国联民生证券
GUOLIAN MINSHENG SECURITIE

空调外销修复，财政加力稳地产

——家电行业2026年9月月报及10月投资策略



研究团队：家用电器团队

报告日期：2026年10月12日

下载日志已记录，仅供内部参考

报告摘要

时至10月上旬，我们对家电主流品类/品牌8~9月表现进行了梳理：冷年开端，空调渠道模式调整影响短期出货，冰洗弱势运行，终端来看，空调/冰箱零售量趋势好转，但均价表现普遍偏弱，后周期弱势运行，厨小品类分化延续；冰洗外销高基数上有所放缓，空调基数走低，增速持续修复，关税扰动不改长期趋势，修复有望延续。

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起基数走低，Q4同比有望回正；外销冰洗整体稳健，近月基数走低基础上，空调出口增速回正，厄尔尼诺有望带动核心市场需求，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）新兴品类&后周期：**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。此外，9月末房贷贴息政策落地，有望带动后周期需求修复，地产链经营/估值均在低位，修复进展值得跟踪。

投资建议：展望后续，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**；推荐挖掘全球市场红利的新兴赛道优质子行业龙头**科沃斯**、**石头科技**、**安克创新**，关注**欧伦电气**。

风险提示：1）原材料成本大幅上涨；2）地缘及关税不确定性。

下载日志已记录，仅供内部参考

国联民生证券 GUOLIAN MINSHENG SECURITIES



01 10月投资观点

02 9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

下载日志已记录，仅供内部参考

01

10月投资观点

下载日志已记录，仅供内部参考

1.1 空调外需修复，内销平稳筑底

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，Q4同比有望回正；外销冰洗稳健增长，近月基数走低基础上，空调出口增速回正，厄尔尼诺或带动核心市场需求修复，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。**

清洁电器：尽管海外消费或因通胀&地缘冲突而存在不确定性，但小家电需求韧性出色；清洁电器作为成功出海代表，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。内销受补贴退坡及高基数影响仍承压，但产品创新推动降幅边际收窄。展望全年，海外有望保持增长，内销恢复节奏仍需观察，行业格局预计短期稳定，龙头依托产品边际创新与全球化布局持续扩大竞争优势。推荐**科沃斯、石头科技。**

小家电&后周期：成熟厨房大/小家电受制消费景气及地产周期影响，经营尚在底部，9月底房贷贴息政策落地，需求修复进展值得关注；此外，我们认为研发创新是品类扩张关键先验指标，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，小家电企业研发费用率中枢也有提升。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。推荐**安克创新**，关注**欧伦电气。**

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	10月1日	美国9月ISM制造业PMI；欧元区9月制造业PMI/8月失业率
	10月2日	美国9月非农就业/失业率；欧元区9月CPI
	10月5日	美国9月Markit综合PMI；欧元区9月Markit综合PMI/8月PPI
	10月6日	欧元区8月零售销售
	10月14日	中国9月出口快讯/CPI/PPI；美国9月CPI
	10月15日	中国9月社融/新增贷款；美国9月PPI/零售销售
	10月16日	欧元区9月CPI
	10月19日	中国26Q3 GDP/9月社零/失业率/工业增加值/70城房价
	10月20日	中国10月LPR
	10月23日	美国10月Markit综合PMI；欧元区10月PMI
	10月27日	中国9月规上工企利润
	10月29日	美联储利率决议
	10月30日	日本央行利率决议
	10月31日	中国10月官方PMI
重点个股	10月16日	萤石网络三季报
	10月21日	天银机电/冰山冷热三季报
	10月22日	苏泊尔/亿田智能/北鼎股份/倍轻松三季报
	10月23日	爱玛科技/创维数字/九阳股份/TCL智家/长虹华意/东贝集团三季报
	10月25日	海信家电/兆驰股份/德尔玛/爱仕达三季报
	10月26日	格力电器/英维克/九号公司/小熊电器/长虹美菱/英特科技三季报
	10月27日	老板电器/飞科电器/盾安环境/新宝股份/富佳股份/德昌股份/惠而浦/浙江美大/比依股份/利仁科技/帅丰电器三季报
	10月28日	三花智控/冰轮环境/四川长虹/莱克电气/欧普照明/万和电气/汉宇集团/奥佳华/火星人/华帝股份/三季报
	10月29日	美的集团/海尔智家/公牛集团/海信视像/大元泵业/春光科技/康盛股份/海容冷链/欧圣电气/荣泰健康三季报
	10月30日	石头科技/科沃斯/申菱环境/海立股份/美埃科技/极米科技/光峰科技三季报

资料来源：iFind，国联民生证券研究所

下载日志已记录，仅供内部参考

1.2 房贷贴息落地，小家电受益降税

图表：行业动态回顾

类型	日期	数据/事件
行业宏观	9月14日	商务部、国家发改委、工信部等8部门印发《促进智能家居消费行动方案》，提出扩大优质智能家居供给，完善智能家居产品智能化分级评价标准体系，加快制定实施智能家居互联互通等强制性国家标准，加速推动全屋智能一体化融合发展。
	9月16日	美联储宣布将联邦基金利率目标区间上调25bp至3.75%~4.00%，为2023年7月以来首次加息。
	9月28日	中美公布“300亿对300亿”对等降税框架，其中超过90%的产品将免除相互加征的全部关税、享受最惠国关税待遇；美方降税产品包括玩具、家电、婴儿用品、厨卫用品等，双方将在履行各自国内法律程序后同步实施。
	9月29日	财政部、人民银行、金融监管总局发布通知，自10月1日起对新发放的首套住房商业贷款实施财政贴息，支持建筑面积120平方米及以下、总价150万元及以下的新房及二手房，按贷款本金给予年化1个百分点、最长5年贴息，单户贴息贷款规模上限100万元。
	9月30日	1~8月，6类家电以旧换新9145.8万台；近日国家发改委会同财政部下达第四批625亿元超长期特别国债支持消费品以旧换新资金，至此全年2500亿元相关资金已全部下达。
重点公司	9月8日	**海尔智家**在巴黎与巴西零售巨头Magalu、Mercado Livre签署战略合作协议。Magalu的1245家门店覆盖19个州，冰箱全渠道市占率达30%，70%门店流量来自线上；Mercado Livre拥有超7000万月活买家，覆盖全国三分之一人口。
	9月8日	**冰轮环境**与烟台国丰、烟台合弘签署股权转让协议，拟以自有资金7.03亿元收购烟台铭祥45%股权；烟台铭祥持有密封科技47.93%股权，交易完成后冰轮环境与控股股东烟台国丰将合计持有烟台铭祥67%股权，进而实现对密封科技的间接控制。
	9月10日	**长虹美菱**公告拟与子公司合肥长虹实业共同投资7980万元，在合肥长虹实业产业园建设干衣机和洗碗机项目，占地约1.1万平方米，建成后将形成干衣机及洗碗机合计年产50万台产能，预计建设周期12个月，2027年12月正式投产。
	9月17日	**美的集团**Clivet在美国AI Infra Summit 2026上，展示面向数据中心的冷源、液冷输配及配套产品组合，并联合科陆电子展示供电与冷却协同方案；期间Clivet同步以“DUO POWER BOOST”为主题发布搭载双转子异速技术的新一代磁悬浮压缩机。
	9月17日	**申菱环境**与海外甲客户签订空调制冷设备供应协议，总金额4.15亿美元（不含税，约合人民币27.82亿元），客户将根据实际需求下达采购订单，交付期限为协议生效后120天；供应产品属于数据服务板块，协议顺利履行预计将对公司2027年度经营业绩产生积极影响。
	9月18日	**老板电器**拟将所持海南老板49%股权转让给控股股东老板集团，并通过海南老板子公司香港老板电器以1.75亿美元对价收购iTronics Holding Limited 60%股权，交易PE约8.58x，完成后并表；标的主营家用温湿度计研发/设计及销售，北美/欧洲市场为主，25年营收/净利润1.30/0.34亿美元。
	9月18日	**新宝股份**聘任王浩为财务总监，刘成思为董事会秘书。
	9月21日	**极米科技**发布26年股票期权激励草案：1）对象：中层管理/年轻骨干及关键岗位共270人，占职工总数15%；2）规模：股票期权210万份，占总股本3%，其中首次授予192.9万份；行权价84.82元/股，按30%/30%/40%分三期；3）目标：26/27/28年，①境外收入≥13/13.5/14亿元，②主要产品销量≥115/118/121万台，③扣非归母净利率≥4%/4.5%/5%；三项任一达标则公司层面100%行权。

资料来源：商务部，美联储，财政部，发改委，海尔智家官网，美的集团公众号，各公司公告，iFind，国联民生证券研究所整理

下载日志已记录，仅供内部参考

02

9月市场回顾

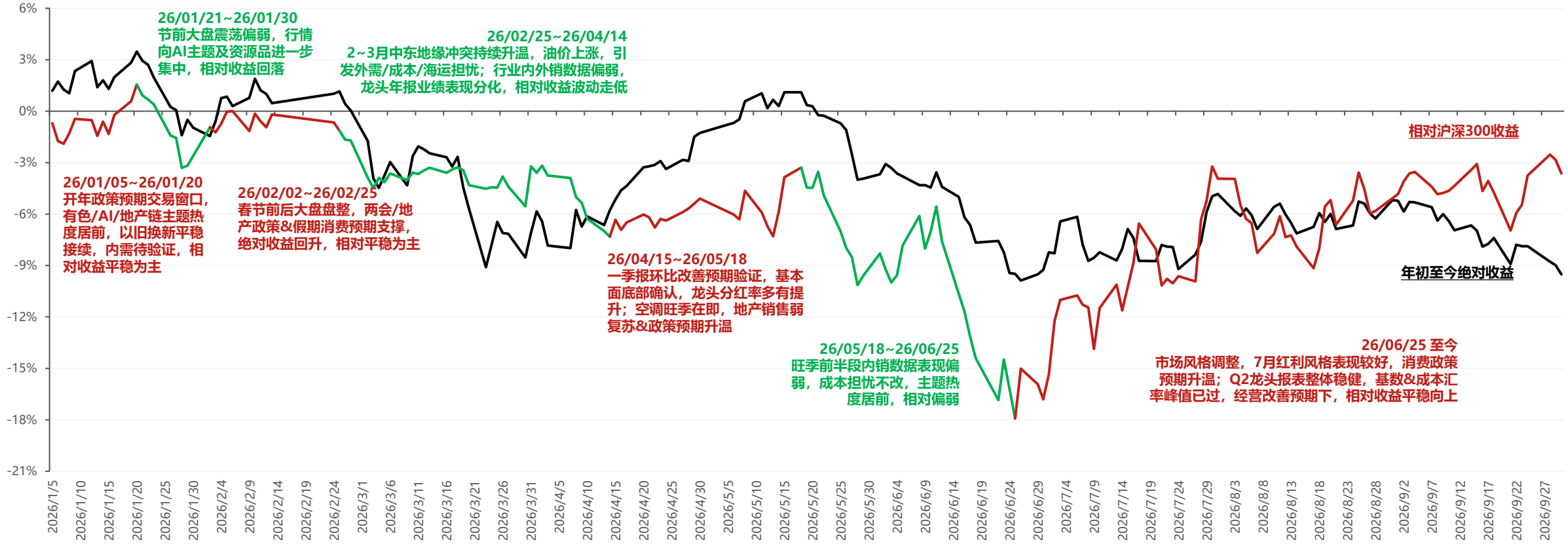
下载日志已记录，仅供内部参考

2.1 板块收益复盘

9月申万家电指数-3.5%，相对沪深300/上证综指分别+2.0pct/-0.7pct，当月涨跌幅在30个申万一级行业（不含综合）中排第15位。

横向对比，单月涨幅前三为房地产（+4.8%）、银行（+4.1%）、医药生物（+1.1%），后三分别为基础化工（-8.0%）、电力设备（-10.2%）、有色金属（-14.1%）。

图表： 2026年初至9月30日家用电器（申万）指数绝对/相对收益复盘

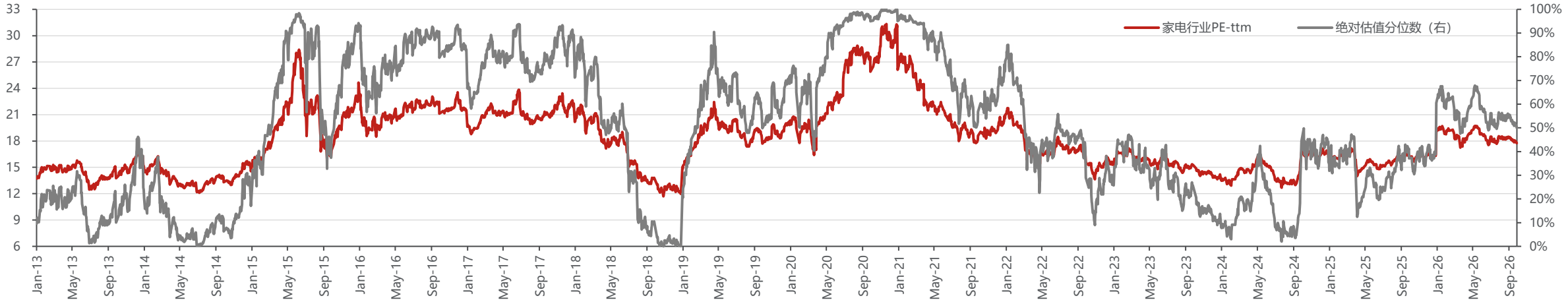


资料来源：iFind，国联民生证券研究所（注：申万一级行业排名，不含综合。）

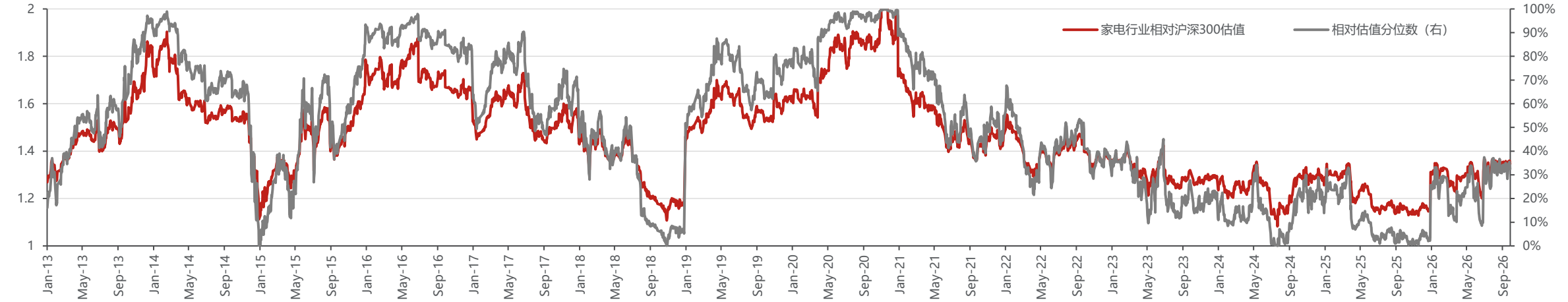
下载日志已记录，仅供内部参考

2.2 9月30日家电PE-ttm/相对沪深300估值为2013年以来50%/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

