



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：毕先磊（执业 S1130526040001）
 bixianlei@gjzq.com.cn

 联系人：谢俪丹
 xielidan@gjzq.com.cn

联系人：叶秋含

yeqiuhan@gjzq.com.cn

7 款 AI 手机模型备案开启端侧浪潮，增长型红利有望迎超额收益

投资逻辑：

潮玩：26M6 潮玩动漫线上 GMV 12.28 亿元，同比-14%，其中盲盒娃娃同比-20%；泡泡玛特城市乐园新区域 7 月 30 日全面开放并分档提价，POP BAKERY 海外首店同日落地新加坡，王宁率核心高管探访苹果总部并与 CEO Tim Cook 会面。

新型烟草：美国、澳大利亚和法国均强化对市场准入及销售渠道的关注，PMI 推出 VEEV inPrime 并升级感应雾化技术。《2025 年世界烟草发展报告》显示，全球烟草增量进一步向亚太和中东非洲集中，新型烟草呈现区域分化；全球烟叶产量大增，市场转向供需再平衡。

家居：内销方面，截至 7 月 10 日，30 大中城市商品房成交面积当周同比+3.70%，14 城二手房成交面积当周同比+5.93%。外销端，6 月中国家具出口金额同比+8.98%；6 月越南家具出口金额同比+12.90%。

造纸包装：截至 7 月 10 日，国内针叶浆/阔叶浆单价环比上周+47/-14 元/吨，箱板纸/瓦楞纸/白卡纸/双胶纸/生活纸/废旧黄板纸较上周分别+32/+47/+26/+0/+0/+34 元/吨。26 年 5 月份，饮料、烟酒、粮油食品、服装鞋帽针纺社零分别+6.1%/+4.8%/+1.9%/+3.8%，化妆品、日用品、药品社零分别+2.5%/+1.6%/+4.0%，多数消费品类增速较 4 月有所回落但仍保持正增长；1-5 月社零累计同比+1.4%，包装行业下游消费保持稳健，包装需求有望持续修复。

个护+AI 眼镜：1) 个护：26M6 卫生巾线上销售额同比+9.5%；中顺洁柔预告 2026 上半年归母净利润同比+46.52%至 53.18%。2) AI 眼镜：康耐特光学与 4 家国内外头部企业签署合作框架协议，联合研发项目转入小批量试产。

小米集团：短期受存储成本上涨及手机出货承压影响，但高端机占比持续提升，产品结构优化有望对冲部分成本压力；同时端侧 AI 备案加快落地，“手机×AI”战略逐步兑现，小米有望依托手机与 AIoT 生态入口强化 AI 服务分发能力，打开软硬件协同的增值空间。

AI+3D 打印：桌面级 3D 打印首次纳入国家五年消费规划，并与 AI 手机、智能穿戴等并列为新一代智能终端，政策推动行业由小众制造工具向消费级智能产品升级；叠加创想三维加码 AI 建模、端侧智能及全球人才布局，产业链软硬件协同有望进一步完善，消费级 3D 打印渗透率或加速提升。

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；中美贸易摩擦升级超预期；汇率波动风险。



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.....	3
1.5. 个护+AI 眼镜	4
1.6. 小米集团.....	4
1.7. AI+3D 打印	4
二、 行业重点数据及热点跟踪.....	4
2.1. 新型烟草行业出口数据跟踪和一周热点回顾.....	4
2.1.1 中国电子烟月度出口数据跟踪	4
2.2 轻工消费&潮玩板块线上销售数据.....	6
2.3 家居板块行业高频数据跟踪	7
2.3.1 中美地产数据	7
2.3.2 家具出口及国内零售额数据	10
2.3.3 家具原材料价格数据	12
2.4 造纸板块高频数据.....	13
2.4.1. 浆纸系原料及纸品价格变动情况.....	16
2.4.2. 废纸系原料及纸品价格变动情况.....	16
2.5 轻工出口链高频数据跟踪.....	17
2.5.1 保温杯出海高频数据跟踪.....	17
2.5.2 轻工跨境电商高频数据跟踪.....	19
三、 投资建议.....	20
风险提示.....	20



一、细分赛道景气跟踪

1.1. 潮玩

26M6 潮玩动漫线上销售额合计 12.28 亿元，同比-14%。分平台看，天猫、京东、抖音的销售额分别为 4.97 亿元、1.14 亿元、6.16 亿元，同比增速分别为-33%、+46%、1.4%。二级品类方面，盲盒娃娃线上销售额 5.71 亿元，同比-20%；动漫游戏周边销售额 3.22 亿元，同比-16%。

泡泡玛特 7 月 15 日公告 7 月 30 日新区域全面开放，票价将会同步分档上调，特定高峰日最高 238 元。此前北京城市乐园 1.5 期新区域 4 月 30 日起部分开放并启用新门票方案，标准游乐票平日 148 元。据乐园管理层透露，2025 年在约三分之二区域封闭改造的情况下，客流量仍同比增长超 70%。POP BAKERY 全国首店 6 月 17 日试运营、6 月 19 日在阿那亚正式开业，公司 7 月 14 日公告海外首店将于 7 月 30 日落地新加坡圣淘沙名胜世界，并在新加坡等地招募偶装表演者。此外，创始人王宁当地时间 7 月 14 日率核心高管团队探访苹果总部 Apple Park，与苹果 CEO Tim Cook 等高管会面，双方围绕创意设计、数字生态与全球消费趋势展开交流。

1.2. 新型烟草

本周海外新型烟草市场主要关注监管、非法销售和产品升级。美国公共卫生组织就 FDA 电子烟和尼古丁袋执法指南提起诉讼，认为部分未获营销授权的产品在申请审查期间继续销售，削弱了上市前审查制度的约束力。APUS Chloe 50K 等未出现在 FDA 公开授权名单中的高口数一次性电子烟仍通过线上渠道进入美国市场，进一步反映美国电子烟市场存在审查周期长和渠道执行不足等问题。澳大利亚电子烟广告禁令实施两年后，非法销售逐步由实体零售转向社交媒体和独立网站，线上监管难度加大。法国围绕电子烟中性包装的政策讨论升温，帝国品牌法国子公司提出，监管应重点加强市场准入。

产品端，PMI 推出 VEEV inPrime，VEEV inPrime 首次应用感应雾化技术，并升级烟弹、烟液和使用体验。该产品已在希腊、爱沙尼亚、英国和意大利等欧洲市场分阶段上市，显示头部烟草公司正持续提升封闭式电子烟的技术与平台。

本周发布的《2025 年世界烟草发展报告》补充了全球区域市场及烟叶供给数据。亚太和中东非洲合计贡献全球超过六成的烟草市场增量，北美和大洋洲销售额分别下降 0.6% 和 9.5%，全球增长进一步向新兴区域转移。新型烟草路径继续分化，日本和东欧以加热卷烟为主，美国和西欧的尼古丁袋保持较快增长；印度尼西亚和土耳其仍由传统卷烟贡献主要增量。烟叶端，全球供给同比增长 31.6%，巴西和津巴布韦恢复性增产，供需关系逐步转向平衡，价格理性转换

1.3. 家居板块

内销方面，地产市场在短暂企稳后再度显露下行压力，新房成交同比由前周的降幅收窄再度走弱，二手房同比虽维持正增长但后续动能尚待观察。截至 7 月 10 日，30 大中城市商品房成交面积当周同比+3.70%，14 城二手房成交面积当周同比+5.93%。从边际变化看，新房同比较前周的两位数负增明显收窄后再度小幅下探，二手房同比则在前期小幅回落再度反弹走强，两者走势分化反映出当前市场仍处于政策托底与内生需求疲弱的拉锯阶段。新房端受益于 6 月末年中冲量及部分城市优质项目集中入市的阶段性支撑，同比降幅已大幅收窄，但进入 7 月初传统淡季后推盘节奏放缓，同比再度转弱；二手房端则受学区房需求释放及“以价换量”惯性延续的提振，同比增速再度走高，但价格端仍未见明显止跌信号。整体来看，当周新房走弱、二手房回暖的分化格局延续，后续地产基本面的真正企稳，仍有赖于增量政策工具的落地及居民端收入与房价预期的实质性修复。

