仅供内部参考，请勿外传！

财通证券 CAITONG SECURITIES

一文读懂 Expedia——41W2026 周报

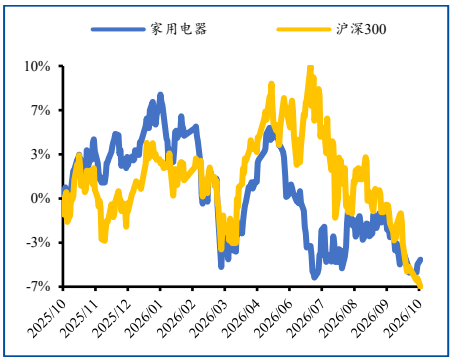
家用电器

证券研究报告

行业投资策略周报 / 2026.10.13

投资评级:看好（维持）

最近 12 月市场表现



分析师 孙谦
SAC 证书编号：S0160525060001
sunqian@ctsec.com

分析师 于雪娇
SAC 证书编号：S0160525080005
yuxj@ctsec.com

分析师 邢瀚文
SAC 证书编号：S0160525050001
xinghw@ctsec.com

分析师 戚志圣
SAC 证书编号：S0160525110003
qizs@ctsec.com

分析师 赵嘉宁
SAC 证书编号：S0160525120004
zhaojn@ctsec.com

联系人 刘航睿
liuhr@ctsec.com

相关报告

1. 《关注价格波动与出口——3Q2026 家电板块业绩前瞻》 2026-10-02
2. 《一文读懂 Live Nation——38W2026 周报》 2026-09-24
3. 《大尺寸与高阶 MiniLED 推动高端化，国产电视深化北美渠道布局》 2026-09-19

核心观点

- **周度研究聚焦：一文读懂 Expedia**
- **公司简介：全球主要在线旅游平台，形成 B2C、B2B 及 trivago 三大业务布局。** Expedia Group 总部位于美国西雅图，业务覆盖住宿、机票、度假租赁、租车、邮轮、保险及旅游活动等，其中 Expedia、Hotels.com 和 Vrbo 为三大核心消费品牌。2Q26 公司实现收入 43.15 亿美元，同比增长 14%，订单总额达 339.28 亿美元，同比增长 12%，调整后 EBITDA 为 11.19 亿美元，同比增长 23%；其中 B2C/B2B/trivago 收入分别同比增长 8%/23%/48%，B2B 业务延续较快增长。
- **公司所属行业介绍：全球旅游市场持续扩容，线上渗透率稳步提升，住宿构成 OTA 核心交易品类。**根据 Phocuswright 数据，2025 年全球旅游总预订额约 1.67 万亿美元，其中在线预订额约 1.07 万亿美元，全球 OTA 预订额约 4,080 亿美元，占全球旅游预订额约四分之一；美国 OTA 预订额约 1,003 亿美元，同比增长 4%，其中住宿/航空分别占 63%/20%。与此同时，AI 正加速进入旅游搜索及交易环节，1H2026 美国活跃旅行者中使用 AI 辅助旅行规划、预订或旅途中服务的比例已升至 56%，行业竞争逐步由渠道线上化向用户运营、转化效率及技术服务能力延伸。
- **公司核心竞争力：全球旅游供给及品牌矩阵构筑规模基础，B2B 分销与国际化扩张打开增长空间。** 截至 2025 年末，公司平台覆盖约 360 万家住宿物业及 500 余家航空公司，其中住宿业务贡献约 80%的收入；B2B 收入由 2023 年的 33.88 亿美元增长至 2025 年的 48.42 亿美元，两年 CAGR 约 19.5%，2Q26 B2B 收入及订单总额进一步同比增长 23%/21%，平台已服务 7.5 万家合作伙伴和 20 万名旅行顾问。与此同时，公司持续推进 Expedia、Hotels.com 及 Vrbo 统一技术架构和 One Key 会员体系建设，美国以外市场收入占比由 2022 年的 32.0%提升至 2025 年的 40.9%，国际市场成为进一步增长的重要来源。
- **建议关注：**1）大家电：如**格力电器/美的集团/海信家电/海尔智家**；2）小家电：如**科沃斯/石头科技**等；3）黑电：如 **TCL 电子/海信视像**；4）其他家电：如**盾安环境/华翔股份**；5）厨大电：如**华帝股份/老板电器**。
- **风险提示：**房地产市场景气程度回落、汇率波动风险、原材料价格波动风险、新品销售不及预期。

内容目录

1 周度研究聚焦：一文读懂 Expedia 4
1.1 公司基本情况 4
1.2 公司股权结构 4
1.3 公司高管结构 4
1.4 公司主要业务 4
1.5 公司财务数据 5
1.6 公司核心竞争力 6
1.7 所属行业情况 6
2 上周家电板块走势 8
3 周度资金流向 9
4 原材料价格走势 10
5 行业数据 11
6 行业新闻 15
7 公司公告 16
8 风险提示 17

图表目录

图 1：公司股权结构 4
图 2：公司营业收入及增速 5
图 3：公司归母净利润及增速 5
图 4：公司分业务营收占比 5
图 5：公司分地区营收占比 5
图 6：公司分业务营业利润率 6
图 7：公司费用率 6
图 8：全球旅游预订额持续增长，线上渗透率稳步提升 7
图 9：2025 年美国 OTA 预订额结构 7
图 10：全球主要在线旅游平台交易规模持续增长 8
图 11：周度家电板块走势 8
图 12：格力电器北上净买入 9
图 13：美的集团北上净买入 10
图 14：海尔智家北上净买入 10

图 15：铜、铝价格走势（元/吨） 11
图 16：中国塑料城价格指数（2010 年 1 月 4 日=1000） 11
图 17：钢材综合价格指数（1994 年 4 月=100） 11
图 18：出货端空调内销月零售量、同比增速 12
图 19：出货端空调外销月零售量、同比增速 12
图 20：出货端空调内销分品牌市占率、CR3 12
图 21：出货端空调外销分品牌市占率、CR3 12
图 22：出货端冰箱内销月零售量、同比增速 12
图 23：出货端冰箱外销月零售量、同比增速 12
图 24：出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3 13
图 25：出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3 13
图 26：出货端洗衣机内销月零售量、同比增速 13
图 27：出货端洗衣机外销月零售量、同比增速 13
图 28：出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3 14
图 29：出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3 14
图 30：奥维云网周度数据跟踪 15

表 1：公司高管团队 4
表 2：家电板块周涨跌幅、周换手率表现 9

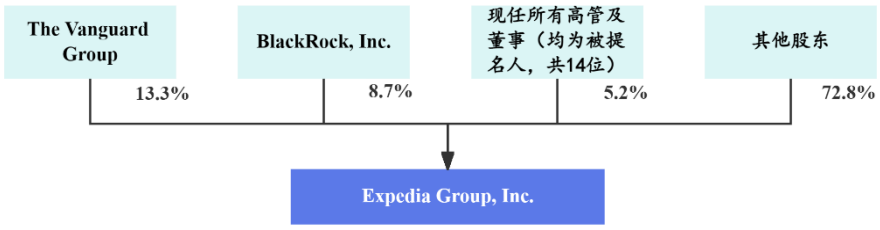
1 周度研究聚焦：一文读懂 Expedia

1.1 公司基本情况

Expedia Group 总部位于美国华盛顿州西雅图，是全球主要在线旅游平台之一。Expedia.com 于 1996 年作为微软内部业务推出，1999 年首次上市；2005 年从 IAC 分拆，成为独立上市公司；2018 年正式更名为 Expedia Group。经过多年发展，公司目前形成 B2C、B2B 及 trivago 三大业务板块，业务覆盖住宿、机票、度假租赁、租车、邮轮、保险及旅游活动等，其中 Expedia、Hotels.com 和 Vrbo 为公司三大核心消费品牌。

