家电线下边际修复，核心原材料价格上涨

家电行业 W37 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 09 月 13 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

- **家电需求表现分化，清洁电器线上线下同步回暖。**根据奥维 W36 数据，**分渠道看，**传统大家电线上销量表现分化，彩电由下降 28%转为增长 7%，冰箱、空调增速分别由 11%、10%回落至 1%、1%，洗衣机由增长 9%转为下降 6%；线下全面改善，彩电、空调降幅分别由 20%、22%收窄至 4%、12%，冰箱、洗衣机分别由下降 7%、3%转为增长 5%、14%，年累计销量仍全面下滑。清洁电器线上明显回暖，扫地机器人由下降 12%改善至持平，洗地机由下降 12%转为增长 32%；线下同步回暖，扫地机器人增速由 38%提升至 53%，洗地机由下降 21%转为增长 31%。整体看，传统品类线上分化、线下改善，清洁电器线上线下同步回暖。**分品牌看，**黑电线上明显改善，海信、Vidda、红米和创维销量同比由负转正；白电线上空调除海尔、TCL 和奥克斯外均实现增长，其中小米增速提升，其余多数增长品牌增速回落；线下空调仅统帅实现增长，美的持平，冰箱、洗衣机品牌表现分化。
- **核心原材料价格多数上涨，原油价格环比大幅回升。**截至 2026 年 9 月 10 日，铜、铝、钢、塑料价格环比上周分别为+3.4%/+0.6%/-0.1%/+2.6%，年累计涨跌幅为+10.4%/+3.3%/-0.6%/+28.8%；其中铜价明显上涨，年累计涨幅扩大至 10%以上，铝价延续高位小幅上行，钢材价格低位小幅回落，塑料价格继续上涨，年累计涨幅进一步扩大至近 29%。WTI 原油价格报 102 美元/桶，环比大幅上涨 12.2%，年累计涨幅进一步扩大至 75.7%。
- **海运周度指数环比持平，主要航线涨多跌少。**截至 2026 年 9 月 4 日，中国出口集装箱货运价格指数累计 54%，环比上周 0%，季度内 1%。其中美西航线年累 89%，环比上周 5%，季度内 9%；欧洲航线年累 40%，环比上周-5%，季度内-5%；南美航线年累 185%，环比上周 6%，季度内-2%；东南亚航线年累-1%，环比上周 4%，季度内-9%；地中海航线年累 19%，环比上周-5%，季度内-12%。

投资建议与投资标的

1） **显示产业链多公司业绩超预期，行业地位和产品升级带来超额收益。**相关标的：视源股份(002841，未评级)、海信视像(600060，增持)。

2） **板块全年节奏预计前低后高，Q2 后有望逐步修复，关注 H2 行业盈利改善。**相关标的：石头科技(688169，未评级)、科沃斯(603486，未评级)、海尔智家(600690，未评级)、海信家电(000921，未评级)。

风险提示

以旧换新补贴政策持续性存在不确定性、原材料成本波动、宏观经济增长波动。

相关报告

家电需求表现分化，核心原材料价格上涨：家电行业 W36 数据周报 2026-09-07
WorkBuddy 开放平台上线，端侧 AI 迎来发展机遇 2026-09-06
家电需求整体走弱，核心原材料价格上涨：家电行业 W35 数据周报 2026-08-30

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. 家电需求表现分化，清洁电器线上线下同步回暖.....4
2. 核心原材料价格多数上涨，原油价格环比大幅回升.....5
3. 海运周度指数环比持平，主要航线涨多跌少.....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：黑电线上由降转增，其他大家电线上转弱、线下改善，清洁电器线上线下同步回暖 4
图 2：黑电线上品牌表现明显改善，海信、Vidda、红米和创维销量同比转增，其中 Vidda 增速最高 4
图 3：线上空调表现分化，美的、格力、小米、华凌、统帅、海信和长虹销量同比保持增长，其中小米增速提升 5
图 4：核心原材料价格整体上涨，原油价格环比大幅上涨 6
图 5：铜铝价格延续高位震荡上行态势 6
图 6：钢材价格低位小幅回落，塑料价格延续震荡上行 6
图 7：WTI 原油本周环比大幅上涨，年累计涨幅进一步扩大 6
图 8：8 月中国出口集装箱货运价格指数高位小幅回落 7
图 9：综合指数环比基本持平，多数航线环比上涨 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. 家电需求表现分化，清洁电器线上线下同步回暖