6 月中国家具出口金额同比+8.98%，延续上期增长趋势；6 月越南家具出口金额同比+12.90%，增速环比持续上升。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。7 月 10 日上海出口集装箱综合运价指数（SCFI）报 3184.83 点，较上期下跌 4.27%。

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、多渠道扩张，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。

1.4. 造纸包装

1) 造纸：截至 7 月 10 日，国内针叶浆/阔叶浆单价环比上周+47/-14 元/吨，箱板纸/瓦楞纸/白卡纸/双胶纸/生活纸/废旧黄板纸较上周分别+32/+47/+26/+0/+0/+34 元/吨。原料方面，木浆供应暂无变动，阔叶浆需求清淡，价格继续小幅走弱；受降水影响，废纸价格整体延续稳中上涨。废纸系方面，箱板纸均价为 3794 元/吨，环比+0.8%，同比+8.3%；瓦楞纸均价 3312.78 元/吨，环比+1.4%，同比+22.3%。废纸系延续上涨趋势，主要受成本高企，成品纸库存低位运行等因素影响。浆纸系方面，双胶纸、铜版纸、生活用纸下游市场供需延续偏弱局面，价格低位持平，白卡纸纸厂持挺价态度，市场跟进涨价落实。

2) 包装：26 年 5 月份，饮料、烟酒、粮油食品、服装鞋帽针纺社零分别+6.1%/+4.8%/+1.9%/+3.8%，化妆品、日用品、药品社零分别+2.5%/+1.6%/+4.0%，多数消费品类增速较 4 月有所回落但仍保持正增长，其中饮料类增速逆势提升至+6.1%；家用电器和音像器材类社零同比-15.6%，主要受去年高基数及消费节奏调整影响。1-5 月社会消费品零售总额累计同比+1.4%，整体看包装行业下游消费保持稳健，包装需求有望持续修复。截止 2026/6/30，铝锭价格为 2.32 万



元/吨，环比上月小幅回落但同比仍上涨 12.20%，铝价维持高位运行。后续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：1) 据久谦，26M6 卫生巾线上销售额合计 8.31 亿元，同比+9.2%，天猫、京东、抖音分别为 3.13 亿元、1.68 亿元、3.50 亿元，同比+3.6%、+16%、+11%；牙膏线上销售额合计 9.58 亿元，同比+4.2%，天猫、京东、抖音分别为 2.49 亿元、2.32 亿元、4.78 亿元，同比-0.9%、+55%、-7.9%。2) 中顺洁柔 7 月 15 日发布 2026 年半年度业绩预告，预计归母净利润 2.20 亿元至 2.30 亿元，同比增长 46.52%至 53.18%，扣非归母净利润 2.18 亿元至 2.28 亿元，同比增长 48.37%至 55.18%，盈利修复趋势持续验证。

2) AI 眼镜：康耐特光学 7 月 16 日公告公司近期与 4 家国内外头部科技及消费电子企业签署合作框架协议，围绕 XR 智能眼镜镜片研发、生产及整机交付展开合作；位于启东的 XR 镜片专用产线已进入批量化生产验证阶段，上海工厂拟新增 4 条镜片贴合及整机包装产线，同时与两家全球头部科技企业的联合研发项目已由预研转入小批量试产，XR 业务正加快由研发验证向规模化量产过渡。

■ AI 眼镜-动态：1) 欧盟 7 月 14 日公布授权法案，豁免智能眼镜、智能手表等联网可穿戴设备适用可拆卸电池法规，此前 Meta Ray-Ban 智能眼镜因电池不可拆卸迟迟未能扩大欧洲销售，此次豁免亦为三星、谷歌、苹果等厂商打开欧盟市场通道。2) 据报道，OpenAI 计划 9 月推出肌电默念交互耳机 Dime，国内厂商 Wagii 已布局耳周肌电采集、语音波形重建等多项专利，计划向全球耳机厂商提供即插即用模块方案，静默输入领域关注度升温。3) 美国光学厂商 Syntec Optics 获两份军用 AR 系统弹道级显示窗口新订单，军用场景为近眼显示带来增量空间。

1.6. 小米集团

小米短期出货量承压系主动产品结构优化。根据 IDC 数据，2026 年二季度小米全球智能手机出货 3120 万部，同比-26.4%，市场份额 11.2%维持全球第三。公司主动收缩低端机型以应对存储成本上涨，短期虽对出货量形成压力，但有助于降低低毛利产品占比，推动结构向中高端迁移，改善手机业务盈利质量。

端侧 AI 备案落地加速"手机×AI"战略兑现。7 月 15 日，《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法》正式施行，同日，国家网信办公布手机端侧生成式人工智能服务备案信息，小米澎湃 AI、努比亚豆包手机大模型等 7 款模型完成备案。努比亚同步宣布率先完成智能体大模型备案，其全球首款 AI 智能体手机将成为首款搭载该类大模型的终端产品。相关规则及备案落地，标志着端侧 AI 逐步进入规范化发展阶段。作为国内"手机×AIoT"生态布局最完善的厂商，小米在端侧 AI 的率先卡位，有望将其海量终端入口优势转化为 AI 服务分发能力，加速 AI 手机从概念落地为实际用户体验，打开硬件之外的增值服务空间。

1.7. AI+3D 打印

桌面级 3D 打印首次纳入国家五年消费规划，政策能级跃升标志其正式进入消费升级顶层设计，消费级渗透有望提速。7 月 13 日，国务院批复《扩大消费"十五五"规划》，明确将桌面级三维(3D)打印设备与 AI 手机、智能穿戴、智能机器人等并列为新一代智能终端产品，纳入"人工智能+消费"政策框架。这是继 2025-2026 年商务部等八部门连续发文后，政策层级首次从部门指导意见上升至国家专项规划，意味着桌面级 3D 打印从工业制造工具正式升级为家庭数字消费终端的战略方向获得顶层设计确认。政策驱动下，3D 打印有望加速由专业场景向家庭消费场景渗透，并带动设备供给、AI 建模工具及内容生态同步完善，为消费级市场扩容提供系统性支撑。

