	-27%	14%	-24%	-32%	-28%	-1%	-5%
净水器	-21%	-14%	-37%	-50%	-29%	-21%	-46%	-58%	-26%	-36%

数据来源：奥维数据，东方证券研究所

图 2：黑电线上品牌表现分化，长虹、海信、创维及红米本周线上销量同比增长

线上品牌	w26 (6.22~6.28)			W25 (6.15~6.21)			W24 (6.8~6.14)			年累计					
	销量%	△份额	均价%	销量%	△份额	均价%	销量%	△份额	均价%	销量(万台)	销量%	份额%	△份额	均价	均价%
海信	11%	1%	1%	-11%	0%	22%	-12%	0%	3%	74.6	-17%	13.4%	1%	5592	17%
Vidda	-20%	-3%	15%	17%	3%	10%	0%	1%	-2%	61.8	-28%	11.1%	-1%	2576	9%
TCL	-8%	-1%	1%	-11%	0%	12%	-6%	1%	1%	71.0	-12%	12.7%	2%	4986	9%
雷鸟	-24%	-3%	1%	0%	1%	18%	-13%	0%	0%	48.0	-29%	8.6%	-1%	3062	19%
小米	-44%	-2%	21%	-55%	-5%	8%	-66%	-6%	1%	17.2	-62%	3.1%	-3%	5007	15%
红米	2%	0%	0%	9%	3%	5%	10%	4%	-7%	120.0	-16%	21.5%	2%	2181	2%
创维	11%	1%	-6%	12%	2%	15%	-6%	1%	14%	51.9	-16%	9.3%	1%	4558	18%
长虹	45%	1%	-20%	-19%	0%	-23%	57%	1%	-6%	19.9	-11%	3.6%	0%	2523	6%
线下品牌	w26 (6.22~6.28)			W25 (6.15~6.21)			W24 (6.8~6.14)			年累计					
	销量%	△份额	均价%	销量%	△份额	均价%	销量%	△份额	均价%	销量(万台)	销量%	份额%	△份额	均价	均价%
海信	-12%	-2%	-2%	-2%	-1%	6%	-32%	-2%	-4%	30.3	-3%	28.6%	-1%	7642	-1%
TCL	10%	3%	-5%	-3%	0%	-4%	-28%	1%	-12%	22.6	3%	21.3%	1%	5770	-3%
创维	2%	2%	-20%	17%	4%	-15%	-10%	5%	-21%	26.4	9%	24.9%	3%	5622	-14%
长虹	23%	3%	-14%	44%	3%	-9%	9%	3%	-14%	10.9	26%	10.3%	2%	4061	-9%
小米	-67%	0%	26%	-33%	0%	8%	-59%	0%	9%	0.3	-56%	0.3%	0%	4907	5%
红米	-32%	0%	-4%	-4%	0%	-15%	-49%	0%	11%	0.4	-46%	0.4%	0%	2119	3%
三星	-79%	-2%	-18%	-86%	-2%	-14%	-92%	-4%	-13%	1.5	-59%	1.4%	-2%	13305	-4%
海尔	9%	0%	-8%	22%	1%	-16%	-10%	0%	-12%	3.0	21%	2.8%	1%	3527	-3%