家电需求表现分化，线下边际修复，清洁电器线上线下同步回暖。根据奥维 W36 数据，**分渠道看，**传统大家电线上销量表现分化，彩电由下降 28%转为增长 7%，冰箱、空调增速分别由 11%、10%回落至 1%、1%，洗衣机由增长 9%转为下降 6%；线下全面改善，彩电、空调降幅分别由 20%、22%收窄至 4%、12%，冰箱、洗衣机分别由下降 7%、3%转为增长 5%、14%，年累计销量仍全面下滑。清洁电器线上明显回暖，扫地机器人由下降 12%改善至持平，洗地机由下降 12%转为增长 32%；线下同步回暖，扫地机器人增速由 38%提升至 53%，洗地机由下降 21%转为增长 31%。整体看，传统品类线上分化、线下改善，清洁电器线上线下同步回暖。**分品牌看，**黑电线上明显改善，海信、Vidda、红米和创维销量同比由负转正；白电线上空调除海尔、TCL 和奥克斯外均实现增长，其中小米增速提升，其余多数增长品牌增速回落；线下空调仅统帅实现增长，美的持平，冰箱、洗衣机品牌表现分化。

图 1：黑电线上由降转增，其他大家电线上转弱、线下改善，清洁电器线上线下同步回暖

品类	销量同比增速				销额同比增速				销量同比	销额同比
线上	W36 (8.31~9.06)	W35 (8.24~8.30)	W34 (8.17~8.23)	W33 (8.10~8.16)	W36 (8.31~9.06)	W35 (8.24~8.30)	W34 (8.17~8.23)	W33 (8.10~8.16)	年累计	
彩电	7%	-28%	-17%	-18%	0%	-32%	-22%	-14%	-19%	-12%
冰箱	1%	11%	-15%	15%	-19%	-6%	-21%	6%	-7%	-4%
空调	1%	10%	1%	18%	-16%	-9%	-20%	-6%	-13%	-22%
洗衣机	-6%	9%	-11%	-9%	-17%	-5%	-23%	-16%	-5%	-4%
油烟机	-2%	-18%	6%	5%	-11%	-24%	-9%	-3%	-14%	-4%
燃气灶	6%	-6%	11%	13%	-4%	-17%	-11%	1%	-16%	-11%
扫地机器人	0%	-12%	12%	-21%	-16%	-18%	-11%	-34%	-6%	-9%
洗地机	32%	-12%	2%	9%	19%	-28%	-16%	-11%	1%	-7%
净水器	0%	-9%	-2%	-2%	-14%	-21%	-14%	-14%	-21%	-21%
线下	W36 (8.31~9.06)	W35 (8.24~8.30)	W34 (8.17~8.23)	W33 (8.10~8.16)	W36 (8.31~9.06)	W35 (8.24~8.30)	W34 (8.17~8.23)	W33 (8.10~8.16)	年累计	
彩电	-4%	-20%	-17%	-6%	-6%	-21%	-21%	-6%	-3%	-10%
冰箱	5%	-7%	-6%	-10%	7%	-10%	-15%	-15%	-4%	-12%
空调	-12%	-22%	-29%	-19%	-15%	-25%	-34%	-23%	-16%	-20%
洗衣机	14%	-3%	2%	-10%	13%	-6%	-6%	-16%	-7%	-14%
油烟机	16%	-13%	-11%	-19%	16%	-19%	-18%	-19%	-17%	-22%
燃气灶	15%	-16%	-20%	-20%	18%	-23%	-17%	-19%	-18%	-25%
扫地机器人	53%	38%	45%	32%	45%	24%	53%	31%	13%	6%
洗地机	31%	-21%	19%	-7%	28%	-24%	16%	-8%	1%	-2%
净水器	1%	-15%	-21%	-19%	-6%	-22%	-32%	-29%	-23%	-33%

