仅供内部参考，请勿外传！

申万宏源研究 SWS RESEARCH

2026 年 10 月 24 日

天猫双 11 开门红石头登顶小家电，多家公司发布三季报

——《2026/10/19-2026/10/23》家电周报

看好

相关研究

-

证券分析师
刘正 A0230518100001
liuzheng@swsresearch.com
刘嘉玲 A0230522120003
liujl@swsresearch.com
联系人
刘嘉玲 A0230522120003
liujl@swsresearch.com

本期投资提示：

- **本周家电板块表现跑赢沪深 300。**同期沪深 300 指数下跌 1.60%。重点公司方面，亿田智能（25.1%）、九阳股份（21.0%）、光峰科技（17.8%）领涨；奥佳华（-10.7%）、民爆光电（-6.9%）、盾安环境（-6.5%）领跌。

- **行业动态：1）天猫双 11 开门红：石头登顶小家电，SIDANDA 夺得家居第一。**据截至 10 月 20 日的《天猫双 11 品牌竞速榜》显示，石头科技超越一众传统小家电品牌，登顶小家电榜首;高端新锐床品品牌 SIDANDA 异军突起，首次夺得家居行业第一。此外，大家电与家装行业则延续强者恒强格局，海尔稳居大家电榜首，源氏木语持续领跑家装行业。**2）多家公司发布 2026 年三季报：**苏泊尔：公司 2026 年前三季度实现营业收入 169.92 亿元，同比增长 0.56%；归母净利润 12.73 亿元，同比下降 6.84%；扣非归母净利润 12.23 亿元，同比下降 7.28%；经营活动现金流净额 9.75 亿元，同比下降 27.88%。隆鑫通用：公司 2026 年前三季度实现营业收入 148.62 亿元，同比增长 2.09%；归母净利润 15.43 亿元，同比下降 2.14%；扣非归母净利润 15.22 亿元，同比下降 0.45%。

- **数据观察：9 月白电表现承压，厨电量价齐跌**

  A、 **白电数据：空冰洗零售额下滑，均价全线下跌。**空调：根据中怡康线下月度数据，9 月空调线下零售量同比下降 14.0%，线下零售额同比下降 16.6%；价格方面，整体线下零售市场均价为 4032 元，线下零售均价同比下降 3.93%。冰箱：根据中怡康线下月度数据，9 月冰箱零售量同比下降 7.5%，零售额同比下降 13.9%；均价方面，市场均价同比下降 7.7%，达到 6072 元。洗衣机：根据中怡康线下月度数据，9 月洗衣机零售量同比下降 4.1%，零售额同比下降 8.3%；均价方面，市场均价 3986 元，同比下降 5.3%。

  B、 **厨电数据：油烟机燃气灶线下量价齐跌。**油烟机：根据中怡康线下月度数据，9 月油烟机零售量同比下降 10.3%，销售额同比下降 14.1%；均价方面，市场均价同比下降 4.0%至 4088 元。燃气灶：根据中怡康线下月度数据，9 月燃气灶零售量同比下降 12.4%，销售额同比下降 15.6%；均价方面，市场均价同比下降 4.4%至 2086 元。

- **投资要点：三大投资主线：【红利】**白黑电领先企业兼具“低估值、高分红、稳增长”属性，股价安全边际高和弹性大兼顾。内销方面，25 年以旧换新政策落地效果持续超预期，26 年仍有望保持稳定。出口方面，头部大家电企业均在全球多地布局生产基地，良好应对关税变化等国际贸易波动，同时，东南亚、南美、中东非等多个新兴市场长期需求向好，有望拉动家电长期增量空间。我们看好白黑电领先企业当前处于价值底，建议关注三大白“**美的、海尔、格力**”+两**海信“视像、家电”**的组合。**【科技】**泛科技型家电企业在深耕主业的同时，积极向机器人、数据中心液冷、半导体等新兴科技领域迁移，寻求跨行业转型发展。建议关注：**华之杰**：激励目标高举高打，液冷+无人机+机器人等新业务即将放量；**民爆光电**：收购厦芝精密，切入 PCB 钻针高景气赛道；**绿联科技**：消费电子出海新势力，AI+NAS 空间大有可为；**安孚科技**：电池主业现金流稳健，外延并购及投资开拓半导体第二主业；**【出海】**以清洁电器、两轮车、智能影像为代表的家电新消费品类渗透率持续提升，成长空间广阔。推荐中报业绩超预期、强α+割草机等新品放量的**九号公司**；推荐海外需求回暖，内销新品持续高景气的扫地机双子星“**科沃斯、石头科技**”。推荐小家电出口大客户开拓顺利，EPS 电机量产贡献成长的**德昌股份**；推荐大客户订单突破带动收入放量，盈利能力打开修复空间的**欧圣电气。**推荐自主品牌布局大排量摩托车出海的行业领军者**隆鑫通用。**

- **风险提示：**汇率波动风险；原材料价格波动风险。

申万宏源研究微信服务号

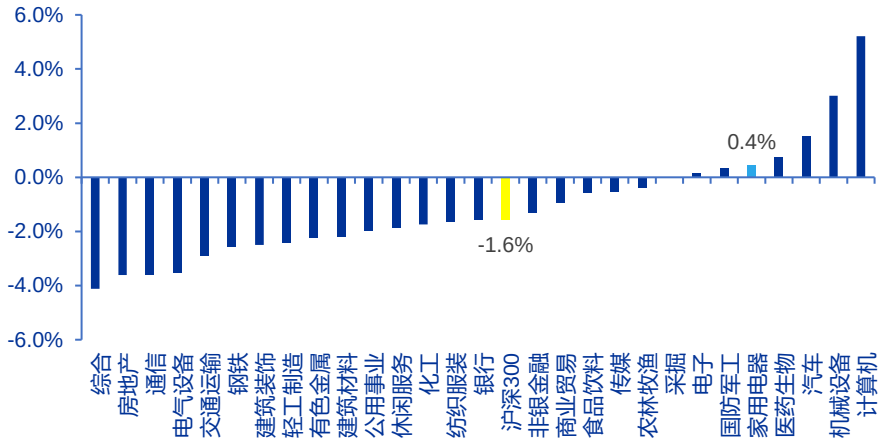
仅供内部参考，请勿外传！

1. 上市公司动态

1.1 本周板块涨跌幅情况

本周家电板块表现跑赢沪深 300。本周申万家用电器板块指数上涨 0.4%，同期沪深 300 指数下跌 1.6%。

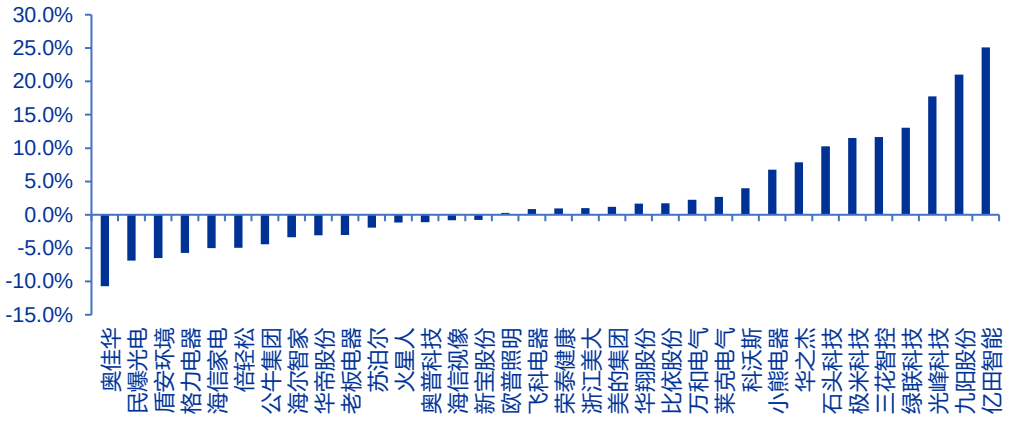
图 1：本周申万板块涨跌幅（%）



资料来源：iFinD，申万宏源研究

重点公司方面，亿田智能（25.1%）、九阳股份（21.0%）、光峰科技（17.8%）领涨；奥佳华（-10.7%）、民爆光电（-6.9%）、盾安环境（-6.5%）领跌。

