



耐用消费产业行业研究

买入（维持评级）

行业周报
证券研究报告

国金证券研究所

分析师：赵中平（执业 S1130524050003）
zhaozhongping@gjzq.com.cn

分析师：唐执敬（执业 S1130525020002）
tangzhijing@gjzq.com.cn

联系人：谢俪丹
xielidan@gjzq.com.cn

家居宠物新品频发定义行业标准，中烟换帅期待新变革

投资逻辑

潮玩：3月19日，泡泡玛特与索尼影业共同宣布 LABUBU 电影的最新章节，商业生态进一步丰富。布鲁可全球合作伙伴大会将于3月25日召开，预热多款产品。其中，变形金刚群星版第10弹、变形金刚星辰版第7弹、英雄无限星光版第10弹将于春季发售；繁星集结星辰版第1弹定于2026年夏季发售，若其作为新增自有IP推出顺利，中期有助于扩充自有矩阵、提升盈利弹性并对冲授权续期波动风险。

新型烟草：3月20日中央组织部有关负责同志出席国家烟草专卖局领导干部会议，宣布姚来英同志任国家烟草专卖局党组书记。Glas 称获得FDA授权的G2电子烟设备配备年龄验证技术，是首个带有年龄验证技术的ENDS产品的MGO。

家居：内销方面，截至3月13日，30大中城市商品房成交面积当周同比-1.23%，14城二手房成交面积当周同比-22.83%。外销端，2月中国家具出口金额同比+67.83%；2月越南家具出口金额同比+10.5%。

造纸包装：本周（3.14-3.20）针叶浆和阔叶浆价格环比分别-81/-27元/吨，瓦楞纸和箱板纸价格环比分别+33/+21元/吨，白卡纸和双胶纸价格环比分别+0/+0元/吨，生活用纸和废旧黄板纸价格环比分别+0/-9元/吨。25年12月饮料/烟酒/粮油食品/日用品/家电社零分别+1.7%/-2.9%/+3.9%/+3.7%/-18.7%，下游包装需求稳步恢复。

个护+AI眼镜：1) 个护：恒安国际2025年纸巾业务收入恢复增长，同比上升5.6%至141.7亿元，占集团整体收入61.4%，其中湿巾增长最为显著。卫生用品业务收入跌幅5.3%至65.7亿元，占整体收入28.5%。2) AI眼镜：根据市场研究机构Omdia，2025年全球AI眼镜出货量达到870万副，比2024年增长了232%；根据依视路陆逊梯卡财务数据，全年AI眼镜销量突破700万副，同比增长250%，但智能眼镜目前仍属高投入低毛利品类。

小米集团：3月19日，新一代小米SU7正式发布上市，标准版/Pro版/Max版售价分别为21.99/24.99/30.39万元，发布34分钟锁单突破1.5万台。小米集团密集发布MiMo-V2三大系列大模型，以超1T参数基座、全模态交互能力、情感化语音补位构筑Agent时代技术壁垒；同时通过智驾XLA模型打通辅助驾驶与具身智能，深度绑定“人车家全生态”硬件入口，叠加持续高强度AI研发投入，形成从虚拟交互到物理执行的完整闭环，筑牢AI+硬件赛道壁垒，龙头估值逻辑显著强化。

宠物食品：1-2月海关进出口数据出炉。宠物食品方面，1月/2月出口量同比+24%/+61%，环比+5%/-15%，1-2月累计同比+39%；出口额同比-5%/+50%，环比+3%/-9%，1-2月累计同比+15%。宠物尿垫方面，1月/2月出口量同比-12%/+11%，1-2月累计同比-18%；出口额同比-13%/+11%，1-2月累计同比-9%。

AI+3D打印：拓竹与泡泡玛特版权和解推动行业从侵权乱象转向官方授权、厂商协同的合规发展模式，IP授权壁垒加速资源向头部集中。2026TCT亚洲展全面展现全产业链技术迭代成果，创想三维全链路3D打印生态矩阵，通过AI建模工具、五秒快拆维护、专业级3D扫描仪、耗材回收系统等软硬件协同创新。金石三维打破工业级领域发展边界，首次携自主孵化的3D打印潮玩原创品牌“星印趣”亮相，推出共4款3D打印解压按键产品。

两轮车：3月17日，小牛电动发布行业头部搭载Qwen3.5大模型的AI智能车机系统“小牛灵犀AIOS”，全系标配L2智驾同源技术，2026年整车销量目标170-190万台（同比+40%-60%）。

各板块景气度判断：家居（底部企稳）、新型烟草（稳健向上）、造纸（底部企稳）、包装（稳健向上）、潮玩（拐点向上）、轻工个护（略有承压）、AI眼镜（稳健向上）、宠物食品（略有承压）、宠物医疗（拐点向上）、AI+3D打印（拐点向上），二轮车（略有承压）。

风险提示

地产竣工恢复速度低于预期；原材料价格大幅上涨；新品推广不及预期；汇率大幅波动；中美贸易摩擦升级超预期；外需消费不及预期；存储涨价对手机等产品带来成本端压力。



内容目录

一、细分赛道景气跟踪.....	3
1.1. 潮玩.....	3
1.2. 新型烟草.....	3
1.3. 家居板块.....	3
1.4. 造纸包装.....	4
1.5. 个护+AI 眼镜.....	4
1.6. 小米集团.....	4
1.7. 宠物食品&用品.....	5
1.8. 银发经济.....	6
1.9. AI+3D 打印.....	6
1.10. 两轮车.....	7
二、 行业重点数据及热点跟踪.....	7
2.1 新型烟草行业出口数据跟踪和一周热点回顾.....	7
2.2 轻工消费&潮玩板块线上销售数据.....	9
2.3 家居板块行业高频数据跟踪.....	10
2.4 造纸板块高频数据.....	16
2.5 轻工出口链高频数据跟踪.....	20
三、 投资建议.....	24
四、 风险提示.....	24



一、细分赛道景气跟踪

1.1. 潮玩

3月19日，泡泡玛特与索尼影业共同宣布了LABUBU电影的最新进展。电影计划采用真人实景与CGI相结合的形式，由曾执导《帕丁顿熊》系列及票房大作《旺卡》的保罗·金出任导演及制片人，THE MONSTERS艺术家龙家升将深度参与电影创作。此外，保罗·金还将与曾创作荣获美国编剧工会奖剧集《佛西与沃登》的史蒂文·莱文森携手，担任该电影的编剧。此次大电影有望进一步丰富泡泡玛特的商业模式，融入人们生活的点滴，加深粉丝与IP的情感联结。

布鲁可全球合作伙伴大会将于3月25日召开，预热多款产品。其中，变形金刚群星版第10弹、变形金刚星辰版第7弹、英雄无限星光版第10弹将于春季发售；繁星集结星辰版第1弹定于2026年夏季发售，其为布鲁可全新自主IP，25年主要以样品或非卖品的形式，通过线下活动等方式与部分用户见面。3月26日，奥特曼群星版S第二弹也将上市。根据2025年年报，变形金刚已超过奥特曼成为布鲁可第一大IP（收入9.51亿元，占比32.6%），自主IP英雄无限为第四大IP（收入2.64亿元，占比9.1%），若繁星集结作为新增自有IP推出顺利，中期有助于扩充自有矩阵、提升盈利弹性并对冲授权续期波动风险。

■ 潮玩-动态

1) 当地时间3月12日，Funko发布2025年财报，财报显示，Funko 2025年Q4净销售额2.731亿美元，虽略低于去年同期的2.937亿美元，但优于市场预期。毛利润降至1.116亿美元，上年同期为1.244亿美元；毛利率也从42.4%降至40.9%。销售及管理费用支出同比下降，净亏损有所改善。这一表现主要得益于“KPop Demon Hunters”“怪奇物语”等热门娱乐IP相关产品热销，以及“Bitty Pop!”系列和“Pop! Yourself”在欧洲的顺利推出。2025年全年，Funko净销售额9.082亿美元，净亏损6740万美元，核心收藏品类、Loungefly业务销售额分别下滑10%、9.8%，含Mondo部门在内的其他业务因缩减玩具、游戏、NFT等产品供应，销售额下降59.4%。

2) 3月10日，据港交所披露，杭州铜师傅文创（集团）股份有限公司通过港交所主板上市聆讯，据招股书信息，铜师傅聚焦传统工艺与现代设计融合，产品已从铜质文创产品拓展至塑料人偶及玩具、银质文创产品、黄金文创产品四大类。同时，铜师傅构建了自研IP和授权IP组成的多元IP矩阵。财务数据显示，2022年至2024年，铜师傅营收分别为5.03亿元、5.06亿元、5.71亿元，2025年前九个月营收4.48亿元、利润4155.3万元。

1.2. 新型烟草

1) 2026年3月20日上午，中央组织部有关负责同志出席国家烟草专卖局领导干部会议，宣布中央决定：姚来英同志任国家烟草专卖局党组书记，免去张建民同志的国家烟草专卖局党组书记职务。烟草局换届落地在即，国内新型烟草政策有望迎来利好。2) 调查显示美国成年吸烟率降至9.9%历史新低，尼古丁消费结构转向电子烟等替代产品。3) 中国烟草专利提出了一种“无烟具”加热不燃烧方案：将过滤段、烟草基质、发热体、控制器和电源集成到单支卷烟状产品中。其看点不仅在于摆脱外部设备依赖，更在于同时强调两项少见目标：恢复类似传统卷烟的社交分享场景，以及通过可回收器件组实现使用后的回收再利用。4) 菲莫国际宣布将在佛罗里达州坦帕投资约5000万美元建设新的业务解决方案中心。5) Glas称获得FDA授权的G2电子烟设备配备年龄验证技术，意味着FDA此次授予的是首个已被确认带有年龄验证技术的ENDS产品的MGO。

1.3. 家居板块

内销方面，节后地产市场逐步回归正常交易节奏，新房、二手房成交呈现边际改善态势。截至3月13日，30大中城市商品房成交面积当周同比-1.23%，14城二手房成交面积当周同比-22.83%，同比跌幅较前期明显收窄，市场回暖信号逐步显现。短期同比仍处负区间主要受春节假期错位、去年同期复工高基数影响；剔除季节性扰动后，二手房在价格调整与政策托底共同作用下活跃度持续修复，新房市场亦随需求逐步释放，成交修复节奏稳步向好。

2月中国家具出口金额同比+67.83%，增长势头强劲；2月越南家具出口金额同比+10.50%，增速环比有所放缓。受中东地缘局势影响，部分区域的运输周期显著延长、物流成本提升。3月13日上海出口集装箱综合运价指数（SCFI）报1706.95点，较上期下降3.40%。

展望后续，内销短期仍在需求偏弱的磨底阶段，但在相关消费政策的刺激下，家居需求有望稳步修复，无需过度悲观，建议优选红利属性明显，具备品类整合能力、渠道精细化运营与零售变革先发优势的龙头。外销端，考虑到美国失业率逐渐修复，家具库销比维持较优，且中国家具出口已开始多区域、渠道扩张，我们认为外需已进入温和修复通道。建议优选海外产能布局成熟且交付稳定性强的企业。

顾家家居以全链路宣发动作聚焦智能新品布局，持续强化智能家居赛道竞争力。

● 3月19日，公司“进化之力智享新生”春季发布会正式推出四大智能旗舰单品，覆盖客厅、卧室核心居家场景。其中赫兹S9智能沙发从用户真实需求出发打磨的爆款续作，上一代产品上市4个月即热销超2万套，珠玉在前；本次新品全面升级，持续夯实主业增长基本盘。此外月影M8智能床垫相较行业竞品性价比比较优，以刚需功能与高性价比打开全新成长空间。本次发布不仅是单次产品迭代，更是公司单品智能化战略的关键战术落地。公司对标家电行业海尔卡萨帝高端化路径，跳出行业“参数内卷”，以用户需求为核心打造全场景高端智能软体产品线，拉升品牌溢价与产品壁垒。单品智能化+爆款化将驱动销量规模快速提升，进而优化研发效率、摊薄制造成本；同时口碑流量放大有望降低销售费用率，显著提升单品盈利空间。高毛销差有望从单品延伸至全系列，最



终体现在报表端并传导至 ROE 与公司估值。长远看，公司将引领行业从低维价格战，转向智能化、大单品、高端化的价值竞争，打开结构性成长空间。

- 3月20日在“放心整家就选顾家——顾家整家定制5大放心发布会”上，顾家整家定制正式正式发布「5大放心」体系，以品牌、设计、品质、服务、价格五大维度为核心，构建了一套覆盖用户全周期、产业链全链路的系统化价值解决方案。顾家整家定制在为消费者破解家居家装决策焦虑的同时，更为整个行业填补信任体系的空白，在波动中划出了一条确定的发展路径。

喜临门3月20日举办首场智能睡眠发布会，暨智慧睡眠品牌“呼呼”首次品牌与产品发布会。新品矩阵推动智能睡眠普惠化渗透，功能聚焦适配大众消费需求。Ozizz呼呼H300升级软硬件设备，功能覆盖实时心率监测、自适应承托及律动按摩等多重体验，打造定位万元内最夯智能床垫。H100简化睡眠检测模块，维持核心体验同时进一步下探智能床垫价格边界，官方9999元、首发7999元。当前智能床垫行业处于从0到1的关键培育期，公司在原有高端宝祿系列基础上，推出呼呼普惠系列，以功能聚焦、价格亲民的产品撬动大众市场，加速行业教育。公司作为市场渗透主要参与者与行业龙头，卡位智能睡眠蓝海赛道，巩固品牌竞争力，打开中长期业务增长空间。

慕思携手华为鸿蒙实现智能睡眠技术与生态双重突破，新品落地加速行业智能化升级。双方合作的“鸿蒙智选慕思智能床Pro H-DESIGN”在2026AWE展会重磅亮相，产品核心优势凸显技术硬实力：搭载具备二类医疗器械认证的专业传感器，实现感知能力的“医疗级”跃升，可以毫秒级精度精准捕捉用户心率、呼吸率等生命体征细微变化；作为首款依托“星闪技术”数字底座的智能床垫，彻底解决了智能家居“配网难、响应慢、易掉线”的行业痛点，凭借超低时延与超强抗干扰能力，确保床与灯光、窗帘等全屋智能设备联动顺畅。更通过与鸿蒙的底层代码级共研，构建起难以逾越的技术护城河，该产品已斩获AWE艾普兰创新奖，彰显行业认可。新品于3月20日在北京水立方举办的2026慕思智能新品发布会上正式推向大众市场，进一步降低智能睡眠产品的消费门槛，持续推进智能床在大众市场的渗透，为行业树立“技术创新+生态融合”的发展范本。

