

2026年05月31日

服务消费政策加码；618大促各平台策略分化

——新消费行业周报（2026.5.25-2026.5.29）

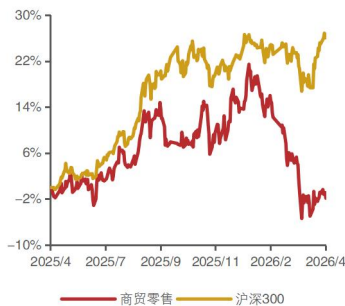
投资评级：看好（维持）

证券分析师

丁一
SAC: S1350524040003
dingyi@huayuanstock.com

联系人

板块表现：



投资要点：

- **“服务消费季”将启，“旅游+”“体育+”等业态融合或成支持重点。**5月28日，商务部宣布将于6月1日在浙江杭州启动2026年“服务消费季”活动，活动将聚焦多元需求，创新消费场景并促进“旅游+”“美食+”“体育+”“演艺+”“冰雪+”等业态融合，强化多方联动并推出覆盖10余个领域的160多项重点活动，让消费更惠民、更鲜活。商务部新闻发言人何亚东介绍，“服务消费季”活动是商务部重点打造的服务消费领域品牌活动。活动将聚焦多元需求，培育一批服务质量好、创新动能足、带动作用强的服务消费品牌，让消费更便利、更优质。
- **截至5月26日，端午假期国内机票预订量超93万张，出入境机票预订量同比增长约9%。**端午假期与暑期预订数据陆续出炉，航旅纵横大数据显示，截至5月26日，端午假期国内机票预订量超93万张，同比去年略有增长；出入境航线机票预订量增长超45万张，同比增长约9%；端午假期前往新疆的机票预订量超4.8万张，同比去年略有增长，旅客主要来源于北京、上海、广州、成都、西安。截至5月26日，暑期7月的国内机票预订量超235万张，同比去年略有增长；出入境航线机票预订量超244万张，同比增长约9%；7月国内热门目的地前五为上海、北京、广州、昆明、乌鲁木齐，首尔、中国香港、曼谷、中国台北、新加坡、伦敦、吉隆坡、莫斯科等城市为出境热门目的地。
- **亲子游预订热度同比增长70%，“成长型”与“怀旧式”成两大引擎。**“六一”国际儿童节到来之际，同程旅行发布《2026“六一”亲子游洞察报告》。数据显示，2026年初至今，同程旅行平台亲子游预订热度同比增长70%，市场规模与消费热情持续提升。北京、上海、济南等多地部分学校明确“六一”放假一天，有效激发周边出游，截至5月28日，5月29日至6月1日期间亲子周边游预订热度环比前一周提升超过65%，其中博物馆、主题乐园、动物园等核心景区门票预订热度环比增长最为显著，增幅分别达82%、71%和69%。春假制度实施后，4-5月传统淡季亲子游订单占比同比提升18个百分点，微度假模式日益成为主流并带动年均出游频次同比提升超1.4次；研学一日/半日游产品预订热度环比增长超120%，“自然探索”与“文化传承”成主流主题。同时，亲子游内涵正向外延伸，成年子女带父母出游预订热度同比增长55%，同程研究院分析，亲子游正从“儿童中心主义”向“家庭全员体验与情感共融”演进。
- **各平台策略分化，重塑618大促格局。**存量博弈背景下，各平台的大促节奏呈现出明显差异，可划分为“长线拉锯”及“短促聚焦”两类模式，抖音、淘宝/天猫、快手等平台选择“拉长战线”模式，具体来看，抖音618从5月15日持续至6月18日，共35天，分为五个波段，结合“520”、世界杯、端午等节点，实现“持续蓄水、多点发力”；淘宝/天猫从5月21日启动至6月20日，共32天，采用“预售+现货”双阶段模式；快手同样在5月上旬启动长达一个多月的大促，平台通过覆盖母亲节、“520”、端午等节点引导错峰消费，实现GMV稳步增长；京东平台则选

