家电需求整体偏弱，主要原材料价格环比回落

家电行业 W39 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 28 日



核心观点

- **家电需求整体偏弱，清洁电器线上改善、线下转弱。**根据奥维 W38 数据，**分渠道看，**传统大家电线上销量表现分化，彩电降幅由 6%收窄至 3%，冰箱增速由 4%提升至 9%，空调降幅由 12%扩大至 23%，洗衣机增速由 10%回落至 2%；线下多数品类改善，彩电、冰箱、洗衣机降幅分别由 23%、23%、15%收窄至 14%、7%、11%，空调降幅由 27%扩大至 30%，年累计销量仍全面下滑。清洁电器线上明显回暖，扫地机器人降幅由 27%收窄至 10%，洗地机由下降 13%转为增长 11%；线下则边际走弱，扫地机器人由增长 10%转为下降 11%，洗地机降幅由 8%扩大至 19%。整体看，传统品类线上分化、线下多数改善，清洁电器线上回暖、线下转弱。**分品牌看，**黑电线上表现分化，Vidda、雷鸟、红米和创维保持增长，其中雷鸟增速明显提升；白电线上空调整体转弱，仅统帅和长虹实现增长，且增速均有所回落；线下空调品牌普遍下降，冰箱、洗衣机品牌表现分化。
- **核心原材料价格多数回落，原油价格环比大幅下跌。**截至 2026 年 9 月 24 日，铜、铝、钢、塑料价格环比上周分别为+1.8%/-0.1%/-0.4%/-1.2%，年累计涨跌幅为+8.5%/+2.1%/-1.3%/+28.2%；其中铜价高位继续上行，年累计涨幅扩大至 8%以上，铝价高位基本持稳，钢材价格低位小幅回落，塑料价格高位回调，但年累计涨幅仍超 28%。WTI 原油价格报 95 美元/桶，环比大幅下跌 7.2%，年累计涨幅为 62.2%，仍维持较高水平。
- **海运周度指数环比小幅上涨，主要航线涨跌分化。**截至 2026 年 9 月 18 日，中国出口集装箱货运价格指数累计 59%，环比上周 2%，季度内 5%。其中美西航线年累 92%，环比上周 0%，季度内 11%；欧洲航线年累 35%，环比上周-1%，季度内-8%；南美航线年累 217%，环比上周 1%，季度内 9%；东南亚航线年累 7%，环比上周 4%，季度内-1%；地中海航线年累 19%，环比上周-1%，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。

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
香港证监会牌照：BYO021
lihanying@orientsec.com.cn
021-63326320

联系人

卫禹含 执业证书编号：S0860126070002
weiyuhan@orientsec.com.cn
021-63326320

相关报告

8 月家电社零同比转正，运价环比上行：家电行业 W38 数据周报	2026-09-21
厨电企业加码海外收购，多公司底部释放信心	2026-09-21
黑电零售端销量边际修复，TCL 电子推动并表协同出海：黑电行业月度追踪	2026-09-17

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. 家电需求整体偏弱，清洁电器线上改善、线下转弱 4
2. 核心原材料价格多数回落，原油价格环比大幅下跌 5
3. 海运周度指数环比小幅上涨，主要航线涨跌分化 7
4. 行业重点新闻更新 7
5. 投资建议 8
6. 风险提示 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。

下载日志已记录，仅供内部参考

图表目录

图 1：黑电线上线下均降幅收窄，其他大家电线上分化、线下多数改善，清洁电器线上回暖、线下转弱 4
图 2：黑电线上品牌表现延续改善，Vidda、雷鸟、红米和创维销量均同比增长，其中雷鸟增速最高 4
图 3：线上空调整体转弱，仅统帅和长虹销量同比保持增长，且增速均明显回落 5
图 4：核心原材料价格多数回落，原油价格环比大幅下跌 6
图 5：铜价延续高位上行，铝价维持高位震荡 6
图 6：钢材价格低位小幅回落，塑料价格高位小幅回落 6
图 7：WTI 原油本周环比大幅下跌，年累计涨幅有所收窄 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：综合指数环比小幅上涨，主要航线涨跌分化 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. 家电需求整体偏弱，清洁电器线上改善、线下转弱