数据来源：奥维数据，东方证券研究所

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。

仅供内部参考，请勿外传

图 3：白电品牌本周线上及线下同比压力进一步加剧

线上		W26 (6.22~6.28)			W25 (6.15~6.21)			W24 (6.8~6.14)			年累计					
行业	品牌	销量%	△份额	均价%	销量%	△份额	均价%	销量%	△份额	均价%	销量(万台)	销量%	份额%	△份额	均价	均价%
空调	美的	-49%	-1%	8%	-27%	-2%	-1%	-47%	-1%	-2%	304.8	-30%	19.9%	-2%	2751	-4%
	格力	-47%	0%	7%	-27%	-2%	12%	-45%	0%	-9%	274.0	-21%	17.9%	0%	3334	-2%
	小米	-37%	2%	-2%	-28%	-2%	-14%	-55%	-3%	-12%	214.3	-32%	14.0%	-2%	2001	-18%
	华凌	-24%	3%	-9%	-11%	1%	-12%	-39%	1%	-8%	174.9	-12%	11.4%	1%	1881	-10%
	海尔	-61%	-2%	-9%	29%	4%	-12%	-46%	0%	-4%	96.0	-26%	6.3%	0%	2514	-6%
	TCL	-46%	0%	17%	-45%	-2%	8%	-36%	1%	-3%	99.5	-23%	6.5%	0%	1941	-5%
	统帅	-43%	0%	6%	30%	2%	2%	-3%	2%	0%	71.6	-1%	4.7%	1%	1912	1%
	奥克斯	-60%	-2%	14%	-31%	-1%	-6%	-67%	-3%	-1%	68.4	-40%	4.5%	-1%	2140	2%
	海信	-34%	1%	-1%	4%	1%	14%	-26%	1%	-2%	42.5	-25%	2.8%	0%	2503	4%
	长虹	-32%	0%	3%	-15%	0%	-8%	8%	1%	-26%	31.0	40%	2.0%	1%	1969	-14%
冰箱	海尔	26%	8%	-14%	20%	7%	-4%	4%	5%	-8%	229.9	7%	27.6%	4%	2594	-8%
	美的	-30%	-4%	3%	-10%	-1%	7%	-17%	0%	-15%	128.1	-23%	15.4%	-3%	2546	4%
	统帅	36%	4%	16%	104%	6%	21%	58%	5%	22%	78.2	40%	9.4%	3%	1688	16%
	容声	-5%	0%	15%	9%	1%	8%	-14%	0%	7%	90.3	-15%	10.8%	-1%	3105	16%
	小米	-9%	0%	-14%	-48%	-3%	3%	-55%	-4%	-15%	50.9	-39%	6.1%	-3%	1531	-11%
	志高	-4%	0%	17%	-58%	-3%	63%	-11%	0%	8%	39.6	-13%	4.8%	0%	506	17%
	华凌	17%	1%	-14%	8%	0%	3%	10%	1%	8%	39.5	21%	4.7%	1%	1579	12%
	美事达	-74%	-3%	12%	-73%	-2%	16%	-76%	-2%	35%	21.4	-33%	2.6%	-1%	685	21%
	海信	-2%	0%	17%	-10%	0%	59%	-4%	0%	47%	14.0	-13%	1.7%	0%	2782	39%
	卡萨帝	-49%	0%	-8%	56%	1%	-18%	38%	1%	-21%	11.2	5%	1.3%	0%	9441	-4%
洗衣机	小天鹅	6%	3%	-16%	11%	4%	-14%	-7%	0%	-13%	263.5	4%	24.1%	2%	1775	-8%
	海尔	-3%	1%	-7%	2%	2%	-2%	11%	6%	-12%	303.4	5%	27.7%	3%	1646	-3%
	美的	-30%	-5%	6%	-26%	-3%	20%	-38%	-5%	18%	152.9	-17%	14.0%	-2%	1162	12%
	统帅	-25%	-2%	-5%	-1%	0%	43%	-13%	0%	50%	75.8	-22%	6.9%	-1%	1964	66%
	扬子	263%	1%	-8%	10%	0%	8%	399%	2%	44%	18.7	278%	1.7%	1%	355	13%
	奥克斯	205%	1%	11%	281%	1%	25%	184%	1%	-6%	23.4	337%	2.1%	2%	510	25%
	美事达	44%	0%	16%	49%	0%	17%	121%	1%	12%	20.7	74%	1.9%	1%	607	27%

