仅供内部参考

国联民生证券
GUOLIAN MINSHENG SECURITIE

营收增速企稳向上，盈利压力峰值已过

——家电行业2026年8月月报及9月投资策略



研究团队：家用电器团队
报告日期：2026年9月15日

仅供内部参考，请勿外传

报告摘要

时至9月初，我们对家电主流品类/品牌7~8月表现进行了梳理：618与空调动销旺季结束，政策带动基数走低，冰洗/彩电终端销量恢复弱平稳，空调趋势环比好转，但均价表现普遍偏弱，后周期弱势运行，厨小品类分化延续；冰洗外销延续较快增长，空调基数走低，出口同比回正，Q2海外经营环境改善，修复态势有望延续。

分子行业来看：1）白电：政策周期影响逐步弱化，预计白电全年内销量降幅仅在低至中个位数，Q3起进入改善通道，H2同比或回正；外销冰洗趋势持续强劲，6~7月基数走低基础上，空调出口增速回正，厄尔尼诺或有带动，Q2海外龙头收入端多有提速，外需修复趋势清晰；原材料及汇率逆风延续，但顺价有望随规模压力减轻逐步兑现，龙头提效降费及返利节奏调节有空间，套保措施跟进，形成对冲。展望后续，基本面环比回暖、恢复稳健之外，白电龙头股东回报多有加码，红利属性强化，“稳增长+高股息”提供估值修复基础。**2）黑电：** Q2全球彩电需求在世界杯带动及低基数基础上进一步修复，依托中国显示产业链优势，中国龙头以内销市场为稳固根据地，向全球扩张，正势如破竹抢占日韩老牌龙头份额，黑电两大龙头在MiniLED显示技术和大屏化趋势中抢占话语权，大屏化/高端化战略落地效果不断兑现。份额提升、结构升级反哺全球品牌影响力向上，盈利能力中枢提升；另外黑电赛道全球合作或收并购动作陆续出现，制造端与品牌端相互赋能，盈利弹性有想象空间。**3）出口链：**尽管海外消费或因通胀&地缘冲突而存在不确定性，不过参考海外小家电龙头经营情况，小家电海外需求韧性出色，清洁电器作为成功出海代表，同样正在挖掘全球红利，尽管前期业内粗放费用投放带来短期格局波动，但我们认为全球扫地机器人正迎来竞争烈度缓和窗口，海外渠道精耕细作、国内追求效率优化或将是后续主旋律。对于国内小家电以及跨境电商企业，参考安克创新过往的成功经验，研发创新是能够实现多品类扩张的关键先验指标，除了安克继续保持高强度研发、彰显并巩固成熟的研发体系外，小家电企业研发投入增加，或指向中长期多品类扩张的战略规划。具体品类上，具备高频刚需与场景中枢潜力的咖啡机，具备健康安全升级空间的母婴电器，以及安克所布局的智能硬件浅海市场中的欧洲阳台光储，我们预计都有望成为短期在国内外快速放量的潜力品类。

投资建议：展望下半年，虽然外部经营挑战犹存，不过家电龙头愈加从容，收入端受益于内需基数压力缓解、海外持续贡献增量、业务边界外拓，利润则受益于内生控费增效、品牌势能提升、竞争压力缓解。行业经营低位起步，向上可期，持续推荐经营稳健、高股息优势突出的**美的集团**、**格力电器**、**海尔智家**、**海信家电**；推荐冲击全球霸主、打开盈利空间的**海信视像**、**TCL电子**；关注挖掘全球市场红利、出口链优质子行业龙头**科沃斯**、**石头科技**、**安克创新**、**欧伦电气**、**欧圣电气**。

风险提示：1）原材料成本大幅上涨；2）地缘及关税不确定性。

仅供内部参考，请勿外传

目录

CONTENTS

01 9月投资观点

02 8月市场回顾

03 重点数据跟踪

04 投资建议&核心报告

05 风险提示

仅供内部参考，请勿外传

01

9月投资观点

仅供内部参考，请勿外传

1.1 空调外需修复，内销拐点渐近

投资观点

白电：政策周期影响逐步弱化，预计白电全年内销量降幅仅在低至中个位数，Q3起进入改善通道，H2同比或回正；外销冰洗趋势持续强劲，6~7月基数走低基础上，空调出口增速回正，厄尔尼诺或有带动，Q2海外龙头收入端多有提速，外需修复趋势清晰；原材料及汇率逆风延续，但顺价有望随规模压力减轻逐步兑现，龙头提效降费及返利节奏调节有空间，套保措施跟进，形成对冲。展望后续，基本面环比回暖、恢复稳健之外，白电龙头股东回报多有加码，红利属性强化，“稳增长+高股息”提供估值修复基础。推荐**美的集团、格力电器、海尔智家、海信家电。**

黑电：Q2全球彩电需求在世界杯带动及低基数基础上进一步修复，依托中国显示产业链优势，中国龙头以内销市场为稳固根据地，向全球扩张，正势如破竹抢占日韩老牌龙头份额，黑电两大龙头在MiniLED显示技术和大屏化趋势中抢占话语权，大屏化/高端化战略落地效果不断兑现。份额提升、结构升级反哺全球品牌影响力向上，盈利能力中枢提升；另外黑电赛道全球合作或收并购动作陆续出现，制造端与品牌端相互赋能，盈利弹性有想象空间。推荐**海信视像、TCL电子。**

出口链：尽管海外消费或因通胀&地缘冲突而存在不确定性，不过参考海外小家电龙头经营情况，小家电海外需求韧性出色，清洁电器作为成功出海代表，同样正在挖掘全球红利，尽管前期业内粗放费用投放带来短期格局波动，但我们认为全球扫地机器人正迎来竞争烈度缓和窗口，海外渠道精耕细作、国内追求效率优化或将是后续主旋律。对于国内小家电以及跨境电商企业，参考安克创新过往的成功经验，研发创新是能够实现多品类扩张的关键先验指标，除了安克继续保持高强度研发、彰显并巩固成熟的研发体系外，小家电企业研发投入增加，或指向中长期多品类扩张的战略规划。具体品类上，具备高频刚需与场景中枢潜力的咖啡机，具备健康安全升级空间的母婴电器，以及安克所布局的智能硬件浅海市场中的欧洲阳台光储，我们预计都有望成为短期在国内外快速放量的潜力品类。关注**科沃斯、石头科技、安克创新、欧伦电气、欧圣电气**等标的。

图表：宏观数据发布及重点个股事件提示

类别	日期	数据/事件
宏观指标	9月1日	美国8月ISM制造业PMI；欧元区8月制造业PMI/8月CPI/7月失业率
	9月2日	美国8月ADP就业
	9月3日	美国8月Markit综合PMI；欧元区8月Markit综合PMI/7月PPI
	9月4日	美国8月非农就业/失业率；欧元区7月零售销售
	9月8日	中国8月出口快讯
	9月9日	中国8月CPI/PPI
	9月10日	欧央行利率决议；美国8月PPI
	9月11日	美国8月CPI
	9月14日	中国8月社融/新增贷款
	9月15日	中国8月社零/失业率/工业增加值
	9月16日	美国8月零售销售
	9月17日	美联储利率决议；欧元区8月CPI
	9月21日	中国9月LPR
	9月23日	美国9月Markit综合PMI；欧元区9月PMI
	9月28日	中国8月规上工业利润
	9月30日	中国9月官方PMI；美国9月ADP就业
重点个股	9月3日	冰山冷热股东大会
	9月9日	冰轮环境公告拟收购烟台冰轮控股45%股权
	9月15日	三花智控股东大会
	9月16日	奥佳华股东大会
	9月24日	兆驰股份股东大会
	9月29日	冰轮环境股东大会

资料来源：iFind，国联民生证券研究所

仅供内部参考，请勿外传

1.2 龙头业绩符合预期，中央地产新政落地

图表：行业动态回顾

类型	日期	数据/事件
行业宏观	8月17日	据统计局，消费品以旧换新带动绿色、智能消费增长；1-7月限额以上单位高能效等级家电零售额同比增速超30%，较上半年略有加快；包括智能眼镜在内的可穿戴智能设备零售额增速超过一倍。
	8月18日	商务部等9部门联合发布《关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》，提出完善县域商业体系，优化消费渠道、丰富商品和服务供给，释放下沉市场消费潜力；重点支持新能源汽车、绿色智能家电、绿色建材等产品下乡，并完善县域物流和商业设施。
	8月20日	上海六部门发布《关于优化本市房地产政策措施的通知》，推出“沪八条”，将外环外二套房商贷最低首付比例降至15%，并优化公积金提取、实施“以旧换新”购房补贴、推行房票安置及收购二手房用作保租房等措施，自8月21日起施行。
	8月28日	中央多部门出台一揽子房地产发展新模式配套政策，推进商品住房现房销售、强化预售资金监管和“交房即交证”，同步改革房地产信贷管理并加大房企股权、债券、ABS及REITs等融资支持，完善房地产开发、融资和销售基础制度。
	8月31日	商务部、国家发展改革委、工业和信息化部等七部门发布《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》，提出到2030年，社会消费品零售总额达60万亿元左右，培育形成绿色消费、智能消费、健康消费等十万亿级市场；汽车、家电、通讯器材、纺织服装等万亿级品类零售额持续增长，市场规模保持全球领先地位。
重点公司	7月30日	三菱电机拟于美国俄亥俄州设立MEHITS US, Inc.，计划投资3000万美元，改造Mitsubishi Electric Automotive America现有厂房，用于生产IT冷却设备，计划 2027年4月投产；强化从系统方案设计、销售到维护的一站式服务，并计划扩充液冷兼容产品。
	8月4日	万和电气拟以自有资金30万港元，在香港特别行政区投资设立全资子公司万和环球(香港)有限公司。此次投资旨在满足公司业务发展需求，推进海外市场布局，提升国际化经营能力。公司持有万和环球100%股权，经营范围为进出口贸易。
	8月6日	Carrier宣布拟出售土耳其Alarko Carrier合资公司少数股权，后续将在土耳其转为直营分销模式，整合Carrier、Toshiba及Viessmann暖通产品与服务，强化全品类HVAC业务布局。
	8月7日	*ST帅电拟以4.1亿元收购杭州惠嘉信息科技有限公司100%股权，进入智能电网设备赛道，布局能源电力领域业务。
	8月10日	海尔武汉空调工厂智造生产平台长李娟接受采访称，上半年产量已完成全年目标的59%，超额完成任务；今年已在武汉追加投资建零部件新工厂，自主生产管组、注钣、电脑板等配套零部件，预计年内全面投产。
	8月13日	京东家电家居事业部启动策略与组织架构调整，新设线下事业部，将五星电器、家电家居全渠道业务纳入统一管理，打通家电家居自营大店与下沉加盟门店业务链路，发力线下业态与全渠道协同，提速全渠道一体化布局。
	8月17日	海信家电发布变更职工董事公告，殷必彤先生申请辞去本公司职工董事职务，以及战略委员会、ESG委员会的委员职务，辞职后将不在本公司担任职务。选举张文强先生担任职工代表董事，张文强先生现任青岛海信博世空调系统有限公司（原海信日立）党委书记及总裁，空气事业部研发中心总经理，水机产业部总经理。
	8月20日	海尔集团与联想集团达成战略合作，将以“算力赋能实体、场景反哺技术”为主线，围绕算力基础设施共建、核心技术联合攻关、产业场景共创、供应链双向赋能、行业标准协同共建等领域展开深度合作。
	8月24日	TCL电子拟以实物分派方式分拆光伏业务板块独立上市。

图表：核心公司26Q2收入/业绩表现

所属行业	公司代码	公司简称	2026Q2			
			营业收入（亿元）	营收增速	归属净利润（亿元）	净利润增速
白电	000333.SZ	美的集团	1289.4	4.6%	137.7	1.3%
	600690.SH	海尔智家	784.3	1.4%	56.6	-13.5%
	000651.SZ	格力电器	464.3	-16.8%	72.0	-15.4%
	000921.SZ	海信家电	237.1	-3.2%	6.2	-34.3%
	000521.SZ	长虹美菱	88.1	-17.7%	-0.1	转亏
	002668.SZ	TCL智家	50.5	3.5%	2.0	-39.1%
	603187.SH	海容冷链	10.0	13.4%	0.5	-55.0%
黑电	600060.SH	海信视像	145.2	4.8%	6.0	20.4%
	600839.SH	四川长虹	310.0	3.8%	15.5	895.7%
	002429.SZ	兆驰股份	50.0	5.0%	1.8	-44.5%
后周期	002508.SZ	老板电器	20.1	-20.6%	2.7	-26.9%
	002035.SZ	华帝股份	12.7	-17.2%	0.7	-56.5%
	603195.SH	公牛集团	43.3	2.1%	10.9	0.7%
	603515.SH	欧普照明	17.5	1.2%	1.2	-45.9%
智慧家居	603486.SH	科沃斯	54.4	12.9%	8.4	67.0%
	688169.SH	石头科技	58.6	30.9%	6.6	61.8%
	688696.SH	极米科技	8.1	-0.3%	0.3	26.5%
	688007.SH	光峰科技	2.5	-51.0%	-0.6	-
	688475.SH	萤石网络	15.9	10.2%	2.3	38.1%
小家电	002032.SZ	苏泊尔	55.3	-2.9%	3.6	-18.2%
	603868.SH	飞科电器	10.2	6.3%	1.7	21.9%
	002242.SZ	九阳股份	16.8	-15.6%	-0.1	转亏
	002705.SZ	新宝股份	39.8	0.4%	0.6	-80.5%
	002959.SZ	小熊电器	11.1	-8.6%	0.4	-45.8%
	300824.SZ	北鼎股份	2.5	13.3%	0.1	-33.8%
	603215.SH	比依股份	5.3	-15.6%	-0.2	转亏
	301332.SZ	德尔玛	7.8	-14.2%	0.4	-20.8%
	603579.SH	荣泰健康	5.5	32.1%	0.4	2.6%
	603355.SH	莱克电气	23.4	-2.1%	2.1	7.4%
家电上游	002050.SZ	三花智控	91.3	6.2%	11.2	-7.5%
	600619.SH	海立股份	56.2	-0.9%	0.9	404.1%
	000404.SZ	长虹华意	27.8	-11.6%	1.4	-13.8%
	002011.SZ	盾安环境	41.7	12.6%	2.7	-14.8%
	605555.SH	德昌股份	12.8	20.2%	0.2	-29.5%

资料来源：国家统计局，中国商务部，中国人民银行，中国证监会，产业在线，三菱电机官网，开利全球官网，联想集团公众号，家电微刊，各公司公告，iFind，国联民生证券研究所

仅供内部参考，请勿外传

02

8月市场回顾

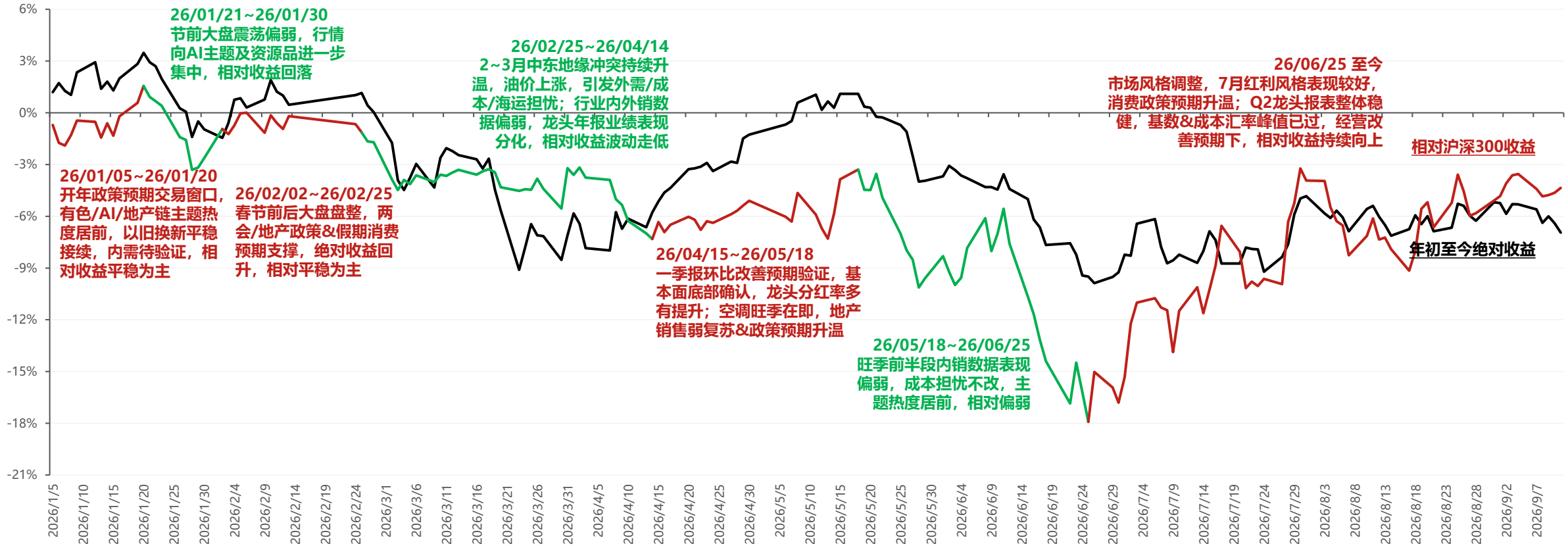
仅供内部参考，请勿外传

2.1 板块收益复盘

8月申万家电指数-0.2%，相对沪深300/上证综指分别-1.9pct/-5.0pct，当月涨跌幅在30个申万一级行业（不含综合）中排第24位。

横向对比，单月涨幅前三为电子（+16.4%）、通信（+15.5%）、机械设备（+14.6%），后三分别为公用事业（-1.9%）、美容护理（-2.5%）、食品饮料（-5.1%）。

