

LIANHE
IDENTIFICATION
EVALUATION

消费电子行业 2024 年运行情况 回顾及 2025 年展望

联合资信 工商评级 | 王佳晨子 | 张 乾

摘要：2024 年，全球消费电子市场逐渐企稳回暖，中国市场表现亮眼。AI 技术的创新应用、折叠屏技术的成熟以及高端化趋势推动了新产品迭代和平均售价的提升，特别是售价超过 1000 美元的智能手机销量显著增长。2025 年及以后，政策刺激、新场景拓展和供应链优化有望为行业增长提供动力。面对全球经济不确定性等挑战，企业需密切关注市场动态，推出更多符合消费者需求的高端产品，确保在激烈的市场竞争中保持领先地位。



联合资信评估股份有限公司
China Lianhe Credit Rating Co., Ltd.



一、行业概况

消费电子行业是技术驱动型，产品更新换代迅速，消费者对新技术接受度高。2024 年，中国市场呈现出温和复苏的趋势。

2024 年，消费电子行业整体呈现出温和复苏的趋势，但不同细分领域表现各异。消费电子 SW 行业指数能一定程度反应消费电子行业景气度情况。2023 年全年，消费电子 SW 行业指数增长 21.04%；2024 年 1—10 月，消费电子 SW 行业指数增长 14.86%。这表明，消费电子行业整体表现良好，市场对消费电子类股票的积极情绪，预期行业内部企业可能取得的较好业绩。



数据来源：Wind，联合资信整理

图 1 近年来消费电子 SW 行业指数收盘价行情

根据 Fortune Insights 的数据，2023 年全球消费电子行业市场规模达到了 7734.00 亿美元，预计未来几年将继续保持稳健增长。具体而言，从 2024 年到 2032 年，全球消费电子市场将以 7.63% 的年均复合增长率（CAGR）扩张，到 2032 年市场规模预计将增至 14679.40 亿美元。行业恢复主要受益于以下几个方面：

首先，AI 技术的创新和应用为消费电子行业注入了新的活力。AI 技术不仅提升了现有产品的智能化水平，还催生了诸如 AI 手机、AI 眼镜等新型产品，创造了新的市场需求。例如，小米的大语言模型 MiLM 正式通过备案，华为发布了升级版盘古大模型 5.0，这些技术进步显著增强了用户体验，推动了市场的快速发展。

其次，消费电子产品的快速迭代也是市场增长的重要因素。随着消费者对产品质量和性能要求的不断提高，厂商们纷纷加大研发投入，推出更具竞争力的新品。折叠

屏技术的成熟就是一个典型的例子，它推动了折叠手机的普及，进一步刺激了市场增长。根据 Canalys 的统计数据，2024 年第三季度，全球智能手机出货量达到 3.09 亿台，同比增长 5.00%，是自 2021 年以来表现最强劲的三季度。这表明，技术创新和产品更新换代正在有效激发消费者的购买欲望。2024 年第三季度，全球智能手机出货量及 PC 市场台式机、笔记本和工作站的总出货量同比均有所增长，同时渠道库存调整基本结束。这表明，市场对智能手机和 PC 的需求正在逐步恢复，库存压力有所减轻。

表 1 全球智能手机出货量（单位：百万台）

厂商名称	2023 年第三季度		2024 年第三季度		同比增长率
	出货量	市场份额	出货量	市场份额	
三星	58.6	20%	57.5	19%	-2%
苹果	50.0	17%	54.5	18%	9%
小米	41.5	14%	42.8	14%	3%
OPPO	26.4	9%	28.6	9%	8%
vivo	22.0	7%	27.2	9%	24%
其他	95.9	33%	99.4	32%	4%
总计	294.6	100%	309.9	100%	5%

