

2026年05月10日

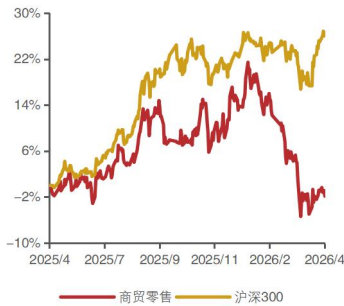
投资评级：看好（维持）

证券分析师

丁一  
SAC: S1350524040003  
dingyi@huayuanstock.com

联系人

板块表现：



## 五一假期出行及部分景区客流均创历史同期新高；抖音美妆4月同比增长19%

——新消费行业周报（2026.5.4-2026.5.8）

投资要点：

- **五一假期全社会跨区域人员流动量创历史同期新高。**5月1日至5日，全社会跨区域人员流动总量为15.2亿人次，日均超3亿人次，同比增长3.5%，创历史同期新高；4月30日至5月5日全社会跨区人员流动量分别同比变动+3.5%/+1.4%/+1.7%/+3.7%/+6.1%/+5%。**铁路与公路承担大众出行主力功能。**假期期间，铁路客运总量同比增长4.6%，公路人员流动总量同比增长3.5%，水路和民航客运总量分别下降1.37%和5.74%。
- **国内旅游市场呈现“量增价减”的特征。**经文化和旅游部数据中心测算，2026年五一假期全国国内出游3.25亿人次，同比增长3.6%；国内出游总花费1854.92亿元，同比增长2.9%；人均旅游消费计算为571元，较2025年同期的574元基本持平。
- **多城串游、深度文化游、展演赛事游等多元出行趋势全面开花。**春假与拼假叠加催生“史上最长五一”，今年五一出行呈现周期拉长、错峰出行、节奏前置的优质新特征，形成了长达17天的相对出行高峰。①**长线游+多城串游：**同程旅行平台数据显示，五一假期热门长线游目的地的酒店预订热度较去年同期增长超40%。去哪儿数据显示，五一期间人均打卡城市达2.1个，“宝藏小城串游”预订量同比增121%；同程旅行平台约60%的旅客选择了“跳城游”玩法。②**深度文化游：**携程数据显示，五一期间“深度文化游”人次同比增长52.3%，涌现出成都、泰安、北京、苏州、沈阳、西安、黄山、洛阳、大同、邯郸等极具文化底蕴的热门目的地。③**五一前后全国各地举办上百场演唱会、音乐节与体育赛事，**演出市场迎来高速增长窗口期。携程数据显示，五一国内展演赛事人次同比增长30.6%。④**亲子游：**受春假叠加影响，亲子游占比进一步提升。去哪儿数据显示，五一期间，13—18岁青少年景区门票预订量同比增长190%，大幅领跑各年龄段。⑤**出境游：**去哪儿数据显示，19—22岁旅客购买出境机票量同比增长了30%，23—30岁旅客同比增长了18%。越来越多的旅客从东南亚等“近邻”转至“远朋”，飞往南非和比利时的机票预订量分别同比增长了180%和160%。
- **热门目的地酒店预订热度持续走高，品质住宿与中小城市旅游成为新亮点。**携程数据显示，五一国内酒店热门目的地TOP10为上海、北京、成都、重庆、杭州、广州、深圳、西安、长沙、南京。①**品质住宿正在成为主流偏好，**国内四星级酒店预订同比增长38.6%。②**全国多个中小城市表现亮眼，**泸州酒店预订增幅接近400%，中山酒店预订热度同比增长近200%。③**春假显著拉动亲子游需求，**酒店亲子房整体预订热度同比增长近50%。④**演唱会、景区、主题乐园等带动周边酒店预订大幅增长，**郑州奥体中心周边酒店预订量同比增长214%，河南开封万岁山武侠城周边酒店预订增长205%，长白山多个主题乐园新开园拉动周边酒店预订增长177%。
- **五一假期景区表现，重点景区客流再创新高。**
- ①**长白山：**据长白山发布公众号，五一假期首日长白山景区迎来旅游热潮，截至下

