

2026年家电数码产品以旧换新补贴启动 上市公司紧抓机遇忙升级

本报记者 贾丽

2026年家电、数码产品以旧换新活动已经正式启动。近日,张家口、承德、沧州等多地公布了2026年首批家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴活动承办单位。

对于2026年的补贴政策,《证券日报》记者近日采访了多家家电企业,并透露2026年的相关计划。

补贴更为精准

往前回溯,去年12月30日,国家发展改革委、财政部发布《关于2026年实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》(以下简称《通知》),明确“两新”政策的支持范围、补贴标准和工作要求。此后在12月31日,商务部等5部门印发《关于做好2026年家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴工作的通知》,明确政策参与经营主体须“兼顾家电产品售新与收旧”。

《通知》在2025年国家补贴政策的基础上进行了多项优化。其中,消费品以旧换新方面,进一步集中资源,着力提升覆盖人群广、带动效应强的重点消费品“得补率”。

具体来看,2026年家电产品补贴聚焦冰箱、洗衣机、电视等6类产品,家用灶具、吸油烟机、微波炉、净水器、洗碗机、电饭煲不再被纳入“国补”。此外,2026年数码补贴对象相比2025年新增了一项智能眼镜。《通知》还支持智能家居产品(含适老化家居产品)购新补贴。

对此,广州粤成投资控股有限公司创始人洪仕斌对《证券日报》记者表示,2026年,家电以旧换新补贴政策的形式与门槛更加精准。比如绿色节能方面,对能效标准门槛进一步提升,补贴向超高效能、低碳产品倾斜;智能与集成化方面,智能家居、集成厨电、健康家电有望获得更高补贴系数。同时,针对农村市场的绿色家电补贴将保持。

在补贴金额方面,2026年的补贴价格比例从此前的20%降至15%,每件家电补贴最高额度从此前的2000元降至1500元。

钉科技创始人丁少将在接受《证券日报》记者采访时表示,补贴政策不仅注重刺激消费,更着眼于促进产业升级与绿色转型,推动形成从生产、销售到回收的良性循环体系。



补贴政策不仅注重刺激消费,更着眼于促进产业升级与绿色转型,推动形成从生产、销售到回收的良性循环体系

崔建岐/制图

《证券日报》记者采访时表示,补贴政策通过优化支持范围、补贴标准和实施机制等,进一步提升政策效能。2026年以旧换新补贴政策在激励消费的同时,也强化了全链条监管,确保资质合规、价格透明是企业稳健享受政策红利、规避风险的基础。总体来看,补贴政策不仅意在短期提振消费,更通过市场机制推动产业结构的优化与升级,例如,智能眼镜等品类有望借势迎来新的发展机遇。

企业纷纷回应

补贴政策不仅注重刺激消费,更着眼于促进产业升级与绿色转型,推动形成从生产、销售到回收的良性循环体系。多家家电上市公司也做足了准备,并对2026年的计划进行了相应调整。

四川长虹电器股份有限公司中国

绵阳市场总监冯瑞宁对《证券日报》记者表示,在以旧换新政策牵引下,长虹不断加大对绿色产品的投入和研发,以空调产品为例,目前长虹空调已转向将产品全部升级为一级能效,且积极实施家用空调全系列“十年包修”的售后政策。

冯瑞宁表示,这既符合国家绿色发展导向,也能让消费者享受到更节能、更智能的使用体验,真正把政策红利变成持续的消费信心。

海尔智家股份有限公司相关负责人称,目前,公司已在全国多地启动“海尔五重补贴”,形成“国家补+企业贴”的双重动力,从而激活消费新市场。

“从市场和政策方向来看,‘绿色智能’和‘健康功能’已经是趋势,这也是格力空调发力的核心。2026年,我们还会注重AI家电研发,加大旧环节的覆盖和健全。”珠海格力电器股份

有限公司空调事业部相关负责人对《证券日报》记者表示。

补贴政策有望持续提振2026年消费市场,并带动企业和产业升级。财信证券股份有限公司研报认为,2025年1月份至11月份,家电以旧换新超12844万台,家装厨卫“焕新”超1.2亿件,国补政策对商品消费提振作用充分显现,2026年国补延续,将在一定程度上支撑内需市场。