注：尾差系四舍五入所致；小米包含子品牌 POCO，OPPO 包含一加

数据来源：Canalys，联合资信整理

表 2 全球 PC 市场台式机和笔记本电脑出货量（单位：万台）

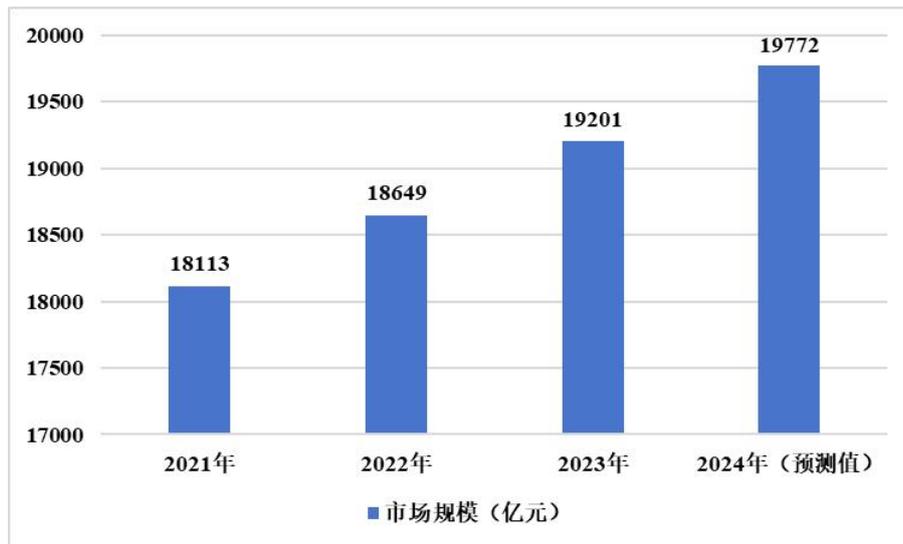
厂商名称	2023 年第三季度		2024 年第三季度		同比增长率
	出货量	市场份额	出货量	市场份额	
联想	1603.6	24.5%	1649.0	24.8%	2.8%
惠普	1351.3	20.6%	1357.2	20.4%	0.4%
戴尔	1025.5	15.6%	984.7	14.8%	-4.0%
华硕	476.2	7.3%	551.3	8.3%	15.8%
苹果	619.7	9.5%	511.4	7.7%	-17.5%
其他	1479.6	22.6%	1584.8	23.9%	7.1%
总计	6555.7	100%	6638.4	100%	1.3%

注：尾差系四舍五入所致

数据来源：Canalys，联合资信整理

在中国市场，消费电子行业的表现同样亮眼。根据中商产业研究院和赛腾股份公告的数据，2023 年中国消费电子行业市场规模达到了 19201.00 亿元人民币，预计 2024 年将增长至 19772.00 亿元人民币，年均复合增长率（CAGR）为 3.33%。中国市场的

温和复苏，特别是手机和可穿戴设备市场的回暖，为行业带来了新的增长动力。此外，AI 技术的普及和应用也进一步推动了市场的增长，使得中国在全球消费电子市场中占据了重要地位。



数据来源：中商产业研究院，联合资信整理

图 2 中国消费电子行业市场规模情况

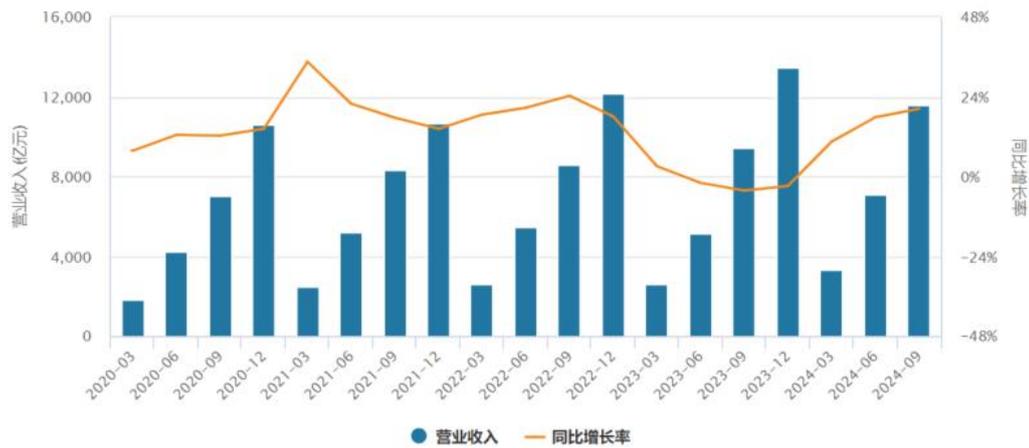
值得注意的是，高端化趋势成为消费电子市场的重要特征。消费者愿意为更高品质的产品支付更高的价格，这推动了高端消费电子产品的平均售价和市场份额持续增长。根据 Counterpoint Research 的统计数据，2024 年第三季度，全球智能手机的平均售价为 349.00 美元（约合人民币 2498.00 元），创下第三季度历史新高；全球智能手机收入同比增长 10.00%，平均售价同比增长 7.00%，收入和平均售价均创下历史新高。全球智能手机五大厂商的平均售价分别为：苹果 909 美元（折合人民币约为 6506 元）；三星 295 美元（折合人民币约为 2111 元）；OPPO 246 美元（折合人民币约为 1761 元）；vivo 214 美元（折合人民币约为 1532 元）；小米 148 美元（折合人民币约为 1059 元）。高端智能手机的销量也在快速增长，售价超过 1000 美元的智能手机销量在 2024 年上半年同比增长 18.00%，显示出高端化趋势的持续加速。

