

近期消費電子行業利好頻傳：蘋果 iPhone 17 標準版因需求超預期，已通知供應商增產 30%；OpenAI 則與蘋果代工廠合作，研發生產智能音箱、數字錄音筆及可穿戴胸針等消費電子設備，預計 2026 年底至 2027 年初正式面市。認為隨著“金九銀十”消費電子旺季到來，多款消費電子新品密集發佈，疊加關稅壓力緩解與政策補貼助力下游需求增長，行業估值修復窗口有望打開。此前市場對部分消費電子企業估值存在過度擔憂，而當前實際需求回暖後，相關標的仍具備修復潛力。建議投資者聚焦成本控制能力突出、海外產能佈局完善及深度受益硬體升級的企業，行業龍頭或在需求改善與產業紅利加持下實現估值與業績雙擊。

消費電子利好頻傳，產業進入旺季量產高峰，投資者應關注哪些機會？

消費電子“金九銀十”旺季已至，板塊進入新品集中發佈期，手機、智能手錶、AR 眼鏡、無線耳機等終端與可穿戴設備密集亮相。關稅不確定性緩解與全球風險偏好回升形成共振，推動產業鏈進入旺季量產高峰，市場對行業盈利預期持續上調；疊加 AI 浪潮帶動國產晶片市場快速擴容，為終端智能化升級提供核心支撐，板塊估值修復窗口有望進一步開啟。

蘋果產業鏈方面，iPhone 17 系列發佈與銷量表現是核心看點：新機在 A19 晶片、散熱系統、感測器等硬體上升級明顯，且起步存儲提升至 256GB 仍維持原定價，性價比優勢突出，市場普遍預期其銷量與市場份額將同步提升。此前蘋果代工鏈受美國 232 條款承壓，而美國電子產品關稅豁免政策落地後，市場擔憂大幅消退；此外，iPhone 17 標準版預售需求旺盛，蘋果已要求供應商將日產量提高 30% 至 40%，以應對缺貨風險。

非蘋果陣營同樣動作不斷，包括 Meta、華為、小米等多家科技巨頭陸續推出手機、智能影像設備、AI 眼鏡等新品，認為 9-10 月密集召開的消費電子新品發佈會更有望強力催化產業鏈，帶動端側設備與 AI 生態迎來新一輪發展。值得關注的是，板塊內不少企業雖未直接受關稅影響，但此前估值已隱含對需求前景的過度擔憂；事實上，多數企業競爭格局穩固，若需求保持平穩，憑藉行業擴容與自身份額提升，仍有望實現穩健業績增長。當前終端實際需求表現好於市場前期悲觀預期，板塊後續仍有估值修復潛力。建議投資者聚焦三類企業：成本控制能力突出、海外產能佈局完善及深度受益硬體升級趨勢的企業，行業龍頭有望在產業鏈預期改善與 AI 增量加持下，實現估值與業績雙擊。



► 行業利好消息頻出，消費電子板塊迎來佈局機會？

*META CONNECT 大會：多款 AI 眼鏡正式亮相

北京時間 9 月 18 日 Meta 正式舉辦本年度 Meta Connect 大會，創始人紮克伯格發表主題演講。本次大會的硬體板塊核心聚焦 AI 眼鏡領域，紮克伯格在發佈環節中深入探討了 AI 眼鏡的發展前景，並一次性推出 3 款相關產品。在此次發佈會上，Meta 正式推出旗下首款搭載內置顯示幕的消費級 Ray-Ban 智能眼鏡——Meta Ray-Ban Display。該產品定價 799 美元，計畫於 9 月 30 日正式上市。從硬體配置來看，這款智能眼鏡的右鏡片集成了一塊小型數字顯示幕，具備 20 度視場角的内容顯示能力，螢幕解析度達 600x600 像素，刷新率為 90Hz，峰值亮度可至 5000 尼特，能滿足基礎視覺交互的清晰度與亮度需求。功能層面，該顯示幕可覆蓋多類日常場景：不僅支持呈現短信、視頻通話介面、地圖導航路線，還能顯示向 Meta 人工智慧服務提問的視覺結果、照片内容，同時提供音樂控制選項與相機數字取景器功能，實現“輕量化資訊交互”。

