

2026年05月18日

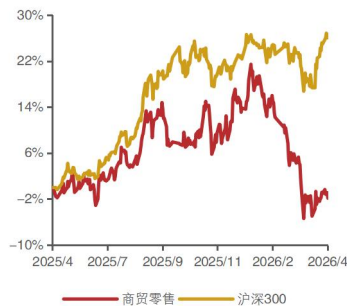
投资评级：看好（维持）

证券分析师

丁一  
SAC: S1350524040003  
dingyi@huayuanstock.com

联系人

板块表现：



## 出入境机票预订量同比增长 10%；泡泡玛特一季度整体收益同比增长 75%-80%

——新消费行业周报（2026.5.11-2026.5.15）

投资要点：

- **五一节后机票价格回落，出入境机票预订量同比增长 10%。**航旅纵横大数据显示，截至 5 月 12 日，5 月 13 日-5 月 31 日的国内航线机票预订量超 1189 万张；5 月 13 日-5 月 31 日的出入境航线机票预订量超 367 万张，同比增长约 10%。国内热门目的地前 5 为北京、上海、成都、广州、昆明；出境热门目的地为首尔、中国香港、曼谷、新加坡、中国台北等；入境热门目的地有：上海、北京、广州、成都、深圳等。
- **4 月民航客运量同比微增，商务线增长强劲，国际航班恢复至 2019 年同期的 89.3%。**航班管家数据测算，4 月全民航共运输旅客约 6,109 万人次，同比增长 0.3%；4 月份民航国内运力同比 2025 年下降 1.1%，国内客流量同比 2025 年下降 0.4%。4 月有 25 座千万级机场进出港航班量同比下降，也有 21 座千万级机场乘客吞吐量同比正增长，其中无锡硕放和石家庄正定以 18.7%、12.4% 的增幅靠前。商务线表现突出，航班量同比增长 7.0%，旅客量增长 4.7%，客座率达 87.1%。国际方面，4 月民航国际客运航班超 5.5 万班次，恢复至 2019 年同期的 89.3%，但赴日本航班恢复率降至 50.1%。另外，4 月国内经济舱平均票价 843.1 元，同比增长 16.0%，较 2019 年增长 4.9%。
- **泡泡玛特一季度整体收益同比增长 75%-80%，中国区增长表现强劲。**公司 2026 年 Q1 未经审核数据显示，整体收益同比增长 75%-80%。分区域看，中国收益同比增长 100%-105%；亚太（中国以外）同比增长 25%-30%，增速放缓；美洲同比增长 55%-60%，欧洲及其他地区同比增长 60%-65%。渠道层面，中国线下渠道收益同比增长 75%-80%，线上渠道同比增长 150%-155%。公司具备 IP 玩具全产业链运营能力，IP 创造与渠道触达能力持续强化，伴随海外业务逐步扩大、产品海外影响力不断提升，有望打开第二增长极。
- **以“运动度假”为代表的新兴旅行方式走热，成为周末微度假的新型场景和形态。**同程旅行 5 月 15 日发布《2026“运动度假”旅行趋势报告》，截至 5 月 15 日，数据显示，溯溪、徒步、骑行等关键词搜索热度环比上月涨超 180%，2-3 天短途订单占比过半。用户结构上，20-35 岁年轻人是主力，55 岁左右、时间自由的“新银发”也开始尝鲜。项目层面，截至 5 月 15 日，徒步热度环比增长 126%，增幅领跑一众运动度假项目；溯溪带动安吉、宣城、清远等地酒店民宿预订热度环比增长 60%-80%；骑行带火千岛湖、洱海、阳朔等路线，周边产品预订热度环比上涨 110%；冲浪相关的旅行产品搜索热度环比上月增长 136%；越野基地、越野公园搜索热度环比上月涨超 56%。海外方面，巴厘岛、普吉岛等相关旅游产品预订热度环比涨超 40%，网球、瑜伽、浮潜等项目正在破圈。6 月份长白山万达国际度假区还将举办第五届长白山森氧跑，吸引不少运动度假爱好者关注。
- **26Q1 外资美妆品牌业绩表现平淡，功效化或成外资美妆增长引擎。**1) 品牌端来看，头部集中效应持续加剧，TOP3 公司合计营收超 1800 亿元，占整体比重超 40%。28