下载日志已记录，仅供内部参考

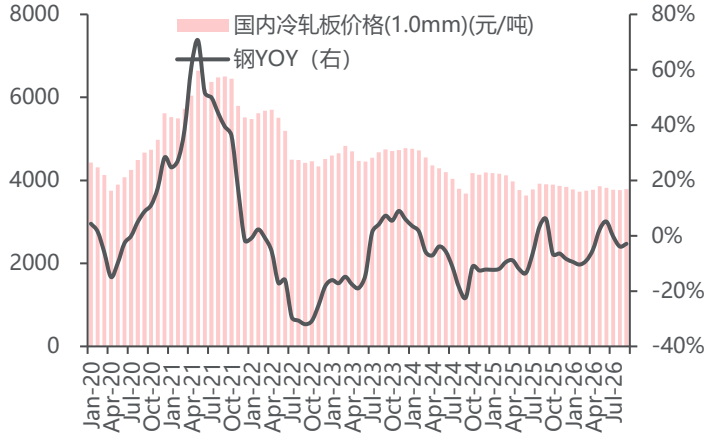
03

重点数据跟踪

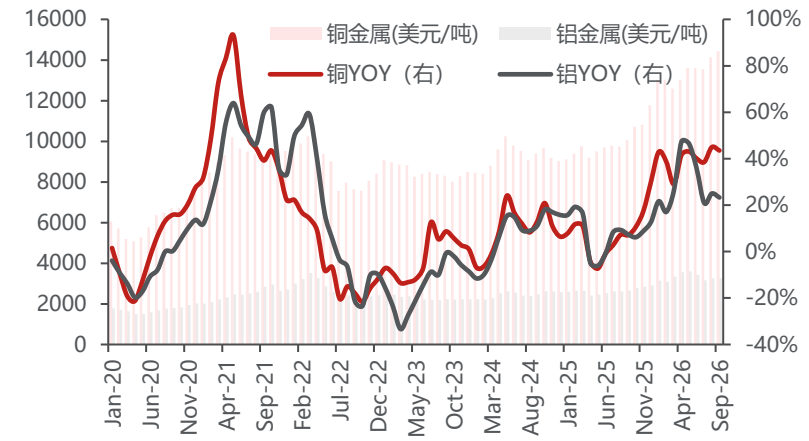
下载日志已记录，仅供内部参考

3.1 9月铜铝环比向上，人民币汇率升值

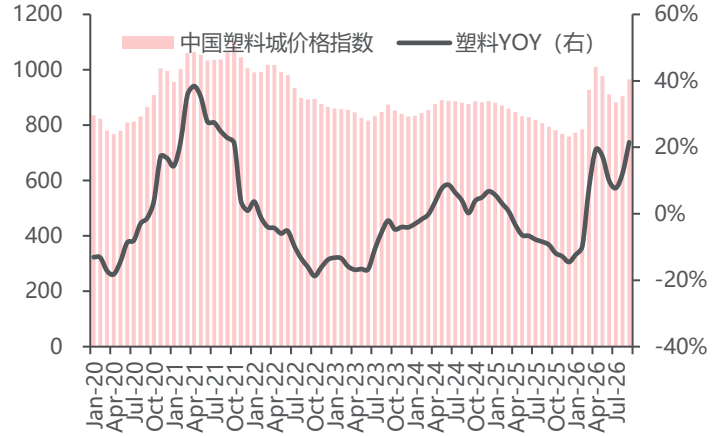
图表：9月冷轧板价格同比-3%，环比+1%



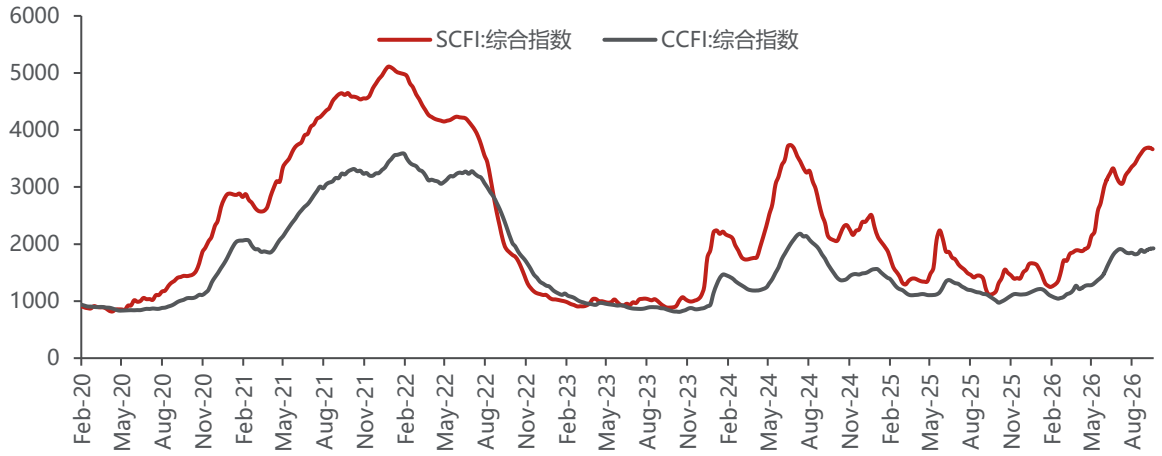
图表：9月铜/铝价分别同比+44%/+23%，环比+2%/+1%



图表：9月塑料城价格指数同比+22%，环比+7%



图表：9月SCFI/CCFI均值同比分别+184%/+69%，环比分别+8%/+3%



图表：9月初至30日美元/欧元兑人民币分别-0.7%/-2.7%

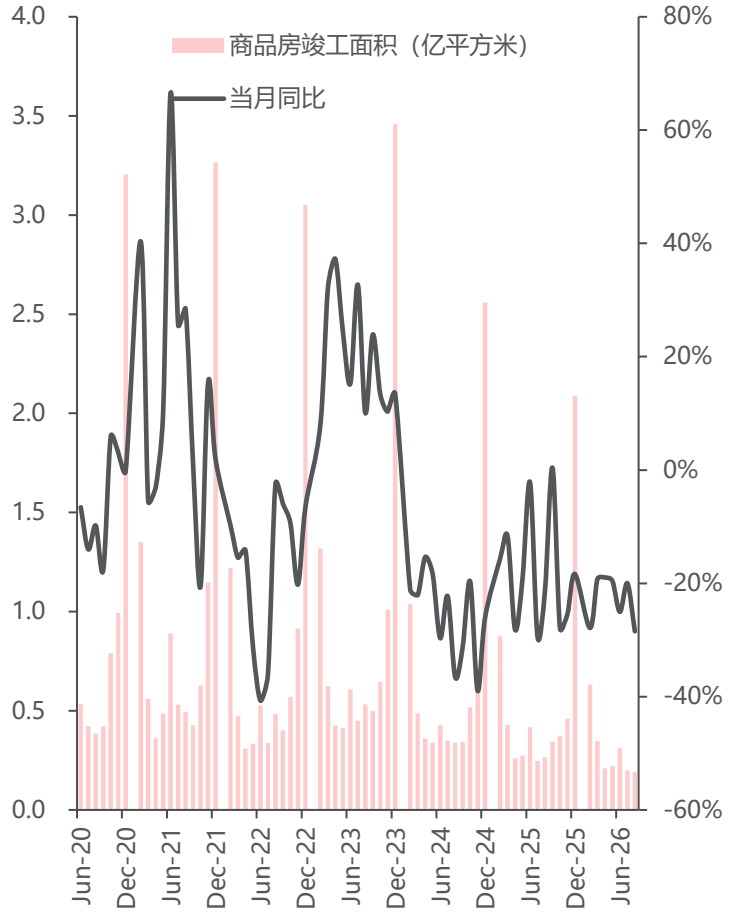


资料来源：iFind，国联民生证券研究所

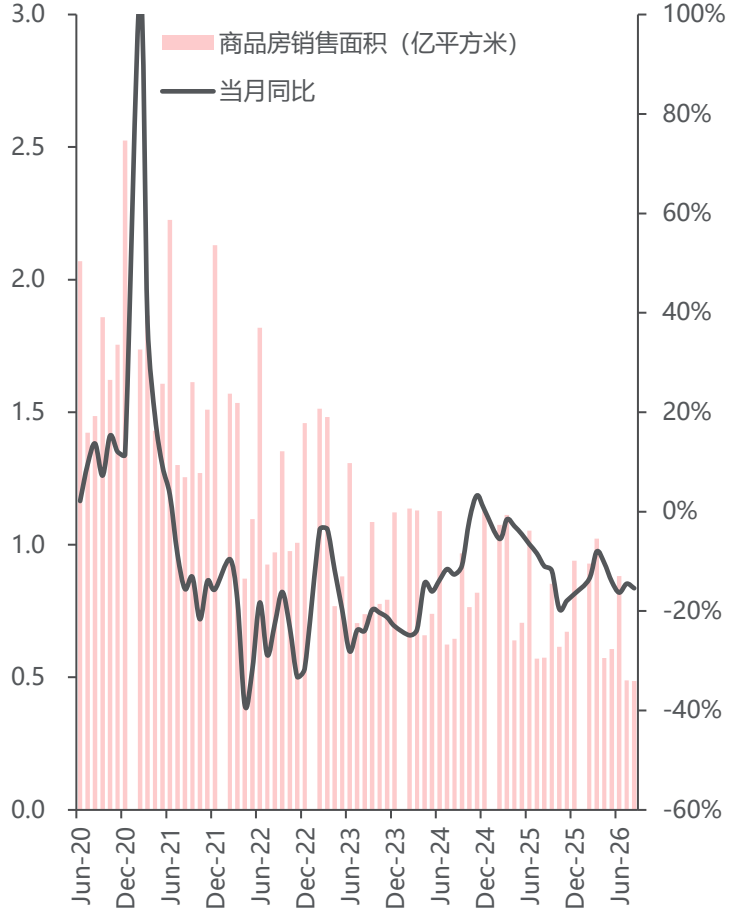
下载日志已记录，仅供内部参考

3.2 8月商品房销售竣工延续弱势，9月30城成交同比回落

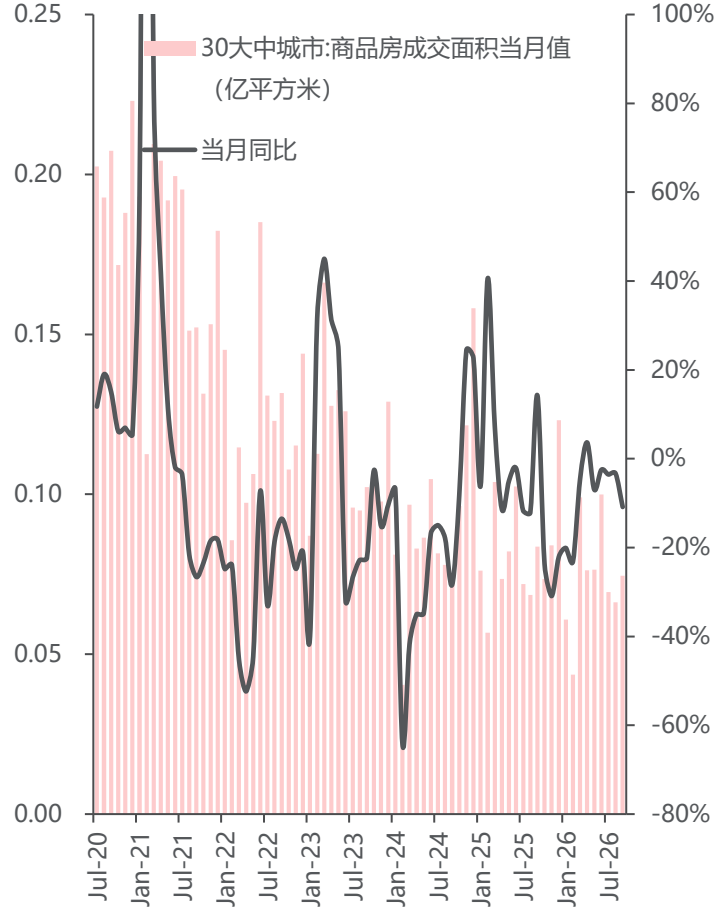
图表：8月商品房竣工面积同比-28%



图表：8月商品房销售面积同比-15%



图表：9月30大中城市商品房成交面积同比-11%



资料来源：iFind，国联民生证券研究所

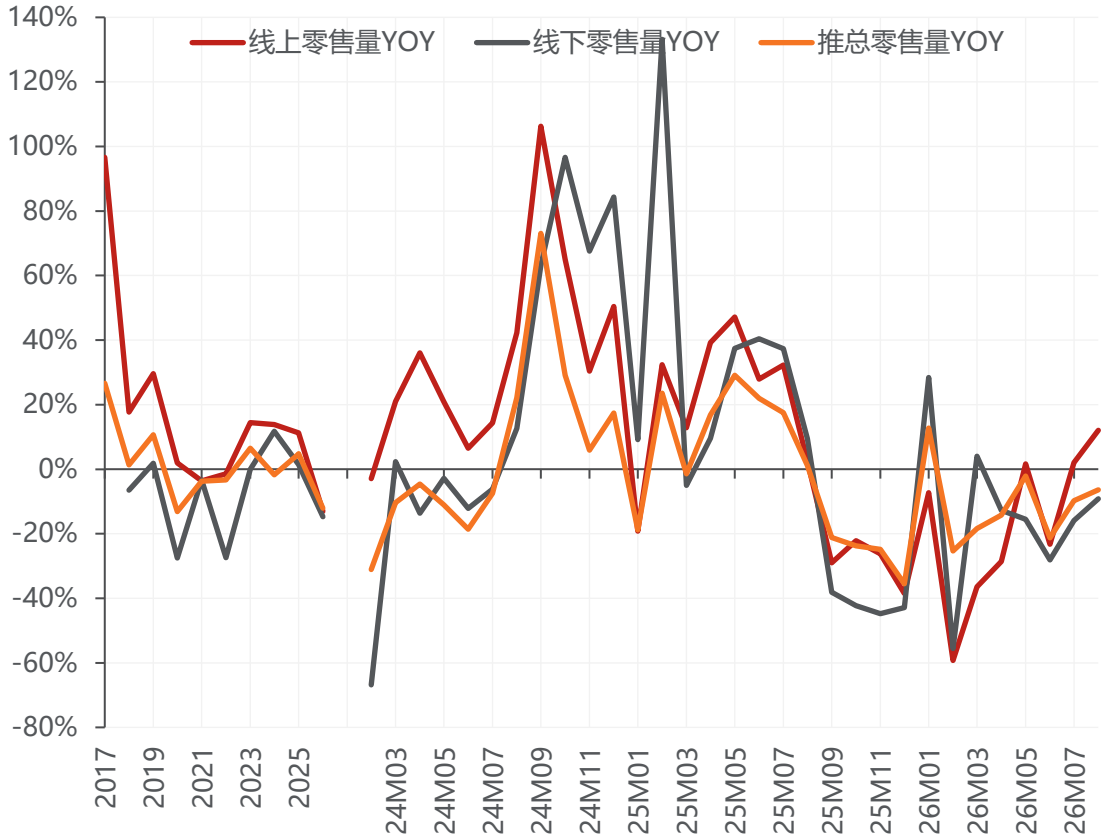
下载日志已记录，仅供内部参考

3.3 8月空调零售量/价降幅收窄，同比仍弱

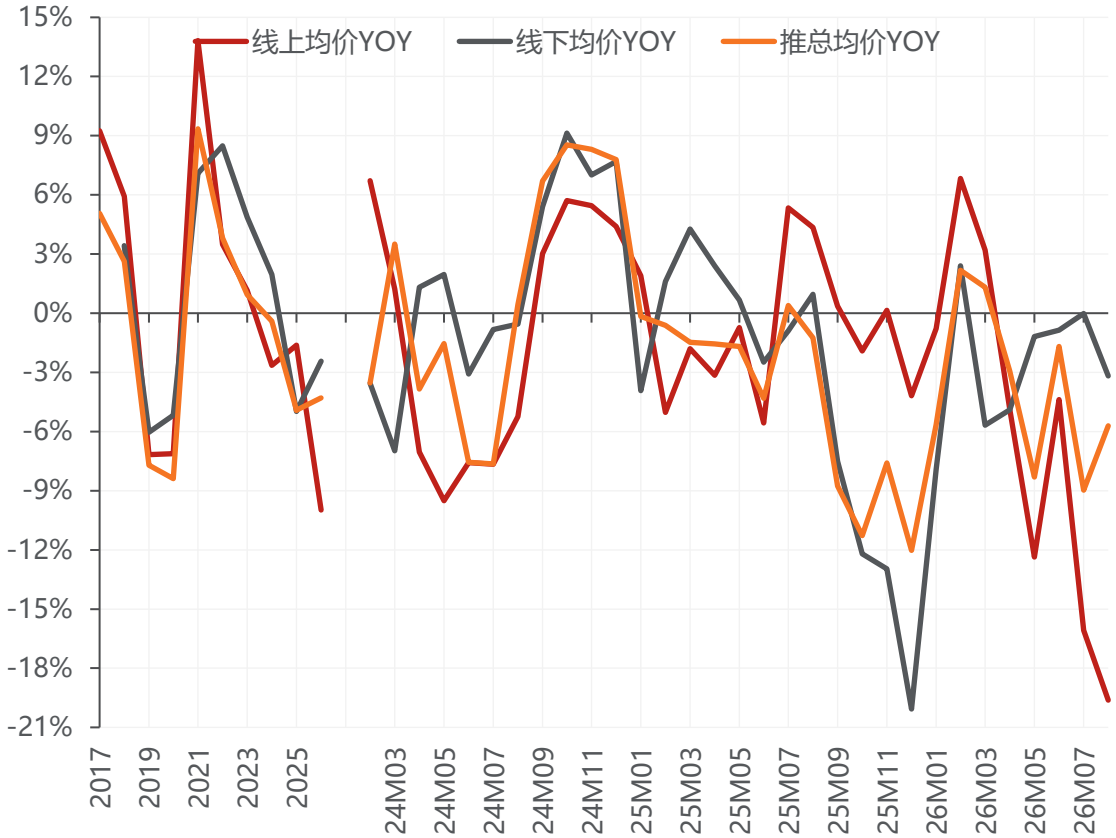
8月空调线上/线下零售量分别同比+12%/-9%，均价分别同比-20%/-3%；全渠道量/价分别同比-6%/-6%，量价降幅均收窄；

26W36~W39（8月31日~9月27日），空调线上零售量逐周同比+1%/-12%/-23%/+16%，线下零售量同比-12%/-27%/-30%/+7%。

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）

下载日志已记录，仅供内部参考

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%**

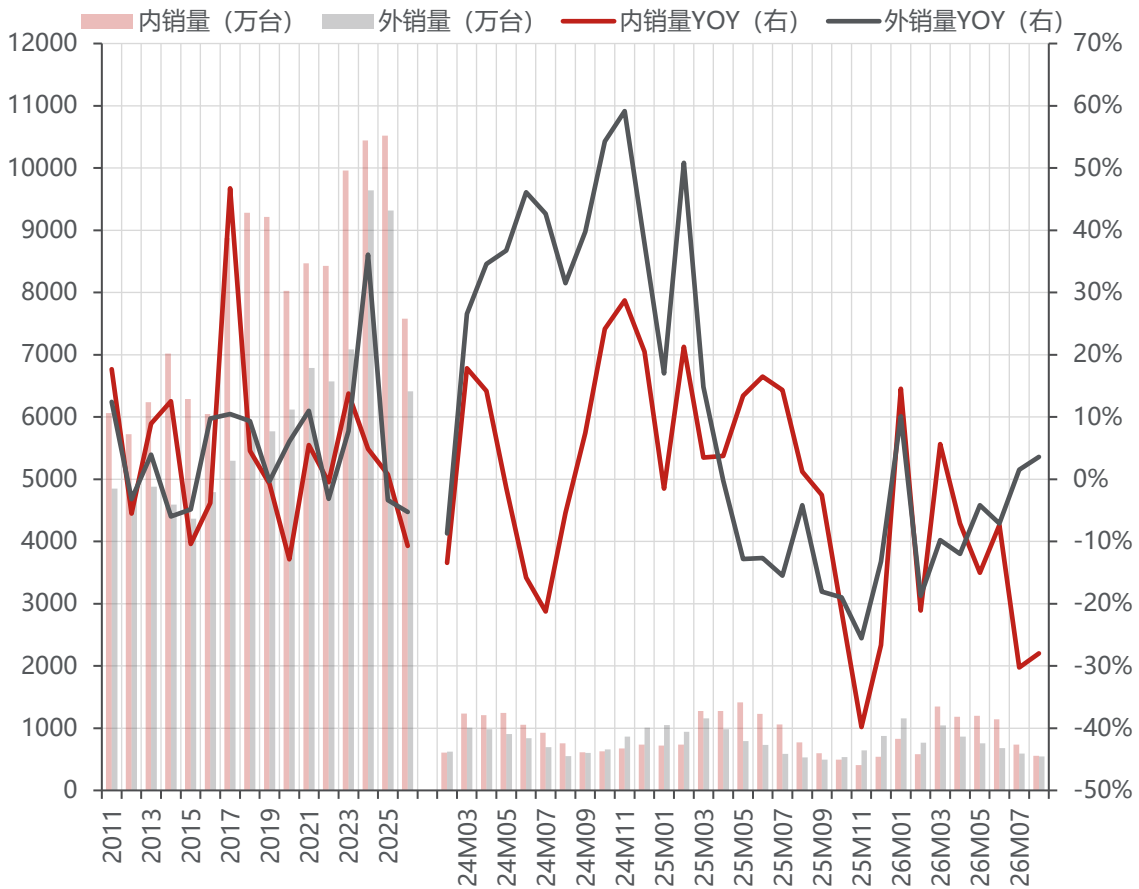
资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

下载日志已记录，仅供内部参考

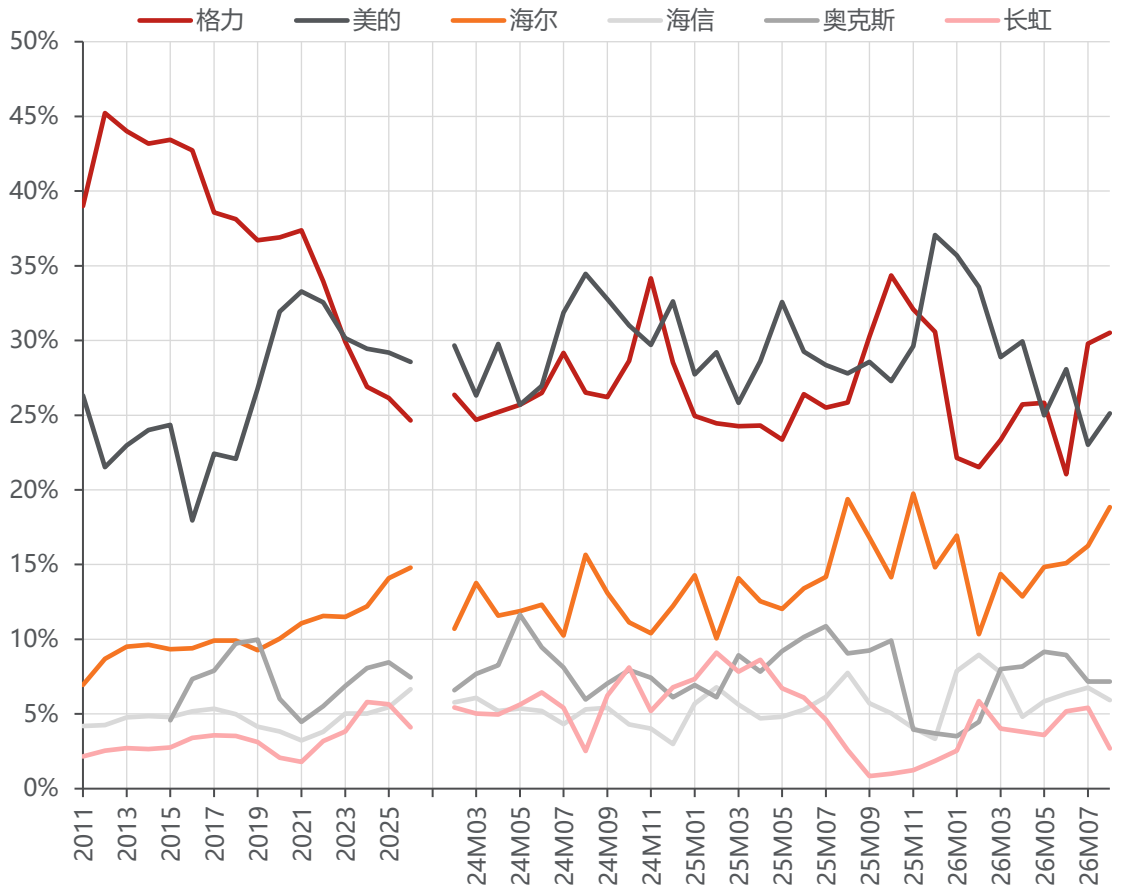
3.3 8月空调内/外销出货量分别同比-28%/+4%

空调8月内销出货同比-28%，龙头取消冷年内销开盘，淡季需求复苏乏力，渠道库存去化，出货短期承压；外销同比+4%，核心市场需求修复，环比提速，趋势向上。

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

下载日志已记录，仅供内部参考

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	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07	26M08
> 总销量增速																						
格力	7%	-6%	-13%	6%	-7%	2%	1%	-3%	**-15%**	-3%	0%	-8%	-40%	-15%	3%	-28%	-9%	-12%	-13%	-26%	-18%	**-21%**