图 2：申万家电板块公司涨跌幅情况（%）



资料来源：iFinD，申万宏源研究

仅供内部参考，请勿外传！

1.2 行业动态

1）天猫双 11 开门红：石头登顶小家电，SIDANDA 夺得家居第一

天猫双 11 开门红阶段，家电家居行业头部排位迎来新一轮洗牌。据截至 10 月 20 日的《天猫双 11 品牌竞速榜》显示，石头科技超越一众传统小家电品牌，登顶小家电榜首；高端新锐床品品牌 SIDANDA 异军突起，首次夺得家居行业第一。此外，大家电与家装行业则延续强者恒强格局，海尔稳居大家电榜首，源氏木语持续领跑家装行业。

2）多家公司发布 2026 年三季报

苏泊尔：公司 2026 年前三季度实现营业收入 169.92 亿元，同比增长 0.56%；归母净利润 12.73 亿元，同比下降 6.84%；扣非归母净利润 12.23 亿元，同比下降 7.28%；经营活动现金流净额 9.75 亿元，同比下降 27.88%。单三季度实现营业收入 55.82 亿元，同比增长 3.00%；归母净利润 4.05 亿元，同比下降 4.95%；扣非归母净利润 3.83 亿元，同比下降 6.95%。利润下滑主要受人民币兑美元汇率波动导致汇兑损失、利息收入减少及存货跌价准备增加等因素影响。前三季度财务费用同比上升 256.44%，销售费用增至 18.16 亿元。截至三季度末，公司总资产 140.23 亿元，较上年末增长 4.52%，归母净资产 54.59 亿元，较上年末下降 13.14%。

隆鑫通用：公司 2026 年前三季度实现营业收入 148.62 亿元，同比增长 2.09%；归母净利润 15.43 亿元，同比下降 2.14%；扣非归母净利润 15.22 亿元，同比下降 0.45%；经营活动现金流净额 17.75 亿元，同比下降 33.45%。单三季度实现营业收入 50.86 亿元，同比增长 5.85%；归母净利润 5.52 亿元，同比增长 9.79%。分业务来看，摩托车业务收入 121.00 亿元，同比增长 12.94%，其中自主品牌收入 54.54 亿元，同比增长 29.93%；全地形车收入 8.56 亿元，同比增长 84.78%；通用机械业务收入 25.16 亿元，同比下降 25.65%。整体来看，公司摩托车业务保持增长，但通用机械业务及经营现金流承压。

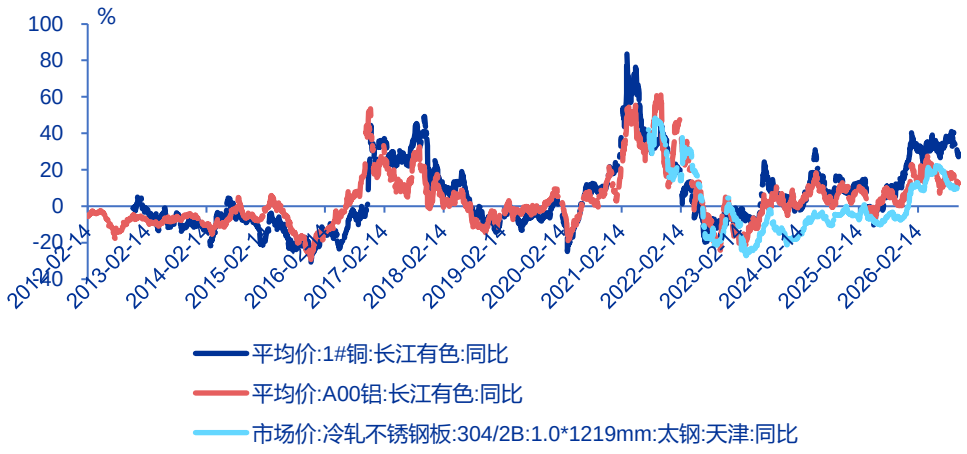
仅供内部参考，请勿外传！

2．行业变化

2.1 原材料价格：本周铜、铝、不锈钢板价格均同比上升

截至 2026 年 10 月 23 日，长江有色铜价为 108685 元/吨，同比上升 27.17%，环比下降 0.93%；长江有色铝价为 23675 元/吨，同比上升 12.55%，环比下降 0.13%。截至 2026 年 10 月 23 日，不锈钢板:冷轧经销价为 14950 元/吨，同比上升 9.93%，环比下降 0.33%。

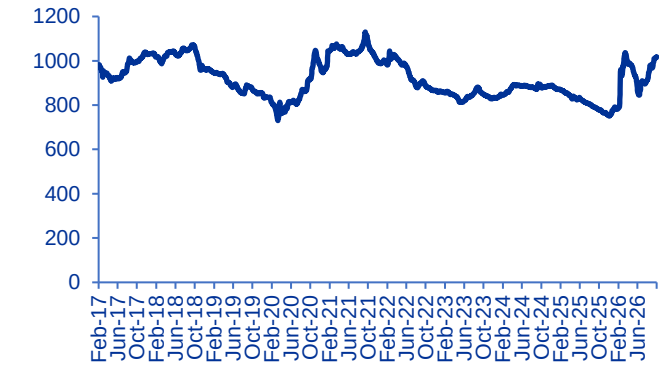
图 3：截至 10 月 23 日原材料铜、铝、不锈钢价格同比变化情况（%）



资料来源：iFinD，申万宏源研究

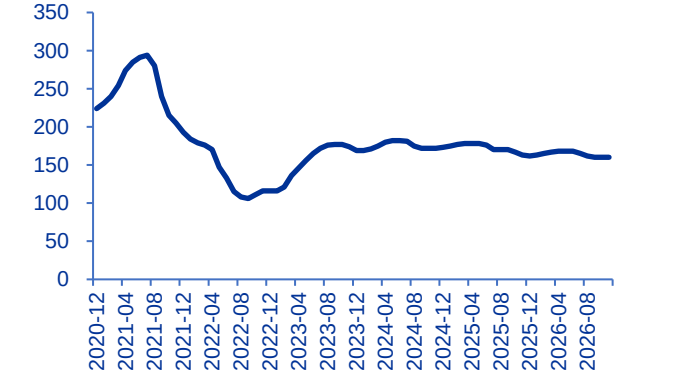
截至 2026 年 10 月 23 日，中国塑料城价格指数为 1018.67，环比上升 0.42%，同比上升 30.85%。截至 2026 年 11 月，65 寸 open cell 面板价格为 160 美元，环比持平，同比下降 1.84%。