图表： 2026年初至9月11日家用电器（申万）指数绝对/相对收益复盘

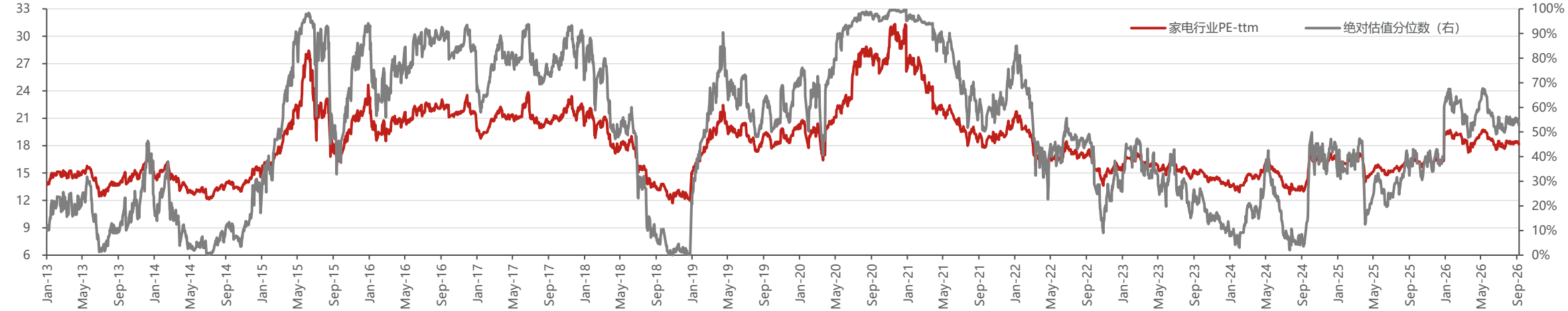


资料来源：iFind，国联民生证券研究所（注：申万一级行业排名，不含综合。）

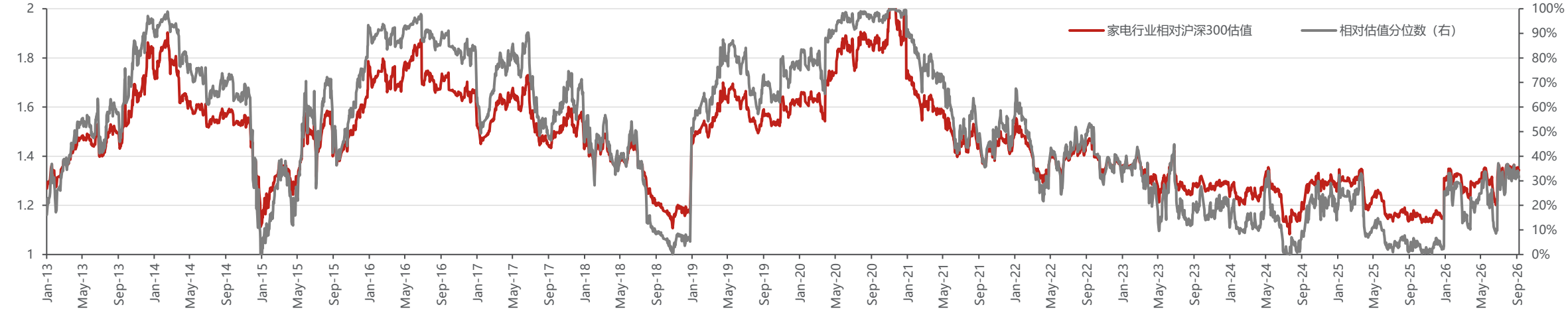
仅供内部参考，请勿外传

2.2 9月11日家电PE-ttm/相对沪深300估值为2013年以来53%/32%分位

图表：申万家电绝对估值及2013年以来分位数



图表：申万家电相对估值及2013年以来分位数



资料来源：iFind，国联民生证券研究所

仅供内部参考，请勿外传

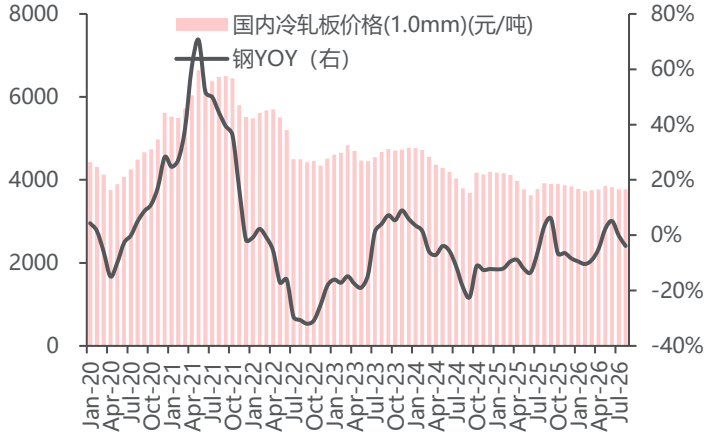
03

重点数据跟踪

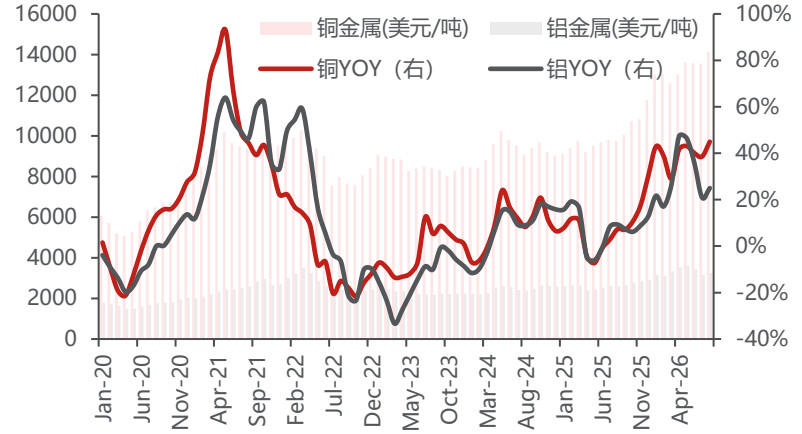
仅供内部参考，请勿外传

3.1 8月铜铝环比反弹，人民币兑美元小幅升值

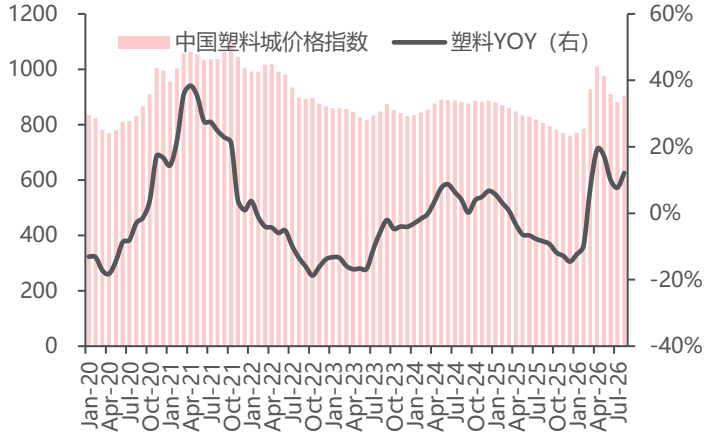
图表：8月冷轧板价格同比-4%，环比持平



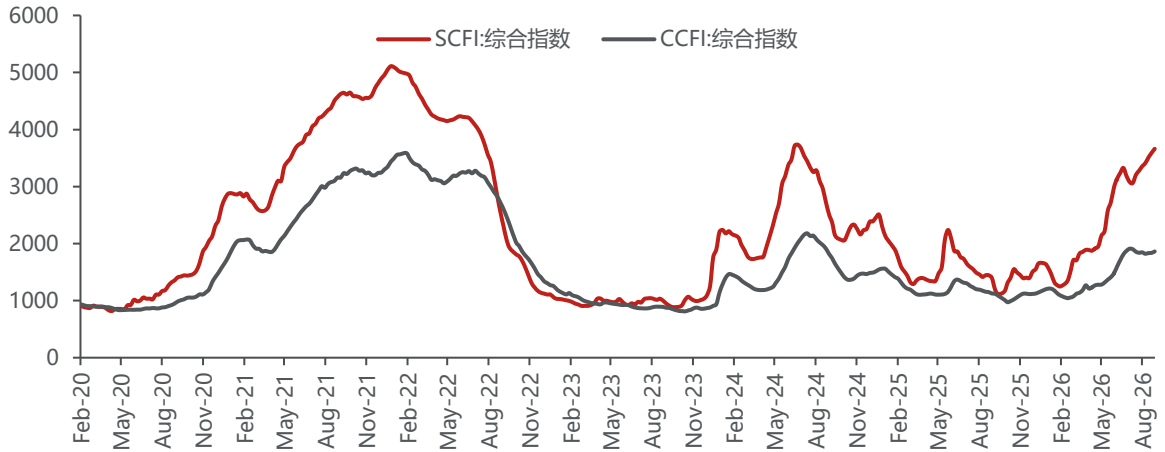
图表：8月铜/铝价分别同比+45%/+25%，环比+4%/+3%



图表：8月塑料城价格指数同比+12%，环比+3%



图表：8月SCFI/CCFI均值同比分别+130%/+54%，环比分别+7%/-2%



图表：8月初至31日美元/欧元兑人民币分别-0.1%/+0.6%

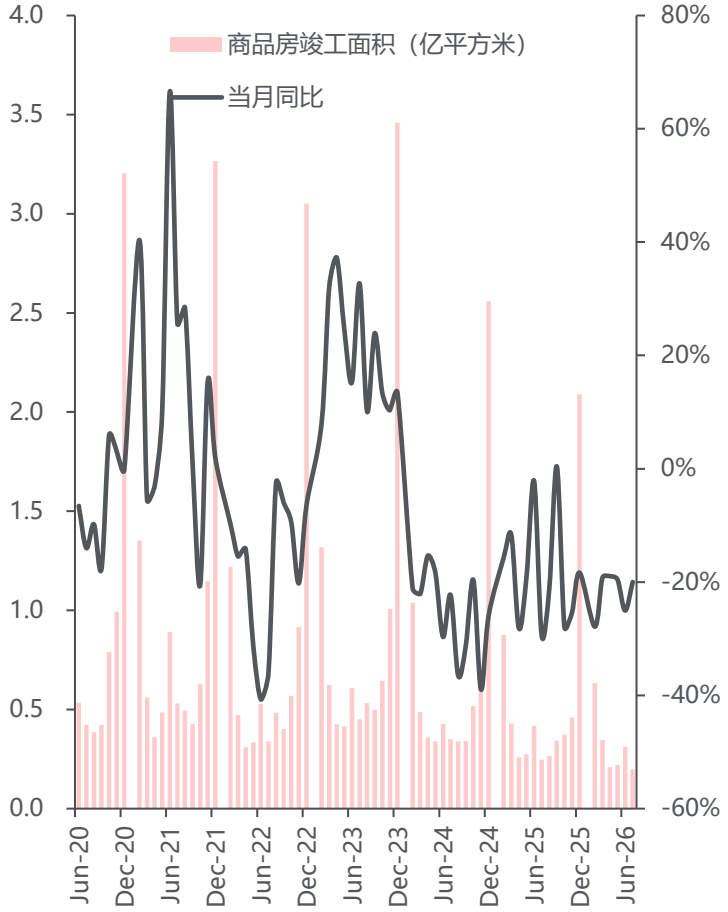


资料来源：iFind，国联民生证券研究所

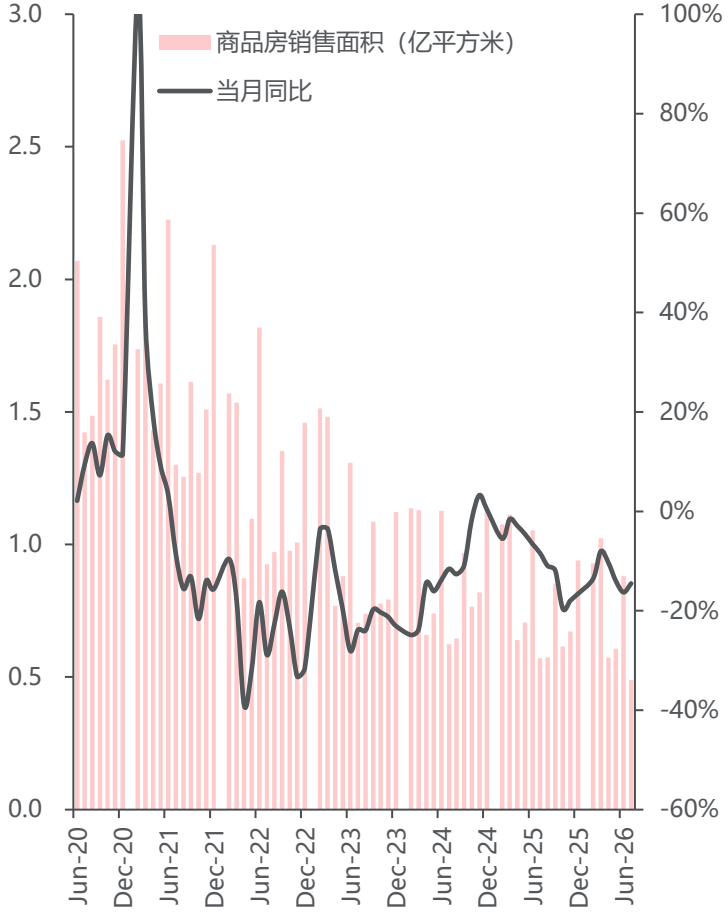
仅供内部参考，请勿外传

3.2 7月商品房销售竣工延续弱势，8月30城成交小幅回落

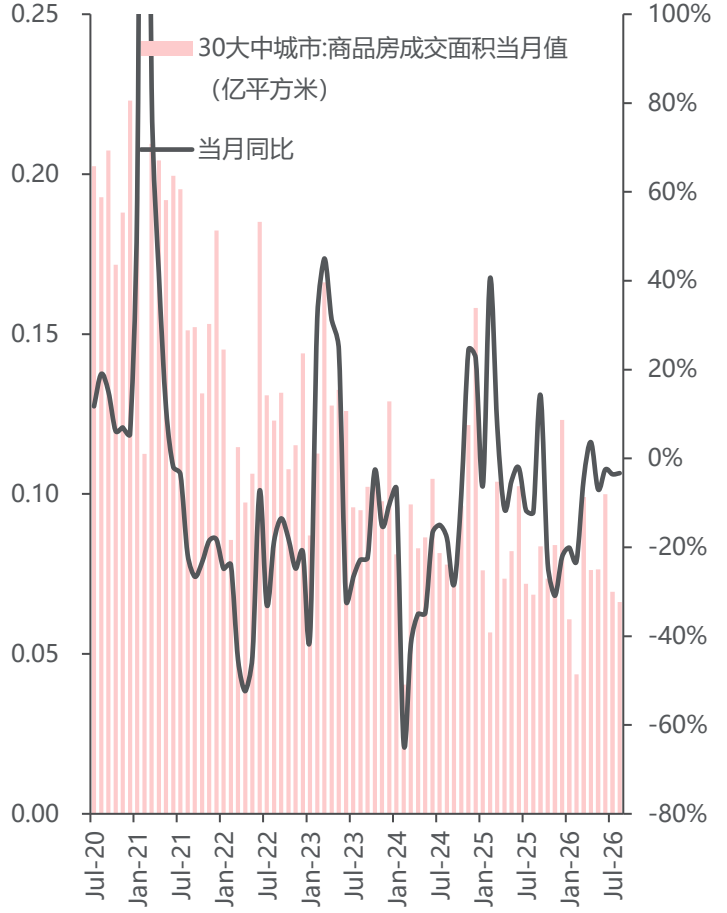
图表：7月商品房竣工面积同比-20%



图表：7月商品房销售面积同比-15%



图表：8月30大中城市商品房成交面积同比-3%



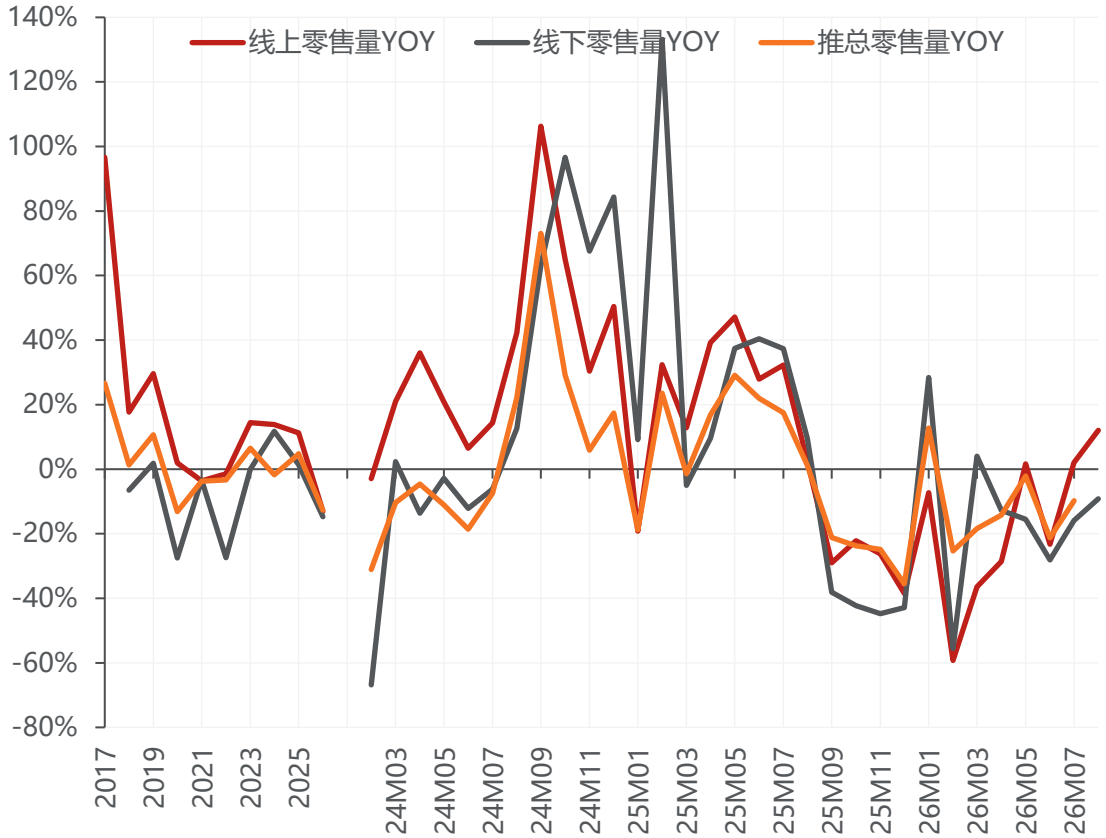
资料来源：iFind，国联民生证券研究所

仅供内部参考，请勿外传

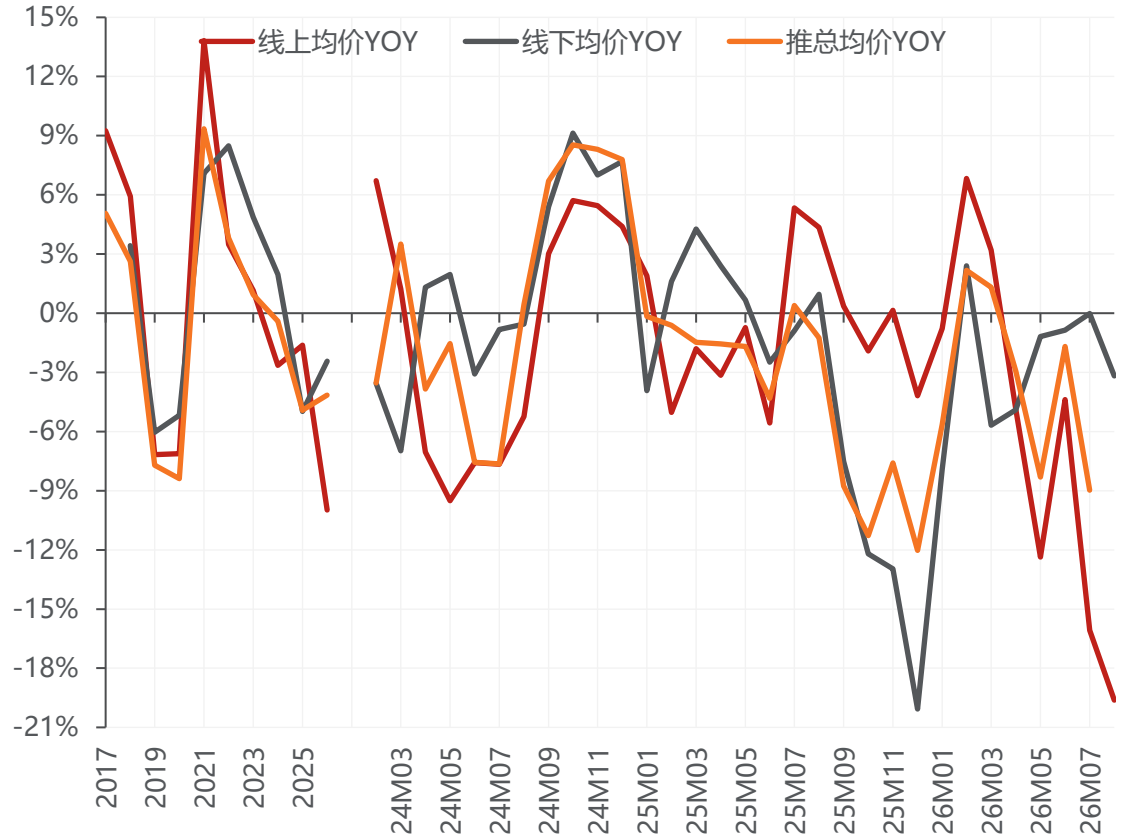
3.3 7~8月空调增速趋势好转，价格仍走弱

8月空调线上/线下零售量分别同比+12%/-9%，均价分别同比-20%/-3%；7月全渠道量/价分别同比-10%/-9%，销量趋势改善而均价偏弱；26W36（8月31日~9月6日），空调线上/线下零售量分别同比+1%/-12%，均价分别同比-17%/-3%。

图表：空调线上/线下零售量增速



图表：空调线上/线下零售均价同比



资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（注：奥维线下监测口径较窄且调整较多，谨慎参考；2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售；2025年7月起空调推总追溯调整年内数据）