整體來看，Meta Connect 2025 發佈會以“硬體矩陣+交互革新+生態築基”勾勒出智能眼鏡的實用化路徑：三款梯度產品精準覆蓋高端 AR 顯示、專業運動、大眾日常場景，Ray-Ban Display 的 5000 尼特亮度屏破解戶外可視難題，神經腕帶的肌電手勢操控填補公共場景靜默交互空白，Horizon Engine 與 AI 創作助手則降低 3D 内容製作門檻。但發佈會暴露的 AI 助手應答失誤、視頻通話中斷等問題，疊加 Ray-Ban Display 799 美元售價、70 克重量相較於國產機型的競爭力劣勢，以及“重量-續航-算力”的行業共性困境，凸顯技術成熟度與成本控制的短板。對行業而言，其既帶動光學模組、肌電傳感器等硬體環節的增量需求，也因優質獨佔内容稀缺、隱私監管壓力等問題，印證 AR 行業仍處“硬體先行、生態滯後”的過渡階段，距離成為下一代計算入口尚有距離。

圖一：Meta AI 眼鏡產品參數情況

型號	Ray-Ban Meta Gen2	Oakley Meta Vanguard	Meta Ray-Ban Display
價格	379 美元	499 美元	799 美元
產品參數	延續經典設計基因，全新推出季節限定款透明鏡框，同步提供 Wayfarer、Skylar 等熱門鏡框款式供選擇	聚焦運動需求設計，包裹型鏡框適配各類頭盔，同步提供黃 / 紅 / 藍 / 灰四色供選	承襲經典 Wayfarer 標誌性輪廓，右側鏡片內嵌全彩顯示模組，提供黑色與沙色兩種配色方案，同步搭配專屬 Meta Neural Band 神經腕帶，可通過肌電信號實現手勢操控功能
像素	1200 萬像素超廣角攝像頭，支持 3K 視頻錄製	1200 萬像素居中攝像頭，122°超廣角視野，支持 3K 視頻拍攝、慢動作、延時攝影	單目顯示採用 LCoS 微顯示幕及陣列光波導光學方案，亮度達 5000 尼特，解析度 600×600 像素，90Hz 刷新率



續航	單次續航 8 小時(前代 4 小時)，充電盒提供 48 小時總續航	單次續航 9 小時(音樂播放 6 小時)，搭配充電盒可達 36 小時，支持 20 分鐘快充至 50%	單次使用 6 小時，搭配折疊充電盒可延長至 30 小時
功能情況	搭載 Meta AI 內核，全新加入“會話聚焦”功能(可優化嘈雜環境下的交流體驗)，即時翻譯囊括德語、葡萄牙語等語種，後續計畫拓展至六種語言的離線翻譯能力。	集成 Meta AI 功能模組，與 Garmin、Strava 平臺完成無縫連接，支持即時獲取心率、配速等運動參數，同步自動抓拍運動中的里程碑時刻	內置 Meta AI 強大內核，同步解鎖三大核心功能：即時生成對話字幕以適配嘈雜環境，提供低延遲多語言翻譯並保留語氣情感，更能依託視覺感知能力精準識別環境物體，助力用戶快速理解物理世界資訊。

資料來源：Meta 官網

*OPEN AI 擬推出 AI 設備組裝

矽谷科技媒 The Information 日前報導稱，OpenAI 已與蘋果主要代工廠立訊精密(002475.SZ)達成製造協議，由後者負責至少一款 AI 設備的組裝工作，包括類似無顯示幕智能音箱，還考慮開發眼鏡、數字錄音筆和可穿戴胸針 (AI pin) 等產品，預計 2026 年底至 2027 年初面市。關於首款產品的形態，奧爾特曼此前曾專門提及——他們的核心設想十分明確：既要求“可放入口袋”以保證便攜性，又強調“具備情境感知”以實現場景化交互，同時還明確了“無螢幕”的設計方向，整體指向一款輕量化、場景適配型的設備認為此次合作堪稱 OpenAI 戰略轉型的關鍵里程碑——標誌著其正式從純軟體服務模式，向“模型技術 + 硬體終端”融合的生態體系邁進。從硬體形態來看，其核心設備被定義為口袋尺寸的無屏終端，該終端的核心特性在於將環境感知能力與模型技術深度耦合；未來這一硬體形態還可能進一步拓展，覆蓋眼鏡、錄音筆乃至胸針等多樣化載體。