美的	6%	16%	13%	12%	-7%	6%	16%	-3%	**-7%**	-9%	-18%	-24%	-24%	-8%	22%	-11%	7%	-6%	-23%	-11%	-27%	**-18%**
海尔	11%	-12%	-2%	18%	9%	9%	23%	10%	**-5%**	16%	13%	1%	-12%	-21%	2%	-13%	0%	-2%	6%	8%	-17%	**-29%**
海信	1%	-7%	-5%	15%	13%	17%	25%	-2%	**-7%**	7%	-14%	-33%	-54%	-43%	19%	-10%	1%	-19%	-8%	-3%	-16%	**-29%**
奥克斯	26%	4%	-32%	-11%	7%	45%	39%	0%	**-16%**	40%	13%	-22%	-50%	-29%	-10%	-33%	-11%	-8%	-10%	-19%	-33%	**-13%**
长虹	2%	-11%	-24%	-4%	48%	47%	66%	-3%	**-27%**	-49%	-54%	-63%	-61%	-52%	-26%	-41%	-25%	-44%	-38%	0%	-9%	**0%**
> 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	**-0.2**	-0.3	4.0	5.7	-2.1	2.0	-2.8	-2.9	-0.9	1.4	2.5	-5.4	4.3	**4.7**
美的	-0.3	4.7	5.1	1.3	-0.7	-1.2	-0.7	-0.3	**-0.2**	-6.2	-4.2	-3.7	-0.1	4.5	8.0	4.4	3.1	1.3	-7.6	-1.2	-5.3	**-2.7**
海尔	0.0	-0.6	0.8	1.0	0.5	0.4	0.7	1.9	**1.2**	3.9	3.7	3.0	9.3	2.6	2.7	0.3	0.3	0.3	2.8	1.7	2.1	**-0.5**
海信	-0.4	-0.8	-0.3	-0.6	0.6	0.8	0.0	0.4	**1.0**	2.5	0.3	0.8	0.1	0.3	2.2	2.2	2.1	0.1	1.0	1.1	0.6	**-1.8**
奥克斯	1.8	0.2	-4.0	-1.5	1.0	1.6	1.2	0.4	**-1.4**	3.2	2.2	2.0	-3.5	-2.4	-3.4	-1.6	-0.9	0.3	0.0	-1.2	-3.7	**-1.9**
> 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	**-2.8**	-1.1	-0.4	1.0	-1.1	1.4	-0.6	-0.6	-2.9	-3.8	-4.6	-3.0	-2.7	**-6.0**
美的	0.0	3.0	5.7	1.3	-3.1	-2.3	-0.8	-1.1	**0.9**	2.8	-1.3	0.7	5.7	4.1	-1.1	2.9	2.3	0.5	2.0	-0.9	1.3	**1.3**
海尔	1.0	-1.5	0.1	0.4	1.4	-1.1	0.9	0.0	**-0.3**	-1.0	0.5	1.5	-1.5	-1.6	-3.6	0.9	-0.6	1.3	0.9	1.7	-0.4	**-1.7**
海信	-0.1	0.5	0.3	1.4	1.1	-0.2	0.4	-0.5	**-1.0**	-2.1	-0.7	-2.8	-4.0	-4.1	-0.5	0.2	-2.1	-1.8	-1.3	-1.0	-0.6	**-0.8**
奥克斯	0.9	0.8	-1.0	-0.8	-0.1	2.3	1.3	-0.2	**-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	**2.6**