仅供内部参考，请勿外传

3.3 7~8月空调零售美的系份额同比提升

图表：空调分品牌线上/线下零售均价及份额同比变动

渠道	品牌	指标	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07	26M08
线上	格力	量份额同比(pct)	1.3	6.4	1.6	-2.5	-0.6	-2.0	-0.2	**-0.7**	2.8	1.1	1.0	5.7	5.7	2.3	-1.3	2.3	0.0	-0.3	-0.5	-1.7	-1.3
		均价同比	-13%	-10%	17%	5%	1%	-2%	0%	**-5%**	6%	4%	-6%	-5%	-8%	0%	9%	5%	-2%	-8%	0%	-9%	-16%
	晶弘	量份额同比(pct)	-	-	-	-	-	-	0.5	**2.2**	-	-	3.0	4.1	7.0	7.5	6.0	4.0	2.7	2.2	1.3	2.1	1.0
		均价同比	-	-	-	-	-	-	-	**-**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	美的	量份额同比(pct)	8.5	4.2	-4.9	-3.5	-1.9	1.9	1.4	**-1.7**	-2.8	-2.3	-3.4	0.2	-1.0	-1.5	-3.5	-6.2	-4.0	-1.4	-2.0	0.1	0.6
		均价同比	-12%	-8%	16%	10%	9%	-3%	-5%	**-10%**	4%	-2%	8%	4%	-4%	6%	15%	12%	-2%	-11%	-2%	-23%	-25%
	华凌	量份额同比(pct)	-0.1	1.1	3.9	1.0	0.9	-0.5	-0.5	**1.4**	-0.6	-0.1	0.4	-3.1	1.9	1.5	-3.2	2.5	1.6	1.2	0.9	2.1	2.0
		均价同比		-12%	18%	6%	5%	-9%	-6%	**-13%**	13%	-1%	-2%	1%	-7%	-9%	-3%	0%	-5%	-14%	-10%	-22%	-25%
	海尔	量份额同比(pct)	-0.3	4.3	-0.4	1.6	-0.7	0.3	2.1	**-0.8**	1.3	1.6	2.1	0.4	-1.1	-1.9	-2.9	-3.1	-0.1	-0.1	0.0	-1.3	-0.9
		均价同比	-7%	-15%	21%	1%	2%	-6%	-6%	**-9%**	1%	5%	4%	1%	0%	10%	18%	25%	-3%	-10%	-9%	-17%	-16%
	海信	量份额同比(pct)	-1.3	0.6	0.0	0.3	0.6	0.2	-0.7	**-0.1**	-0.8	-1.5	-2.1	-2.6	-1.9	-1.7	-2.1	-0.7	-0.2	-0.1	0.5	0.0	-0.1
		均价同比	-1%	-9%	13%	2%	1%	-5%	-4%	**1%**	3%	4%	9%	17%	14%	5%	13%	20%	15%	0%	4%	-1%	-14%
	小米	量份额同比(pct)	2.6	-1.4	2.3	2.1	1.3	4.3	2.9	**-0.9**	3.1	3.8	4.7	6.0	-3.6	-4.9	-1.7	-4.0	-3.4	-3.2	-0.8	1.6	1.9
		均价同比	4%	14%	5%	-7%	-4%	5%	3%	**-20%**	6%	-7%	-16%	-18%	-10%	-15%	-2%	-18%	-18%	-23%	-12%	-23%	-26%
	奥克斯	量份额同比(pct)	-4.5	-13.4	-2.9	-0.9	1.2	0.4	-1.8	**-1.7**	-0.6	0.8	-1.6	-3.2	-3.6	-1.8	-0.3	-0.7	1.1	-2.2	-2.0	-2.0	-3.7
		均价同比	-4%	-5%	5%	1%	-1%	-11%	-1%	**-4%**	0%	-4%	-2%	3%	6%	7%	17%	13%	-2%	-4%	1%	-14%	-13%
线下	格力	量份额同比(pct)	-1.7	-0.2	-1.2	-0.3	-0.1	-1.5	-4.8	**0.4**	-1.0	-1.6	-7.6	-8.1	-12.4	0.2	2.7	-0.2	0.8	-0.4	0.5	1.4	-1.1
		均价同比	-5%	-8%	6%	8%	3%	4%	1%	**-1%**	4%	-5%	-6%	-4%	-6%	-4%	0%	-2%	-2%	0%	-1%	0%	-1%
	晶弘	量份额同比(pct)	-	-	-	-	-	-	0.3	**0.8**	0.1	0.2	1.1	1.4	1.1	0.9	1.2	1.6	1.3	0.5	0.4	0.4	0.3
		均价同比	-	-	-	-	-	-	-	**-**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	美的	量份额同比(pct)	4.8	6.3	2.0	-4.3	-0.2	-0.2	1.1	**-0.1**	-1.8	-7.9	1.7	3.7	14.9	-5.6	-3.2	3.3	-3.1	-3.6	0.0	3.4	0.4
		均价同比	-10%	-6%	5%	14%	9%	2%	-7%	**-5%**	1%	-3%	-12%	-15%	-28%	-8%	0%	-14%	-7%	0%	-2%	-4%	-6%
	COLMO	量份额同比(pct)						0.6	-0.3	**0.7**	-0.3	-1.2	-1.1	-1.1	-0.6	0.2	0.3	1.0	0.2	0.7	0.8	0.9	0.9
		均价同比						-12%	-8%	**-1%**	-5%	-2%	-6%	1%	-1%	-8%	0%	-7%	0%	5%	0%	2%	-5%
	海尔	量份额同比(pct)	0.3	2.8	0.5	3.3	-2.2	-0.6	2.6	**-0.7**	2.9	5.2	3.9	2.9	1.0	3.8	0.7	-2.7	1.1	1.0	-2.0	-3.1	0.7
		均价同比	-7%	-10%	15%	0%	6%	-2%	-7%	**1%**	-5%	-12%	-12%	-12%	-19%	-13%	0%	4%	0%	4%	3%	1%	-2%
	卡萨帝	量份额同比(pct)						0.2	0.2	**-0.3**	1.0	0.3	-0.4	0.0	-0.3	0.5	0.4	-0.5	-0.5	-0.4	-0.4	-0.5	-0.6
		均价同比						-5%	-1%	**-5%**	-2%	-4%	-10%	-6%	-9%	-6%	-7%	-7%	-3%	-6%	-5%	-4%	-4%
	海信	量份额同比(pct)	0.0	-0.5	1.1	2.0	1.2	0.3	0.4	**-1.7**	0.6	1.7	-0.8	-1.2	-2.4	-1.3	-4.3	-1.9	-0.3	-1.0	-1.0	-2.5	-1.4
		均价同比	-3%	-5%	7%	6%	3%	4%	-2%	**-3%**	2%	-7%	-9%	-11%	-14%	-10%	15%	-2%	-8%	-6%	-5%	0%	-4%
	奥克斯	量份额同比(pct)	-0.7	-1.9	-1.2	0.5	0.7	0.3	0.2	**0.1**	0.3	0.2	0.2	0.7	0.5	1.4	0.8	-0.3	0.3	0.2	0.0	-0.6	0.0
		均价同比	-7%	-5%	1%	6%	-2%	-1%	-6%	**2%**	-10%	-5%	-16%	-18%	-14%	-22%	10%	17%	-7%	-4%	-2%	6%	9%

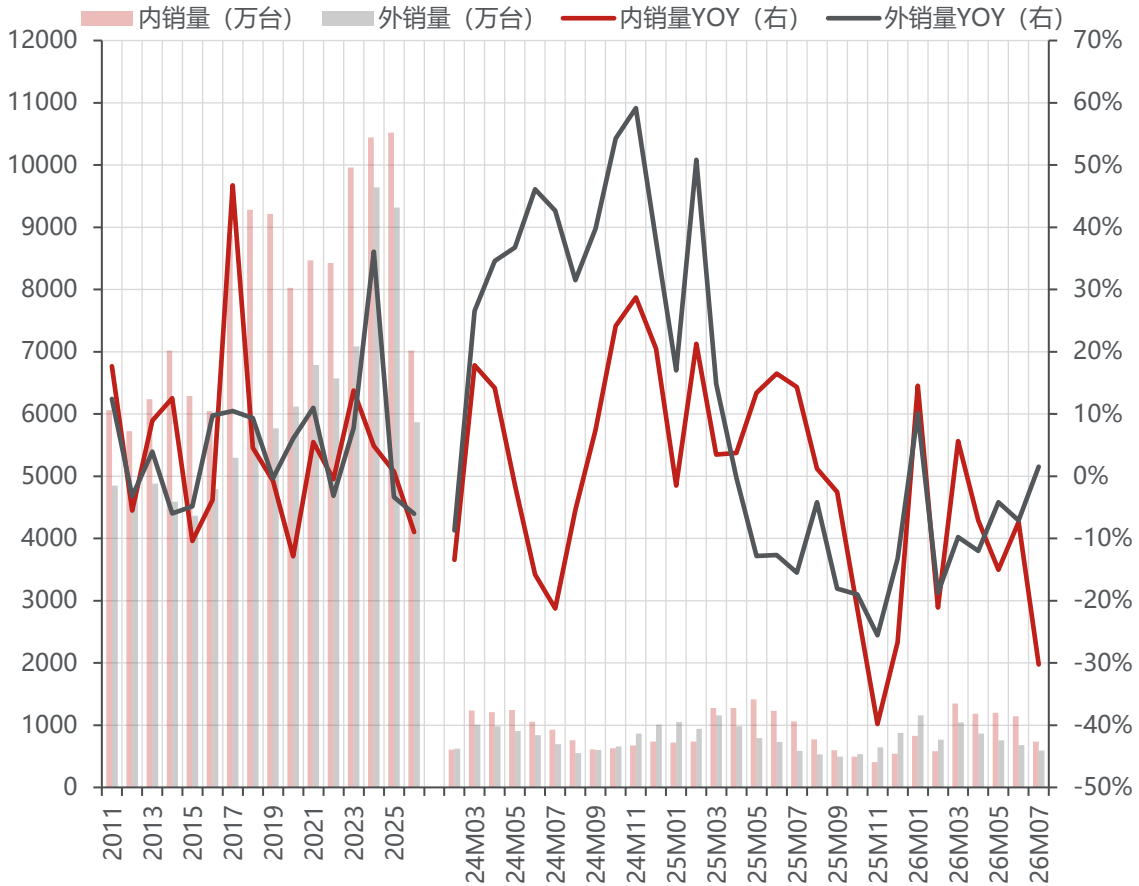
资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

仅供内部参考，请勿外传

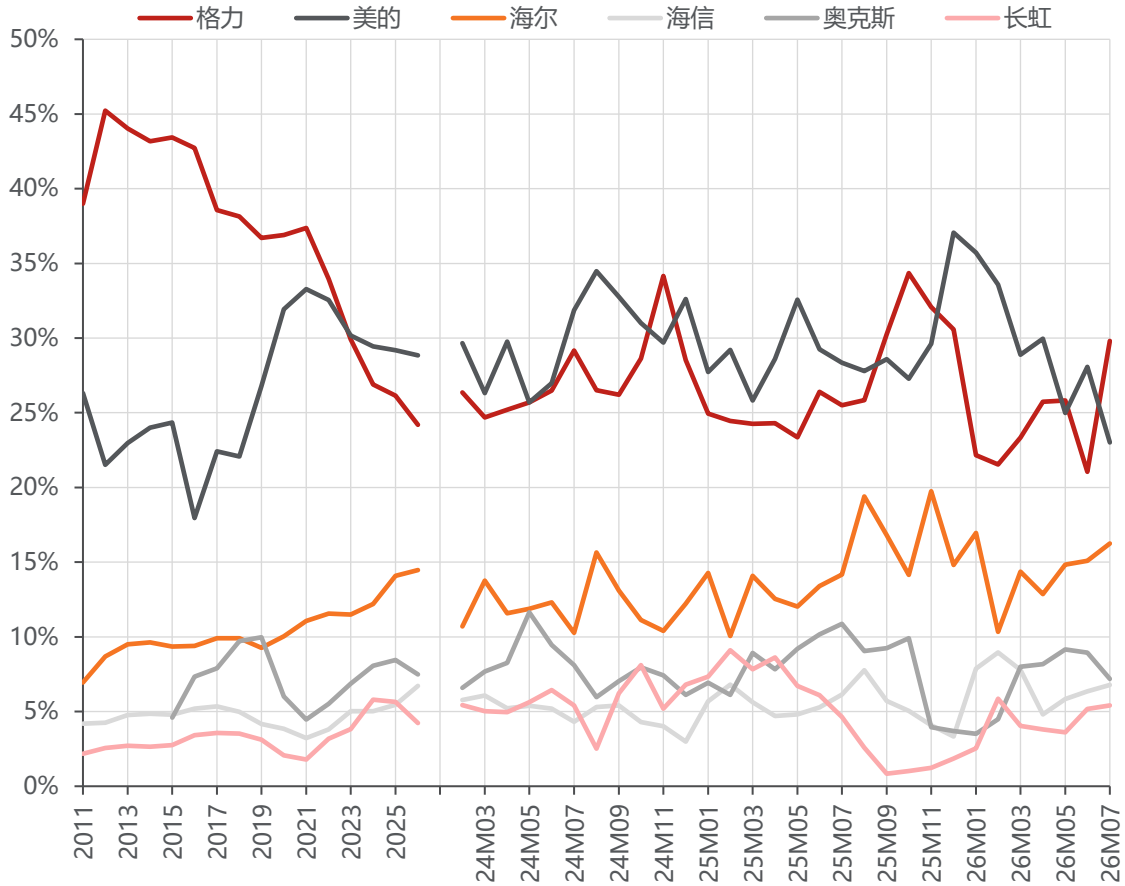
3.3 7月空调内/外销出货量分别同比-30%/+2%

空调7月内销出货同比-30%，外销同比+2%，26冷年旺季多雨叠加高基数，需求偏弱环境中，库存或有序去化；外销基数走低，当月同比回正，修复态势有望延续。

图表：空调内外销出货规模及增速



图表：空调内销出货量份额走势



资料来源：产业在线，国联民生证券研究所

仅供内部参考，请勿外传

3.3 26YTD海尔/海信空调内销出货份额同比提升

图表：主要空调公司出货量增速及内外销份额同比变动

公司	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M06	25M07	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07
> 总销量增速																							
格力	7%	-6%	-13%	6%	-7%	2%	1%	-3%	**-15%**	9%	-4%	-3%	0%	-8%	-40%	-15%	3%	-28%	-9%	-12%	-13%	-26%	**-18%**
美的	6%	16%	13%	12%	-7%	6%	16%	-3%	**-7%**	5%	-7%	-9%	-18%	-24%	-24%	-8%	22%	-11%	7%	-6%	-23%	-11%	**-27%**
海尔	11%	-12%	-2%	18%	9%	9%	23%	10%	**-1%**	17%	28%	16%	13%	1%	-12%	-21%	2%	-13%	0%	-2%	6%	8%	**-17%**
海信	1%	-7%	-5%	15%	13%	17%	25%	-2%	**-5%**	0%	20%	7%	-14%	-33%	-54%	-43%	19%	-10%	1%	-19%	-8%	-3%	**-16%**
奥克斯	26%	4%	-32%	-11%	7%	45%	39%	0%	**-16%**	9%	20%	40%	13%	-22%	-50%	-29%	-10%	-33%	-11%	-8%	-10%	-19%	**-33%**
长虹	2%	-11%	-24%	-4%	48%	47%	66%	-3%	**-29%**	-6%	-16%	-49%	-54%	-63%	-61%	-52%	-26%	-41%	-25%	-44%	-38%	0%	**-9%**
> 内销份额同比(pct)																							
格力	-0.4	-1.4	0.2	0.5	-3.4	-2.8	-3.0	-0.8	**-0.5**	-0.1	-3.7	-0.3	4.0	5.7	-2.1	2.0	-2.8	-2.9	-0.9	1.4	2.5	-5.4	**4.3**
美的	-0.3	4.7	5.1	1.3	-0.7	-1.2	-0.7	-0.3	**-0.1**	2.3	-3.5	-6.2	-4.2	-3.7	-0.1	4.5	8.0	4.4	3.1	1.3	-7.6	-1.2	**-5.3**
海尔	0.0	-0.6	0.8	1.0	0.5	0.4	0.7	1.9	**1.5**	1.1	3.9	3.9	3.7	3.0	9.3	2.6	2.7	0.3	0.3	0.3	2.8	1.7	**2.1**
海信	-0.4	-0.8	-0.3	-0.6	0.6	0.8	0.0	0.4	**1.3**	0.1	1.8	2.5	0.3	0.8	0.1	0.3	2.2	2.2	2.1	0.1	1.0	1.1	**0.6**
奥克斯	1.8	0.2	-4.0	-1.5	1.0	1.6	1.2	0.4	**-1.3**	0.7	2.8	3.2	2.2	2.0	-3.5	-2.4	-3.4	-1.6	-0.9	0.3	0.0	-1.2	**-3.7**
> 外销份额同比(pct)																							
格力	1.9	-2.2	-4.5	-1.1	0.3	-1.5	-1.9	0.0	**-2.5**	0.7	0.1	-1.1	-0.4	1.0	-1.1	1.4	-0.6	-0.6	-2.9	-3.8	-4.6	-3.0	**-2.7**
美的	0.0	3.0	5.7	1.3	-3.1	-2.3	-0.8	-1.1	**0.9**	-2.5	-2.1	2.8	-1.3	0.7	5.7	4.1	-1.1	2.9	2.3	0.5	2.0	-0.9	**1.3**
海尔	1.0	-1.5	0.1	0.4	1.4	-1.1	0.9	0.0	**-0.2**	0.1	-1.2	-1.0	0.5	1.5	-1.5	-1.6	-3.6	0.9	-0.6	1.3	0.9	1.7	**-0.4**
海信	-0.1	0.5	0.3	1.4	1.1	-0.2	0.4	-0.5	**-1.1**	-0.1	0.3	-2.1	-0.7	-2.8	-4.0	-4.1	-0.5	0.2	-2.1	-1.8	-1.3	-1.0	**-0.6**
奥克斯	0.9	0.8	-1.0	-0.8	-0.1	2.3	1.3	-0.2	**-0.5**	0.7	0.3	1.6	0.9	-2.2	-2.8	-0.9	-0.6	-1.1	-0.8	0.0	0.2	-1.6	**0.2**

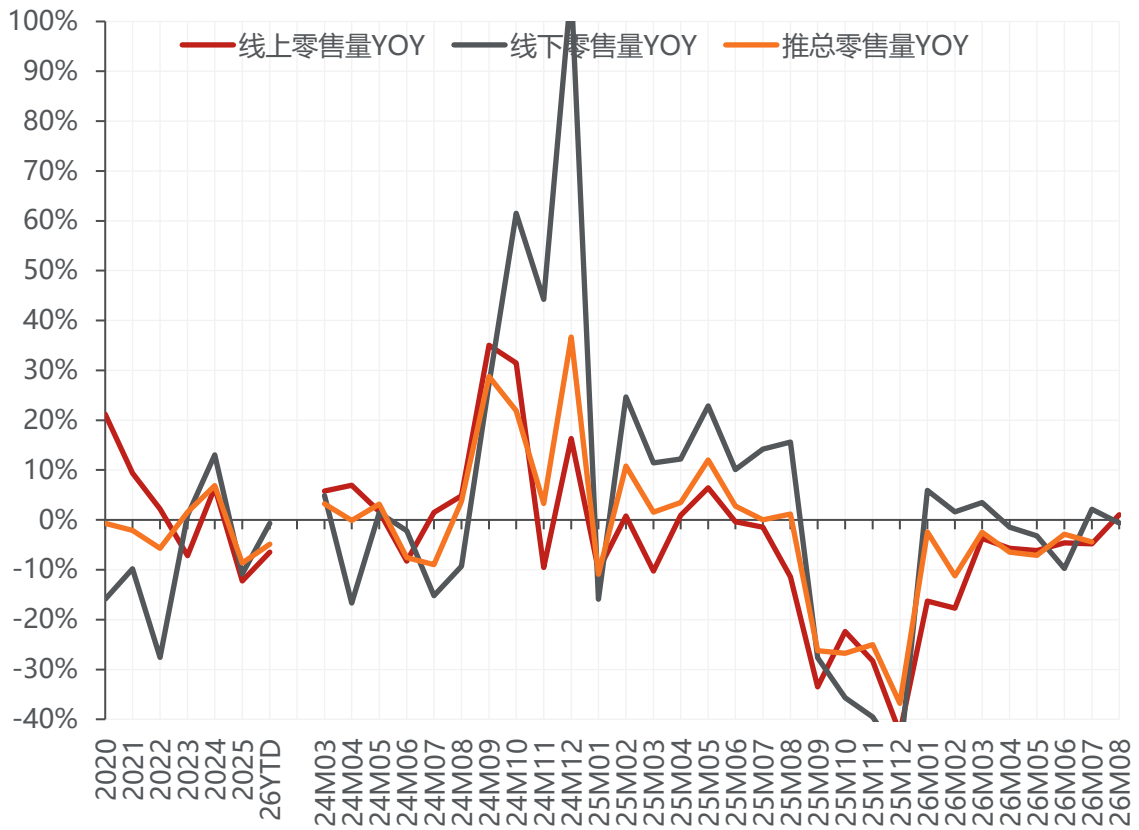
资料来源：产业在线，国联民生证券研究所

仅供内部参考，请勿外传

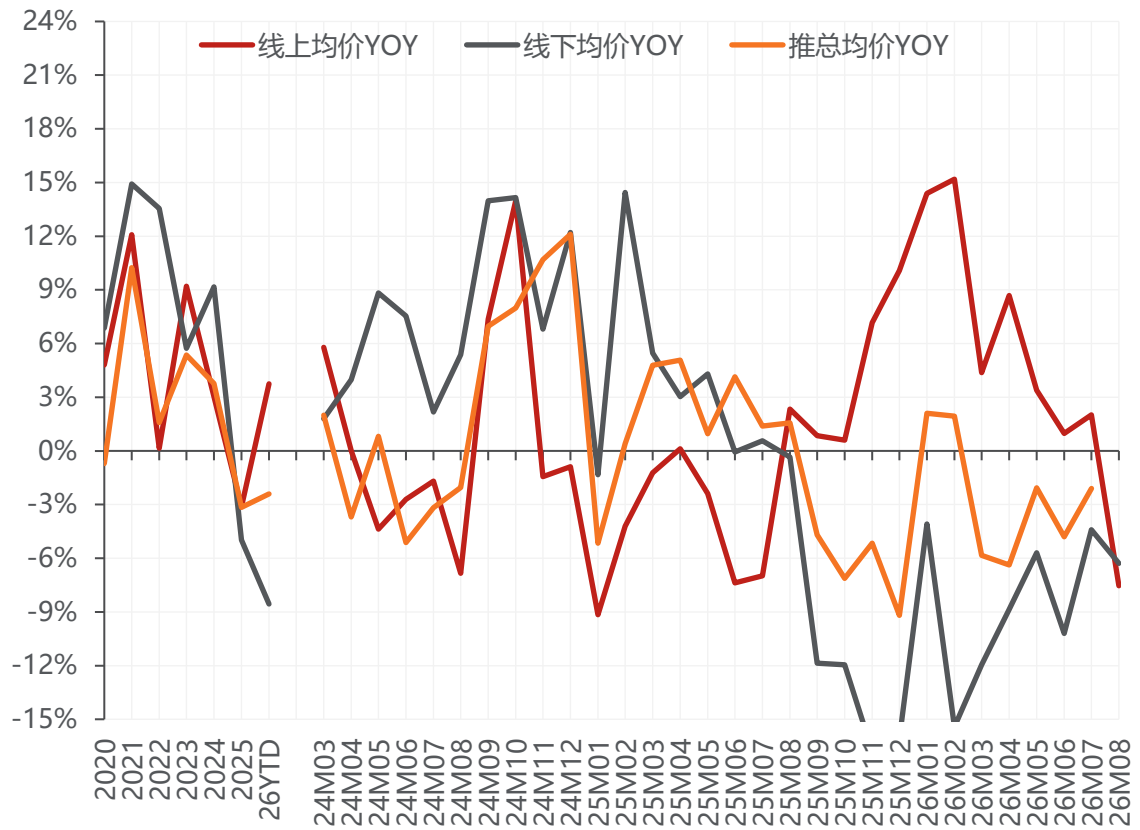
3.4 7~8月冰箱零售销量弱平稳，价格仍回落

8月冰箱线上/线下零售量分别同比+1%/-1%，均价分别同比-8%/-6%；7月全渠道量/价分别同比-4%/-2%，销量延续弱平稳，均价趋势有所回落；26W36（8月31日~9月6日），冰箱线上/线下零售量分别同比+1%/+5%，均价分别同比-19%/持平。