数据来源：奥维数据，东方证券研究

图 2：黑电线上品牌表现明显改善，海信、Vidda、红米和创维销量同比转增，其中 Vidda 增速最高

线上品牌	W36 (8.31~9.06)			W35 (8.24~8.30)			W34 (8.17~8.23)			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	26%	3%	1%	-21%	1%	-4%	6%	3%	-11%	98.7	-12%	13.3%	1%	5294	12%
Vidda	63%	5%	-2%	-25%	0%	16%	-30%	-2%	16%	82.9	-23%	11.2%	-1%	2506	9%
TCL	-6%	-2%	-9%	-29%	0%	-3%	-6%	1%	-10%	91.9	-9%	12.4%	1%	4749	5%
雷鸟	-4%	-1%	6%	-4%	2%	-1%	-14%	0%	-16%	64.3	-24%	8.7%	-1%	2896	14%
小米	-55%	-3%	-11%	-63%	-3%	-3%	-59%	-3%	-1%	23.0	-58%	3.1%	-3%	4852	11%
红米	26%	3%	-7%	-12%	4%	-9%	-15%	1%	-9%	159.8	-12%	21.5%	2%	2115	1%
创维	18%	1%	-15%	-36%	-1%	-12%	5%	3%	-14%	70.2	-13%	9.5%	1%	4250	11%
长虹	-11%	-1%	-12%	-21%	0%	-9%	-27%	0%	8%	26.7	-7%	3.6%	0%	2461	3%
线下品牌	W36 (8.31~9.06)			W35 (8.24~8.30)			W34 (8.17~8.23)			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	-18%	-5%	10%	-20%	-1%	6%	-24%	-2%	5%	40.4	-5%	28.9%	-1%	7567	0%
TCL	9%	3%	-3%	-9%	3%	1%	-1%	3%	-8%	29.9	3%	21.4%	1%	5734	-2%
创维	14%	4%	-5%	-6%	4%	-7%	8%	6%	-18%	34.9	8%	25.0%	3%	5573	-13%
长虹	49%	4%	-22%	0%	2%	-7%	-20%	0%	24%	14.5	24%	10.4%	2%	3996	-8%
小米	-47%	0%	24%	-69%	0%	24%	-31%	0%	20%	0.4	-56%	0.3%	0%	4983	7%
红米	-47%	0%	-1%	-53%	0%	13%	-36%	0%	13%	0.5	-45%	0.4%	0%	2109	4%
三星	-82%	-2%	-15%	-87%	-2%	-12%	-90%	-2%	-27%	1.7	-64%	1.2%	-2%	13271	-4%
海尔	7%	0%	2%	-25%	0%	-11%	-11%	0%	-6%	3.8	15%	2.7%	1%	3514	-8%

数据来源：奥维数据，东方证券研究

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：线上空调表现分化，美的、格力、小米、华凌、统帅、海信和长虹销量同比保持增长，其中小米增速提升