资料来源：产业在线，国联民生证券研究所

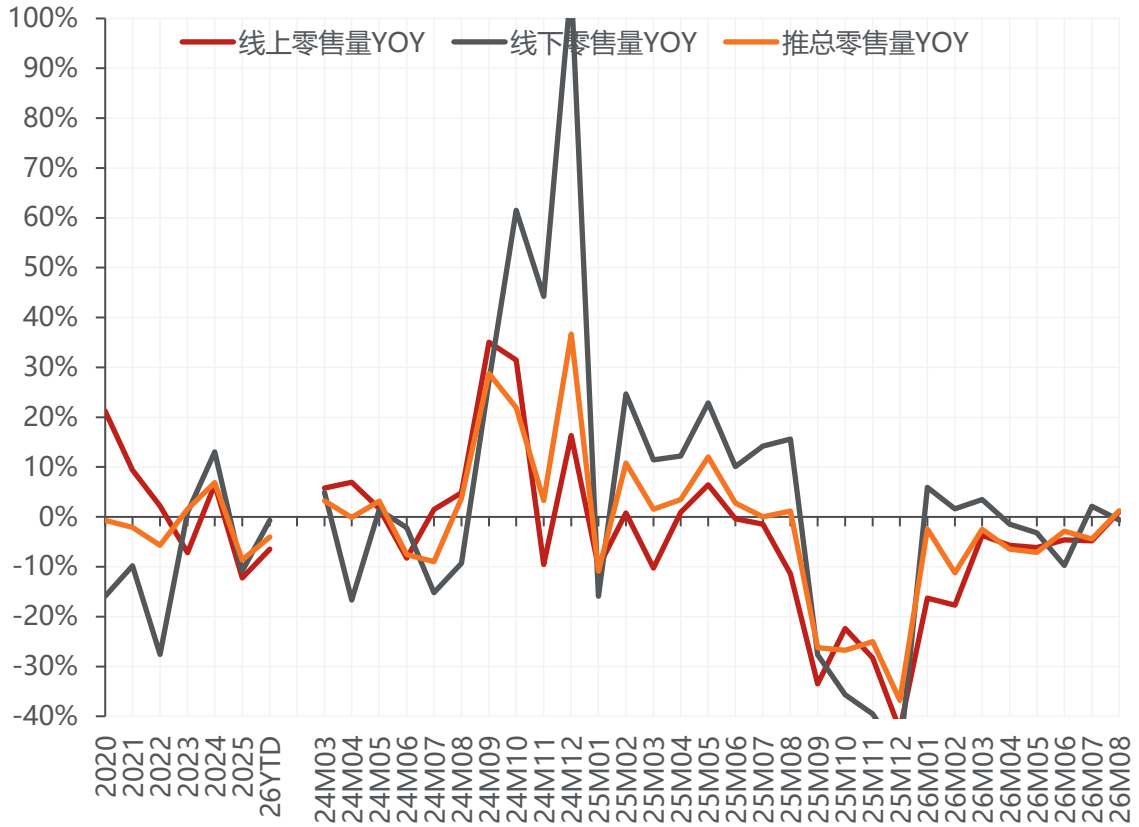
下载日志已记录，仅供内部参考

3.4 8~9月冰箱零售销量增速趋势向上，价格仍弱

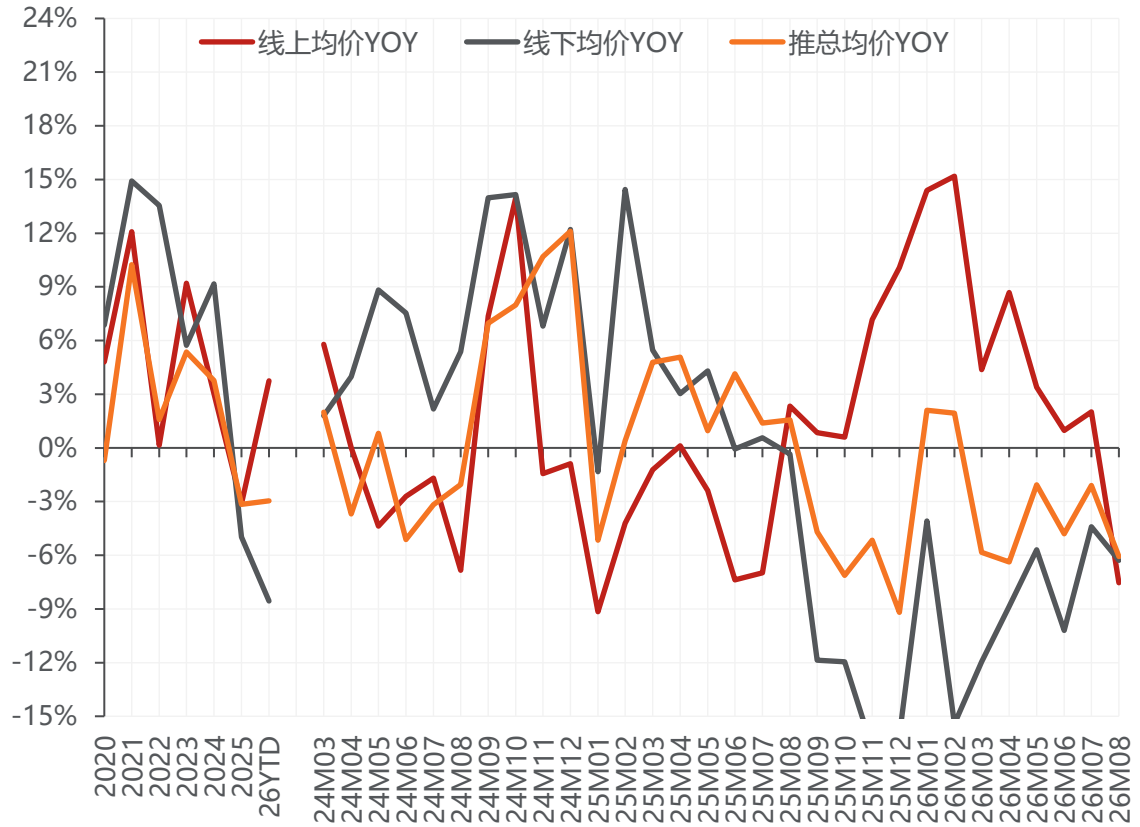
8月冰箱线上/线下零售量分别同比+1%/-1%，均价分别同比-8%/-6%；全渠道量/价分别同比+1%/-6%，销量趋势向上，均价延续弱势；

26W36~W39（8月31日~9月27日），冰箱线上零售量逐周同比+1%/+4%/+9%/+38%，线下零售量同比+5%/-22%/-7%/+13%；

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）

下载日志已记录，仅供内部参考

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

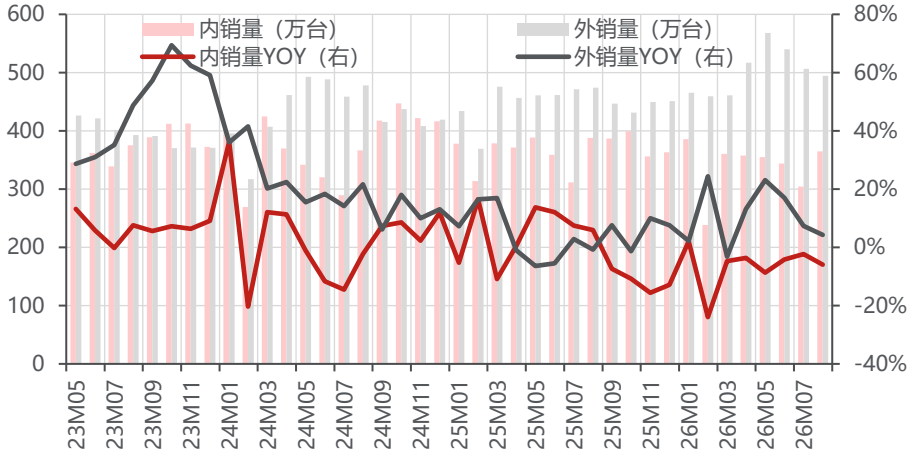
渠道	品牌	指标	2020	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07	26M08
线上	海尔	量份额同比(pct)	3.3	3.4	0.7	1.2	0.6	-3.1	5.5	-3.9	-1.8	-2.2	-3.2	-3.9	1.6	3.3	3.4	5.6	5.6	5.9	8.3	**8.6**
		均价同比	4%	13%	1%	5%	2%	0%	-11%	4%	-3%	0%	2%	7%	3%	-4%	-8%	-9%	-13%	-11%	-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。

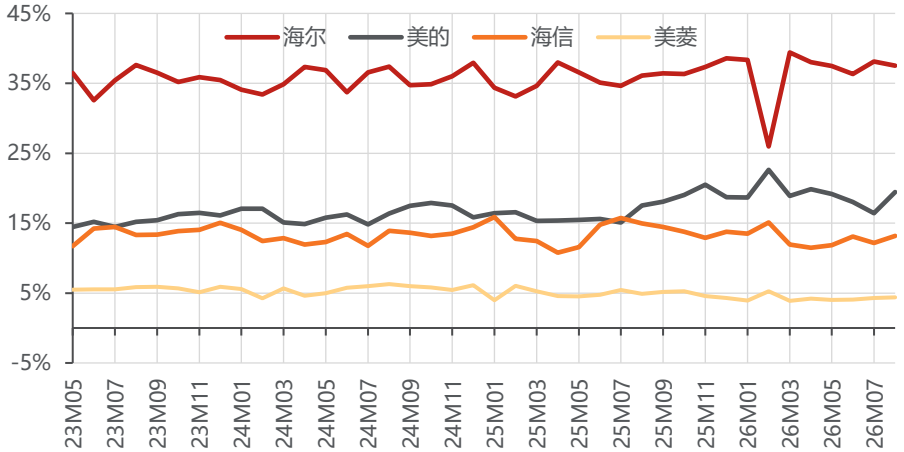
下载日志已记录，仅供内部参考

3.4 8月冰箱内/外销量同比-6%/+4%，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	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07	26M08
> 总销量增速																			
海尔	3%	-1%	8%	5%	2%	**0%**	6%	0%	-3%	-10%	-7%	11%	-34%	8%	0%	-1%	4%	6%	**0%**
美的	2%	-16%	19%	11%	3%	**10%**	5%	-3%	-3%	3%	7%	-5%	2%	10%	25%	27%	10%	7%	**3%**
海信	8%	-13%	23%	13%	2%	**4%**	1%	6%	5%	-7%	-7%	-11%	6%	2%	15%	18%	12%	2%	**-9%**
美菱	-18%	-7%	23%	10%	2%	**1%**	0%	0%	-7%	-3%	4%	15%	1%	-1%	-1%	0%	0%	5%	**4%**
> 内销份额同比(pct)																			
海尔	1.3	1.2	0.2	0.2	0.2	**1.5**	-1.3	1.7	1.4	0.6	0.6	4.0	-7.2	4.8	0.0	0.9	1.2	3.4	**1.4**
美的	0.2	-0.6	-0.1	0.6	0.6	**3.1**	1.2	0.6	1.2	3.0	2.9	2.3	6.1	3.5	4.5	3.7	2.4	1.3	**1.9**
海信	0.6	0.4	1.3	-0.1	0.4	**-0.9**	1.0	0.8	0.6	-0.6	-0.6	-2.4	2.3	-0.5	0.7	0.3	-1.7	-3.6	**-1.8**
美菱	-0.6	-0.1	-0.3	0.0	-0.7	**-0.7**	-1.4	-0.8	-0.6	-0.9	-1.8	0.0	-0.8	-1.3	-0.4	-0.5	-0.7	-1.2	**-0.5**
> 外销份额同比(pct)																			
海尔	-0.4	0.0	0.4	0.1	1.0	**0.2**	1.1	0.7	1.2	1.0	1.0	-0.3	-0.3	0.3	0.6	0.7	0.8	-0.5	**0.4**
美的	-0.4	-0.5	1.2	-0.5	-0.2	**-0.7**	0.0	-1.7	0.1	-0.2	0.5	-4.3	-3.6	1.5	1.8	2.0	-1.1	-0.1	**-0.3**
海信	0.8	0.0	0.1	0.4	-0.4	**0.2**	-1.0	0.8	2.6	-1.3	-1.4	-2.3	-1.3	1.9	1.2	1.3	2.0	1.8	**-1.2**
美菱	-2.1	0.8	1.0	-0.2	0.6	**-0.1**	0.9	0.6	0.3	0.5	2.2	1.2	0.1	1.3	-0.8	-0.8	-0.5	0.8	**0.7**