二、行业重点数据及热点跟踪

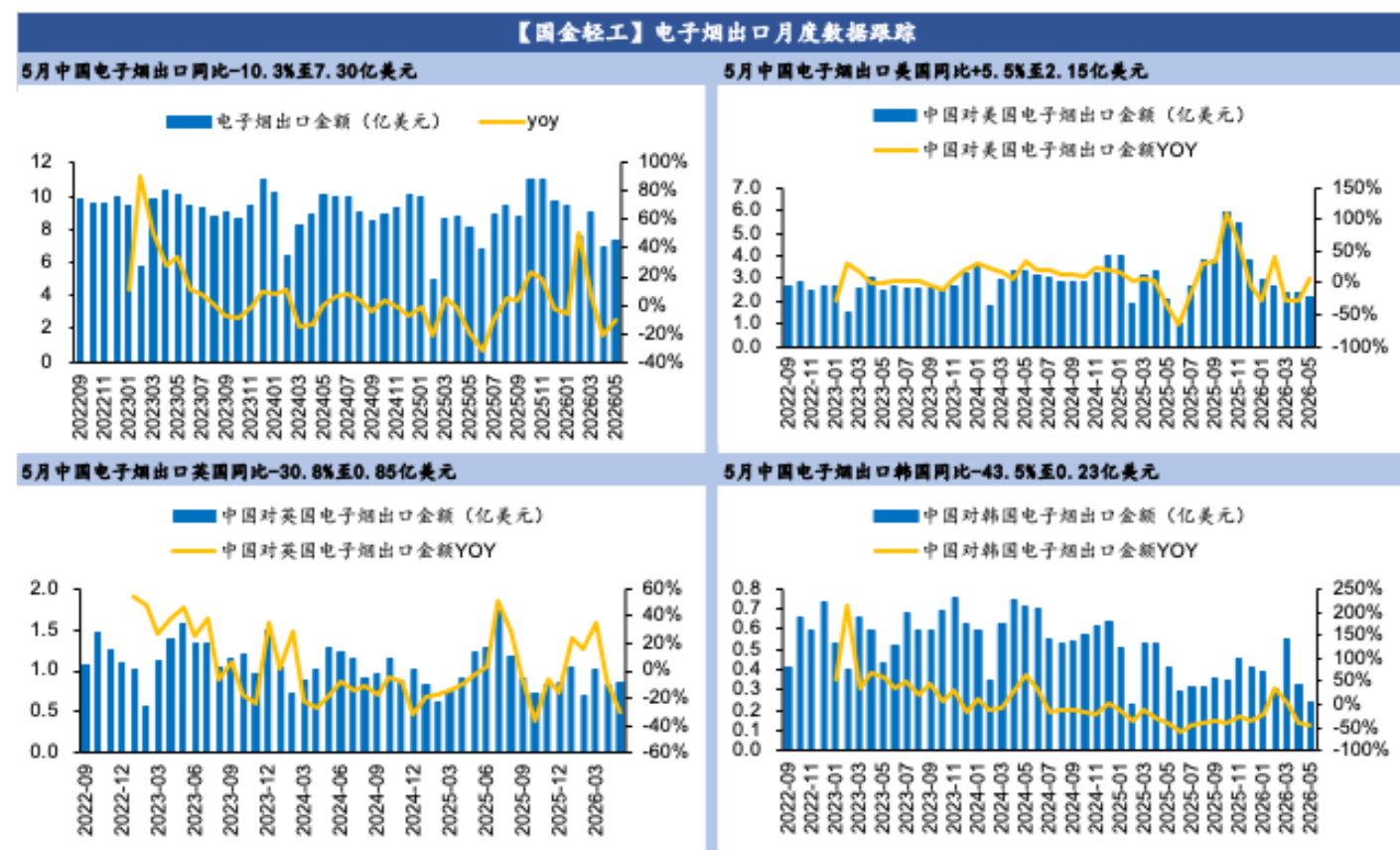
2.1. 新型烟草行业出口数据跟踪和一周热点回顾

2.1.1 中国电子烟月度出口数据跟踪

5 月中国电子烟出口同比-10.3%至 7.30 亿美元。分地区来看，出口美国/英国/韩国/日本 2.15/0.85/0.23/0.22 亿美元，同比+5.5%/-30.8%/-43.5%/-18.2%。



图表1：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2：全球电子烟行业一周热点回顾

时间	标题	内容
7.15	美国 FDA 因允许部分未授权电子烟和尼古丁袋留在市场被诉	据 Reuters 报道，美国多个公共卫生组织、儿科医生和家长于 2026 年 7 月 14 日起诉美国食品药品监督管理局（FDA），挑战该机构 5 月发布的电子烟和尼古丁袋执法指南。原告称，该政策将允许部分未经上市授权的电子烟和尼古丁袋在申请审查期间继续销售，违反美国《烟草控制法》和行政程序要求。
7.15	APUS 推出 Chloe 50K，以手袋造型切入美国高口数一次性电子烟市场	APUS 推出 Chloe 50K 一次性电子烟，并通过 Element Vape、Vapesourcing 等线上渠道面向美国市场销售。产品采用手袋式机身与链条设计，配备 20ml 烟油、1250mAh 可充电电池、双网芯以及电量和烟油余量显示，标称最高 50,000 口。FDA 最新公开授权名单中未见 APUS Chloe 50K，其在美国渠道销售不代表已获得 FDA 营销授权。
7.15	澳大利亚电子烟广告禁令实施两年后，TikTok 等社媒仍是非法销售引流通道	澳大利亚自 2024 年起禁止在所有媒体平台发布电子烟广告，但非法电子烟销售内容仍出现在 TikTok、Instagram 和 YouTube 等社交平台。与此同时，澳大利亚非法烟草市场也正从实体店转向线上网站，部分网站以普通电商页面形式销售低价烟草和电子烟，并通过 WhatsApp、银行转账和快递配送完成交易。
7.15	帝国品牌法国子公司 Seita 总经理 Julia Neumaier：法国电子烟监管应聚焦准入，而非中性包装	帝国品牌（Imperial Brands）法国子公司 Seita 总经理 Julia Neumaier 在回应法国第 2726 号法案时表示，法国电子烟监管应聚焦销售准入、年龄核验、线上销售和分销渠道控制，而不是将电子烟纳入类似卷烟的中性包装制度。法国国民议会官网显示，该法案于 2026 年 4



7.14	PMI 推出 VEEV inPrime，以感应雾化平台开启 VEEV 产品线新一代技术升级	月 28 日提交，拟为所有烟草和电子烟产品实施中性包装，并已转交社会事务委员会审议。 菲莫国际（PMI）推出新一代封闭式电子烟设备 VEEV inPrime，在 VEEV 产品线上首次引入 AdvanceVape Induction System™ 感应雾化技术平台，并同步升级烟弹、烟液配方及交互体验。根据 PMI 及各国 IQOS 官网公开信息，VEEV inPrime 已于 2026 年 5 月至 6 月启动欧洲市场分阶段上市，目前已进入希腊、爱沙尼亚、英国及意大利等市场，显示 PMI 正进一步将感应技术平台拓展至电子烟产品体系。
------	---	--

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 6 月线上销售额总计 8.31 亿元，同比+9.2%。

牙膏板块：26 年 6 月线上销售额总计 9.58 亿元，同比+4.2%。

潮玩动漫板块：26 年 6 月线上销售额总计 12.28 亿元，同比-14%；其二级品类盲盒娃娃/动漫游戏周边线上销售额为 5.71/3.22 亿元，同比-20%/-16%。

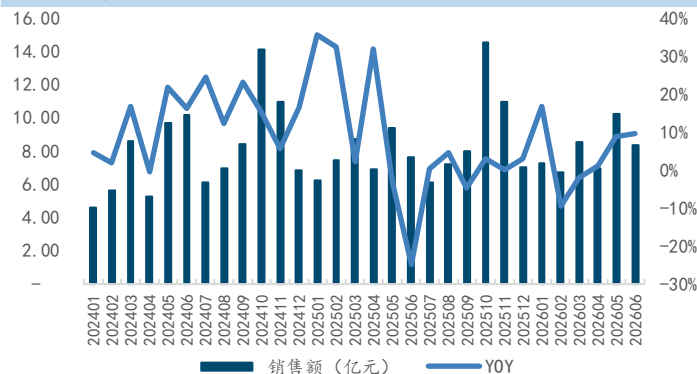
AI 眼镜板块：XR 设备 26 年 6 月线上销售额达 1.38 亿元，同比+41%。



