



消费电子行业 2026 年上半年度行业分析

联合资信 工商评级一部 | 崔濛骁 宁立杰

AI 技术赋能、产品迭代升级、消费高端化趋势是消费电子行业增长的三大核心驱动力。2026 年上半年行业处于周期调整与结构升级并行的阶段，全球消费电子行业整体复苏进程分化；国家“两新”政策扩围持续刺激消费电子产品需求，行业整体展现较强韧性，但上游存储芯片大幅涨价带来显著成本压力；同期，全球智能手机、PC 与平板电脑行业均呈现高集中度特征，其中智能手机呈现“高端集中、中低端分散”格局，PC 行业头部企业垄断地位稳固，平板电脑行业中国品牌加速崛起、竞争加剧且场景化需求提供了差异化空间。行业信用状况整体稳健，预计 2026 年行业或将经历短期调整，但长期向上基本面未变，区域市场分化将加剧，新兴市场成为新增长引擎，中国仍为全球最大价值市场；未来行业信用风险整体可控但结构分化，信用状况改善将依赖成本压力缓解、需求端复苏、技术转型成效及供应链韧性增强。

一、消费电子行业概况

2026 年上半年行业处于周期调整与结构升级并行的阶段，全球消费电子行业整体复苏进程分化，上游存储芯片大幅涨价带来显著成本压力。AI 技术赋能、产品迭代升级、消费高端化趋势是消费电子行业增长的三大核心驱动力。

近年来，消费电子行业经历了“缺芯扰动—库存承压—AI 技术破局—补库复苏”的完整周期转换。2025 年，智能手机、PC、平板电脑出货量均实现同比增长。但 2026 年上半年，受存储芯片供给紧张影响，终端出货端承压，行业增长主要受 AI 技术赋能、产品迭代升级、消费高端化趋势三大因素驱动。

首先，AI 技术的创新与应用为消费电子行业注入核心动能。AI 技术不仅提升现有产品的智能化水平，还催生 AI 手机、AI 眼镜等新型产品，创造新的市场需求。2026 年上半年，生成式 AI 手机渗透率进一步提升，中端机型 AI 功能普及加速，轻量化大模型持续下沉。芯片技术进步与轻量化大语言模型（LLMs）的普及，推动 AI 手机功能从旗舰机型下放至中端机型，加速了规模化落地。2026 年上半年，智能家居市场延续稳健增长，AI 交互、多设备互联互通产品占比持续提升，国内“两新”政策将智能家居纳入补贴范围进一步拉动市场需求。

其次，消费电子产品快速迭代，倒逼厂商加大研发投入，有效拉动消费者购买需求。2026 年上半年，行业出货呈现分化格局：受 DRAM、NAND 闪存供给紧张影响，全球智能手机出货量同比小幅回落，但高端 AI 手机、AI 笔记本需求保持旺盛；企业端 PC 换机需求延续，AI 笔记本新品发布；平板市场结构性分化，商用、教育类平板需求韧性较强，消费级平板受成本上涨影响有所承压。国内 2026 版“两新”政策将手机、平板、智能眼镜等数码产品纳入补贴清单，按售价 15% 给予补贴，进一步对冲部分终端消费压力。

第三，消费者对高品质、高性能产品的付费意愿提升，推动消费电子行业向高端化转型。2026 年上半年，行业高端化逻辑进一步强化，叠加上游存储成本上升，终端产品均价进一步上行。2026 年二季度，全球智能手机平均售价达到约 400 美元，同比显著抬升；AI 笔记本占笔记本整体出货比重持续提升，继续推高 PC 市场均价；平板电脑均价延续回升态势，高端化硬件配置成为产品溢价核心来源，行业呈现“出货承压、营收抬升”的量价背离格局。