图表：冰箱线上/线下零售量增速



图表：冰箱线上/线下零售均价同比



资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（注：奥维线下监测口径较窄且调整较多，谨慎参考；2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

仅供内部参考，请勿外传

3.4 8月冰箱零售海尔系/美的系双线份额同比提升

图表：冰箱分品牌线上/线下零售均价及份额同比变动

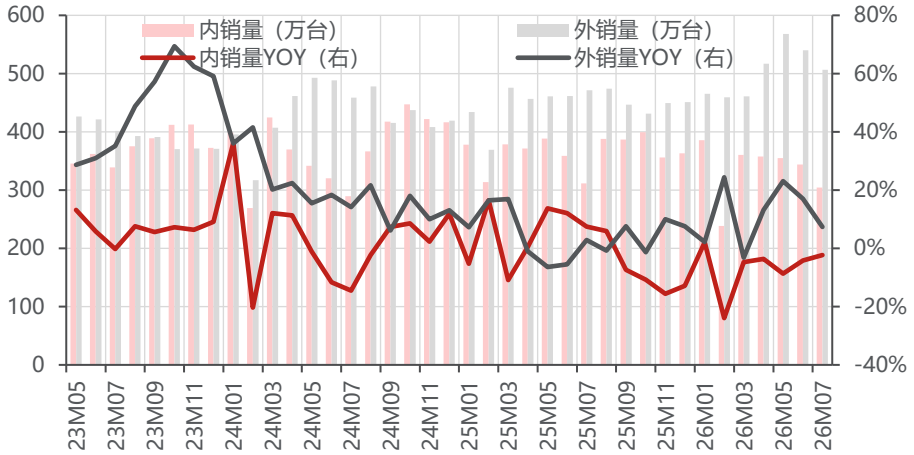
渠道	品牌	指标	2020	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07	26M08
线上	海尔	量份额同比(pct)	3.3	3.4	0.7	1.2	0.6	-3.1	5.5	-3.9	-1.8	-2.2	-3.2	-3.9	1.6	3.3	3.4	5.6	5.6	5.9	8.3	**8.6**
		均价同比	4%	13%	1%	5%	2%	0%	-11%	4%	-3%	0%	2%	7%	3%	-4%	-8%	-9%	-13%	-11%	-12%	**-22%**
	统帅	量份额同比(pct)					-0.4	2.1	2.9	2.9	6.3	4.6	2.3	4.6	2.2	1.1	-0.3	4.0	5.3	4.8	3.0	**0.3**
		均价同比					11%	-7%	16%	-9%	-13%	-11%	2%	-4%	7%	17%	31%	34%	-2%	19%	19%	**16%**
	美的	量份额同比(pct)	-0.4	0.1	-1.2	0.0	3.1	1.1	-2.4	0.5	-3.5	-1.4	0.7	2.6	0.8	0.1	-2.9	-4.9	-5.0	-3.0	-4.0	**1.7**
		均价同比	10%	5%	6%	15%	-5%	-7%	-2%	-2%	-2%	8%	10%	5%	11%	4%	-8%	0%	18%	-3%	-9%	**-24%**
	华凌	量份额同比(pct)			-0.7	0.3	0.9	1.0	1.1	0.7	0.8	2.9	2.7	2.2	2.3	3.2	2.7	0.7	-0.7	0.9	0.9	**0.7**
		均价同比			17%	-7%	10%	10%	2%	13%	20%	31%	31%	31%	29%	17%	2%	7%	13%	-4%	-14%	**-23%**
	容声	量份额同比(pct)	0.9	0.3	-0.2	1.2	0.8	0.7	-0.6	1.0	0.7	-1.3	0.7	-0.8	-1.4	1.0	-1.3	-1.5	-1.1	0.0	-0.3	**0.0**
		均价同比	6%	9%	5%	13%	0%	-4%	10%	-1%	-6%	10%	4%	10%	25%	7%	16%	21%	24%	5%	4%	**-10%**
	西门子	量份额同比(pct)	0.0	-0.1	-0.2	-0.6	-0.1	-0.3	-0.1	0.1	0.0	-0.2	-0.1	0.3	0.2	-0.3	-0.3	0.0	-0.2	-0.2	0.1	**-0.3**
		均价同比	4%	8%	-1%	4%	-8%	11%	3%	22%	22%	13%	11%	11%	15%	21%	15%	9%	-8%	-4%	-2%	**-8%**
	海信	量份额同比(pct)	0.3	-0.2	-1.1	0.0	-0.1	-0.2	0.0	0.0	0.4	-0.8	-0.4	-0.6	-0.4	-0.1	-0.1	-0.3	0.2	0.1	0.3	**-0.3**
		均价同比	-3%	15%	1%	8%	2%	-3%	35%	-3%	-20%	15%	13%	16%	40%	17%	19%	58%	55%	35%	18%	**37%**
	小米	量份额同比(pct)			1.2	2.0	1.9	1.1	-2.3	-1.4	1.0	-0.1	-1.2	-2.1	-4.6	-2.9	-2.6	-2.6	-2.3	-2.6	-0.6	**-0.5**
		均价同比			-8%	-25%	8%	10%	-13%	22%	4%	-2%	-2%	0%	-2%	2%	-11%	-14%	-25%	-10%	-17%	**-17%**
	美菱	量份额同比(pct)	-0.6	-0.9	0.2	0.2	-0.9	-1.0	0.1	-0.4	-0.9	-0.9	-1.0	0.5	-0.1	0.3	0.4	-0.1	-0.1	0.2	0.4	**0.0**
		均价同比	-1%	12%	-5%	21%	-10%	1%	-13%	18%	14%	-4%	-8%	-8%	3%	-9%	-16%	-14%	-13%	-10%	-17%	**-20%**
线下	海尔	量份额同比(pct)	2.9	-0.3	2.1	-1.3	0.5	0.9	0.5	0.0	1.5	0.8	1.0	2.0	1.0	1.8	-1.6	0.5	-0.5	1.2	0.1	**1.5**
		均价同比	2%	19%	11%	7%	9%	-7%	-11%	-3%	-15%	-16%	-23%	-20%	-9%	-17%	-13%	-13%	-8%	-13%	-6%	**-6%**
	卡萨帝	量份额同比(pct)					0.3	0.2	0.2	0.6	-0.4	0.4	-0.1	0.3	1.4	-0.7	-1.1	0.5	0.7	0.6	0.4	**0.1**
		均价同比					2%	-2%	-6%	-2%	-1%	-4%	-6%	-6%	-6%	-7%	-5%	-6%	-6%	-7%	-8%	**-3%**
	美的	量份额同比(pct)	1.1	-0.4	-1.5	0.9	0.1	0.9	2.7	1.2	1.5	1.9	3.1	3.2	3.8	3.4	4.3	1.5	2.7	2.7	1.4	**1.6**
		均价同比	3%	4%	6%	5%	13%	-10%	-10%	-9%	-21%	-20%	-20%	-19%	-12%	-17%	-12%	-11%	-7%	-14%	-2%	**-8%**
	COLMO	量份额同比(pct)					0.4	0.2	-0.1	0.3	0.0	-0.5	-1.2	-0.6	-0.1	-0.5	-0.2	-0.2	0.0	-0.1	0.1	**-0.1**
		均价同比					-2%	-4%	4%	-7%	-3%	-2%	5%	3%	7%	4%	5%	4%	6%	5%	0%	**3%**
	容声	量份额同比(pct)	-0.1	0.9	0.6	1.1	0.8	0.5	0.2	0.5	0.6	0.1	0.9	-0.3	-0.4	-0.6	1.5	0.3	0.1	-0.2	0.4	**0.2**
		均价同比	8%	14%	10%	4%	12%	-4%	-9%	-1%	-13%	-11%	-17%	-16%	-3%	-12%	-14%	-8%	-7%	-12%	-5%	**-7%**
	西门子	量份额同比(pct)	0.0	-0.7	0.4	-0.5	-0.7	-0.7	-1.0	0.1	-1.1	-1.4	-1.6	-1.8	-0.7	-1.2	-1.5	-0.6	-0.9	-1.4	-0.7	**-1.1**
		均价同比	3%	24%	12%	5%	7%	-4%	2%	-1%	-9%	-5%	-5%	-8%	-8%	-9%	5%	1%	6%	2%	6%	**6%**
	海信	量份额同比(pct)	0.0	0.7	0.6	0.2	-0.5	-0.5	-0.5	-1.1	-0.5	-0.8	-1.0	-0.9	-1.0	-0.7	-0.2	-0.1	-0.6	-0.6	-0.2	**-0.4**
		均价同比	12%	19%	13%	5%	16%	5%	0%	13%	-1%	-1%	-3%	-1%	7%	1%	-4%	-1%	2%	1%	0%	**1%**
	美菱	量份额同比(pct)	-0.4	0.6	0.0	0.3	-0.5	-1.3	0.1	-1.5	-1.1	-0.4	-0.9	-1.1	-1.8	0.7	1.3	0.3	-0.1	-0.3	0.0	**0.3**
		均价同比	3%	9%	13%	3%	0%	-6%	-11%	-1%	-11%	-15%	-16%	-19%	-3%	-10%	-14%	-15%	-12%	-15%	-3%	**-9%**

资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）；海尔系为海尔+统帅+卡萨帝，美的系为美的+华凌+COLMO。

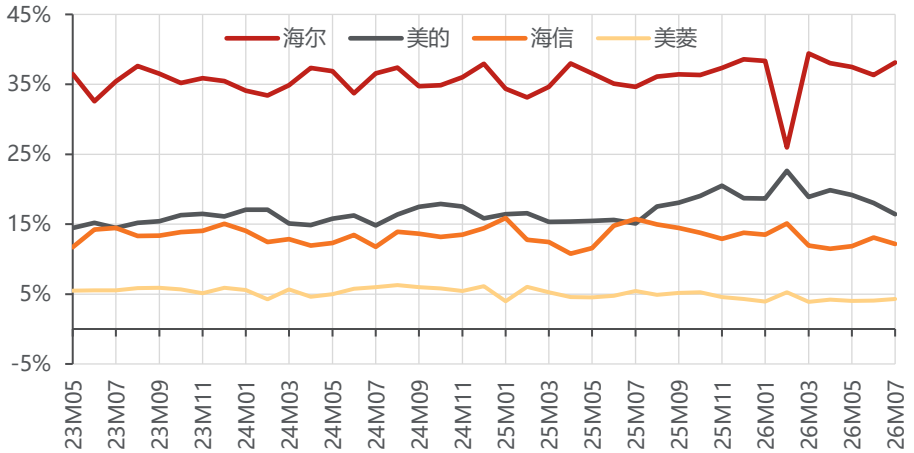
仅供内部参考，请勿外传

3.4 7月冰箱内/外销量同比-2%/+7%，海尔/美的内销份额升势延续

图表：冰箱内外销出货规模及增速



图表：冰箱内销出货量份额走势



资料来源：产业在线，国联民生证券研究所

图表：主要冰箱公司出货量增速及内外销份额同比变动

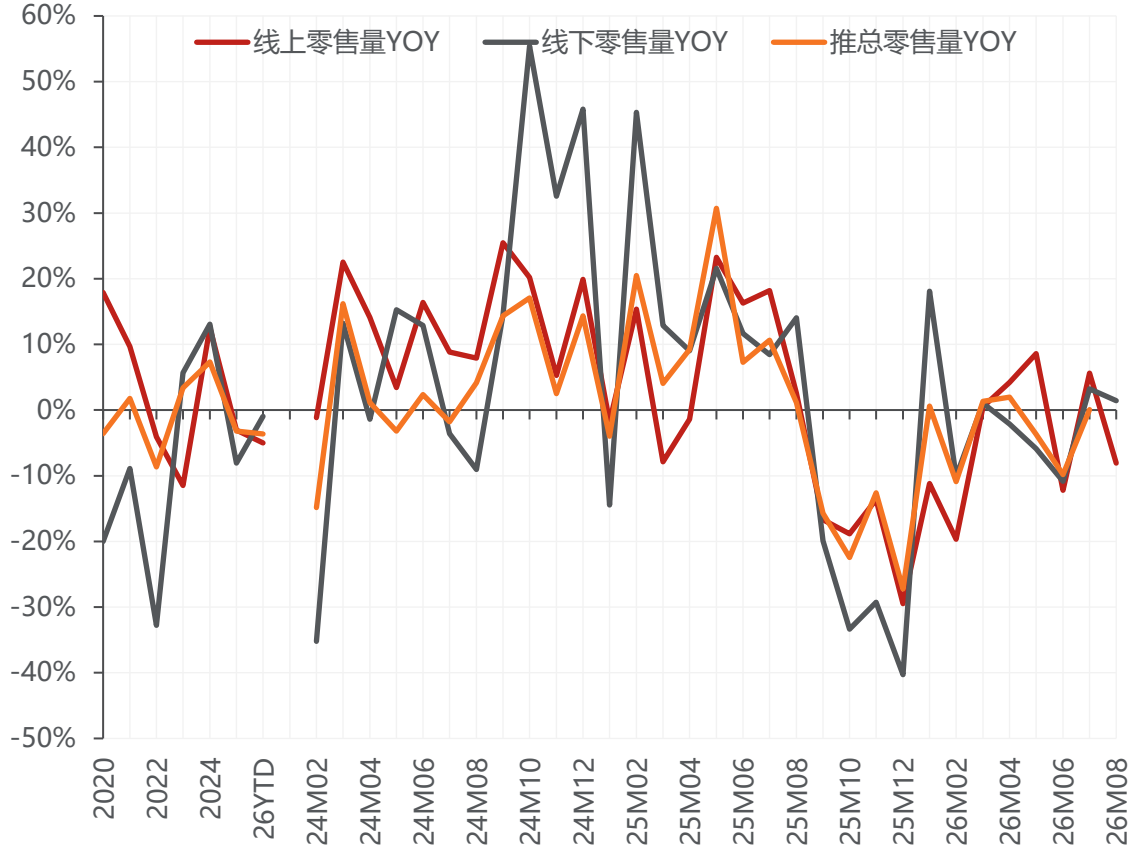
	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M07	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07
> 总销量增速																			
海尔	3%	-1%	8%	5%	2%	**0%**	8%	6%	0%	-3%	-10%	-7%	11%	-34%	8%	0%	-1%	4%	**6%**
美的	2%	-16%	19%	11%	3%	**10%**	5%	5%	-3%	-3%	3%	7%	-5%	2%	10%	25%	27%	10%	**7%**
海信	8%	-13%	23%	13%	2%	**6%**	6%	1%	6%	5%	-7%	-7%	-11%	6%	2%	15%	18%	12%	**2%**
美菱	-18%	-7%	23%	10%	2%	**0%**	-5%	0%	0%	-7%	-3%	4%	15%	1%	-1%	-1%	0%	0%	**5%**
> 内销份额同比(pct)																			
海尔	1.3	1.2	0.2	0.2	0.2	**1.5**	-1.9	-1.3	1.7	1.4	0.6	0.6	4.0	-7.2	4.8	0.0	0.9	1.2	**3.4**
美的	0.2	-0.6	-0.1	0.6	0.6	**3.3**	0.2	1.2	0.6	1.2	3.0	2.9	2.3	6.1	3.5	4.5	3.7	2.4	**1.3**
海信	0.6	0.4	1.3	-0.1	0.4	**-0.7**	4.0	1.0	0.8	0.6	-0.6	-0.6	-2.4	2.3	-0.5	0.7	0.3	-1.7	**-3.6**
美菱	-0.6	-0.1	-0.3	0.0	-0.7	**-0.7**	-0.5	-1.4	-0.8	-0.6	-0.9	-1.8	0.0	-0.8	-1.3	-0.4	-0.5	-0.7	**-1.2**
> 外销份额同比(pct)																			
海尔	-0.4	0.0	0.4	0.1	1.0	**0.1**	1.5	1.1	0.7	1.2	1.0	1.0	-0.3	-0.3	0.3	0.6	0.7	0.8	**-0.5**
美的	-0.4	-0.5	1.2	-0.5	-0.2	**-0.8**	0.0	0.0	-1.7	0.1	-0.2	0.5	-4.3	-3.6	1.5	1.8	2.0	-1.1	**-0.1**
海信	0.8	0.0	0.1	0.4	-0.4	**0.4**	-2.2	-1.0	0.8	2.6	-1.3	-1.4	-2.3	-1.3	1.9	1.2	1.3	2.0	**1.8**
美菱	-2.1	0.8	1.0	-0.2	0.6	**-0.2**	-0.6	0.9	0.6	0.3	0.5	2.2	1.2	0.1	1.3	-0.8	-0.8	-0.5	**0.8**

仅供内部参考，请勿外传

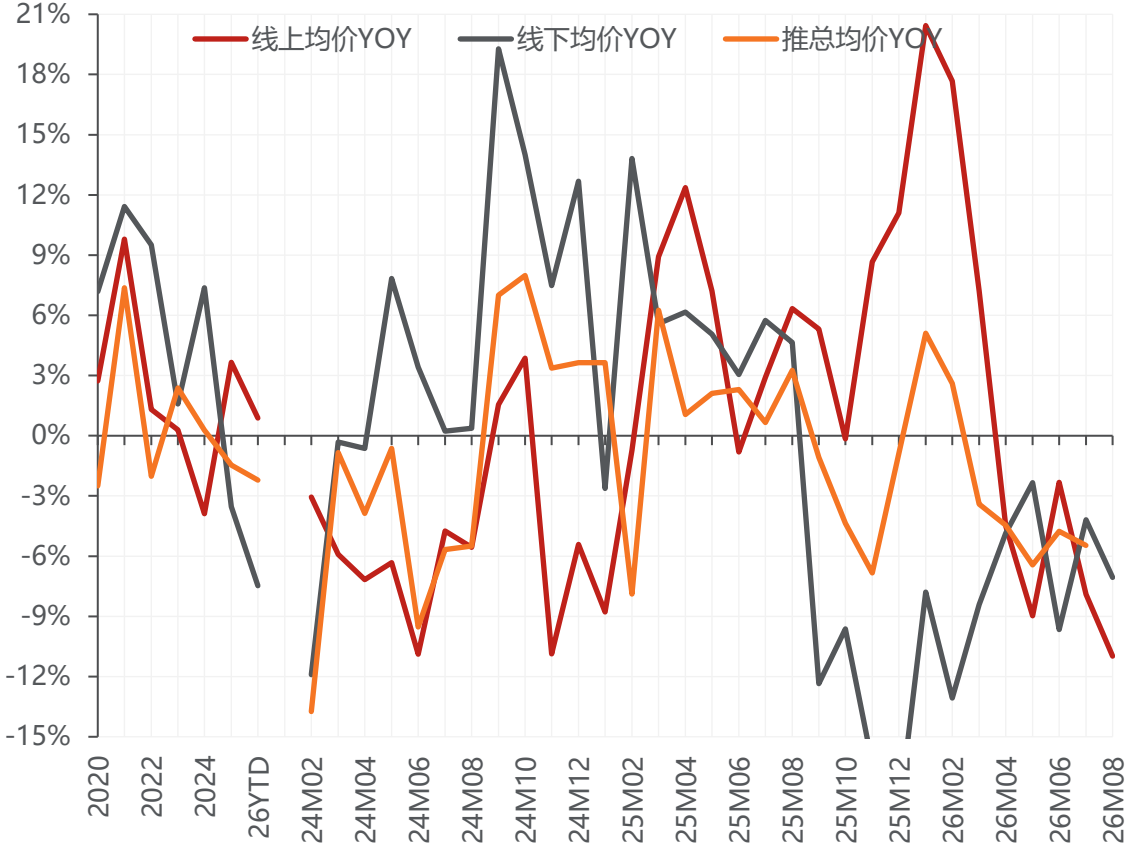
3.5 7~8月洗衣机零售销量弱平稳，均价弱势运行

8月洗衣机线上/线下零售量分别同比-8%/+1%，均价分别同比-11%/-7%；7月全渠道量/价分别同比持平/-5%，销量弱平稳，均价弱势运行；26W36（8月31日~9月6日），洗衣机线上/线下零售量分别同比-6%/+14%，均价分别同比-11%/-2%。