1.4. 造纸包装

1) 造纸：本周(3.14-3.20)针叶浆和阔叶浆价格环比分别-81/-27元/吨，瓦楞纸和箱板纸价格环比分别+33/+21元/吨，白卡纸和双胶纸价格环比分别+0/+0元/吨，生活用纸和废旧黄板纸价格环比分别+0/-9元/吨。2月，白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸/双胶纸/双铜纸单月产量同比+23.8%/-47.5%/-26.8%/-23.3%/+0.3%/+5.9%，白纸板/箱板纸/瓦楞纸/双胶纸/双铜纸单月表观消费量同比-27.5%/-25.3%/-25.4%/-10.9%/-10.9%/-13.3%。2月，中国纸浆港口库存环比-26.7万吨至190.6万吨。

2) 包装：12月饮料、烟酒、粮油食品、服装鞋帽针纺社零分别+1.7%/-2.9%/+3.9%/+0.6%，化妆品、日用品、家用电器、药品社零分别+8.8%/+3.7%/-18.7%/+1.2%。截止2026/3/10，国内铝锭价格为2.45万元/吨，同比上涨18.2%，环比2月底上涨4.4%。若铝价仍保持高位区间，将触发包装企业的调价机制，以向下游转移部分原料价格上涨压力。

1.5. 个护+AI眼镜

1) 个护：3月17日，恒安国际发布2025年度业绩公告。截至2025年12月31日，恒安集团营收230.7亿元，增长约1.8%；整体毛利上升约6.6%至78.1亿元，经营利润上升3.9%至34.8亿元，归母净利润上升约10.3%至25.4亿元。随着高端纸巾销售占比持续提升，以及新零售渠道销售双位数增长，2025年集团纸巾业务销售收入恢复增长，同比上升5.6%至141.7亿元，占集团整体收入61.4%。其中湿巾增长最为显著。近年来集团推出多元化的湿巾产品组合，为收入带来增长动力，湿巾销售显著上升30.0%至15.8亿元，占纸巾业务销售比例提升至11.1%。高端产品销售持续提升，原材料价格稳定，部分抵销集团卫生巾用品销售下跌及促销费用增加的影响，集团2025年卫生用品业务销售收入跌幅5.3%至65.7亿元，占整体收入28.5%。

■ 个护-动态：近日，全球胶粘剂龙头汉高中国向客户发函称：受国际市场价格波动影响，原料采购成本已远超可控范围。为确保产品品质及稳定供应，经审慎研究，我司将对贵司所用所有产品价格上调20%。涨价于2026年3月17日正式生效。

2) AI眼镜：根据市场研究机构Omdia，2025年全球AI眼镜出货量达到870万副，比2024年增长了232%，该品类已经走出市场培育期，正在进入快速增长阶段。从功能上看，带显示功能的智能眼镜市场份额正在稳步提升，从2024年的3.3%增长到2025年的8.4%，总量达到73万台，在这个细分品类中，中国企业市场份额达到71%。从另一角度，依视路陆逊梯卡财报销量验证强劲势头，产能规划积极扩张。根据依视路陆逊梯卡公布2025年第四季度和全年财务数据看，全年AI眼镜销量突破700万副，同比增长250%，但智能眼镜目前仍属高投入低毛利品类，Q4销量爆发反倒进一步拉低了整体利润率水平；智能眼镜产能扩张、全球渠道铺设（如1.5万个助听器销售网点）、医疗科技业务整合（Optegra、Signifeye）等动作导致成本在Q4大幅增加。

1.6. 小米集团

小米正式迈入AI兑现期，依托消费级硬件生态打造唯一的AI+人车家生态闭环。MiMo-V2系列的落地，与小米全球最大的消费级硬件生态深度融合，形成了难以复制的数据与场景壁垒。大模型能力已集成至手机、米家、办公等全场景，实现硬件与模型的双向赋能，构建起数据-模型-场景的正向循环，其AI+人车家的生态闭环具备行业唯一性，成为Agent时代的核心护城河。

- 模型基座技术实现关键突破，小米成功构筑Agent时代的核心技术竞争力。MiMo-V2-Pro总参数量超1T、激活参



数 42B，采用创新的混合注意力架构，并支持 1M 超长上下文长度。在这一强大的模型基座上，小米在更为广泛的 Agent 场景中持续 Scaling 算力，进一步拓展了智能的动作空间，实现从 Coding 到 Claw 的能力泛化。该模型在全球大模型综合榜单单位列第八，品牌排名跻身全球第五并超越 xAI Grok，API 定价仅为同类顶尖模型 1/5，技术性能与商业性价比形成双重行业优势。

- 全模态交互能力完成跨越式升级，小米打通智能体从理解到操控的技术闭环。MiMo-V2-Omni 构建起文本、视觉、语音融合的全模态基座，绑定感知与行动能力，可无缝接入各类 Agent 框架，大幅降低全模态智能体落地门槛。其早期测试版本在 OpenRouter 平台表现亮眼，多模态感知能力对标国际前沿，在真实场景交互评测中比肩 Gemini 3 Pro，为复杂场景应用筑牢技术基础。
- 语音合成技术精准补位，小米让全模态交互实现情感化与多元化升级。MiMo-V2-TTS 依托自研架构与上亿小时语音数据训练，实现多粒度语音风格精准控制，可完成句内语气转折与情感递变，还能智能转化文本格式为自然语音。模型同时支持多地方言、角色扮演与高质量歌声合成，为智能体注入有温度的表达能力，完善了全模态交互的技术体系。

小米智驾技术实现关键跃迁，XLA 认知大模型落地夯实辅助驾驶核心竞争力。雷军宣布小米 HAD 辅助驾驶全新升级 XLA 认知大模型，该能力将随新一代 SU7 全系交付即搭载，此次升级首次打通“辅助驾驶”和“具身机器人”两大任务，引入多模态输入并融入自研 MiMo-Embodied 具身基座模型，显著提升了系统对复杂场景的学习与理解能力；小米智驾团队仅用 2 年时间便完成 HAD 辅助驾驶 3 个大版本迭代，走完了同行 5 年甚至 10 年的研发历程，随着模型进化速度持续加快，小米辅助驾驶的体验升级将更直观地呈现在用户面前。

3 月 19 日晚，新一代小米 SU7 正式上市，标准版/Pro 版/Max 版售价分别为 21.99/24.99/30.39 万元。核心升级三个聚焦方向：其一，全系首发“蛟”龙造型”，前双叉臂+后五连杆独立悬架全系标配，Pro/Max 版另一标配闭路式双空气弹簧与 CDC 配置可变减振器；其二，全系标配激光雷达、700TOPS 算力辅助驾驶芯片（英达驱动）雷神），Max 版支持城市 NOA 无图模式；其三，电气架构升级，域控模块四合一，全系支持 Wi-Fi 7 与双 5G 双卡双通。三款重型 CLTC 远程分别为 720/902/835km，Max 版充电倍率 5.2C，10%至 80%最快 12 分钟。发布 34 分钟锁单突破 1.5 万台。

1.7. 宠物食品&用品

近日，头部国产宠物食品品牌均致力于推动产品标准与成熟市场接轨。3 月 14 日，乖宝宠物食品集团与美国动物医院协会 (AAHA) 正式签署战略合作协议，首次将《AAHA 营养与体重管理指南》引入中国临床场景。双方将围绕指南本地化落地、临床营养标准化体系建设及兽医专业能力提升展开深度合作，并推出 AAHA 营养指南认证培训课程。此次合作标志着中国宠物临床营养产品向国际标准接轨，有望以处方粮等高专业化、高技术门槛、高附加值产品带动新一轮产品结构升级。中宠股份旗下 WANPY 顽皮®高端主粮系列“小金盾”获国际权威检测机构 SGS 认证，成为业内首个同时达到中国、欧盟、美国、日本四大市场出口标准的宠物主粮品牌。检测显示，其鲜肉全价成猫粮粗蛋白实测达 45.17%，远超标准限值；沙门氏菌、黄曲霉毒素及重金属等高风险指标全部未检出。

3 月 5 日，吉家宠物投资超 10 亿元的自有高端宠物食品工厂苏宠工厂正式投产。吉家宠物旗下拥有疯狂小狗、蓝氏等知名宠粮品牌，早期商业模式为代工+品牌运营。苏宠工厂的设计产能将达到 25 万吨，其中，高端膨化主粮年产 20 万吨、冻干宠食年产 1000 吨、高端湿粮年产 5000 吨、核心风味剂年产 5 万吨。据创始人介绍，是否有具备规模优势的自有工厂会在产品端的生产环节拉开 10-20%的成本占比，并且激烈的市场竞争更加考验以工厂为载体的，企业生产能力、研发能力、检测能力、追溯能力等综合竞争力。

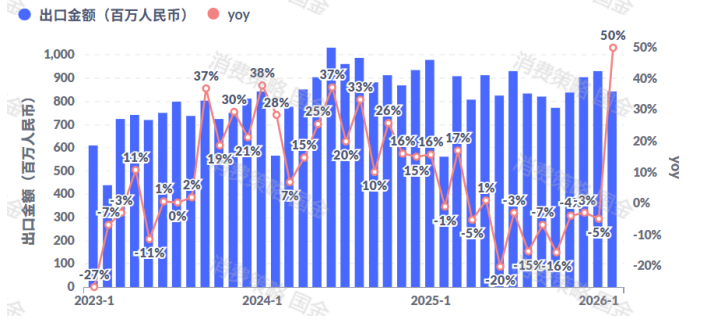
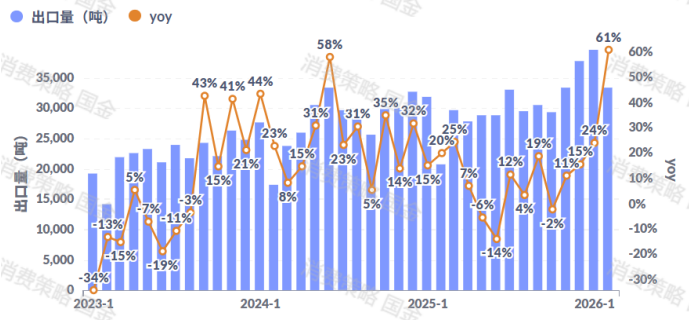
1-2 月海关进出口数据出炉。宠物食品出口方面，1 月/2 月出口量 3.96/3.35 万吨，同比+24%/+61%，环比+5%/-15%，1-2 月累计同比+39%；出口金额为 9.30/8.42 亿元，同比-5%/+50%，环比+3%/-9%，1-2 月累计同比+15%。25M10 以来逐月环比增长，主要由欧洲和其他地区拉动。分地区看，北美 2 月出口数量/金额同比-5%/-15%，1-2 月出口数量/金额同比-28%/-32%；欧洲 2 月出口数量/金额同比+93%/+83%，1-2 月出口数量/金额同比+31%/+24%；日韩 2 月出口数量/金额同比+36%/+24%，1-2 月出口数量/金额同比+8%/+5%。宠物食品进口方面，2 月中国进口宠物食品 4046 吨，同比-13%；分地区看，美国/新西兰/欧洲/加拿大进口量为 2628/196/707/112 吨，同比-19%/+776%/+74%/+207%。海关总署 2026 年第 10 号文和第 16 号文分别允许符合条件的新西兰和加拿大宠物食品输华，带动两国宠物食品进口量同比大幅提升。加拿大/新西兰/欧洲/美国进口均价分别为 47.97/95.89/25.1/39.73 元/kg，同比+150%/-16%/-25%/-1%。

宠物尿垫出口方面，1 月/2 月出口量 3.02/2.35 万吨，同比-12%/+11%，1-2 月累计同比-18%；出口金额为 3.96/3.06 亿元，同比-13%/+11%，1-2 月累计同比-9%。分地区来看：2 月对北美/欧洲/日韩/其他地区出口量占比 30.32%/9.01%/28.97%/31.70%，同比-10.54%/-0.33%/1.28%/9.59pcts。北美 1 月/2 月出口数量同比-35%/-17%；出口金额同比-43%/-23%。受关税扰动去年 1 月/3 月基数较高，其中 1 月出口金额/数量环比+15%/+14%，订单仍在持续修复。欧洲 1 月/2 月出口数量同比-40%/+7%；出口金额同比-34%/+4%；日韩 1 月/2 月出口数量同比+10%/+16%；出口金额同比+11%/+22%。



图表1: 宠物食品 1月/2月出口量同比+24%/+61%

图表2: 宠物食品出口额 1月/2月同比-5%/+50%

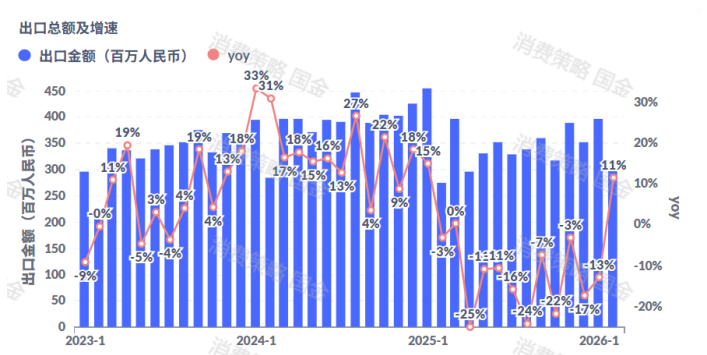
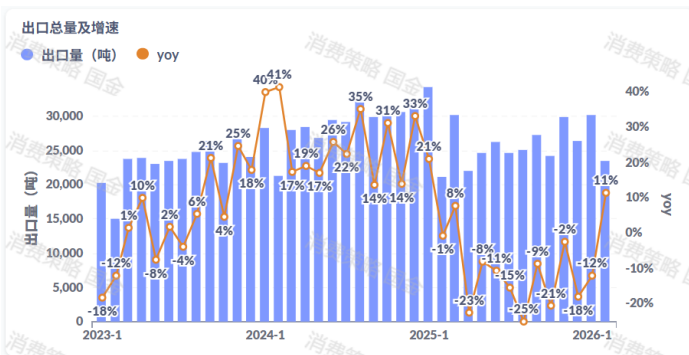


来源: 海关总署、国金证券数字 lab

来源: 海关总署、国金证券数字 lab

图表3: 宠物尿垫 1月/2月出口量同比-12%/+11%

图表4: 宠物尿垫 1月/2月出口额同比-13%/+11%



来源: 海关总署、国金证券数字 lab

来源: 海关总署、国金证券数字 lab

1.8. 银发经济

国家卫健委发布《老年人认知障碍预防干预技术标准》等7项推荐性卫生行业标准,自2026年9月1日起实施。《老年人认知障碍预防干预技术标准》明确,基层医疗卫生机构、医养结合机构应定期对老年人开展认知评估,推荐每12个月开展一次;提供医养结合健康管理服务机构的基本要求和医养结合健康管理服务的服务项目。