家电需求整体偏弱，清洁电器线上改善、线下转弱。根据奥维W38数据，**分渠道看，**传统大家电线上销量表现分化，彩电降幅由6%收窄至3%，冰箱增速由4%提升至9%，空调降幅由12%扩大至23%，洗衣机增速由10%回落至2%；线下多数品类改善，彩电、冰箱、洗衣机降幅分别由23%、23%、15%收窄至14%、7%、11%，空调降幅由27%扩大至30%，年累计销量仍全面下滑。清洁电器线上明显回暖，扫地机器人降幅由27%收窄至10%，洗地机由下降13%转为增长11%；线下则边际走弱，扫地机器人由增长10%转为下降11%，洗地机降幅由8%扩大至19%。整体看，传统品类线上分化、线下多数改善，清洁电器线上回暖、线下转弱。**分品牌看，**黑电线上表现分化，Vidda、雷鸟、红米和创维保持增长，其中雷鸟增速明显提升；白电线上空调整体转弱，仅统帅和长虹实现增长，且增速均有所回落；线下空调品牌普遍下降，冰箱、洗衣机品牌表现分化。

图1：黑电线上线下均降幅收窄，其他大家电线上分化、线下多数改善，清洁电器线上回暖、线下转弱

品类	销量同比增速				销额同比增速				销量同比	销额同比
线上	W38 (9.14~9.20)	W37 (9.07~9.13)	W36 (8.31~9.06)	W35 (8.24~8.30)	W38 (9.14~9.20)	W37 (9.07~9.13)	W36 (8.31~9.06)	W35 (8.24~8.30)	年累计	
彩电	-3%	-6%	7%	-28%	-21%	-23%	0%	-32%	-18%	-13%
冰箱	9%	4%	1%	11%	-16%	-13%	-19%	-6%	-6%	-4%
空调	-23%	-12%	1%	10%	-38%	-30%	-16%	-9%	-13%	-22%
洗衣机	2%	10%	-6%	9%	-18%	-5%	-17%	-5%	-4%	-4%
油烟机	-13%	-31%	-2%	-18%	-30%	-39%	-11%	-24%	-15%	-6%
燃气灶	-7%	-16%	6%	-6%	-23%	-32%	-4%	-17%	-16%	-12%
扫地机器人	-10%	-27%	0%	-12%	-19%	-31%	-16%	-18%	-7%	-10%
洗地机	11%	-13%	32%	-12%	-11%	-27%	19%	-28%	1%	-8%
净水器	0%	-12%	0%	-9%	-20%	-28%	-14%	-21%	-20%	-22%
线下	W38 (9.14~9.20)	W37 (9.07~9.13)	W36 (8.31~9.06)	W35 (8.24~8.30)	W38 (9.14~9.20)	W37 (9.07~9.13)	W36 (8.31~9.06)	W35 (8.24~8.30)	年累计	
彩电	-14%	-23%	-4%	-20%	-19%	-31%	-6%	-21%	-4%	-11%
冰箱	-7%	-23%	5%	-7%	-13%	-28%	7%	-10%	-5%	-13%
空调	-30%	-27%	-12%	-22%	-33%	-32%	-15%	-25%	-17%	-20%
洗衣机	-11%	-15%	14%	-3%	-18%	-25%	13%	-6%	-7%	-14%
油烟机	-19%	-24%	16%	-13%	-25%	-29%	16%	-19%	-18%	-23%
燃气灶	-16%	-25%	15%	-16%	-22%	-30%	18%	-23%	-19%	-25%
扫地机器人	-11%	10%	53%	38%	-10%	5%	45%	24%	13%	6%
洗地机	-19%	-8%	31%	-21%	-16%	-9%	28%	-24%	1%	-2%
净水器	-18%	-26%	1%	-15%	-32%	-36%	-6%	-22%	-24%	-34%