择“短促聚焦”模式，618大促于5月30日晚8点开启，持续至6月21日，节奏紧凑，这一策略精准回应消费者的“促销焦虑”，集中优惠及发力节点，降低决策成本。

- **26年618天猫将国补范围从10个品类扩容至32个，化妆品首次纳入政府补贴范围。**26年天猫618期间，扫地机器人、洗碗机、干衣机、智能马桶、数码相机、具身智能机器人等22个品类被多省纳入补贴范围，一级能效/水效家电补贴15%，单人单件上限1500元；手机及数码产品补贴15%（单件售价不超过6000元），单人单件补贴上限500元。化妆品首次纳入地方消费补贴范围，从化妆品补贴力度来看，补贴力度或进一步向头部优质美妆品牌倾斜，如彩棠的双生气垫补贴力度达10%，敷尔佳医用海藻糖修复贴及可复美医用透明质酸钠修复贴补贴力度6%。美妆单笔消费金额虽低于家电，但消费频次高、覆盖面广、产业链带动效应强，我们认为美妆国补或将拉动高客单价产品转化率，利好头部优质品牌持续获得市场份额。
- **投资分析意见：**重视优质公司估值性价比时机，中长期看好优质公司经营表现。（估值按2026/5/29收盘价计）
 - 1) 老铺黄金：门店焕新升级，品牌力带动人群持续破圈，看好业绩增长势能，预计今年归母净利润90亿元，对应PE为9X。
 - 2) 泡泡玛特：老IP持续运营，新IP逐步发力，预计今年归母净利润160亿元，对应PE为13X。
 - 3) 蜜雪集团：兼具客群、渠道、供应链及营销等多重竞争优势，看好其国内及海外市场渠道扩张，预计今年归母净利润65亿元，对应PE为13X。
 - 4) 古茗：国内拓店空间充足，研发推新及扩品能力持续验证，预计今年归母净利润34亿元，对应PE为14X。
 - 5) 毛戈平：护肤&彩妆稳步增长，线下&线上优势显著，品牌势能向上，预计今年归母净利润16亿元，对应PE为16X。
- **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

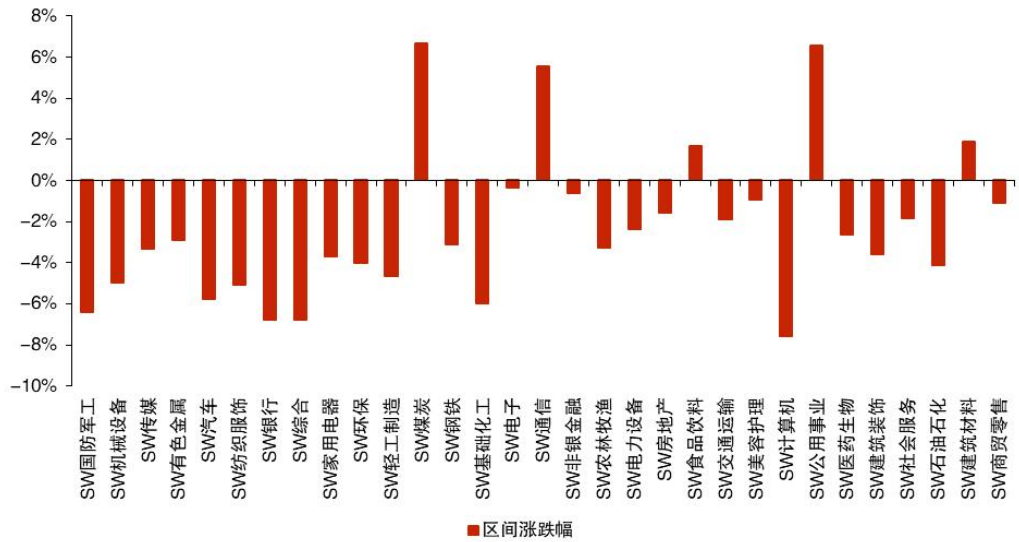
图表目录

图表 1: 各行业本周涨跌幅表现 (2026.5.25-2026.5.29)	5
图表 2: 4 月中国限额以上纺织服装类零售额同比+3.6%	5
图表 3: 4 月中国限额以上化妆品类零售额同比+4.7%	5
图表 4: 4 月中国限额以上金银珠宝类零售额同比-21.3%	6
图表 5: 4 月中国限额以上饮料类零售额同比+3.6%	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 29 日, COMEX 金价为 4570 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25日至5月29日），申万美容护理周涨跌幅-0.96%，申万商贸零售指数周涨跌幅-1.10%，申万社会服务周涨跌幅-1.85%。

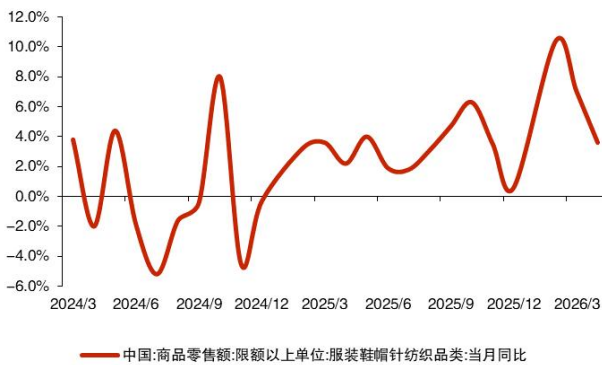
图表 1：各行业本周涨跌幅表现（2026. 5. 25-2026. 5. 29）



