

2026 年 08 月 13 日

证券研究报告·电子行业周报

二季度长鑫 DRAM 市占率持续提高

——中山证券电子行业周报

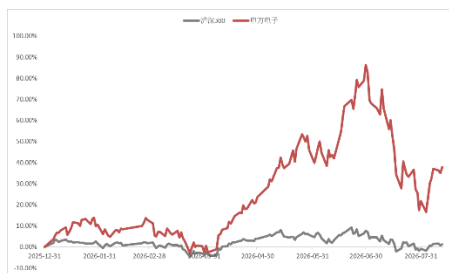
中山证券研究所

分析师：葛淼

登记编号：S0290521120001

邮箱：gemiao@zsq.com

市场走势



投资要点：

●**二季度全球平板电脑出货量同比下降 10%**。市场调查机构 Omdia 发布博文，报告称 2026 年第 2 季度全球平板电脑出货量为 3556.6 万台，同比下降 10%。该机构指出这是多年来平板电脑出货量首次背离季节性规律：以往第 2 季度受返校需求推动，出货量会环比走高。不过相比较第 1 季度（3702.0 万台），2026 年第 2 季度环比下降 3.93%。

●**二季度长鑫 DRAM 市占率持续提高**。CounterpointResearch 表示，三星电子在上季度全球 DRAM 内存市场的营收占比较 2026Q1 进一步增长 1 个百分点至 39%，而美光的市场占有率已达到 25%，距 26% 的 SK 海力士只有一步之遥。在传统三强之外，另外两家主要 DRAM 制造商长鑫存储和南亚科技在上一季度营收分别同比增长 716% 和 690%。机构认为，长鑫存储跻身 DRAM 第四巨头已成必然，剩下的仅是时间问题。

◎**回顾本周行情（08 月 06 日-08 月 12 日）**，本周上证综指上涨 1.76%，沪深 300 指数上涨 0.7%。电子行业表现强于大盘。电子(申万)上涨 5.9%，跑赢上证综指 4.14 个百分点，跑赢沪深 300 指数 5.19 个百分点。电子在申万一级行业排名第二。行业估值方面，本周 PE 估值上升至 82.96 倍左右。

◎**行业数据**：二季度全球手机出货 2.77 亿台，同比增长-6.69%。中国 6 月智能手机出货量 1714 万台，同比增长-16.6%。6 月，全球半导体销售额 1344.5 亿美元，同比增长 123.60%。6 月，日本半导体设备出货量同比增长 26.95%。

◎**行业动态**：2025 年我国 AI 产业规模同比增长 40%；上半年高端手机市场占比提高；二季度全球平板电脑出货量同比下降 10%；二季度长鑫 DRAM 市占率持续提高。