*蘋果 iPhone17 系列預售銷售火熱

iPhone 17 標準款的市場熱度遠超蘋果初期預期，這一信號已快速傳導至供應鏈——蘋果已正式通知核心供應商啟動該機型的增產計畫。據供應鏈消息，蘋果對主要代工廠立訊精密(002475.SZ)提出明確要求，將標準版日產量提升約 40%，同時要求非電子零部件供應商將日供貨量提高 30%，遠超此前“至少提升 30%”的初步規劃，以此快速消化激增的訂單需求。這一緊急調整背後，是消費者對高性價比旗艦機型的強烈偏好：iPhone 17 標準版首次下放 120Hz ProMotion 高刷屏、256GB 起步存儲等 Pro 級配置，卻維持 5999 元起售價，恰好契合國內 6000 元以下電子產品 15% 的補貼政策，實際入手價低至 5099 元，形成“加量不加價”的差異化優勢。此前蘋果曾規劃標準版僅占總產量 25%，如今產能占比有望突破 35%，直接反映市場需求的旺盛。



圖二：蘋果 iPhone 17 手機產品亮點



資料來源：蘋果官網

*投資者應該關注行業內哪些公司的投資機會？

當前消費電子賽道動作頻出：Meta 持續加碼消費電子新品發佈，OpenAI 則跨界入局 AI 消費電子終端領域，頭部玩家的佈局已形成行業熱度；與此同時，iPhone 17 系列銷量有望迎來超預期表現，為產業鏈注入短期增長動力。更值得關注的是長期紅利——蘋果計畫在 2026-2027 年開啟新一輪產品創新週期，屆時將推出折疊機、AI 眼鏡等重磅新品。這一規劃不僅將為供應鏈帶來技術迭代與產能擴張的強勁新動能，更將直接帶動上游核心零部件、組裝製造等相關企業從“存量博弈”轉向“增量上行”，打開長期成長空間，因此投資者可關注具備成本控制能力、海外產能佈局完善並深度受益 AI 硬體升級的公司：

舜宇光學科技(2382.HK)

作為全球領先的綜合光學零件及產品製造商，公司四十餘年深耕光學領域，以“名配角”戰略聚焦核心賽道，形成了光學零組件、光電產品、光學儀器三大核心產品線，覆蓋手機、汽車、安防、AR/VR、工業檢測等八大業務板塊。其核心產品市場地位突出，車載鏡頭連續 13 年位居全球市占率首位，手機鏡頭與攝像模組也穩居全球前列，2025 年上半年公司營收達 196.5 億元，上半年淨利潤同比增長 52%至 16.46 億，上半年毛利率攀升至 2 年新高。



圖三：舜宇光學科技(2382.HK)公司淨利潤增長情況



資料來源：Wind

技術創新是舜宇光學的核心壁壘，公司依託國家級企業技術中心與博士後工作站，在光、機、電、算多技術融合領域達到行業先進水準。在車載光學領域，其 800 萬像素車載攝像模組於 2021 年量產，相關技術圍繞高溫穩定性、小型化佈局 120 餘項專利，發明專利占比達 98%，深度適配 L3 級自動駕駛與城市 NOA 場景，獨供賓士、寶馬等車企高階 ADAS 模組。消費電子領域，不僅實現 7P/8P 手機鏡頭、一體化馬達潛望模組量產，更在 XR 賽道佔據先機——Pancake 模組體積較行業縮小 50%，為蘋果 Vision Pro、Meta Quest 4 等旗艦設備獨家供應，專利數量遠超同行。2024 年研發投入達 29.2 億元占營收 7.6%，持續支撐技術迭代。