1.2 公司股权结构

图1: 公司股权结构



数据来源：公司公告，财通证券研究所；截至 2026 年 4 月 29 日

1.3 公司高管结构

表1: 公司高管团队

姓名	职位	背景介绍
Barry Diller	董事长、高级执行官	现任 Expedia Group 董事长及高级执行官，拥有长期媒体及互联网行业管理经验，曾任 IAC 董事长兼 CEO，并曾担任 Fox 及 Paramount Pictures 高管。
Ariane Gorin	首席执行官	2024 年 5 月起担任公司 CEO；2013 年加入 Expedia Group，此前曾任 Expedia for Business 总裁并领导全球 B2B 业务。
Robert Dzielak	首席法律及人力资源官、公司秘书	2006 年加入 Expedia Group，长期负责公司全球法律及政府事务；2025 年进一步兼任首席人才官。
Derek Andersen	首席财务官	2026 年 5 月 11 日起担任公司 CFO；此前于 2019-2026 年担任 Snap CFO，并曾在 Amazon 担任多个财务管理岗位。
Eric Hart	首席战略、业务及企业发展官	曾于 2019-2022 年担任 Expedia Group CFO，并曾负责公司战略、业务发展及并购工作，后重新加入公司管理层。

数据来源：公司官网，财通证券研究所

1.4 公司主要业务

公司主营业务包括 B2C（零售）、B2B 和 trivago 三大板块。2Q26 公司实现收入 43.15 亿美元，同比增长 14%；订单总额为 339.28 亿美元，同比增长 12%；调整后 EBITDA 为 11.19 亿美元，同比增长 23%。公司同期住宿间夜量同比增长 6%。

B2C（零售）：美国市场保持增长，成本管理推动盈利改善。2Q26 B2C 实现收入 26.77 亿美元，同比增长 8%；订单总额为 231.86 亿美元，同比增长 8%；调整后

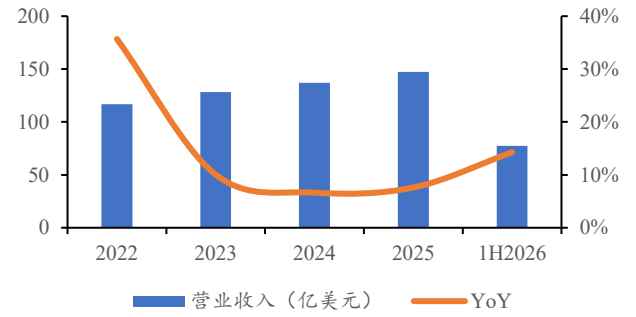
EBITDA 为 8.89 亿美元，同比增长 22%。公司披露 B2C 订单总额增长主要受美国市场持续增长推动，调整后 EBITDA 增长则来自收入增长及成本管理。

B2B：全球合作伙伴业务延续高增长，Rapid API 贡献主要增量。 2Q26 B2B 实现收入 14.93 亿美元，同比增长 23%；订单总额为 107.42 亿美元，同比增长 21%；调整后 EBITDA 为 3.69 亿美元，同比增长 12%。公司披露 B2B 订单总额在全球市场均实现增长，其中 Rapid API 为最大增长贡献来源；调整后 EBITDA 增长主要来自收入增长，同时部分被面向未来增长的投入抵消。

trivago：品牌重建推动广告收入恢复增长。 2Q26 trivago 第三方收入为 1.45 亿美元，同比增长 48%，调整后 EBITDA 由上年同期亏损 600 万美元转为盈利 100 万美元。trivago 主要通过酒店元搜索向 OTA 及旅游服务商导流获取广告收入，近年来持续通过品牌重建推动业务恢复增长。

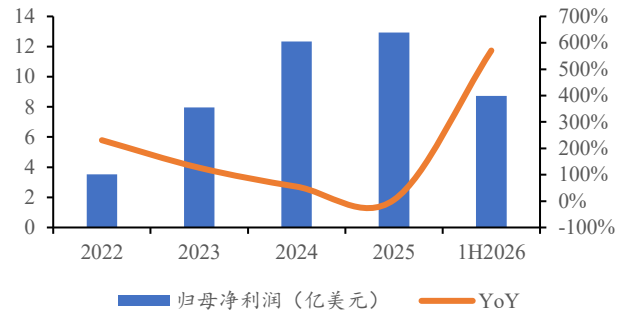
1.5 公司财务数据

图2: 公司营业收入及增速



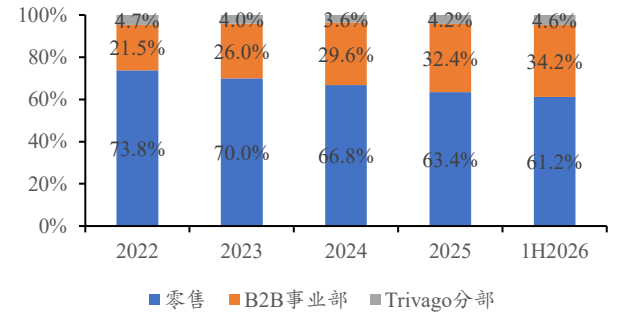
数据来源：iFinD，财通证券研究所

图3: 公司归母净利润及增速



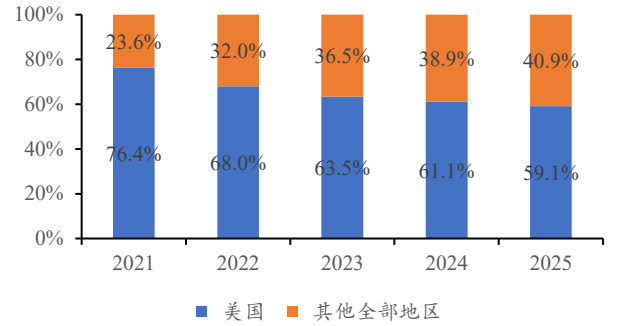
数据来源：iFinD，财通证券研究所

图4: 公司分业务营收占比



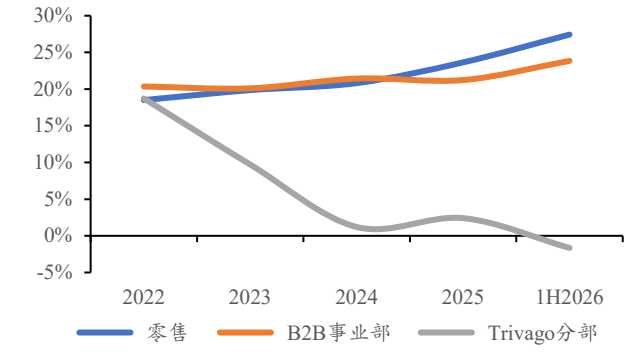
数据来源：iFinD，财通证券研究所

图5: 公司分地区营收占比



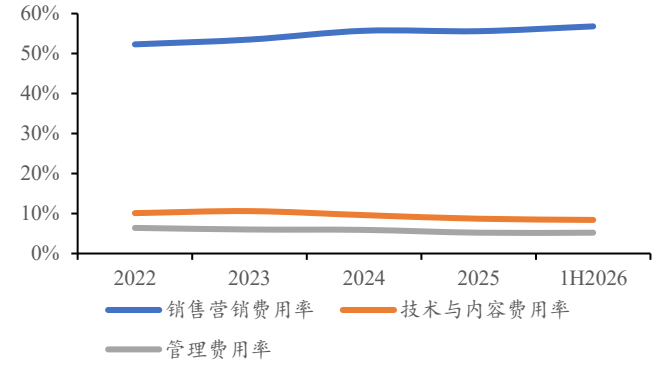
数据来源：iFinD，财通证券研究所

图6: 公司分业务营业利润率



数据来源：iFinD，财通证券研究所

图7: 公司费用率



数据来源：公司公告，财通证券研究所

1.6 公司核心竞争力

全球旅游供给及品牌矩阵构筑规模基础。截至 2025 年末，公司平台覆盖约 360 万家住宿物业，其中包括 Vrbo 约 240 万家在线可预订替代住宿，以及其他品牌约 120 万家酒店及替代住宿，同时连接 500 余家航空公司，并覆盖租车、邮轮、保险和旅游活动等产品。B2C 端形成 Expedia、Hotels.com 和 Vrbo 三大核心品牌，其中住宿业务贡献公司 2025 年约 80%的收入。