图 4：截至 10 月 23 日，塑料城价格指数同比上涨 30.85%



资料来源：iFinD，申万宏源研究

图 5：预计 11 月 65 寸面板价格同比下降 1.84%（美元）



资料来源：iFinD，申万宏源研究

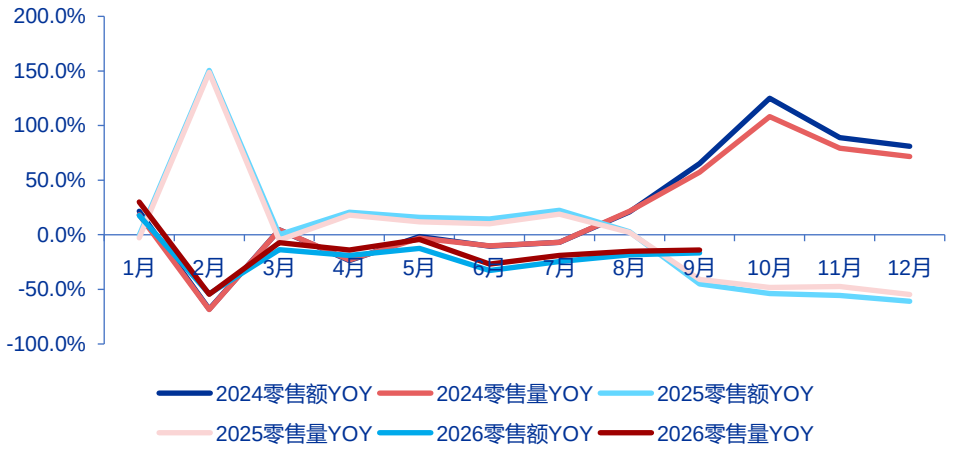
仅供内部参考，请勿外传！

2.2 数据观察：9 月白电表现承压，厨电量价齐跌

A、白电数据：空冰洗零售额下滑，均价全线下跌

空调：根据中怡康线下月度数据，9 月空调零售量下降 14.0%，零售额下降 16.6%；价格方面，整体线下零售市场均价为 4032 元，同比下降 3.93%。

图 6：9 月空调零售量下降 14.0%，零售额下降 16.6%（%）

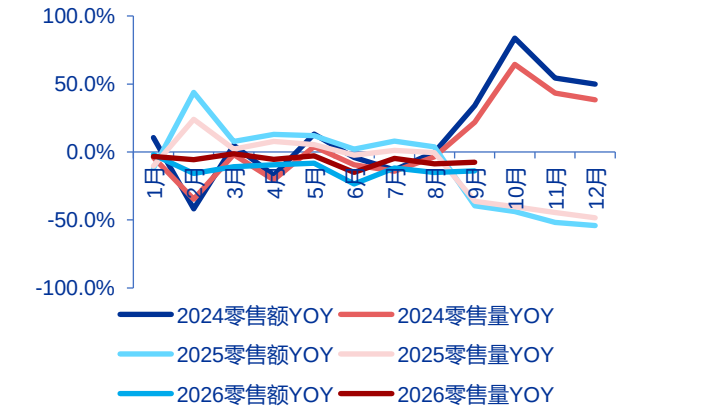


资料来源：中怡康白电，申万宏源研究

冰箱：根据中怡康线下月度数据，9 月冰箱零售量同比下降 7.5%，零售额同比下降 13.9%；均价方面，市场均价同比下降 7.7%，达到 6072 元。

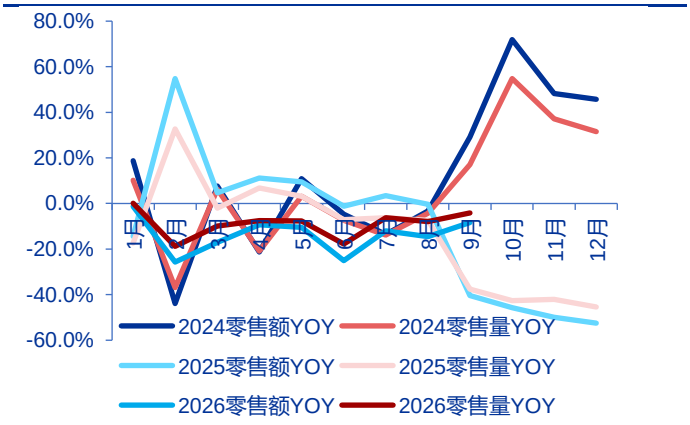
洗衣机：根据中怡康线下月度数据，9 月洗衣机零售量同比下降 4.1%，零售额同比下降 8.3%；均价方面，市场均价 3986 元，同比下降 5.3%。

图 7：9 月冰箱零售量同比下降 7.5%，零售额同比下降 13.9%（%）



资料来源：中怡康白电，申万宏源研究

图 8：9 月洗衣机零售额/量同比下降 8.3%/下降 4.1%（%）



资料来源：中怡康白电，申万宏源研究

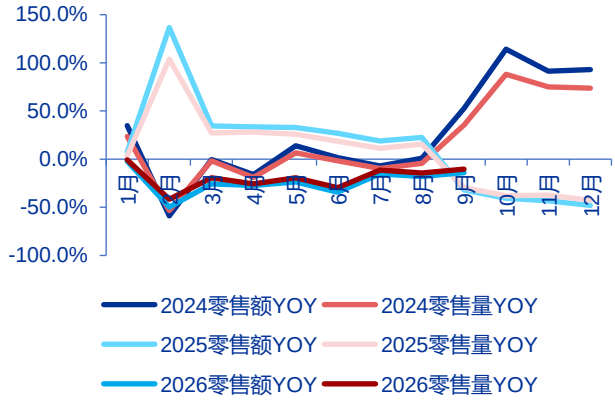
仅供内部参考，请勿外传！

B、厨电数据：油烟机燃气灶线下量价齐跌

油烟机：根据中怡康线下月度数据，9 月油烟机零售量同比下降 10.3%，销售额同比下降 14.1%；均价方面，市场均价同比下降 4.0%至 4088 元。

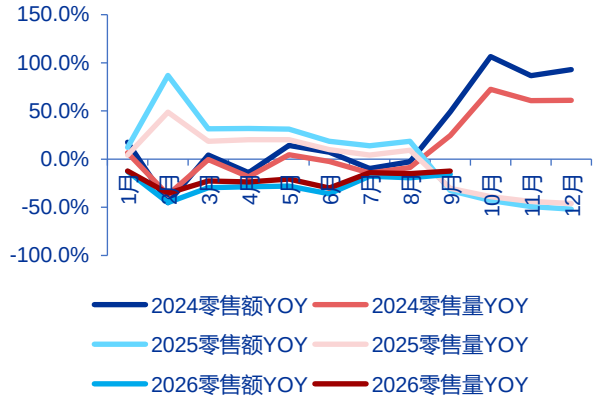
燃气灶：根据中怡康线下月度数据，9 月燃气灶零售量同比下降 12.4%，销售额同比下降 15.6%；均价方面，市场均价同比下降 4.4%至 2086 元。

图 9：9 月油烟机零售额同比下降 14.1%，销售量同比下降 10.3%（%）



资料来源：中怡康厨电，申万宏源研究

图 10：9 月燃气灶零售额/量同比下降 15.6%/下降 12.4%（%）



资料来源：中怡康厨电，申万宏源研究

仅供内部参考，请勿外传！

3．宏观经济环境

截至2026年10月23日，美元兑人民币汇率中间价报6.7180，年初至今下降4.42%。

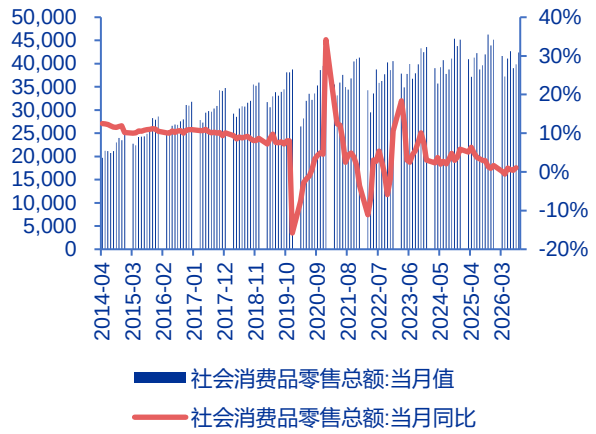
图 11：美元兑人民币汇率中间价年初至今下降 4.42%



资料来源：iFinD，申万宏源研究

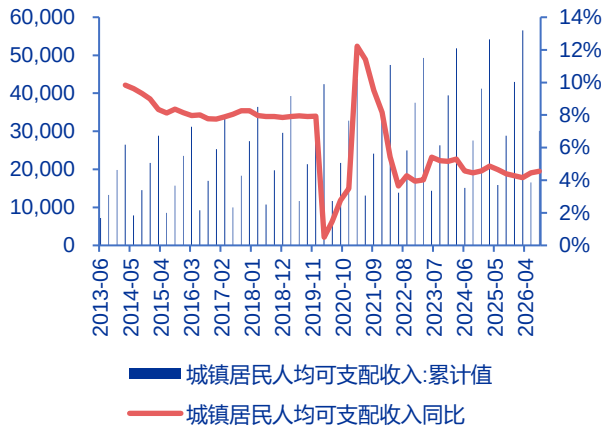
2026 年 9 月，**社会零售商品总额**为 42432.50 亿元，同比增长 1.10%。截至 2026 年 9 月，**城镇居民人均可支配收入**累计值为 44945.00 元，2026Q3 同比增长 4.75%。