图表：洗衣机线上/线下零售量增速



图表：洗衣机线上/线下零售均价同比



资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（注：奥维线下监测口径较窄且调整较多，谨慎参考；2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

仅供内部参考，请勿外传

3.5 8月洗衣机零售海尔/小天鹅线上份额同比提升

图表：洗衣机分品牌线上/线下零售均价及份额同比变动

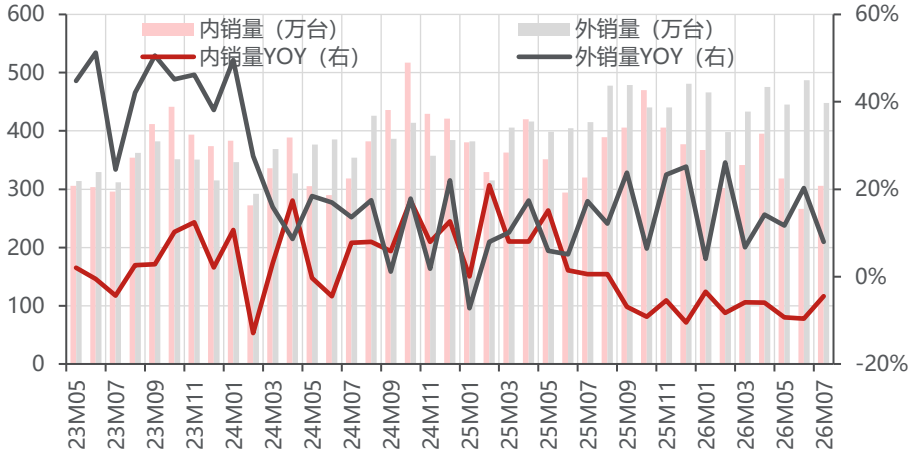
渠道	品牌	指标	2020	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07	26M08
线上	海尔	量份额同比(pct)	2.0	1.7	3.0	-1.2	1.3	0.6	**2.4**	1.0	-3.5	-3.4	-5.0	-1.8	2.1	7.7	1.3	0.9	2.2	2.5	-1.1	**3.7**
		均价同比	4%	13%	0%	-3%	-9%	-3%	**-6%**	-3%	5%	1%	10%	8%	16%	5%	0%	-9%	-16%	-9%	-14%	**-20%**
	统帅	量份额同比(pct)					1.3	1.2	**-1.3**	-1.6	-4.1	-1.7	0.2	-0.2	-3.0	-1.7	-1.7	-3.2	0.0	-0.1	-2.0	**0.1**
		均价同比					-9%	56%	**49%**	66%	130%	139%	118%	101%	139%	90%	119%	44%	30%	32%	12%	**-2%**
	美的	量份额同比(pct)	-1.0	-2.5	-1.0	0.3	0.1	2.4	**-2.6**	4.6	6.5	5.9	6.1	6.3	1.2	-1.2	0.4	-2.3	-4.3	-4.0	-4.3	**-6.6**
		均价同比	3%	6%	-9%	-2%	-16%	-3%	**9%**	1%	0%	8%	8%	6%	15%	22%	10%	2%	11%	13%	1%	**-5%**
	小天鹅	量份额同比(pct)	1.8	-0.2	3.0	3.3	2.3	0.3	**2.4**	-0.1	-0.3	-1.0	-0.2	-2.1	1.8	1.9	1.5	2.2	1.8	3.3	4.1	**2.3**
		均价同比	1%	13%	0%	1%	-3%	-1%	**-11%**	-1%	-11%	-10%	6%	16%	9%	2%	-6%	-17%	-16%	-15%	-20%	**-19%**
	松下	量份额同比(pct)	0.4	0.2	0.0	0.2	-1.1	-1.0	**0.5**	-0.7	-0.4	-0.1	0.2	0.1	0.8	0.1	-0.1	0.5	0.3	1.0	0.6	**1.0**
		均价同比	1%	8%	-4%	6%	-4%	17%	**-5%**	41%	46%	18%	27%	21%	18%	19%	15%	-13%	-9%	-12%	-19%	**-23%**
	小米	量份额同比(pct)	-0.2	0.7	0.4	0.7	1.6	-1.9	**-3.4**	-2.0	0.2	-0.8	-2.0	-4.1	-5.0	-5.2	-5.3	-5.0	-4.0	-2.8	0.0	**0.8**
		均价同比		-13%	-3%	-4%	4%	15%	**-23%**	46%	27%	8%	-7%	6%	-11%	-3%	-18%	-15%	-30%	-25%	-27%	**-41%**
	海信	量份额同比(pct)	0.0	0.0	-1.1	0.1	-0.3	-0.6	**0.1**	1.2	0.9	-0.3	-0.1	0.3	-0.1	-0.9	-0.2	0.6	0.1	-0.2	1.2	**0.3**
		均价同比	12%	9%	-9%	-12%	6%	18%	**103%**	9%	12%	96%	96%	45%	99%	79%	70%	99%	186%	149%	40%	**47%**
线下	海尔	量份额同比(pct)	3.0	-0.8	3.2	-2.8	1.4	1.7	**-0.6**	0.1	2.1	1.0	2.3	3.6	0.4	3.1	-1.4	-1.8	-2.4	-1.4	-1.4	**0.3**
		均价同比	4%	17%	4%	5%	5%	-8%	**-3%**	-5%	-17%	-11%	-14%	-15%	-6%	-12%	-4%	0%	2%	-2%	0%	**-2%**
	卡萨帝	量份额同比(pct)					0.4	0.6	**-1.4**	2.0	-0.3	-0.4	-1.9	-2.0	-0.3	-1.2	-1.7	-1.2	-1.2	-1.9	-1.4	**-1.6**
		均价同比					-4%	-1%	**-1%**	-1%	-1%	-1%	-2%	-2%	-3%	-1%	2%	-1%	0%	-3%	-3%	**-1%**
	美的	量份额同比(pct)	-0.6	-1.0	-4.9	-2.3	-1.4	0.1	**2.6**	-0.1	1.0	1.2	1.4	1.8	4.8	1.2	2.5	1.4	1.0	4.4	1.5	**2.8**
		均价同比	4%	0%	17%	-2%	-2%	-20%	**-12%**	-20%	-30%	-28%	-31%	-30%	-42%	3%	-12%	-3%	15%	-20%	7%	**3%**
	小天鹅	量份额同比(pct)	-0.8	0.7	1.7	4.7	0.6	0.7	**4.0**	1.3	1.9	2.3	4.8	5.6	2.8	1.2	6.4	4.5	5.6	3.0	3.8	**3.3**
		均价同比	-2%	4%	12%	-8%	7%	-3%	**-6%**	7%	-10%	-3%	-9%	-15%	-2%	-7%	-6%	-5%	-2%	-9%	-6%	**-7%**
	COLMO	量份额同比(pct)					0.4	-0.3	**-0.6**	-0.4	-1.2	-1.7	-2.7	-1.7	-1.0	-1.2	-0.9	-0.3	-0.6	-0.6	0.4	**0.0**
		均价同比					3%	3%	**-14%**	8%	0%	0%	0%	5%	3%	-1%	-5%	-11%	-12%	-25%	-25%	**-26%**
	松下	量份额同比(pct)	-0.2	1.1	1.2	0.3	0.6	-1.2	**-1.0**	-0.8	-1.3	-1.0	-2.2	-3.7	-1.4	-1.1	-1.4	-1.1	-0.7	-1.2	-0.6	**-0.6**
		均价同比	14%	1%	3%	3%	8%	3%	**-5%**	9%	-3%	-2%	-7%	-10%	2%	-10%	-8%	-5%	-7%	-5%	-1%	**-5%**
	海信	量份额同比(pct)	0.2	1.1	0.8	0.4	-0.2	0.3	**-0.2**	0.6	0.5	0.8	0.4	-0.3	-0.3	0.0	-0.1	0.4	0.0	-0.1	-0.3	**-0.8**
		均价同比	11%	14%	9%	3%	19%	7%	**3%**	14%	2%	-6%	-9%	-8%	-2%	-6%	-1%	3%	10%	7%	6%	**6%**

资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）；美的系为美的+小天鹅+COLMO，海尔系为海尔+统帅+卡萨帝。

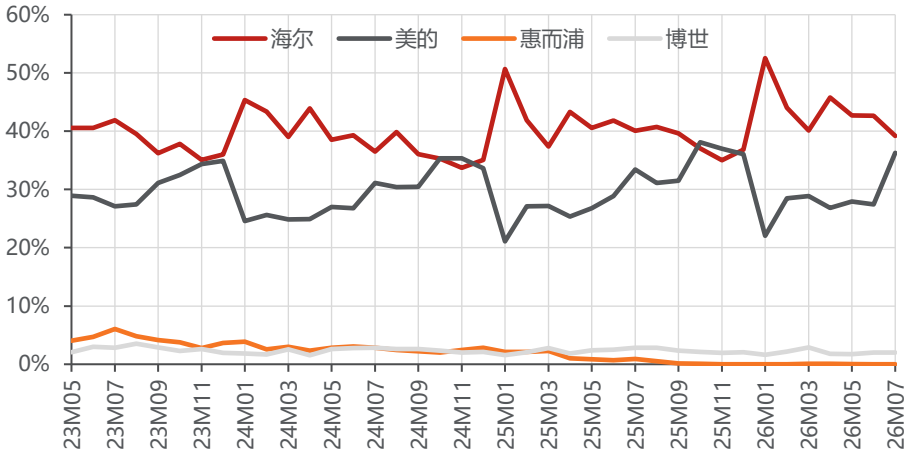
仅供内部参考，请勿外传

3.5 7月洗衣机内/外销量同比-4%/+8%，美的内销份额同比提升

图表：洗衣机内外销出货规模及增速



图表：洗衣机内销出货量份额走势



资料来源：产业在线，国联民生证券研究所

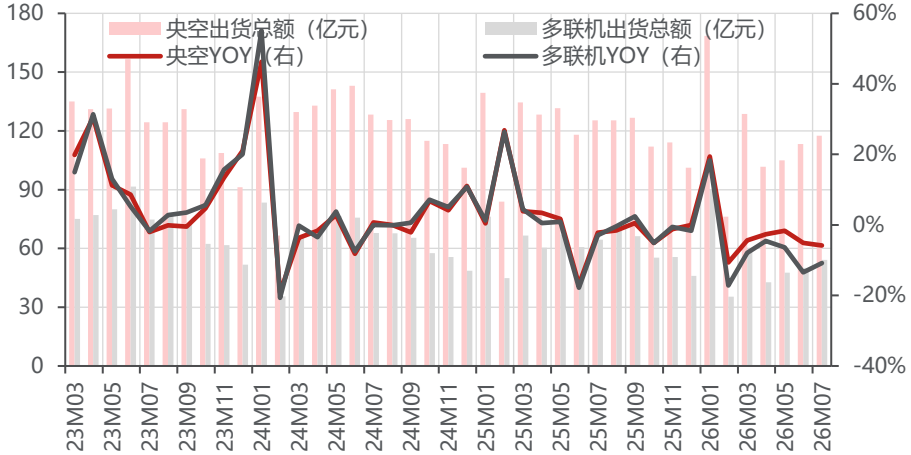
图表：主要洗衣机公司出货量增速及内外销份额同比变动

	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M07	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07
> 总销量增速																			
海尔	12%	-1%	6%	5%	9%	**4%**	15%	5%	8%	-1%	2%	-1%	0%	4%	5%	0%	3%	6%	**4%**
美的	6%	-9%	10%	13%	5%	**1%**	3%	4%	5%	3%	5%	0%	0%	-5%	5%	3%	2%	-4%	**5%**
惠而浦	8%	-24%	18%	-25%	-27%	**-43%**	-13%	-46%	-25%	-44%	-40%	-58%	-57%	-71%	-25%	-35%	-51%	-46%	**-51%**
博世	4%	-24%	0%	3%	-2%	**-11%**	-2%	2%	-10%	-11%	3%	-6%	13%	-2%	-4%	4%	-25%	-26%	**-19%**
> 内销份额同比(pct)																			
海尔	-0.1	3.8	-0.2	-1.2	1.8	**1.7**	3.6	1.4	3.6	1.8	1.3	1.8	1.9	2.1	2.7	2.5	2.1	0.8	**-0.8**
美的	-0.4	0.4	-0.9	0.9	0.9	**1.2**	2.3	1.1	1.1	2.7	1.6	2.4	1.0	1.4	1.7	1.5	1.2	-1.4	**2.9**
惠而浦	-0.4	-1.2	0.1	-1.6	-1.7	**-1.4**	-1.9	-1.9	-2.1	-2.0	-2.5	-2.8	-2.1	-2.1	-2.2	-0.9	-0.8	-0.7	**-0.9**
博世	-0.1	-0.5	-0.4	-0.1	0.0	**-0.2**	0.0	0.2	-0.3	-0.2	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	-0.1	-0.7	-0.5	**-0.8**
> 外销份额同比(pct)																			
海尔	4.5	0.4	-3.9	-1.6	0.4	**0.3**	1.1	-0.9	-1.0	0.4	-1.9	-2.2	-0.7	-0.1	1.1	-2.3	1.0	0.7	**2.2**
美的	1.0	-0.9	-1.4	-0.1	-1.0	**-1.8**	-3.7	-1.4	-0.6	1.5	-0.5	-1.3	-1.5	-7.3	0.8	-1.0	-0.2	-2.1	**-0.2**
惠而浦	0.9	-0.3	0.1	-1.1	-0.1	**-0.7**	0.5	-0.9	0.4	-0.7	-0.3	-1.4	-0.5	-2.9	0.9	-0.7	-1.2	-1.4	**-1.3**
博世	0.1	-0.2	0.1	-0.1	-0.1	**0.0**	-0.2	-0.2	-0.1	0.0	0.1	-0.1	0.2	-0.2	-0.1	0.1	0.0	-0.3	**0.1**

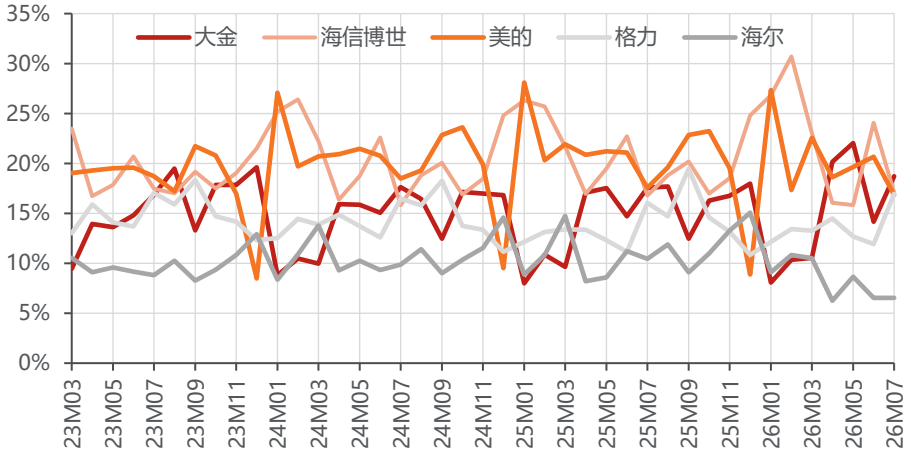
仅供内部参考，请勿外传

3.6 7月央空出货额同比-6%，持续好于多联机

图表：央空及多联机出货规模及增速



图表：多联机内销份额走势



资料来源：产业在线，国联民生证券研究所

图表：主要央空公司出货额增速及多联机内外销份额同比变动

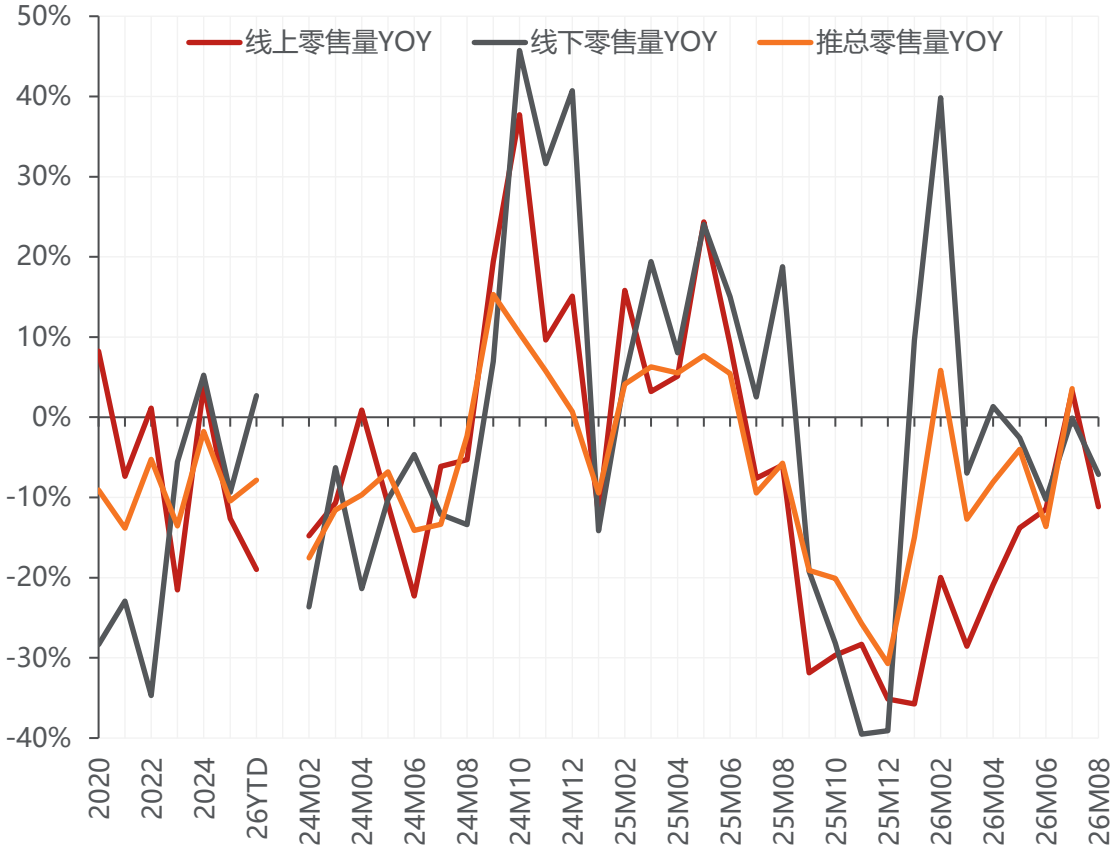
	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M07	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07
> 央空出货总额增速																			
大金		-1%	4%	-2%	-5%	**-5%**	-5%	12%	2%	-8%	1%	7%	20%	-22%	-3%	-7%	1%	-17%	-3%
海信博世		6%	13%	3%	-3%	**-3%**	5%	3%	9%	-1%	3%	2%	19%	-6%	-4%	-6%	-6%	-10%	-4%
美的		7%	18%	10%	-3%	**0%**	-3%	-6%	0%	-4%	2%	4%	24%	-14%	3%	1%	1%	-3%	-12%
格力		1%	10%	0%	-6%	**-5%**	-6%	-5%	6%	-12%	-7%	-5%	18%	-13%	-8%	-6%	-8%	-10%	-10%
海尔		11%	22%	13%	3%	**0%**	11%	7%	9%	5%	12%	4%	25%	-9%	1%	0%	0%	-1%	-8%
> 央空出货份额同比（pct）																			
大金		-0.5	-0.6	-0.3	-0.1	**-0.2**	-0.3	1.3	0.1	-0.3	0.2	0.6	0.0	-0.8	0.1	-0.4	0.3	-1.0	0.3
海信博世		0.1	0.2	0.2	0.2	**-0.1**	0.7	0.5	1.0	0.4	0.4	0.3	0.0	0.9	0.0	-0.3	-0.5	-0.8	0.2
美的		0.4	1.1	1.6	0.2	**0.5**	-0.2	-0.9	-0.1	0.2	0.6	0.5	1.1	-0.8	1.7	0.7	0.5	0.5	-1.1
格力		-0.4	-0.2	-0.2	-0.3	**-0.4**	-0.6	-0.5	0.8	-0.9	-0.7	-0.6	-0.2	-0.3	-0.4	-0.4	-0.7	-0.5	-0.6
海尔		0.5	0.8	1.1	0.7	**0.2**	1.2	0.9	0.7	1.0	1.4	0.5	0.4	0.1	0.6	0.2	0.1	0.4	-0.2
> 多联机内销份额同比（pct）																			
大金	-0.4	-0.8	-0.7	-0.3	0.1	**0.1**	-0.2	1.8	0.0	-0.8	-0.1	1.2	0.1	-0.4	0.9	-0.8	1.4	-0.6	1.6
海信博世	-0.2	0.1	0.7	0.7	0.1	**0.7**	0.9	0.6	0.1	0.2	0.2	0.0	0.2	4.5	1.3	0.4	0.0	0.4	0.7
美的	2.1	0.2	1.1	1.0	0.3	**0.0**	-0.1	-0.4	0.0	-1.0	-0.2	-0.7	-0.7	-2.8	0.6	0.7	-1.3	0.0	-0.7
格力	-1.5	-0.1	-0.2	-0.7	-0.2	**0.2**	-0.7	-0.8	1.2	0.7	-0.3	-0.3	0.0	0.4	-0.1	0.6	0.2	0.8	0.0
海尔	1.3	0.0	0.9	0.9	0.5	**-0.5**	0.5	0.2	0.1	0.7	1.7	1.3	0.3	0.1	-0.4	-0.7	-0.3	-0.7	-1.1