◎**公司动态**：寒武纪：上半年归母净利润同比增长 122%。

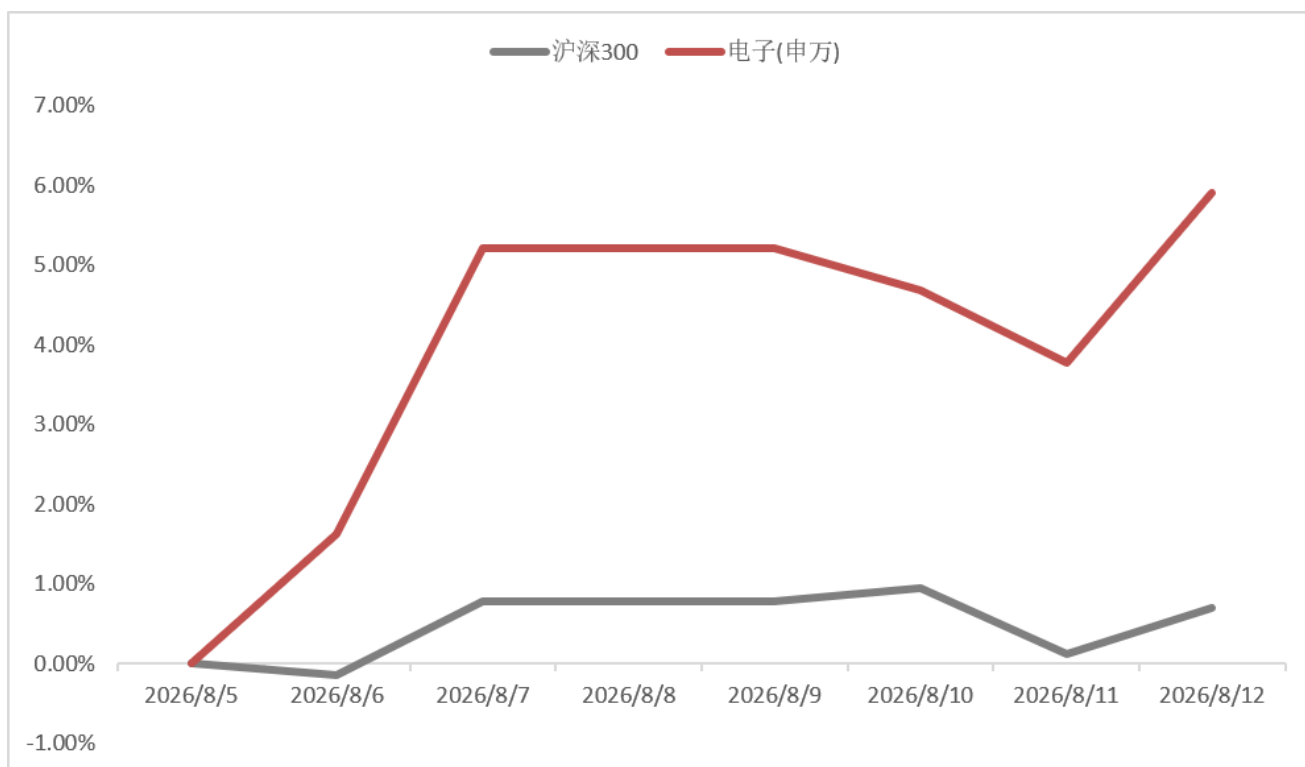
◎**投资建议**：下游手机销售量增速放缓，未来手机产业链上的消费电子和半导体器件公司业绩超预期的可能性降低。受 AI 相关需求拉动，存储芯片和生产存储芯片相关的设备和材料需求较好，服务器相关零部件需求较好。