图 12：社会零售商品总额（亿元，%）



资料来源：iFinD，申万宏源研究

图 13：人均可支配收入（元，%）



资料来源：iFinD，申万宏源研究

仅供内部参考，请勿外传！

4．本周家电公司公告

欧普照明：关于回购注销部分限制性股票的公告

公司于 2026 年 10 月 19 日召开董事会，审议通过回购注销部分限制性股票的议案。因 2024 年限制性股票激励计划中 16 名激励对象离职，公司拟回购注销其已获授但尚未解除限售的限制性股票合计 37.41 万股，其中首次授予部分 15.70 万股，回购价格 7.76 元/股；预留授予部分 21.71 万股，回购价格 6.86 元/股。本次回购注销完成后，公司总股本将由 7.4228 亿股降至 7.4191 亿股。本次回购注销不会对财务状况及经营成果产生实质性影响，相关股份注销手续尚待办理。

https://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-20/1225610829.PDF

春风动力：2026 年第三季度报告

公司 2026 年前三季度实现营业收入 209.42 亿元，同比增长 40.59%；归母净利润 20.21 亿元，同比增长 42.78%；扣非归母净利润 15.60 亿元，同比增长 15.49%；经营活动现金流净额 45.18 亿元，同比增长 40.85%。单三季度实现营业收入 75.56 亿元，同比增长 49.90%；归母净利润 9.56 亿元，同比增长 131.27%；扣非归母净利润 5.09 亿元，同比增长 27.52%。业绩增长主要受销售规模扩大及美国关税退还等因素推动，其中第三季度确认美国关税退税及对应利息 6.24 亿元，计入非经常性损益。截至三季度末，公司总资产 270.34 亿元，较上年末增长 40.29%，归母净资产 90.23 亿元，较上年末增长 20.28%。

https://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-21/1225612763.PDF

老板电器：关于参与认购私募基金份额的进展公告

公司此前与横店资本创业投资（浙江）有限公司签署合伙协议，拟以自有资金认缴出资 1.10 亿元，参与投资横店柏晖创业投资（杭州）合伙企业，占基金认缴出资总额的 6.67%。近日，该基金已完成工商变更登记及中国证券投资基金业协会基金变更备案手续，基金认缴出资总规模为 16.50 亿元，主要投资于未上市企业。截至公告披露日，公司已实缴出资 1 亿元，后续将持续关注基金投资进展并履行信息披露义务。

http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-13/1225600853.PDF

华翔股份：关于部分募投项目增加实施主体和实施地点并使用部分募集资金向新增实施主体提供借款以实施募投项目的公告

公司拟对 2026 年可转债募投项目“智能家居零部件产能提升项目”新增华翔股份及全资子公司华翔（天津）精密制造有限公司为实施主体，新增天津市武清开发区为实施地点。

该项目总投资 5.53 亿元，拟使用募集资金 5.02 亿元，公司计划根据项目实际资金需求，以无息借款方式向天津精密提供部分募集资金，专项用于项目建设。本次调整旨在优化产能布局、提高募集资金使用效率，不涉及募集资金投向、用途及项目投资总额变更，已获董事会审议通过，无需提交股东会审议。

http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-13/1225602312.PDF

三花智控：关于变更公司财务总监的公告

公司原财务总监俞蓥奎因工作安排需要申请辞去财务总监职务，辞任后仍将在公司担任其他职务，其持有公司股份 27.29 万股。公司于 2026 年 10 月 22 日召开董事会，审议通过聘任王学民为新任财务总监，任期自董事会审议通过之日起至第八届董事会届满。王学民出生于 1987 年，曾任宇通重工董事、财务总监，宇通客车董事、财务管理处处长等职务，2026 年 9 月起担任三花智控财务系统常务副总监，具备较丰富的财务管理经验。本次调整属于公司正常人事安排。

https://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-23/1225615987.PDF

华之杰：2026 年第三季度报告

公司 2026 年前三季度实现营业收入 10.75 亿元，同比增长 4.25%；归母净利润 5,803.99 万元，同比下降 47.52%；扣非归母净利润 5,753.13 万元，同比下降 47.64%；经营活动现金流净额 6,703.88 万元，同比下降 33.01%。单三季度实现营业收入 4.01 亿元，同比增长 20.80%；归母净利润 1,378.71 万元，同比下降 49.77%；扣非归母净利润 1,392.66 万元，同比下降 48.41%。利润下滑主要受汇率波动及原材料成本上涨影响。此外，公司拟通过发行股份及支付现金方式收购苏州格丽明电子科技有限公司，切入半导体测试配套领域，目前相关审计、评估工作尚未完成。

http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-15/1225604301.PDF

苏泊尔：2026 年第三季度报告

公司2026年前三季度实现营业收入169.92亿元，同比增长0.56%；归母净利润12.73亿元，同比下降 6.84%；扣非归母净利润 12.23 亿元，同比下降 7.28%；经营活动现金流净额 9.75 亿元，同比下降 27.88%。单三季度实现营业收入 55.82 亿元，同比增长 3.00%；归母净利润 4.05 亿元，同比下降 4.95%；扣非归母净利润 3.83 亿元，同比下降 6.95%。利润下滑主要受人民币兑美元汇率波动导致汇兑损失、利息收入减少及存货跌价准备增加等因素影响。前三季度财务费用同比上升 256.44%，销售费用增至 18.16 亿元。截至三季度末，公司总资产 140.23 亿元，较上年末增长 4.52%，归母净资产 54.59 亿元，较上年末下降 13.14%。

http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-15/1225604302.PDF

开能健康：2026 年第三季度报告

公司 2026 年前三季度实现营业收入 13.72 亿元，同比下降 0.82%；归母净利润亏损 1,173.88 万元，同比下降 113.55%；扣非归母净利润亏损 2,709.35 万元，同比下降 133.81%；经营活动现金流净额 1.98 亿元，同比增长 12.11%。单三季度实现营业收入 4.51 亿元，同比下降 5.20%；归母净利润亏损 5,214.41 万元，同比下降 364.28%；扣非归母净利润亏损 5,230.75 万元，同比下降 413.36%。利润下滑主要受美元兑人民币贬值导致汇兑损失同比增加 2,653.30 万元，以及两项远期回购义务公允价值变动产生损失 5,806.75 万元影响。公司净水业务整体保持稳定，前三季度毛利率 39.79%，同比提升 0.31 个百分点；其中北美开能实现营业收入 5.97 亿元，同比增长 5%，占公司总营收的 43%。截至三季度末，公司总资产 36.08 亿元，较上年末下降 1.83%，归母净资产 12.13 亿元，较上年末下降 3.76%

http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-15/1225604387.PDF

亿田智能：2026 年第三季度报告

公司 2026 年前三季度实现营业收入 1.53 亿元，同比下降 37.52%；归母净利润亏损 7,948.40 万元，同比减亏 28.31%；扣非归母净利润亏损 9,031.11 万元，同比减亏 26.78%；经营活动现金流净额 512.76 万元，同比增长 113.03%，实现由负转正。单三季度实现营业收入 7,063.78 万元，同比增长 0.84%；归母净利润亏损 2,538.34 万元，同比减亏 35.23%；扣非归母净利润亏损 2,605.76 万元，同比减亏 40.78%。营收下滑主要受行业订单波动及市场需求不足影响，公司通过缩减销售、管理及研发费用改善亏损情况，其中前三季度销售费用同比下降 61.58%，管理费用同比下降 31.48%，研发费用同比下降 42.45%；但财务费用同比增长 74.27%，主要受利息收入减少及利息支出增加影响。此外，公司算力服务业务增长带动应收账款较年初增长 30.21%，服务器预付款增加推动预付款项增长 898.04%。截至三季度末，公司总资产 20.16 亿元，较上年末下降 9.65%，归母净资产 10.97 亿元，较上年末下降 6.75%。

http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-16/1225606613.PDF

九阳股份：2026 年第三季度报告

公司 2026 年前三季度实现营业收入 50.52 亿元，同比下降 9.55%；归母净利润 7,198.95 万元，同比下降 41.75%；扣非归母净利润 7,671.37 万元，同比下降 60.14%；经营活动现金流净额为-1.48 亿元，同比下降 142.79%，主要系销售商品、提供劳务收到的现金减少。单三季度实现营业收入 15.63 亿元，同比下降 2.21%；归母净利润 21.63 万元，同比下降 74.69%；扣非归母净利润 228.48 万元，同比下降 57.92%。前三季度销售

费用、管理费用及研发费用分别为 8.38 亿元、2.28 亿元和 1.75 亿元，均同比下降；公允价值变动损失收窄至 1,279.90 万元。截至三季度末，公司总资产 66.58 亿元，较上年末下降 14.57%，归母净资产 32.23 亿元，较上年末下降 6.12%。此外，公司期内购买股票形成库存股 9,001.48 万元，筹资活动现金流净额为-2.28 亿元。

http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-15/1225606438.PDF

倍轻松：2026 年第三季度报告

公司 2026 年前三季度实现营业收入 4.90 亿元，同比下降 11.18%；归母净利润亏损 8,551.95 万元，同比增亏 1,989.15 万元；扣非归母净利润亏损 7,767.47 万元；经营活动现金流净额为-2,199.59 万元。单三季度实现营业收入 1.24 亿元，同比下降 25.65%；归母净利润亏损 3,837.11 万元，扣非归母净利润亏损 3,528.38 万元。收入下滑主要受线上业务表现及直营门店结构调整影响，公司关闭部分亏损及低效门店；亏损扩大还受到其他收益减少 550.56 万元、预计负债增加 514.06 万元及中国证监会罚款 250 万元等因素影响。前三季度销售费用 2.83 亿元，研发费用 3,305.51 万元，分别同比下降 10.54%和 24.34%。截至三季度末，公司总资产 3.80 亿元，较上年末下降 38.36%，归母净资产 1.48 亿元，下降 36.66%。此外，公司披露实际控制人非经营性资金占用累计发生额 658.03 万元，相关被追偿款项已清偿完毕。