国投证券股份有限公司分析师认为,补贴政策有望推动家电行业向着高端化、智能化、绿色化升级。预计2026年国内家电消费将保持稳健表现。

在洪仕斌看来,2026年,以旧换新政策重心从“鼓励换新”转向“推动高能效产品普及”,直接倒逼制造企业将研发和生产资源向最顶尖的节能技术倾斜,加速技术创新,健全回收产业链,加速淘汰市场中相对低效的产品。

“从市场和政策方向来看,‘绿色智能’和‘健康功能’已经是趋势,这也是格力空调发力的核心。2026年,我们还会注重AI家电研发,加大旧环节的覆盖和健全。”珠海格力电器股份

智能眼镜首次纳入“国补” 产业迈向消费级规模化增长

本报记者 何文英

近日,国家发展改革委、财政部联合发布《关于2026年实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》(以下简称《通知》),智能眼镜首次被纳入数码和智能产品购新补贴范围,成为本次政策调整中唯一新增的核心消费电子品类。

财信证券首席行业分析师何晨在接受《证券日报》记者采访时表示:“AI眼镜产业有望迎来‘政策+技术+产品’的三重催化。在技术突破与生态完善的双轮驱动下,AR眼镜产业正突破B端场景限制,迈入消费级规模化增长阶段。”

《通知》指出,个人消费者购买手机、平板、智能手表手环、智能眼镜等4类产品(单件销售价格不超过6000元),按产品销售价格的15%给予补

贴,每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过500元。

1月5日,《证券日报》记者在淘宝、京东等主流电商平台看到,多个智能眼镜品牌已上线国补申领通道。以Rokid某款AI智能眼镜为例,国补后价格约为1784元,较首发价节省415元。

“智能眼镜作为唯一新增享受政策补贴的品类,凸显了国家推动人工智能终端普及的战略意图。”福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示,通过政策补贴直接降低消费门槛,将有效激活市场需求,推动智能眼镜从“小众尝鲜品”向“全民普及型终端”转变。

智能眼镜的普及离不开产业链各个环节的技术突破与协同创新。目前国内已形成“上游核心部件+中游整机组装+下游渠道”的完整产业生态,多家

上市公司在产业链已具备先发优势。

核心技术方面,浙江水晶光电科技股份有限公司投资者互动平台信息显示,该公司在AR眼镜领域已有十多年的技术布局,从显示元件(反射光波导、衍射光波导等)、投影元件(光机)中需要使用的光学元器件,到可用于AR眼镜2D摄像头的元器件、3D模组等,公司进行了全方位的布局,可以为客户提供一站式的光学解决方案。

整机组装方面,蓝思科技股份有限公司相关负责人对《证券日报》记者表示:“公司已完成智能眼镜从核心部件到整机组装全产业链布局,今年将为乐奇Rokid定制自动化设备,组建自动化生产线,以提升生产效率,推动产能爬坡。”

下游渠道方面,博士眼镜连锁股份有限公司主动把握智能穿戴设备行业变革机遇,致力于构建智能眼镜“最

后一公里”专业验配服务体系,推动传统视光服务与智能眼镜的深度融合。目前该公司已与业内头部智能眼镜厂商星纪魅族、雷鸟创新、XREAL、界环、李未可、小米 mijia等达成业务合作。

IDC报告显示,2026年,全球智能眼镜市场出货量预计将突破2368.7万台。其中,中国智能眼镜市场出货量将突破491.5万台,市场正式迈入规模化增长新阶段。2026年,中国智能眼镜厂商的出货量预计将占据全球市场的45%。

詹军豪认为,智能眼镜作为“解放双手+无感佩戴”的最优终端形态,正逐步替代手机的部分核心功能,成为“AI+AR+物联网”的关键载体。对于产业链上市公司而言,能否抓住政策窗口,在光学显示、AI交互、精密制造等核心领域持续突破,将决定其在未来智能终端革命中的市场地位。