线下		W26 (6.22~6.28)			W25 (6.15~6.21)			W24 (6.8~6.14)			年累计					
行业	品牌	销量%	△份额	均价%	销量%	△份额	均价%	销量%	△份额	均价%	销量(万台)	销量%	份额%	△份额	均价	均价%
空调	美的	-33%	2%	-11%	-14%	1%	-8%	-41%	0%	-10%	67.5	-19%	29.6%	1%	3952	-7%
	格力	-40%	0%	-8%	-23%	-1%	-2%	-46%	-1%	-5%	61.6	-18%	27.0%	0%	4729	-4%
	海尔	-45%	-2%	1%	-32%	-3%	5%	-43%	0%	2%	30.6	-19%	13.4%	0%	3726	2%
	海信	-40%	-1%	-5%	-17%	0%	-7%	-43%	0%	-6%	22.4	-18%	9.9%	1%	3862	-6%
	奥克斯	-6%	1%	-12%	-11%	0%	-3%	-32%	0%	-7%	5.5	12%	2.4%	1%	2783	-6%
	TCL	-51%	-1%	-3%	-30%	-1%	-5%	-58%	-1%	-4%	5.1	-29%	2.2%	0%	3070	-6%
	科龙	-21%	1%	-9%	6%	1%	-7%	-34%	0%	-6%	4.9	5%	2.2%	0%	2607	-9%
	统帅	133%	2%	-13%	141%	1%	-15%	70%	1%	-10%	3.4	116%	1.5%	1%	2174	-13%
	长虹	-14%	1%	-13%	-7%	0%	-11%	-25%	1%	-12%	5.9	-5%	2.6%	0%	2873	-7%
	卡萨帝	-36%	0%	-3%	-34%	0%	-1%	-54%	-1%	-5%	4.9	-27%	2.2%	0%	6045	-4%
冰箱	海尔	8%	3%	-10%	3%	2%	-12%	-28%	1%	-16%	42.2	-1%	30.2%	2%	5005	-16%
	容声	7%	1%	-14%	-9%	-1%	-9%	-29%	0%	-11%	23.3	-4%	16.6%	0%	5513	-11%
	美的	8%	1%	-13%	13%	2%	-13%	-21%	2%	-15%	21.6	9%	15.4%	2%	4523	-13%
	美菱	-6%	-1%	-18%	-6%	-1%	-11%	-33%	-1%	-14%	12.6	-6%	9.0%	0%	4265	-11%
	卡萨帝	21%	1%	-5%	22%	2%	-7%	-29%	0%	-7%	11.7	0%	8.4%	0%	12931	-5%
	海信	2%	0%	-4%	-8%	0%	-7%	-25%	0%	-6%	8.4	-6%	6.0%	0%	6169	-2%
	西门子	-30%	-1%	9%	-31%	-1%	4%	-45%	-1%	9%	4.2	-31%	3.0%	-1%	11378	2%
	澳柯玛	-27%	-1%	-7%	-16%	0%	-5%	-36%	0%	-10%	2.3	-26%	1.7%	-1%	2925	-1%
	法迪欧	0%	0%	10%	-1%	0%	15%	0%	0%	11%	1.6	100%	1.1%	1%	2186	6%
	新飞	2%	0%	-5%	21%	0%	-8%	-26%	0%	-15%	0.9	-6%	0.6%	0%	2809	-5%
洗衣机	海尔	-6%	0%	-5%	-3%	-1%	-2%	-30%	0%	-4%	47.3	-8%	33.6%	1%	3171	-5%
	小天鹅	6%	3%	-11%	23%	5%	-9%	-18%	4%	-11%	36.5	8%	25.9%	4%	3450	-8%
	海信	-19%	-1%	4%	-4%	0%	10%	-22%	0%	9%	8.8	-5%	6.3%	0%	3547	1%
	松下	-11%	0%	-1%	-13%	-1%	-7%	-34%	-1%	-7%	10.6	-18%	7.5%	-1%	5151	-6%
	美的	46%	2%	-11%	42%	1%	-8%	1%	1%	-10%	5.9	36%	4.2%	1%	2142	-10%
	卡萨帝	-22%	-1%	1%	-15%	-1%	-2%	-46%	-2%	-5%	7.5	-27%	5.3%	-1%	9637	0%
	美菱	4%	0%	-18%	26%	1%	-9%	-16%	0%	-12%	4.3	-5%	3.1%	0%	2211	-8%

数据来源：奥维数据，东方证券研究所

2. 核心原材料价格整体延续弱势，原油价格深度回调

核心原材料价格整体延续弱势，原油价格深度回调。截至 2026 年 7 月 2 日，铜、铝、钢、塑料价格环比上周分别为+0.7%/-2.0%/-0.6%/-2.3%，年累计涨跌幅为+0.6%/-5.3%/-1.2%/+12.2%；其中铜年内已转为小幅上涨，铝跌幅有所扩大，塑料年累计涨幅仍达 12.2%。WTI 原油价格报 69 美元/桶，环比下跌 4.5%，年累计涨幅进一步收窄至 17.8%。