http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-16/1225606838.PDF

华翔股份：2026 年第三季度报告

公司 2026 年前三季度实现营业收入 32.42 亿元，同比增长 8.71%；归母净利润 3.34 亿元，同比下降 17.56%；扣非归母净利润 2.79 亿元，同比下降 24.06%；经营活动现金流净额为-1.02 亿元，同比改善 44.35%。单三季度实现营业收入 10.36 亿元，同比增长 2.94%；归母净利润 7,284.90 万元，同比下降 36.87%；扣非归母净利润 5,964.38 万元，同比下降 42.99%。公司表示，第三季度利润下滑主要系精密件产品降价所致。前三季度研发费用 1.15 亿元，同比增长 10.83%，财务费用 4,401.58 万元，同比增长 98.12%。截至三季度末，公司总资产 83.18 亿元，较上年末增长 21.41%；归母净资产 46.08 亿元，增长 5.68%。整体来看，公司营收保持增长，但受产品降价及成本费用增加影响，盈利能力有所承压。

http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-16/1225607208.PDF

爱玛科技：2026 年第三季度报告

公司 2026 年前三季度实现营业收入 183.89 亿元，同比下降 12.82%；归母净利润 11.04 亿元，同比下降 42.13%；扣非归母净利润 9.69 亿元，同比下降 47.18%；经营活

动现金流净额 18.27 亿元，同比下降 67.20%。单三季度实现营业收入 69.49 亿元，同比下降 13.81%；归母净利润 4.39 亿元，同比下降 36.86%；扣非归母净利润 3.71 亿元，同比下降 43.04%。业绩下滑主要系行业处于新标准实施后的调整阶段，产品成本上升，公司阶段性承担部分成本压力，叠加销量波动及刚性费用支出，导致盈利承压。前三季度研发费用 6.18 亿元，同比增长 12.78%。截至三季度末，公司总资产 271.79 亿元，较上年末增长 6.27%；归母净资产 101.14 亿元，增长 1.23%。此外，公司回购专用证券账户持有股份 1,479.49 万股，占总股本的 1.71%。整体来看，公司前三季度收入及利润均有所下滑，利润降幅明显高于营收降幅，经营现金流同步承压。

https://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-24/1225620513.PDF

隆鑫通用：2026 年第三季度报告

公司 2026 年前三季度实现营业收入 148.62 亿元，同比增长 2.09%；归母净利润 15.43 亿元，同比下降 2.14%；扣非归母净利润 15.22 亿元，同比下降 0.45%；经营活动现金流净额 17.75 亿元，同比下降 33.45%。单三季度实现营业收入 50.86 亿元，同比增长 5.85%；归母净利润 5.52 亿元，同比增长 9.79%。分业务来看，摩托车业务收入 121.00 亿元，同比增长 12.94%，其中自主品牌收入 54.54 亿元，同比增长 29.93%；全地形车收入 8.56 亿元，同比增长 84.78%；通用机械业务收入 25.16 亿元，同比下降 25.65%。整体来看，公司摩托车业务保持增长，但通用机械业务及经营现金流承压。

https://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-24/1225617891.PDF

隆鑫通用：关于 2026 年中期利润分配方案的公告

公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 2.50 元（含税），不送红股、不进行资本公积金转增股本。以截至 2026 年 9 月 30 日总股本 20.54 亿股计算，预计派发现金红利 5.13 亿元，占前三季度归母净利润 15.43 亿元的 33.27%。本次利润分配方案已获董事会审议通过，无需提交股东会审议。公司表示，本次分红不会对经营现金流及正常经营产生重大影响。

https://static.cninfo.com.cn/finalpage/2026-10-24/1225618011.PDF

仅供内部参考，请勿外传！

5. 行业新闻摘要

老洗碗机翻新引发复刻呼声，小容量免装机成新赛道

一台服役近 30 年的老台式洗碗机故障返厂翻新，相关视频走红网络，大量网友留言呼吁复刻同款机型。

故事的起因是，一位博主在社交平台分享了家中一台 1997 年出厂的海尔初代台式洗碗机“小海贝”。那个年代的产品没有电子屏、没有智能化，却凭“一小时洗涤加干燥碗底都在发光”的洗碗效果让她颇为满意，出于喜爱，她前后入手了四台同款。今年 3 月，这台服役近 30 年的机器出现故障。博主发帖表达惋惜，认为机型年代久远、配件早已停产，大概率无法修好了。

但海尔客服很快留意到这条帖子，并联系了博主，表示可以将这台老机器运回工厂进行维修。后来，海尔发布了后续视频。工程师历时一个月评估整机状态，更换了杯架、滤网、加热管等损耗部件，完整保留复古外观，重新喷涂哑光漆还原当年配色，还配套准备两份说明书，一份原版老款手册，一份翻新后的新版手册，统一装入档案袋寄回。

这波操作，引来了不少网友围观。评论区有网友感慨：“这哪是维修，这是文物修复。”评论区出现了不少“求复刻”“求量产”的呼声。10 月 10 日，海尔集团董事局主席、首席执行官周云杰在个人账号发布视频正式回应：初代“小海贝”复刻计划正式启动。这份复古美学，海尔接下了。

同时他还向网友征集意见。有网友表示，希望复刻版本保留机械旋钮，不要触屏;也有人留言表示，现有洗碗机功能繁杂，一些附加功能常年闲置，希望要一台简单好用、上手无门槛的洗碗机。

在网友们的留言中，我们可以发现不少消费者更期待操作简单、剔除冗余功能的洗碗机。当主流产品不断追求更大容量、更强性能时，仍有一部分用户需要的是一台“恰好够用、随时能用”的洗碗机。

无独有偶，此前栗上胶囊式洗碗机也曾在社交平台引发热议。栗上开创的胶囊式洗碗机跳出了行业“大容量、低频次”的固有思路，主打“小容量、高频次”的新品类，瞄准租房、独居等场景痛点，和此次老洗碗机走红背后的消费诉求不谋而合。

从 2016 年的 18 亿到 2025 年的 150 亿，中国洗碗机市场在十年间完成了从小众品类到百亿级赛道的跨越。但不足 4%的市场渗透率，仍是摆在行业和企业前的最大壁垒。

对洗碗机行业而言，下一阶段的增长，既需要头部品牌持续打磨大容量主流机型，也需要细分创新者持续挖掘小众场景。上手简单的轻量化、小套数机型，恰好契合租房群体、小户型与独居用户的需求。这款复刻产品能否经受市场检验、持续收获消费者认可，仍有待观察。

http://a.u9c.cn/6qzqcH

1.1 ㎡集成衣鞋洗护，小天鹅重新定义家庭洗衣房

近几年，多筒分区洗护市场渗透率持续攀升，分区洗护已从高端选配转变为现代家庭刚需。随着家庭成员洗护需求差异拉大、健康意识提升与衣物面料日趋丰富，用户需求早已超出简单的内外衣分洗，延伸至婴童专属、贴身专护、鞋履专洗等更多细分场景，向全场景精细化、全品类一体化进阶，正成为洗护行业价值升级的核心趋势。

当衣鞋洗护需求日趋多元，"洗衣房焦虑"正成为品质生活中绕不开的现实痛点——空间局促、功能单一、洗护场景割裂，让许多家庭难以兼顾效率与品质。在“好房子”建设行动的大背景下，住宅整装化趋势提速，阳台、洗衣区前置规划成为新房设计的重要一环，嵌入式、集成式洗护产品迎来广阔成长空间。

如小天鹅推出的本色洗衣房，首创家庭洗衣房全场景交付方案，依托底座式洗鞋机实现洗鞋场景完善和堆叠集成，在 1.1 ㎡之内完成衣鞋全流程洗护。从衣物到鞋履、从洗涤到烘干，帮每个家庭打造出一个理想中的家庭洗衣房。

洗鞋，如何像洗衣服一样简单?