线上行业	品牌	W36 (8.31～9.06) 销量%	±份额	均价%	W35 (8.24～8.30) 销量%	±份额	均价%	W34 (8.17～8.23) 销量%	±份额	均价%	年累计 销量(万台)	销量%	份额%	±份额	均价	均价%
空调	美的	3%	0%	-19%	4%	-1%	-20%	-7%	-2%	-26%	473.3	-20%	19.8%	-2%	2620	-10%
	格力	9%	2%	-17%	9%	0%	-17%	0%	0%	-21%	407.9	-16%	17.1%	-1%	3264	-5%
	小米	25%	3%	-25%	10%	0%	-15%	21%	3%	-25%	351.5	-18%	14.7%	-1%	1958	-20%
	华凌	6%	1%	-21%	57%	4%	-23%	5%	0%	-28%	267.0	-1%	11.2%	1%	1859	-14%
	海尔	-30%	-2%	-21%	-10%	-1%	-15%	-34%	-2%	-20%	144.3	-22%	6.0%	-1%	2452	-10%
	TCL	-18%	-2%	-15%	-13%	-1%	-14%	-13%	-1%	-16%	157.1	-18%	6.6%	0%	1918	-8%
	统帅	17%	1%	-2%	99%	3%	-11%	43%	2%	-3%	120.1	20%	5.0%	1%	1865	-2%
	奥克斯	-53%	-4%	0%	-50%	-4%	-9%	-38%	-3%	-11%	108.3	-37%	4.5%	-2%	2072	-4%
	海信	18%	0%	-15%	30%	0%	-12%	11%	0%	-19%	64.7	-17%	2.7%	0%	2443	1%
	长虹	99%	1%	-32%	193%	2%	-28%	81%	1%	-25%	50.5	35%	2.1%	1%	1949	-16%
冰箱	海尔	26%	5%	-26%	54%	8%	-23%	18%	8%	-26%	334.1	16%	27.9%	5%	2440	-12%
	美的	19%	3%	-36%	27%	2%	-29%	6%	4%	-25%	181.5	-19%	15.2%	-2%	2299	-3%
	统帅	-19%	-2%	-8%	8%	0%	13%	-19%	0%	18%	112.7	33%	9.4%	3%	1657	15%
	容声	0%	0%	-15%	15%	0%	-15%	-17%	0%	-4%	128.0	-11%	10.7%	-1%	2904	10%
	小米	-31%	-3%	-17%	-15%	-2%	-13%	-24%	-1%	-15%	74.4	-32%	6.2%	-2%	1483	-13%
	志高	-18%	-1%	-7%	6%	0%	1%	-24%	-1%	20%	65.3	-7%	5.5%	0%	498	11%
	华凌	22%	1%	-31%	36%	1%	-25%	-12%	0%	-20%	57.1	22%	4.8%	1%	1474	1%
	美事达	87%	1%	-35%	-8%	0%	-34%	-35%	-1%	-26%	28.0	-41%	2.3%	-1%	650	12%
	海信	-26%	-1%	54%	-32%	-1%	46%	-40%	-1%	51%	20.1	-10%	1.7%	0%	2640	36%
	卡萨帝	-20%	0%	-31%	12%	0%	-25%	0%	0%	-15%	13.3	2%	1.1%	0%	9368	-6%
洗衣机	小天鹅	4%	2%	-18%	19%	2%	-21%	1%	3%	-24%	345.8	6%	24.1%	2%	1678	11%
	海尔	13%	4%	-29%	34%	5%	-25%	2%	4%	-19%	390.8	4%	27.3%	2%	1570	-6%
	美的	-26%	-4%	-8%	-25%	-6%	-5%	-38%	-6%	-6%	202.9	-20%	14.1%	-3%	1112	8%
	统帅	4%	1%	21%	41%	2%	-7%	-4%	1%	-1%	103.0	-19%	7.2%	-1%	1836	49%
	扬子	-4%	0%	6%	28%	0%	13%	-13%	0%	11%	23.2	211%	1.6%	1%	347	12%
	奥克斯	43%	1%	-24%	312%	2%	-28%	215%	1%	17%	31.2	290%	2.2%	2%	506	13%
	美事达	-57%	-1%	1%	-52%	-1%	9%	12%	0%	11%	25.5	37%	1.8%	1%	601	21%