B2B 分销能力快速扩张，成为公司重要增长引擎。公司通过 Rapid API、白标及联合品牌解决方案和 Expedia TAAP，将旅游库存和技术能力输出给航空公司、旅行代理商、在线零售商、企业差旅管理机构及金融机构。B2B 收入由 2023 年的 33.88 亿美元增长至 2025 年的 48.42 亿美元，两年复合增速约 19.5%；2Q26 B2B 收入及订单总额进一步同比增长 23%/21%。2026 年公司披露 B2B 平台已服务 7.5 万家合作伙伴和 20 万名旅行顾问，日均处理约 210 亿次 API 调用。

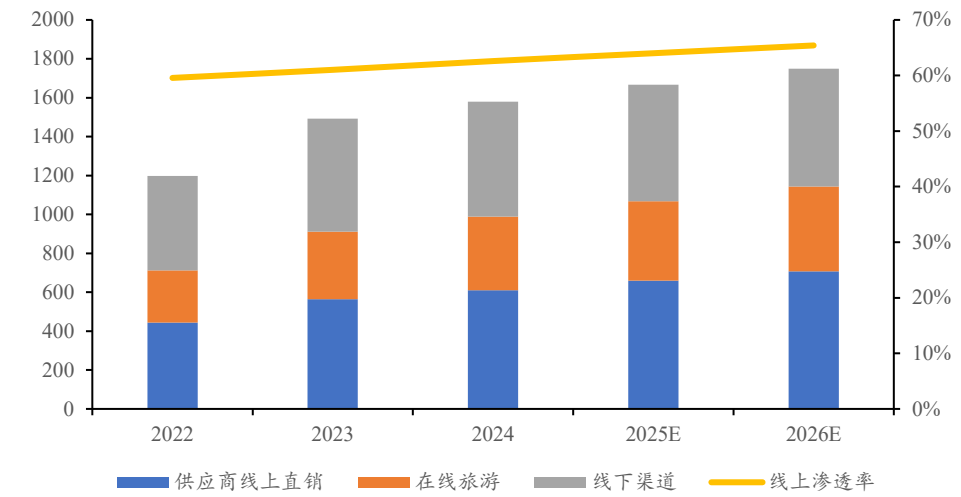
统一技术平台及会员体系强化多品牌协同。公司已将 Hotels.com 及 Vrbo 前端技术栈迁移至 Expedia 统一技术架构，交易型业务共享客服、数据中心、搜索、支付及反欺诈等基础设施，以提高产品迭代效率和规模经济。同时 One Key 将 Expedia、Hotels.com 及 Vrbo 会员体系打通，使用户可跨品牌赚取及使用奖励；2025 年多数原 Expedia Rewards 会员已完成迁移。

国际市场收入占比持续提升，打开进一步增长空间。按公司地区披露口径，美国之外市场的收入占比由 2022 年的 32.0%提升至 2025 年的 40.9%。公司 2025 年继续加大核心市场以外的全球扩张；2Q26 B2B 订单总额在全球市场均实现增长，Rapid API 为最大增量贡献来源。

1.7 所属行业情况

在线旅游市场规模持续增长，数字化渗透率稳步提升。在线旅游（OTA）行业连接消费者与酒店、航空公司、租车公司及其他旅游服务供应商，主要通过住宿、机票等旅游产品的在线预订及相关广告、技术服务实现变现。根据 Phocuswright 数据，2025 年全球旅游总预订额约 1.67 万亿美元，其中在线预订额约 1.07 万亿美元，同比增长约 8%；全球 OTA 预订额约 4,080 亿美元，占全球旅游预订额约四分之一。预计全球旅游在线化趋势仍将延续，在线渠道在旅游产品分销体系中的重要性持续提升。

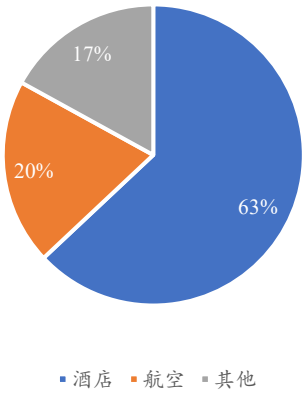
图8: 全球旅游预订额持续增长，线上渗透率稳步提升



数据来源：Phocuswright，财通证券研究所；单位：十亿美元

OTA 在住宿领域的渠道价值较为突出，美国为全球最大的 OTA 市场之一。 OTA 在不同旅游产品中的渗透率存在明显差异，其中住宿由于供给端较为分散，平台在库存聚合、搜索比较及流量获取方面具备较强价值，因此住宿也是 OTA 最核心的收入和利润来源；相较之下，航空公司自有网站及 App 直销能力较强，OTA 在航空领域的渠道份额相对较低。2025 年美国 OTA 预订额约 1,003 亿美元，同比增长 4%，约占美国旅游总预订额的 20%，预计到 2028 年占比提升至约 21%。

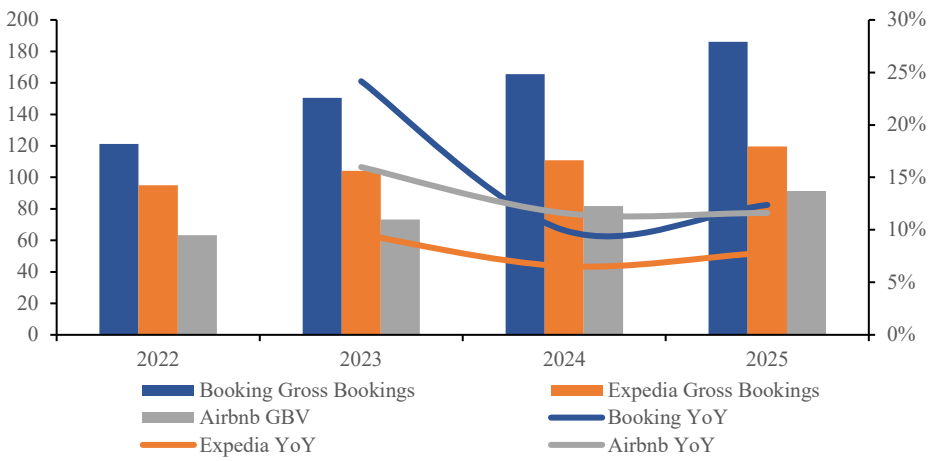
图9: 2025 年美国 OTA 预订额结构



数据来源：Phocuswright，财通证券研究所

行业竞争格局集中，竞争主体持续扩张。全球在线旅游市场主要参与者包括 Booking Holdings、Expedia Group、Airbnb、Trip.com Group 等，头部平台交易规模持续扩大。2025 年 Booking Holdings 订单总额达 1,861 亿美元，同比增长 12%；Expedia Group 订单总额达 1,196 亿美元，同比增长 8%；Airbnb GBV 达 913 亿美元，同比增长 12%，Booking 整体交易规模保持领先。与此同时，行业竞争边界持续扩大，OTA 不仅面临同行及 Airbnb 等替代住宿平台竞争，还面临酒店、航空公司强化官网及 App 直销、Google 等互联网平台争夺旅游搜索流量，以及生成式 AI 和 AI Agent 进入旅游搜索、规划及预订环节带来的潜在分流。