资料来源：Wind，华源证券研究所

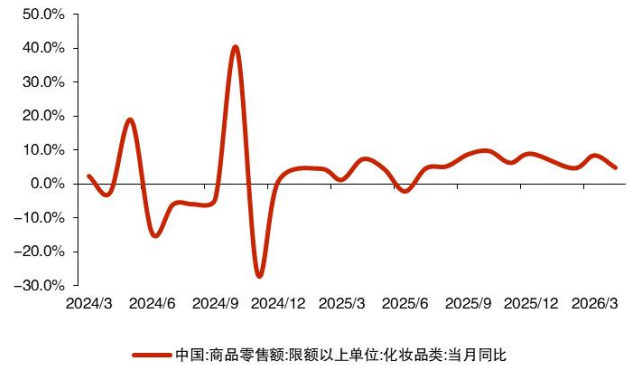
2. 重点行业数据

图表 2：4月中国限额以上纺织服装类零售额同比+3.6%



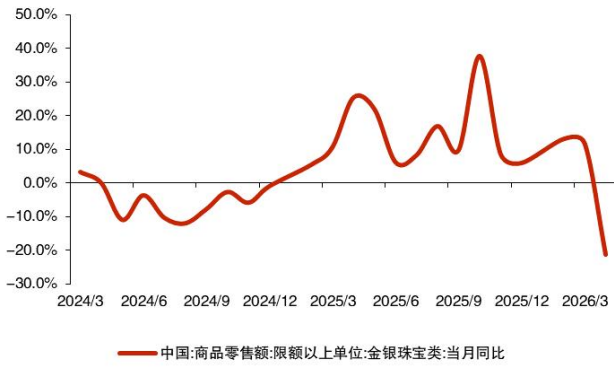
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 3：4月中国限额以上化妆品类零售额同比+4.7%



资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 4：4 月中国限额以上金银珠宝类零售额同比-21.3%



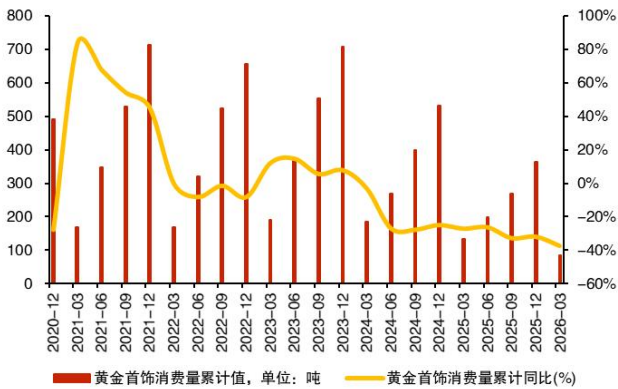
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 5：4 月中国限额以上饮料类零售额同比+3.6%



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 29 日，COMEX 金价为 4570 美元/盎司



资料来源：Wind，华源证券研究所

3. 行业新闻

- (1) 5 月 26 日，港交所官网显示，溜溜梅股份有限公司通过港交所上市聆讯。（来源：零售圈公众号）
- (2) 5 月 27 日，韩国第一大便利店品牌 CU 宣布正式进入中国市场。其线上店铺预计 6 月 1 日正式上线，实体店也在积极筹备中，线下首店将落地华东地区，具体城市尚未公布。（来源：职业零售网公众号）
- (3) 蜜雪冰城江苏首家旗舰店将于 5 月 29 日试营业，旗舰店位于南京市秦淮区茂业天地，总面积超 2000 平方米，凭借超大面积，江苏旗舰店也是目前全球最大的蜜雪冰城。截止 2025 年底，蜜雪已在全国 23 个城市落地“蜜雪冰城”旗舰店。（来源：零售圈公众号）
- (4) 海底捞在北京区域的部分门店上线了“严选小铺”业务，该业务以门店场景为核心，打造新型餐饮式零售模式，商品涵盖冷链产品，以及安格斯牛肉馅饼、虾滑馄饨等依托海底捞现有食材供应链和中央厨房体系开发的零售产品。（来源：零售圈公众号）

- (5) 中检院发布 8 项化妆品配套方法，补齐铬、防腐剂、染发剂检测空白，完善毒理及祛斑美白长期人体试用的国际化评价标准。（来源：青眼情报）
- (6) 20 亿级零售连锁奥特乐正式布局美妆护肤赛道，推出两大自有护肤品牌 FHC 和彩妆品牌 JECE。（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。

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。