仅供内部参考，请勿外传

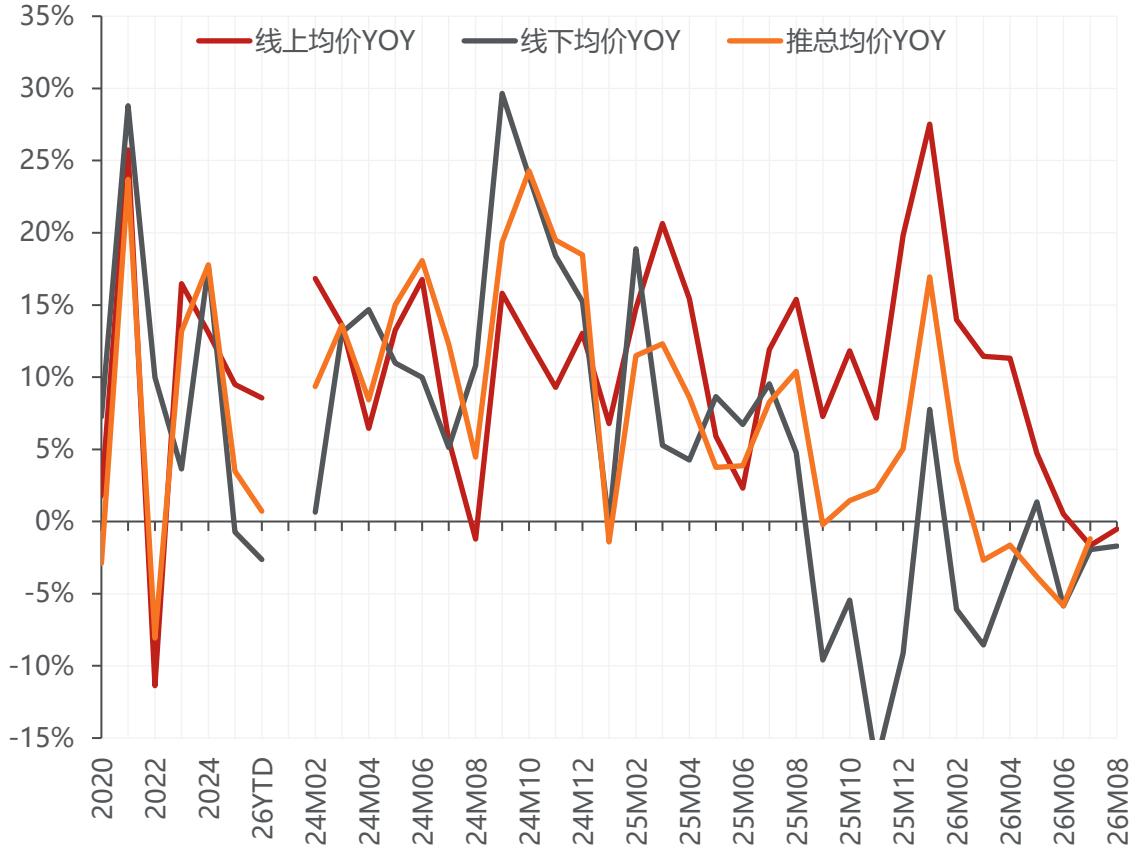
3.7 7~8月彩电零售量价整体弱平稳

8月彩电线上/线下零售量分别同比-11%/-7%，均价分别同比-1%/-2%；7月全渠道量/价分别同比+4%/-1%，量价表现仍弱；26W36（8月31日~9月6日），彩电线上/线下零售量分别同比+7%/-4%，均价分别同比-6%/-3%。

图表：彩电线上/线下零售量增速



图表：彩电线上/线下零售均价同比



资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（注：奥维线下监测口径较窄且调整较多，谨慎参考；2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

仅供内部参考，请勿外传

3.7 8月彩电零售海信系双线份额同比提升

图表：彩电分品牌线上/线下零售均价及份额同比变动

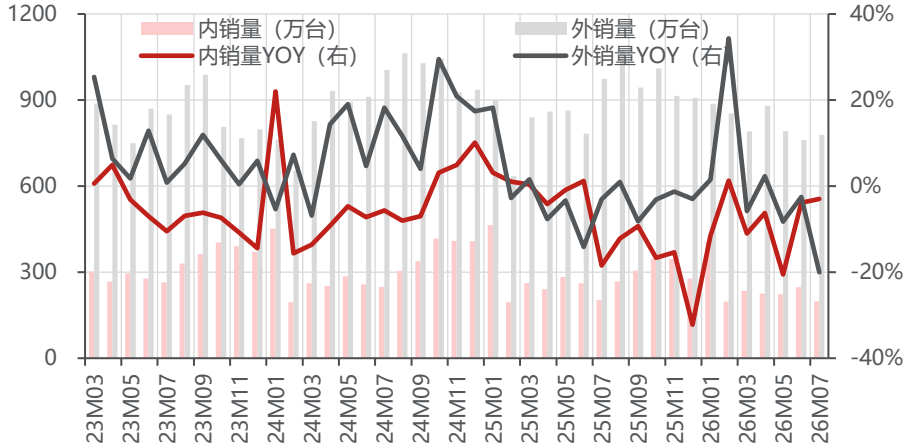
渠道	品牌	指标	2020	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07	26M08
线上	海信	量份额同比(pct)	0.5	0.9	1.8	1.4	-2.1	-1.2	**0.8**	0.4	-1.2	-2.5	0.9	-0.8	1.3	0.8	1.2	2.3	-0.4	-0.4	0.6	**2.7**
		均价同比	2%	32%	-9%	18%	21%	23%	**12%**	21%	16%	26%	18%	36%	33%	16%	17%	10%	12%	8%	-4%	**-5%**
	Vidda	量份额同比(pct)	1.4	1.7	3.9	1.4	-0.9	-0.1	**-0.4**	-0.3	1.0	0.3	-1.1	-2.1	-2.4	-2.9	0.0	-0.5	1.5	1.3	0.3	**-0.3**
		均价同比	-10%	19%	-12%	22%	23%	2%	**9%**	11%	-3%	0%	4%	6%	7%	11%	1%	22%	1%	6%	14%	**11%**
	小米	量份额同比(pct)	-6.6	-1.6	-1.7	0.3	-7.9	-5.8	**-2.9**	-6.2	-6.2	-2.3	-2.9	-2.4	-1.8	-3.6	-4.2	-3.5	-3.0	-4.4	-1.3	**-1.7**
		均价同比	3%	25%	-23%	9%	57%	47%	**11%**	54%	38%	18%	30%	23%	27%	22%	24%	12%	9%	6%	-1%	**3%**
	红米	量份额同比(pct)	1.9	4.4	-0.8	0.1	5.8	4.8	**1.8**	4.2	3.5	0.8	-3.0	-2.3	-0.9	1.3	2.3	2.7	2.4	4.4	1.3	**1.2**
		均价同比	-33%	3%	-10%	-5%	8%	5%	**1%**	6%	10%	11%	14%	13%	13%	16%	2%	-4%	-7%	-4%	2%	**-4%**
	创维	量份额同比(pct)	-0.2	-0.5	0.3	0.4	0.3	0.6	**0.7**	2.3	1.6	0.6	0.4	0.8	-0.3	-1.1	1.2	2.0	1.1	1.2	0.7	**0.9**
		均价同比	-3%	33%	-14%	17%	24%	12%	**12%**	11%	5%	8%	12%	23%	38%	11%	16%	9%	18%	8%	-4%	**-10%**
	TCL	量份额同比(pct)	1.3	0.0	0.8	0.2	0.0	0.6	**1.4**	1.4	-0.8	-0.7	-0.1	0.6	4.3	2.9	0.2	-0.5	-0.5	0.3	1.9	**1.3**
		均价同比	8%	23%	11%	29%	4%	12%	**5%**	15%	14%	19%	23%	24%	17%	6%	13%	13%	6%	3%	-15%	**-3%**
	雷鸟	量份额同比(pct)	0.3	0.2	2.1	1.6	4.0	0.0	**-0.7**	-2.0	-3.1	-2.0	-1.6	-1.0	-2.4	0.9	-0.3	-0.5	-1.3	-0.5	-1.0	**0.5**
		均价同比	30%	25%	-44%	0%	11%	1%	**14%**	7%	-14%	12%	29%	25%	31%	15%	19%	27%	15%	7%	2%	**0%**
	长虹	量份额同比(pct)	1.2	-0.4	-0.3	-1.1	0.0	-0.6	**0.5**	-0.2	-0.3	-0.1	-0.5	1.0	1.3	1.7	0.1	-1.2	0.1	0.4	0.6	**0.2**
		均价同比	-5%	23%	-17%	21%	16%	6%	**3%**	31%	20%	13%	10%	10%	19%	-3%	8%	18%	16%	-19%	-8%	**-2%**
线下	海信	量份额同比(pct)	1.4	3.6	1.1	2.1	1.6	1.1	**-0.6**	3.2	-0.2	-1.7	-1.1	0.0	1.1	-3.9	-0.3	-0.3	-1.2	-1.1	-0.1	**0.8**
		均价同比	6%	25%	14%	5%	18%	0%	**4%**	-1%	-8%	-3%	-3%	-3%	10%	2%	-2%	5%	9%	2%	3%	**2%**
	Vidda	量份额同比(pct)				0.2	0.2	0.0	**0.1**	-0.1	0.1	0.2	0.2	0.0	-0.2	-0.3	0.1	0.6	0.2	0.2	0.1	**0.2**
		均价同比				52%	3%	25%	**38%**	19%	17%	3%	27%	53%	48%	99%	22%	5%	63%	48%	42%	**36%**
	创维	量份额同比(pct)	0.6	-0.1	2.6	1.6	-1.1	0.5	**2.4**	-0.6	2.0	1.6	1.6	1.5	1.7	3.1	3.2	1.7	1.4	3.6	3.0	**1.6**
		均价同比	8%	29%	-2%	2%	23%	0%	**-8%**	13%	-9%	-12%	-15%	-14%	2%	-10%	-13%	-9%	-2%	-13%	-8%	**-4%**
	TCL	量份额同比(pct)	7.2	-0.5	-1.3	-0.5	2.8	0.7	**1.5**	-0.1	-2.3	-1.4	-2.0	-1.0	-0.1	2.1	-0.4	1.9	2.6	1.1	2.0	**3.2**
		均价同比	-11%	28%	19%	14%	19%	0%	**2%**	9%	-11%	3%	2%	-3%	12%	-2%	-3%	0%	9%	-3%	2%	**1%**
	雷鸟	量份额同比(pct)				0.3	0.1	0.0	**-0.1**	-0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0	-0.2	0.0	-0.3	0.0	0.0	-0.2	**-0.1**
		均价同比				-23%	-16%	16%	**80%**	27%	-18%	15%	69%	45%	55%	49%	75%	79%	112%	119%	130%	**36%**
	长虹	量份额同比(pct)	-3.7	-0.3	0.6	1.0	-0.4	0.4	**2.0**	1.0	1.5	1.1	1.7	1.6	1.6	2.8	2.9	1.4	1.8	2.3	2.2	**1.6**
		均价同比	-12%	24%	5%	3%	21%	-6%	**-6%**	-4%	-8%	-15%	-17%	-19%	7%	-6%	-10%	-8%	-7%	-12%	-6%	**0%**

资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）；海信系指海信+Vidda。

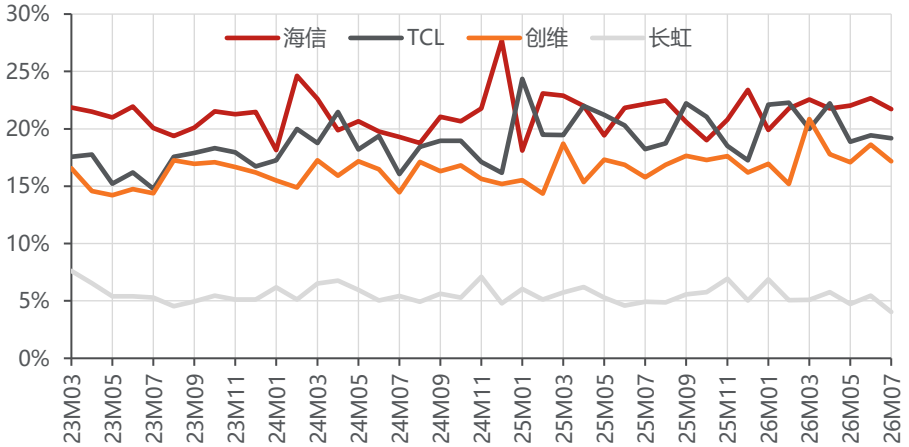
仅供内部参考，请勿外传

3.7 7月LCD TV内/外销出货量分别同比-3%/-20%

图表：LCD TV内外销出货规模及增速



图表：LCD TV内销出货量份额走势



图表：主要电视公司出货量增速及内外销份额同比变动

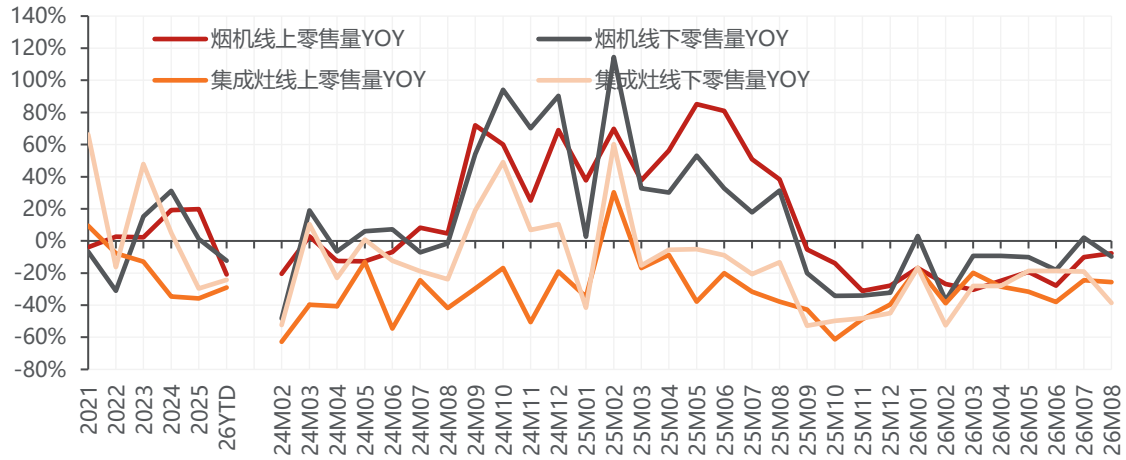
	2019	2020	2023	2024	2025	26YTD	25M07	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07
> 总销量增速																			
海信	6%	13%	9%	8%	4%	**-4%**	19%	13%	13%	4%	-6%	-25%	0%	12%	-2%	2%	-5%	-5%	-22%
TCL	15%	17%	5%	10%	2%	**-5%**	0%	2%	-9%	-1%	-3%	2%	3%	19%	-7%	1%	-17%	-14%	-18%
创维	-8%	-4%	7%	4%	-4%	**0%**	-10%	-8%	-4%	-10%	-1%	-18%	-2%	23%	-7%	7%	-16%	2%	-5%
长虹	2%	14%	3%	12%	-4%	**-1%**	-19%	-3%	-11%	-8%	-2%	-8%	-2%	26%	-7%	0%	-12%	-7%	-18%
> 内销份额同比(pct)																			
海信	-0.1	-1.1	1.7	0.5	0.3	**0.4**	2.9	3.7	-0.4	-1.6	-1.0	-4.2	1.6	-1.3	-0.2	-0.3	2.0	0.5	-0.3
TCL	0.9	0.7	2.2	1.0	0.8	**0.8**	2.2	0.3	3.3	2.1	1.4	0.7	-0.3	2.8	1.4	1.0	0.7	0.0	2.0
创维	-0.2	-0.7	1.8	0.3	0.6	**1.4**	1.3	-0.3	1.4	0.5	2.0	1.1	1.3	0.8	2.3	2.4	-0.4	1.5	1.5
长虹	-1.1	-0.6	-0.9	0.2	-0.1	**0.3**	-0.5	-0.1	-0.1	0.5	-0.2	0.3	0.8	-0.1	-0.6	-0.5	-0.6	0.8	-0.9
> 外销份额同比(pct)																			
海信	1.3	3.1	0.7	0.0	2.2	**-0.5**	5.5	2.7	6.4	3.6	0.5	-2.1	0.2	-2.3	1.5	0.4	1.2	-0.9	-1.7
TCL	3.8	3.9	-0.8	0.0	1.7	**-1.1**	1.1	0.8	-1.2	1.0	-0.1	3.7	2.2	-2.9	-0.6	-0.2	-2.2	-3.8	-0.7
创维	-0.9	0.4	0.0	0.0	0.1	**0.0**	-0.1	0.0	0.0	0.1	0.2	0.2	0.1	0.3	-0.4	0.1	0.2	-0.1	0.0
长虹	0.9	1.5	0.4	0.3	0.1	**0.1**	-0.8	-0.1	-0.2	-0.3	0.4	0.1	-0.3	-0.1	0.1	0.1	0.1	-0.6	0.1