线下行业	品牌	W36 (8.31～9.06) 销量%	±份额	均价%	W35 (8.24～8.30) 销量%	±份额	均价%	W34 (8.17～8.23) 销量%	±份额	均价%	年累计 销量(万台)	销量%	份额%	±份额	均价	均价%
空调	美的	0%	4%	-5%	-26%	-2%	-8%	-28%	0%	-10%	95.7	-17%	29.4%	0%	3898	-7%
	格力	-17%	-1%	-1%	-27%	-1%	-2%	-30%	1%	-7%	84.7	-18%	26.0%	0%	4694	-4%
	海尔	-14%	-1%	-3%	-18%	0%	-1%	-34%	-2%	-4%	46.0	-19%	14.1%	-1%	3669	2%
	海信	-30%	-3%	-5%	-30%	-1%	0%	-41%	-2%	-7%	32.6	-21%	10.0%	-1%	3820	-5%
	奥克斯	-14%	0%	0%	17%	1%	1%	-10%	1%	3%	8.1	2%	2.5%	1%	2778	-2%
	TCL	-18%	0%	1%	-14%	0%	-11%	-25%	0%	-15%	7.9	-29%	2.4%	0%	3037	-5%
	科龙	-16%	0%	-5%	-8%	0%	-7%	-2%	1%	1%	7.3	4%	2.3%	0%	2661	-6%
	统帅	-14%	0%	2%	26%	1%	-9%	-20%	0%	1%	5.2	84%	1.6%	1%	2187	-10%
	长虹	19%	1%	-10%	45%	1%	-12%	-5%	1%	-5%	8.9	1%	2.7%	0%	2857	-7%
	卡萨帝	-16%	0%	-4%	-40%	-1%	-9%	-38%	-1%	-4%	6.8	-29%	2.1%	0%	6035	-4%
冰箱	海尔	25%	5%	-3%	5%	3%	-6%	3%	2%	-11%	60.9	2%	30.9%	2%	4921	-14%
	容声	-23%	-6%	2%	-19%	-3%	-8%	-7%	0%	-9%	32.6	-5%	16.5%	0%	5427	-10%
	美的	28%	2%	-5%	-2%	1%	-8%	10%	2%	-16%	29.7	9%	15.1%	2%	4434	-12%
	美菱	23%	1%	-13%	3%	0%	-17%	-15%	-1%	-18%	17.7	-4%	9.0%	0%	4151	-12%
	卡萨帝	31%	2%	-4%	10%	1%	-5%	-1%	1%	-9%	16.2	3%	8.2%	1%	12837	-6%
	海信	-17%	-2%	-3%	-15%	-1%	8%	-9%	0%	0%	11.7	-6%	5.9%	0%	6086	-2%
	西门子	4%	0%	10%	-16%	-1%	13%	-27%	-1%	-1%	5.7	-28%	2.9%	-1%	11499	4%
	澳柯玛	-5%	0%	0%	-13%	0%	-5%	-35%	0%	-5%	3.5	-24%	1.8%	-1%	2878	-1%
	法迪欧	-15%	0%	6%	-13%	0%	2%	-4%	0%	-1%	2.2	52%	1.1%	0%	2117	7%
	新飞	3%	1%	-13%	-23%	0%	-17%	-11%	0%	2%	1.5	-8%	0.7%	0%	2747	-6%
洗衣机	海尔	15%	1%	1%	2%	2%	-1%	3%	1%	-3%	64.3	-5%	34.1%	1%	3178	-4%
	小天鹅	30%	4%	-7%	1%	2%	-2%	17%	3%	-12%	48.3	9%	25.6%	4%	3413	-9%
	海信	-8%	-2%	11%	-15%	-1%	9%	0%	-1%	-2%	11.9	-5%	6.3%	0%	3596	3%
	松下	8%	-1%	4%	-15%	-1%	-4%	6%	0%	-13%	13.9	-15%	7.4%	-1%	5117	-6%
	美的	51%	1%	-5%	20%	1%	-10%	32%	1%	-1%	7.8	38%	4.2%	1%	2113	-9%
	卡萨帝	5%	0%	-4%	-16%	-1%	-4%	-2%	0%	-4%	10.2	-24%	5.4%	-1%	9579	-1%
	美菱	24%	0%	-3%	13%	0%	-13%	18%	0%	-10%	5.8	-1%	3.1%	0%	2172	-9%

数据来源：奥维数据，东方证券研究

2. 核心原材料价格多数上涨，原油价格环比大幅回升

核心原材料价格多数上涨，原油价格环比大幅回升。截至 2026 年 9 月 10 日，铜、铝、钢、塑料价格环比上周分别为+3.4%/+0.6%/-0.1%/+2.6%，年累计涨跌幅为+10.4%/+3.3%/-0.6%/+28.8%；其中铜价明显上涨，年累计涨幅扩大至 10%以上，铝价延续高位小幅上行，钢材价格低位小幅回落，塑料价格继续上涨，年累计涨幅进一步扩大至近 29%。WTI 原油价格报 102 美元/桶，环比大幅上涨 12.2%，年累计涨幅进一步扩大至 75.7%。