2026 年上半年，存储芯片成为供应链最大变量：消费级 DRAM、NAND 闪存供给缺口持续放大，价格大幅上行；先进制程芯片仍紧缺，成熟制程消费电子芯片价格维持偏弱运行；电池材料价格延续下行。预计后续高端芯片、存储涨价动能边际放缓，但高端芯片涨价与成熟制程芯片降价并存的格局仍将延续，消费电子企业将持续面临较大的成本控制与供应链调整压力。

消费电子行业上游为芯片、显示屏、摄像头、电池、结构件等电子元器件制造企业。手机芯片主要指应用于手机通讯功能的芯片，包括基带、处理器、协处理器、RF、触摸屏控制器芯片、存储芯片、无线 IC 和电源管理 IC 等。我国消费电子设备芯片对进口依赖程度仍然较高，全球主要芯片厂商包括高通、联发科、三星等。2026 年上半年延续结构性分化态势：先进制程 5nm 及以下芯片受 AI 算力需求拉动维持高

景气，代工报价维持高位；成熟制程（6nm 以上）消费电子芯片竞争加剧，价格保持弱势；传统 MCU 通用芯片价格延续承压。根据 TrendForce 集邦咨询数据，存储芯片方面，2026 年第一季度 Conventional DRAM 合约价环比增长 90~95%，NAND Flash 合约价环比增长 55~60%；2026 第二季度 DRAM 合约价环比继续上涨 58%~63%，NAND 闪存环比上涨 70~75%，消费电子端存储成本大幅上升，存储芯片成本占比已超过主处理器，成为部分旗舰机型成本占比最高的元器件。受厂商扩产影响，5G 射频芯片价格同比回落。电池及关键材料因锂盐价格企稳、动力电池产能过剩，价格同比下行，国内电池材料供应链成本优势进一步强化。国内芯片进口依赖度有所降低，中芯国际、华虹半导体 28nm 及以上成熟制程维持较高产能稼动率，并推进 14nm 制程研发。

二、行业政策

2026 年以来，国家陆续出台多轮“两新”及“人工智能+”相关政策，推动消费电子产业向高端化、智能化、绿色化升级。短期看，依托财政补贴、超长期特别国债等手段拉动终端需求，加速存量设备迭代，扩大智能硬件普及率，缓解库存与产能压力；中长期看，政策推动行业与新质生产力深度融合，促进科技与产业双向赋能，加快核心技术自主可控及产业链本地化配套，提升产业韧性与信用水平，为消费电子行业高质量发展、形成可持续竞争优势提供长期支撑。

表 2.1 • 消费电子行业政策情况

发布时间	行业政策	发布部门	政策目标
2026 年 3 月	《2026 年政府工作报告》及“十五五”规划纲要（草案）	国务院	以新质生产力为核心，深化“人工智能+”，加速智能终端与智能体普及；安排 2500 亿元超长期特别国债支持以旧换新，推动消费电子向高端化、智能化、绿色化转型
2026 年 3 月	《推动物联网产业创新发展行动方案（2026-2028 年）》	工业和信息化部等九部门	推动 AI、5G 与人机交互技术和消费电子物联网终端深度融合，提升终端智能化交互能力，拓展智能硬件消费应用场景，夯实消费电子产业底座
2026 年 4 月	《关于联合实施 2026 年“模数共振”行动的通知》（工信部联科函〔2026〕193 号）	工业和信息化部办公厅、国家数据局综合司	面向消费电子行业推进 AI 模型、行业智能体研发，推动大模型与消费终端产品融合创新，赋能消费电子智能化产品迭代升级
2026 年 5 月	《人工智能终端智	工业和信息化部、商务部、市场监	建立消费电子 AI 终端智能