图10：全球主要在线旅游平台交易规模持续增长



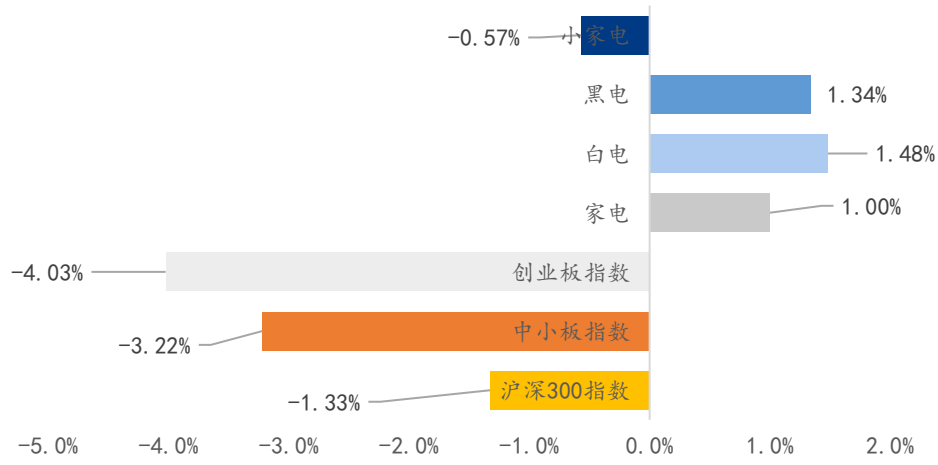
数据来源：公司公告，财通证券研究所；单位：十亿美元

行业竞争逐步由渠道线上化转向技术与用户运营能力。 随着成熟市场线上渗透率进入较高水平，OTA 单纯依靠渠道线上化获取增量的空间逐步收窄，AI、个性化、会员运营及 B2B 技术服务的重要性持续提升。Phocuswright 数据显示，美国活跃旅行者中使用 AI 进行旅行规划、预订或旅途中辅助的比例已由 1H25 的 33%提升至 2H25 的 43%，1H26 进一步升至 56%；同时，44%的旅行者愿意直接在 AI 平台完成预订，40%愿意由 AI 助手代为处理机票及酒店预订。AI 逐步进入旅游搜索及交易环节，未来 OTA 平台的竞争重点或由流量获取进一步转向用户粘性、转化效率及技术服务能力。

2 上周家电板块走势

本周沪深 300 指数-0.93%，创业板指数-2.93%，中小板指数-1.93%，家电板块+1.09%。从细分板块看白电、黑电、小家电涨跌幅分别为+2.35%、-1.31%、+2.79%。个股中，本周涨幅前五名是九阳股份、奥佳华、莱克电气、万和电气、海立股份；本周跌幅前五名是石头科技、禾盛新材、三花智控、英唐智控、德豪润达。

图11：周度家电板块走势



数据来源：Wind，财通证券研究所

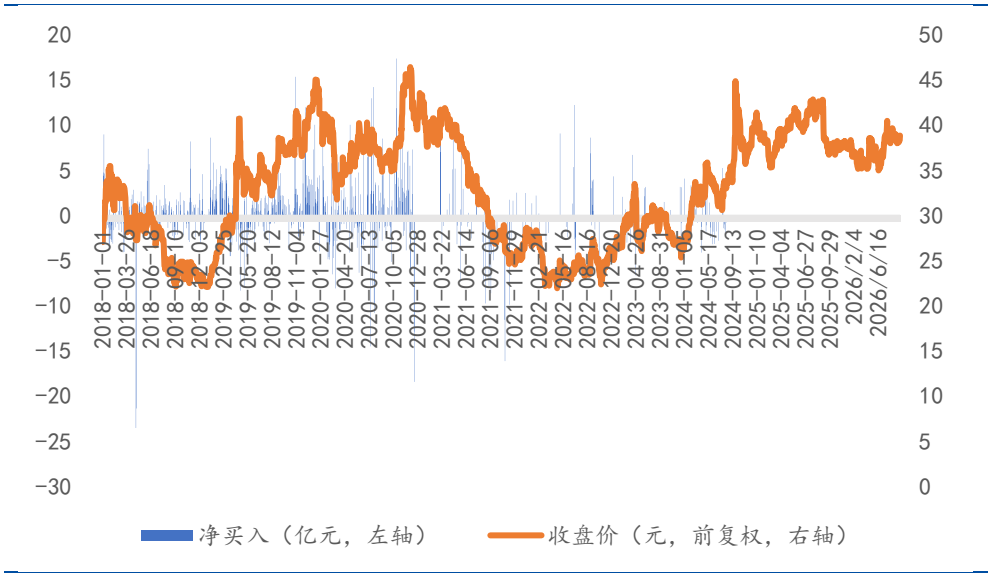
表2：家电板块周涨跌幅、周换手率表现

涨幅排名	证券代码	证券简称	周涨幅	周换手率	跌幅排名	证券代码	证券简称	周跌幅	周换手率
1	002242.SZ	九阳股份	21.0%	19.7%	1	688169.SH	石头科技	-8.9%	6.4%
2	002614.SZ	奥佳华	9.8%	39.4%	2	002290.SZ	禾盛新材	-8.2%	4.9%
3	603355.SH	莱克电气	6.5%	1.9%	3	002050.SZ	三花智控	-6.0%	3.2%
4	002543.SZ	万和电气	5.8%	5.4%	4	300131.SZ	英唐智控	-5.7%	7.2%
5	600619.SH	海立股份	5.3%	6.7%	5	002005.SZ	德豪润达	-4.0%	2.6%