上市公司加速抢滩人形机器人赛道

本报记者 陈红

近期,多家上市公司密集发布公告,通过股权并购、定增募资、战略合作、订单落地等方式切入人形机器人赛道,覆盖核心零部件、整机制造、应用场景全产业链,行业投资热度与产业化进程同步提速。

中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平对《证券日报》记者表示:“上市公司的密集布局,正在重构人形机器人产业的商业化节奏。资本与产业资源的快速注入,能有效解决核心部件研发周期长、场景验证成本高的行业痛点,为2026年规模化量产筑基。”

具体来看,2026年1月5日,金财互

联网”发布公告称,公司拟使用自有资金6343.08万元通过股权转让及增资方式取得无锡三立机器人技术有限公司51%股权,正式切入机器人核心零部件领域。金财互联方面表示,本次投资将依托公司在热处理装备领域的技术、管理和客户资源,解决标的公司产能不足问题,实现热处理技术向机器人零部件制造领域的延伸,契合产业链上下游整合延伸战略。

2025年12月30日,成都唐源电气股份有限公司官微发布消息称,公司与深圳新益昌科技股份有限公司正式签署具身智能人形机器人战略合作协议,双方在技术能力与应用场景上高度互补,合作将有效打通“感知—决策—执行”全链路,加速具身智能机器人在轨道交

通、智能制造、应急安防、健康医疗等关键领域的突破。根据协议,双方将共同开发轨道交通专用人形机器人、打造“具身智能+工厂 AI Agent”一体化解决方案、研发复杂环境应急机器人及医疗场景专用机器人,构建全场景应用新模式。

同日,天奇自动化工程股份有限公司披露定向增发预案,公司拟募集资金总额不超过9.77亿元,其中部分资金将用于“面向汽车行业应用的机器人具身智能系统研发中心”建设项目。

此外,宁波震裕科技股份有限公司、宁波华翔电子股份有限公司等多家上市公司均在积极布局人形机器人

行业,定型与交付规划落地,人形机器人行业已迈入规模化量产准备阶段。核心部件可靠性与适配性、整机制造效率、场景落地能力成为产业突破的关键变量。上市公司布局呈现结构化特征,零部件端聚焦高壁垒环节抢占国产替代先机,整机与应用端紧扣刚需场景以垂类解决方案突破商业化瓶颈,形成全链条协同发展态势。

上海与梅管理咨询合伙企业合伙人沈萌对《证券日报》记者表示:“当前人形机器人行业布局已从‘盲目跟风’,转向‘资源复用’的理性阶段。随着行业标准完善与量产规模扩大,具备技术壁垒、客户绑定优势与协同整合能力的企业有望抢占先机,行业将迈向规范化、高质量发展阶段。”

林先平表示:“随着头部企业产品

远洋集团:下好城市更新“先手棋”

本报记者 王丽新

与改造贷,形成了多元化资金组合。从实操层面来看,该项目由远洋资本管理的城市更新基金主导投资,解决“钱”的问题;远洋致信主导工程改造,解决“技”的问题;远洋不动产主导租赁运营,解决“管”的问题。这种“基金+改造+运营”的内生闭环,化解了传统城市更新的资金痛点和协同问题。

“这类项目高度依赖集团层面的统筹与协同,需要管理层‘躬身入局’,用好工具箱里不同的工具。”远洋集团管理层表示,“如果你手里只有一把锤子,你看满世界都是钉子。但远洋(集团)做城市更新,内部没有固定合作模式,针对不同的项目疑难杂症,我们有不同的解法。”

在业内看来,远洋安贞广场的实践,既为远洋集团在京沪两地做大城市更新新商业模式“打样”,也为市场提供了新的想象空间。眼下,随着公募REITs等制度的推进,具备清晰产权结构、稳定现金流和规范运营能力的城市更新项目,正被视为潜在的优质底层资产类型之一。远洋集团若能尽快跑通该模式,将为其在房地产下半场增厚估值布下“先手棋”,乃至擘画新业绩增长曲线。