午 4 时，景区共接待游客 16731 人次，较去年同期增长 193%。

- **②黄山：**根据中国黄山公众号，五天假期黄山风景区累计接待进山游客超 15 万人，再创历史同期新高。携程数据显示，黄山市景区人次占安徽全省景点总人次的 50%。
- **③长江三峡：**长江三峡通航管理局统计数据显示，五一假期首日三峡枢纽河段“两坝一峡”等客渡线航次和运力拉满，累计接待游客达 5.64 万人次，同比增长 25.1%。截至 5 月 2 日，三峡大坝旅游区 2026 年全年游客接待量已突破 100 万人，外宾游客人次同比增长 36%。
- **④四川省景区：**根据四川新闻网公众号，五一前三天全省 923 家 A 级景区累计接待游客 2119.88 万人次。五一假期，青城山-都江堰接待游客 40.18 万人次，同比 +3.35%；九寨沟共接待游客 16.05 万人次，同比增长 5.53%，其中 5 月 2、3、4 日连续三天游客接待量达最高限量，创下近三年五一假期新高。根据微峨眉公众号，26 年五一假期峨眉山站客流持续高位运行。5 月 1 日到达旅客 1.77 万人次，5 月 3 日发送旅客 1.33 万人次，双双创下单日旅客到发量历史新高。
- **抖音美妆 26 年 4 月增长 19%，国货销售表现亮眼。**根据青眼情报，2026 年 4 月，抖音美妆类目（涵盖美容护肤、彩妆/香水/美妆工具、美容美体医疗器械、美容个护仪器）GMV 达 208.71 亿元，同比增长 19.26%。其中美容护肤贡献 130.99 亿元，彩妆/香水/美妆工具贡献 69.23 亿元。**分品类来看，1）护肤赛道：**为抖音美妆大盘的压舱石。26 年 4 月抖音护肤总 GMV 为 130.99 亿元，同比增长 10.43%。其中，TOP20 品牌 GMV 为 31.51 亿元，占护肤赛道比重为 24.06%，韩束以 3.27 亿元的 GMV 稳居护肤榜首，延续其在抖音渠道的强势表现；**2）彩妆赛道：**彩妆/香水/美妆工具的增势更为迅猛，26 年 4 月 GMV 达 69.23 亿元，同比增幅近 40%，成为美妆大盘的增长新引擎，蒂洛薇以 2.84 亿元 GMV 蝉联榜首。整体而言，国货美妆品牌在产品力、营销力、渠道适配性上的优势持续凸显，有望在抖音美妆赛道迎来更大的增长空间。
- **投资分析意见：**服务消费政策组合拳持续加码，叠加节假日放假配合，预计带动文旅景区产业链、酒店、餐饮业态蓬勃发展，建议关注服务消费板块全年投资主线。1）服务消费方面建议关注受益于出行增长、基本面坚挺的板块，如餐饮、酒店、景区等；2）美护方面建议关注基于较高专业性与创新性的优质国货品牌，如毛戈平，上美股份等；3）黄金珠宝建议关注更受年轻消费者欢迎的古法黄金赛道头部品牌，如老铺黄金，潮宏基等；4）潮玩方面，建议关注具备 IP 创造及对 IP 运营有丰富的成功经验的公司泡泡玛特；5）现制茶饮方面，建议关注品牌力较强且业务覆盖区域较广的头部茶饮品牌，如蜜雪集团、古茗。
- **风险提示：**零售环境修复不及预期风险；国际局势变动风险；市场竞争加剧风险。

## 内容目录

---

1. 本周新消费行业行情跟踪 .....	5
2. 重点行业数据 .....	5
3. 行业新闻 .....	6
4. 投资分析意见 .....	7
5. 风险提示 .....	7