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。

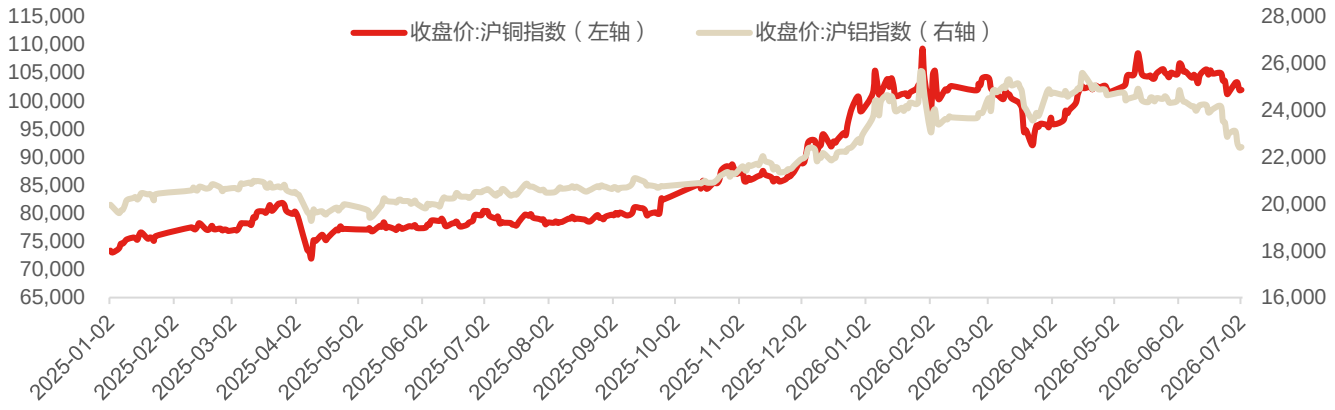
仅供内部参考，请勿外传

图 4：核心原材料价格多数延续跌势

最新更新日期：	2026/7/2				
原材料	最新价格	同比	环比上周	当季度涨跌幅	年累计涨跌幅
SHFE 铜（点）	101936	26.9%	0.7%	0.0%	0.6%
SHFE 铝（点）	22425	9.0%	-2.0%	0.1%	-5.3%
冷轧钢（点）	111	3.0%	-0.6%	0.0%	-1.2%
塑料（点）	847	2.5%	-2.3%	-0.3%	12.2%
WTI原油（美元/桶）	69	1.8%	-4.5%	0.2%	17.8%