面對行業變革，舜宇光學推進“兩個轉變”戰略，從產品製造商向智能光學系統方案解決商升級，車載與 XR 業務成為增長雙引擎。2025 年上半年車載收入達 34 億元，同比增長 18.2%，預計全年車載鏡頭出貨 1.35 億顆，2027 年有望突破 2 億顆；與比亞迪、蔚來等主機廠簽訂 3-5 年框架合同，鎖定 70% 產能。XR 領域已實現千萬級量產，2026 年收入占比預計提升至 15%，同時通過與歌爾股份(002241.SZ)合作強化光波導技術，切入頭部 AI 眼鏡供應鏈。全球化佈局同步加速，越南工廠憑藉成本優勢縮短交貨週期，泰國基地計畫 2026 年投產，配合千億計畫目標，構建起“消費電子+汽車+XR”的多元增長格局。



比亞迪電子(0285.HK)

比亞迪電子(0285.HK)是全球領先的平臺型高端製造企業。公司以消費電子零部件業務起家，逐步構建起“消費電子 + 汽車電子 + 新型智能”三大核心板塊，業務覆蓋智能手機、新能源汽車、AI 伺服器、機器人、醫療設備等十餘類領域。憑藉與蘋果、華為等全球頭部品牌的深度合作；同時依託母公司協同優勢，汽車電子業務快速崛起，形成“多領域協同、全鏈條服務”的發展格局。

規模化全球化精密製造與垂直整合能力構築了比亞迪電子(0285.HK)的核心護城河。公司在材料領域掌握金屬、陶瓷、3D 玻璃等全品類製造技術，自研的塑膠與金屬混融技術實現納米級結合，支撐其在智能手機金屬中框、玻璃蓋板等領域佔據領先地位，2024 年通過收購捷普移動製造業務進一步鞏固高端供應鏈份額。比亞迪電子(0285.HK)在蘋果核心產品線中的參與度顯著提升，成為 iPad 組裝第二大供應商（占全球 30% 份額）和 iPhone 結構件主力廠商。2025 年 Q2 蘋果新品備貨期間，其金屬中框、玻璃後蓋訂單同比增長 20%，僅這兩項業務就貢獻近 50 億元營收。隨著 iPhone 17 系列量產啟動，比亞迪電子(0285.HK)在標準版組裝中的份額從 iPhone 16 的 10% 提升至 20%，預計對應 2000 萬臺出貨量，疊加鈦合金框架等高端部件需求增長，消費電子業務有望實現增長。汽車電子領域，已實現智能座艙、智駕域控、16 合 1 熱管理系統等產品量產，為比亞迪“天神之眼”智駕系統提供硬體支撐，2025 年 Q1 該業務營收占比升至 35%，預計年增速超 40%。研發端持續投入，2025 年上半年研發費用率達 2.76%，在車規級晶片、液冷散熱等領域形成技術儲備。

圖四：比亞迪電子(0285.HK)公司技術核心優勢

規模化全球化智能化的精密制造能力

比亞迪電子擁有國際化一流的超大规模自动化生产线,覆盖模具、全系材料零部件及系统组装等,并紧跟市场和客户需求及行业热点,不断拓展进入新的领域;持续领先的技术工艺、高效的生产管理体系、高自动化、高柔性、全制程追溯的智能化生产能力使得比亞迪電子一直是多个国际知名品牌客户的战略合作伙伴。