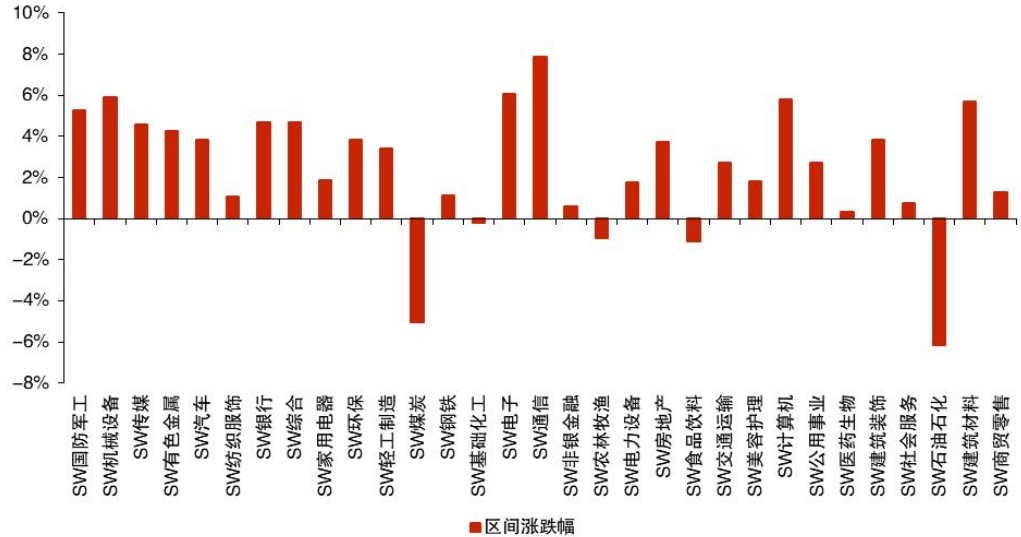
## 图表目录

图表 1: 各行业本周涨跌幅表现 (2026.5.4-2026.5.8) .....	5
图表 2: 3月中国限额以上纺织服装类零售额同比+7.0% .....	5
图表 3: 3月中国限额以上化妆品类零售额同比+8.3% .....	5
图表 4: 3月中国限额以上金银珠宝类零售额同比+11.7% .....	6
图表 5: 3月中国限额以上饮料类零售额同比+8.2% .....	6
图表 6: 2025Q1-Q4 黄金首饰消费量累计值同比下滑 .....	6
图表 7: 截至5月7日, COMEX 金价为 4696 美元/盎司 .....	6

## 1. 本周新消费行业行情跟踪

**新消费行情跟踪：**本周（5月4日至5月8日），申万美容护理周涨跌幅+1.82%，申万商贸零售指数周涨跌幅+1.29%，申万社会服务周涨跌幅+0.76%。

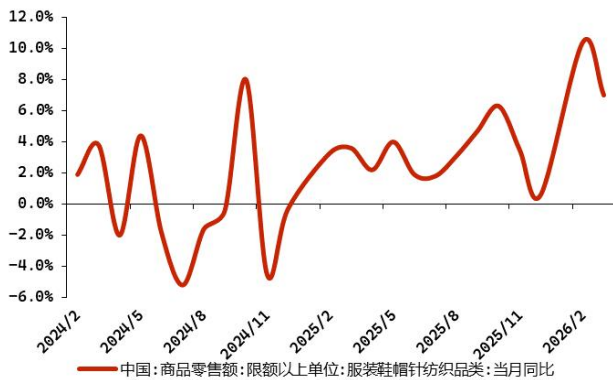
图表 1：各行业本周涨跌幅表现（2026.5.4-2026.5.8）



资料来源：Wind，华源证券研究所

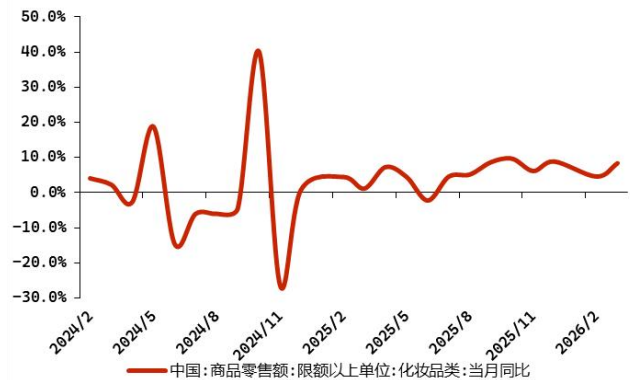
## 2. 重点行业数据

图表 2：3月中国限额以上纺织服装类零售额同比+7.0%



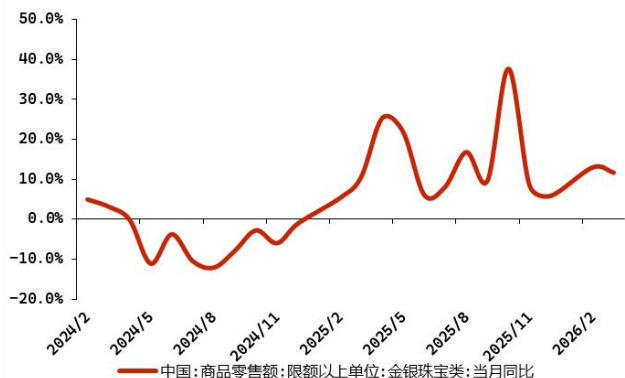
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 3：3月中国限额以上化妆品类零售额同比+8.3%