二、消费电子企业情况分析

消费电子 SW 行业指数的前十大权重股的业绩变化趋势与整个行业的变化趋势保持一致，显示行业持续复苏。

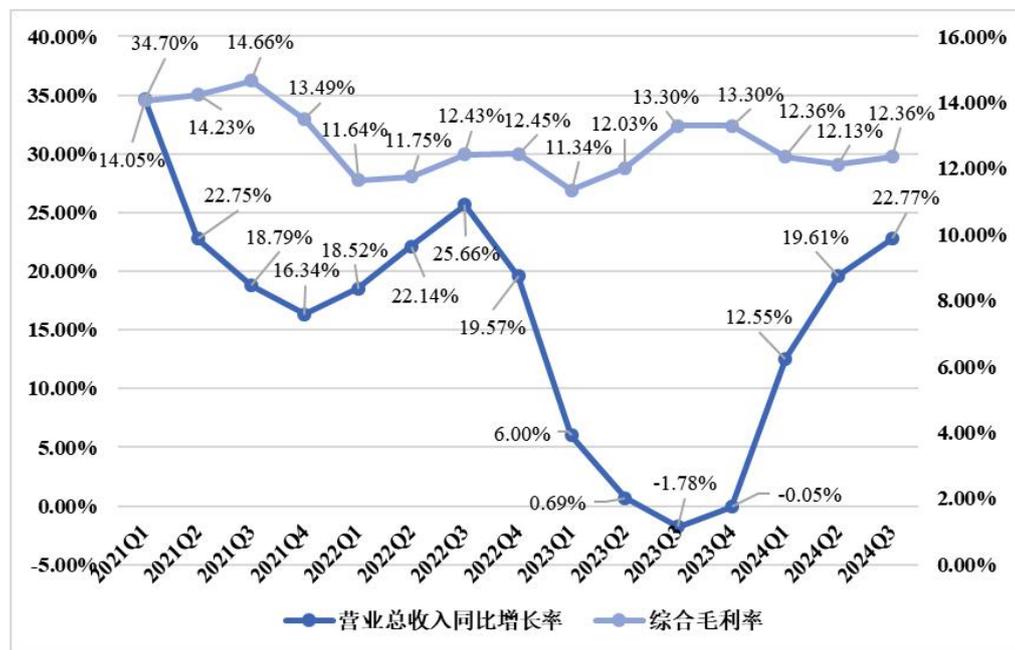
消费电子 SW 行业指数中的前十大权重股因其在市场中的重要地位，其财务表现

往往能够较为准确地反映当年中国消费电子行业内企业的整体盈利水平。这些权重股通常是行业内的领军企业，它们的业绩表现不仅直接影响到行业指数的走势，而且也能够提供关于整个行业发展趋势的重要线索。



数据来源：Wind，联合资信整理

图3 近年来消费电子 SW 行业指数营业收入及同比增长情况



注：数据采用截至2024年11月19日消费电子 SW 行业指数前十大权重股

数据来源：Wind，联合资信整理

图4 近年来消费电子 SW 行业指数前十大权重股营业总收入同比增长率及综合毛利率情况

根据东方财富 Choice 金融终端的统计，截至2024年8月29日，A股消费电子

产业链中，包括蓝思科技、歌尔股份、立讯精密等在内的前十大权重股的业绩普遍向好。具体来看，蓝思科技作为苹果、华为等品牌的供应商，2024年上半年实现了营收和净利润的双增长，分别同比增长43.07%和55.38%。这表明，在消费电子市场需求回暖的大背景下，行业内的龙头企业通过技术创新和市场拓展，有效提升了自身的盈利能力。