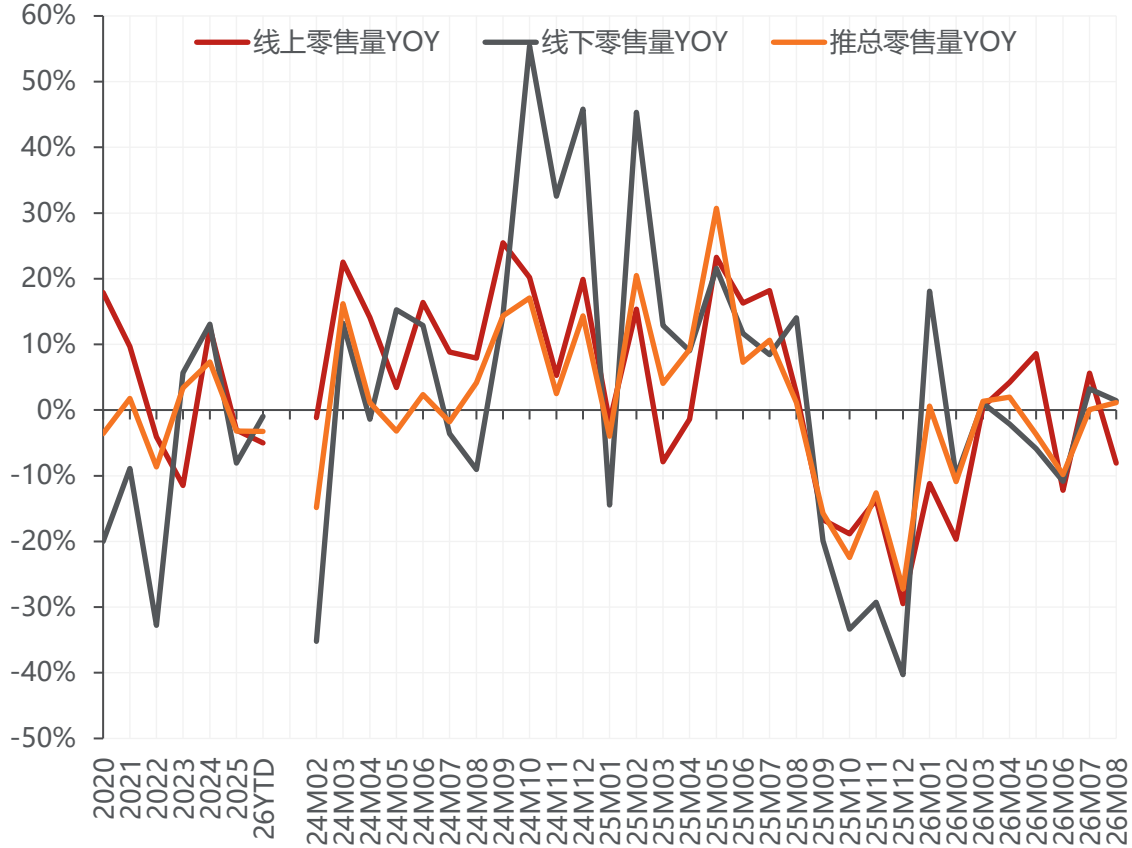
* 请务必阅读最后一页免责声明

下载日志已记录，仅供内部参考

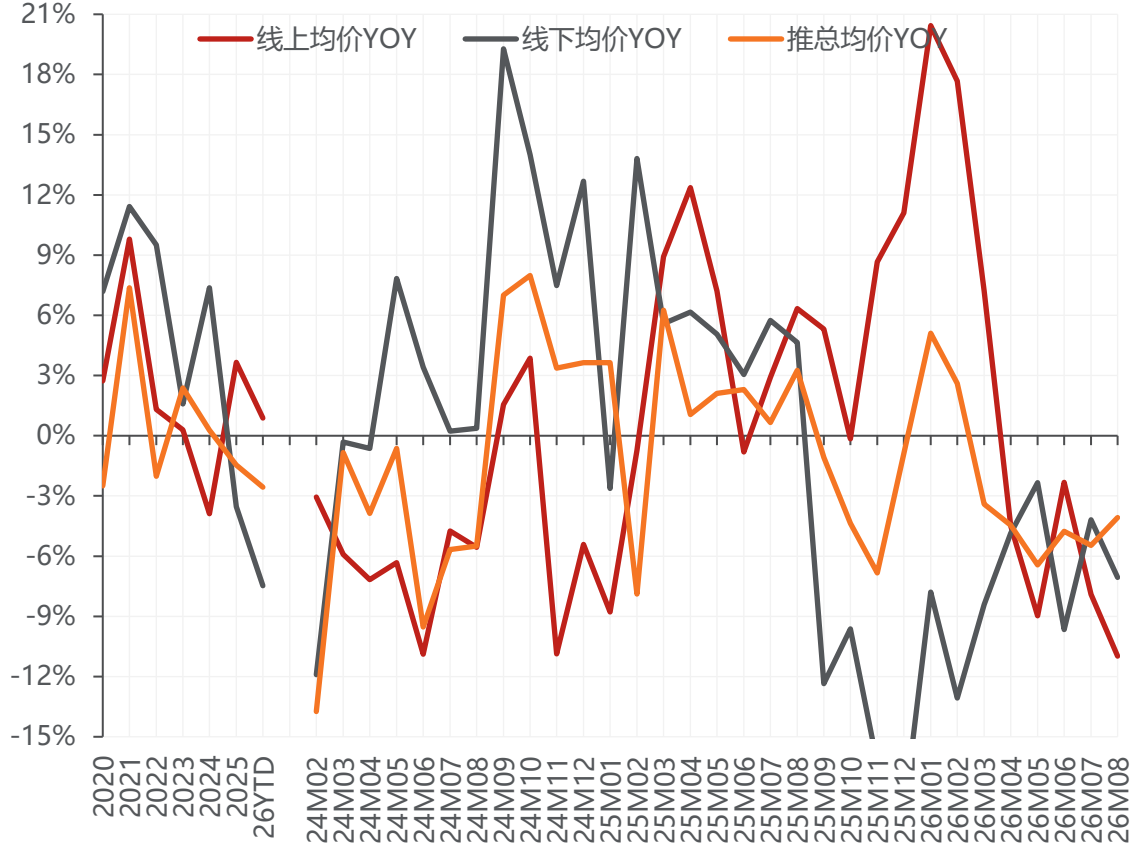
3.5 8~9月洗衣机零售销量同比平稳修复，均价弱势运行

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%；全渠道量/价分别同比+1%/-4%，销量增速平稳修复，均价弱势运行；26W36~W39（8月31日~9月27日），洗衣机线上零售量逐周同比-6%/+10%/+2%/+2%，线下零售量同比+14%/-15%/-11%/+12%。

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）

下载日志已记录，仅供内部参考

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%**

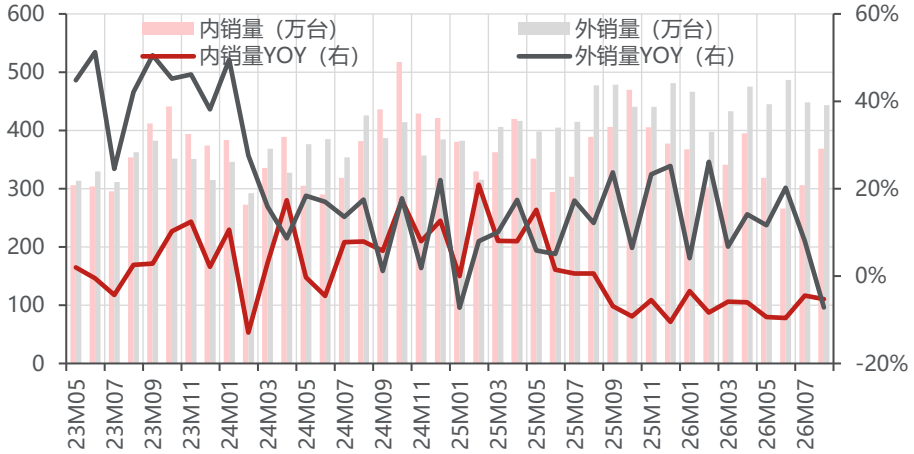
资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）；美的系为美的+小天鹅+COLMO，海尔系为海尔+统帅+卡萨帝。

* 请务必阅读最后一页免责声明

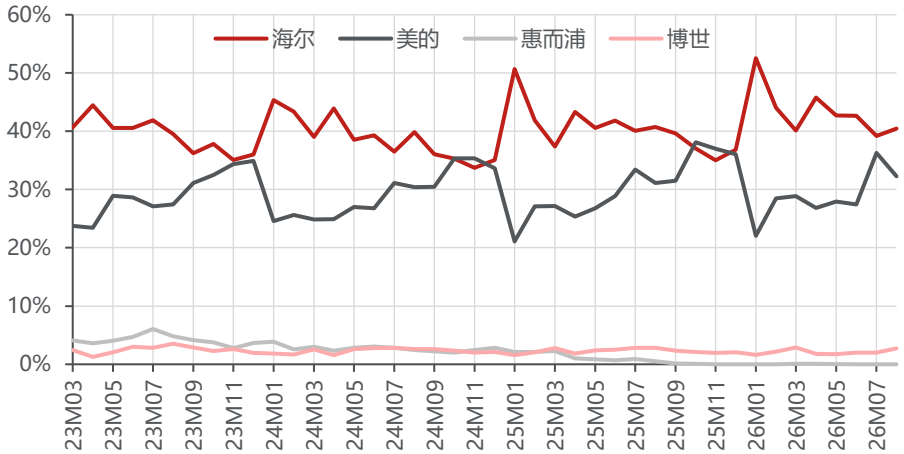
下载日志已记录，仅供内部参考

3.5 8月洗衣机内/外销量同比-5%/-7%，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



图表：主要洗衣机公司出货量增速及内外销份额同比变动

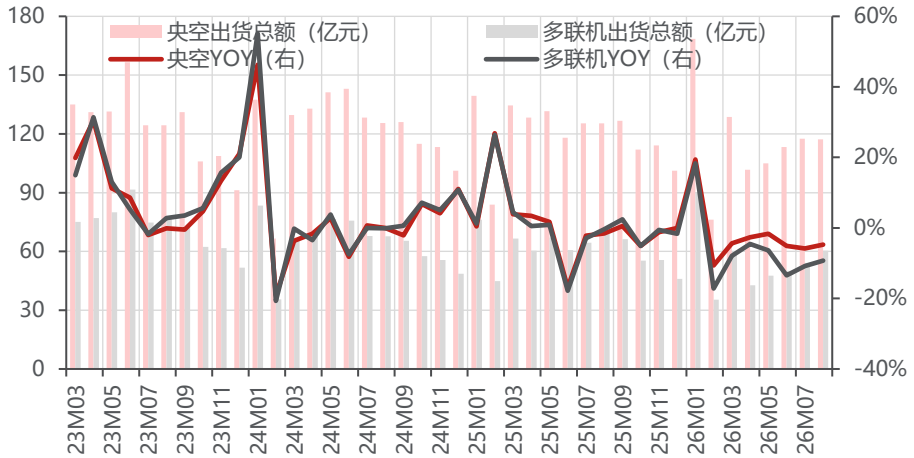
	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07	26M08
> 总销量增速																			
海尔	12%	-1%	6%	5%	9%	**3%**	5%	8%	-1%	2%	-1%	0%	4%	5%	0%	3%	6%	4%	**-3%**
美的	6%	-9%	10%	13%	5%	**-1%**	4%	5%	3%	5%	0%	0%	-5%	5%	3%	2%	-4%	5%	**-10%**
惠而浦	8%	-24%	18%	-25%	-27%	**-42%**	-46%	-25%	-44%	-40%	-58%	-57%	-71%	-25%	-35%	-51%	-46%	-51%	**-36%**
博世	4%	-24%	0%	3%	-2%	**-11%**	2%	-10%	-11%	3%	-6%	13%	-2%	-4%	4%	-25%	-26%	-19%	**-11%**
> 内销份额同比(pct)																			
海尔	-0.1	3.8	-0.2	-1.2	1.8	**1.5**	1.4	3.6	1.8	1.3	1.8	1.9	2.1	2.7	2.5	2.1	0.8	-0.8	**-0.3**
美的	-0.4	0.4	-0.9	0.9	0.9	**1.2**	1.1	1.1	2.7	1.6	2.4	1.0	1.4	1.7	1.5	1.2	-1.4	2.9	**1.2**
惠而浦	-0.4	-1.2	0.1	-1.6	-1.7	**-1.3**	-1.9	-2.1	-2.0	-2.5	-2.8	-2.1	-2.1	-2.2	-0.9	-0.8	-0.7	-0.9	**-0.5**
博世	-0.1	-0.5	-0.4	-0.1	0.0	**-0.2**	0.2	-0.3	-0.2	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	-0.1	-0.7	-0.5	-0.8	**-0.1**
> 外销份额同比(pct)																			
海尔	4.5	0.4	-3.9	-1.6	0.4	**0.5**	-0.9	-1.0	0.4	-1.9	-2.2	-0.7	-0.1	1.1	-2.3	1.0	0.7	2.2	**2.0**
美的	1.0	-0.9	-1.4	-0.1	-1.0	**-1.8**	-1.4	-0.6	1.5	-0.5	-1.3	-1.5	-7.3	0.8	-1.0	-0.2	-2.1	-0.2	**-2.8**
惠而浦	0.9	-0.3	0.1	-1.1	-0.1	**-0.7**	-0.9	0.4	-0.7	-0.3	-1.4	-0.5	-2.9	0.9	-0.7	-1.2	-1.4	-1.3	**-0.4**
博世	0.1	-0.2	0.1	-0.1	-0.1	**0.0**	-0.2	-0.1	0.0	0.1	-0.1	0.2	-0.2	-0.1	0.1	0.0	-0.3	0.1	**-0.1**