风险提示：宏观需求转弱，上游原材料成本超预期，行业竞争格局恶化，贸易冲突影响。

1. 指数回顾

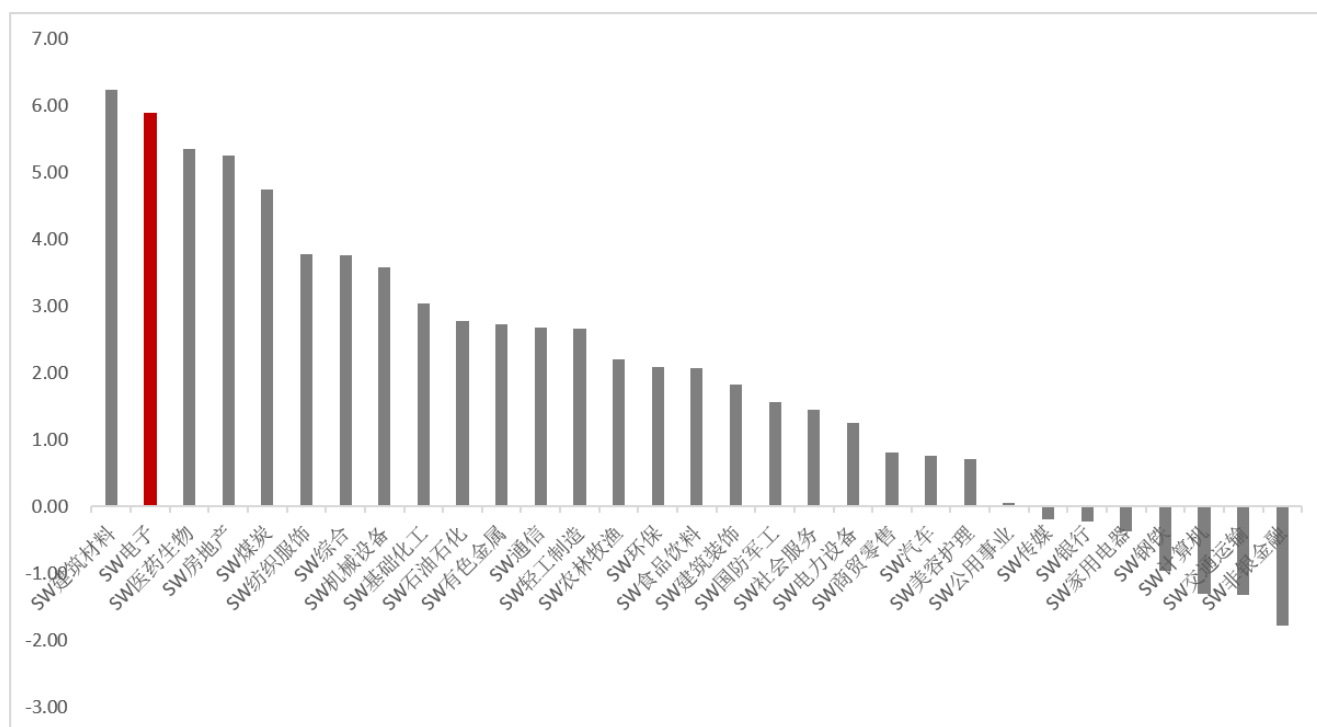
回顾本周行情（08月06日-08月12日），本周上证综指上涨1.76%，沪深300指数上涨0.7%。电子行业表现强于大市。电子(申万)上涨5.9%，跑赢上证综指4.14个百分点，跑赢沪深300指数5.19个百分点。重点细分行业中，半导体(申万)上涨5.4%，跑赢上证综指3.64个百分点，跑赢沪深300指数4.69个百分点；其他电子II(申万)上涨7.21%，跑赢上证综指5.45个百分点，跑赢沪深300指数6.51个百分点；元件(申万)上涨10.54%，跑赢上证综指8.78个百分点，跑赢沪深300指数9.83个百分点；光学光电子(申万)上涨4.4%，跑赢上证综指2.64个百分点，跑赢沪深300指数3.7个百分点；消费电子(申万)上涨2.07%，跑赢上证综指0.31个百分点，跑赢沪深300指数1.37个百分点。电子在申万一级行业排名第二。行业估值方面，本周PE估值上升至82.96倍左右。