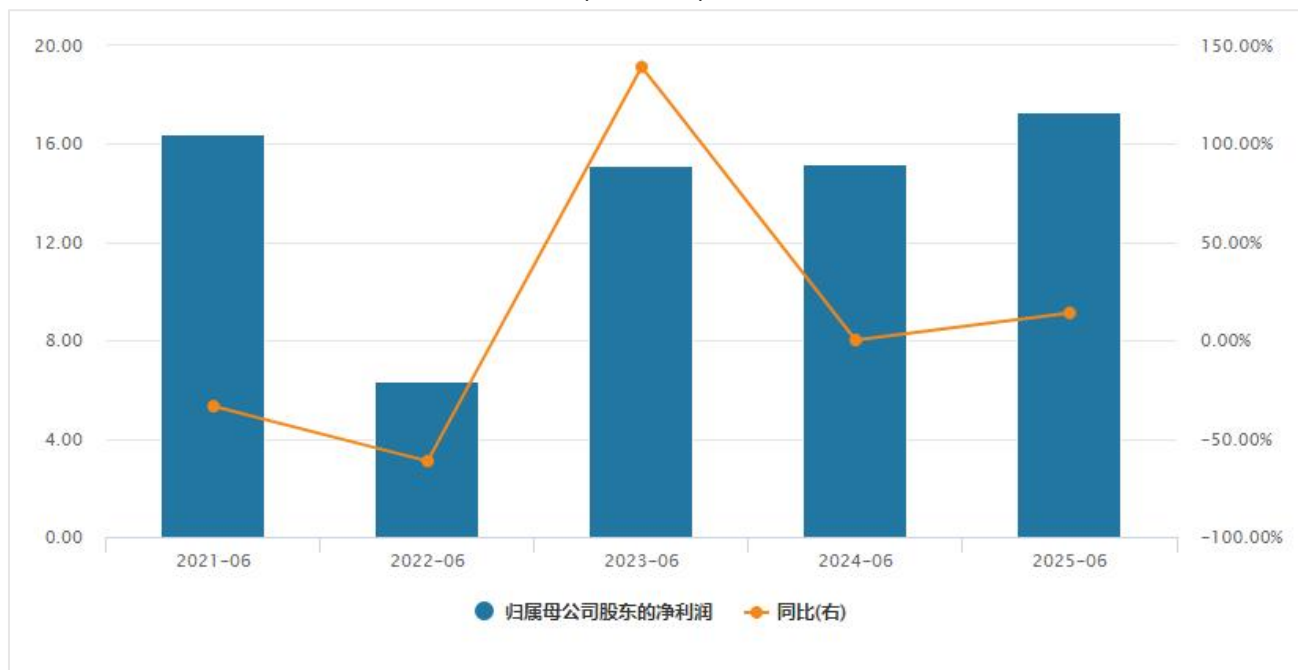
資料來源：公司官網

目前比亞迪電子(0285.HK)正依託“汽車電子 + AI 硬體”打開第二增長曲線。汽車電子領域隨智駕“平權”戰略下沉，主動懸架等高端部件切入 10 萬元以下車型市場，同時拓展外部車企合作鎖定長期訂單。新型智能業務中，與英偉達聯合開發 AI 伺服器及液冷方案，基於其平臺打造 AMR 機器人，戶用儲能、工業 3D



列印等業務同步放量。全球化佈局加速推進，泰國、匈牙利生產基地支撐海外交付效率，自建滾裝船隊保障供應鏈穩定。財務數據顯示，2025 年上半年其淨利潤達 17 億元，同比增長 14%，多元賽道協同下有望實現“製造向智造、單一向多元”的深度轉型。

圖五：比亞迪電子(0285.HK)公司淨利潤增長情況



資料來源：Wind

歌爾股份(002241.SZ)

歌爾股份(002241.SZ)是全球消費電子與智能硬體領域的核心製造商，2024 年營收突破 1009.54 億元，總市值穩居蘋果概念板塊前列。公司以聲學技術為起點，逐步構建起“智能硬體、智能聲學整機、精密零組件”三大核心業務板塊，覆蓋 VR/AR、TWS 耳機、智能手錶、智能手機結構件等多元品類，服務蘋果、Meta、華為等全球頭部品牌。其中智能硬體業務已成為營收支柱，2025 年上半年占比達 54%，主要聚焦 VR/AR 頭顯、智能可穿戴設備等賽道，形成“零件+整機+方案”的全鏈條服務能力。