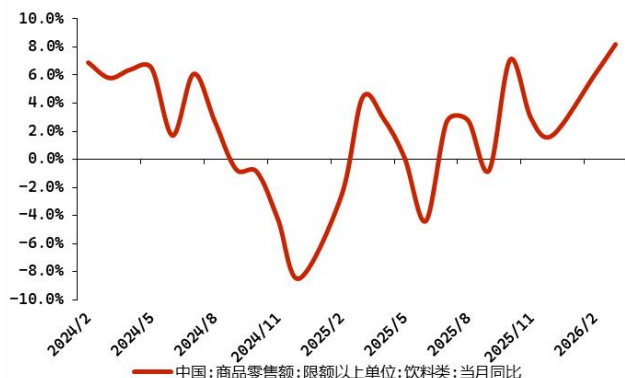
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 4：3 月中国限额以上金银珠宝类零售额同比+11.7%



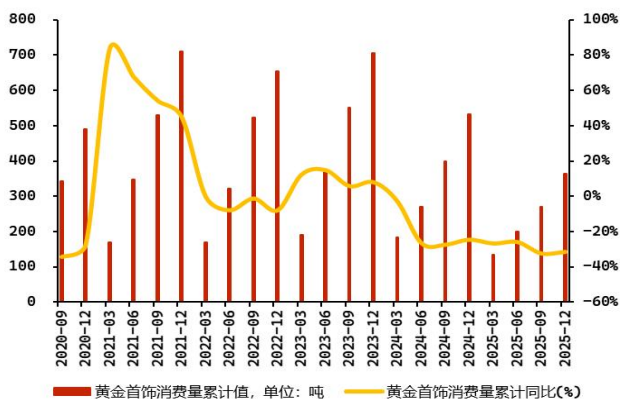
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 5：3 月中国限额以上饮料类零售额同比+8.2%



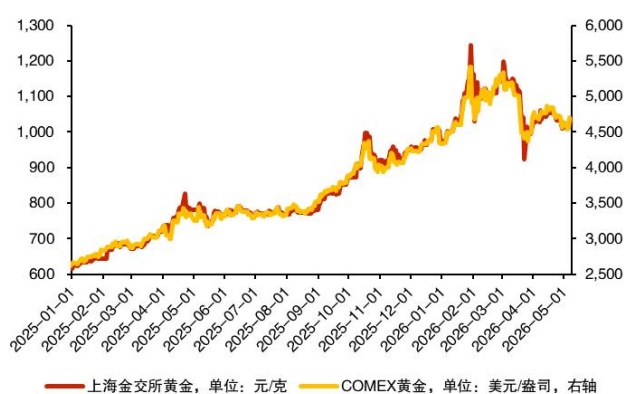
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 6：2025Q1-Q4 黄金首饰消费量累计值同比下滑



资料来源：中国黄金协会，Wind，华源证券研究所

图表 7：截至 5 月 7 日，COMEX 金价为 4696 美元/盎司



资料来源：Wind，华源证券研究所

### 3. 行业新闻

- (1) 周大福在香港尖沙咀广东道开出了全球首家旗舰店，同时正式推出了“周大福家居”产品线。足金餐具、茶器、国际象棋，还有香插、烛台，以及和法国柏图联名的瓷器餐具，一并亮相。（来源：中国黄金珠宝公众号）
- (2) 4 月 30 日，霸王茶正式登陆韩国市场，设在首尔江南、龙山和新村的三家门店同步开业。首店选址首尔江南，另外两家门店分别落户龙山 I'Park Mall 及新村大学城。（来源：新商网公众号）
- (3) 中国硬折扣零售领域的代表性企业乐尔乐传来重磅消息，其创始人陈正国证实，公司旗下新品牌“乐友乐”已经启动港股上市筹备。（来源：零售圈公众号）
- (4) 香港特区政府统计处：2026 年 1-3 月，香港零售业总销货价值临时估计为 927.7 亿元，同比增长 12.1%；其中，药物及化妆品零售业销货价值为 89.2 亿元，同比增长 6.7%。（来源：青眼情报）