3月17日财政部发布《2025年中国财政政策执行情况报告》,养老保障体系持续完善,待遇水平稳步上调。2025年全国退休人员基本养老金按2%统一调增,城乡居民基础养老金全国月最低标准同步提高20元。中央财政加大基金补助力度,全年下达基本养老保险转移支付1.19万亿元,保障各地养老金按时足额发放;养老保险全国统筹调剂机制高效运行,年度调剂资金规模达2546亿元,有效平衡区域基金收支结构,缓解困难省份支付压力。同时,多层次养老保险体系加快构建,个人养老金配套支持政策落地见效,推动养老第三支柱扩容提质,更好满足居民多元化养老保障需求。

“一老一小”服务体系建设稳步推进。2025年中央财政下达34.8亿元专项资金,支持特殊困难老年人家庭适老化改造与养老机构设施设备升级。面向中度及以上失能老年人的养老服务消费补贴政策正式启动,首批11.6亿元试点补助资金下达浙江、成都等7个地区先行落地;并预拨109.3亿元补助资金,确保该补贴项目自2026年1月起在全国全面推开,切实降低失能老年群体养老服务成本。

1.9. AI+3D 打印

拓竹泡泡玛特达成版权和解,推动3D打印与IP文创行业向合规化转型。双方经友好磋商就MakerWorld平台泡泡玛特IP侵权问题达成和解,拓竹对此正式致歉,并将平台上LABUBU、Molly、Dimoo等相关侵权3D打印模型全面下架,妥善解决了此次著作权纠纷。3D打印凭借个性化创作的特性,是将IP精神价值从用户被动消费升级为主动创造的最佳工具,而此次和解也推动行业走出无授权滥用IP的鱼龙混杂状态,逐步转向IP官方授权、IP方与3D打印设备厂商深度合作的合法合规发展模式。同时IP授权的资金与合作门槛,决定了仅有具备实力的头部企业能布局相关业务,行业资源将进一步向头部集中,长期来看显著利好领域内头部主体的可持续发展。

2026年TCT亚洲展落地上海,成为亚太增材制造行业全产业链成果展示与技术交流的重要窗口。本次展会于3月17日至19日在国家会展中心举办,汇聚海内外超550家展商参与,展陈内容覆盖增材制造领域的设备、材料、软件及应用服务等全产业链环节,集中呈现行业最新技术研发与产品落地成果。展会同期布局超百场专业会议论坛与行业活动,搭建起企业间技术对接、资源整合的行业平台,助力挖掘增材制造技术在各应用场景的落地潜力,进一步推动行



业技术迭代与产业生态完善。

- 设备端：创想三维以“智能、易用”为核心方向，在 2026TCT 亚洲展展出覆盖“输入-处理-输出-回收”的全链路 3D 打印生态矩阵，通过 AI 建模工具、五秒快拆维护、专业级 3D 扫描仪、耗材回收系统等软硬件协同创新，搭配从桌面级到医疗专用的全品类机型，系统性降低行业使用门槛，推动 3D 打印技术从“能用”向“好用”、从“小众应用”向“日常普及”进阶。

闪铸科技则聚焦打印技术升级与应用场景拓展，推出的四喷头 FDM3D 打印机 Creator 5 支持多色、多材料自由组合，可实现软硬材料及 TPU 多色混合打印，助力复杂创意一次成型，精准匹配个人玩家、创客、设计师及小批量生产的多元创作需求，充分体现出设备端在技术迭代与场景适配层面的核心发展趋势。

- 耗材端：eSUN 易生携手联泰科技在 2026TCT 亚洲展发布“单组分+下沉式”柔弹性制造解决方案，以“材料+设备”深度协同为核心，推出 eSUN 易生 FlexOne 系列单组分弹性树脂与联泰科技高精度下沉式 DLP 3D 打印设备 Cute 380，从材料配方与设备光路底层进行适配优化，彻底解决弹性体打印双组分体系操作繁琐、上拉式 DLP 剥离力大等行业痛点，实现大幅面、高精度、少支撑、易后处理的综合优势，有效突破弹性体打印工艺瓶颈，为鞋材制造、人形机器人、运动防护等多元场景提供从原型到生产的完整落地路径，推动柔弹性 3D 打印从样件试制向规模化制造迈进。
- 服务端：金石三维打破工业级领域发展边界，首次携自主孵化的 3D 打印潮玩原创品牌“星印趣”亮相，推出“小星马好运集系列”“压压蛋系列”共 4 款 3D 打印解压按键产品，从工业级向消费级赛道拓展，精准挖掘并把握服务端利润增长空间。

尚品宅配作为家居行业首家将 3D 打印落地消费制造领域的企业，携“3D 打印+家居”全场景解决方案完成行业首秀，打造沉浸式体验展区并构建全链路商业闭环，充分展现 3D 打印技术融入家居生活的落地潜力，也为行业探索消费级智造应用打造了可复制的全新范本。

1.10. 两轮车

3 月 17 日，小牛电动发布全球电动车 AI 电动车 NXT2 与 NX2，全系标配 L2 智驾同源技术，可实现 ABS 弯道识别、疲劳提醒等安全辅助。对于 2026 年全年销量预期，小牛电动给出了“整车销量 170 万台至 190 万台、同比增长 40%至 60%”的年销目标。随着新国标强制通信模块要求加速尾部品牌出清，头部品牌借 AI 变革构建产品溢价，有望带动行业均价与毛利双升。近期 2 月行业数据出炉利空基本出尽，3 月上旬预计开启补库，终端动销有望逐步企稳。行业底部明显。

二、行业重点数据及热点跟踪

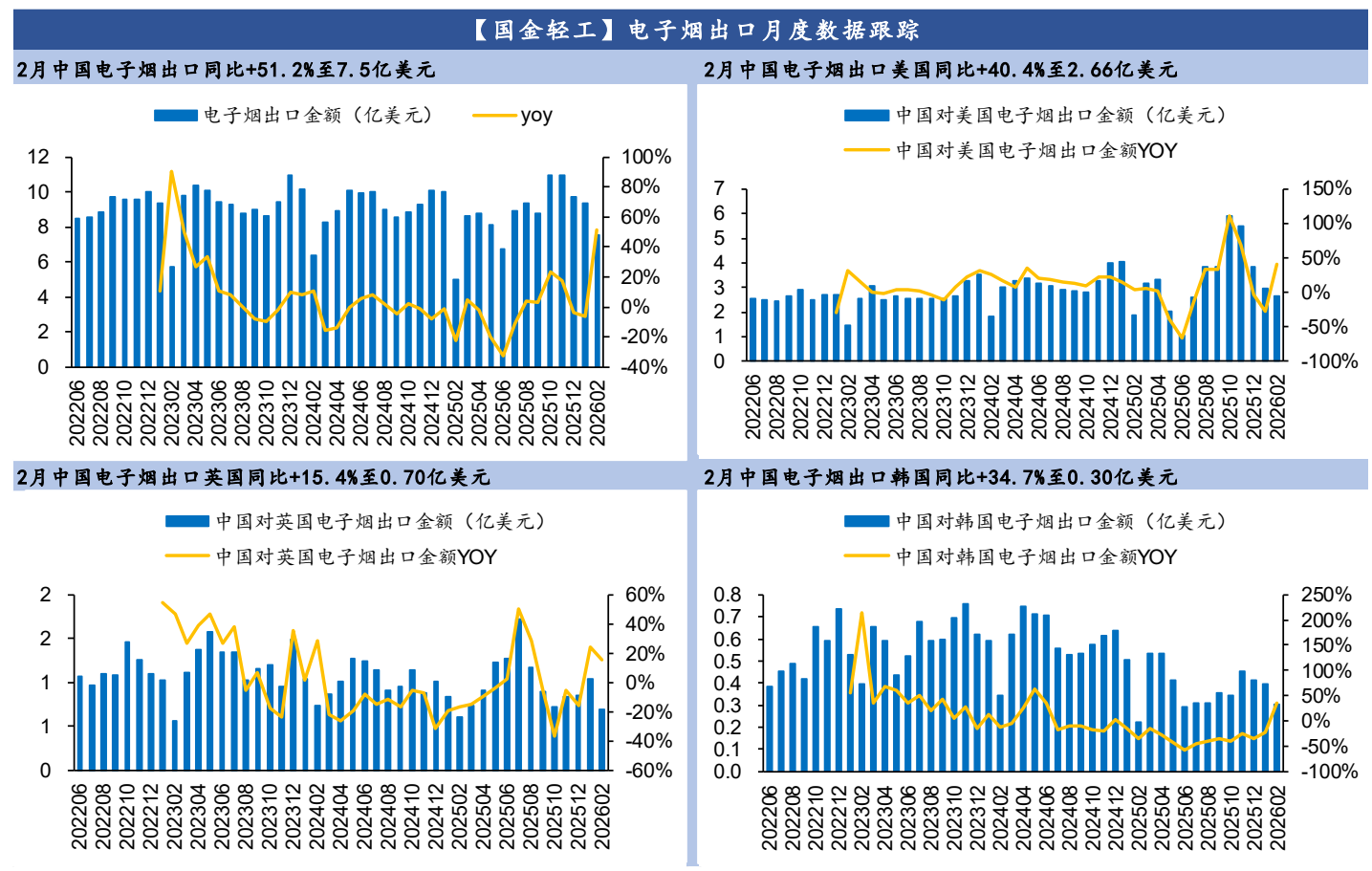
2.1 新型烟草行业出口数据跟踪和一周热点回顾

2.1.1 中国电子烟月度出口数据跟踪

2 月中国电子烟出口同比+51.2%至 7.5 亿美元。分地区来看，出口美国/英国/韩国/日本 2.66/0.70/0.30/0.28 亿美元，同比+40.4%/+15.4%/+34.7%/+137.1%。



图表5: 电子烟月度出口数据跟踪 (单位: 亿美元)



来源: wind, 国金证券研究所

2.1.2 全球新型烟草行业一周热点回顾

图表6: 全球电子烟行业一周热点回顾

时间	标题	内容
3.20	美国成年吸烟率降至9.9%历史新低, 尼古丁消费结构转向电子烟等替代产品	一项基于美国国家健康访谈调查 (NHIS) 数据的研究发现, 美国成年吸烟率从2023年的10.8%下降至2024年的9.9%。该研究发表于《NEJM Evidence》, 标志着美国控烟进程的重要里程碑。尽管卷烟使用率下降, 但整体烟草使用率仍然较高。约18.8%的成年人 (约4,770万人) 使用至少一种烟草产品, 包括卷烟、雪茄或电子烟。研究指出, 电子烟与雪茄使用率基本保持稳定, 表明尼古丁使用形式正在转变, 而非完全消失。
3.20	美国纽约州查获14吨非法电子烟 头部分销商 Demand Vape 或面临刑事指控	美国纽约州卫生部门官员表示, 纽约州卫生厅、拿骚县警方及当地卫生官员联合截获了一批原计划发往当地分销商和烟草店的非法电子烟产品, 总重约14吨。州官员称, 这批产品零售价值约为220万至350万美元, 并表示 Demand Vape 可能因涉嫌违反相关规定而面临刑事指控。
3.18	特别报道 “一次性加热烟草”? 一项中国专利, 可能改变全球加热烟草	一项最新公开的中国烟草专利提出了一种“无烟具”加热不燃烧方案: 将过滤段、烟草基质、发热体、控制器和电源集成到单支卷烟状产品中。其看点不仅在于摆脱外部设备依赖, 更在于同时强调两项少见目标: 恢复类似传统卷烟的社交分享场景, 以及通过可回收器件组实现使用后的回收再利用。



3.18	菲莫国际宣布加码美国布局拟投 5000 万美元建业务枢纽中心	菲莫国际美国公司 (PMI U.S.) 宣布将在佛罗里达州坦帕投资约 5000 万美元建设新的业务解决方案中心。该中心预计将创造约 180 个直接和间接高技能岗位, 并将业务解决方案、分销运营和客户服务等职能整合至单一枢纽。
3.17	独家: Glas 称获得 FDA 授权的 G2 电子烟设备配备年龄验证技术	Glas 向 2Firsts 确认, 此次获得美国食品药品监督管理局 (FDA) 营销授权令 (MGO) 的 G2 设备配备了年龄验证技术。基于目前公开信息, 这意味着 FDA 此次授予的是首个已被确认带有年龄验证技术的 ENDS 产品的 MGO。

来源: 两个至上, 国金证券研究所整理

2.2 轻工消费&潮玩板块线上销售数据

卫生巾板块: 26 年 1 月线上销售额总计 7.07 亿元, 同比+12%。

牙膏板块: 26 年 1 月线上销售额总计 9.24 亿元, 同比+9%。

潮玩动漫板块: 26 年 1 月线上销售额总计 13.81 亿元, 同比-1%; 其二级品类盲盒娃娃/动漫游戏周边线上销售额为 6.74/3.35 亿元, 同比+38%/-23%。

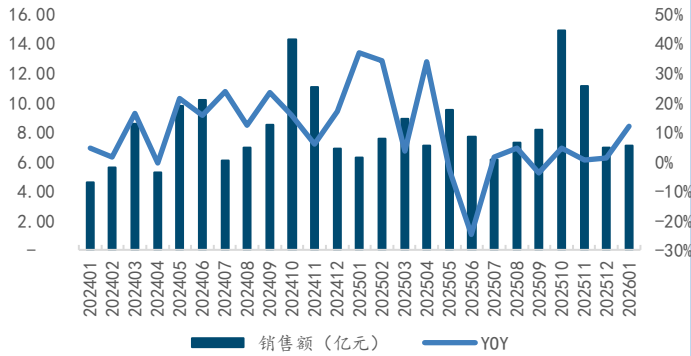
AI 眼镜板块: XR 设备线上销售额 26 年 1 月销售额达 1.30 亿人民币, 同比+46%。