确立“双线并行”战略

2025年至今,从中央到地方,“高质量开展城市更新”已成政策高频词。切入城市更新赛道,无疑是房企寻找未来业绩增长点的关键路径。

数据显示,“十五五”期间,一线城市30年以上楼龄的商办物业将突破2亿平方米,存量激活已成为重要课题。

从安贞项目的实践来看,远洋给出的答案不在于“改什么”,而在于“怎么做”,更在于“如何运营”。城市更新是一个多维度、跨领域的长链条系统工程,如何解决资金来源?怎样盘活存量资源?建立什么样的可持续运营模式?答好这三道题,将推动房企在城市更新赛道走深走实。

从《证券日报》记者走进远洋安贞广场现场调研的情况来看,安贞华联商厦的变形记,从产业定位、空间改造到运营模式,为城市更新实践交出了一份独具特色的“安贞答卷”。

面对上世纪90年代老百货商场“封闭、采光差、动线乱”的通病,远洋集团在安贞项目中选择了难度更高、投入成本更大的路径——在满足结构安全的前提下,对建筑核心区域进行“动刀式”改造。比如,拔除原建筑核心区域的8根关键结构柱,在2层~4层中庭增设两座连桥,重构采光网络。

这一选择并不轻松,其背后的逻辑是为该项目长期运营、提升回报率先铺路。在项目改造期间,远洋集团就结合周边医疗、大健康等产业,锁定满足企业总部型办公需求,在运营端率先实现确定性,为提升资产价值提供了现实支撑。用远洋集团副总裁兼商业公司、不动产公司董事长马天一的话来说,在当前的行业周期下,城市更新不能只用短期的经济回报去衡量。在算“经济账”与做“好产品”之间,远洋集团选择了投入高成本改造,以此确保存量资产的长期价值。

更为重要的是,在远洋安贞广场项目运作模式上,远洋集团走出了不一样的路径。据远洋集团管理层透露,该项目并未依赖自有资金投入,而是依托市场化募集的股权基金作为主要股东,结合项目层面的并购贷

在盘活城市不动产领域,则重点深耕北京、上海等核心城市,覆盖片区综合开发、商业运营提升等多个领域,构建起涵盖“片区更新、存量盘活”的系统化解决方案体系。

“我们看好这一业务方向。”远洋集团管理层表示,随着相关政策和法律法规逐步完善,城市更新有望走向更规范、更可持续的发展路径。

国家级零碳园区建设提速 分布式光伏迎发展新机遇

本报记者 殷高峰

备受市场关注的国家级零碳园区第一批建设名单出炉。近日,国家发展改革委办公厅、工业和信息化部办公厅、国家能源局综合司印发《国家级零碳园区建设名单(第一批)》,52个园区从众多申报园区中脱颖而出。

“建设零碳园区既是产业结构和生产生活方式绿色低碳转型升级的必由之路,也将对进一步加大分布式新能源开发利用、加快构建新型电力系统与新型能源体系产生重要推动作用。”万联证券投资顾问周放在接受《证券日报》记者采访时表示。

从顶层设计到实践落地,零碳园区建设不断提速。

“零碳园区建设可以说是新型能源体系建设的一个重要试验场。”周放表示,这为分布式光伏提供了新的市场空间,“全国有超1.5万个产业园

区,其碳排放量占全国总量超30%,但目前零碳园区渗透率不足1%,这为分布式光伏提供了海量且明确的应用场景。”

“零碳园区建设带来的根本性机遇,在于系统性解决分布式光伏高质量发展的核心痛点,即如何从‘被动安装’转向‘主动运营’、从‘单一节电’转向‘多元价值创造’。”上海有色网光伏高级分析师王陕煜在接受《证券日报》记者采访时表示,这为分布式光伏的高质量发展提供了一个“从点到网”的系统性范本。

在王陕煜看来,光伏企业构建竞争优势的路径已然清晰:必须从“组件制造商”或“电站承包商”,转型为“基于场景的智慧能源资产运营商”。未来的领军者,是那些能深刻理解各场景能源需求痛点,并通过技术和商业模式创新,将分布式光伏打造为稳定、灵活、高价值的“数字化能源基座”的企业。