资料来源：产业在线，国联民生证券研究所

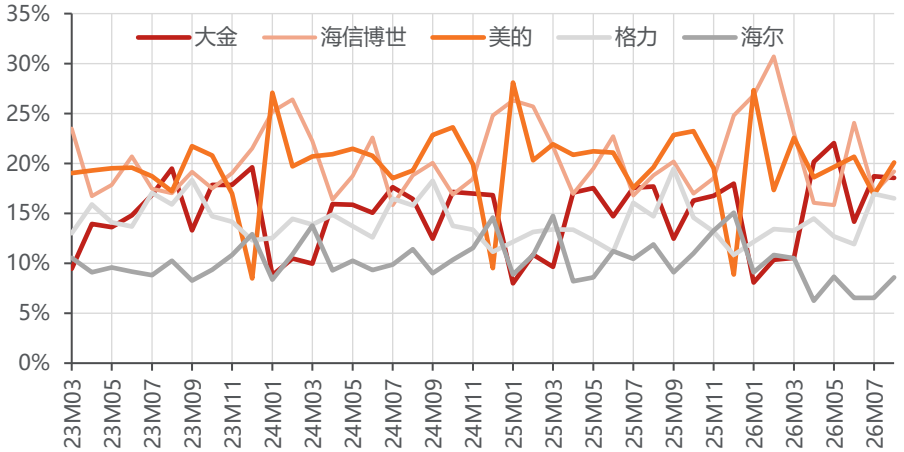
下载日志已记录，仅供内部参考

3.6 8月央空出货额同比-5%，美的份额提升

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

* 请务必阅读最后一页免责声明

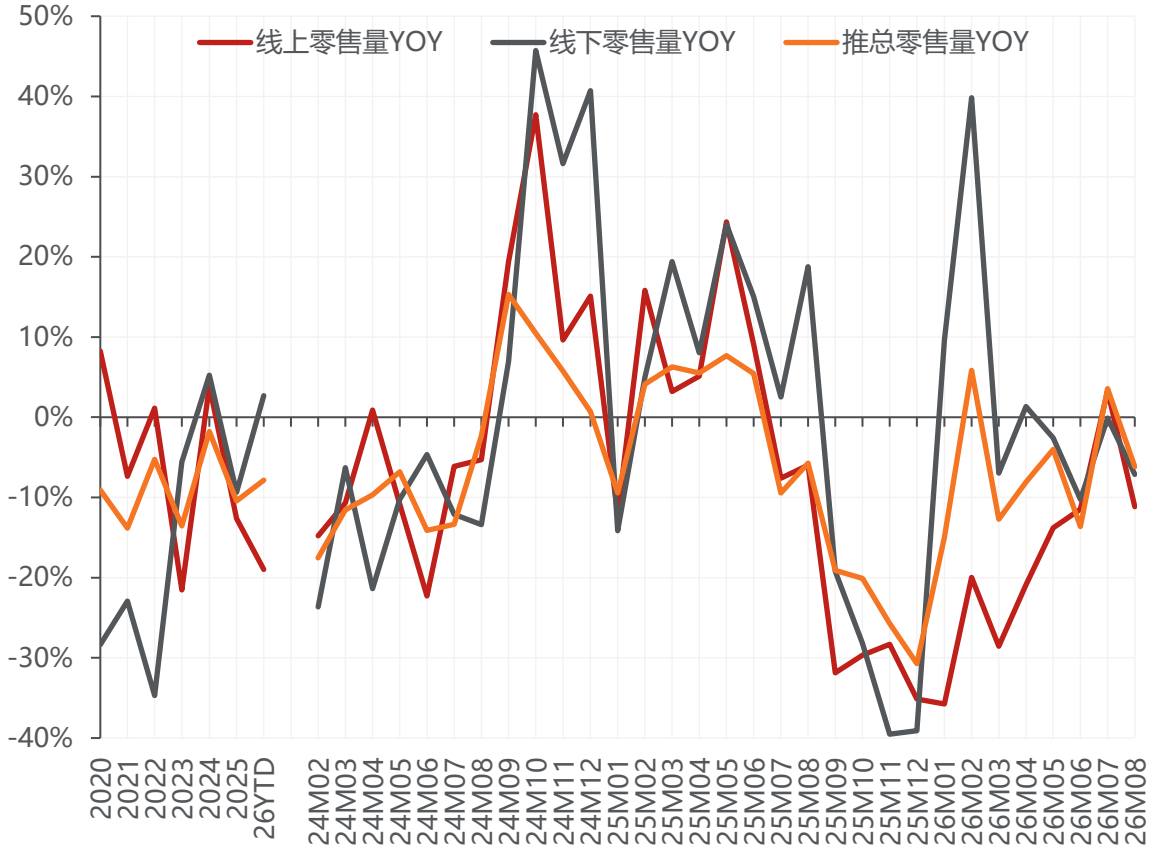
下载日志已记录，仅供内部参考

3.7 8~9月彩电零售量价弱势运行

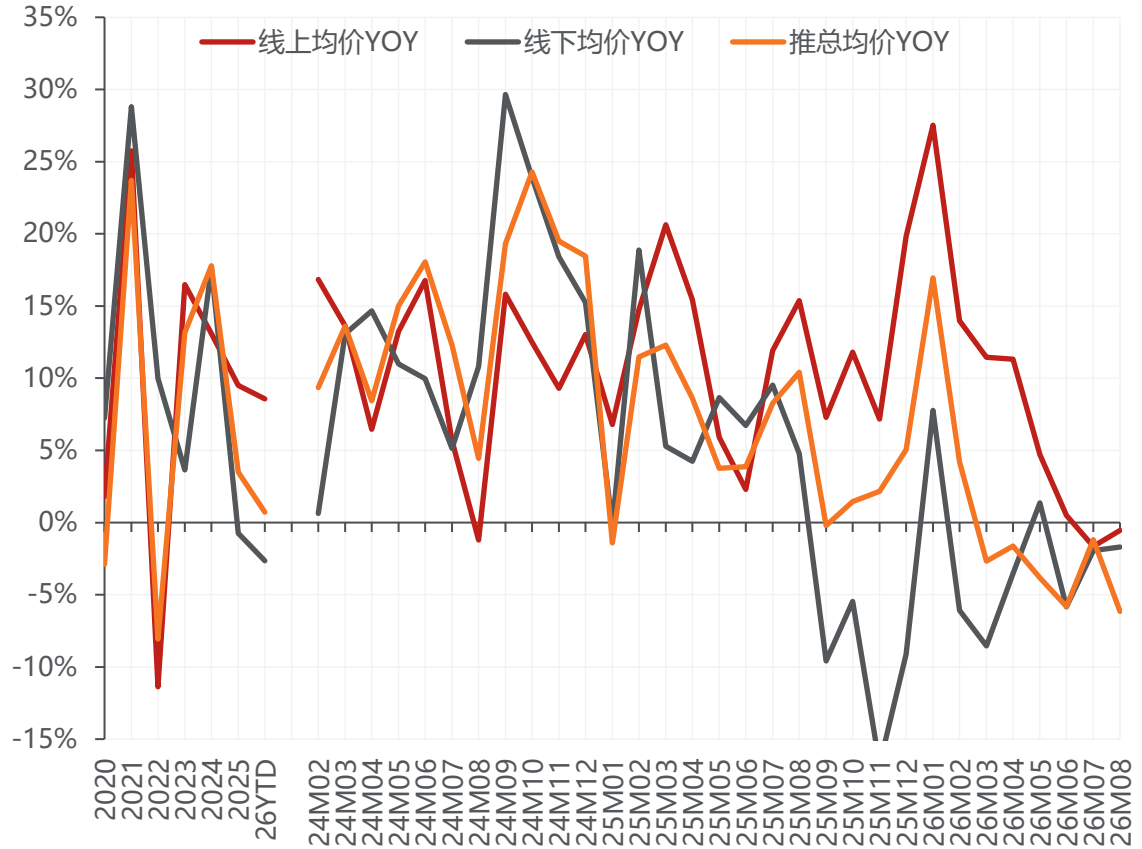
8月彩电线上/线下零售量分别同比-11%/-7%，均价分别同比-1%/-2%；全渠道量/价分别同比-6%/-6%，量价整体仍弱；

26W36~W39（8月31日~9月27日），彩电线上零售量逐周同比+7%/-6%/-3%/-8%，线下零售量同比-4%/-23%/-14%/+1%。

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）

下载日志已记录，仅供内部参考

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

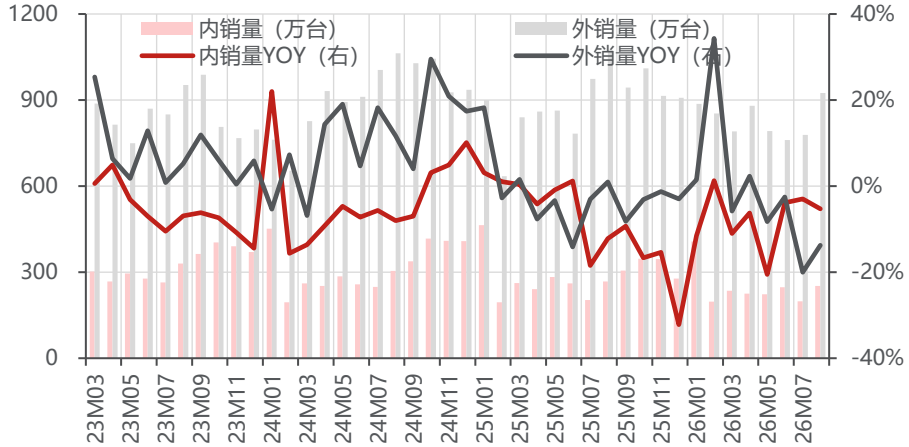
渠道	品牌	指标	2020	2021	2022	2023	2024	2025	26YTD	25M08	25M09	25M10	25M11	25M12	26M01	26M02	26M03	26M04	26M05	26M06	26M07	26M08
线上	海信	量份额同比(pct)	0.5	0.9	1.8	1.4	-2.1	-1.2	**0.8**	0.4	-1.2	-2.5	0.9	-0.8	1.3	0.8	1.2	2.3	-0.4	-0.4	0.6	**2.7**
		均价同比	2%	32%	-9%	18%	21%	23%	**12%**	21%	16%	26%	18%	36%	33%	16%	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。