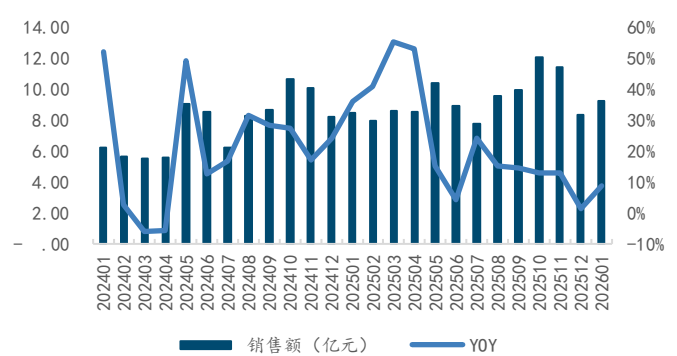
图表1: 轻工个护&潮玩线上销售额

【国金轻工】轻工个护&潮玩线上销售走势

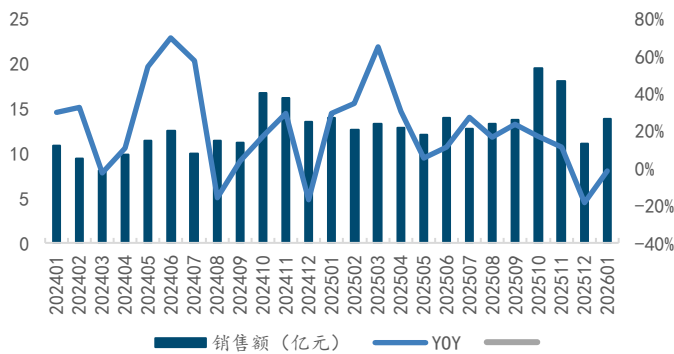
1月卫生巾线上销售额当月同比+12%



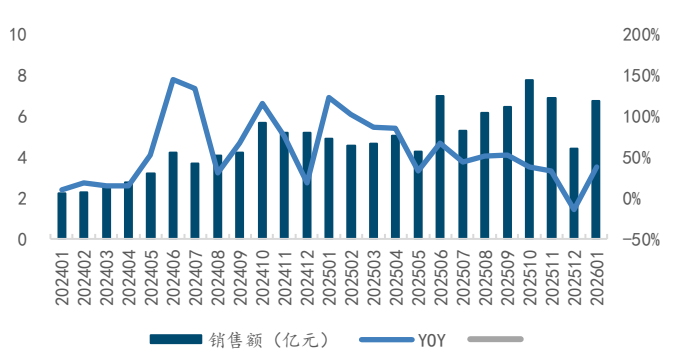
1月牙膏线上销售额当月同比+9%



1月潮玩动漫线上销售额当月同比-1%



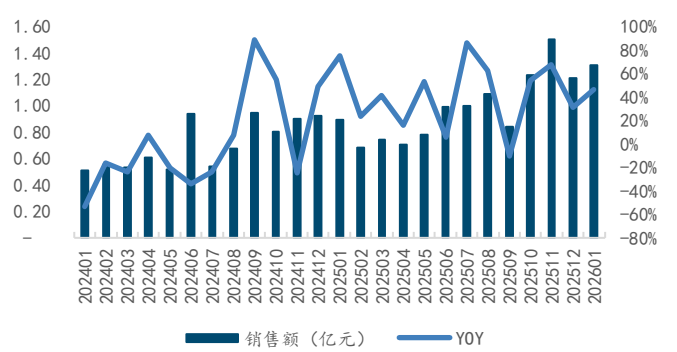
1月潮玩动漫品类下盲盒娃娃线上销售额当月同比+38%



1月潮玩动漫品类下动漫游戏周边线上销售额当月同比-23%



1月XR设备线上销售额当月同比+46%



来源: 久谦, 国金证券研究所

2.3 家居板块行业高频数据跟踪

2.3.1 中美地产数据

周度商品房成交面积: 本周 (3.06-3.13) 30大中城市成交面积同比-1.23%。周度商品房累计成交面积同比-20.03%。

周度二手房成交面积: 本周 (3.06-3.13) 14城二手房成交面积同比-22.83%。周度二手房累计同比-8.32%。房地产开发投资完成额: 25年1-12月累计房地产开发完成额同比-9.60%。