作为长期被忽略的家庭洗护痛点，小天鹅本色洗衣房中洗鞋功能的增加，不仅是对洗护品类边界的拓宽，更是对洗护场景的延伸。

小天鹅洗鞋机首创复合多维万向翼刷立体刷洗技术，可有效清除鞋底泥垢、鞋边黑印、鞋舌褶皱缝隙污渍，洗净比高达1.25;多丝径复合材质刷毛软硬配比均衡，深度清洁的同时降低鞋面磨损。此外，它还能智能识别鞋型污渍，多材质全维清洁;活水漂洗配合净洗消泡技术，减少洗涤剂残留，干净清爽;免拆鞋带直接洗，不缠绕更省心;千孔净滤系统分级拦截泥沙、鞋屑、毛发等杂质，日常打理只需随手一清。从此，洗鞋也能像洗衣服一样简单。

作为整座"洗衣房"的底座，洗鞋机不仅要承担堆叠承重的重任，其运行噪音也直接关系到用户体验。为此，小天鹅特别应用了三重维稳静音设计——AI 抗偏心算法智能调节内筒转速、一体加固钢架承重、四横四纵阻尼系统通过 8 点全方位吸震，确保洗鞋机在堆叠场景下依旧稳定运行，有效避免震动传导对居家环境的干扰。

洗净护形，攻克衣物洗护“老难题”

衣物洗护的 "老难题"，在于洗净与护形难以两全：既要清除顽固污渍，又要护住娇贵面料与鲜亮颜色。

小天鹅本色洗衣房给出了一套“洗净力”的组合拳。小乌梅洗衣机以水魔方冷水洗与超微净泡技术实现洗净护衣，1.36洗净比达到行业顶尖水准;小天鹅热泵洗烘搭载漩瀑水魔方，最高洗净比达 1.32，并获洗烘羊毛双绿标认证，让羊毛衣物也能在家安心洗护。冷水洗护住色彩，微泡渗透瓦解污渍，娇贵面料也能得到专业护理。

在全民健康消费理念升级的大背景下，洗护健康的定义被不断拓宽。不仅要除菌除螨，更要高除菌率;不止于分区洗护，更要水路风路的独立，无残留无异味。在迷你小乌梅上，小天鹅针对清洁能力进阶升级，采用银离子巡航除菌和蓝氧抑菌水深层渗透的双保险，获

得特护级内衣健康洗认证。同时，基于内衣和婴幼儿衣物洗护对蛋白质污渍洗涤的高要求，产品针对蛋白渍优化洗净能力，蛋白渍洗净比可达 1.85，能轻松洗掉血渍和尿渍。

如何拥有兼顾 "娇贵" 与 "效率"的烘干?

烘干早已是家庭的刚需，但行业长期存在两大矛盾：一是娇贵面料烘干极易受损，二是快节奏生活要求洗烘必须高效。

小天鹅本色洗衣房把烘干做成了兼顾效率与品质的方案组合。小天鹅热泵洗烘搭载双冷劲热三变频热泵系统，满足新国标一级能效要求，能耗低于标准限值 10%，性能领先，轻质负载 43 分钟即可完成极速洗烘;小天鹅分区滚筒则给出行业首创的双级雾化冷凝技术，作为首款 2+2 大容量分区滚筒，实现烘干提效 68.7%、风量提升 86%，59 分钟速洗烘，打造极致速烘护理体验。针对烘干过程中毛絮残留的行业难题，分区滚筒实现 99%降毛率，搭配首创活水清风道自清洁技术，有效防止风道霉变与异味，专利滤网清洁设计，一刮即净，彻底告别毛絮堆积与清理难题。此外，一体焊接钢骨框架可根据堆叠场景调整脱水节拍，有效降低高速脱水振动，让 "快" 与 "稳" 兼得。

纯平嵌入，让家电融入家居美学

在外观设计上，小天鹅本色洗衣房将家电功能与家居美学融为一体。纯平一体设计适配 600mm 标准柜体，实现全隐嵌入，与家居空间浑然一体。洗、烘、分区洗、洗鞋四大模块纵向堆叠，线条利落、秩序井然，呈现整洁高级的视觉美感。

小天鹅本色洗衣房，不只是几台机器的简单组合，而是对 "家庭洗护" 这件事的一次系统重构。当衣鞋各得其所、空间物尽其用，生活的体面与从容，或许就藏在这座 "本色洗衣房" 的每一次运转之中。

http://a.u9c.cn/641cZG

新飞携 LIBRA 莱博睿旗舰冰箱亮相第 140 届广交会

第 140 届广交会于 10 月 15 日启幕。恰逢广交会创办七十周年，本届盛会汇聚全球客商，是中国高水平对外开放的重要窗口。新飞再度登陆展会，重磅展出 LIBRA 莱博睿 BCD-602WGQS7C/W 旗舰冰箱，凭借宋韵美学设计与硬核制冷保鲜技术，成为家电展区焦点。

宋韵国风内外兼修，平嵌美学适配全球家装

LIBRA 莱博睿 BCD-602WGQS7C/W 法式四门旗舰冰箱，将宋韵国风美学融入整机内外。外部采用素玉岩面板，质感温润低调;搭配专利双芯旋翼铰链、底置前向散热系统，59.4cm 嵌入式机身可完美适配国际 90CM 标准橱柜，实现橱居一体平嵌，面平线直，和各类家居风格无缝融合。

展会现场，打开 602 冰箱宋韵国风内饰尽显东方雅致。摒弃繁复装饰，承袭宋代简约含蓄的审美意境，内饰简约克制，把东方雅致格调藏于食材储藏空间之中，实现“外有橱

居雅貌，内藏宋韵风雅”。黄金分区布局兼顾美学与实用，0.5 ㎡占地面积可释放 602L 超大容量，容积率高达 58%，相比同容积冰箱节省 5%-10%空间，小占地、大容量，契合海外家庭厨房需求。

性能层面，这款旗舰冰箱搭载双系统、双循环 + 智能双变频科技，新国标 1 级能效，兼顾节能与强劲制冷，支持- 32℃深冷速冻;配备大彩色显示屏、智能 WIFI，智能操控便捷。

冷柜新品重磅登场 硬核性能覆盖全场景存储需求

除高端冰箱系列外，本次展出 9 款主流冷柜产品，容积覆盖 100L-500L，从小户型迷你囤货冷柜、家用大容量冷柜到商用立式存储冷柜，完整产品矩阵适配家庭储备、商铺经营、大批量食材存放等多种场景。全新首发 BC/BD-286WKEA/J 风冷无霜冷柜，搭载变频压缩机，运行稳定高效，制冷更快、能耗更低，静音省电，长期使用更省心。支持-40℃超低温深冷锁鲜，快速封存海鲜、肉类原生营养与鲜嫩口感，延长食材保鲜周期，适配高端食材长期储存。创新四宽全能设计，兼顾宽气候带、宽电压、宽温度、宽湿度四大特性，无惧高低温极端环境、电压波动等复杂工况，相较于传统直冷产品，这款冷柜搭载风冷无霜技术，免除手动除霜繁琐;柜内温度均匀，不结霜、不串味，食材存放干净卫生，大幅提升使用便捷度。适配海外商用、家庭大容量冷冻场景。

同步展出的还有炫彩钢板门面板冰箱色彩丰富、坚固耐用，可满足不同海外市场家装风格偏好。多款差异化展品组合，吸引众多国外客商驻足咨询、深入交流。

深耕全球外贸市场，海外版图稳步拓展

依托强大研发与智造实力，新飞海外布局持续深化，外贸业务稳步增长。目前新飞销售网络已覆盖全球 80 多个国家和地区，产品远销欧洲、美洲、东南亚、中东、非洲等市场，收获全球采购商与消费者认可。

凭借绿色工厂、成熟核心技术与稳定品质，新飞连续多年在广交会斩获大额意向订单。本届展会上，LIBRA 莱博睿新品凭借宋韵美学平嵌设计、绿色节能、全空间保鲜等差异化优势，成为海外采购商重点洽谈产品，持续夯实新飞在全球高端家电市场的地位。

坚守出海初心，持续助力中国家电外贸高质量发展

新飞相关负责人表示，七十载栉风沐雨，广交会坚守“广交世界、互利天下” 初心，持续释放高水平对外开放的强大引力。作为广交会的老朋友，新飞多年持续参展，借助这一平台链接全球市场，展示制冷创新成果，坚定民族品牌出海之路。

未来，新飞将继续以技术创新为核心，持续推动产品高端化、绿色化升级，不断打磨适配全球市场的家电精品，持续拓宽全球外贸版图，让中国制造走向世界，为中国家电外贸高质量发展注入新动能。

http://a.u9c.cn/641cZ2

擦窗机器人行业标准 12 月实施，中国首次为原创家电品类自主制定规则

仅供内部参考，请勿外传！

近日，QB/T 8242-2026《家用和类似用途擦窗机器人》正式发布，将于今年 12 月 1 日起实施。这也是国内家电行业首次，为本土原创诞生的新品类从零搭建标准体系。