技術創新與垂直整合能力是歌爾股份(002241.SZ)的核心護城河。2024 年研發投入達 45.69 億元，累計申請專利超 3.4 萬項，其中發明專利占比近 60%，在聲學器件、MEMS 傳感、AR 光學等領域形成技術優勢。在聲學領域，其 MEMS 矽麥、微型揚聲器等器件廣泛應用於蘋果 AirPods 系列，AirPods 代工市占率約 30%，同時為 Meta Ray-Ban 智能眼鏡提供聲學解決方案。通過 104 億港元收購米亞精密與昌宏實業，公司切入蘋果 Watch 金屬中框、MacBook 結構件等精密金屬領域，與原有非金屬結構件業務形成互補，進一步深化對核心客戶的供應鏈綁定。在 XR 賽道，作為蘋果 Vision Pro 核心供應商，其 Pancake 模組技術實現體積縮減 50%，同時獨佔北美消費級 AI 眼鏡 60% 的市場份額。



歌爾股份(002241.SZ)正以“AI 硬體+XR 升級”驅動第二增長曲線。面對 VR 市場短期波動，公司聚焦蘋果等客戶的長期創新週期——蘋果計畫推出三款 Vision 系列產品及四款 AR 智能眼鏡，歌爾憑藉光學模組與整機組裝能力有望持續受益，2025 年蘋果 Vision Pro 銷量目標已上調至 200 萬臺。同時，公司與 OpenAI 展開合作，供應 MEMS 矽麥等組件，切入 AI 伴侶設備供應鏈，適配智能眼鏡、錄音筆等新興品類。財務數據顯示，2025 年上半年歸母淨利潤同比增長 15.65%，其中精密零組件業務以 24% 的毛利率成為盈利核心，增速達 21%，展現出業務結構優化的成效。

圖六：歌爾股份(002241.SZ)公司淨利潤增長情況



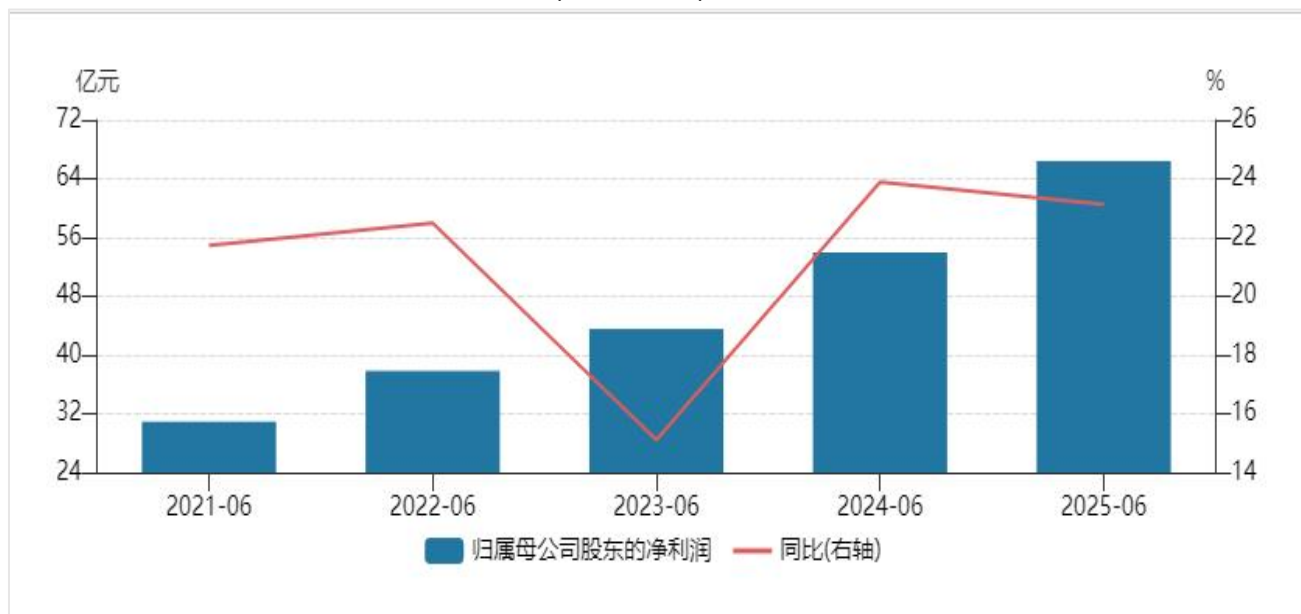
資料來源：Wind

立訊精密(002475.SZ)