房屋新开工面积: 26年1-2月房地产新开工面积累计同比-23.35%。

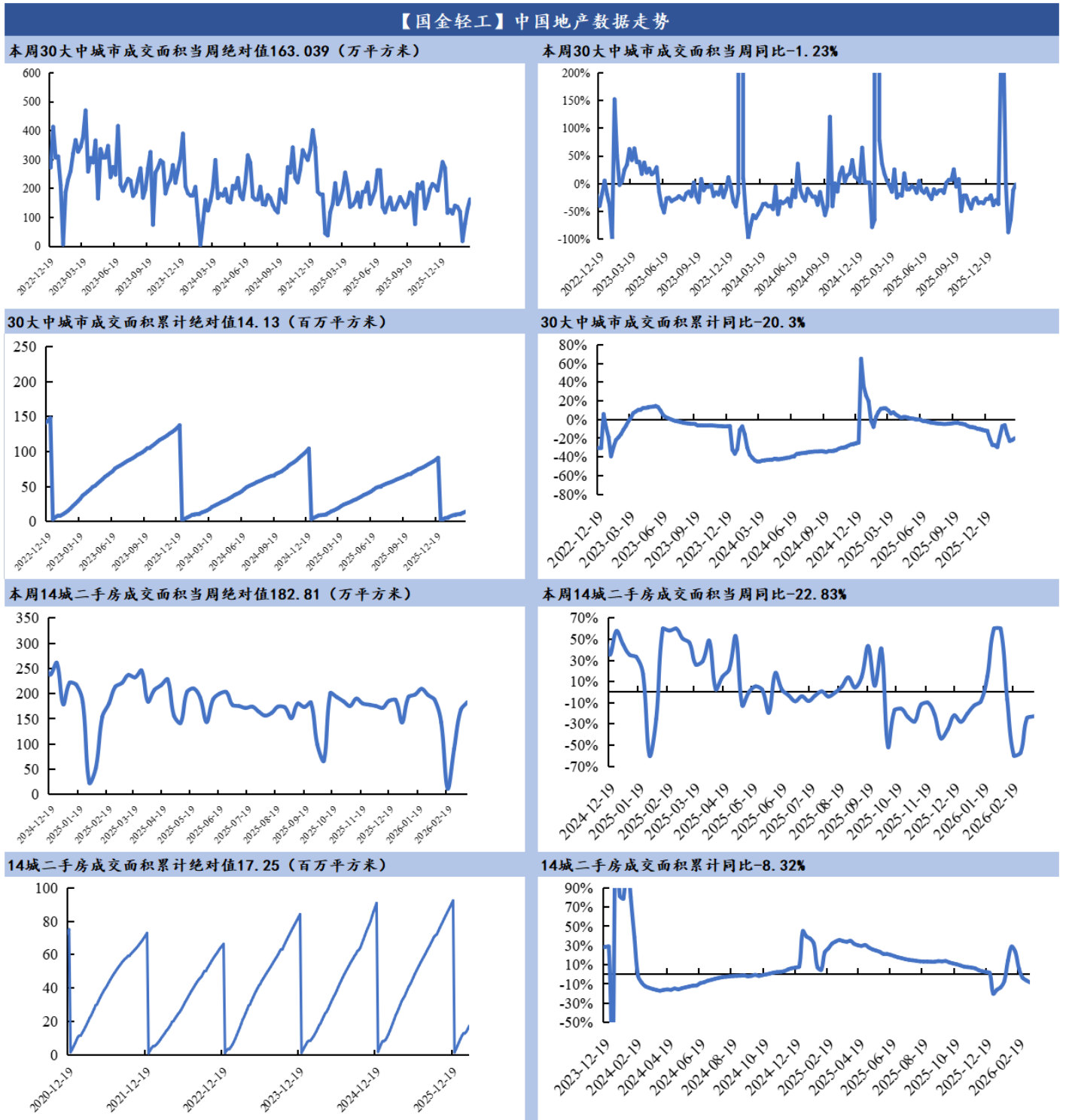
月度竣工面积: 26年2月全国房屋竣工面积同比-26.91%。

26年1-2月全国房屋竣工面积累计同比-15.98%。

月度销售面积: 26年1-2月全国商品房住宅销售面积累计同比-15.98%。



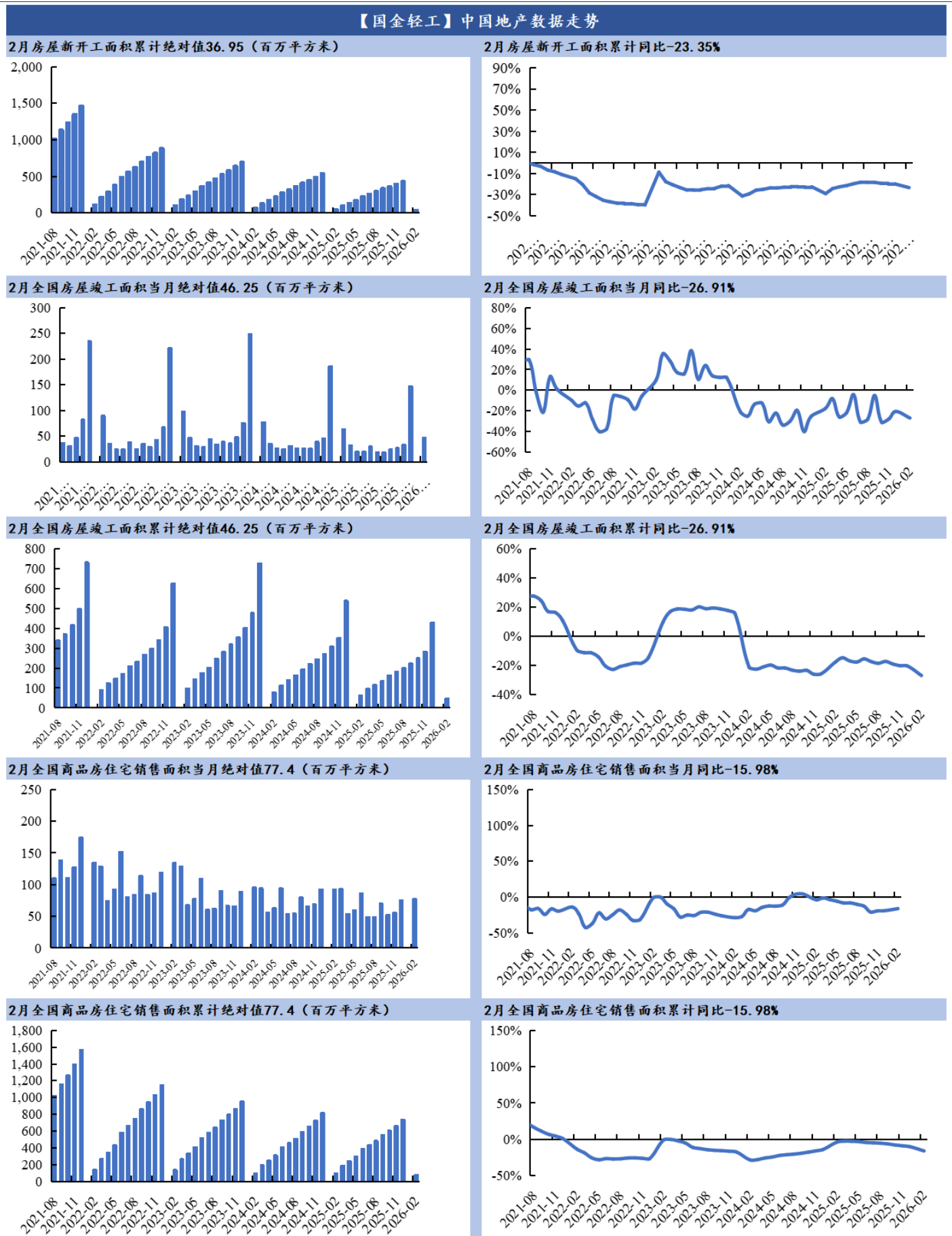
图表2：中国地产数据走势一



源：Wind，国金证券研究所；注：部分波动较大数值已做平滑处理



图表3: 中国地产数据走势二



来源: Wind, 国金证券研究所; 注: 部分波动较大数值已做平滑处理

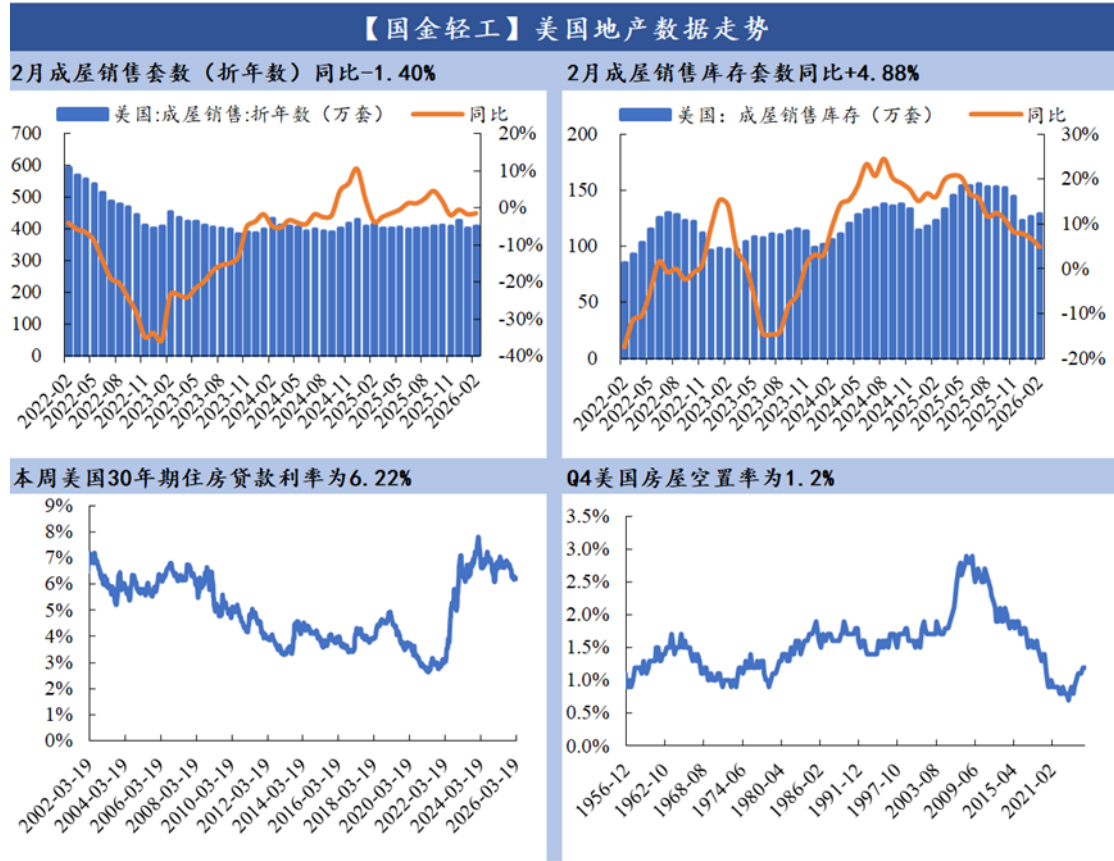


美国房屋销售：2026年2月成屋销售套数（折年数）同比-1.40%，成屋销售库存同比+4.88%。

美国贷款利率：美国30年期住房贷款利率本周为6.22%，环比+0.11%。

美国房屋空置率：2025年Q4为1.2%，环比持平。

图表4：美国地产数据走势



来源：wind，国金证券研究所

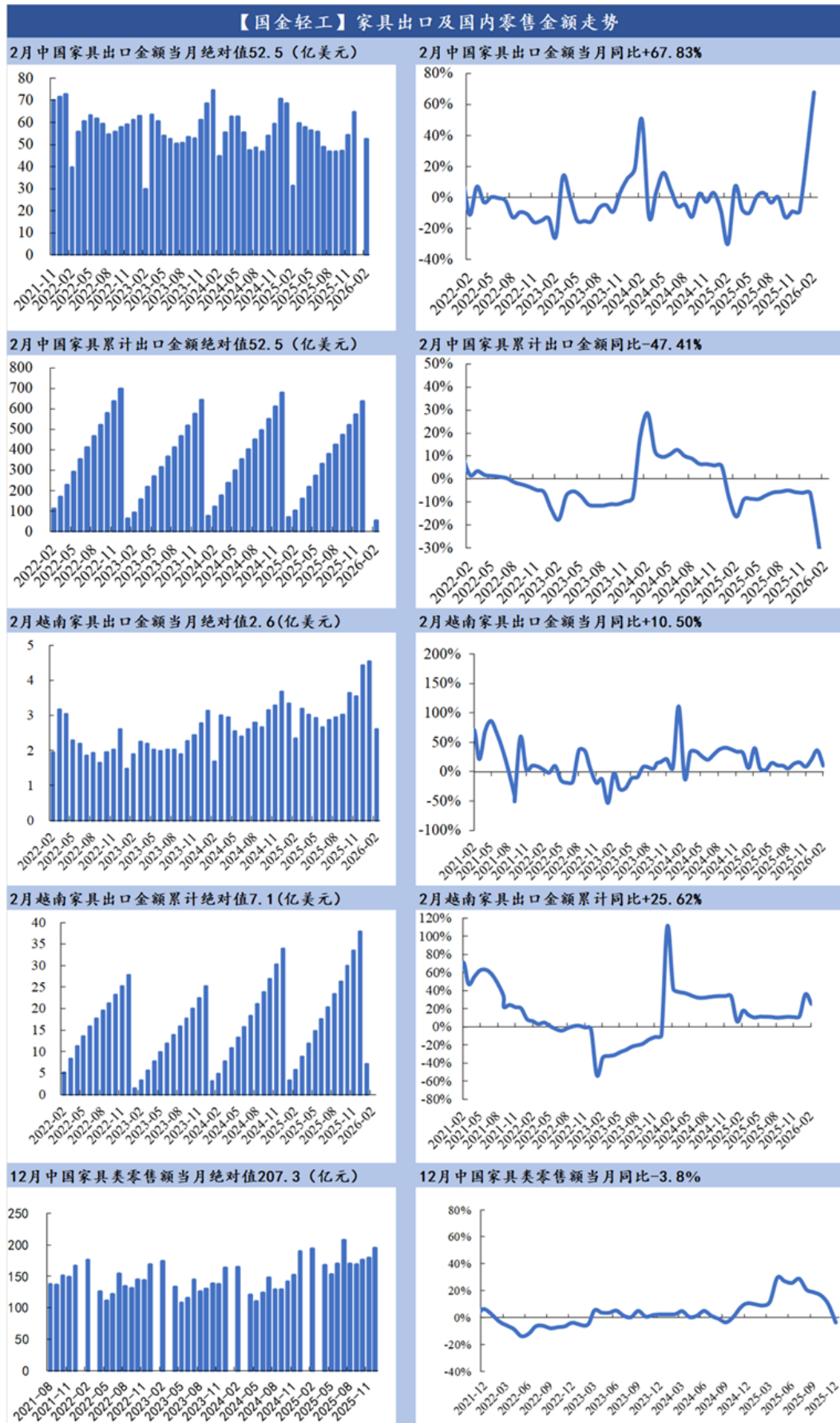
2.3.2 家具出口及国内零售额数据

中越家具出口：中国家具出口金额（美元计价）2026年2月当月52.5亿美元，同比上升67.83%，1-2月累计出口124.4亿美元，同比上升24.63%。越南家具出口金额（美元计价）2026年2月当月2.6亿美元，同比增加10.50%；26年1-2月越南家具累计出口7.15亿美元，同比上升25.62%。

国内家具零售额：2025年12月中国家具类零售额为207亿元，同比下降2.2%；26年1-2月中国家具类零售额累计275.5亿元，累计同比增长8.8%。



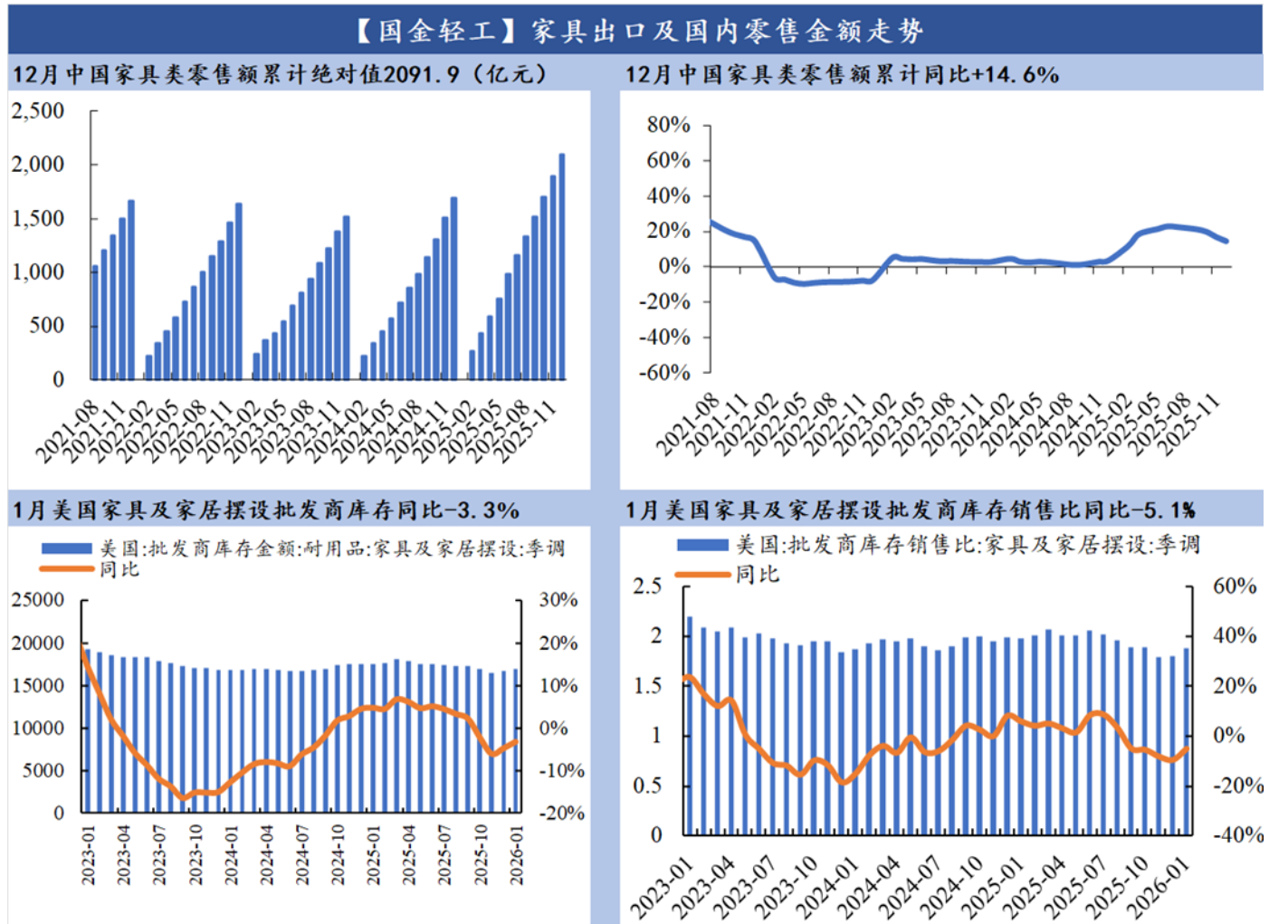
图表5: 家具出口及国内零售金额走势一



来源: Wind, 国金证券研究所; 注: 部分波动较大数值已做平滑处理



图表6: 家具出口及国内零售金额走势二



数据来源: Wind, 国金证券研究所; 注: 部分波动较大数值已做平滑处理

来源: Wind, 国金证券研究所; 注: 部分波动较大数值已做平滑处理

2.3.3 家具原材料价格数据

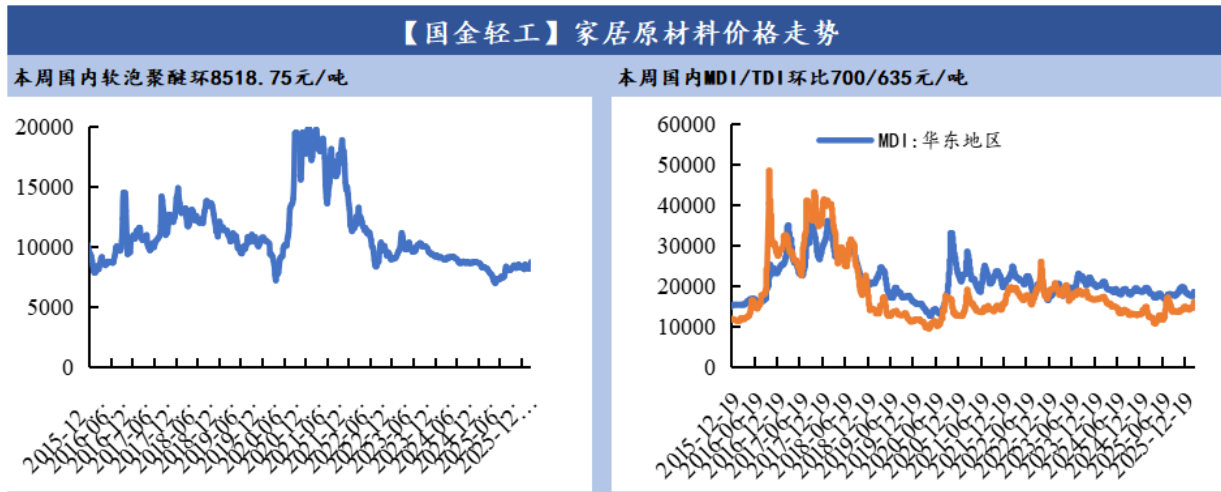
本周国内软泡聚醚均价为 8779.17 元/吨, 环比上升 479.2 元/吨, 2026 年截止 3.06 均价为 8358.9 元/吨, 较 2025 年均价上升 4.64%。

本周国内 MDI 均价为 18483.33 元/吨, 环比上升 908.33 元/吨, 2026 年截止 3.06 均价为 17787.5 元/吨, 较 2025 年均价下降 1.66%。

本周国内 TDI 均价为 15916.67 元/吨, 环比上升 1016.67 元/吨, 2026 年截止 3.06 均价为 14570.67 元/吨, 较 2025 年均价上升 8.70%。



图表7: 家居原材料价格走势



来源: Wind, 国金证券研究所

2.4 造纸板块高频数据

图表8: 造纸产业链价格跟踪

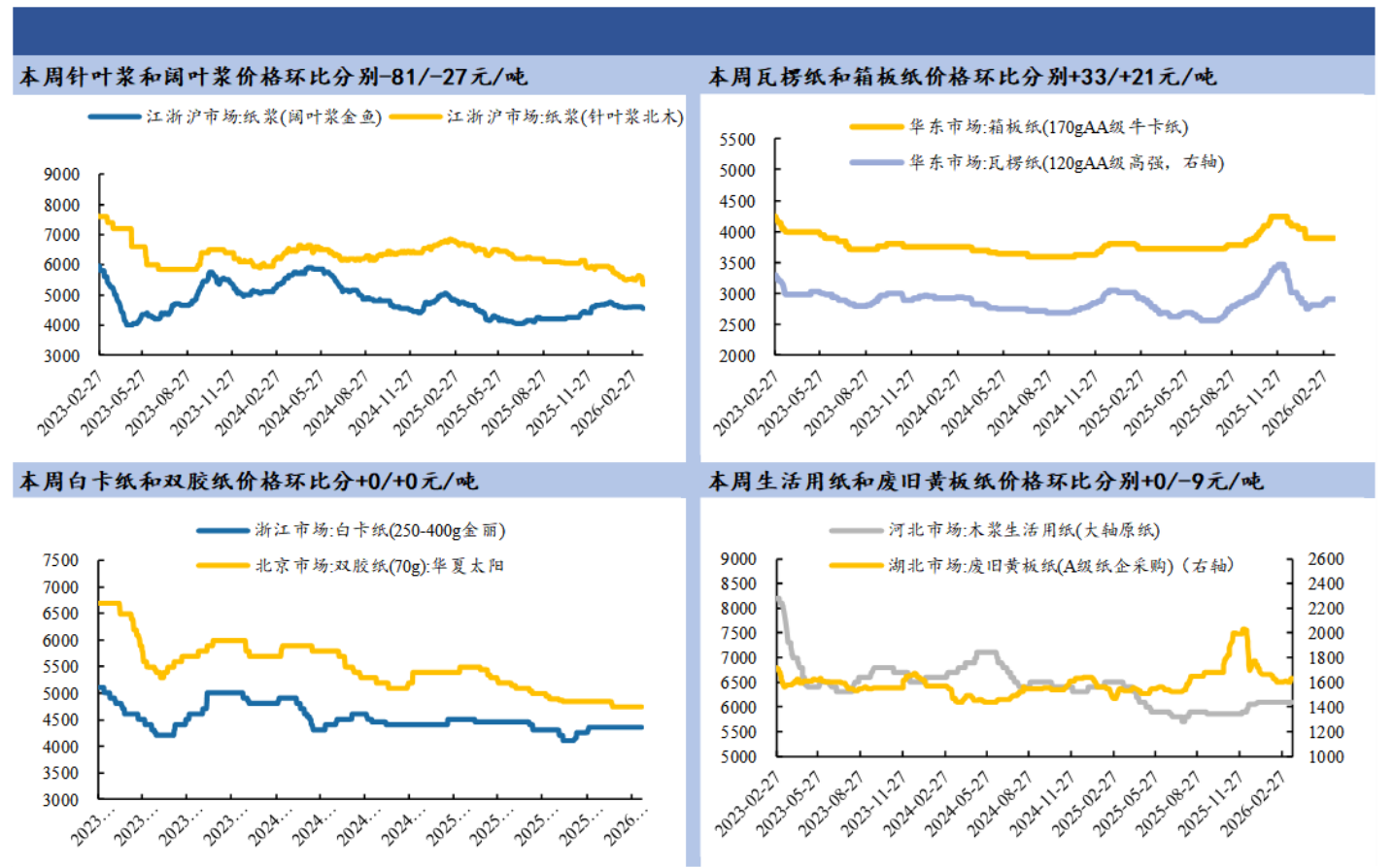
【国金轻工】造纸产业链价格跟踪																
产品名称	24Q1	24Q2	环比24Q1	季度			月度				周度					
				24Q3	环比24Q2	24Q4	环比24Q3	25Q1	环比24Q4	26年2月	26年1月	25年12月	25年11月	本周均价 (元/吨)	环比上	
原材料																
木浆系	针叶浆	6122	6348	226	6125	-223	6288	163	6517	229	5280	5509	5578	5473	5207	-81
	阔叶浆	5500	5670	170	4810	-860	4504	-306	4792	288	4570	4692	4634	4347	4573	-27
	化机浆	4095	3914	-181	3520	-394	3550	30	3550	0	3800	3800	3793	3700	3800	0
废纸系	国废黄板纸	1498	1477	-21	1544	67	1647	103	1603	-44	1550	1620	1840	1928	1550	-9
纸品																
木浆系	双胶纸	5958	5750	-208	5177	-573	5213	36	5213	0	4543	4643	4643	4643	4543	0
	铜版纸	6200	6000	-200	5900	-100	5800	-100	5800	0	4875	4975	4975	4975	4875	0
	白卡纸	4943	4560	-383	4360	-200	4260	-100	4343	83	4245	4237	4229	4174	4245	0
废纸系	箱板纸	3769	3623	-146	3565	-58	3712	147	3761	49	3487	3572	3962	3976	3582	21
	瓦楞纸	2987	2814	-173	2753	-61	3037	284	3059	22	2857	2898	3298	3334	3007	33