数据来源：Wind，财通证券研究所

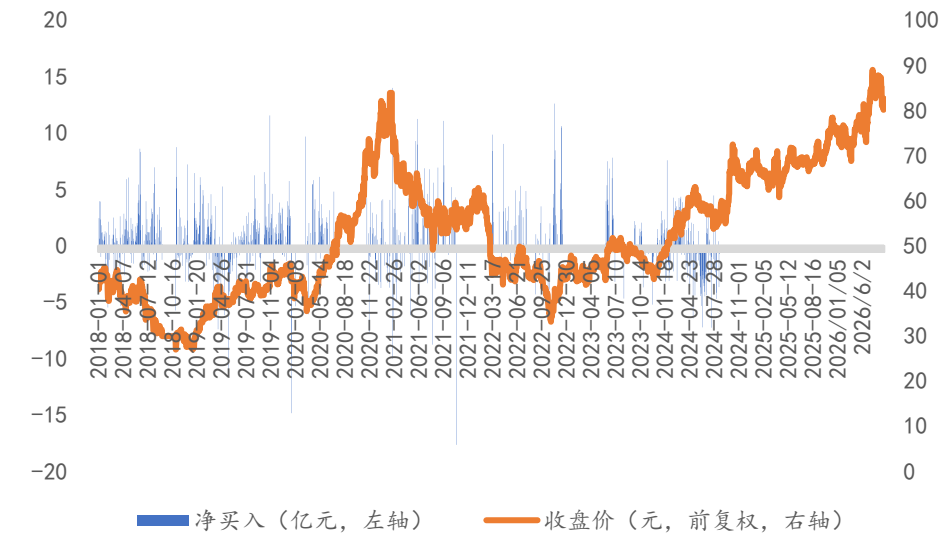
3 周度资金流向

图12：格力电器北上净买入



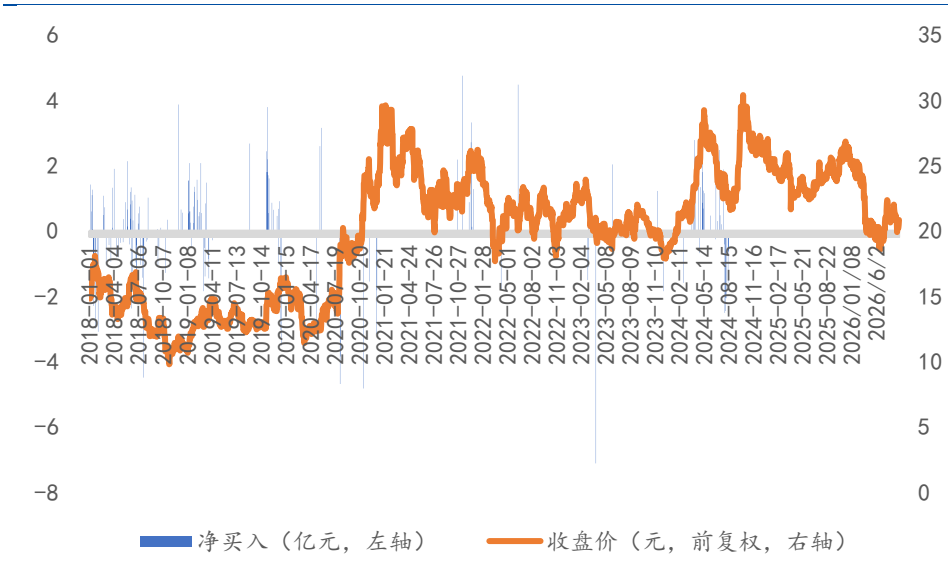
数据来源：Wind，财通证券研究所

图13：美的集团北上净买入



数据来源：Wind，财通证券研究所

图14：海尔智家北上净买入

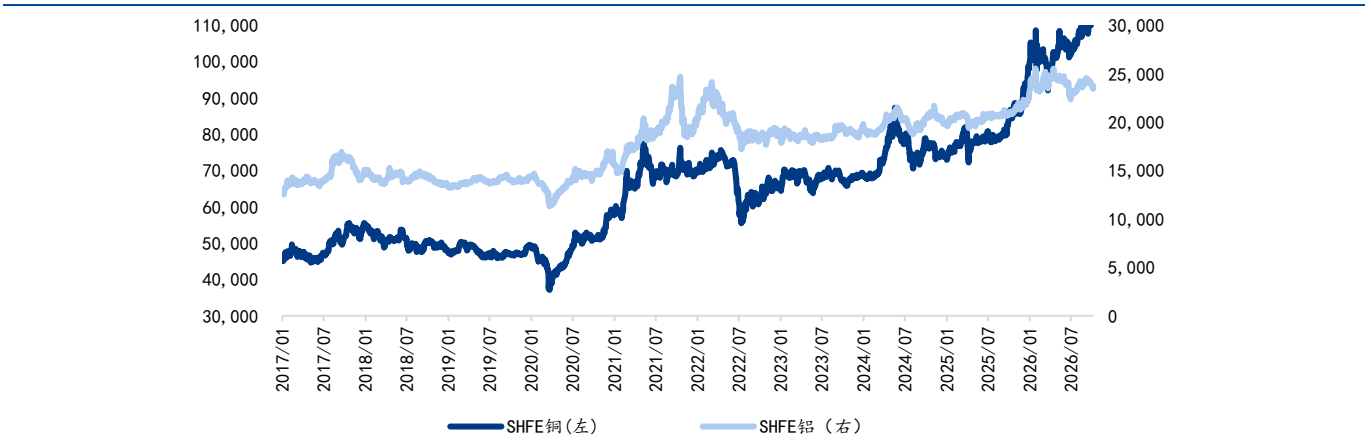


数据来源：Wind，财通证券研究所

4 原材料价格走势

2026 年 10 月 9 日，期货阴极铜收盘价为 111060 元/吨，相较于上周（2026.09.30）+0.42%，今年以来+12.41%；期货铝收盘价为 23740 元/吨，相较于上周（2026.09.30）-0.75%，今年以来+3.44%；中国塑料城价格指数为 987.33，相较于上周（2026.09.30）+1.55%，今年以来+31.17%；钢材综合价格指数（2026.10.10）为 91.83，相较于上周（2026.09.30）价格-0.36%，今年以来-0.04%。

图15：铜、铝价格走势（元/吨）



数据来源：Wind，财通证券研究所

图16：中国塑料城价格指数（2010 年 1 月 4 日=1000）



数据来源：Wind，财通证券研究所

图17：钢材综合价格指数（1994 年 4 月=100）



数据来源：Wind，财通证券研究所

5 行业数据

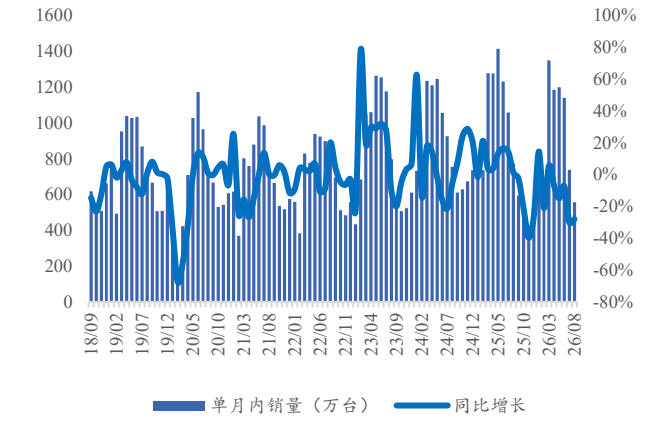
出货端：8 月白电内销承压，空冰外销均向好。

空调：2026M8 内/外销量分别同比-28.0%/+3.6%，增速环比+2.2/+2.1pct；2026M8 年累计内/外销量分别同比-10.7%/-5.3%（2025 年分别+0.7%/-3.4%），外需保持增长。

冰箱：2026M8 内/外销量分别同比-5.9%/+4.2%，增速环比-3.6/-3.2pct；2026M8 年累计内/外销量分别同比-6.1%/+12.1%（2025 年分别-2.0%/+4.2%），内需较 2025 年降幅收窄，外需保持增长。

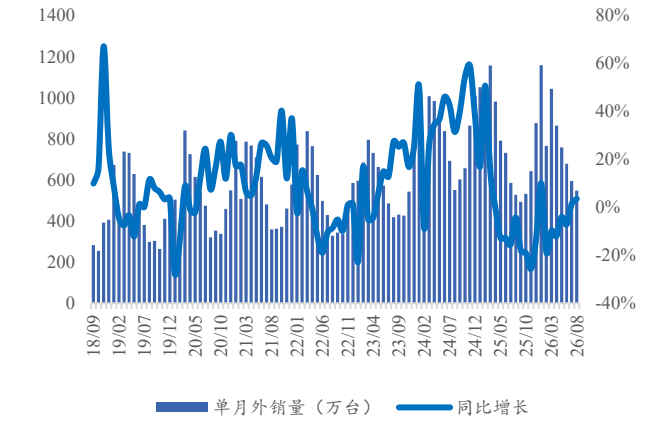
洗衣机：2026M8 内/外销量分别同比-5.3%/-7.2%，增速环比-0.8/-15.2pct；2026M8 年累计内/外销量分别同比-6.4%/+10.5%（2025 年分别+0.5%/+13.5%），内外需均承压。

图18: 出货端空调内销月零售量、同比增速



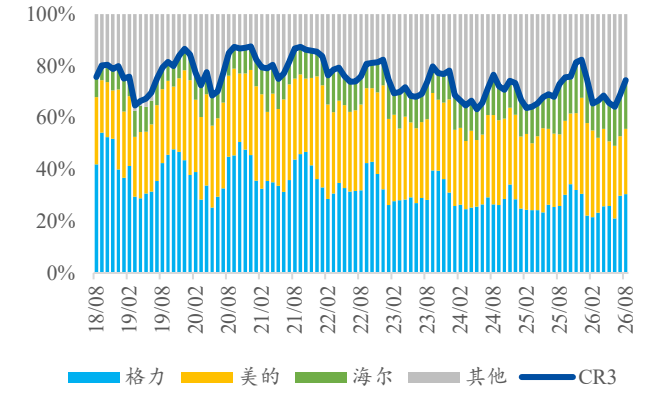
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图19: 出货端空调外销月零售量、同比增速