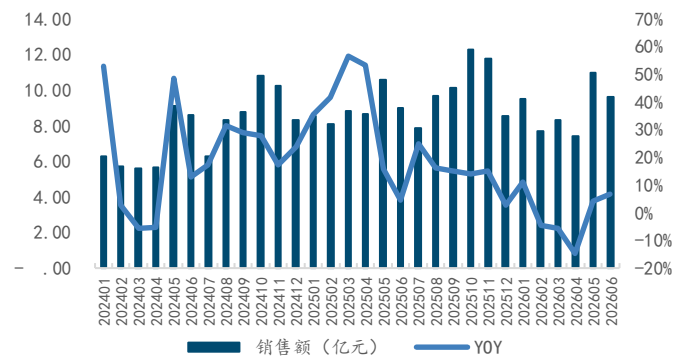
图表3：轻工个护&潮玩线上销售额

【国金轻工】轻工个护&潮玩线上销售走势

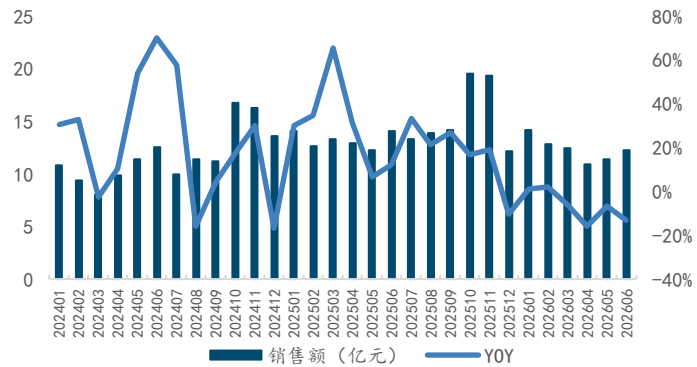
6月卫生巾线上销售额当月同比+9.5%



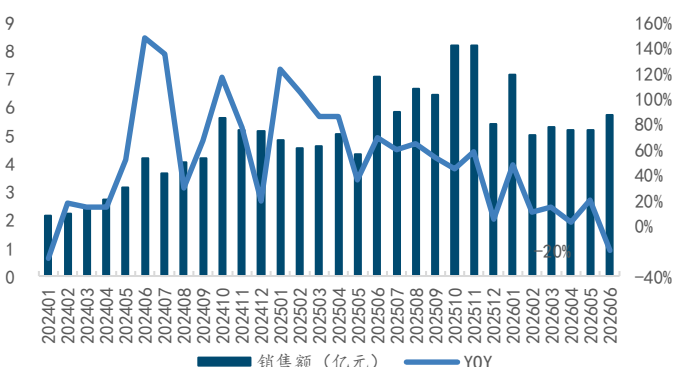
6月牙膏线上销售额当月同比+7%



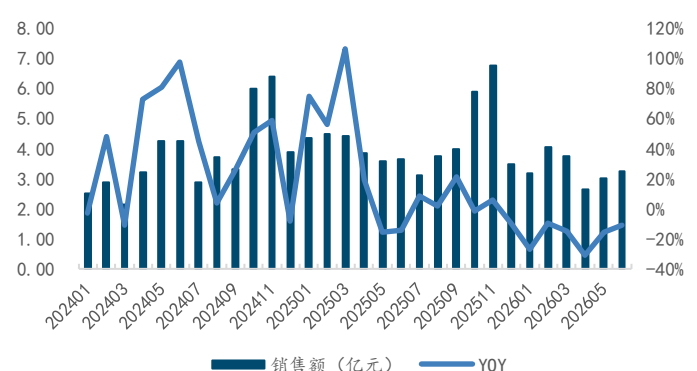
6月潮玩动漫线上销售额当月同比-12.8%



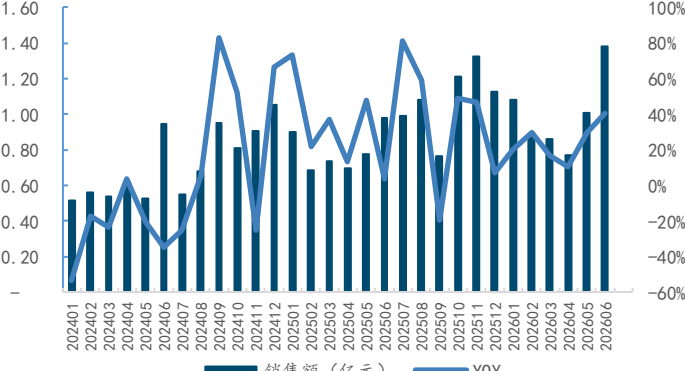
6月潮玩动漫品类下盲盒娃娃线上销售额当月同比-19%



6月潮玩动漫品类下动漫游戏周边线上销售额当月同比-11%



6月XR设备线上销售额当月同比+41%



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（7.3-7.10）30大中城市成交面积同比+3.70%。周度商品房累计成交面积同比-8.04%。

周度二手房成交面积：本周（7.3-7.10）14城二手房成交面积同比+5.93%。周度二手房累计同比+1.58%。房地产开发投资完成额：26年1-6月累计房地产开发完成额同比-18.09%。

房屋新开工面积：26年1-6月房地产新开工面积累计同比-24.18%。

月度竣工面积：26年6月全国房屋竣工面积同比-26.62%。

26年1-6月全国房屋竣工面积累计同比-25.32%。

月度销售面积：26年6月全国商品房住宅销售面积当月同比-15.34%；26年1-6月全国商品房住宅销售面积累计同比-13.14%。

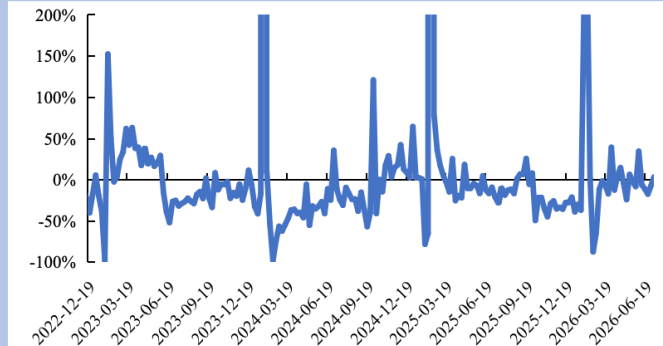
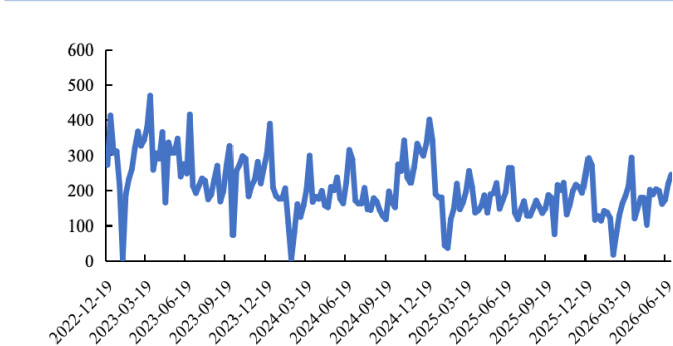


图表4：中国地产数据走势一

【国金轻工】中国地产数据走势

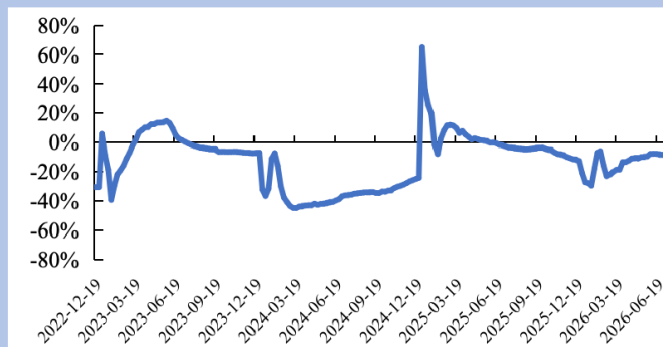
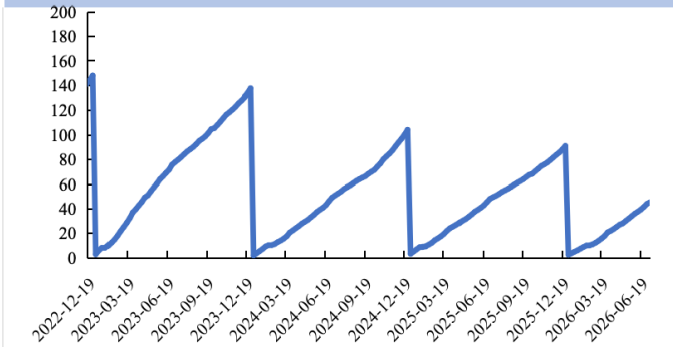
本周30大中城市成交面积当周绝对值140.74（万平方米）

本周30大中城市成交面积当周同比+3.70%



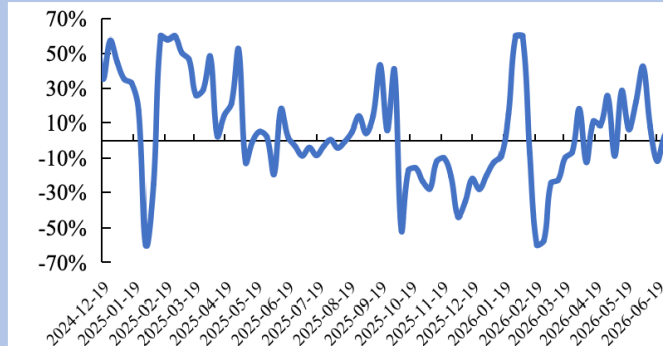
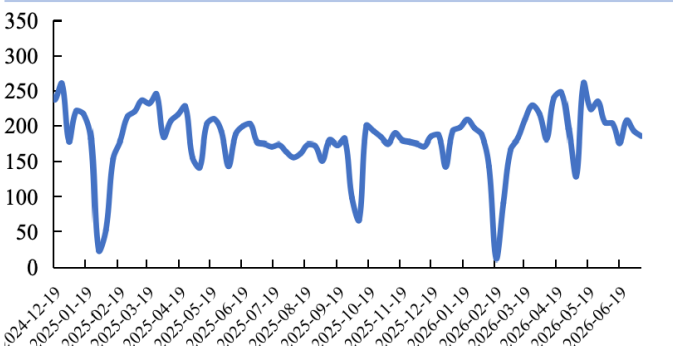
30大中城市成交面积累计绝对值45.61（百万平方米）