资料来源：产业在线，国联民生证券研究所

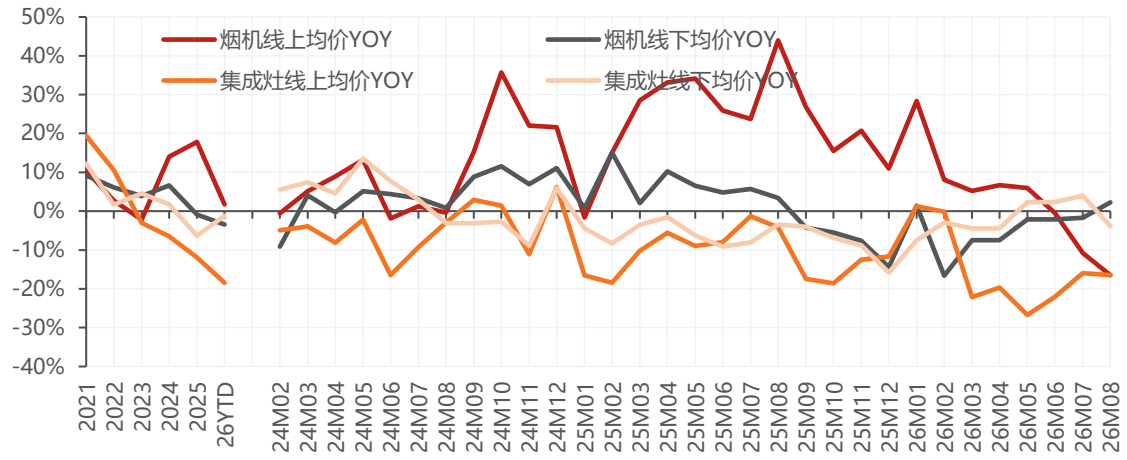
仅供内部参考，请勿外传

3.8 8月烟机/集成灶线上零售量分别同比-8%/-26%

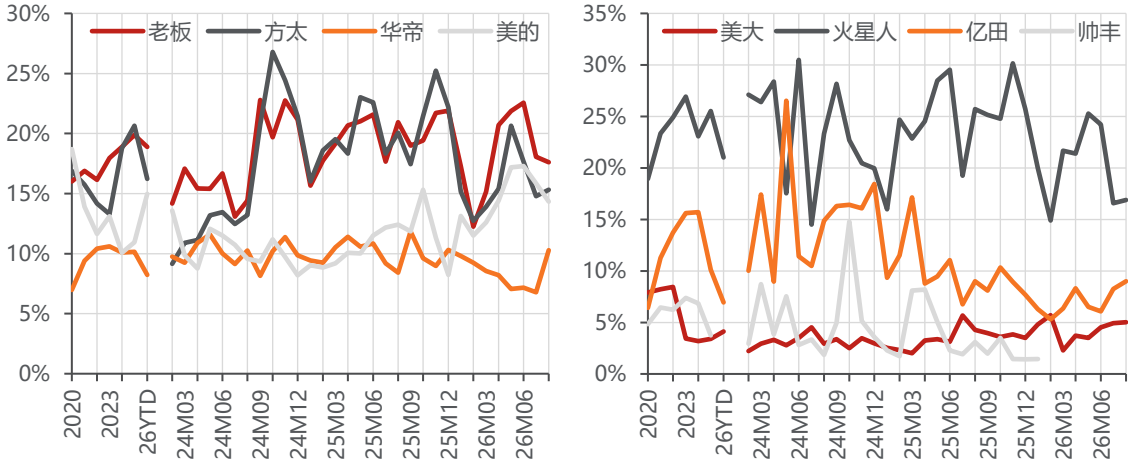
图表：烟机及集成灶线上/线下零售量增速



图表：烟机及集成灶线上/线下零售均价同比



图表：烟机/集成灶主要品牌线上零售额份额走势



资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所

图表：烟机/集成灶主要品牌线上零售量增速及均价同比

品类	品牌	指标	2023	2024	2025	26YTD	26M05	26M06	26M07	26M08
烟机	老板	线上零售量YOY	12%	42%	39%	**-26%**	-15%	-27%	-10%	-25%
		线上零售均价YOY	-1%	1%	7%	**4%**	5%	3%	-9%	-14%
	方太	线上零售量YOY	-3%	72%	43%	**-41%**	-35%	-50%	-31%	-29%
		线上零售均价YOY	-3%	3%	9%	**9%**	17%	12%	-6%	-17%
	华帝	线上零售量YOY	1%	31%	21%	**-32%**	-39%	-51%	-26%	32%
		线上零售均价YOY	1%	5%	17%	**-4%**	-7%	-3%	-20%	-29%
	美的	线上零售量YOY	13%	1%	31%	**23%**	39%	15%	28%	14%
		线上零售均价YOY	0%	23%	18%	**-4%**	9%	-4%	-17%	-22%
集成灶	美大	线上零售量YOY	-70%	-35%	-38%	-	-44%	-24%	-39%	-18%
		线上零售均价YOY	13%	-11%	-3%	**-6%**	-8%	-8%	-11%	-11%
	火星人	线上零售量YOY	-15%	-38%	-32%	**-48%**	-50%	-57%	-43%	-55%
		线上零售均价YOY	7%	-6%	-7%	**-7%**	-10%	-7%	-5%	-9%
	亿田	线上零售量YOY	-8%	-34%	-57%	**-51%**	-56%	-65%	-5%	-27%
		线上零售均价YOY	4%	-7%	-15%	**-23%**	-22%	-23%	-19%	-14%
	帅丰	线上零售量YOY	-5%	-38%	-	-	-	-	-	-
		线上零售均价YOY	5%	-12%	-17%	-	-	-	-	-

仅供内部参考，请勿外传

3.9 8月厨小品类延续分化，线上豆浆机/电蒸锅/煎烤机表现较好

图表：厨小分品类双线销额同比增速

指标	品类	24M1-M2	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dec-24	25M1-M2	Mar-25	Apr-25	May-25	Jun-25	Jul-25	Aug-25	Sep-25	Oct-25	Nov-25	Dec-25	26M1-M2	Mar-26	Apr-26	May-26	Jun-26	Jul-26	Aug-26
线下零售额YOY	电饭煲	-7%	-1%	10%	11%	16%	-2%	9%	22%	31%	26%	12%	24%	6%	-7%	-20%	-29%	-13%	-24%	-21%	-22%	-22%	-9%	-10%
	电磁炉	-24%	-24%	-19%	-22%	-24%	-23%	-18%	-12%	-3%	-11%	-12%	-7%	2%	-9%	-9%	-28%	-23%	-6%	-13%	-11%	-7%	-5%	0%
	电压力锅	-6%	-8%	-6%	-3%	0%	-13%	-4%	-7%	12%	-1%	2%	7%	3%	-6%	-11%	-18%	-5%	-11%	-7%	-6%	-6%	-7%	-1%
	豆浆机	-2%	27%	48%	42%	76%	63%	75%	57%	8%	20%	8%	9%	11%	-13%	-10%	-27%	-13%	-34%	-12%	-7%	-6%	2%	1%
	榨汁机	-32%	26%	2%	22%	25%	-1%	44%	17%	100%	20%	40%	43%	7%	46%	26%	3%	36%	-14%	-10%	-7%	-20%	-8%	4%
	电水壶	-17%	-12%	-10%	-15%	-11%	-13%	-16%	1%	7%	1%	1%	7%	-23%	-5%	3%	-17%	-10%	1%	-7%	-2%	-3%	-7%	-4%
	养生壶	-17%	-17%	-20%	-17%	-11%	-12%	-7%	14%	20%	21%	16%	27%	0%	33%	38%	14%	15%	6%	3%	11%	4%	1%	14%
	破壁机	-26%	-14%	-8%	-4%	5%	-11%	-10%	0%	9%	-4%	-3%	2%	-1%	-13%	-23%	-32%	-16%	-28%	-23%	-30%	-26%	-23%	-22%
	电炖锅	-19%	-15%	-17%	-18%	-15%	-21%	-21%	-19%	-11%	-13%	-21%	-9%	-15%	-21%	-21%	-29%	-25%	-24%	-19%	-11%	-14%	-10%	-12%
	搅拌机	-26%	-11%	-24%	-16%	-14%	-8%	-20%	-23%	-6%	-28%	-10%	12%	-11%	6%	4%	8%	-7%	-2%	-8%	-3%	-1%	-6%	-1%
	煎烤机	-8%	0%	-12%	-9%	-7%	-14%	-5%	-3%	9%	15%	-3%	8%	16%	7%	2%	-15%	-14%	-14%	-1%	-9%	-11%	1%	5%
	电蒸锅	71%	7%	-4%	-9%	-18%	-11%	8%	27%	59%	20%	65%	66%	34%	69%	52%	38%	40%	38%	49%	43%	66%	36%	61%
	空气炸锅	-42%	-34%	-33%	-32%	-20%	-27%	-15%	-1%	3%	5%	4%	13%	28%	10%	3%	3%	-1%	-1%	-3%	8%	1%	1%	12%

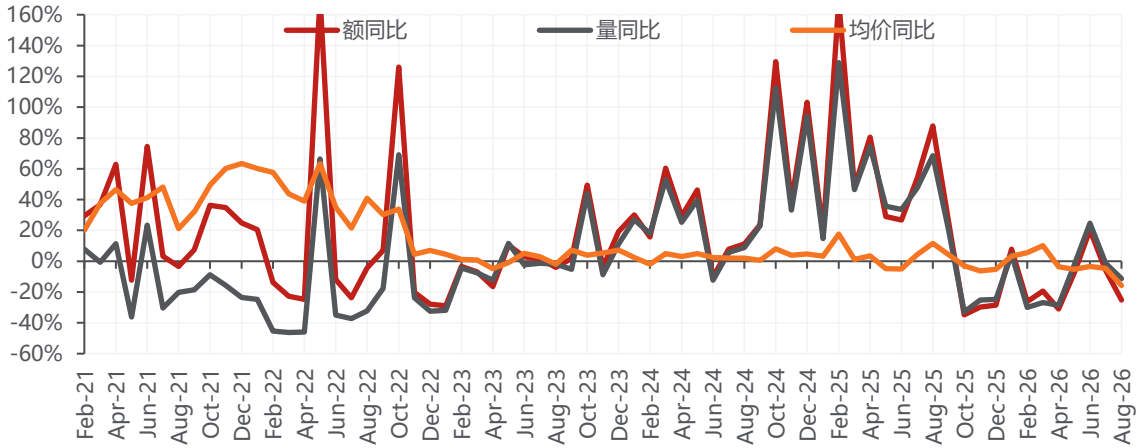
指标	品类	24M1-M2	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dec-24	25M1-M2	Mar-25	Apr-25	May-25	Jun-25	Jul-25	Aug-25	Sep-25	Oct-25	Nov-25	Dec-25	26M1-M2	Mar-26	Apr-26	May-26	Jun-26	Jul-26	Aug-26
线上零售额YOY	电饭煲	3%	7%	27%	-7%	3%	4%	7%	6%	42%	13%	18%	15%	0%	-17%	-9%	-8%	-1%	3%	0%	-8%	-9%	-10%	-6%
	电磁炉	-7%	-13%	-4%	-17%	-8%	10%	3%	-1%	36%	7%	21%	6%	-13%	-8%	-3%	-9%	-12%	-1%	3%	-9%	-11%	-8%	1%
	电压力锅	-5%	4%	13%	-1%	4%	6%	10%	5%	31%	1%	7%	7%	-7%	-13%	-10%	-2%	4%	4%	3%	6%	9%	3%	5%
	豆浆机	24%	8%	44%	14%	1%	17%	5%	7%	15%	33%	21%	9%	11%	-16%	-7%	19%	-4%	13%	10%	17%	2%	-1%	18%
	榨汁机	-16%	14%	36%	25%	7%	14%	8%	12%	1%	7%	13%	10%	20%	-17%	-18%	41%	2%	-11%	-20%	-19%	-29%	-23%	-19%
	电水壶	-11%	10%	29%	7%	1%	1%	-8%	-2%	11%	-6%	-2%	-12%	-8%	-33%	-25%	-23%	-18%	-14%	-15%	-13%	-10%	-19%	-6%
	养生壶	-12%	30%	55%	25%	7%	29%	23%	25%	20%	11%	14%	7%	26%	-9%	16%	39%	-5%	3%	-8%	-10%	-17%	-21%	-9%
	破壁机	-14%	-4%	32%	-5%	-2%	1%	4%	5%	-1%	-1%	4%	-3%	-5%	-34%	-23%	-2%	-5%	-8%	-10%	-16%	-20%	-22%	-15%
	电炖锅	-2%	12%	12%	3%	2%	3%	-10%	-15%	-3%	-13%	-6%	-14%	-27%	-22%	-13%	-12%	-13%	-3%	2%	-14%	-17%	-12%	-12%
	搅拌机	-16%	27%	49%	21%	3%	5%	7%	24%	23%	18%	15%	-6%	10%	-28%	-24%	-9%	-2%	-1%	-15%	-18%	-19%	-19%	-14%
	煎烤机	24%	-12%	3%	-21%	-14%	-15%	-12%	-1%	23%	6%	16%	7%	-4%	2%	6%	2%	11%	20%	5%	3%	6%	0%	6%
	电蒸锅	-1%	9%	55%	10%	5%	10%	12%	27%	61%	32%	40%	38%	36%	-5%	5%	26%	27%	36%	27%	2%	8%	15%	18%
	空气炸锅	-36%	-13%	19%	-2%	3%	3%	5%	15%	21%	9%	25%	32%	-7%	-10%	0%	8%	16%	14%	13%	8%	8%	-1%	0%

资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

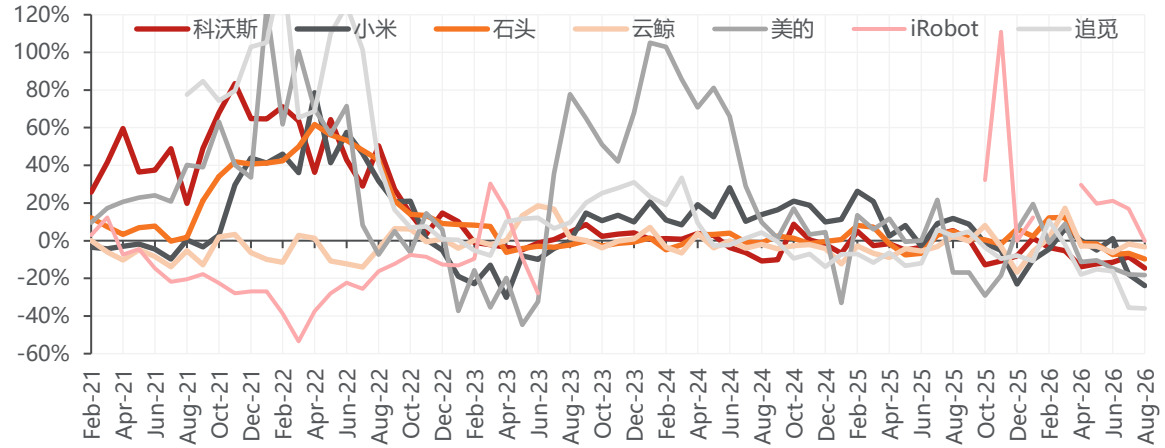
仅供内部参考，请勿外传

3.10 8月扫地机线上零售量/价分别同比-11%/-16%

图表：扫地机线上零售量价



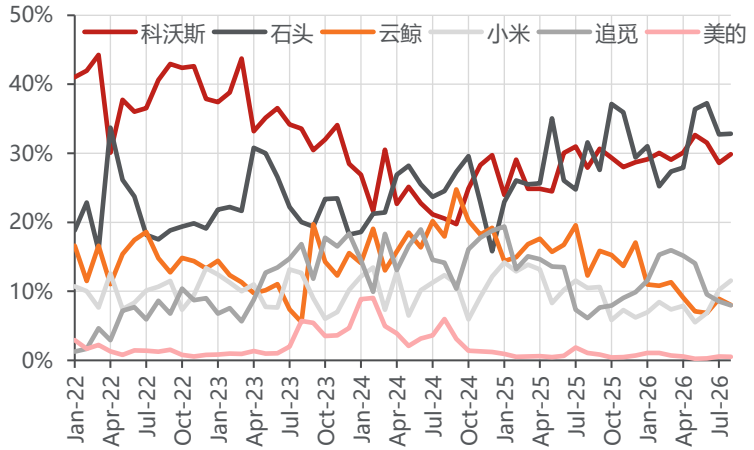
图表：扫地机品牌均价同比



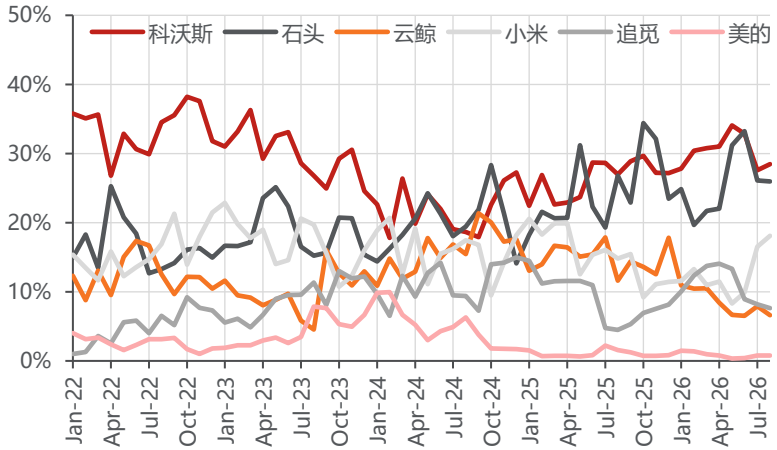
图表：扫地机品牌当月线上份额同比变动

	零售额份额	额份额同比(pct)	零售量份额	量份额同比(pct)
科沃斯	29.9%	2.0	28.5%	1.5
小米	11.5%	1.1	18.1%	3.3
石头	32.8%	1.2	26.0%	-0.8
云鲸	8.1%	-4.2	6.6%	-5.0
追觅	8.0%	1.8	7.6%	3.2
美的	0.5%	-0.6	0.8%	-0.8
海尔	0.3%	-0.3	1.0%	-0.6

图表：扫地机品牌线上额份额



图表：扫地机品牌线上量份额

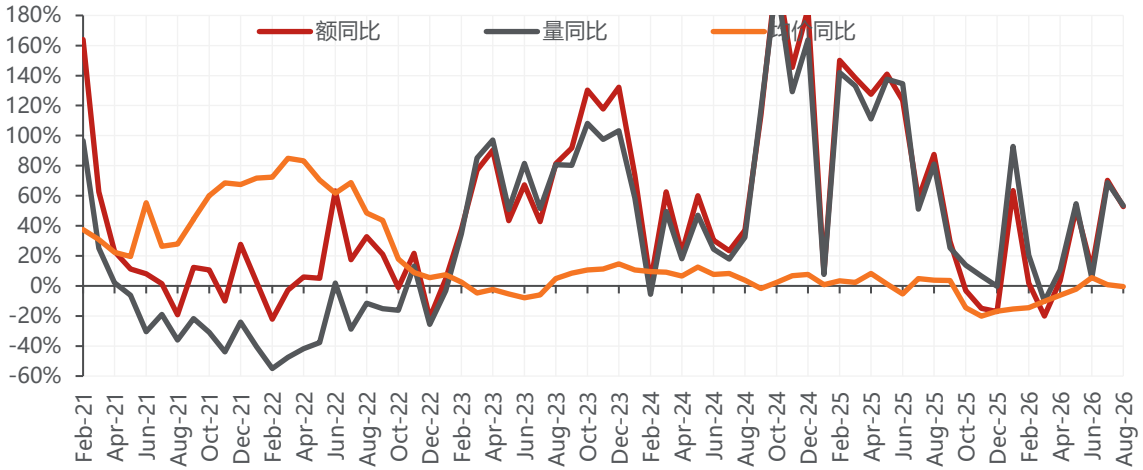


资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

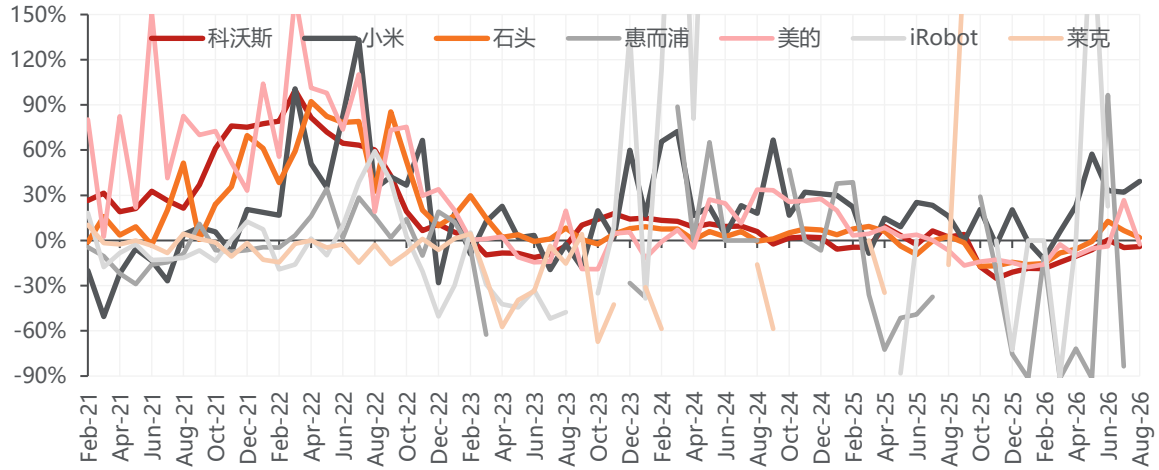
仅供内部参考，请勿外传

3.10 8月扫地机线下零售量/价分别同比+53%/-1%

图表：扫地机线下零售量价



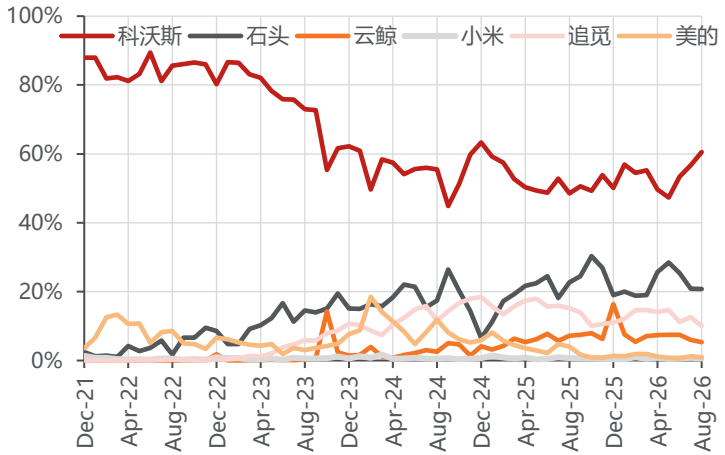
图表：扫地机品牌均价同比



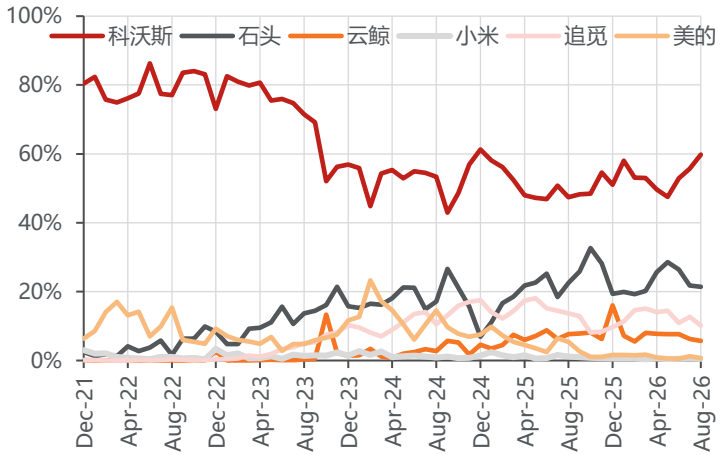
图表：扫地机品牌当月线下份额同比变动

	零售额份额	额份额同比(pct)	零售量份额	量份额同比(pct)
科沃斯	60.5%	13.1	59.8%	11.3
小米	0.6%	-0.6	0.5%	-0.2
石头	20.8%	-1.8	21.4%	-1.3
云鲸	5.3%	-2.4	5.7%	-1.6
追觅	10.0%	-3.7	10.2%	-5.0
美的	1.0%	-4.5	0.7%	-3.3
海尔	0.0%	0.0	0.0%	0.0