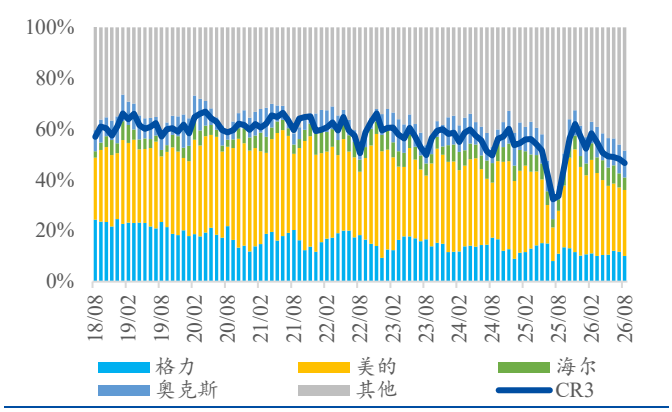
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图20: 出货端空调内销分品牌市占率、CR3



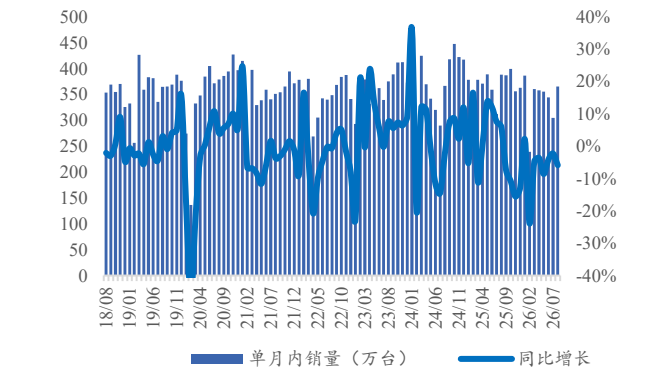
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图21: 出货端空调外销分品牌市占率、CR3



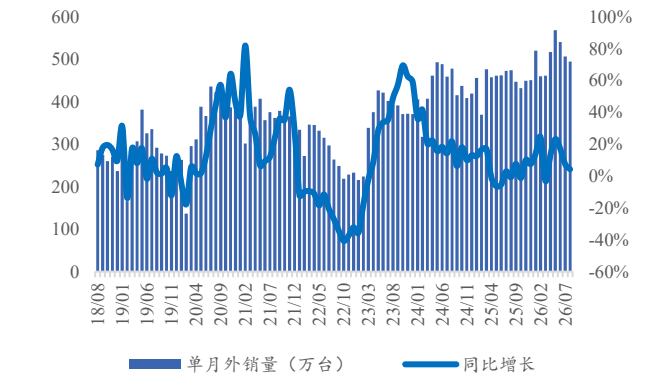
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图22: 出货端冰箱内销月零售量、同比增速



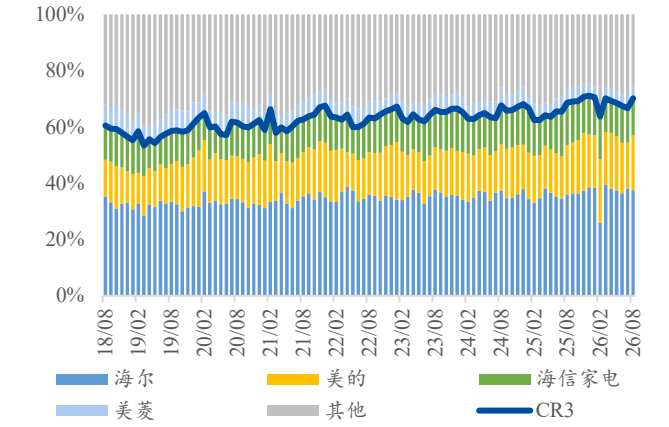
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图23: 出货端冰箱外销月零售量、同比增速



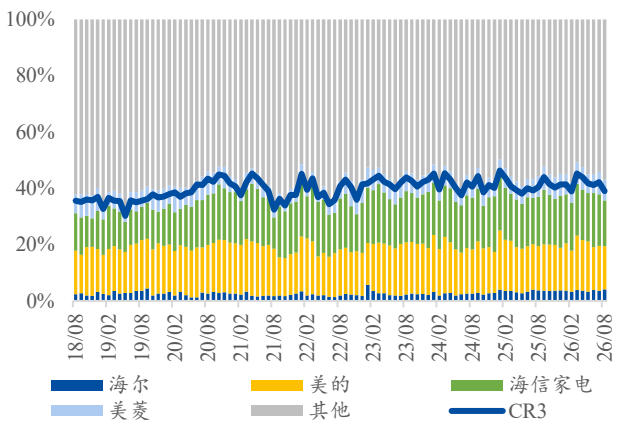
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图24: 出货端冰箱内销分品牌市占率、CR3



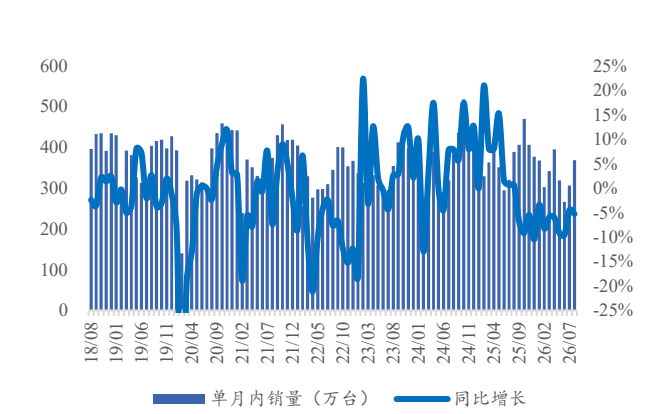
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图25: 出货端冰箱外销分品牌市占率、CR3



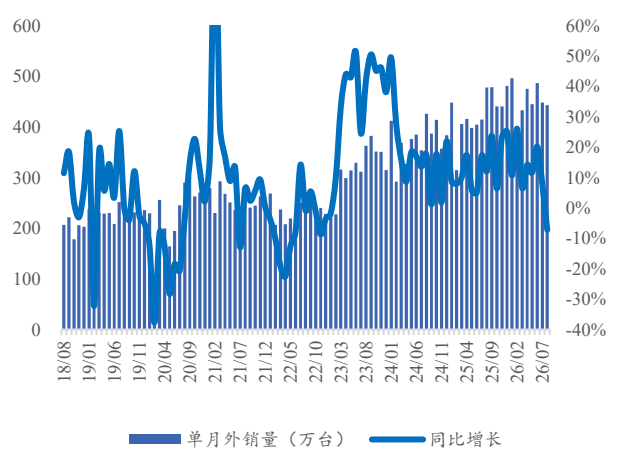
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图26: 出货端洗衣机内销月零售量、同比增速



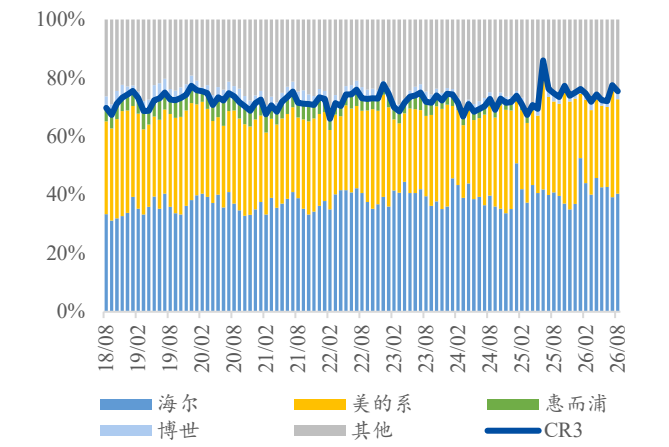
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图27: 出货端洗衣机外销月零售量、同比增速