立訊精密(002475.SZ)成立於 2004 年，2010 年在深交所上市，現已成長為全球消費電子精密製造領域的標杆企業，2025 年總市值突破 5000 億元，穩居蘋果概念板塊前列。公司以連接器業務為起點，通過垂直整合與技術延伸，構建起“消費電子+汽車電子+AI 硬體”三大核心板塊，覆蓋智能手機、可穿戴設備、VR/AR、智能汽車、AI 伺服器等多元賽道，深度服務蘋果、Meta、英偉達等全球頭部品牌。其中蘋果相關業務占營收超 70%，從 AirPods 整機組裝到 iPhone 整機製造，逐步成為蘋果供應鏈的“核心支柱”，同時依託精密製造能力切入汽車電子領域，與寶馬、特斯拉等車企建立合作，形成“多領域協同、全鏈條服務”的發展格局。在業績上，立訊精密(002475.SZ)上半年實現營業收入 1245.03 億元，同比增長 20.18%；歸母淨利潤 66.44 億元，同比增長 23.13%。這一增速高於消費電子行業平均水準，且淨利潤增速略快於營收，反映出盈利能力的提升。



圖七：立訊精密(002475.SZ)公司淨利潤增長情況



資料來源：Wind

在技術實力上，立訊精密(002475.SZ)2024 年研發投入達 86 億元，累計申請專利達 7164 萬項，在精密組裝、微型化工藝、自動化生產等領域形成技術優勢。在消費電子領域，其獨家掌握 0.4mm 超薄封裝技術，適配蘋果 Air 版 eSIM 模組需求，同時拿下 iPhone 17 約 45% 的整機組裝份額，成為該系列最大代工廠；在 VR/AR 賽道，作為蘋果 Vision Pro 的核心代工夥伴，無錫工廠採用全自動化產線，整機組裝良率達 98.7%，與華燦光電合作的 MicroLED 模組供樣週期僅 7 天，效率遠超行業平均水準。通過 2025 年上半年收購聞泰科技消費電子系統集成業務，公司進一步補強整機設計能力，從“組件供應商”升級為“整機解決方案提供商”，為承接高端訂單奠定基礎。

立訊精密(002475.SZ)正以“AI 硬體+汽車電子”突破單一客戶依賴，打開長期增長空間。在 AI 硬體領域，無錫工廠已啟動 AI 眼鏡產能擴張，目標年產能達 50 萬臺，同時切入 AI 伺服器代工賽道，為英偉達提供精密結構件與組裝服務，形成“消費電子+ AI 算力”雙輪驅動。汽車電子業務增速迅猛，通過收購德國萊尼線束業務，將高壓線束成本降低 15%-20%，產品已配套特斯拉 Cybertruck 與比亞迪海豹車型，2025 年營收占比預計突破 20%。全球化佈局同步深化，在 29 個國家和地區佈局 105 個生產基地，越南、墨西哥基地可規避地緣政治風險，配合赴港上市規劃，進一步強化全球交付能力與國際品牌影響力。

免責聲明：本報內容所提供資料所述或與其相關的任何投資或潛在交易，均受限於閣下司法轄區適用的法律及監管規定，而閣下須單獨遵守該等法律及監管規定負責。本報內容僅供參考，不構成任何投資建議。本公司對所提供的財經資訊已力求準確，但對其中全部或部分內容的準確性、完整性或有效性，不承擔任何責任或提供任何形式保證。如有錯失遺漏，本公司恕不負責。另請注意證券與虛擬資產價格可升可跌，尤其虛擬資產的風險極高，投資者應對有關產品保持審慎及自行承擔投資風險。