来源: 隆众资讯, 国金证券研究所; 注: 周度核算时间为2026年3月14日至2026年3月20日

本周(3.14-3.20)针叶浆和阔叶浆价格环比分别-81/-27元/吨,瓦楞纸和箱板纸价格环比分别+33/+21元/吨,白卡纸和双胶纸价格环比分别+0/+0元/吨,生活用纸和废旧黄板纸价格环比分别+0/-9元/吨。



图表9：本周纸品及原材料价格变动一览（单位：元/吨）



来源：wind，国金证券研究所；注：周度核算时间为2026年3月14日至2026年3月20日

2月，白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸/双胶纸/双铜纸单月产量同比+23.8%/-47.5%/-26.8%/-23.3%/+0.3%/+5.9%，白板纸/箱板纸/瓦楞纸/双胶纸/双铜纸单月表观消费量同比-27.5%/-25.3%/-25.4%/-10.9%/-10.9%/-13.3%。

2月，白卡纸和白板纸/双胶纸/双铜纸单月净出口分别为+24/+6.9/+3.2万吨，箱板纸/瓦楞纸单月净出口分别为-30.5/-13.5万吨。

2月，中国纸浆港口库存环比-26.7万吨至190.6万吨。12月，纸浆/针叶浆/阔叶浆月度进口量同比分别+20.6%/+5.4%/-20.3%，木片进口量与进口单价同比分别+17.8%/+11.7%，再生纸浆进口量与进口单价同比分别-7.7%/-9.2%。

12月饮料、烟酒、粮油食品、服装鞋帽针纺社零分别+1.7%/-2.9%/+3.9%/+0.6%，化妆品、日用品、家用电器、药品社零分别+8.8%/+3.7%/-18.7%/+1.2%。

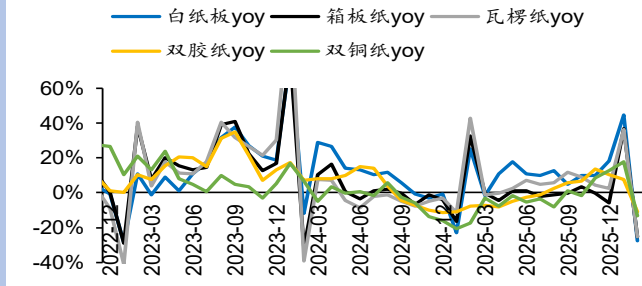
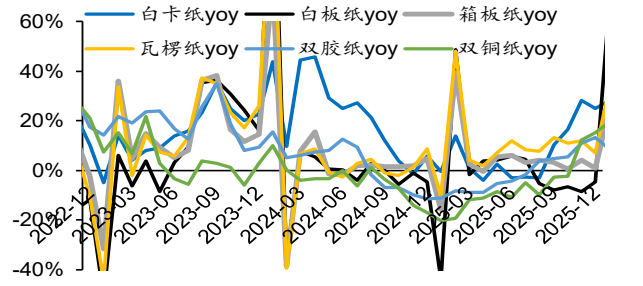


图表10: 纸浆和成品纸产销及进出口月度数据追踪

【国金轻工】各纸浆和成品纸产销及进出口月度数据追踪

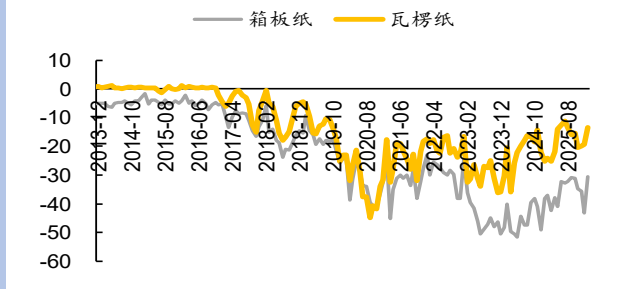
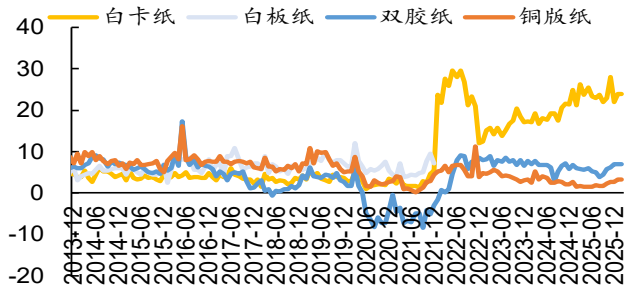
2月白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸/双胶纸/双铜纸单月产量同比+23.8%/-47.5%/-26.8%/-23.3%/+0.3%/+5.9%

2月白纸板/箱板纸/瓦楞纸/双胶纸/双铜纸单月表现消费量同比-27.5%/-25.3%/-25.4%/-10.9%/-13.3%



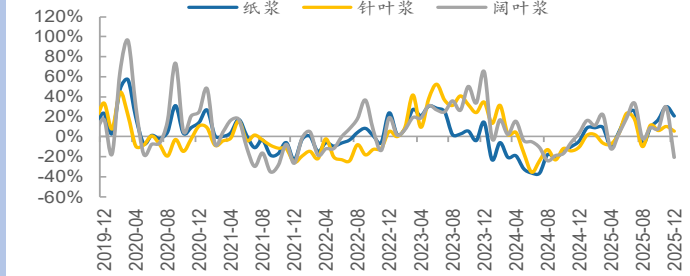
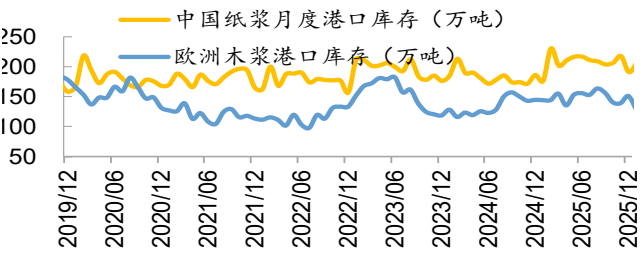
2月白卡纸和白板纸/双胶纸/双铜纸单月净出口分别为+24/+6.9/+3.2万吨

2月箱板纸/瓦楞纸单月净出口分别为-30.5/-13.5万吨



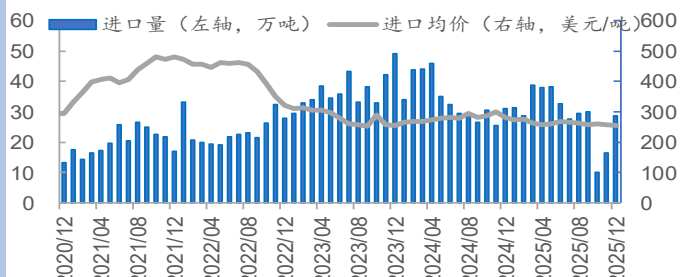
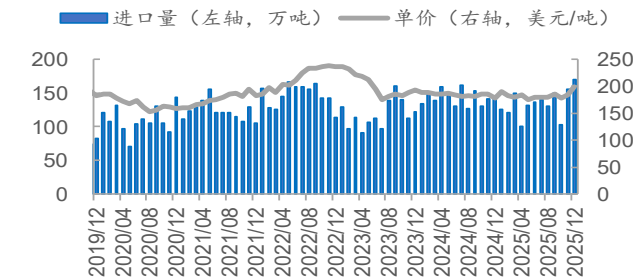
2月中国纸浆港口库存环比+10.1万吨至240.1万吨

12月纸浆/针叶浆/阔叶浆月度进口量同比分别+20.6%/+5.4%/-20.3%



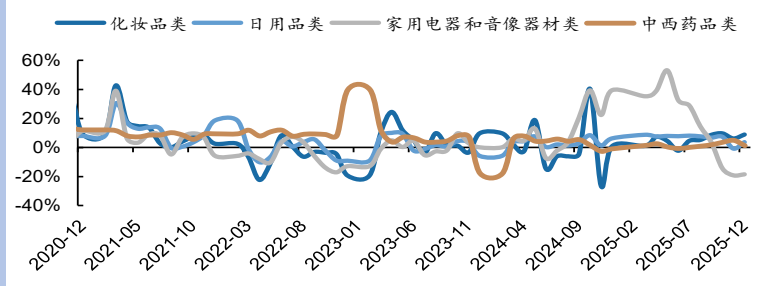
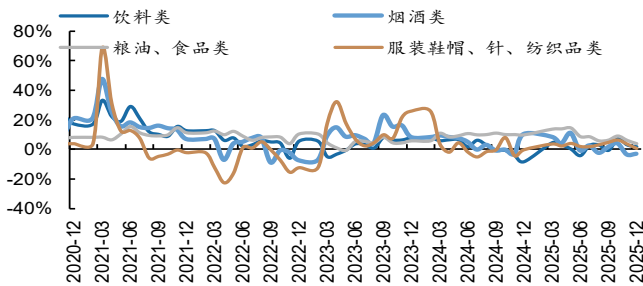
12月木片进口量与进口单价同比分别+17.8%/+11.7%

12月再生纸浆进口量与进口单价同比分别-7.7%/-9.2%



12月饮料、烟酒、粮油食品、服装鞋帽针纺社零分别+1.7%/-2.9%/+3.9%/+0.6%

12月化妆品、日用品、家用电器、药品社零分别+8.8%/+3.7%/-18.7%/+1.2%



来源: 隆众资讯, 国金证券研究所



2.4.1. 浆纸系原料及纸品价格变动情况

1) 原材料：截至本周四，本周期工作日进口浆主流品牌针叶浆现货含税均价 5207 元/吨，环比上期下降 1.5%；阔叶浆现货含税均价 4573 元/吨，环比上期下降 0.6%；本色浆现货含税均价 4829 元/吨，环比上期下降 0.4%；化机浆现货含税均价 3800 元/吨，环比上期持平。本期纸浆价格波动原因：一是纸浆周期间传出外盘降价传闻，对期货盘面形成压制，进而带动现货价格走弱。二是阔叶浆因外盘报价持续高位，成本支撑较强，跌幅相对有限；针叶浆则受期货情绪影响更为直接。三是下游纸厂采购意愿不高，多持观望态度，市场缺乏实质性需求支撑。

2) 成品纸：

本期双胶纸企业均价无变化，70g 双胶纸企业含税均价为 4542.9 元/吨，环比持平。本期国内双胶纸市场僵持维稳，谨慎观望情绪增强。周内福建联盛纸业装置陆续恢复，行业产量小幅增长，市场货源供应延续宽松；虽然木浆价格阶段性回落，但国际环境仍不稳定，能源化工成本居高不下，行业利润水平持续偏低，工厂成本承压，企业挺价意愿依然存在；消费端看来，终端需求暂无改善迹象，下游按需补货，采购积极性一般，部分工厂出货速度缓慢。区域方向出口暂未恢复，且终端需求缺乏有效提振，贸易商谨慎观望情绪偏强，采购积极性较低，多延续随进随出的采购策略，市场缺乏调整动能，僵持博弈状态延续，目前 70g 本白双胶纸主流品牌价格区间维持在 4300-4400 元/吨，70g 高白双胶纸主流品牌价格区间维持在 4600-4800 元/吨，成交实谈为主。

本期铜版纸企业均价维持平稳，157g 铜版纸企业含税均价为 4875.0 元/吨，环比持平。本期国内铜版纸市场大稳小动。山东地区检修装置暂未恢复，其它工厂多数正常排产，市场货源供应小幅减少。虽然周内木浆价格阶段性松动，成本有所下降，但行业整体利润仍倒挂，生产企业成本仍承压，工厂挺价意愿依然存在。需求端来看，下游终端需求无明显变化，对市场仍缺乏利好提振，下游多消化原纸库存，采购积极性低，暂无囤货意向，国际局势仍不稳定，区域方向出口暂未恢复，内外需求均缺乏有力支撑的背景下，贸易商采购仍偏谨慎，157g 平张铜版纸主流品牌价格区间在 4700-4900 元/吨，实际成交以商谈为主。