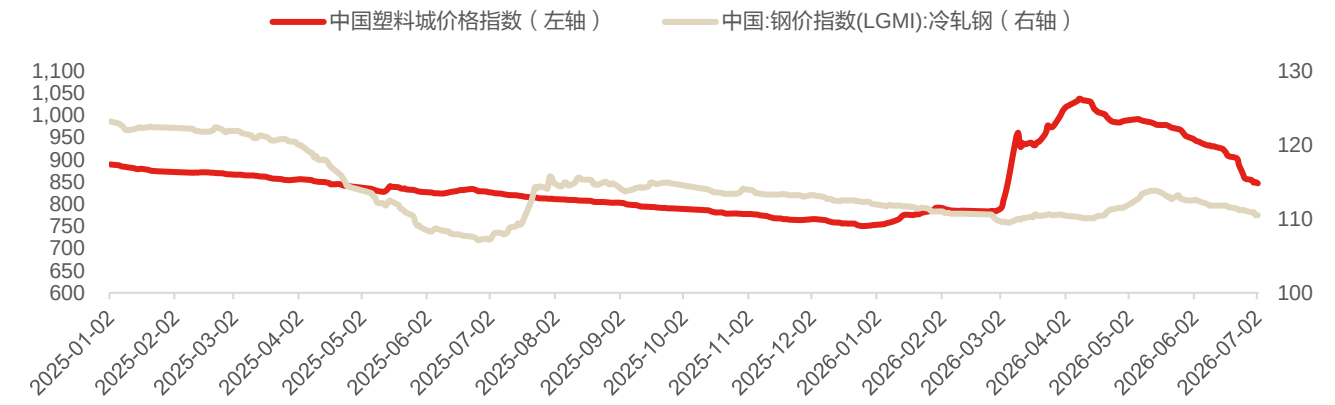
数据来源：Wind，东方证券研究所

图 5：铜铝价格近期震荡回落



数据来源：Wind，东方证券研究所

图 6：钢材价格年累计小幅下降，塑料价格高位出现明显回落

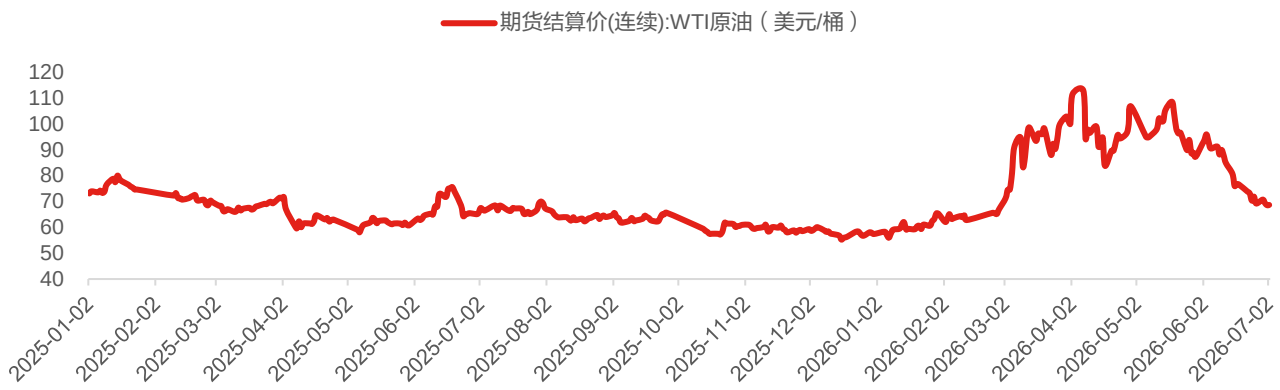


数据来源：Wind，东方证券研究所

图 7：WTI 原油本周环比继续下降，年累计涨幅已显著收窄

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。

仅供内部参考，请勿外传

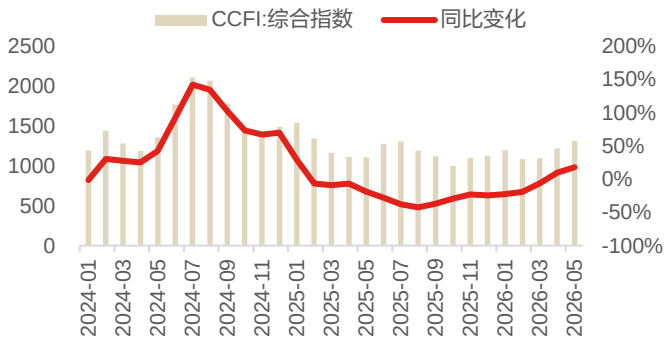


数据来源：Wind，东方证券研究所

3. 海运周度指数持续回升

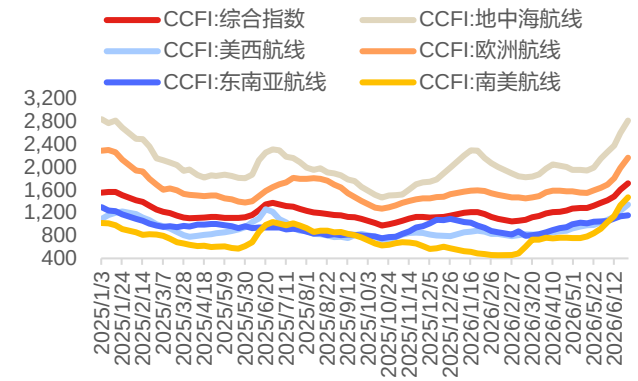
海运周度指数持续回升。截至 2026 年 6 月 26 日，中国出口集装箱货运价格指数累计 43%，环比上周 7%，季度内 44%。其中美西航线年累 56%，环比上周 9%，季度内 61%；欧洲航线年累 38%，环比上周 9%，季度内 39%；南美航线年累 178%，环比上周 11%，季度内 93%；东南亚航年累 11%，环比上周 2%，季度内 35%；地中海航年累 28%，环比上周 9%，季度内 42%。

图 8：5 月中国出口集装箱货运价格指数持续回升



数据来源：Wind，东方证券研究所

图 9：各航线指数本周环比继续回升



数据来源：Wind，东方证券研究所

4. 行业重点新闻更新

国家发改委宣布，6 月底已下达今年第三批 625 亿元消费品以旧换新资金。目前“两新”政策成效显著，前两批资金已带动超 8400 亿元投资与 8200 亿元相关消费，截至 6 月 20 日消费品以旧换新销售额超 1 万亿元，惠及逾 1.36 亿人次，切实改善民生。今年增加纳入补贴范围的智能眼镜等可穿戴智能设备零售额同比增长超过 1 倍。下一步，发改委将强化资金全链条监管，确保政策红利直达消费者，并做好效果评估与政策接续储备。

世界气象组织宣布厄尔尼诺现象已出现并预计将快速增强，加剧全球极端天气风险。世界气象组织预计 2026 年 7 至 9 月其将发展为强厄尔尼诺事件，赤道中东太平洋海温将显著升高，并在秋季