此外，根据21世纪经济报道的分析，2024年上半年，消费电子产业链中有多达96家公司实现了归母净利润的正增长，其中26家的归母净利润同比增长率超过了100%。这些数据进一步证明了，消费电子行业内主要企业的良好财务表现，确实能够反映出整个行业在盈利方面的积极变化。

前十大权重股的财务指标与行业平均水平进行对比，可以发现两者在关键财务指标上具有较高的相似性。例如，2024年第三季度，前十大权重股的平均销售毛利率为13.5%，而整个消费电子行业的平均销售毛利率为20.33%（2023年数据）。虽然前十大权重股的毛利率略低于行业平均水平，但这一差异主要是由于不同公司在业务结构和市场定位上的差异所致。

表3 消费电子SW行业指数前十大权重股营业总收入及净利润情况（单位：亿元）

企业简称	2023年第三季度		2024年第三季度		营业总收入 同比增长率	利润同比增 长率
	营业总收入	净利润	营业总收入	净利润		
立讯精密	1558.75	82.75	1771.77	97.87	13.67%	18.26%
工业富联	3288.18	134.96	4363.73	151.50	32.71%	12.26%
歌尔股份	739.48	8.74	696.46	22.88	-5.82%	161.86%
传音控股	430.22	39.13	512.52	39.40	19.13%	0.69%
蓝思科技	338.08	16.59	462.28	24.08	36.74%	45.13%
领益智造	246.46	18.69	314.85	14.03	27.75%	-24.93%
信维通信	55.94	5.14	63.94	5.28	14.31%	2.88%
深科技	109.71	5.64	108.52	8.12	-1.09%	43.96%
安克创新	117.86	12.51	164.49	15.29	39.56%	22.21%
联创光电	24.69	3.91	24.34	3.79	-1.42%	-2.88%
总计	6909.38	328.06	8482.89	382.25	22.77%	16.52%

注：数据采用截至2024年11月19日消费电子SW行业指数前十大权重股；尾差系四舍五入所致

数据来源：Wind，联合资信整理

前十大权重股的业绩变化趋势与整个行业的变化趋势保持一致。根据Wind数据，2024年上半年，消费电子行业整体业绩向好，营业收入和净利润均实现同比增长。前十大权重股中，立讯精密、蓝思科技、传音控股等公司的营业收入和净利润均实现了显著增长，这与行业整体的复苏态势相符。

三、行业内企业信用状况

2024年1—11月，消费电子行业内存续债券以可转换公司债券和超短期融资券为主；存续债券到期时间主要集中在2025年及2029年，集中偿付压力一般。

（一）行业内企业新发债券情况

2024年1—11月，消费电子行业新发行信用债共9期（包括可转换公司债券2期、超短期融资券7期），发行金额合计94.41亿元、票面利率最高为2.33%。截至2024年11月底，新发主体中，新发债企业主体信用等级A⁺、AA⁺、AAA各一家。