图1. 电子行业本周走势



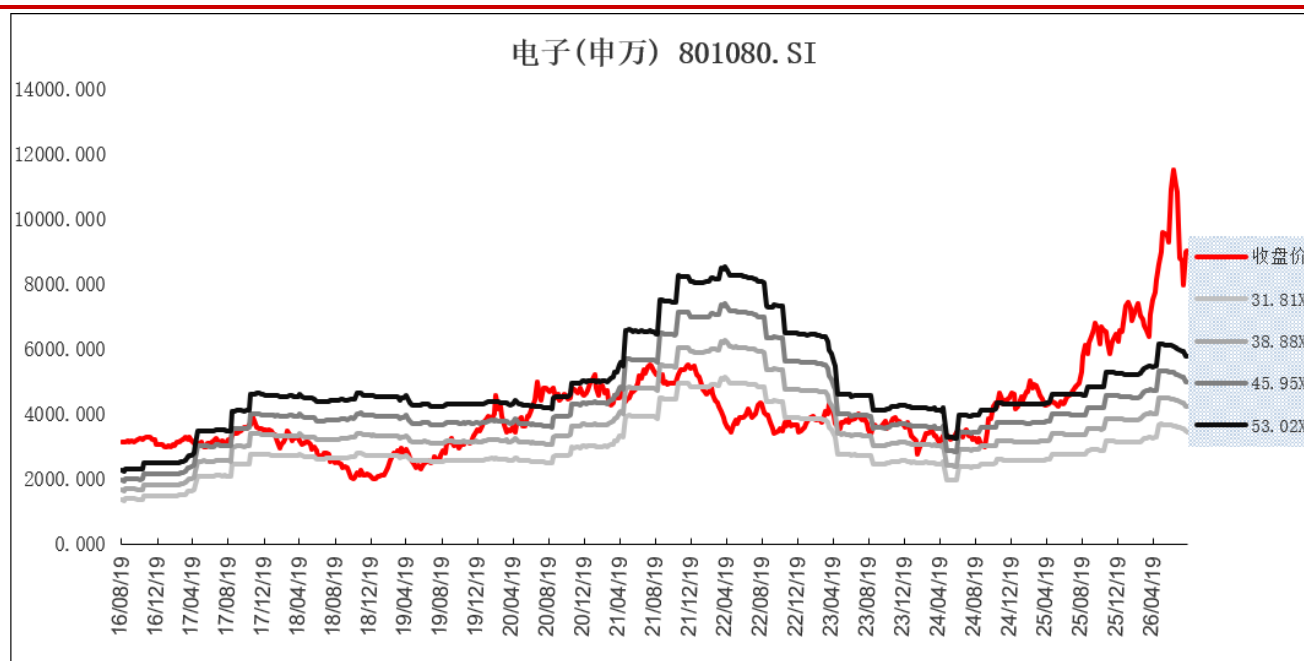
资料来源：Wind，中山证券研究所

图2. 申万一级行业本周排名



资料来源: Wind, 中山证券研究所

图3. 电子行业 PE 区间



资料来源: Wind, 中山证券研究所

2.本周观点

全球手机销量同比增速下降。根据 IDC 数据, 2026 年第二季度智能手机出货 2.77 亿台, 同比增长-6.69%, 相比 2026 年一季度的-4.08%小幅下降。

国内手机销量同比增速下降。根据信通院数据，中国 2026 年 6 月智能手机出货量 1714 万台，同比增长-16.6%。增速相比 2026 年 5 月的 19.0%有所下降。

本轮手机销量下滑始于 2024 年四季度，截止 6 月，全球手机销售量数据依然较为平淡，手机产业链公司业绩超预期的可能性较低。

半导体行业景气度上升。2026 年 6 月，全球半导体销售额 1344.5 亿美元，同比增长 123.60%，相比 2026 年 5 月 104.10%的增速有所上升。

半导体设备景气度上升。2026 年 6 月，日本半导体设备出货量同比增长 26.95%，相比 2026 年 5 月增速 17.94%有所上升。

半导体行业景气需求分化，以消费电子为代表的国内半导体需求增速放缓，但与 AI 相关的存储芯片、光芯片相关细分赛道较为景气。能从国内存储厂扩产中获得新订单的半导体设备材料公司有望获得好于行业的表现。

综上所述，下游手机销售量增速放缓，未来手机产业链上的消费电子和半导体器件公司业绩超预期的可能性降低。受 AI 相关需求拉动，存储芯片和生产存储芯片相关的设备和材料需求较好，服务器相关零部件需求较好。