30大中城市成交面积累计同比-5.34%



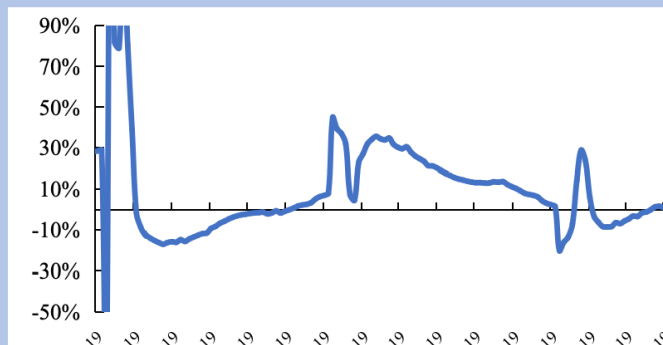
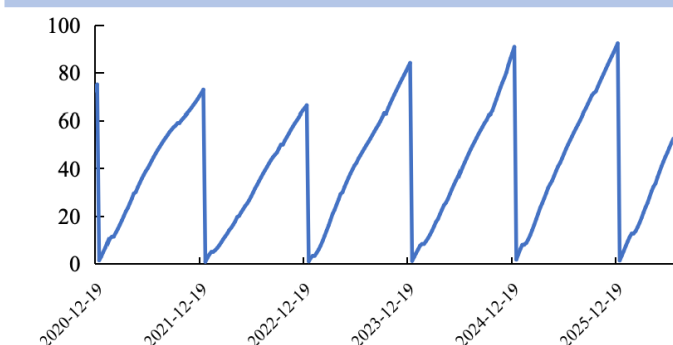
本周14城二手房成交面积当周绝对值185.54（万平方米）

