绿联科技 20260906

绿联科技 2026H1 业绩高增：NAS 份额翻倍与海外全渠道扩张

摘要

- 2026H1 营收同比+51%，利润同比+63%，毛利率升至 39%，海外高毛利市场及线下渠道拓展对冲了原材料成本压力。
- 海外收入占比超 65%，2026H1 同比+70%；欧洲线下占比 20%已趋成熟，北美 KA 渠道占比不足 10%，具备较大渗透空间。
- 智能充电类营收 27 亿（占比 45%），同比+50%；欧洲市场销售额已反超安克创新，国内移动电源销售额基本与安克持平。
- NAS 业务国内线上份额从 20%跃升至 40%，群晖份额降至 20%；首款 AINAS 众筹近千万美元，并与腾讯混元达成生态合作。
- 2026 年 10 月将众筹 HomeAgent 智能安防生态产品，联动 NAS 实现本地化 AI 视频分析，构建新增长曲线。
- 预计 2026 年全年利润约 10 亿元，对应 PE 约 24 倍；AI 应用落地与海外市场高增为核心估值催化剂。

Q&A

请介绍一下绿联科技的基本业务情况以及当前主要的增长驱动力？

绿联科技主要从事 3C 消费电子产品的业务，核心品类包括充电类、传输类、音视频类以及存储类产品。公司在数据线和 NAS 等细分品类中已占据行业领先地位，并在其他品类中持续追赶。当前公司的增长看点主要体现在两个方面：一是渠道端的快速拓展，特别是在海外市场的持续扩张；二是产品端的创新，具体表现为以智能充电类为代表的基本盘业务保持高增速，同时以 NAS 为代表的存储类业务正迅速成为公司的第二增长曲线。



近期的财务表现如何，尤其是在收入、利润及盈利能力方面有哪些具体数据和变化？

2025 年以来，得益于产品创新、技术迭代及渠道拓展，公司的收入和利润增速进一步提升。2026 年上半年，公司实现收入同比增长 51%，利润同比增长 63%。在盈利能力方面，公司毛利率和净利率一直保持稳健。2025 年，受 NAS 产品快速放量及国内市场价格竞争影响，毛利率曾小幅下降。但进入 2026 年，随着公司拓展毛利率更高的海外市场和国内线下渠道，并优化产品结构，尽管面临原材料成本压力，2026 年上半年的毛利率仍达到了 39%，实现了同比明显提升。

绿联科技的海外业务布局和渠道拓展情况是怎样的，与竞争对手安克创新相比有何不同？

公司自 2014 年开始布局海外主流线上渠道，如亚马逊、速卖通等。目前，海外收入占比已超过 65%，2026 年上半年同比增长达到 70%。除了线上渠道，公司已进入美国沃尔玛、Costco、Best Buy，欧洲 MediaMarkt 及日本友都八喜等知名线下零售渠道。在欧洲，线下渠道布局相对成熟，占比约 20%；而在北美，线下仍处于开拓阶段，KA 零售渠道占比不足 10%，整体线下占比约 15%，尚有较大拓展空间。与竞争对手安克创新相比，出海策略有所不同。安克创新更聚焦北美市场，该区域收入占比接近 50%；而绿联的海外市场布局相对分散，亚洲、欧洲、美洲的收入占比基本都在 15%至 20%之间。2026 年第二季度，公司在欧洲和美洲区域的营收同比增长均超过 90%，亚洲区域增长也超过 30%，显示出各海外市场均有显著的增长空间。

作为公司的基本盘业务，智能充电类产品的需求增长主要受哪些因素驱动，其市场表现和竞争格局如何？

智能充电类产品是公司的第一大品类，2026 年上半年收入占比超过 45%，营收接近 27 亿元，同比增长 50%。其需求增长主要源于内外两方面因素。外部因素包括：苹果、三星等主流手机厂商取消随手机附赠充电器，为第三方供应商创造了市场空间；消费者持有的需充电电子设备数量增多，如无线耳机、智能手表、AI 眼镜等。内部因素则在于产品自身的性能和功能升级，例如公司推出的多口快充、氮化镓充电器以及增加了磁吸、无线等多功能的充电宝。在竞争格局方面，尤其是在移动电源品类，公司正持续追赶安克创新。2025 年，在国内线上市场，凭借高性价比优势及抓住竞争对手产品召回事件的机遇，公司销售额已基本与安克创新持平。在海外，美国市场安克创新仍有显著领先优势，但绿联通过布局高端产品，在美亚的均价甚至高于安克创新；在欧洲市场，绿联在德亚、法亚等渠道已实现对安克创新的销售额反超，并保持价格优势。

在传输类和影音类等其他基本盘业务上的表现如何？

在智能办公类业务方面，主要包括拓展坞、数据线、网卡等产品。2026 年上半年，该部分业务实现营收 15 亿元，占总营收比重为 26%，收入增速达到 45%。公司在数据线品类上保持了线上销售第一的位置，其需求增长主要受益于消费者电子产品使用场景日益丰富，设备间的传输需求随之增加。在智能影音类业务方面，该业务与主业有较强的协同效应。2026 年上半年实现营收 8.77 亿元，同比增长 39%。这类产品扩充了公司的产品使用场景，并凭借高性价比优势作为流量入口，以提升品牌粘性和市场渗透率。

NAS 作为绿联科技的新兴业务，其市场前景、产品优势以及与 AI 技术的结合情况是怎样的？

NAS（私有云存储）是一个高速成长的蓝海市场，预计未来 5 年复合增速将超过 35%。与云网盘和移动硬盘相比，NAS 在数据安全性、隐私性、长期使用成本、传输速度以及多设备实时访问方面具备优势。绿联通过推出价格更低、入门门槛更低的消费级 NAS 产品，迅速抢占市场份额。2025 年，绿联在国内线上的市场份额从 2024 年的 20%跃升至 40%，而传统品牌群晖的份额则从 2021 年的 59%下滑至 20%。绿联的产品优势还体现在性能、功能性以及高频的软件迭代（基本实现月度更新）。公司积极拥抱 AI，推出了全球首款内置大语言模型的 AI NAS 产品，可实现文字搜图、AI 问答等功能，该产品在 Kickstarter 上的众筹金额接近 1,000 万美元。此外，绿联 NAS 产品可作为 AI Agent 的本地化部署载体，并已与腾讯混元达成生态合作，是行业首家合作的品牌，这为未来对接各类第三方 AI Agent 提供了可复用的范式。

绿联科技在 NAS 业务之外，还有哪些新的产品生态布局？

公司在 2026 年的 CES 展上首次推出了智能家庭安防生态，即 Home Agent，产品主要包括室内摄像头、户外摄像头和可视门铃等。这一系列产品可以与绿联的 NAS 产品实现联动，进行本地化的数据存储。例如，可以利用与腾讯混元等 AI 模型的合作，对存储的视频数据进行分析和提示，以更安全的方式打造智能家庭安防生态。该系列产品预计将在 2026 年 10 月下旬开始众筹，有望为公司带来新的增长点。

综合来看，对绿联科技未来的发展前景和估值水平有何预判？

整体来看，公司当前处于传统主业和新兴 NAS 业务双轮驱动的良好局面。同时，2026 年海外市场的空间和成长性非常可观。预计公司 2026 年全年利润在 10 亿元左右，对应当前的 PE 水平大约在 24 倍，具备一定的性价比。特别是后续在 AI 应用方面的新进展，可能会对公司的估值带来催化作用。