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。

仅供内部参考，请勿外传

持续加强，引发全球多地热浪、干旱和强降雨。为此，世界气象组织正积极协调气候信息服务与预警支持，协助各国政府及农业、卫生等敏感部门提前做好防范准备。

多家公司实施分红派现，彰显股东回报意愿。根据 Choice 数据，美的集团方案为每 10 股派 38.00 元(含税,扣税后 34.20 元)，派息日为 2026 年 6 月 29 日。科沃斯每 10 股派 9.20 元(含税,扣税后 8.28 元)，派息日为 2026 年 7 月 8 日。佛山照明每 10 股派 0.50 元(含税,扣税后 0.45 元)，派息日为 2026 年 6 月 30 日。格利尔每 10 股派 1.00 元(含税,扣税后 0.90 元)，派息日为 2026 年 6 月 30 日。TCL 电子每股派港币 0.498 元，派息日为 2026 年 7 月 30 日。欧普照明每 10 股派 8.50 元(含税,扣税后 7.65 元)，派息日为 2026 年 6 月 26 日。

首批通过家电行业用户体验国家标准的产品于 6 月 24 日在北京正式发布。根据电子信息产业网，发布会上展示了 GB/T 46287 等三项国标的落地成果及首批标杆产品名单。系列国标的实施是我国家电标准体系的关键迭代，引导行业发展重心由单一硬件性能转向综合使用体验。这不仅为企业优化全流程设计与体验创新提供了可复制的范本，有效规范了行业宣传乱象，更为广大消费者放心选购贴合真实需求的优质家电提供了权威参考。

中美两国已原则同意设定对等降税框架，美国将降低或取消超 300 亿美元中国商品的 301 关税。7 月 1 日商务部表态，中美双方原则同意将对农产品等纳入对等降税框架，该降税重点聚焦“非战略”消费类，家电、通用机械、汽车零部件、服装鞋帽、家具、卫浴及部分新能源产品等非战略消费品，有望直接降至最惠国税率，清单预计 7 月 10 日后公布。

受极端热浪驱动，美的 PortaSplit 空调在欧洲爆单。面对欧洲严苛的建筑法规与高昂的人工安装费，这款免打孔、易组装的分体式空调成为破局利器，在二手市场溢价数倍。凭借产品优势，在欧洲 ToB 出货已超 20 万套（同比翻倍），德国部分渠道售罄；西班牙、法国出货量同比增长 108%。

苏宁易购近期一审胜诉获万达巨额赔款，并成功剥离家乐福包袱，加速聚焦主业。6 月 29 日，公司公告针对 2018 年投资协议纠纷，南京中院一审判决万达需向苏宁支付 17.47 亿元尾款及利息，总额近 20 亿元。同时，苏宁以 200 万元对价完成家乐福中国主体转让并成功出表，此举预计减少公司总负债 5%、增加归母净利润约 12.71 亿元，有效出清了历史包袱。

比依股份全资成立智能机器人公司。7 月 1 日，由比依股份全资控股的浙江致衡机器人科技有限公司正式宣告成立。该公司的法定代表人为闻继望，注册资本为 5000 万人民币。在业务布局上，公司主要聚焦于机器人与 AI 赛道，具体经营业务涵盖了智能与工业机器人的研发及销售，以及人工智能应用软件开发等多个领域。

5. 投资建议

原材料价格持续处于高位，地产市场景气偏弱。大家电龙头与地产关联度逐步弱化，后续增长更多依托换新需求驱动。原料涨价周期下，头部企业议价传导优势突出，依托品牌定价与精细化成本管控，稳固盈利水平。大家电龙头具有定价能力与经营韧性，股息率持续提升，具备稳健红利配置价值。行业新材料、新技术有望开辟相关公司第二成长曲线。

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。

仅供内部参考，请勿外传

主线一：龙头公司经营效率更高，成本上行周期经营更稳健，结合较高股息率可作为稳健配置首选。相关标的：海尔智家(600690，未评级)。

主线二：出海仍为长期主线，Q2 有望迎来拐点。相关标的：科沃斯(603486，未评级)、欧圣电气(301187，未评级)、莱克电气(603355，买入)。

6. 风险提示

以旧换新补贴政策持续性存在不确认性、原材料成本波动、宏观经济增长波动。

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。

仅供内部参考，请勿外传

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。

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。

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。