数据来源：奥维数据，东方证券研究

图2：黑电线上品牌表现延续改善，Vidda、雷鸟、红米和创维销量均同比增长，其中雷鸟增速最高

线上品牌	W38 (9.14~9.20)			W37 (9.07~9.13)			W36 (8.31~9.06)			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	0%	0%	-24%	-8%	0%	-15%	26%	3%	1%	103.5	-12%	13.3%	1%	5263	10%
Vidda	8%	1%	-19%	20%	3%	-14%	63%	5%	-2%	87.0	-22%	11.2%	-1%	2495	7%
TCL	-11%	-1%	-25%	-22%	-2%	-16%	-6%	-2%	-9%	95.7	-9%	12.3%	1%	4729	4%
雷鸟	21%	2%	-16%	1%	1%	-12%	-4%	-1%	6%	67.4	-23%	8.7%	0%	2874	13%
小米	-14%	-1%	-4%	-51%	-2%	-8%	-55%	-3%	-11%	24.1	-58%	3.1%	-3%	4847	11%
红米	12%	3%	-12%	22%	5%	-10%	26%	3%	-7%	167.8	-11%	21.6%	2%	2106	0%
创维	2%	0%	-21%	25%	3%	-26%	18%	1%	-15%	73.6	-12%	9.5%	1%	4203	9%
长虹	-14%	0%	-5%	-23%	-1%	-22%	-11%	-1%	-12%	27.7	-7%	3.6%	0%	2463	2%
线下品牌	W38 (9.14~9.20)			W37 (9.07~9.13)			W36 (8.31~9.06)			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	-14%	0%	1%	-31%	-3%	-2%	-18%	-5%	10%	42.3	-6%	28.9%	-1%	7557	0%
TCL	-7%	2%	-6%	-18%	1%	-12%	9%	3%	-3%	31.2	2%	21.3%	2%	5723	-7%
创维	-2%	3%	-10%	1%	6%	-17%	14%	4%	-5%	36.6	7%	25.0%	3%	5565	-13%
长虹	17%	3%	-9%	4%	3%	-4%	49%	4%	-22%	15.4	22%	10.5%	2%	4006	-9%
小米	-41%	0%	17%	-6%	0%	42%	-47%	0%	24%	0.4	-55%	0.3%	0%	5041	8%
红米	-65%	-1%	25%	-31%	0%	22%	-47%	0%	-1%	0.6	-45%	0.4%	0%	2116	5%
三星	-91%	-2%	0%	-90%	-2%	-17%	-82%	-2%	-15%	1.7	-65%	1.1%	-2%	13254	-4%
海尔	-21%	0%	2%	-30%	0%	-4%	7%	0%	2%	4.0	13%	2.7%	0%	3526	-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。