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。

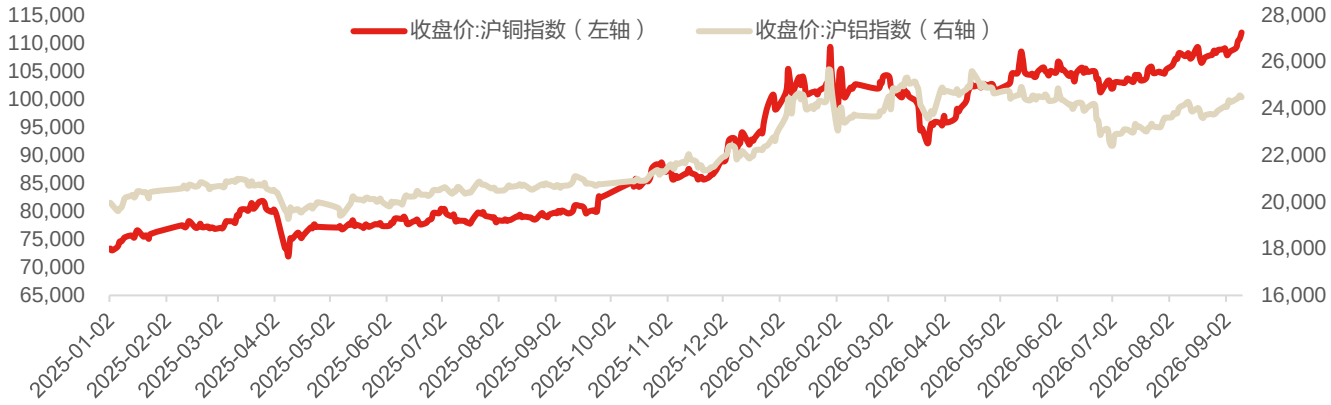
仅供内部参考，请勿外传

图 4：核心原材料价格整体上涨，原油价格环比大幅上涨

最新更新日期：	2026/9/10				
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）	111853	40.2%	3.4%	9.8%	10.4%
SHFE 铝（点）	24478	17.8%	0.6%	9.3%	3.3%
冷轧钢（点）	111	-2.7%	-0.1%	0.5%	-0.6%
塑料（点）	972	22.0%	2.6%	14.4%	28.8%
WTI原油（美元/桶）	102	61.0%	12.2%	49.4%	75.7%