- (5) 阿曼奢华香水品牌 Amouage 2026 年第一季度零售额为 12.9 亿元，同比增长 90%；其中，亚太增长 124%，中国市场表现尤为突出，同比增幅达 10 倍。（来源：青眼情报）

## 4. 投资分析意见

服务消费政策组合拳持续加码，叠加节假日放假配合，预计带动文旅景区产业链、酒店、餐饮业态蓬勃发展，建议关注服务消费板块全年投资主线。具体包括：

- 1) 服务消费方面建议关注受益于出行增长、基本面坚挺的板块，如餐饮、酒店、景区等；
- 2) 美妆方面建议关注基于较高专业性与创新性的优质国货品牌，如毛戈平，上美股份等；
- 3) 黄金珠宝建议关注更受年轻消费者欢迎的古法黄金赛道头部品牌，如老铺黄金，潮宏基等；
- 4) 潮玩方面，建议关注具备 IP 创造及对 IP 运营有丰富的成功经验的公司泡泡玛特；
- 5) 现制茶饮方面，建议关注品牌力较强且业务覆盖区域较广的头部茶饮品牌，如蜜雪集团、古茗。

## 5. 风险提示

**零售环境修复不及预期风险。**可选消费行业受宏观经济及消费者消费意愿等因素影响较大，若零售环境修复不及预期，存在经营结果不及预期风险。

**国际局势变动风险。**国际政治、经济环境、进出口目的国的贸易政策存在变化风险，可能带来进出口关税增加、国际供应链（海运等）成本增加等情况，将可能对具备出海逻辑或需进口原材料的企业造成影响。

**市场竞争加剧风险。**国内消费细分市场存在多品牌竞争的情况，若市场规模增长遇到瓶颈，则有同业竞争加剧的风险。

## 证券分析师声明

本报告署名分析师在此声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，本报告表述的所有观点均准确反映了本人对标的证券和发行人的个人看法。本人以勤勉的职业态度，专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观的出具此报告，本人所得报酬的任何部分不曾与、不与、也不将会与本报告中的具体投资意见或观点有直接或间接联系。

## 一般声明

华源证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告是机密文件，仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司客户。本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息撰写，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、工具、意见及推测等只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人作出邀请。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特殊需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或使用本报告所造成的一切后果，本公司及/或其关联人员均不承担任何法律责任。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。

本报告所载的意见、评估及推测仅反映本公司于发布本报告当日的观点和判断，在不同时期，本公司可发出与本报告所载意见、评估及推测不一致的报告。本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。除非另行说明，本报告中所引用的关于业绩的数据代表过往表现，过往的业绩表现不应作为日后回报的预示。本公司不承诺也不保证任何预示的回报会得以实现，分析中所做的预测可能是基于相应的假设，任何假设的变化可能会显著影响所预测的回报。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告的版权归本公司所有，属于非公开资料。本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式修改、复制或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。如征得本公司许可进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华源证券研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。本公司保留追究相关责任的权利。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

本公司销售人员、交易人员以及其他专业人员可能会依据不同的假设和标准，采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论或交易观点，本公司没有就此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

## 信息披露声明

在法律许可的情况下，本公司可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。本公司将会在知晓范围内依法合规的履行信息披露义务。因此，投资者应当考虑到本公司及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

## 投资评级说明

**证券的投资评级：**以报告日后的6个月内，证券相对于同期市场基准指数的涨跌幅为标准，定义如下：

买入：相对同期市场基准指数涨跌幅在20%以上；

增持：相对同期市场基准指数涨跌幅在5%~20%之间；

中性：相对同期市场基准指数涨跌幅在-5%~+5%之间；

减持：相对同期市场基准指数涨跌幅低于-5%及以下。

无：由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级。

**行业的投资评级：**以报告日后的6个月内，行业股票指数相对于同期市场基准指数的涨跌幅为标准，定义如下：

看好：行业股票指数超越同期市场基准指数；

中性：行业股票指数与同期市场基准指数基本持平；

看淡：行业股票指数弱于同期市场基准指数。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；

投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

**本报告采用的基准指数：**A股市场基准为沪深300指数，香港市场基准为恒生中国企业指数（HSCEI），美国市场基准为标普500指数或者纳斯达克指数。