下载日志已记录，仅供内部参考

图 3：线上空调整体转弱，仅统帅和长虹销量同比保持增长，且增速均明显回落

线上		W38 (9.14～9.20)			W37 (9.07～9.13)			W36 (8.31～9.06)			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	-25%	0%	-23%	-14%	0%	-27%	3%	0%	-19%	482.6	-20%	19.8%	-2%	2616	-11%
	格力	-33%	-3%	-18%	-19%	-2%	-20%	9%	2%	-17%	415.7	-16%	17.0%	-1%	3261	-6%
	小米	-14%	2%	-24%	-25%	-3%	-21%	25%	3%	-25%	359.9	-18%	14.8%	-1%	1956	-20%
	华凌	-9%	2%	-21%	23%	4%	-27%	6%	1%	-21%	272.8	-1%	11.2%	1%	1856	-14%
	海尔	-23%	0%	-27%	-12%	0%	-28%	-30%	-2%	-21%	146.7	-22%	6.0%	-1%	2449	-10%
	TCL	-41%	-1%	-10%	-23%	-1%	-17%	-18%	-2%	-15%	159.5	-18%	6.5%	0%	1918	-8%
	统帅	20%	2%	-1%	65%	2%	-7%	17%	1%	-2%	122.6	20%	5.0%	1%	1868	-2%
	奥克斯	-49%	-2%	3%	-58%	-3%	-2%	-53%	-4%	0%	110.1	-38%	4.5%	-2%	2075	-4%
	海信	-18%	0%	-6%	20%	1%	16%	18%	0%	-15%	66.0	-16%	2.7%	0%	2452	1%
	长虹	3%	0%	-19%	70%	1%	-32%	99%	1%	-32%	51.3	35%	2.1%	1%	1949	-16%
冰箱	海尔	29%	4%	-32%	14%	2%	-25%	26%	5%	-26%	349.9	16%	27.8%	5%	2428	-12%
	美的	33%	3%	-41%	12%	1%	-24%	19%	3%	-36%	191.3	-17%	15.2%	-2%	2280	-4%
	统帅	18%	1%	-15%	-23%	-2%	-28%	-19%	-2%	-8%	117.5	31%	9.4%	3%	1650	13%
	容声	-11%	-2%	-12%	2%	0%	-9%	0%	0%	-15%	134.5	-11%	10.7%	-1%	2891	9%
	小米	-17%	-2%	-4%	-7%	-1%	-19%	-31%	-3%	-17%	78.3	-31%	6.2%	-2%	1480	-13%
	志高	-20%	-2%	-5%	20%	1%	-7%	-18%	-1%	-7%	68.7	-7%	5.5%	0%	498	10%
	华凌	20%	0%	-29%	21%	1%	-23%	22%	1%	-31%	60.1	22%	4.8%	1%	1471	-1%
	荣事达	34%	0%	-39%	28%	1%	-36%	87%	1%	-35%	29.6	-39%	2.4%	-1%	640	10%
	海信	-41%	-1%	39%	-31%	-1%	86%	-26%	-1%	54%	21.1	-11%	1.7%	0%	2651	37%
	卡萨帝	-22%	0%	-25%	32%	0%	-17%	-20%	0%	-31%	13.9	2%	1.1%	0%	9358	-7%
洗衣机	小天鹅	3%	0%	-17%	29%	4%	-27%	4%	2%	-18%	364.2	7%	24.1%	2%	1664	-11%
	海尔	26%	5%	-24%	21%	2%	-21%	13%	4%	-29%	409.9	6%	27.1%	2%	1564	-7%
	美的	-22%	-4%	-8%	-17%	-5%	-10%	-26%	-4%	-8%	213.6	-20%	14.1%	-3%	1104	8%
	统帅	28%	2%	-48%	11%	0%	-7%	4%	1%	21%	109.2	-17%	7.2%	-1%	1818	43%
	扬子	73%	1%	5%	98%	1%	2%	-4%	0%	6%	24.7	201%	1.6%	1%	345	11%
	奥克斯	-2%	0%	-24%	50%	1%	-34%	43%	1%	-24%	32.5	258%	2.2%	2%	504	7%
	荣事达	-30%	-1%	-12%	-3%	0%	1%	-57%	-1%	1%	26.9	33%	1.8%	0%	599	19%