2.4.2. 废纸系原料及纸品价格变动情况

1) 本期，废旧黄板纸周度均价呈现稳中偏弱走势。3 月 19 日周四，废旧黄板纸周度均价为 1550.02 元/吨，较 3 月 12 日下降 9.43 元/吨，环比-0.60%，同比+4.05%。本期（3 月 13 日-3 月 19 日）废旧黄板纸市场价格呈现小幅上涨的运行态势，但因上涨幅度不及前期下跌幅度，周均价较上周有所下降。供应端方面，市场整体货源偏紧，华东部分地区因连日降雨影响了废纸回收作业，导致市场流通货源减少，打包站出货速度有所放缓。需求端方面，纸企采购意愿基本以按需为主，虽维持生产存在刚性需求，但下游订单量没有明显提升，因此对价格支撑有限。周内市场交投氛围温和，整体价格重心小幅上移。目前业者对下游需求及到货变化保持关注。隆众预计，在供应阶段性收紧、但需求跟进不足的共同作用下，短期内废旧黄板纸价格将呈现稳中偏强走势。

本期，废旧书本纸周度均价呈现稳中偏弱的走势。3 月 19 日周四，废旧书本纸周度均价为 1778.25 元/吨，较 3 月 12 日下降 13.17 元/吨，环比-0.74%，同比+11.97%。本期（3 月 13 日-3 月 19 日）国内废旧书本纸市场呈现稳中偏弱的运行态势。周内市场整体走势先弱后强。供应端方面，打包站正常出货，市场供应量尚可，整体货源流通较为平稳。需求端方面，纸企采购意愿基本以按需采购为主，随着开学季订单基本结束，下游需求支撑有所减弱，纸企多根据自身到货及库存情况灵活调整采购价。周内市场成交氛围先冷后温，整体价格重心小幅下探后有所修复。业者多关注终端需求的后续跟进情况。隆众预计，在供需博弈相对平衡的背景下，短期内废旧书本纸价格将呈现大面维稳走势。

2) 成品纸：

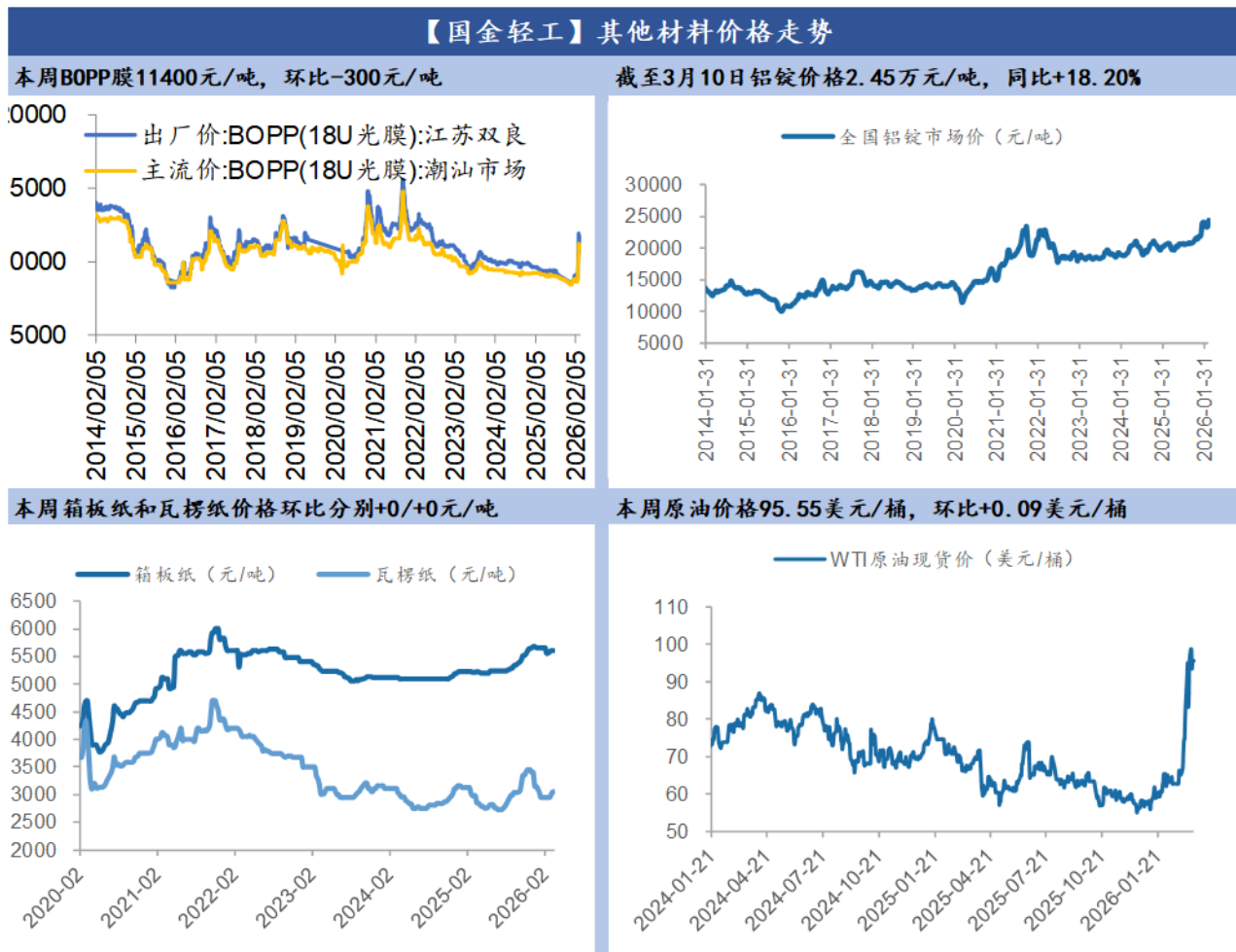
据隆众资讯监测数据显示，本期箱板纸含税均价为 3582 元/吨，环比增长 0.6%，同比下降 2.1%。具体来看，本期箱板纸市场走势以稳为主，价格延续高位。目前市场逐步进入淡季，终端需求释放缓慢，下游二级厂订单不旺，原纸采购积极下降，为促进出货，部分纸企存在优惠暗降操作，但受中东局势影响，能源价格上涨，造成纸企生产成本存上行压力，故龙头纸企涨价意愿不减，场内涨价氛围尚存，场内多空因素交织，故箱板纸价格稳中窄幅整理为主。原料废旧黄板纸价格止跌反弹，成本面存利好支撑。

据隆众资讯监测数据显示，本期瓦楞纸的含税均价为 3007 元/吨，环比增长 1.1%，同比增长 6.2%。具体来看，本期瓦楞纸市场呈稳中零星小幅增长趋势，规模纸企部分基地上调纸价 50 元/吨。上半周在规模纸企低库存支撑下，华北地区规模纸企小幅提价，叠加原料废旧黄板纸止跌反弹，市场涨价氛围尚存；然而随着传统淡季深入，终端需求释放缓慢，下游二级厂订单不旺，客户多维持刚需采购，纸企出货有所放缓，甚至局部地区纸企存在优惠暗降操作。尽管规模纸企仍存提价计划，但供需矛盾逐渐凸显，市场多空交织。综合来看，短期瓦楞纸市场将维持稳中窄幅整理走势。



2.4.3. 其他主要原材料价格变动一览

图表11: 其他主要原材料价格变动



来源: iFinD, 国金证券研究所; 注: 数据截至日期为 2026.3.20

2.5 轻工出口链高频数据跟踪

2.5.1 保温杯出海高频数据跟踪

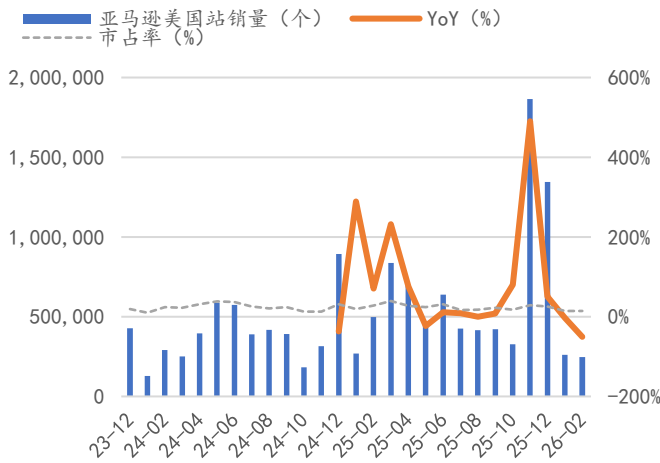
Stanley: 2月, 亚马逊美国/加拿大/德国/英国站销量分别为 24.7 万个/1.3 万个/2.4 万个/1.6 万个, 同比增幅分别为 -50.52%/-26.74%/-7.01%/-32.83%, 四地区亚马逊区域销量比为 82.1%/4.5%/8.0%/5.4%, 市占率分别为 14.36%/9.44%/14.56%/6.65%。美国市场同比大幅下滑, 主因圣诞节与黑五促销透支需求, 叠加北美报税季对消费的阶段性压制; 加拿大同步深度下滑, 德国本地需求韧性较强、竞争格局相对稳定; 英国受消费信心偏弱与品类竞争加剧影响降幅较大。

Yeti: 2月, 亚马逊美国/加拿大/英国站销量分别为 13.5 万个/2.4 万个/1.7 万个, 同比增幅分别为-34.06%/-26.74%/72.79%, 三地区亚马逊区域销量比例为 77.0%/13.4%/9.6%, 市占率分别为 7.88%/16.52%/6.92%。美国站销量降幅略有扩大, 主要系冬季风暴抑制户外需求叠加竞品促销分流; 加拿大受本地竞争加剧渠道分流影响降幅较大; 英国站同比大幅高增, 受益于品牌本土化推广见效、渠道补库与节日礼品需求拉动, 实现区域逆势增长。

Owala: 作为市场新进入品牌, Owala 在美国市场表现强劲。2026年2月销量达 65.56 万个, 同比增长 147.46%, 市占率为 38.16%, 主要系品牌去年同期处于发展初期, 销量基数偏低, 同时品牌情人节主题营销及新品发布等活动, 为其市场热度提供了持续助力, 预计未来高增长势头将持续保持。

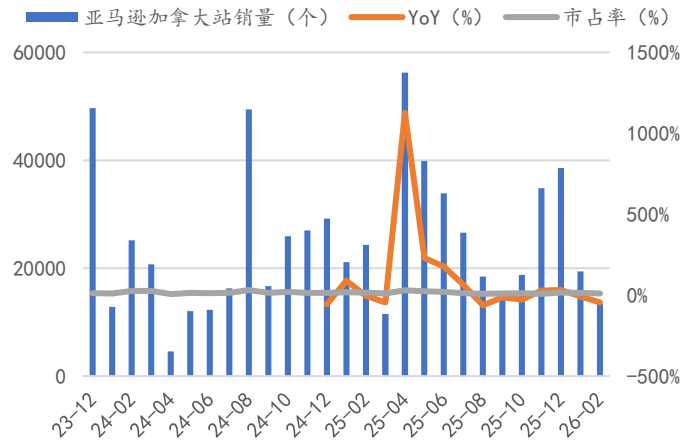


图表12: Stanley 亚马逊美国站 2月销量同比-50.52%



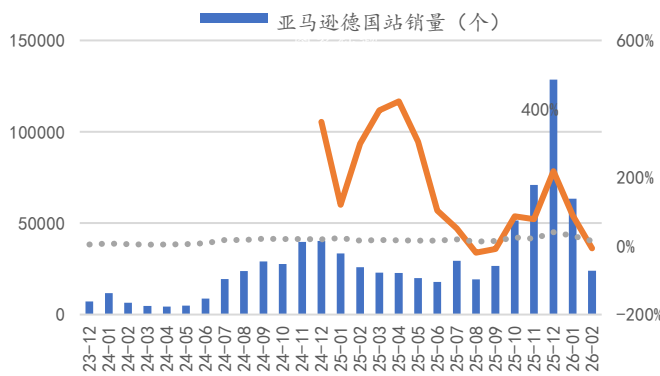
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表13: Stanley 亚马逊加拿大站 2月销量同比-44.78%



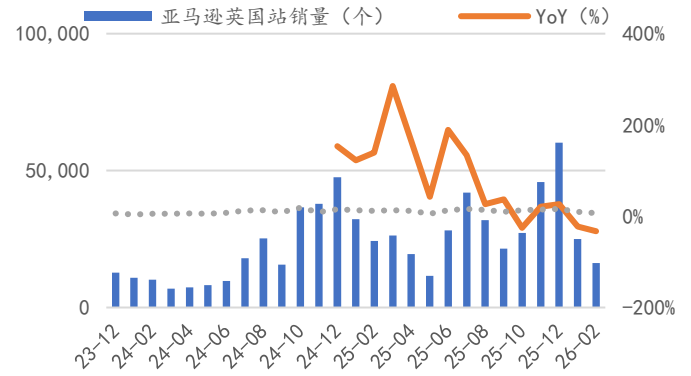
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表14: Stanley 亚马逊德国站 2月销量同比-7.01%



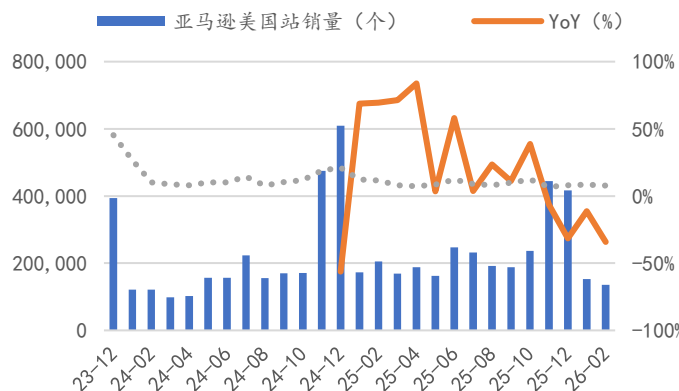
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表15: Stanley 亚马逊英国站 2月销量同比-32.83%



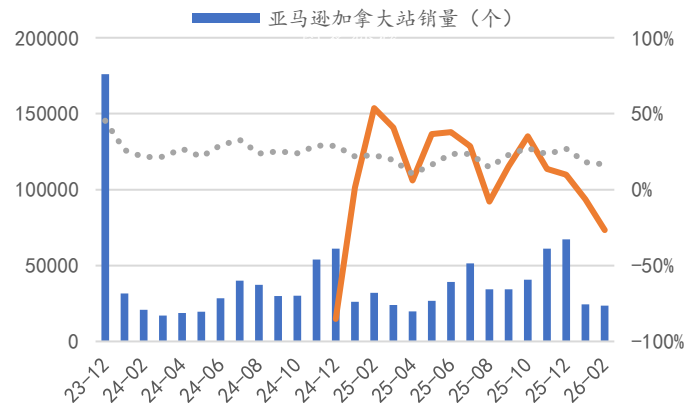
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表16: Yeti 亚马逊美国站 2月销量同比-34.06%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