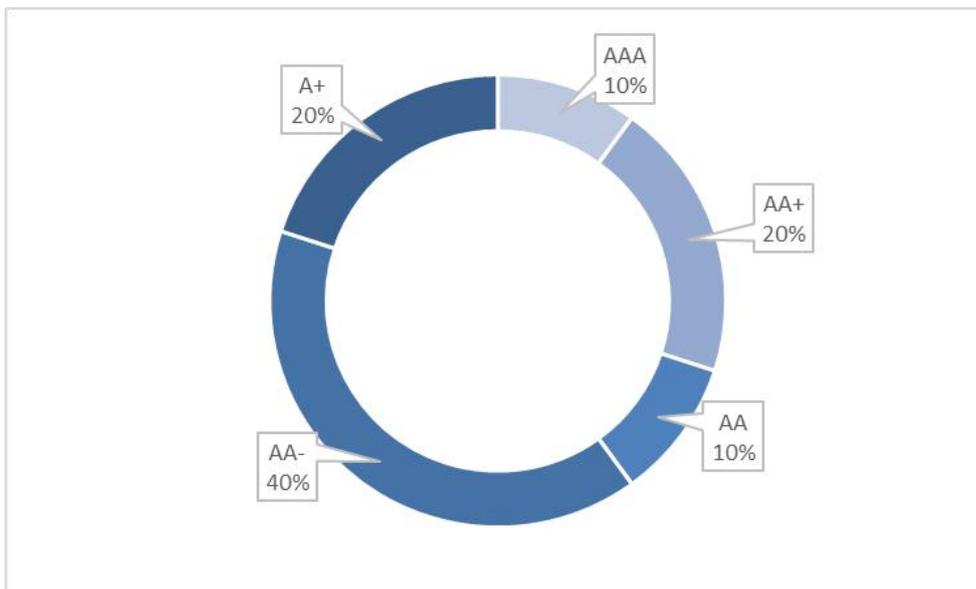
（二）行业内企业到期债券情况

2024年1—11月，消费电子行业发债企业共有1家公司的1支债券到期，为安徽英力电子科技股份有限公司发行的可转换公司债券，发行金额合计3.40亿元，其主体和债项信用评级于2024年6月21日被维持为A⁺，债券实际兑付日期为2024年7月19日，并于2024年7月29日摘牌。

（三）行业内企业存续债券情况

截至2024年11月底，消费电子行业存续债券共16期，债券余额合计167.78亿元，其中存续可转换公司债券11期，余额合计117.78亿元；存续超短期融资债券5期，余额合计50亿元。

从发债主体来看，截至2024年11月底，消费电子行业发债（存续债）公司中，具备主体信用等级的企业共10家，企业主体信用等级中AA⁻较多。



数据来源：Wind，联合资信整理

图5 消费电子行业存续债企业主体级别分布情况

2024年，行业内企业不存在被下调主体信用级别的情况。

截至2024年11月底，消费电子行业存续债券中，债券主要集中于2025年及2029年到期，其间到期债券余额合计72.63亿元，其中将于2025年到期的债券余额50.00亿元，均为立讯精密的超短期融资债券。



数据来源：Wind，联合资信整理

图6 消费电子行业企业存续债券期数和规模分布情况（单位：期、亿元）

四、行业展望

2025 年及以后，政策刺激、新场景拓展和供应链优化有望为行业增长提供动力。面对全球经济不确定性等挑战，企业需密切关注市场动态，推出更多符合消费者需求的高端产品，确保在激烈的市场竞争中保持领先地位。

2025 年及以后，政府和企业推出的以旧换新政策和促销活动有望进一步刺激了消费电子市场的增长。“双十一”促销活动和“以旧换新”政策有效提升了消费者的换机意愿，促进了市场的销售增长。这些政策和活动不仅提高了消费者的购买力，还加速了产品的更新换代。

消费电子行业不断拓展新的市场和应用场景，有望为行业增长提供了新的动力。例如，即时零售市场中消费电子产品类的高速增长，显示了消费者对快速交付和便捷购物的需求。此外，智能家电、可穿戴设备等新兴领域的快速发展也为消费电子行业带来了新的增长点。

供应链的优化和生产效率的提升也有望推动消费电子行业增长。行业内企业通过在消费电子制造领域的积累，不断提升产品开发和制造能力，持续获得核心客户的认可。高效的供应链管理和生产流程不仅提高了企业的竞争力，还降低了成本，提升了盈利能力。

全球经济的不确定性可能影响消费者的购买力，导致需求不及预期。如果企业无法推出具有吸引力的新产品，可能会失去市场份额。地缘政治冲突可能导致供应链中断，影响企业的正常运营。此外，全球产业链的重新布局也可能使国内厂商面临更大的竞争压力。

2025 年，政府和企业的以旧换新政策与促销活动预计将显著推动消费电子市场增长。即时零售、智能家电和可穿戴设备等新领域有望为行业增长带来机会。为了应对全球经济不确定性等挑战，企业需要密切关注市场动态，加大研发投入，加快技术创新，推出更多符合消费者需求的高端产品。同时，企业应加强供应链管理，确保生产的连续性和稳定性。通过这些措施，企业可以抓住行业复苏的机遇，实现可持续发展。

联系人

投资人服务 010-85679696-8728 investorservice@lhratings.com

免责声明

本研究报告著作权为联合资信评估股份有限公司（以下简称“联合资信”）所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“联合资信评估股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本研究报告的，联合资信将保留追究其法律责任的权利。

本研究报告中的信息均来源于公开资料，联合资信对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本研究报告所载的资料、意见及推测仅反映联合资信于发布本研究报告当期的判断，仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的要约或邀请。

在任何情况下，本研究报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。联合资信对使用本研究报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。