线下		W38 (9.14～9.20)			W37 (9.07～9.13)			W36 (8.31～9.06)			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	-12%	6%	-7%	-25%	1%	-7%	0%	4%	-5%	98.4	-17%	29.4%	0%	3896	-7%
	格力	-53%	-12%	3%	-34%	-1%	-2%	-17%	-1%	-1%	87.0	-19%	25.9%	0%	4694	-3%
	海尔	-10%	4%	3%	-21%	0%	-3%	-14%	-1%	-3%	47.4	-19%	14.2%	-1%	3665	1%
	海信	-19%	0%	-3%	-38%	-2%	-6%	-30%	-3%	-5%	33.6	-21%	10.0%	-1%	3818	-5%
	奥克斯	-15%	0%	-4%	6%	1%	-2%	-14%	0%	0%	8.3	2%	2.5%	1%	2772	-2%
	TCL	-35%	0%	-17%	-34%	-1%	-5%	-18%	0%	1%	8.1	-29%	2.4%	0%	3034	-5%
	科龙	-18%	0%	-3%	-15%	0%	-6%	-16%	0%	-5%	7.5	3%	2.2%	0%	2660	-6%
	统帅	-18%	0%	10%	-18%	0%	-1%	-14%	0%	2%	5.3	80%	1.6%	1%	2191	-10%
	长虹	-11%	0%	-3%	0%	1%	-2%	19%	1%	-10%	9.2	1%	2.8%	1%	2857	-7%
	卡萨帝	-49%	0%	9%	-22%	0%	-17%	-16%	0%	-4%	7.1	-29%	2.1%	0%	6025	-4%
冰箱	海尔	-7%	-1%	-4%	-6%	5%	-9%	25%	5%	-3%	63.8	1%	30.9%	2%	4927	-14%
	容声	-6%	0%	7%	-39%	-5%	6%	-23%	-6%	2%	34.1	-6%	16.5%	0%	5412	-9%
	美的	14%	3%	-13%	-4%	2%	-11%	28%	2%	-5%	31.1	9%	15.0%	2%	4421	-12%
	美菱	7%	1%	-15%	-8%	1%	-15%	23%	1%	-13%	18.7	-4%	9.0%	0%	4135	-12%
	卡萨帝	0%	1%	-7%	-15%	1%	-9%	31%	2%	-4%	17.0	2%	8.2%	1%	12827	-6%
	海信	-12%	0%	3%	-38%	-2%	11%	-17%	-2%	-3%	12.3	-7%	6.0%	0%	6074	-2%
	西门子	-34%	-1%	6%	-47%	-2%	6%	4%	0%	10%	5.9	-29%	2.9%	-1%	11505	4%
	澳柯玛	-30%	-1%	-8%	-6%	0%	4%	-5%	0%	0%	3.7	-24%	1.8%	-1%	2877	-1%
	法迪欧	-6%	0%	3%	-6%	0%	-2%	-15%	0%	6%	2.3	48%	1.1%	0%	2106	7%
	新飞	-9%	0%	-11%	-24%	1%	-16%	3%	1%	-13%	1.6	-8%	0.8%	0%	2725	-6%
洗衣机	海尔	-7%	2%	-3%	-11%	2%	-5%	15%	1%	1%	67.7	-6%	34.2%	1%	3169	-4%
	小天鹅	-1%	4%	-12%	-1%	4%	-9%	30%	4%	-7%	50.7	9%	25.6%	4%	3404	-9%
	海信	-25%	-1%	9%	-16%	0%	1%	-8%	-2%	11%	12.4	-6%	6.3%	0%	3600	3%
	松下	-47%	-5%	-6%	-31%	-2%	-8%	8%	-1%	4%	14.6	-17%	7.4%	-1%	5118	-6%
	美的	12%	1%	-10%	45%	2%	-6%	51%	1%	-5%	8.2	37%	4.2%	1%	2106	-9%
	卡萨帝	-13%	0%	-5%	-40%	-2%	0%	5%	0%	-4%	10.6	-25%	5.4%	-1%	9563	-1%
	美菱	4%	0%	-8%	3%	1%	-12%	24%	0%	-3%	6.2	-1%	3.1%	0%	2166	-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回落，原油价格环比大幅下跌

核心原材料价格多数回落，原油价格环比大幅下跌。截至 2026 年 9 月 24 日，铜、铝、钢、塑料价格环比上周分别为+1.8%/-0.1%/-0.4%/-1.2%，年累计涨跌幅为+8.5%/+2.1%/-1.3%/+28.2%；其中铜价高位继续上行，年累计涨幅扩大至 8%以上，铝价高位基本持稳，钢材价格低位小幅回落，塑料价格高位回调，但年累计涨幅仍超 28%。WTI 原油价格报 95 美元/桶，环比大幅下跌 7.2%，年累计涨幅为 62.2%，仍维持较高水平。