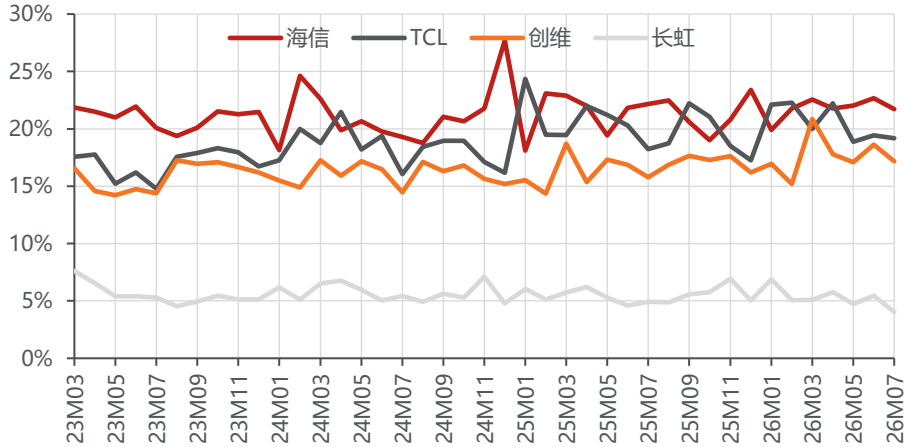
下载日志已记录，仅供内部参考

3.7 8月LCD TV内/外销出货量分别同比-5%/-14%

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



资料来源：产业在线，国联民生证券研究所

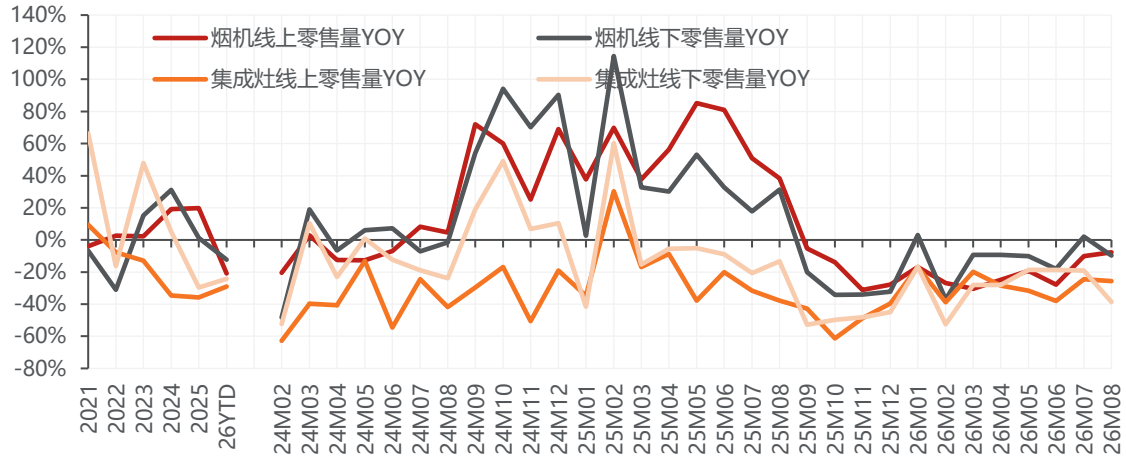
图表：主要电视公司出货量增速及内外销份额同比变动

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

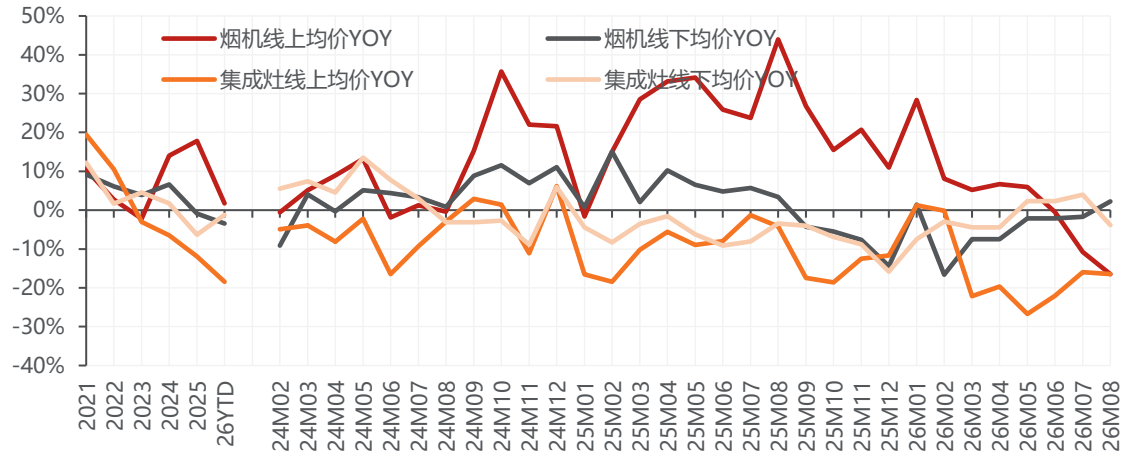
下载日志已记录，仅供内部参考

3.8 8月烟机/集成灶线上零售量分别同比-8%/-26%

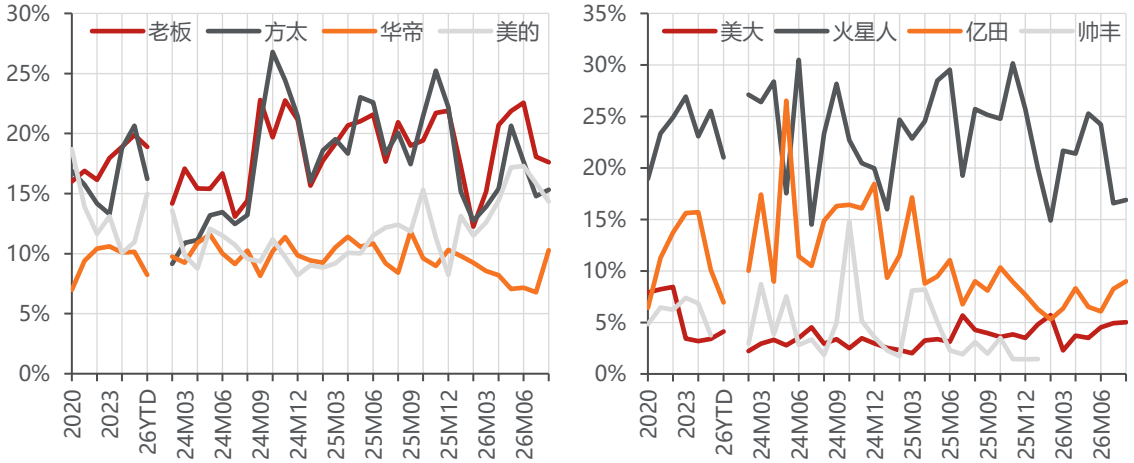
图表：烟机及集成灶线上/线下零售量增速



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%	-	-	-	-	-

下载日志已记录，仅供内部参考

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%

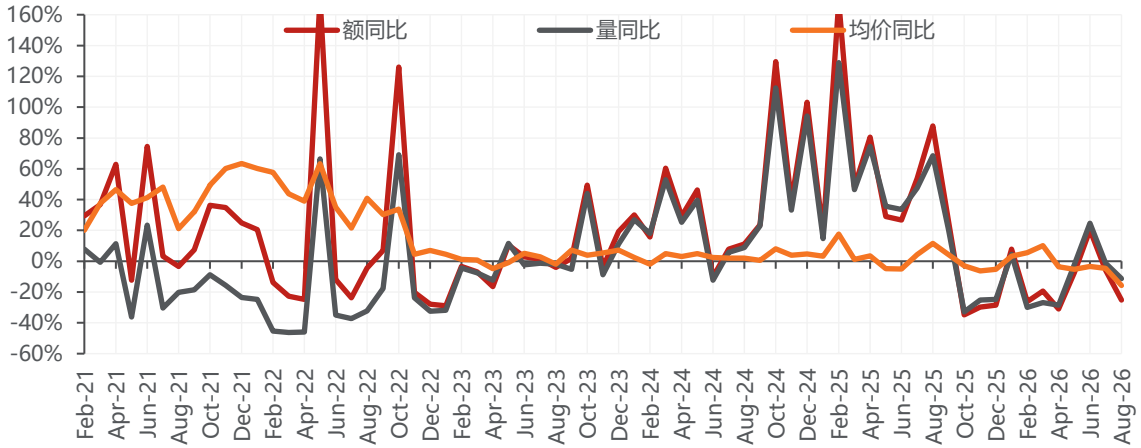
指标	品类	24M1-M2	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dec-24	25M1-M2	Mar-25	Apr-25	May-25	Jun-25	Jul-25	Aug-25	Sep-25	Oct-25	Nov-25	Dec-25	26M1-M2	Mar-26	Apr-26	May-26	Jun-26	Jul-26	Aug-26
线上零售额YOY	电饭煲	3%	7%	27%	-7%	3%	4%	7%	6%	42%	13%	18%	15%	0%	-17%	-9%	-8%	-1%	3%	0%	-8%	-9%	-10%	-6%
	电磁炉	-7%	-13%	-4%	-17%	-8%	10%	3%	-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）