本周14城二手房成交面积当周同比5.93%



14城二手房成交面积累计绝对值52.69（百万平方米）

14城二手房成交面积累计同比+1.58%



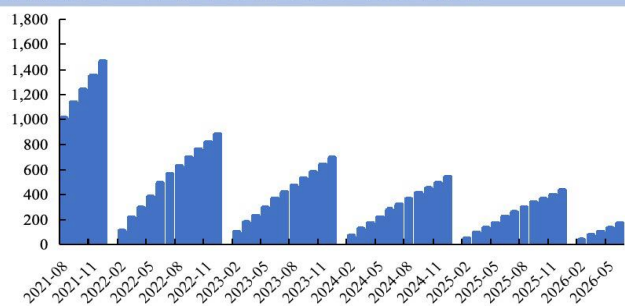
来源：Wind，国金证券研究所；注：部分波动较大数值已做平滑处理



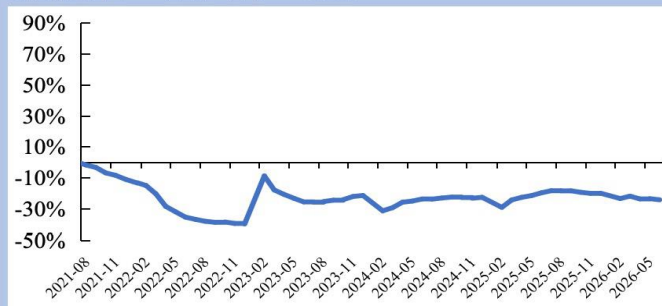
图表5：中国地产数据走势二

【国金轻工】中国地产数据走势

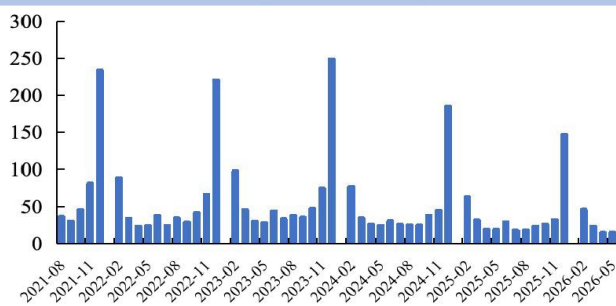
6月房屋新开工面积累计绝对值169.00（百万平方米）



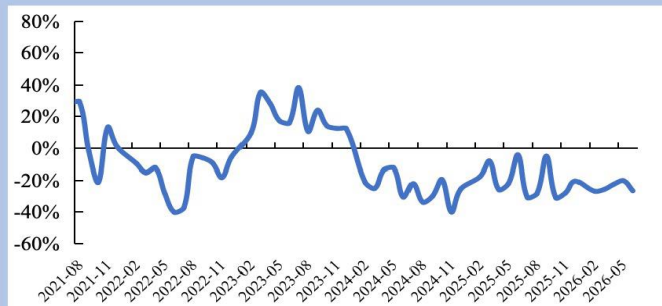
6月房屋新开工面积累计同比-24.18%



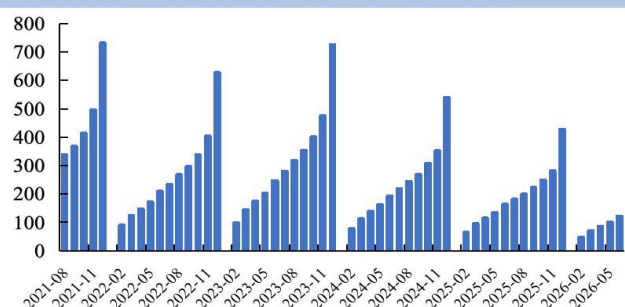
6月全国房屋竣工面积当月绝对值21.49（百万平方米）



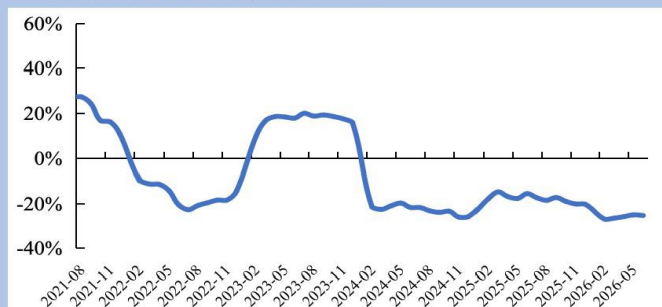
6月全国房屋竣工面积当月同比-26.62%



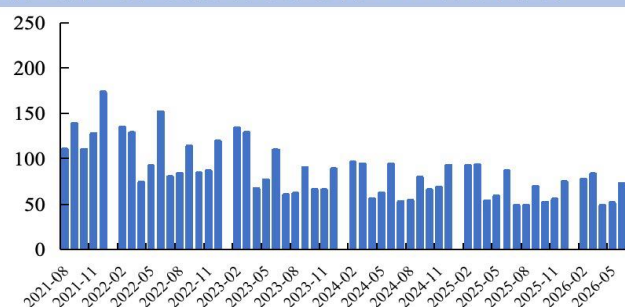
6月全国房屋竣工面积累计绝对值121.48（百万平方米）



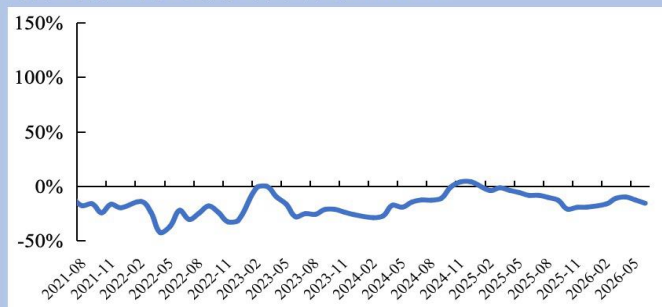
6月全国房屋竣工面积累计同比-25.32%



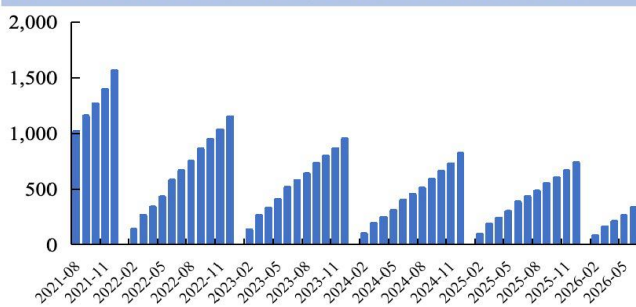
6月全国商品房住宅销售面积当月绝对值72.91（百万平方米）



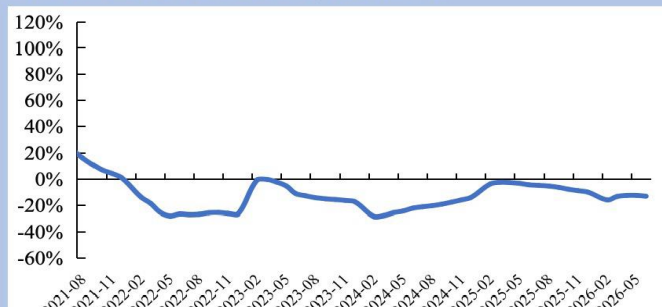
6月全国商品房住宅销售面积当月同比-15.34%



6月全国商品房住宅销售面积累计绝对值333.18（百万平方米）



6月全国商品房住宅销售面积累计同比-13.14%



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

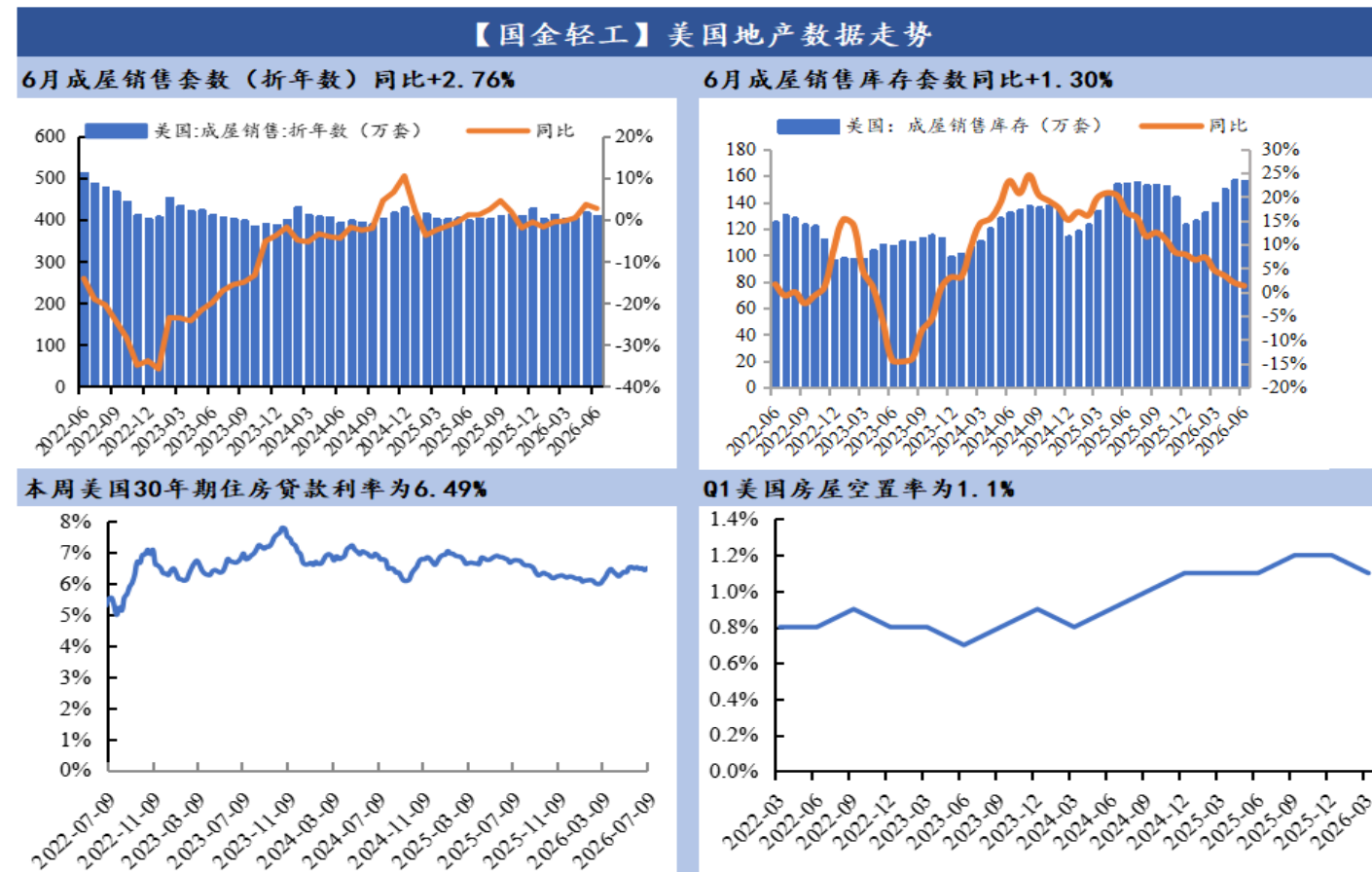


美国房屋销售：2026 年 6 月成屋销售套数（折年数）同比+2.76%，成屋销售库存同比+1.30%。

美国贷款利率：美国 30 年期住房贷款利率本周为 6.49%，环比+0.06pct。

美国房屋空置率：2026 年 Q1 为 1.1%，环比-0.1pct。

图表6：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 6 月当月 60.57 亿美元，同比+8.98%，1-6 月累计出口 337.61 亿美元，同比增加 2.61%。越南家具出口金额（美元计价）2026 年 6 月当月 3.00 亿美元，同比增加 12.90%；26 年 1-6 月越南家具累计出口 20.42 亿美元，同比上升 16.62%。

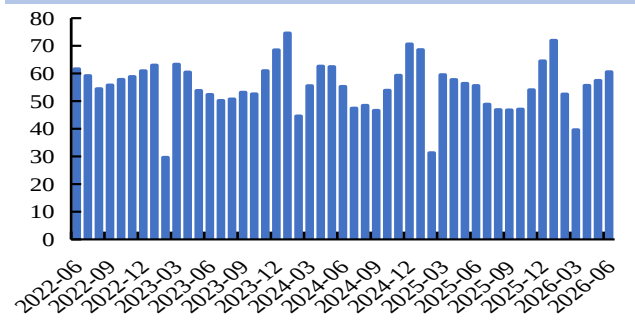
国内家具零售额：2026 年 6 月中国家具类零售额为 176.00 亿元；26 年 1-6 月中国家具类零售额累计 870.00 亿元，累计同比-3.70%。