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。

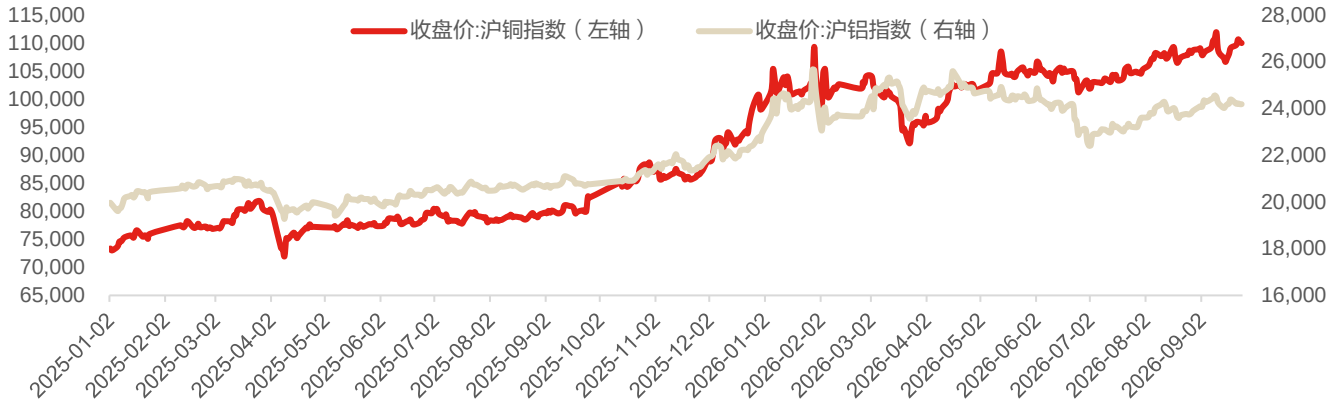
下载日志已记录，仅供内部参考

图 4：核心原材料价格多数回落，原油价格环比大幅下跌

最新更新日期：	2026/9/24				
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）	109961	37.5%	1.8%	7.9%	8.5%
SHFE 铝（点）	24177	16.7%	-0.1%	7.9%	2.1%
冷轧钢（点）	110	-4.0%	-0.4%	-0.2%	-1.3%
塑料（点）	967	22.3%	-1.2%	13.9%	28.2%
WTI原油（美元/桶）	95	45.6%	-7.2%	38.0%	62.2%