家企业中除 4 家原料企业，其余半数业绩表现均有所下滑。以增速口径比较，韩国美容科技企业 APR 以 123.04% 的同比增幅，27 亿元的营收位居首位，其美妆部门贡献营收超 2 亿元，占总营收比重达 76.3%，同比大增 174.3%，核心单品 Medicube PDRN 系列累计销量突破 5000 万件，爆品驱动效应明显，欧莱雅、雅诗兰黛等头部集团仍实现稳健增长，凸显成熟美妆巨头具备较强抗周期能力。从 2026 年 1-4 月中国线上数据看，外资美妆格局整体较为稳定。线上 TOP20 中，前 10 席位欧美品牌占 9 席。欧莱雅稳居榜首。2) **上游端来看**，帝斯曼-芬美意、IFF、莹特丽等 6 家上游供应商合计贡献营收 700 亿元，同比下降 3%，其中仅科丝美诗一季度实现正增长，根据其财报公布，其广州地区业务结构逐步向线下及出口渠道多元化发展，推动了业绩增长；另一方面，其美国市场同比大增 46.5%，海外扩张显著。

- **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

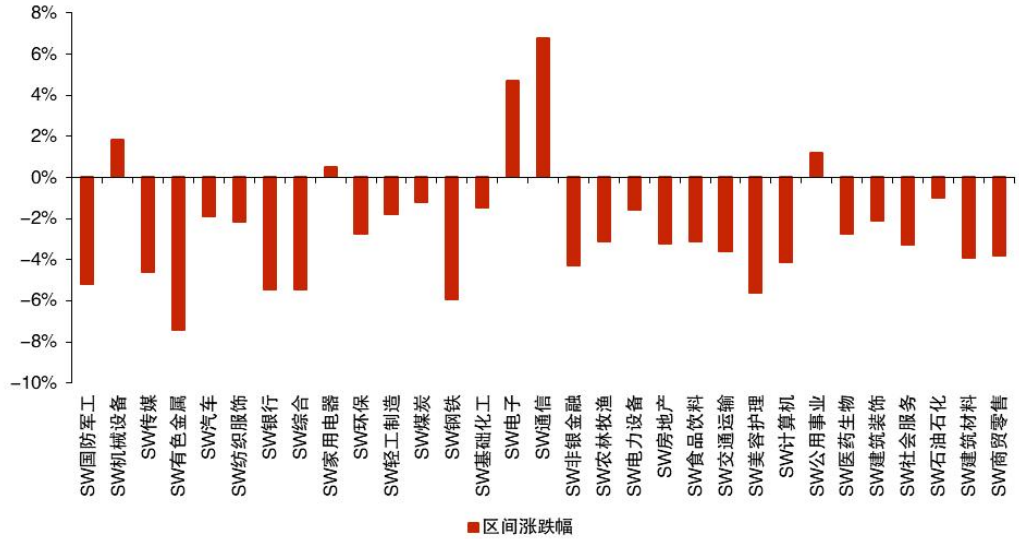
## 图表目录

图表 1: 各行业本周涨跌幅表现 (2026.5.11-2026.5.15) .....	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: 2025Q1-2026Q1 黄金首饰消费量累计值同比下滑 .....	6
图表 7: 截至 5 月 15 日, COMEX 金价为 4544 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11日至5月15日），申万美容护理周涨跌幅-5.63%，申万商贸零售指数周涨跌幅-3.83%，申万社会服务周涨跌幅-3.27%。