图表：扫地机品牌线下额份额



图表：扫地机品牌线下量份额

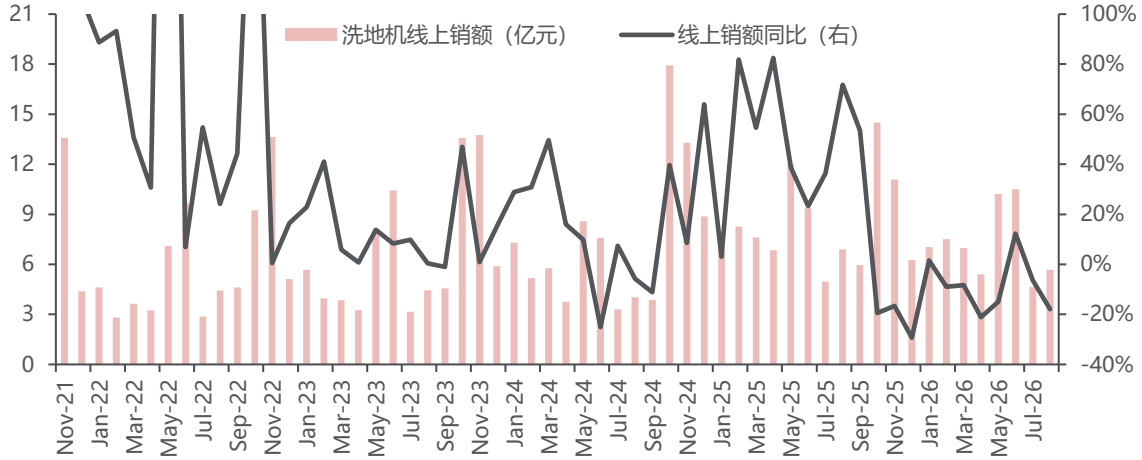


资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

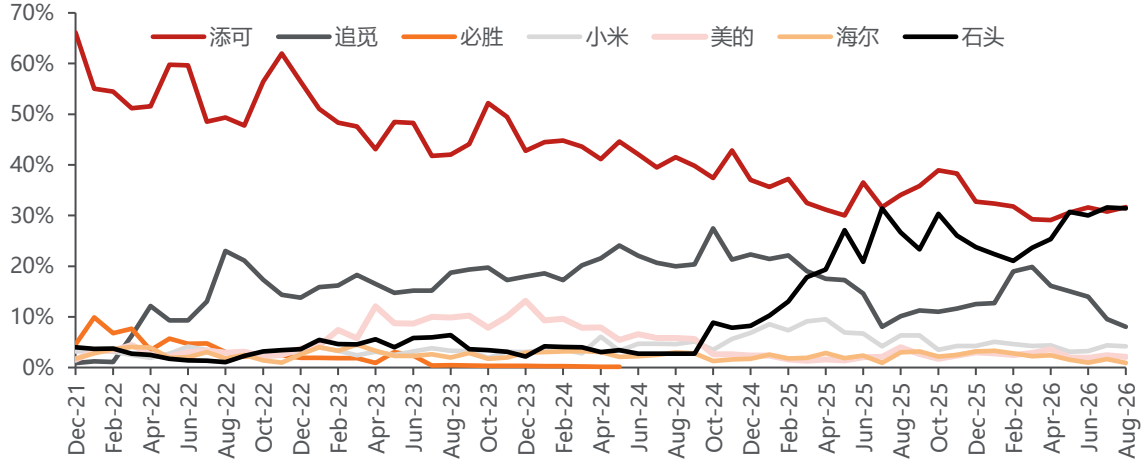
仅供内部参考，请勿外传

3.10 8月洗地机线上销额同比-18%，石头份额升势延续

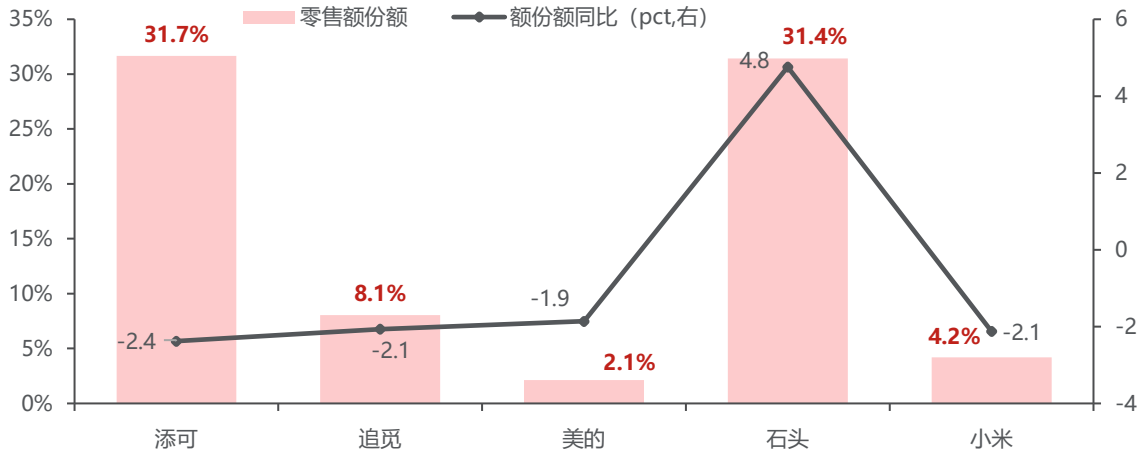
图表：洗地机线上销额及增速



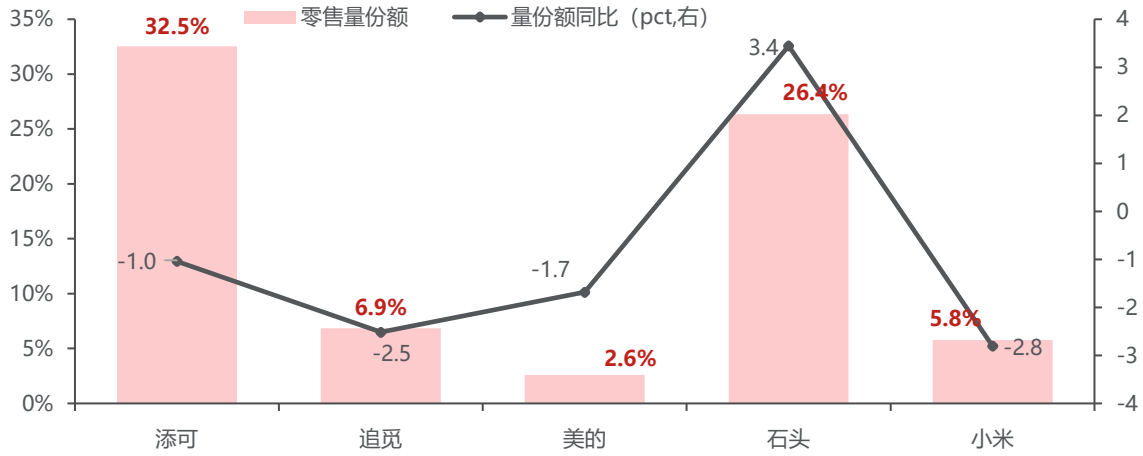
图表：洗地机品牌零售额份额走势



图表：洗地机品牌当月零售额份额及同比



图表：洗地机品牌当月零售量份额及同比

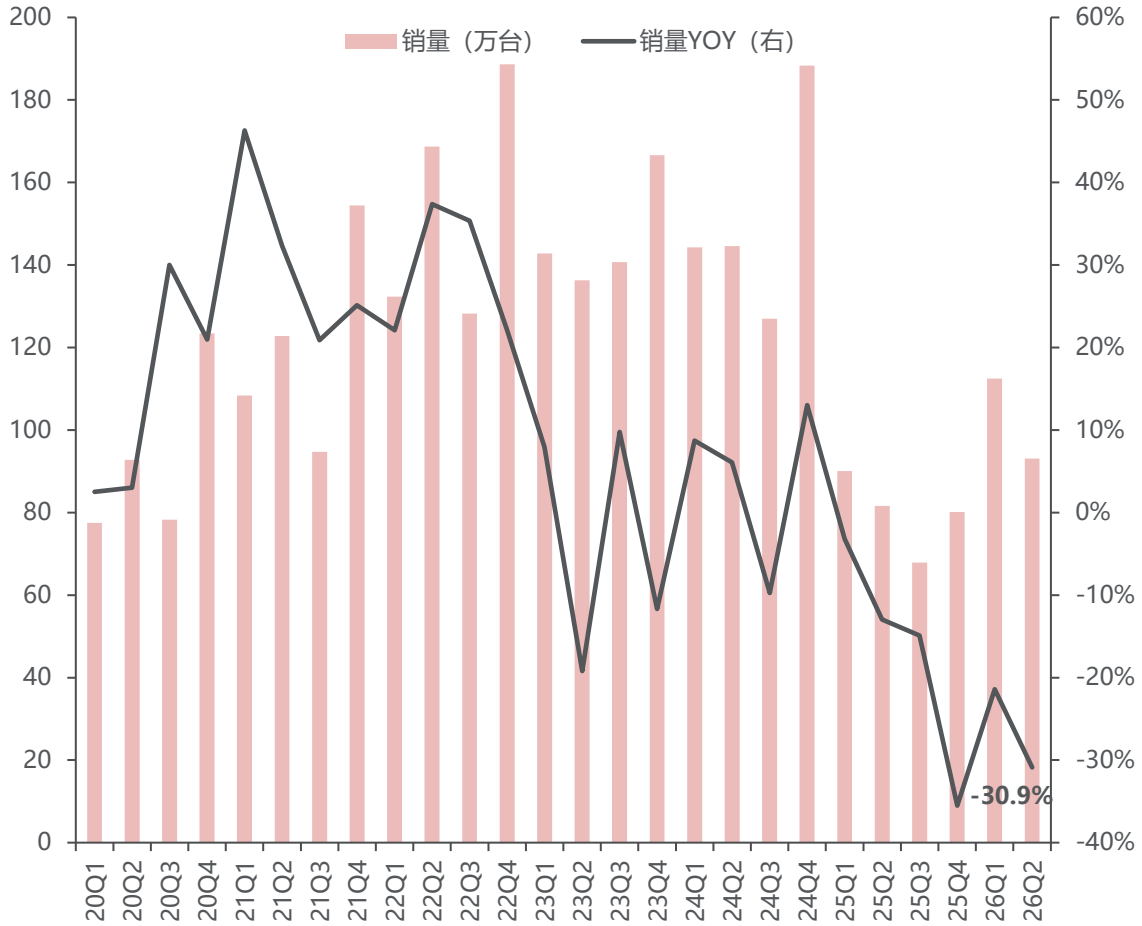


资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（注：奥维线下监测口径较窄且调整较多，谨慎参考；2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

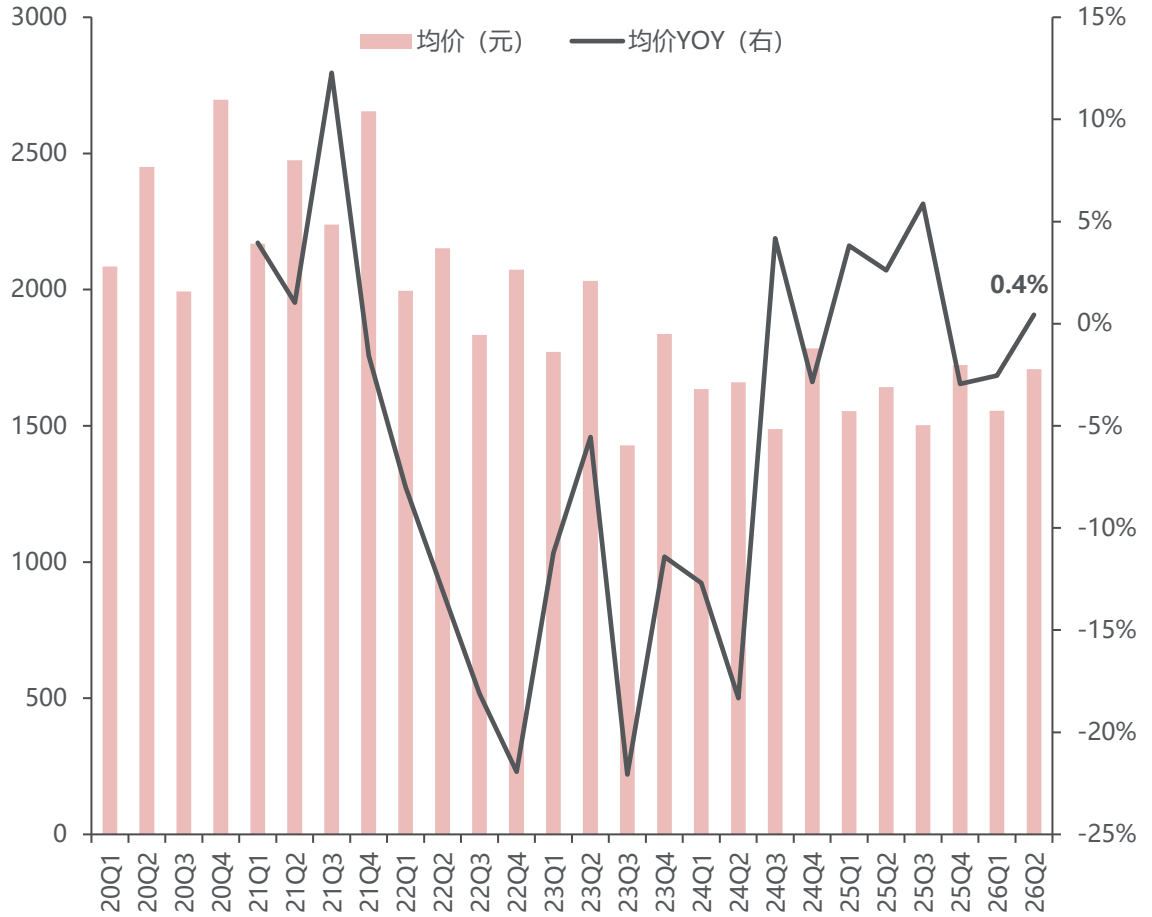
仅供内部参考，请勿外传

3.11 26Q2投影仪线上销量/均价分别同比-31%/持平

图表：家用智能投影季度线上销量增速



图表：家用智能投影季度线上均价及同比



资料来源：洛图科技，国联民生证券研究所

仅供内部参考，请勿外传

04

投资建议&核心报告

仅供内部参考，请勿外传

4.1 投资建议&核心报告

展望后续，家电行业β低位向上，弹性可期；龙头积极挖掘海外增量、业务边界外拓，利润受益于内生控费增效、品牌势能提升、竞争压力缓解。以白电为代表的价值龙头，股东回报多有加码，红利属性强化，“稳增长+高股息”提供估值修复基础。7月市场风格再平衡中，白电核心资产表现突出，板块相对估值/持仓/经营均在低位，内销基数压力减轻，7~8月零售量趋势向上，而Q2海外龙头收入端表现多有改善，指示经营环境好转，外需修复延续，内销拐点渐近。标的方面，推荐稳增长高股息的**美的集团**、**格力电器**、**海尔智家**、**海信家电**；冲击全球霸主、打开盈利空间的**海信视像**、**TCL电子**；关注挖掘全球市场红利、出口链优质子行业龙头**科沃斯**、**石头科技**、**安克创新**、**欧伦电气**、**欧圣电气等标的**。

近期核心报告——

《家电行业2026H1财报综述：外销带动营收企稳，汇兑拖累盈利表现》

《美的集团：转型5年，C端蜕变，B端破局》

《热浪淘金：从欧洲空调热销看出海α重估》

《经营筑底回升，蓝筹价值再发现——家电行业2026年中期投资策略》

《空调铝代铜：空间、路径和节奏》

《家电行业2026年度投资策略：藏锋以韫玉，千帆隐映来》

《关税的边际与边界》

《手持智能影像设备专题：小巧聪颖，记录瞬间，开启影像新蓝海》

《进击的小米白电——国内展望》

《进击的小米白电——归因》

《九号公司：短交通+机器人，驭电而行，智能护航》

《海尔智家：空调改善空间与欧美经营杠杆》

《海外家电财报跟踪2026年中报篇：收入多有提速，经营预期积极》

《如何看FCC新规对扫地机行业影响？》

《汇率升值，出海后势如何？》

《成本周期中的价格、格局与盈利演绎》

《穷变通久——日韩系出海复盘》

《越过山丘——复盘历史看政策后势》

《彩电聚焦：挖掘升级红利，高端化助力出海》

《韧性时代：关税周期中的挑战与底气》

* 请务必阅读最后一页免责声明

仅供内部参考，请勿外传

05

风险提示

仅供内部参考，请勿外传

5.1 风险提示

1）原材料成本大幅上涨。原材料占主要家电公司营业成本80%以上，目前板块后续盈利预期建立在原材料价格总体平稳假设上，近期有色金属价格有上行趋势，中东地缘冲突带来塑料价格及海运费风险，若后续演化为大宗价格普涨，盈利有不达预期的可能。

2）地缘及关税不确定性。当前美国关税政策仍有不确定性，欧美市场家电终端需求虽整体处于稳步恢复态势中，但仍受货币及财政政策等影响，地缘冲突激化风险仍存，可能影响后续海外整体需求恢复及中国家电出口。

仅供内部参考，请勿外传



THANKS 致谢

家用电器研究团队

分析师 管泉森
执业证书：S0590523100007
邮件：guanqs@glms.com.cn

分析师 孙珊
执业证书：S0590523110003
邮件：sunshan@glms.com.cn

分析师 蔡奕娴
执业证书：S0590525120016
邮件：caiyx@glms.com.cn



联系我们：

无锡 江苏省无锡市金融一街8号国联金融大厦8楼

北京 北京市西城区丰盛胡同20号丰铭国际大厦B座5F

上海 上海市虹口区杨树浦路188号星立方大厦B座7层

深圳 深圳市福田区中心四路1号嘉里建设广场1座10层01室

分析师承诺：

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并登记为注册分析师，基于认真审慎的工作态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑得出研究结论，独立、客观地出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。本报告清晰准确地反映了研究人员的研究观点，结论不受任何第三方的授意、影响，研究人员不曾因、不因、也将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利益。

评级说明：

投资建议评级标准		评级	说明
以报告发布日后的12个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A股以沪深300指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；北交所以北证50指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普500指数为基准。	公司评级	推荐	相对基准指数涨幅15%以上
		谨慎推荐	相对基准指数涨幅5%～15%之间
		中性	相对基准指数涨幅-5%～5%之间
		回避	相对基准指数跌幅5%以上
	行业评级	推荐	相对基准指数涨幅5%以上
		中性	相对基准指数涨幅-5%～5%之间
		回避	相对基准指数跌幅5%以上

免责声明：

本报告由国联民生证券股份有限公司或其关联机构制作。国联民生证券股份有限公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告的分销依据不同国家、地区的法律、法规和监管要求由国联民生证券于该国家或地区的具有相关合法合规经营资质的子公司/经营机构完成。在遵守适用的法律法规情况下，本报告亦可能由国联证券国际金融有限公司在香港地区发行。国联证券国际金融有限公司具备香港证监会批复的就证券提供意见（4号牌照）的牌照，接受香港证监会监管，负责本报告于中国香港地区的发行与分销。

本报告仅供本公司授权之机构及个人使用，本公司不会因任何人收到本报告而视其为客户。本报告仅为参考之用，并不构成对任何人的操作建议或任何保证，不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告所包含的观点及建议并未考虑获取本报告的机构及个人的具体投资目的、财务状况、特殊状况、目标或需要，客户应当充分考虑自身特定状况，进行独立评估，并应同时考量自身的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见，不应单纯依靠本报告所载的内容而取代自身的独立判断。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而导致的任何可能的损失负任何责任。

本报告是基于已公开信息撰写，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，且预测方法及结果存在一定程度局限性。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。

在法律允许的情况下，本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问、咨询服务等相关服务，本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事；本公司自营部门及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

若本公司以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构的客户应联系该机构以交易本报告提及的证券或要求获悉更详细的信息。本报告不构成本公司向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议。本公司不会因任何机构或个人从其他机构获得本报告而将其视为本公司客户。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。

本报告的版权仅归本公司所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式、任何目的进行翻版、转载、公开传播、篡改或引用，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。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。本公司版权所有并保留一切权利。