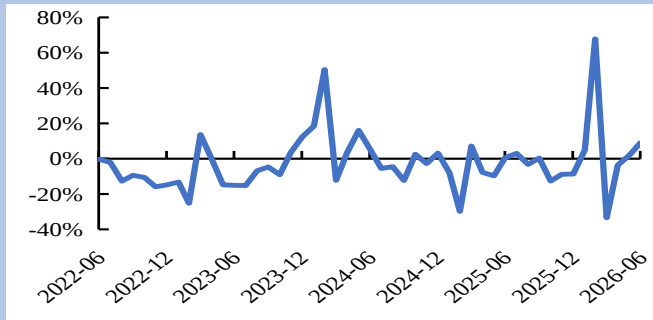
图表7：家具出口及国内零售金额走势一

【国金轻工】家具出口及国内零售金额走势

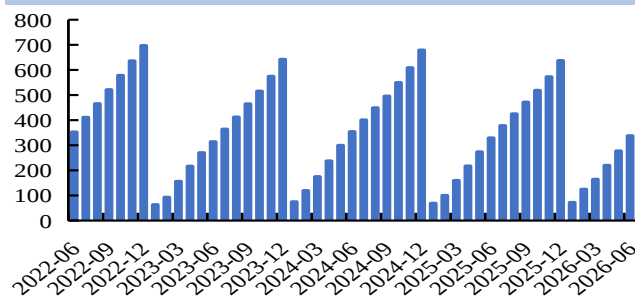
6月中国家具出口金额当月绝对值60.57（亿美元）



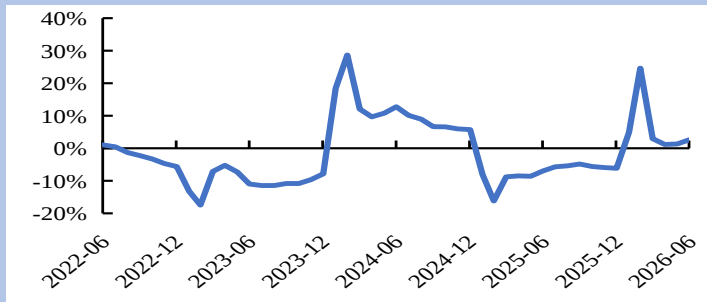
6月中国家具出口金额当月同比+8.98%



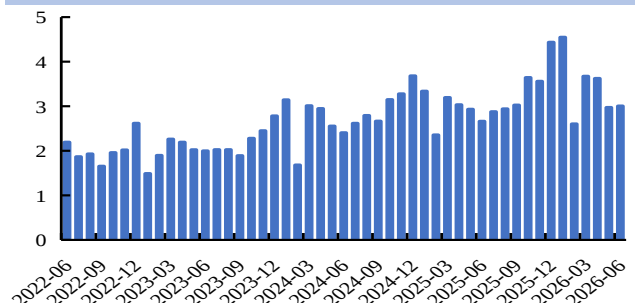
6月中国家具累计出口金额绝对值337.61（亿美元）



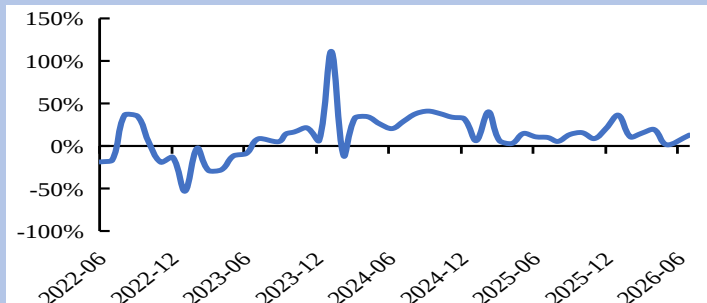
6月中国家具累计出口金额同比+2.61%



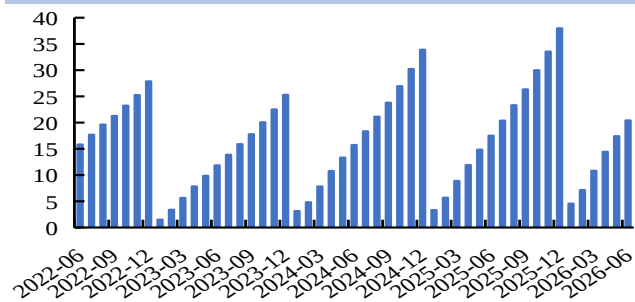
6月越南家具出口金额当月绝对值3.00（亿美元）



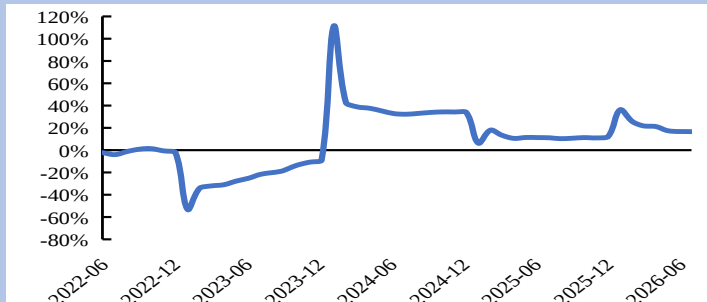
6月越南家具出口金额当月同比+12.90%



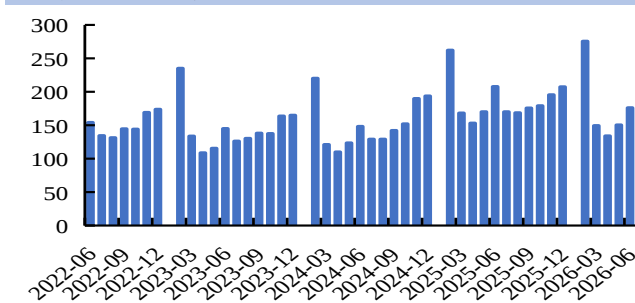
6月越南家具出口金额累计绝对值20.42（亿美元）



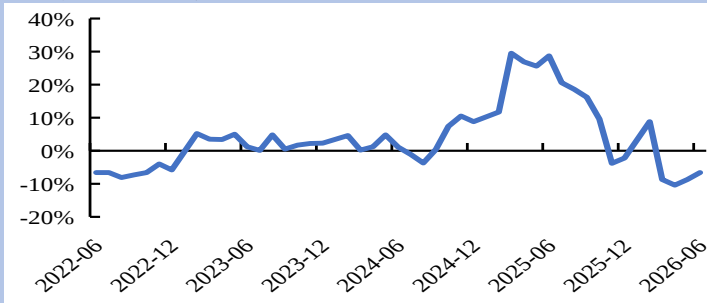
6月越南家具出口金额累计同比+16.62%



6月中国家具类零售额当月绝对值176.00（亿元）



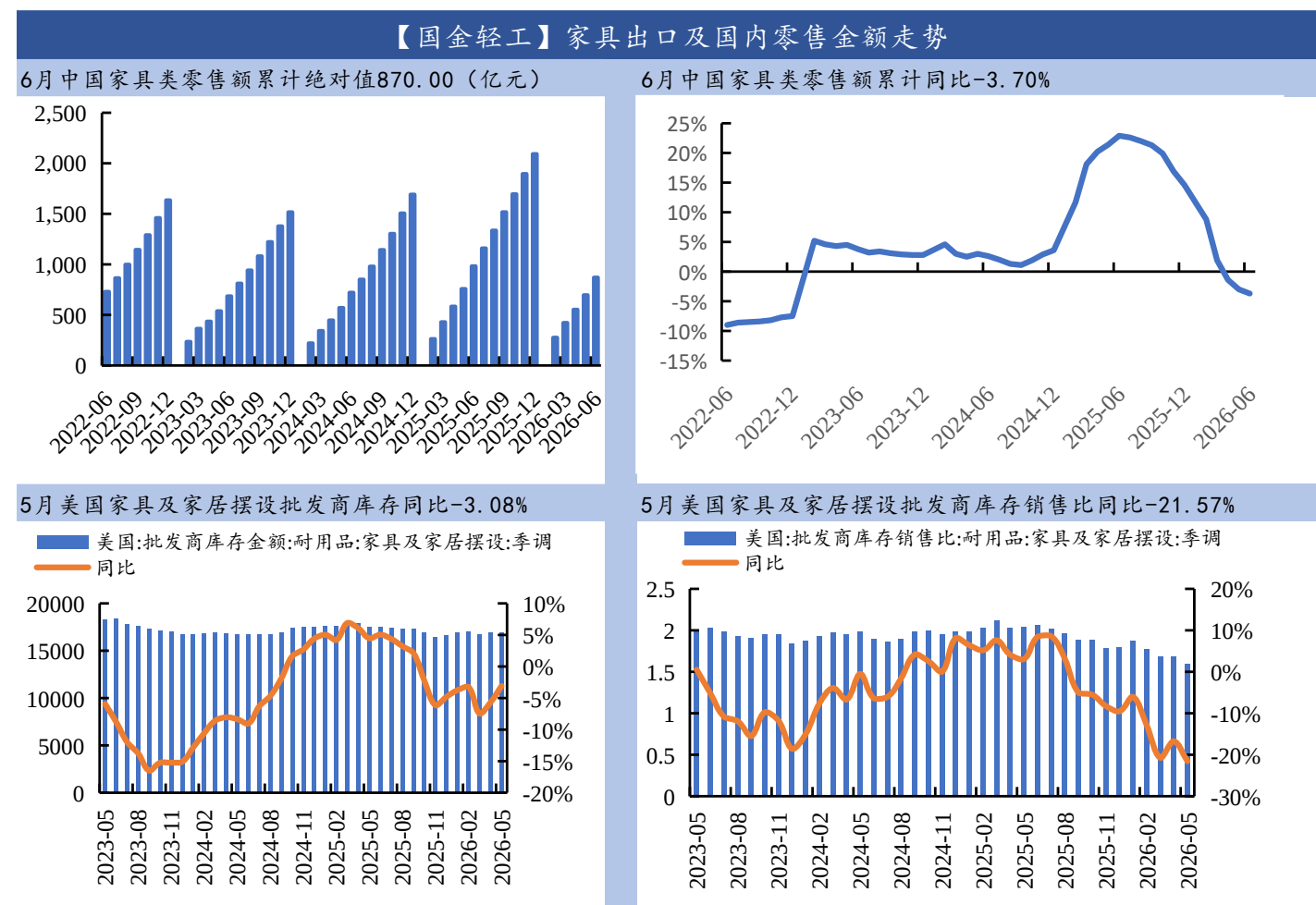
6月中国家具类零售额当月同比-6.60%



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8：家具出口及国内零售金额走势二



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

2.3.3 家具原材料价格数据

本周国内软泡聚醚均价为 8170.00 元/吨，环比上升 20.00 元/吨，2026 年截止 7.10 均价为 9682.6 元/吨，较 2025 年均价上升 21.28%。

本周国内 MDI 均价为 18600.00 元/吨，环比下降 240.00 元/吨，2026 年截止 7.10 均价为 20614.3cc 元/吨，较 2025 年均价上升 13.92%。

本周国内 TDI 均价为 15980.00 元/吨，环比上升 560.00 元/吨，2026 年截止 7.10 均价为 16230.3 元/吨，较 2025 年均价上升 20.91%。



图表9：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10：造纸产业链价格跟踪

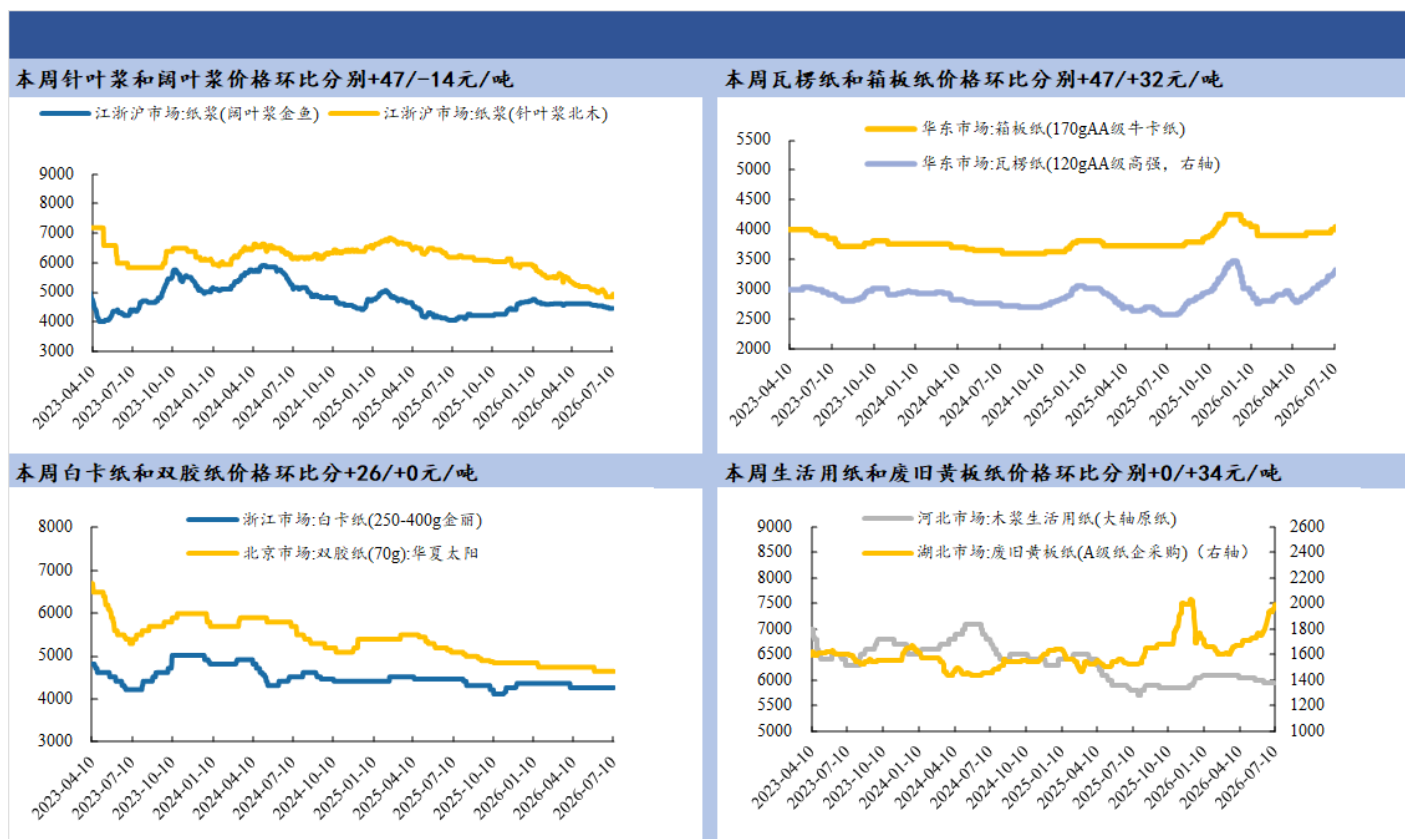
【国金轻工】造纸产业链价格跟踪																	