图4. 全球智能手机出货量（单位：百万台）



资料来源：IDC，中山证券研究所

图5. 国内智能手机出货量（单位：万台）



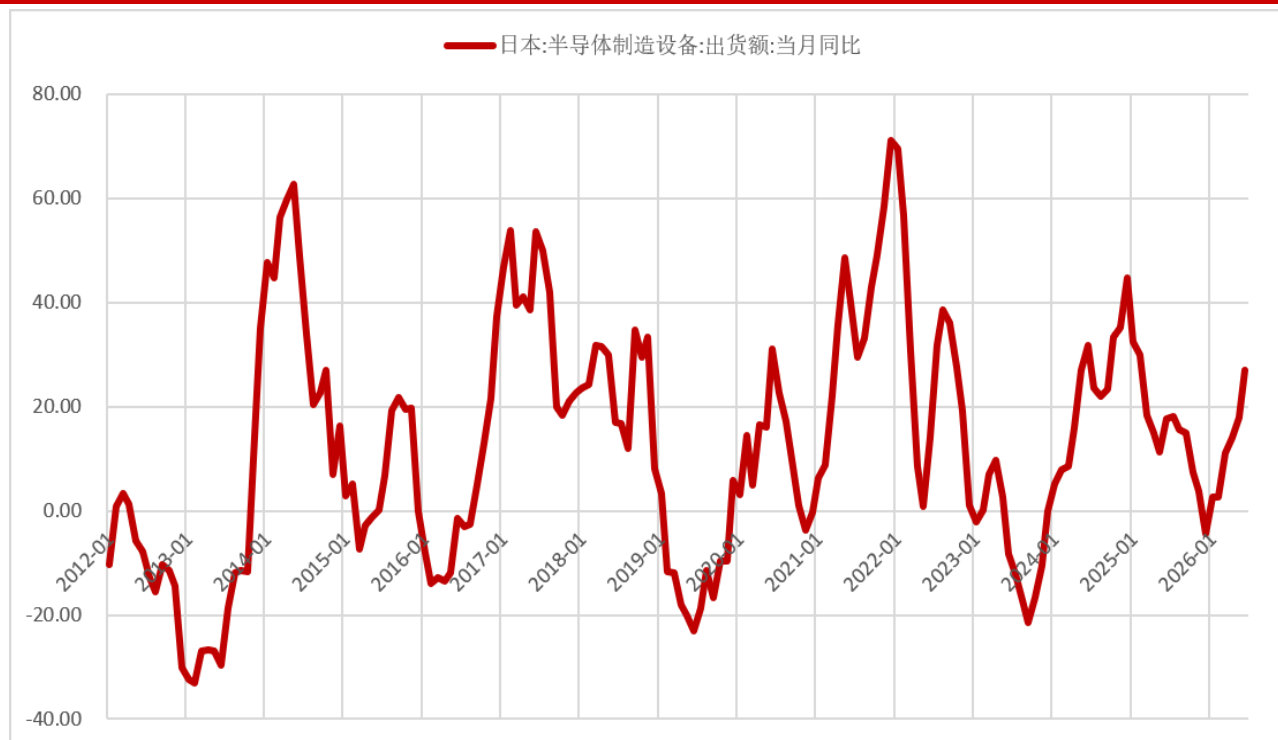
资料来源：信通院，中山证券研究所

图6. 全球半导体销售额（单位：十亿美元）



资料来源：美国半导体产业协会，中山证券研究所

图7. 日本半导体设备制造商出货量同比



资料来源: wind, 中山证券研究所

3.行业动态点评

3.1.2025 年我国 AI 产业规模同比增长 40%

中国信息通信研究院发文, 经测算, 2025 年我国人工智能产业规模超 1.2 万亿元, 同比增长 40%。

截至 2026 年 6 月, 人工智能企业数量超 6600 家, 全球占比达到 15%, 已形成覆盖基础底座、模型框架、行业应用的完整产业体系。

人工智能产业链分为基础层、模型框架层和应用层。2025 年, 我国人工智能基础层产业规模同比增长 59%, 占比为 38%; 人工智能模型框架层规模同比增长 189%, 占比为 7%; 人工智能应用层规模同比增长 22%, 占比为 55%。

(信息来源: IT 之家)