	能化分级系列国家标准》	管总局等部门	化分级评价体系，覆盖手机、电脑、智能眼镜等品类，引导产品智能化升级，为以旧换新补贴遴选智能产品提供标准依据
2026年6月	《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》（商建发〔2026〕89号）	商务部、中央网信办、国家发展改革委、工业和信息化部等8部门	推动AI与消费深度融合，扩大AI手机、智能眼镜、智能家居等智能终端供给；衔接以旧换新政策，培育智能消费新场景，推动消费电子产品迭代升级，壮大智能消费市场
2026年5月	《智能体规范应用与创新发展实施意见》	国家网信办、国家发展改革委、工业和信息化部	推动消费端智能体产品创新落地，赋能消费电子、智能硬件产品升级，夯实智能终端产业供给基础，配合“两新”政策引导智能化产品消费升级

资料来源：联合资信根据公开资料整理

三、行业竞争格局

2026年上半年全球消费电子行业集中度整体偏高，智能手机市场呈多元竞争格局，高端市场由苹果、三星、华为主导，国内高端市场形成双寡头格局，中低端市场同质化严重，性价比竞争激烈，手机出货量同比下滑。PC行业格局稳定，头部厂商凭供应链与研发构筑壁垒。平板电脑行业中国品牌加速崛起，整体市场承压，高端化与商用化趋势凸显。

2026年上半年全球智能手机 CR5 占比仍超 70%，集中度较高，但呈多元化竞争格局。

高端市场（手机价格 600 美元以上）行业壁垒显著，头部企业凭借技术创新、生态系统和品牌溢价主导市场。根据 Counterpoint Research 数据，2026 年上半年，苹果以约 65% 的市场占有率位居第一，增长核心驱动力来自 iPhone 17 系列，基础标准版市场需求保持稳定，软硬件生态、系统更新周期、二手保值率使其市场地位持续巩固。三星约占 19%，在欧美、中东市场表现突出，GalaxyS26 系列保持旗舰竞争力；华为凭借本土供应链韧性、麒麟迭代、折叠屏产品矩阵（三折叠、小折叠）持续抢占高端份额；在中国大陆高端市场，华为与苹果形成双寡头竞争格局。其余份额为小米、谷歌、OPPO 等品牌，小米 Ultra 系列、谷歌 Pixel 旗舰在局部区域实现突破。

中低端市场（手机价格 599 美元以下）同质化突出、竞争激烈，品牌厂商以技术下放（如折叠屏、高像素影像）和性价比策略抢占份额。在 400~599 美元 TOP20 畅

销品牌中，三星占比高，苹果、OPPO、谷歌、华为、荣耀次之；在 200~399 美元档位，华为、小米和三星位列前三；199 美元以下档位，三星、小米、传音系占据主导，传音凭借非洲及新兴市场渠道优势持续发力。

根据 IDC 数据，受存储芯片供应紧张、价格上涨影响，2026 年第一季度全球智能手机出货量同比下降 4.1%，至 2.897 亿部。其中，三星和苹果同比有所增长。2026 年第二季度，全球智能手机出货量下降 6.7%至 2.775 亿台。

表 3.1 • 2026 年半年度全球智能手机出货量占比

品牌	2026Q1	2025Q1	2026Q2	2025Q2
三星	21.7%	20.1%	22.6%	19.5%
苹果	21.1%	19.6%	20.1%	16.3%
小米	11.7%	13.8%	11.2%	14.2%
OPPO	10.6%	11.3%	10.4%	11.7%
vivo	7.3%	7.5%	7.6%	8.9%
其他	27.6%	27.7%	28.0%	29.4%
总计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

数据来源：联合资信根据 IDC 数据整理

2026 年上半年，全球 PC 行业呈现高集中度特征。2026 年上半年，PC 行业 CR5 超过 70%。其中，联想全球份额仍位居第一，惠普、戴尔、苹果次之，全球 PC 市场梯队格局维持稳定，PC 行业头部企业凭借供应链与研发优势巩固主导地位，具备强商用客户基础的厂商抗风险能力更强，纯消费导向品牌更容易受到涨价冲击。供应链采购能力构成重要竞争壁垒，行业竞争向 AIPC、高端产品结构方向演进。根据 IDC 数据，2026 上半年，全球 PC 合计出货量 13380 万台；其中 2026 年第一季度出货同比有所增长；2026 年第二季度出货量同比有所下降，市场呈现一季度提前备货拉动增长、二季度增长动能快速消退的阶段特征，行业增长逻辑逐步由规模放量转向产品结构升级驱动的价升逻辑；头部厂商经营分化加剧，中小品牌承压明显。