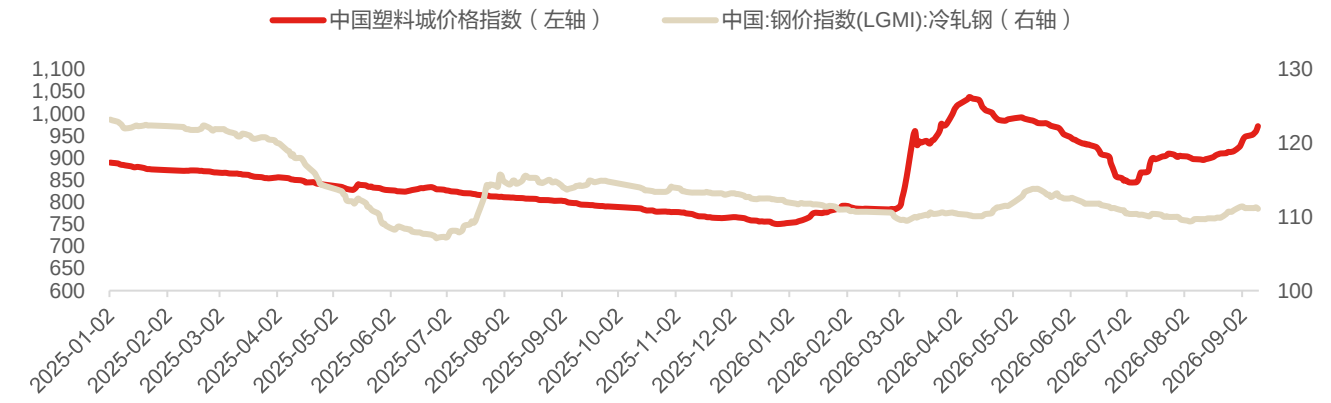
数据来源：Wind，东方证券研究

图 5：铜铝价格延续高位震荡上行态势



数据来源：Wind，东方证券研究

图 6：钢材价格低位小幅回落，塑料价格延续震荡上行

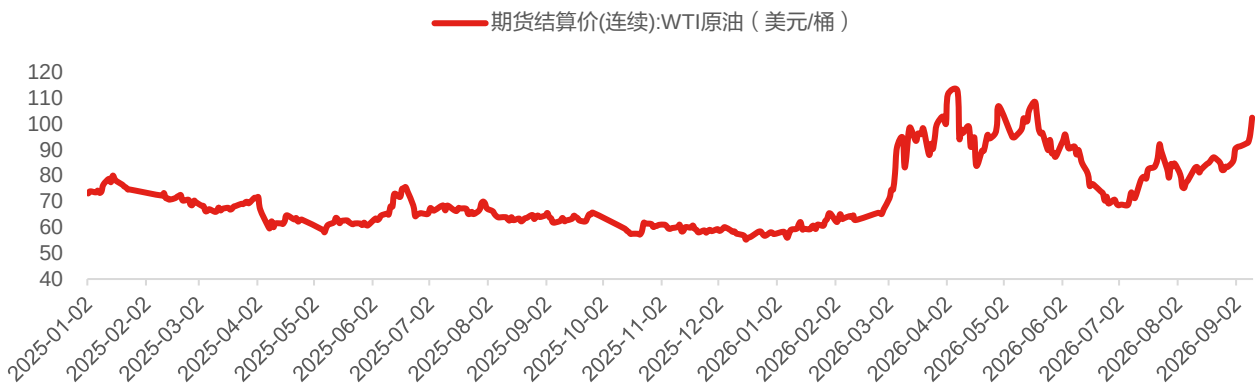


数据来源：Wind，东方证券研究

图 7：WTI 原油本周环比大幅上涨，年累计涨幅进一步扩大

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

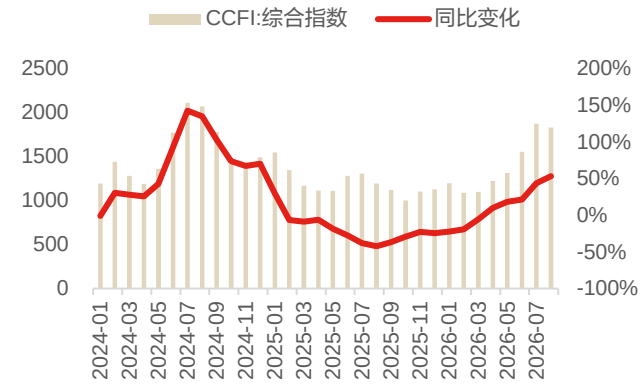


数据来源：Wind，东方证券研究

3. 海运周度指数环比持平，主要航线涨多跌少

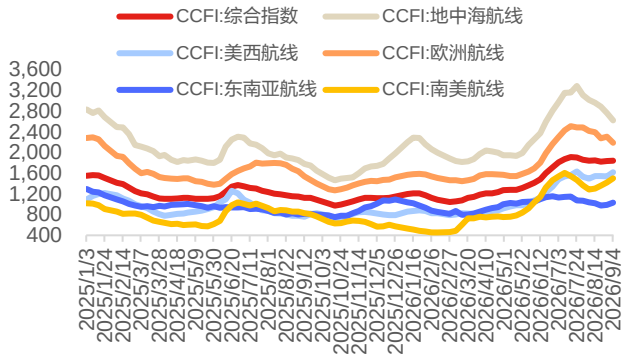
海运周度指数环比持平，主要航线涨多跌少。截至 2026 年 9 月 4 日，中国出口集装箱货运价格指数累计 54%，环比上周 0%，季度内 1%。其中美西航线年累 89%，环比上周 5%，季度内 9%；欧洲航线年累 40%，环比上周-5%，季度内-5%；南美航线年累 185%，环比上周 6%，季度内-2%；东南亚航线年累-1%，环比上周 4%，季度内-9%；地中海航线年累 19%，环比上周-5%，季度内-12%。

图 8：8 月中国出口集装箱货运价格指数高位小幅回落



数据来源：Wind，东方证券研究

图 9：综合指数环比基本持平，多数航线环比上涨



数据来源：Wind，东方证券研究

4. 行业重点新闻更新

1-8 月家电出口量额保持增长，家具出口额同比增长。海关总署数据显示，2026 年 8 月我国家用电器出口量达 4.04 亿台，同比增长 0.1%，出口额 93.42 亿美元，同比增长 10.8%；1-8 月累计出口 31.48 亿台，同比增长 5.1%，出口额 702.29 亿美元，同比增长 6.8%。家具及其零件方面，8 月出口额 52.40 亿美元，同比增长 11.8%，1-8 月累计出口额 444.28 亿美元，同比增长 4.6%。整体来看，家电出口量额保持增长，家具出口亦维持正增长态势。