3.2.上半年高端手机市场占比提高

CounterpointResearch 的报告显示, 2026 年上半年, 全球高端智能手机市场(批发平均售价 600 美元及以上)保持韧性, 销量同比增长 5%, 在整体智能手机市场中的销量占比从 2025 年上半年的 25% 升至创纪录的 29%。

高端细分市场份额提升主要由于内存价格上涨对中低端机型市场影响更大，而高端手机厂商能够通过更高的利润率和减少促销活动更好地消化成本，在市场环境严峻的情况下仍维持了需求。

（信息来源：IT之家）

3.3.二季度全球平板电脑出货量同比下降 10%

市场调查机构 Omdia 发布博文，报告称 2026 年第 2 季度全球平板电脑出货量为 3556.6 万台，同比下降 10%。

该机构指出这是多年来平板电脑出货量首次背离季节性规律：以往第 2 季度受返校需求推动，出货量会环比走高。不过相比较第 1 季度（3702.0 万台），2026 年第 2 季度环比下降 3.93%。

厂商表现方面，苹果在 2026 年第 2 季度仍居全球平板电脑市场首位，出货量为 1345.9 万台，同比下降 7.5%，市场份额为 37.8%，相比较 2025 年同期增加 1 个百分点。标准版 iPad 贡献大部分出货量，Air 和 mini 机型占比较小。

三星在第 2 季度出货约 579.5 万台，同比下降 13.0%。该机构认为在组件供应约束延续的背景下，三星预计将在全年动态调整产品组合，优先配置更高利润率机型，以维护利润率和盈利能力。

联想在第 2 季度出货约 393.6 万台，同比增长 27.1%，是 TOP5 厂商中唯一正增长的企业。这部分增长来自真实终端用户需求，也受预期涨价前渠道备货和大型零售促销活动推动。

小米排名第 4，出货 284.3 万台，同比下降 6.8%，其表现受中国国内需求强劲及亚太其他地区稳定动能支撑。华为位列前 5，出货 272.8 万台，同比下降 15.6%。

（信息来源：IT之家）

3.4.二季度长鑫 DRAM 市占率持续提高

CounterpointResearch 表示，三星电子在上季度全球 DRAM 内存市场的营收占比较 2026Q1 进一步增长 1 个百分点至 39%，而美光的市场占有率已达到 25%，距 26% 的 SK 海力士只有一步之遥。

SK 海力士尽管在 2026Q2 实现了 214% 的营收同比提升，但其市场份额却较 2025Q2 的历史高点(39%)下滑 1/3。分析师认为这是 HBMASP（平均售价）下滑和以较低价格较早签署 LTA（长期协议）的共同结果。

与此同时，三星电子继续稳居 DRAM 龙头地位，同时受益于传统 DRAM 市场的强劲需求和 HBM 市场市占的扩大。另一方面，美光来自 DRAM 领域的营收在 2026Q2 已达到一年前的 5 倍。

在传统三强之外，另外两家主要 DRAM 制造商长鑫存储和南亚科技在上一季度营收分别同比增长 716% 和 690%。机构认为，长鑫存储跻身 DRAM 第四巨头已成必然，剩下的仅是时间问题。

（信息来源：IT 之家）

4. 公司动态

4.1. 寒武纪：上半年归母净利润同比增长 122%

2026 年上半年实现营业收入 59.96 亿元，同比增长 108.13%；归属于母公司净利润 23.11 亿元，同比增长 122.61%，扣非净利润达 21.66 亿元，同比增长 137.30%，盈利增速显著超越营收增速，规模效应与费用管控推动净利率持续提升，加权平均净资产收益率达 18.05%。