与彩电、冰箱、空调等家电先由海外定义规则、国内企业逐步追赶的发展路径不同，擦窗机器人由中国企业在 2011 年率先研发问世。当前全球市场中，半数以上擦窗机器人来自国产品牌。IDC 数据显示，2026 年二季度全球擦窗机器人出货 84.7 万台，同比大增 59.8%，增速位居四大清洁机器人品类首位。

快速扩容的市场背后，安全与产品质量隐患凸显。擦窗机器人自重可达两三公斤，在高层玻璃外侧作业，坠落风险直接关乎人身安全。行业准入门槛偏低，部分产品仅简单组装风机、抹布与导航模块即可上市，产品性能差距悬殊，有的可精准识别微小缝隙并自动补压，部分产品遇到异形窗户便出现运行故障。行业也以早年电动平衡车为鉴，在缺乏统一标准阶段，产品质量良莠不齐，安全事故频发，最终造成行业口碑受挫、渠道受限。

标准起草团队在指标设定上反复权衡，避免标准门槛过高挤压中小企业生存空间，也防止门槛过低，让劣质产品借合规标签流通。这份行业标准将安全、基础运行能力设定为强制性底线要求，清洁效果等性能指标交由市场自由竞争，并未直接照搬头部企业严苛的内部耐久测试指标。

擦窗机器人作为全新品类，全球范围内并无成熟标准参考，产品迭代速度快，进一步增加制定难度。立项之初行业主流仍是单机产品，编制期间自动洗布等新功能陆续落地，且标准发布后 2 至 3 年内不能修订。因此这份标准重点统一检测方法，规范覆盖率等指标的测算方式，不划定固定达标分值，保留市场创新竞争空间。

从激光显示到擦窗机器人，国内产业正从产品领跑，走向规则制定层面的话语权提升。新标准落地后，将筑牢品类安全底线，引导行业良性竞争，助力国产原创家电品类持续健康发展。

http://a.u9c.cn/6j3d7w

北京：前三季度高能效等级家用电器和音像器材类商品零售额增长 6 成以上

北京市统计局 21 日发布数据显示，前三季度，北京市市场总消费额同比增长 2.3%，比上半年提高 0.6 个百分点。其中，服务性消费额在信息、交通、体育等领域带动下增长 4.3%;实现社会消费品零售总额 9738.7 亿元，下降 0.7%，降幅比上半年收窄 1.5 个百分点。社会消费品零售总额中，按消费形态分，商品零售 8793.1 亿元，下降 0.8%;餐饮收入 945.6 亿元，增长 0.8%。

从商品类别看，限额以上批发和零售业中，粮油食品类、服装鞋帽针纺织品类、日用品类商品零售额分别增长 6.4%、2.6%和 4%;通讯器材类商品零售额在新品发布带动下增长 8.2%;金银珠宝类商品零售额受金价波动影响有所回落，增长 9.1%;绿色消费保持

仅供内部参考，请勿外传！

活跃，新能源汽车类商品零售额增长 3%，高能效等级家用电器和音像器材类商品零售额增长 6 成以上;汽车类商品零售额下降 18.6%，传统燃油车降幅较大。

http://a.u9c.cn/6qzqAJ

九月出口量额齐升、广交会展台企业亮剑，高增长背后藏着何种逻辑

海关总署最新数据显示，2026 年 9 月我国家用电器出口 4.60 亿台，同比增长 25.4%;出口金额 101.82 亿美元，同比增长 31.7%，数据显示，单月出口金额增速显著高于数量增速，出口韧性凸显。

而在刚刚举行的第 140 届广交会上，家电企业针对海外市场展示的一系列本土化成熟创新方案更值得关注，海外市场如今已成为家电企业“兵家必争之地”，面对充满机遇而又复杂的海外市场，如何持续巩固增长优势、跳出低价单品竞争，把技术创新转化为长期市场竞争力，成为摆在行业面前的核心命题。

产品与区域结构变化，支撑出口韧性释放

亮眼的 9 月出口数据背后，不只是规模的快速抬升，更折射出我国家电出口深层次的产品与市场结构优化。从重点品类表现来看，冷暖需求带动大家电分化明显：9 月空调出口同比增长 44.7%，冰箱增长 19.8%，洗衣机增长 9.1%;液晶电视出口则同比下降 11.1%，品类冷热分化特征突出。

产品结构变化的同时，家电出口的区域格局也在持续重塑。据中国机电产品进出口商会数据，2026 年上半年，欧洲跃升为中国白色家电出口第一大增量市场，出口份额达到 30.14%;北美洲份额回落至 15.57%，远低于 2020 年 25.74% 的历史峰值。新兴市场的重要性持续提升，上半年亚洲市场占我国家电出口总量 37.45%，其中东盟 11 国占比 12.54%，较 2012 年 6.22%实现接近翻倍增长;非洲、拉美市场份额分别约为 5.3% 和 9%，成为稳定增长的新增量来源。

需求端的多重利好共同托举本轮出口高增。全球多地气候异常，持续推升采暖、制冷家电刚需;东南亚、拉美等新兴市场居民收入提升，家庭家电保有率进入快速普及阶段;欧洲市场能源转型持续推进，热泵、高能效节能家电更新替换需求集中释放。除此之外，国内完备的家电产业链集群与制造能力，能够快速适配不同国家的能效要求、使用习惯，高效响应海外差异化订单，成为支撑家电出口韧性的底层根基。

广交会见证本土化突围成果，筑牢中国智造长期竞争力

上述出口市场变化也具象化为第 140 届广交会上家电企业展出的创新成果。从本届展会家电企业展示来看，智能化、绿色化、场景化以及不同区域定制化方案成为核心看点。

从可识别衣物材质自动调节程序的智能洗烘设备，到能够管理食材、联动厨电的智慧冰箱，再到适配海外不同户型的成套智能家居方案，AI 覆盖到几乎全品类产品，从语音交

仅供内部参考，请勿外传！

互、环境感知，到不同设备之间的数据联动，企业通过实际场景展示 AI 带来哪些体验的提升。

欧盟碳足迹、能效新规持续落地，低碳已经从产品卖点转变为进入成熟市场的准入门槛。美的展出搭载新型环保冷媒的节能空调与热泵产品，通过优化系统设计大幅降低能耗，精准匹配欧洲市场绿色标准;格力重点推介商用及家用空气能热泵系列，凭借优异的制热性能吸引大量欧洲采购商驻足洽谈;海尔则带来全系列低碳大白电，从产品原材料、生产制造到回收全链条管控碳排，向海外客户展示全生命周期绿色制造能力。不少参展企业表示，绿色技术布局提前兑现红利，低碳家电拥有更好的议价空间，也是拉高整体出口单价的重要因素。

此外，不同区域市场定制化的解决方案频频亮相，标志着国内家电企业进入海外市场本土化运营的全新阶段。例如今年欧洲大火的美的 Portasplit 移动分体式空调;格力专为中东等极热地区研发的 G-Boost 单级增焓压缩机，面向北欧、北美极寒地区的 G-Hyper 双缸双级压缩机等;海尔空调展示的中东非机型极限耐受 72℃高温不停机，外机配备防风沙结构，北欧机型则可在零下 35℃保持制热能力。此外，针对各区域不同人群喜好研发的咖啡机，各种割草机器人等等。

如今，家电出口早已不是一款产品打天下的阶段，取而代之的是 “一区一策、一地一方案”的精细化出海逻辑。不少企业搭建本地研发中心，结合当地法规、气候环境、居住形态、使用习惯针对性研发产品，完成硬件参数、能效标准、智能系统、售后体系的全链条适配。这种转变，也正是此轮出口“价增快于量增”的内在支撑：跳出同质化低价竞争，靠差异化、场景化产品收获更高的产品溢价，推动中国家电出海从商品输出，稳步迈向技术输出、方案输出与品牌价值输出。