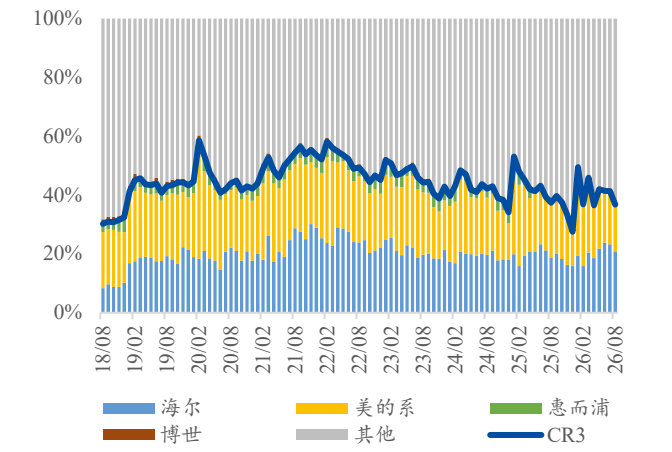
数据来源：产业在线，财通证券研究所

图28: 出货端洗衣机内销分品牌市占率、CR3



数据来源：产业在线，财通证券研究所

图29: 出货端洗衣机外销分品牌市占率、CR3



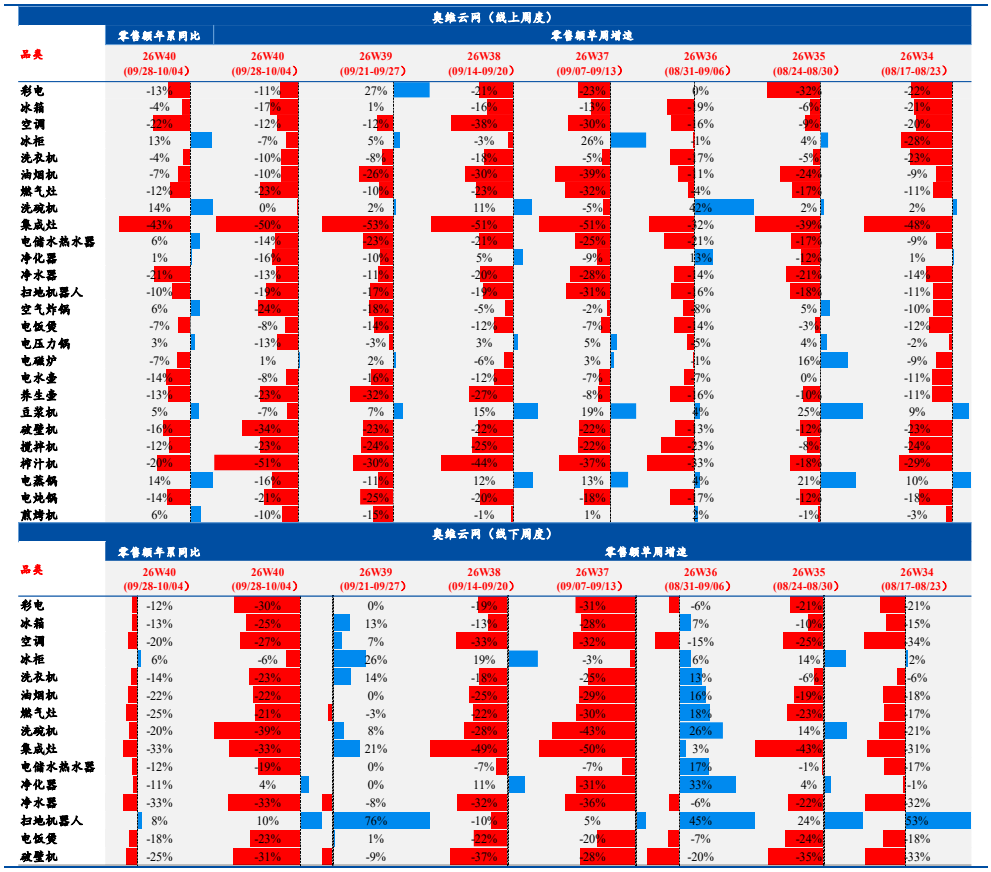
数据来源：产业在线，财通证券研究所

零售端：奥维数据跟踪

线上：大家电板块，26W40 彩电/冰箱/空调/洗衣机零售额年累同比分别-13%/-4%/-22%/-4%；生活电器板块，净化器销额保持增长，年累同比 1%；厨小板块，养生壶/电蒸锅/榨汁机/豆浆机年累销额分别同比-13%/14%/-20%/5%，增速分化。

线下：大家电板块，26W40 彩电/冰箱/空调/洗衣机零售额年累同比分别-12%/-13%/-20%/-14%，销额均下滑；厨大电板块，油烟机/燃气灶零售额年累同比-22%/-25%，销额下滑；扫地机线下零售额同比 8%，持续高速增长。

图30: 奥维云网周度数据跟踪



奥维云网（线上周度）

品类	零售额年原同比 26W40 (09/28-10/04)	零售额单周增速 26W40 (09/28-10/04)	26W39 (09/21-09/27)	26W38 (09/14-09/20)	26W37 (09/07-09/13)	26W36 (08/31-09/06)	26W35 (08/24-08/30)	26W34 (08/17-08/23)
彩电	-13%	-11%	27%	-21%	-22%	0%	-32%	-22%
冰箱	-4%	-17%	1%	-16%	-13%	-19%	-6%	-21%
空调	-22%	-12%	-12%	-38%	-30%	-16%	-9%	-20%
冰柜	13%	-7%	5%	-3%	26%	-1%	4%	-28%
洗衣机	-4%	-10%	-8%	-18%	-5%	-17%	-5%	-12%
油烟机	-7%	-10%	-26%	-30%	-39%	-11%	-24%	-9%
燃气灶	-12%	-23%	-10%	-23%	-32%	-4%	-17%	-11%
洗碗机	14%	0%	2%	11%	-5%	-42%	2%	2%
集成灶	-43%	-50%	-53%	-51%	-51%	-32%	-39%	-48%
电储水热水器	6%	-14%	-23%	-21%	-25%	-21%	-17%	-9%
净化器	1%	-16%	-10%	5%	-9%	-13%	-12%	1%
净水器	-11%	-13%	-11%	-20%	-28%	-14%	-21%	-14%
扫地机器人	-10%	-19%	-17%	-19%	-31%	-16%	-18%	-11%
空气炸锅	6%	-24%	-18%	-5%	-2%	-8%	5%	-10%
电饭煲	-7%	-8%	-14%	-12%	-7%	-14%	-3%	-12%
电压力锅	3%	-13%	-3%	3%	5%	-5%	4%	-2%
电磁炉	-7%	1%	2%	-6%	3%	-1%	16%	-9%
电水壶	-14%	-8%	-16%	-12%	-7%	-7%	0%	-11%
养生壶	-13%	-23%	-32%	-27%	-8%	-16%	-10%	-11%
豆浆机	5%	-7%	7%	15%	19%	4%	25%	9%
破壁机	-16%	-34%	-23%	-22%	-22%	-13%	-12%	-23%
搅拌机	-12%	-23%	-24%	-25%	-22%	-23%	-8%	-24%
榨汁机	-20%	-51%	-30%	-44%	-37%	-33%	-18%	-29%
电蒸锅	14%	-16%	-11%	12%	13%	4%	21%	10%
电炖锅	-14%	-21%	-25%	-20%	-18%	-17%	-12%	-18%
煎烤机	6%	-10%	-15%	-1%	1%	2%	-1%	-3%