（信息来源：寒武纪公司公告）

风险提示：宏观需求转弱，上游原材料成本超预期，行业竞争格局恶化，贸易冲突影响。

分析师介绍：

葛森：中山证券研究所行业组 TMT 行业分析师。

投资评级的说明**—行业评级标准**

报告列明的日期后3个月内，以行业股票指数相对同期市场基准指数（中证800指数）收益率的预期表现为标准，区分为以下四级：

强于大市：行业指数收益率相对市场基准指数收益率在5%以上；

同步大市：行业指数收益率相对市场基准指数收益率在-5%~5%之间波动；

弱于大市：行业指数收益率相对市场基准指数收益率在-5%以下；

未评级：不作为行业报告评级单独使用，但在公司评级报告中，作为随附行业评级的选择项之一。

—公司评级标准

报告列明的发布日期后3个月内，以股票相对同期行业指数收益率为基准，区分为以下五级：

买入：强于行业指数15%以上；

持有：强于行业指数5%~15%；

中性：相对于行业指数表现在-5%~5%之间；

卖出：弱于行业指数5%以上；

未评级：研究员基于覆盖或公司停牌等其他原因不能对该公司做出股票评级的情况。

要求披露

本报告由中山证券有限责任公司（简称“中山证券”或者“本公司”）研究所编制。中山证券有限责任公司是经监管部门批准具有证券投资咨询业务资格的机构。

风险提示及免责声明:

★市场有风险，投资须谨慎。本报告提及的证券、金融工具的价格、价值及收入均有可能下跌，以往的表现不应作为日后表现的暗示或担保。您有可能无法全额取回已投资的金额。

★本报告无意针对或者打算违反任何地区、国家、城市或其它法律管辖区域内的法律法规。

★本报告是机密的，仅供本公司的个人或者机构客户（简称客户）参考使用，不是或者不应当视为出售、购买或者认购证券或其他金融工具的要约或者要约邀请。本公司不因收件人收到本报告而视其为本公司的客户，如收件人并非本公司客户，请及时退回并删除。若本公司之外的机构发送本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，本公司及本公司雇员不为前述机构之客户因使用本报告或者报告载明的内容引起的直接或间接损失承担任何责任。

★任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，客户应当认识到有关本报告的短信提示、电话推荐等都只是研究观点的简要沟通，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准。

★ 本报告基于已公开的资料或信息撰写，但是本公司不保证该资料及信息的准确性、完整性，我公司将随时补充、更新和修订有关资料和信息，但是不保证及时公开发布。本报告所载的任何建议、意见及推测仅反映本公司于本报告列明的发布日期当日的判断，本公司可以在不发出通知的情况下做出更改。本报告所包含的分析基于各种假设和标准，不同的假设和标准、采用不同的观点或分析方法可能导致分析结果出现重大的不同。本公司的销售人员、交易人员或者其他专业人员、其他业务部门也可能给出不同或者相反的意见。

★ 本报告可能附带其他网站的地址或者超级链接，对于可能涉及的地址或超级链接，除本公司官方网站外，本公司不对其内容负责，客户需自行承担浏览这些网站的费用及风险。

★ 本公司或关联机构可能会持有本报告所提及公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能已经、正在或者争取向这些公司提供投资银行业务等各类服务。在法律许可的情况下，本公司的董事或者雇员可能担任本报告所提及公司的董事。撰写本报告的分析师的薪酬不是基于本公司个别投行收入而定，但是分析师的薪酬可能与投行整体收入有关，其中包括投行、销售与交易业务。因此，客户应当充分注意，本公司可能存在对报告客观性产生影响的利益冲突。

★ 在任何情况下，本报告中的信息或者所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，任何人不应将本报告作为做出投资决策的惟一因素。投资者应当自主作出投资决策并自行承担投资风险。本公司不就本报告的任何内容对任何投资做出任何形式的承诺或担保。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。除法律强制性规定必须承担的责任外，本公司及雇员不对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失负任何责任。

★ 本报告版权归本公司所有，保留一切权利。除非另有规定外，本报告的所有材料的版权均属本公司所有。未经本公司事前书面授权，任何组织或个人不得以任何方式发送、转载、复制、修改本报告及其所包含的材料、内容。所有于本报告中使用的商标、服务标识及标识均为本公司所有。