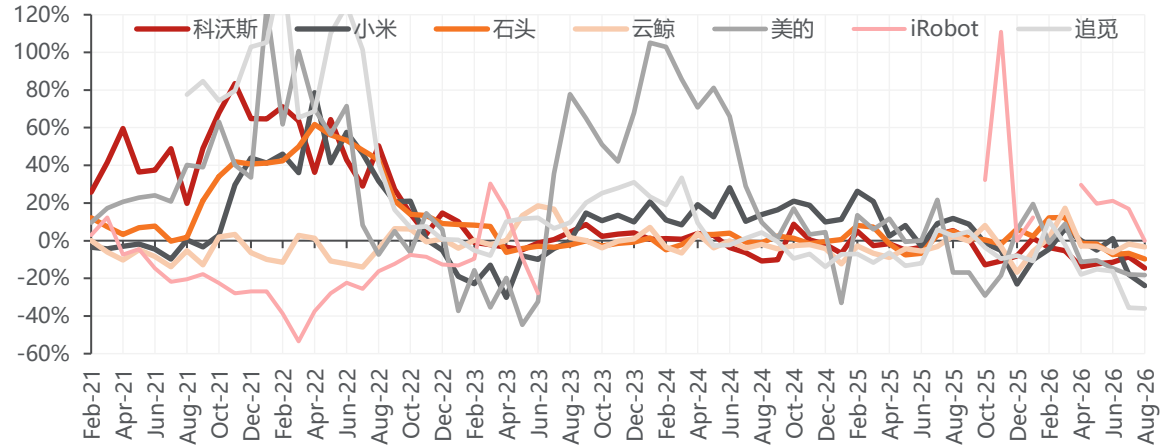
下载日志已记录，仅供内部参考

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



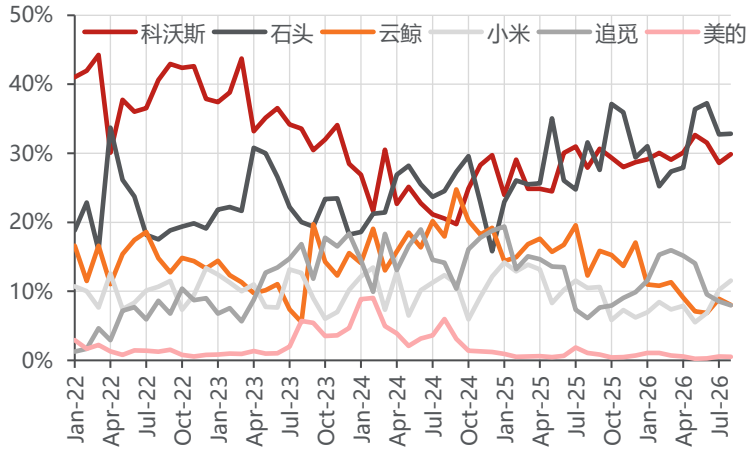
图表：扫地机品牌均价同比



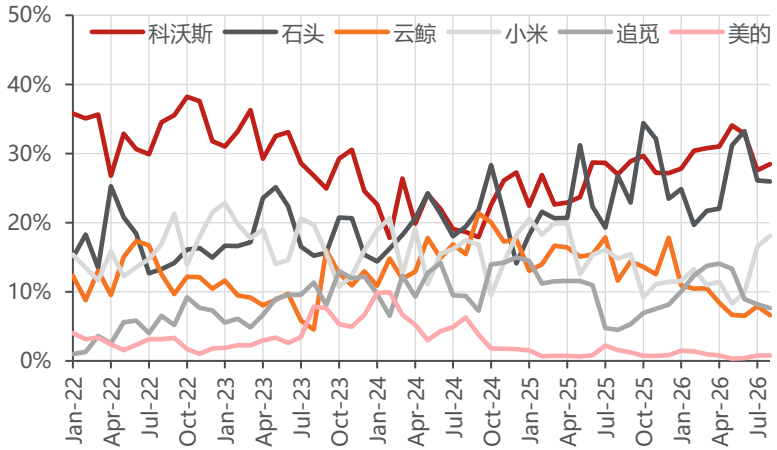
图表：扫地机品牌当月线上份额同比变动

	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

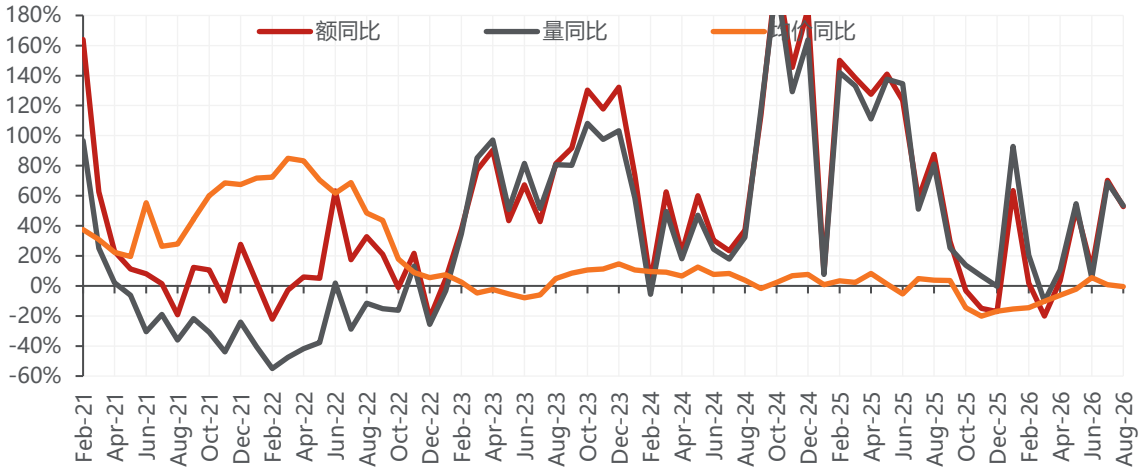


资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

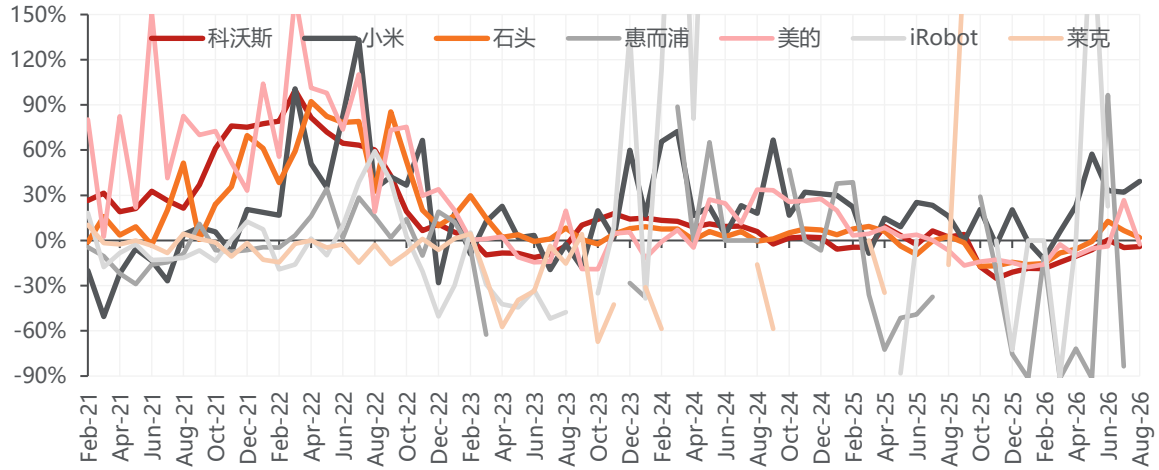
下载日志已记录，仅供内部参考

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



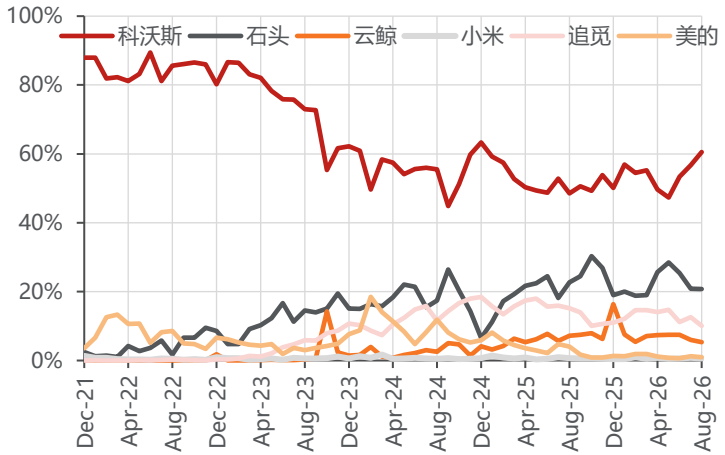
图表：扫地机品牌均价同比



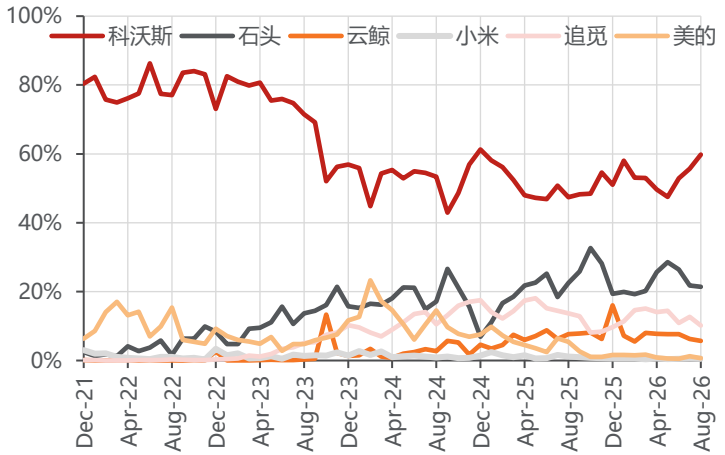
图表：扫地机品牌当月线下份额同比变动

	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

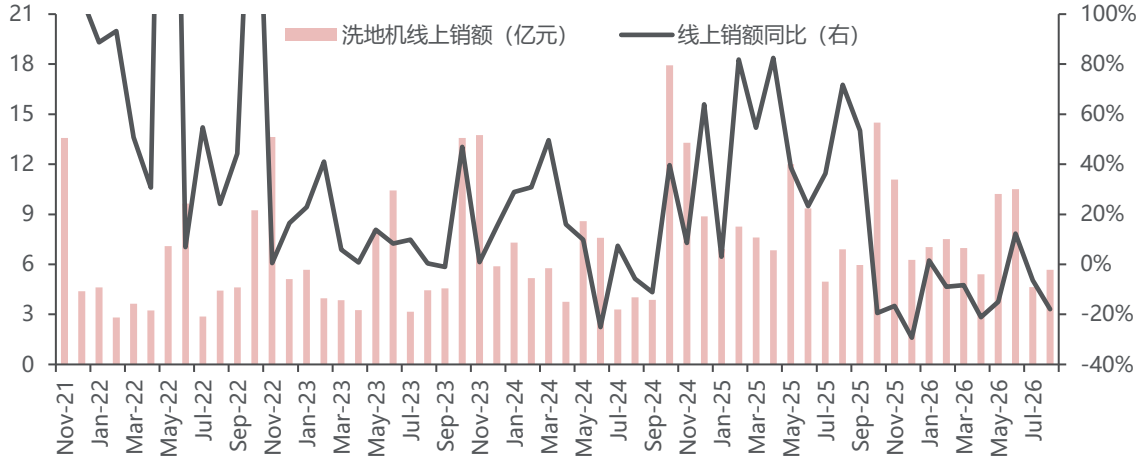


资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

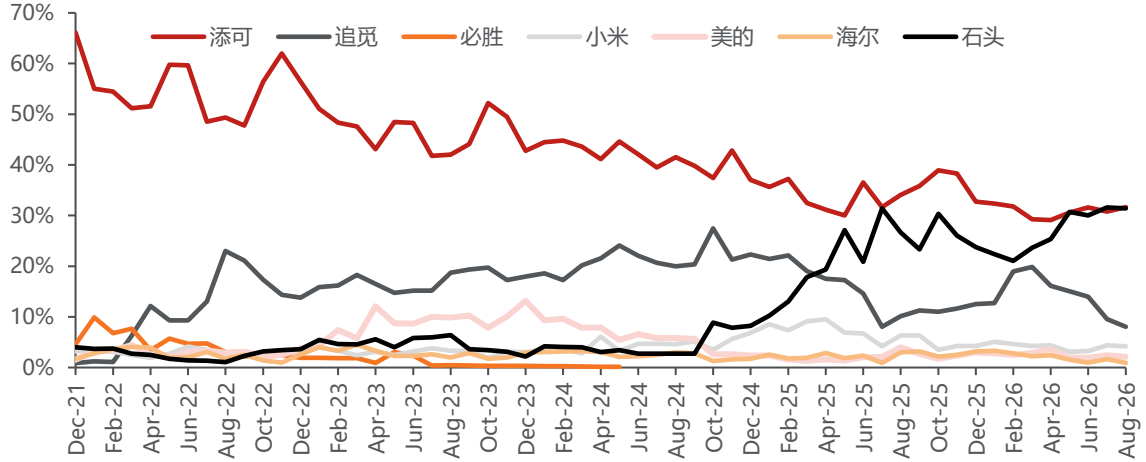
下载日志已记录，仅供内部参考

3.10 8月洗地机线上销额同比-18%，石头份额升势延续

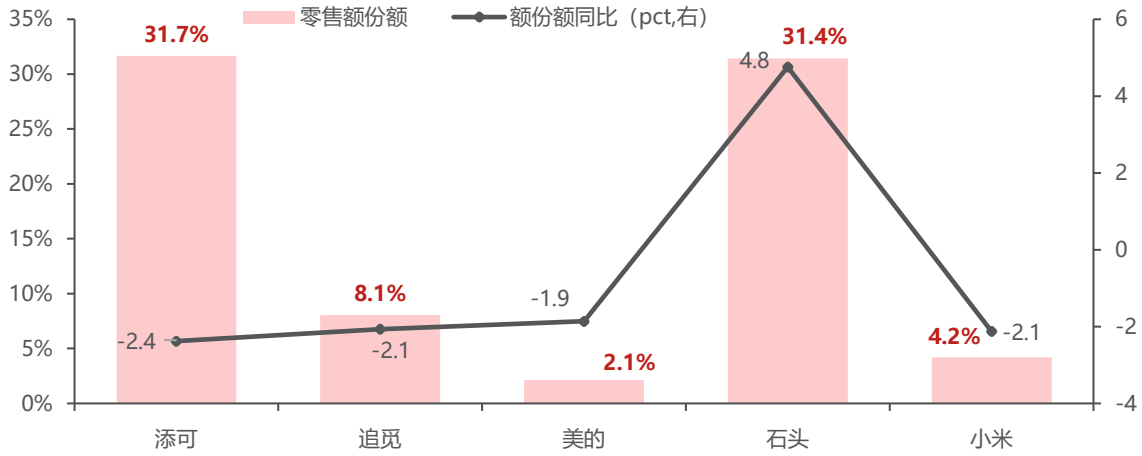
图表：洗地机线上销额及增速



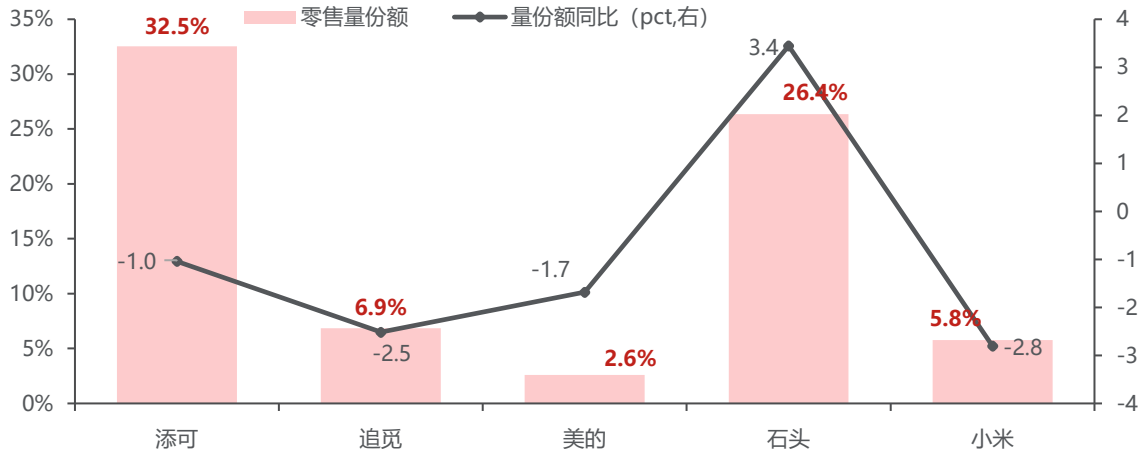
图表：洗地机品牌零售额份额走势



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

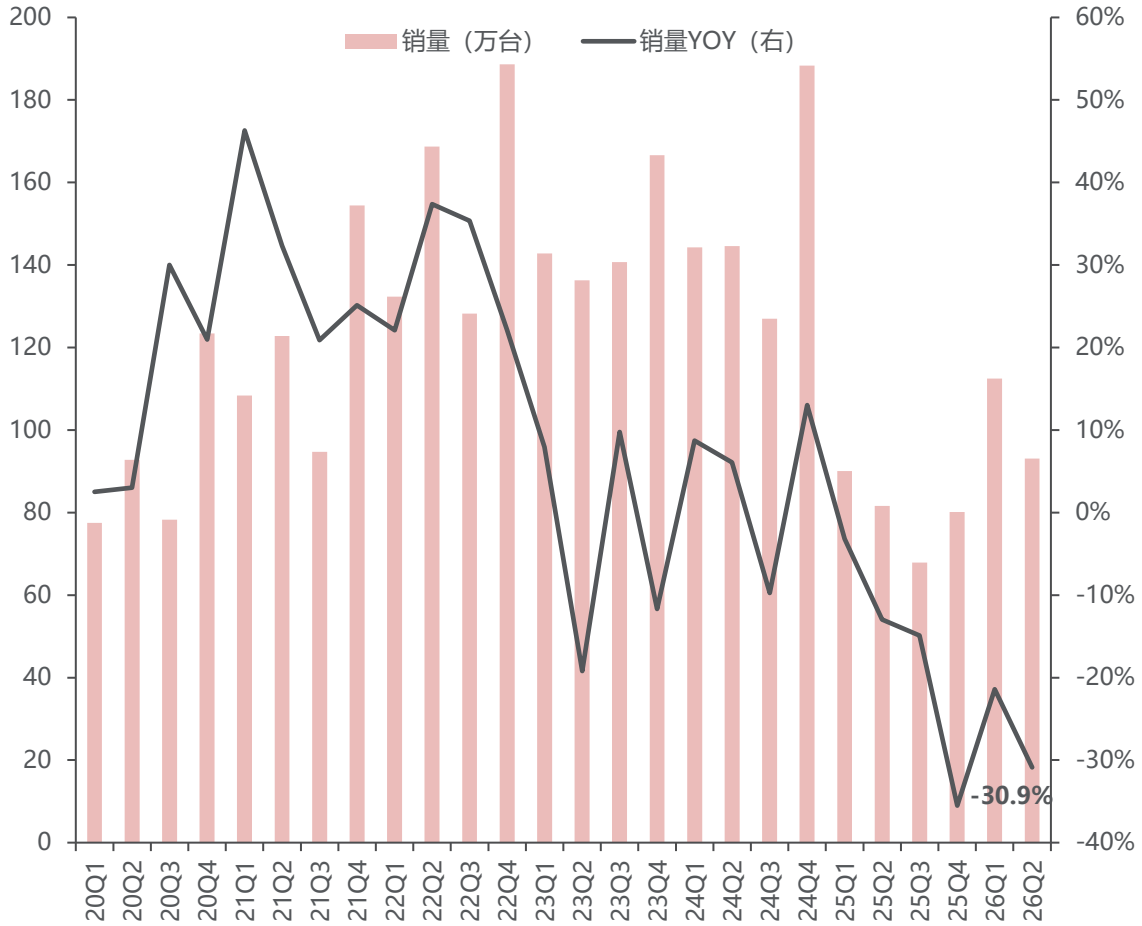


资料来源：奥维云网，国联民生证券研究所（注：奥维线下监测口径较窄且调整较多，谨慎参考；2024年4月起线上监测口径调整，此后不含非零售/To B销售）

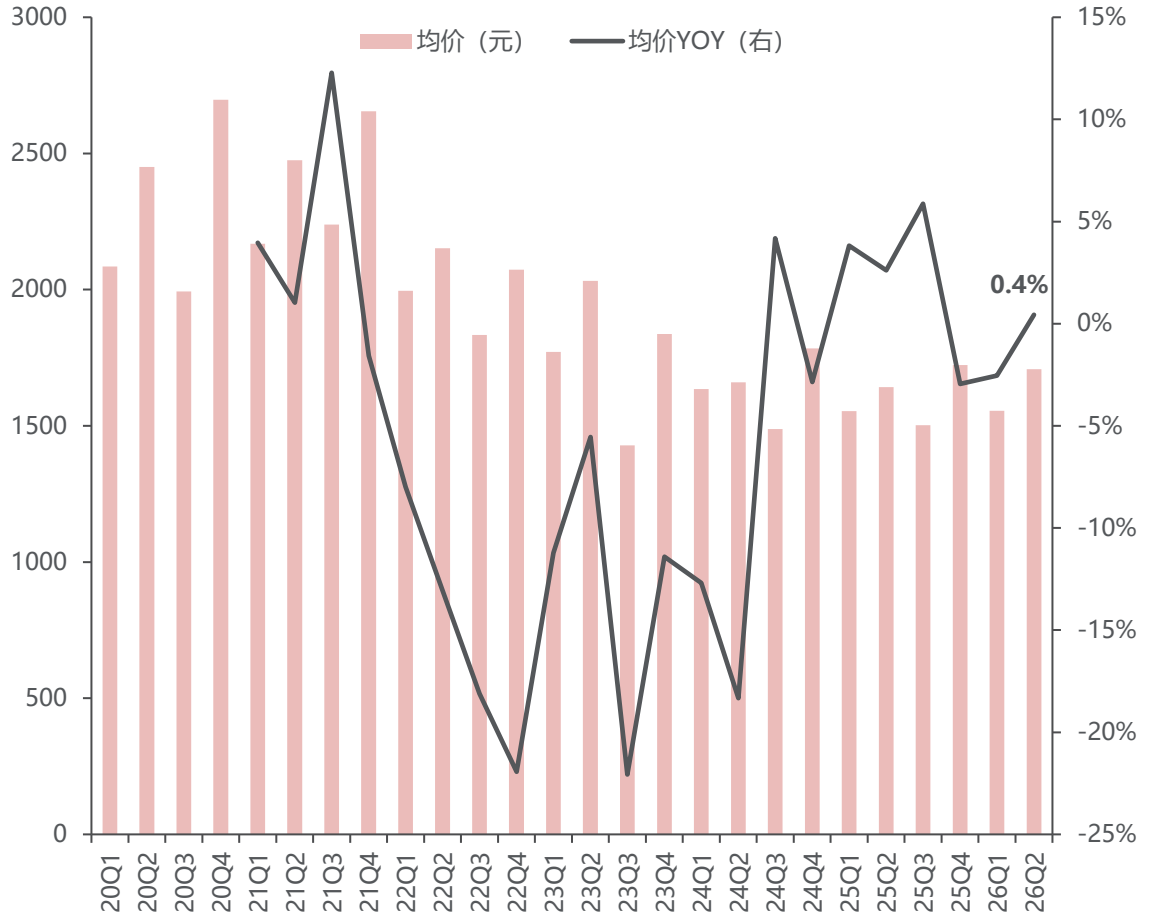
下载日志已记录，仅供内部参考

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

下载日志已记录，仅供内部参考

04

投资建议&核心报告

下载日志已记录，仅供内部参考

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，近月零售量趋势向上，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，内销稳步筑底。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**；推荐冲击全球霸主、打开盈利空间的**海信视像**、**TCL电子**；推荐挖掘全球市场红利的新兴赛道优质子行业龙头**科沃斯**、**石头科技**、**安克创新**，关注**欧伦电气**。

近期核心报告——

《中国彩电出海，从产品升级到品牌溢价还有多远？》

《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》

下载日志已记录，仅供内部参考

05

风险提示

下载日志已记录，仅供内部参考

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。

下载日志已记录，仅供内部参考



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

上海 上海市虹口区杨树浦路188号星立方大厦B座7层

北京 北京市西城区丰盛胡同20号丰铭国际大厦B座5F

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

下载日志已记录，仅供内部参考

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。