图表 1：各行业本周涨跌幅表现（2026.5.11-2026.5.15）



资料来源：Wind，华源证券研究所

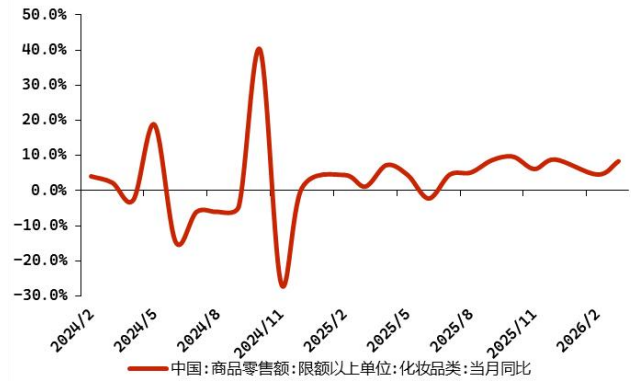
## 2. 重点行业数据

图表 2：3月中国限额以上纺服类零售额同比+7.0%

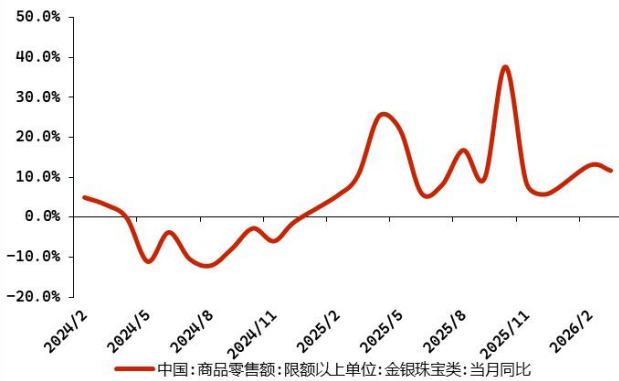


资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

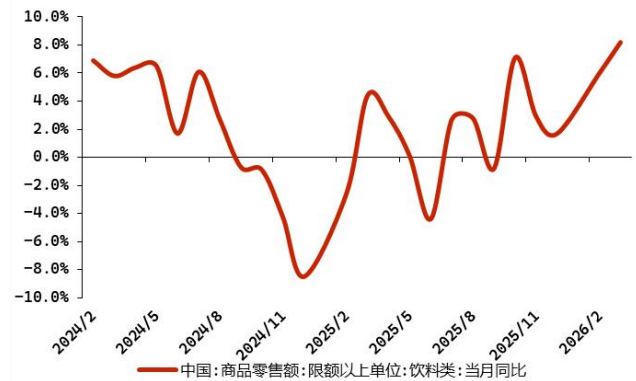
图表 3：3月中国限额以上化妆品类零售额同比+8.3%



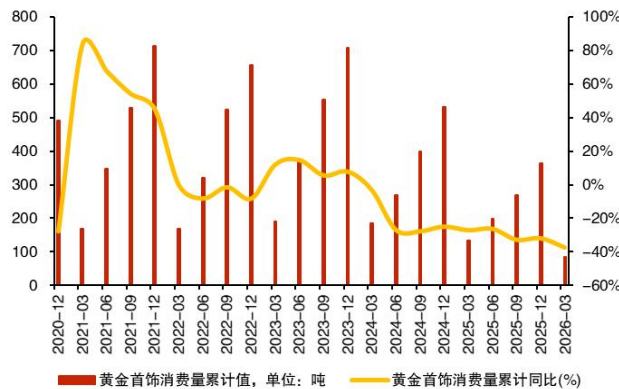
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

**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 6：2025Q1-2026Q1 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 15 日，COMEX 金价为 4544 美元/盎司**


资料来源：Wind，华源证券研究所

### 3. 行业新闻

- (1) 盒马超盒算 NB 在 5 月 15 日新进 3 个城市，16 家门店同开：合肥 3 店、台州 5 店、宿迁 5 店及浙江 3 店。此前，徐州已宣布将于 4 月 24 日三店同开，同样是首次进入。截至 2025 年底，超盒算 NB 全国门店已突破 400 家。根据规划，2026 年计划新增近 100 家门店，总数突破 500 家，新增覆盖城市超 50 个。（来源：零售圈公众号）
- (2) 5 月 9 日，华润万家旗下社区平价超市“万家家选”宣布，首家塘朗城店将于 5 月 15 日盛大开业。此举标志着这家拥有 40 余年历史的零售巨头正式进军硬折扣超市赛道。（来源：零售圈公众号）
- (3) 山姆会员商店官方宣布 5 月 15 日济南、青岛两家新店将同步开业，这是山姆进入中国市场 30 年来，首次双店同开。随着上半年山姆会员商店在无锡惠山、佛山顺德两家门店开业，以及济南和青岛即将开业的两家门店，山姆会员商店在中国的门店总数一举达到 67 家。（来源：零售圈公众号）

- (4) 海底捞与北京亦庄奢享影城合作推出“火锅影厅”，消费者可以边看电影边享用正宗海底捞火锅，这也是海底捞首次在北京尝试这一新模式。从露营店、夜宵店再到进驻电影院，海底捞希望通过持续的场景创新，创造更多“到店理由”。（来源：零售圈公众号）
- (5) 上美与儿科专家崔玉涛联合成立上海育肤化妆品有限公司，注册资本 1000 万元，经营范围涵盖化妆品及母婴用品相关业务。（来源：青眼情报）
- (6) 老佛爷百货宣布北京门店将于 5 月 27 日正式结束营业。此次关店是继 2025 年重庆门店闭店后，老佛爷百货再度缩减中国线下版图。（来源：青眼情报）
- (7) 路透社报道美国零售巨头沃尔玛宣布将裁撤或调迁约 1000 个企业技术和产品岗以简化组织架构，提升运营效率。（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。