表 3.2 • 2026 年半年度全球 PC 出货量占比

品牌	2026Q1	2025Q1	2026Q2	2025Q2
联想	25.2%	23.8%	24.4%	23.7%
惠普	18.5%	20.0%	19.1%	19.9%
苹果	9.5%	8.9%	9.9%	8.5%
戴尔	15.7%	14.9%	13.6%	13.6%
华硕	7.2%	6.3%	7.4%	7.0%
其他	23.9%	26.1%	25.7%	27.3%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
全球 PC 出货量（万台）	6560	6400	6820	7170

数据来源：联合资信根据 IDC 数据整理

2026 年上半年，全球平板电脑行业 CR5 超过 80%。苹果、三星依托先发优势与用户基础占据市场主导地位，联想、华为等中国品牌加速崛起、市场份额有所提升，行业集中度进一步提高。上半年全球平板市场整体承压：第一季度出货量实现小幅增长，第二季度出货量明显回落；受存储芯片涨价影响，消费端需求受到压制，行业竞争逐步向高端化、商用化方向倾斜。

表 3.3 • 2026 年半年度全球平板电脑出货量占比

品牌	2026Q1	2025Q1	2026Q2	2025Q2
苹果	40.1%	37.2%	37.8%	36.8%
三星	15.7%	17.9%	16.3%	16.9%
联想	8.2%	6.8%	11.1%	7.8%
华为	8.8%	6.9%	7.7%	8.2%
小米	7.2%	8.3%	8.0%	7.7%
其他	20.1%	22.9%	19.1%	22.5%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
全球平板电脑出货量（万台）	3702	3697	3557	3948

数据来源：联合资信根据 Omdia 数据整理

四、行业展望

未来消费电子行业或将经历短期的调整，但从长期来看，其向上发展的基本面不会发生改变。人工智能技术的赋能、产品的迭代升级以及消费高端化趋势将推动消费电子行业实现温和增长，行业整体呈现“高端稳健、中低端承压”的结构性特征。从全球区域来看，高端市场将成为增长的核心领域，超薄机身设计、生成式人工智能技术、折叠屏形态以及先进摄像系统将成为厂商着力发展的重点方向，从而持续推动产品附加值的提高，中低端市场则面临成本上涨、价格竞争与需求饱和等多重压力；区域市场表现的分化态势将进一步加剧，东南亚、中东、非洲等新兴市场凭借人口红利和消费升级成为增长新引擎，中国、欧洲、北美等发达成熟市场销量平稳、销售金额更高，中国仍为全球最大价值市场。未来，消费电子行业信用风险或将呈现“整体可控、结构分化”的特征，行业信用基本面不会出现系统性恶化，但成本压力、技术迭代与市场竞争等因素将导致信用风险进一步向中小规模、技术薄弱、依赖传统品类的企业集中，头部企业依托技术、品牌、供应链与资金优势保持稳健，聚焦新兴细分赛道、具备核心技术创新能力的企业有望逆势增长，而技术落后、产品结构单一、盈利与现金流承压的中小企业违约风险高、债务偿付能力或将趋于恶化；行业需以成本压力缓解、需求稳步复苏、技术转型见效及供应链韧性增强为支撑，企业应聚焦提升核心竞争力、布局高增长赛道、优化资本结构与现金流管理，以应对行业周期波动与市场竞争挑战。

联系人

投资人服务 010-85679696-8704 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，联合资信将保留向其追究法律责任的权利。

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。