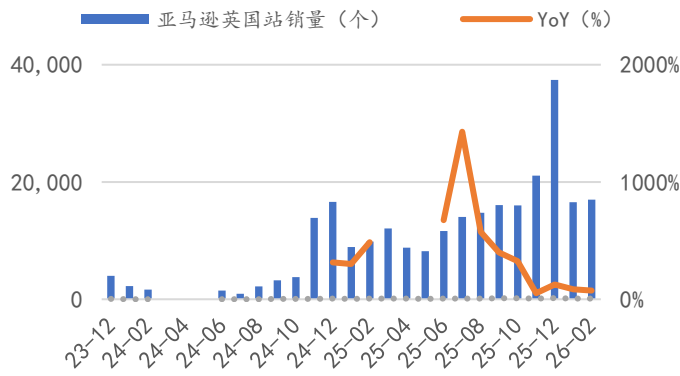
图表17: Yeti 亚马逊加拿大站 2月销量同比-26.74%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

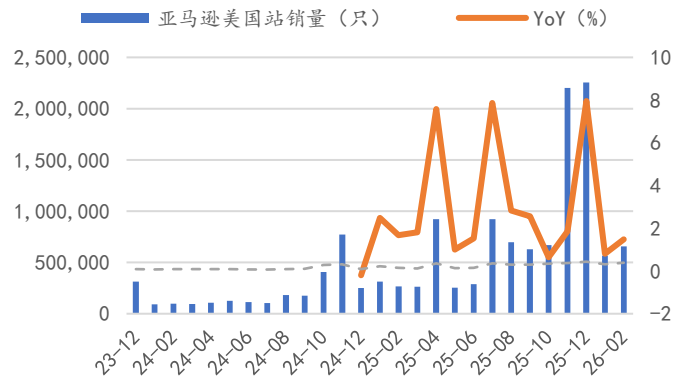


图表18: Yeti 亚马逊英国站2月销量同比+72.79%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表19: Owala 亚马逊美国站2月销量同比+147.46%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

2.5.2 轻工跨境电商高频数据跟踪

2月, 恒林股份/傲基股份/乐歌股份亚马逊美国站 GMV 同比分别+43.4%/-5.41%/-13.1%。

致欧科技: 2月, 亚马逊美国/英国/德国/法国站 GMV 同比分别为-20.5%/+5.2%/+8.8%/-4.6%。

3月16日, 美国海关与边境保护局(CBP)发布重磅紧急通知, 明确自2026年3月20日起, 大批“记录进口商”(Importer of Record, 简称IOR) 编号将正式废止, 所有新提交的进口申报单必须使用真实、可验证的IOR编号, 逾期违规将直接造成货物滞留、退运的后果。此次调整被视作对“双清包税”等灰色操作的“致命一击”。长期以来, “双清包税”凭借“省心、低价”的特点, 成为不少跨境电商卖家与外贸企业的选择, 但其背后潜藏的IOR主体模糊、贸易链路不闭环、责任难以追溯等问题, 让这类合作模式始终游走在合规边缘。

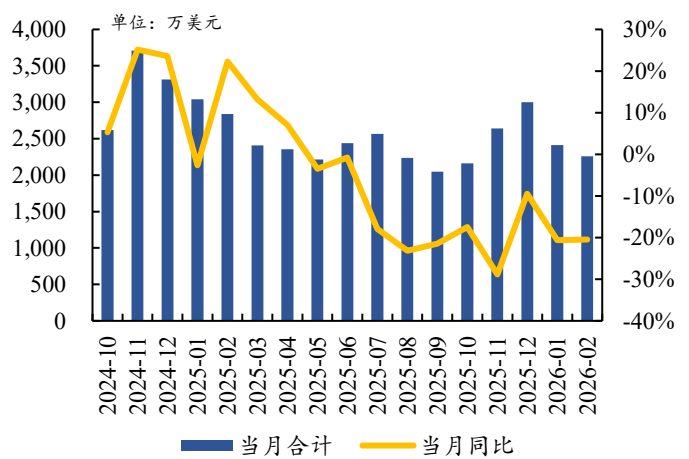
近日, 南沙、盐田港加强9710/9810报关监管力度。多位卖家与货代反馈称, 华南核心出口口岸——盐田、南沙已同步加强对跨境电商B2B出口(9710)与海外仓出口(9810)模式的监管力度, 重点指向“贸易真实性核验”, 包括订单、资金、物流、主体信息等全链路资料的穿透式检查。9710与9810本是跨境电商快速发展的重要制度创新, 但随着行业规模扩大, 一些灰色操作逐渐滋生, 如通过虚构订单完成报关、刻意低报或错报商品价值、使用“无真实进口主体”的双清包税模式等。国内与海外监管层共振收紧, 推动跨境电商出口的规范化, 有望加速合规成本较高的中小卖家出清, 重塑行业竞争格局。

图表20: 恒林股份亚马逊美国站2月GMV同比+43.4%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

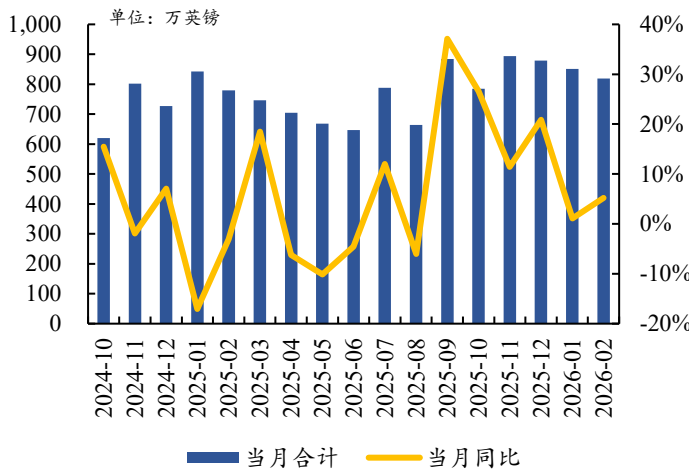
图表21: 致欧科技亚马逊美国站2月GMV同比-20.5%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

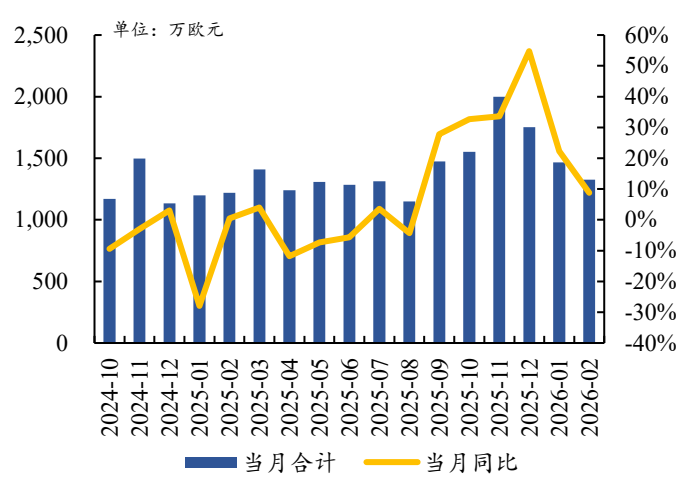


图表22: 致欧科技亚马逊英国站2月GMV同比+5.2%



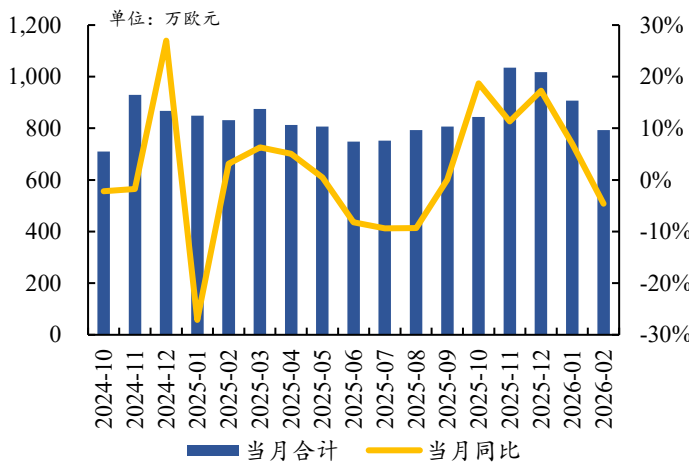
来源: Sorftime、国金证券研究所

图表23: 致欧科技亚马逊德国站2月GMV同比+8.8%



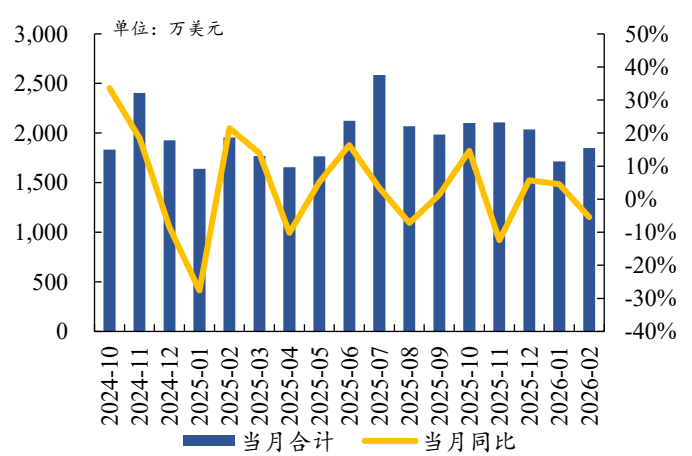
来源: Sorftime、国金证券研究所

图表24: 致欧科技亚马逊法国站2月GMV同比-4.6%



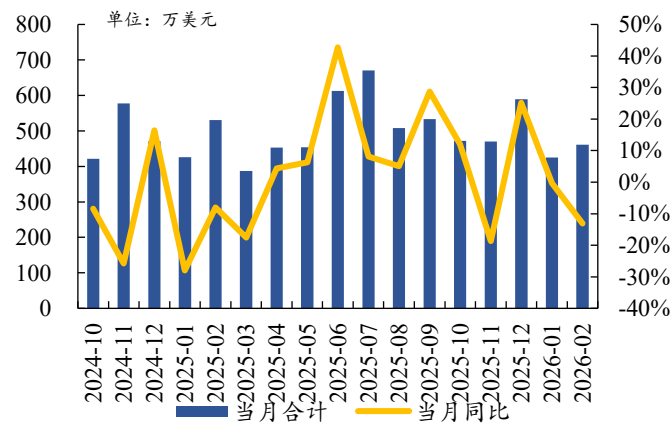
来源: Sorftime、国金证券研究所

图表25: 傲基股份亚马逊美国站2月GMV同比-5.4%



来源: Sorftime、国金证券研究所

图表26: 乐歌股份亚马逊美国站2月GMV同比-13.1%



来源: Sorftime、国金证券研究所



三、投资建议

- 家居:推荐欧派家居、索菲亚、顾家家居、慕思股份、志邦家居、敏华控股、公牛集团等。
- 新型烟草:推荐思摩尔国际、中烟香港、盈趣科技等
- 轻工消费:推荐泡泡玛特、晨光股份、登康口腔、百亚股份等
- 造纸包装:推荐裕同科技、太阳纸业、永新股份、奥瑞金等。
- 出海:推荐匠心家居、恒林股份、致欧科技、乐歌股份等。
- 新消费: 建议关注中宠股份、依依股份、瑞普生物、家联科技、小米集团、哈尔斯等

四、风险提示

地产竣工及销售恢复速度低于预期:若国内房地产销售未有相应改善,并且地产竣工改善低于预期,将直接影响家居行业的终端需求。若美国地产修复不及预期,出海相关业务将受到影响。

原材料价格大幅上涨的风险:若原材料价格大幅上涨,则导致企业成本压力加大,无法向下游及时传导进而导致盈利能力削弱,造成业绩不及预期。若存储价格持续上涨,对手机、电脑尤其是中低端产品成本带来压力,进而给公司毛利率带来不利影响。

新品推广不及预期的风险:家清及个护企业积极应对行业竞争,推出新品以迎合下游消费需求,若新品推广销售不及预期,则会影响公司的业绩表现。3d 打印下游应用仍在模式探索期, AI 床垫目前处于市场教育阶段,若新品推广销售不及预期,则会影响公司的业绩表现。若泡泡玛特乐园业务和影视业务的市场反响不及预期,或对收入增长空间产生影响。

中美贸易摩擦升级超预期:若国际形势发生变化,或影响相关出口企业的收入和利润。

汇率波动风险:美国政策具有较大不确定性,短期内对美元指数等产生较大影响,可能波及人民币兑美元汇率,会影响外贸出口型企业的整体收入、利润水平。



行业投资评级的说明：

买入：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；

增持：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%—15%；

中性：预期未来 3—6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%—5%；

减持：预期未来 3—6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。



特别声明：

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告反映撰写研究人员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，国金证券不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此有关的其他任何损失承担任何责任。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与国金证券其它业务部门、单位或附属机构在制作类似的其他材料时所给出的意见不同或者相反。

本报告仅为参考之用，在任何地区均不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告提及的任何证券或金融工具均可能含有重大的风险，可能不易变卖以及不适合所有投资者。本报告所提及的证券或金融工具的价格、价值及收益可能会受汇率影响而波动。过往的业绩并不能代表未来的表现。

客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布该研究报告的人员。国金证券并不因收件人收到本报告而视其为国金证券的客户。本报告对于收件人而言属高度机密，只有符合条件的收件人才能使用。根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于C3级（含C3级）的投资者使用；本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。对于本报告中提及的任何证券或金融工具，本报告的收件人须保持自身的独立判断。使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

若国金证券以外的任何机构或个人发送本报告，则由该机构或个人为此发送行为承担全部责任。本报告不构成国金证券向发送本报告机构或个人的收件人提供投资建议，国金证券不为此承担任何责任。

此报告仅限于中国境内使用。国金证券版权所有，保留一切权利。

上海	北京	深圳
电话：021-80234211	电话：010-85950438	电话：0755-86695353
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	邮编：100005	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路1088号 紫竹国际大厦5楼	地址：北京市东城区建国内大街26号 新闻大厦8层南侧	地址：深圳市福田区金田路2028号皇岗商务中心 18楼1806



【小程序】
国金证券研究服务



【公众号】
国金证券研究