机遇与挑战始终相伴相生，贸易壁垒、合规升级、同业竞争等考验不会消失，面对复杂多变的全球贸易环境，行业唯有持续夯实产业链优势，紧跟各国政策标准迭代节奏，深耕不同区域消费需求，才能持续巩固来之不易的增长韧性，在全球家电市场竞争中稳步抬升品牌话语权，让“中国智造” 持续收获全球市场认可。

http://a.u9c.cn/5sup2j

仅供内部参考，请勿外传！

6．风险提示

汇率波动风险；原材料价格波动风险。

仅供内部参考，请勿外传！

表：家用电器行业重点公司估值表

板块	代码	名称	评级	10月23日收盘价(元)	归母净利润（百万元）			股本(亿)	每股收益（元/股）			PE		
					2026E	2027E	2028E		2026E	2027E	2028E	2026E	2027E	2028E
白电及零部件	000333	美的集团	买入	85.59	48833	53662	57985	76.30	6.40	7.03	7.60	13	12	11
	000651	格力电器	买入	37.23	30495	32905	34627	56.01	5.44	5.87	6.18	7	6	6
	600690	海尔智家	买入	19.65	20564	23000	25309	92.99	2.21	2.47	2.72	9	8	7
	2580.HK	奥克斯电气	买入	7.17	2131	2317	2497	15.88	1.34	1.46	1.57	5	5	5
	002011	盾安环境	买入	10.39	1218	1377	1510	10.74	1.13	1.28	1.41	9	8	7
	002050	三花智控	增持	35.08	4650	5099	5609	42.08	1.11	1.21	1.33	32	29	26
	000921	海信家电	买入	23.03	3345	3613	3794	13.85	2.42	2.61	2.74	10	9	8
	603112	华翔股份	买入	15.06	650	812	900	5.40	1.20	1.50	1.67	13	10	9
	603187	海容冷链	增持	10.13	376	491	571	3.86	0.97	1.27	1.48	10	8	7
	301272	英华特	增持	31.51	83	99	102	0.58	1.42	1.70	1.75	22	19	18
	603400	华之杰	买入	40.80	165	252	330	1.30	1.27	1.94	2.54	32	21	16
大厨电	002508	老板电器	买入	16.10	1382	1483	1577	9.45	1.46	1.57	1.67	11	10	10
	002035	华帝股份	增持	4.40	319	345	375	8.48	0.38	0.41	0.44	12	11	10
	002543	万和电气	买入	7.79	848	955	/	7.44	1.14	1.28	/	7	6	/
厨房小家电	002032	苏泊尔	买入	41.78	1998	2201	2289	7.97	2.51	2.76	2.87	17	15	15
	002242	九阳股份	增持	21.53	220	247	270	7.63	0.29	0.32	0.35	75	67	61
	1691.HK	JS 环球生活	买入	1.78	760	964	/	34.75	0.22	0.28	/	8	6	/
	002705	新宝股份	买入	11.25	679	865	1033	8.12	0.84	1.07	1.27	13	11	9
	002959	小熊电器	增持	36.69	376	421	465	1.56	2.41	2.70	2.98	15	14	12
	603215	比依股份	增持	14.66	152	174	190	2.15	0.71	0.81	0.89	21	18	17
个护小家电	603868	飞科电器	增持	32.23	614	681	747	4.36	1.41	1.56	1.71	23	21	19
	688793	倍轻松	增持	16.09	24	40	45	0.85	0.28	0.47	0.53	57	34	30
	002614	奥佳华	增持	7.83	140	155	166	6.24	0.22	0.25	0.27	35	32	29
	301332	德尔玛	增持	7.51	149	170	191	4.62	0.32	0.37	0.41	23	20	18
清洁小家电	603486	科沃斯	买入	47.23	2248	2450	2783	5.81	3.87	4.22	4.79	12	11	10
	688169	石头科技	买入	112.46	2061	2441	2636	2.60	7.94	9.40	10.15	14	12	11
	603355	莱克电气	买入	32.71	763	937	1029	5.73	1.33	1.63	1.79	25	20	18
	300272	开能健康	增持	4.99	107	142	158	6.11	0.17	0.23	0.26	29	21	19
	605555	德昌股份	买入	11.70	290	396	474	4.84	0.60	0.82	0.98	20	14	12
	301187	欧圣电气	买入	14.45	163	291	319	2.55	0.64	1.14	1.25	23	13	12
电工照明	603195	公牛集团	买入	37.26	4276	4627	4933	18.03	2.37	2.57	2.74	16	15	14
	603515	欧普照明	买入	15.05	968	1021	1072	7.42	1.30	1.38	1.44	12	11	10
	603551	奥普科技	增持	8.93	270	319	340	3.85	0.70	0.83	0.88	13	11	10
	301362	民爆光电	增持	85.42	242	602	774	1.46	1.66	4.12	5.30	52	21	16
	000541	佛山照明	增持	5.04	281	316	355	15.36	0.18	0.21	0.23	28	24	22
	603031	安孚科技	买入	27.12	381	404	439	3.74	1.02	1.08	1.17	27	25	23
	301606	绿联科技	买入	49.10	998	1323	1615	4.15	2.41	3.19	3.89	20	15	13
黑电	688696	极米科技	增持	96.93	299	372	426	0.70	4.27	5.31	6.08	23	18	16
	688007	光峰科技	增持	11.46	15	39	57	4.60	0.03	0.08	0.12	351	135	92
	600060	海信视像	增持	26.34	2783	3024	3362	13.05	2.13	2.32	2.58	12	11	10
两轮车	603766	隆鑫通用	买入	15.23	2103	2528	2946	20.54	1.02	1.23	1.43	15	12	11
	603529	爱玛科技	买入	18.80	1827	2176	2496	8.63	2.12	2.52	2.89	9	7	7
	689009	九号公司	买入	36.81	2196	2768	3450	7.36	2.98	3.76	4.69	12	10	8

仅供内部参考，请勿外传！

资料来源：Wind，申万宏源研究

注：JS 环球生活（1691.HK）、奥克斯（2580.HK）收盘价/净利润/股本/EPS 单位为港元/百万港元/亿股/港元，净利润换算汇率采用 2026 年 10 月 23 日美元兑港币、人民币兑港币汇率；华帝股份采用 Wind 一致预期；其余公司均采用申万盈利预测

信息披露

证券分析师承诺

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注册为证券分析师，以勤勉的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告,并对本报告的内容和观点负责。本人不曾因，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补偿。

与公司有关的信息披露

本公司隶属于申万宏源证券有限公司。本公司经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司关联机构在法律许可情况下可能持有或交易本报告提到的投资标的，还可能为或争取为这些标的提供投资银行服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露义务。客户可通过 compliance@swsresearch.com 索取有关披露资料或登录 www.swsresearch.com 信息披露栏目查询从业人员资质情况、静默期安排及其他有关的信息披露。

机构销售团队联系人

华东团队	茅炯	021-33388488	maojiong@swhysc.com
华北团队	肖霞	15724767486	xiaoxia@swhysc.com
华南团队	王维宇	0755-82990590	wangweiyu@swhysc.com
华北创新团队	潘烨明	15201910123	panyeming@swhysc.com
华东创新团队	朱晓艺	18702179817	zhuxiaoyi@swhysc.com

股票投资评级说明

证券的投资评级：

以报告日后的 6 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅为标准，定义如下：

买入（Buy）　　：相对强于市场表现 20%以上；

增持（Outperform）　　：相对强于市场表现 5%～20%；

中性（Neutral）　　：相对市场表现在 - 5%～ + 5%之间波动；

减持（Underperform）　　：相对弱于市场表现 5%以下。

行业的投资评级：

以报告日后的 6 个月内，行业相对于市场基准指数的涨跌幅为标准，定义如下：

看好（Overweight）　　：行业超越整体市场表现；

中性（Neutral）　　：行业与整体市场表现基本持平；

看淡 (Underweight)　　：行业弱于整体市场表现。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。申银万国使用自己的行业分类体系，如果您对我们的行业分类有兴趣，可以向我们的销售员索取。

本报告采用的基准指数　　：沪深 300 指数（A 股）、恒生中国企业指数（H 股）、纳斯达克指数（美股）

法律声明

本报告由上海申银万国证券研究所有限公司（隶属于申万宏源证券有限公司，以下简称“本公司”）在中华人民共和国内地（香港、澳门、台湾除外）发布，仅供本公司的客户（包括合格的境外机构投资者等合法合规的客户）使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。客户应当认识到有关本报告的短信提示、电话推荐等只是研究观点的简要沟通，需以本公司 http://www.swsresearch.com 网站刊载的完整报告为准，本公司接受客户的后续问询。

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真实性、准确性或完整性。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的邀请。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。

客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突，不应视本报告为作出投资决策的惟一因素。客户应自主作出投资决策并自行承担投资风险。本公司特别提示，本公司不会与任何客户以任何形式分享证券投资收益或分担证券投资损失，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。本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司强烈建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。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。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。市场有风险，投资需谨慎。若本报告的接收人非本公司的客户，应在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咨询独立投资顾问。

本报告的版权归本公司所有，属于非公开资料。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，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。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记，未获本公司同意，任何人均无权在任何情况下使用他们。