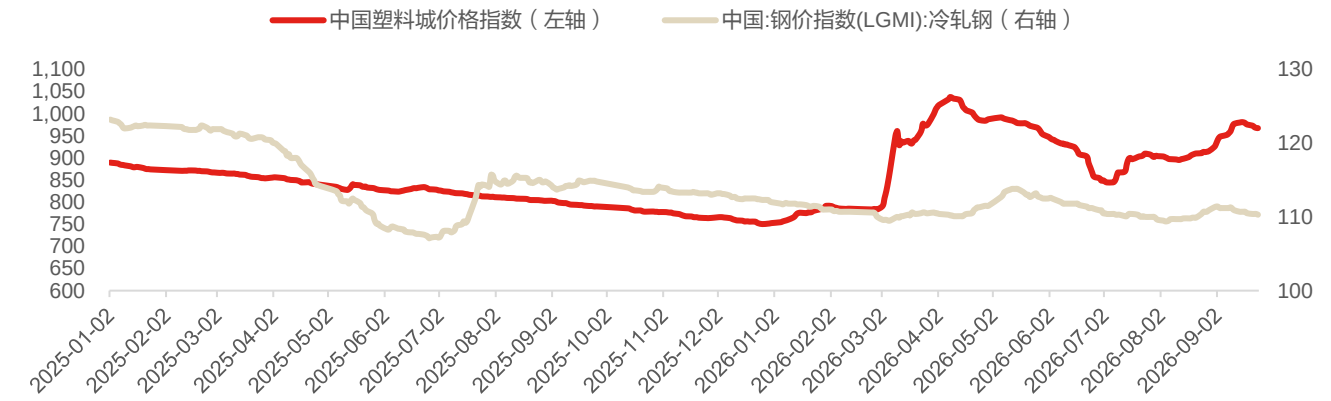
数据来源：Wind，东方证券研究

图 5：铜价延续高位上行，铝价维持高位震荡



数据来源：Wind，东方证券研究

图 6：钢材价格低位小幅回落，塑料价格高位小幅回落

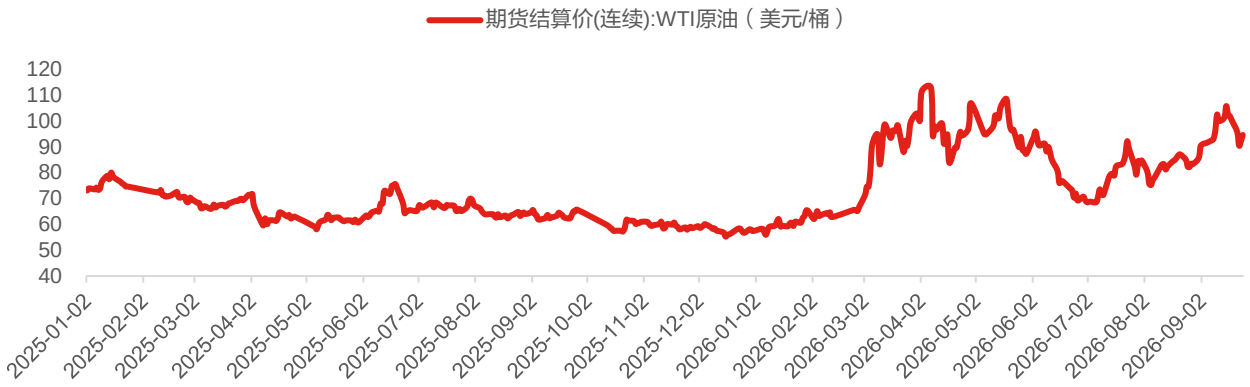


数据来源：Wind，东方证券研究

图 7：WTI 原油本周环比大幅下跌，年累计涨幅有所收窄

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。

下载日志已记录，仅供内部参考

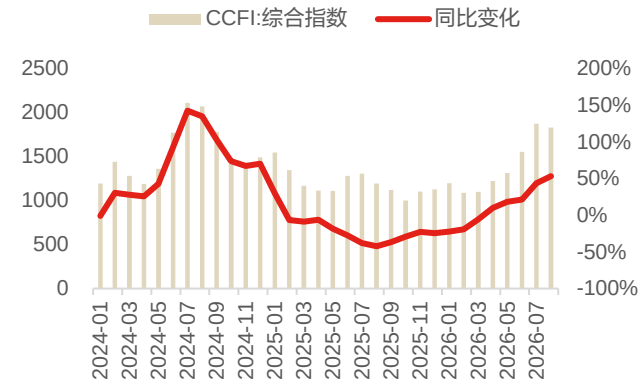


数据来源：Wind，东方证券研究

3. 海运周度指数环比小幅上涨，主要航线涨跌分化

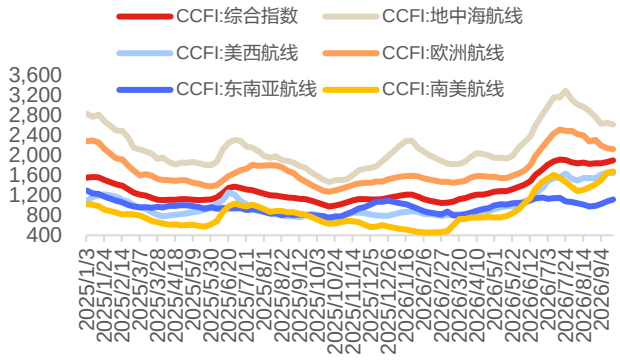
海运周度指数环比小幅上涨，主要航线涨跌分化。截至 2026 年 9 月 18 日，中国出口集装箱货运价格指数累计 59%，环比上周 2%，季度内 5%。其中美西航线年累 92%，环比上周 0%，季度内 11%；欧洲航线年累 35%，环比上周-1%，季度内-8%；南美航线年累 217%，环比上周 1%，季度内 9%；东南亚航线年累 7%，环比上周 4%，季度内-1%；地中海航线年累 19%，环比上周-1%，季度内-12%。