公牛集团完成艾伏新能源收购签约，进一步深化新能源业务布局。艾伏新能源深耕光伏及储能逆变器领域，业务覆盖全球 60 多个国家和地区、服务超 300 家客户。此次收购将补充公牛在技术、

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

产品及全球客户资源方面的能力，并完善光储充配一体化布局。未来双方将整合产品、技术与渠道资源，推动新能源业务规模化、全球化发展，打造储能业务新增长极。

安孚科技增资易缆微，进一步加码光通信核心芯片布局。公司近期完成苏州易缆微新一轮增资，相关工商登记已完成，持股比例由 8.51%提升至 20.71%，增至此前约 2.4 倍。此次增资将支持易缆微推进产品量产，并进一步深化双方产业协同。安孚科技表示，未来将根据易缆微经营进展择机继续加大投入，完善半导体及 AI 算力产业链布局。

远望谷拟收购光泰通信 100%股权，进一步拓展光通信产业布局。公司已与光泰通信及其股东签署股权投资意向书，拟以自有及/或自筹资金完成收购，交易完成后光泰通信将成为全资子公司。光泰通信主要从事光通信器件模块自动化设备研发、生产和销售。本次交易尚处意向阶段，最终方案及交易对价仍待进一步协商确定。

深圳光博会集中展现 AI 算力驱动下光通信与光电融合加速。第 27 届 CIOE 中国光博会于 9 月 9-11 日在深圳举行，汇聚超 4000 家参展企业，覆盖信息通信、精密光学、激光、红外、智能传感及新型显示等领域。AI 算力需求持续推动高速光通信、硅光及 CPO 等前沿技术加速落地。

IFA 展会中国家电新品密集发布，竞争由单品参数加速转向全场景与 AI 能力。海尔、美的、海信、TCL 强化全品类及欧洲本地化布局；石头、科沃斯、追觅等将清洁边界由地面拓展至楼梯、庭院、泳池等三维场景，安克、九号等同步加码机器人新品。与此同时，AI 由语音控制进一步升级为感知、决策和设备协同中枢，中国品牌正由“产品出海”迈向“能力出海”。

9 月河北进一步扩围消费品以旧换新补贴，新增 10 类智能家居产品。自 9 月 1 日起，智能耳机、扫地机/洗地机、洗碗机、智能安防设备、具身智能机器人、智能烟灶及净水机等纳入地方自主补贴范围，个人消费者按最终销售价格的 15%享受补贴。其中智能耳机每件最高补 500 元，其他产品每件最高补 1500 元，每类产品每人限补 1 件。

9 月大连进一步扩围消费品以旧换新地方自主补贴品类。大连市在原有 5 类基础上，新增吸油烟机、家用灶具、净水器、智能相机及智能耳机 5 类产品，自 9 月 8 日起实施。消费者购买相关产品可按最终销售价格的 15%享受补贴，每人每类限补 1 件、每件最高补贴 1500 元；有能效或水效标准的产品须达到 1 级标准。

5. 投资建议

1） **显示产业链多公司业绩超预期，行业地位和产品升级带来超额收益。**相关标的：视源股份(002841，未评级)、海信视像(600060，增持)。

2） **板块全年节奏预计前低后高，Q2 后有望逐步修复，关注 H2 行业盈利改善。**相关标的：石头科技(688169，未评级)、科沃斯(603486，未评级)、海尔智家(600690，未评级)、海信家电(000921，未评级)。



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

6. 风险提示

以旧换新补贴政策持续性存在不确定性、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

信息披露

就本证券研究报告中涉及开展做市业务的股票，向客户披露本公司关于该股票的情况如下：

截至本报告发布之日，本公司对石头科技(688169，未评级)股票开展科创板做市业务。

提请客户在阅读和使用本研究报告时充分考虑以上披露信息。

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。