奥维云网（线下周度）

品类	零售额年原同比 26W40 (09/28-10/04)	零售额单周增速 26W40 (09/28-10/04)	26W39 (09/21-09/27)	26W38 (09/14-09/20)	26W37 (09/07-09/13)	26W36 (08/31-09/06)	26W35 (08/24-08/30)	26W34 (08/17-08/23)
彩电	-12%	-30%	0%	-19%	-31%	-6%	-21%	21%
冰箱	-13%	-25%	13%	-13%	-28%	7%	-10%	-15%
空调	-20%	-27%	7%	-33%	-32%	-15%	-25%	-34%
冰柜	6%	-6%	26%	19%	-3%	6%	14%	2%
洗衣机	-14%	-23%	14%	-18%	-25%	13%	-6%	-6%
油烟机	-22%	-22%	0%	-25%	-29%	16%	-19%	-18%
燃气灶	-25%	-21%	-3%	-22%	-30%	18%	-23%	-17%
洗碗机	-20%	-39%	8%	-28%	-43%	26%	14%	-21%
集成灶	-33%	-33%	21%	-49%	-50%	3%	-43%	-31%
电储水热水器	-12%	-19%	0%	-7%	-7%	17%	-1%	-17%
净化器	-11%	4%	0%	11%	-31%	33%	4%	-1%
净水器	-33%	-33%	-8%	-32%	-36%	-6%	-22%	-32%
扫地机器人	8%	10%	76%	-10%	5%	45%	24%	53%
电饭煲	-18%	-23%	1%	-22%	-20%	-7%	-24%	-18%
破壁机	-25%	-31%	-9%	-37%	-28%	-20%	-35%	-33%

数据来源：奥维云网，财通证券研究所

6 行业新闻

多项国家计量技术规范发布 部分规范赋能家电产业质量提升

近日，市场监管总局批准发布《容量计量器具检定系统表》等 20 项国家计量技术规范，这批规范 2026 年 9 月 10 日获批，多数将于 2027 年 3 月 10 日实施，部分技术规范与家电行业供应链、产品测试、市场交易密切相关，为家电质量管控、零部件验证、市场公平交易提供计量技术支撑。

JJF 2489-2026《电子计价秤作弊特征识别 测试规范》将于 2027 年 1 月 1 日率先实施。电子计价秤广泛应用于家电卖场仓储物流、废旧家电回收称重等交易场景，该规范针对计价秤改装作弊建立系统测试方法，防范交易环节计量失准，维护家电经销、废旧家电回收市场公平，保护企业与消费者权益。

JJF 2490-2026《车用动力电池热失控试验机 校准规范》、JJF 2491-2026《电动汽车车载动力电池系统测试设备校准规范》2027 年 3 月 10 日实施。虽然面向车载动力电池检测设备，但家用储能电池同属电化学产品，家电及储能检测实验室可借鉴其计量方法，完善家用储能电池安全测试设备量值溯源，支撑家用储能类家电安全性能验证。

JJF 2495-2026《光伏用水蒸气透过率测定仪校准规范》同样 2027 年 3 月 10 日实施。水蒸气透过率是家电密封件、显示面板组件的关键性能指标，该规范统一仪器校准方法，保障家电元器件性能检测数据准确。

上述计量技术规范落地，补齐家电上下游检测设备计量短板，强化零部件检测到终端交易全链条计量保障，助力家电行业质量升级。

7 公司公告

2026 年 10 月 10 日，浙江帅丰电器股份有限公司发布《重大资产购买实施情况报告书》

一、交易概况

本次交易为浙江帅丰电器股份有限公司（*ST 帅电，股票代码 605336）以**现金方式**购买李连强、斯应昌持有的杭州惠嘉信息科技有限公司（惠嘉科技）**100%股权**。

1. **交易对价**：41,000 万元，分五期以自有资金现金支付（25%/27%/18%/15%/15%）

2. **评估基准日**：2026 年 4 月 30 日，采用收益法，评估结果 41,000 万元，增值率 364.57%

3. **交易性质**：构成重大资产重组（标的公司营业收入达上市公司指标的 151.32%），但**不构成关联交易**，也**不构成重组上市**

二、业绩承诺与补偿安排

1. **业绩承诺**：2026/2027/2028 年度净利润分别不低于 4,300/5,000/5,700 万元，合计不低于 15,000 万元

2. **业绩补偿**：各期实际净利润低于承诺数 90%时触发现金补偿，按差额公式计算，业绩承诺方承担连带责任

3. **减值测试补偿**：业绩期届满进行减值测试，补偿金额为期末减值额减去已付业绩补偿，总额不超过交易对价

4. **应收账款周转率承诺**：2028 年度应收账款周转率不低于 2 次，未达标可扣减最后一期对价（考核期至 2030 年 6 月 30 日）

5. **超额奖励**：累积净利润超额完成时，按比例奖励标的公司管理团队，上限为交易对价 20%

三、本次交易实施情况

1. **决策审批**：已获控股股东同意、董事会（第三届第二十四/二十六次会议）、交易对方、标的公司股东会、上市公司 2026 年第二次临时股东会审议通过，审批程序全部完成

2. **资产交割**：标的资产已过户至上市公司名下，上市公司直接持有惠嘉科技 100%股权；已支付交易对价 21,320 万元

3. **信息披露**：不存在实际情况与已披露信息重大差异

4. **人员调整**：财务负责人由丁寒忠变更为蔡玉琢；惠嘉科技董事会成员变更为邵于佶、蔡玉琢、李连强，李连强任总经理，丁城任监事

5. **资金占用/担保**：未发生上市公司资金、资产被实际控制人或其他关联人占用，也未发生为其提供担保的情形

6. **协议承诺履行**：《股权收购协议》《业绩承诺与补偿协议》及补充协议已生效且正常履行，无违约情形

7. **后续事项：**尚需支付剩余交易价款、执行过渡期损益归属约定、继续履行相关协议承诺及持续信息披露义务

8 风险提示

房地产市场景气程度回落：房地产市场景气情况与大家电销售关联性较高，地产市场遇冷将影响大家电终端销售情况。

汇率波动风险：部分家电企业以外销 ODM 业务为主，汇率波动会对企业盈利情况造成影响。

原材料价格波动风险：2021 年以来原材料成本快速上行，后续价格波动仍将影响家电企业盈利情况。

新品销售不及预期：洗地机、扫地机等新品销售不及预期将对相关家电企业营收业绩情况造成影响。

信息披露

● 分析师承诺

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，并注册为证券分析师，具备专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解。本报告清晰地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，作者也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补偿。

● 资质声明

财通证券股份有限公司具备中国证券监督管理委员会许可的证券投资咨询业务资格。

● 公司评级

以报告发布日后 6 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅为标准：
买入：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于 10%；
增持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 5%～10%之间；
中性：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在-5%～5%之间；
减持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅小于-5%；
无评级：由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级。
A 股市场代表性指数以沪深 300 指数为基准；中国香港市场代表性指数以恒生指数为基准；美国市场代表性指数以标普 500 指数为基准。

● 行业评级

以报告发布日后 6 个月内，行业相对于市场基准指数的涨跌幅为标准：
看好：相对表现优于同期相关证券市场代表性指数；
中性：相对表现与同期相关证券市场代表性指数持平；
看淡：相对表现弱于同期相关证券市场代表性指数。
A 股市场代表性指数以沪深 300 指数为基准；中国香港市场代表性指数以恒生指数为基准；美国市场代表性指数以标普 500 指数为基准。

● 免责声明

本报告仅供财通证券股份有限公司的客户使用。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。
本报告的信息来源于已公开的资料，本公司不保证该等信息的准确性、完整性。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邀请或向他人作出邀请。
本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的价格、价值及投资收入可能会波动。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报告。
本公司通过信息隔离墙对可能存在利益冲突的业务部门或关联机构之间的信息流动进行控制。因此，客户应注意，在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。在法律许可的情况下，本公司的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。
本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。
本报告仅作为客户作出投资决策和公司投资顾问为客户提供投资建议的参考。客户应当独立作出投资决策，而基于本报告作出任何投资决定或就本报告要求任何解释前应咨询所在证券机构投资顾问和服务人员的意见；
本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。