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：综合指数环比小幅上涨，主要航线涨跌分化



数据来源：Wind，东方证券研究

4. 行业重点新闻更新

轻工纺织产业“十五五”发展规划正式发布。近日，工信部、商务部、市场监管总局印发《轻工纺织产业发展“十五五”规划》，提出到 2030 年力争规模以上企业营业收入突破 30 万亿元，并从规模效益、创新能力、转型升级、民生保障等方面设置提出 11 项预期性目标。规划部署提升创新能力、促进供需适配、推进智能绿色转型、拓展产业融合及优化国内外布局等重点任务，进一步巩固我国轻工纺织产业竞争优势。

极米科技、春风动力、顺威股份、苏泊尔近期相继披露股权激励相关方案，覆盖股票期权授予及实施安排，进一步完善公司中长期激励机制。

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

极米科技披露股权激励预案，拟通过股票期权方式加强对核心人员的长期激励。公司计划授予股票期权 210 万股，占总股本的 3%，股票来源为定向发行，行权价格为 84.82 元/股，有效期 5 年，目前方案已进入董事会预案阶段。

春风动力同步推进股权激励计划，拟进一步增强核心团队与公司长期发展的利益联结。公司计划授予股票期权 415.18 万股，占总股本的 2.71%，股票来源为定向发行，行权价格 233.45 元/股，有效期 5 年，目前处于董事会预案阶段。

顺威股份披露股权激励预案，通过股票期权方式进一步健全公司长效激励机制。公司拟授予股票期权 405 万股，占总股本的 0.52%，股票来源为定向发行，行权价格为 5.39 元/股，有效期 6 年，目前方案处于董事会预案阶段。

苏泊尔股权激励方案已进入实施阶段，相关激励安排进一步落地。公司拟授予股票期权 104.3 万股，占总股本的 0.13%，股票来源为定向发行，行权价格为 31.21 元/股，有效期 4 年。

京东方、TCL 华星和惠科相继上调 LCD 电视面板价格，行业价格端迎来新一轮调整。受上游原材料成本波动及供需格局变化影响，三家厂商近期陆续向下游客户发出调价通知，其中京东方新价格自 10 月起执行，TCL 华星和惠科已于 9 月实施。当前大陆厂商在大尺寸电视 LCD 面板市场占据主导地位，部分产线开工率已回落至约 70%，本轮调价有望缓解成本压力并改善盈利水平。

鸿蒙智选秋季新品集中亮相，智能家电生态进一步扩容。9 月 24 日，鸿蒙智选发布 20 余款新品，覆盖智慧卧室、智慧阳台、智慧卫浴及智慧安防等家庭场景，涉及智能空调、热泵洗烘一体机、燃气热水器、智能卫浴和安防设备等品类。同时，鸿蒙智选持续与美的等企业深化合作，创维、华帝等 6 家行业头部企业正式签约入驻，进一步扩充智能家电生态伙伴矩阵。

星帅尔筹划资产收购事项，拟通过发行股份及支付现金方式购买资产。9 月 22 日，公司披露拟收购梵宇科技及湘鹰新材料相关方案的最新进展，本次交易现已达成意向，公司计划同步募集配套资金。后续交易方案仍需进一步论证和履行相关审议程序，具体交易标的及金额等信息有待后续公告进一步披露。

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)。

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。

下载日志已记录，仅供内部参考

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。

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。

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。