产品名称	季度						月度						周度				
	25Q2	25Q3	环比25Q2	25Q4	环比25Q3	26Q1	环比25Q4	26Q2	环比26Q1	26年6月	26年5月	26年4月	26年3月	26年2月	本周均价 (元/吨)	环比上周	
原材料																	
木浆系	针叶浆	6234	5798	-436	5525	-273	5339	-186	4986	-353	4875	5035	5053	5232	5289	4732	47
	阔叶浆	4248	4143	-105	4426	283	4623	197	4559	-63	4497	4584	4600	4591	4591	4430	-14
	化机浆	3860	3700	-160	3793	93	3800	7	3800	0	3800	3800	3800	3800	3800	3800	0
废纸系	固废黄板纸	1497	1604	107	1846	241	1573	-272	1716	143	1824	1720	1605	1563	1547	1946	34
纸品																	
木浆系	双胶纸	5029	4743	-286	4643	-100	4543	-100	4503	-40	4423	4543	4543	4543	4543	4413	0
	铜版纸	5675	5175	-500	4975	-200	4875	-100	4503	-372	4700	4800	4800	4875	4875	4700	0
	白卡纸	4210	3848	-362	4229	381	4236	7	4084	-152	4113	4070	4070	4236	4245	4149	26
废纸系	箱板纸	3431	3452	21	3836	384	3547	-289	3607	60	3697	3599	3525	3577	3490	3794	32
	瓦楞纸	2686	2772	86	3218	446	2909	-309	3022	113	3164	3006	2894	2986	2848	3313	47

来源：隆众资讯，国金证券研究所；注：周度核算时间为2026年7月6日至2026年7月10日

本周（7.6-7.10）针叶浆和阔叶浆价格环比分别+47/-14元/吨，瓦楞纸和箱板纸价格环比分别+47/+32元/吨，白卡纸和双胶纸价格环比分别+26/+0元/吨，生活用纸和废旧黄板纸价格环比分别+0/+34元/吨。



图表11：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6月29日至2026年7月3日

6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+20.2%/+4.7%/+12.3%/+8.1%/+0.7%/+11.9%；5月，白纸板/箱板纸/瓦楞纸/双胶纸/双铜纸单月表观消费量同比-2.3%/+6.7%/+8.8%/+1.4%/-6.8%。

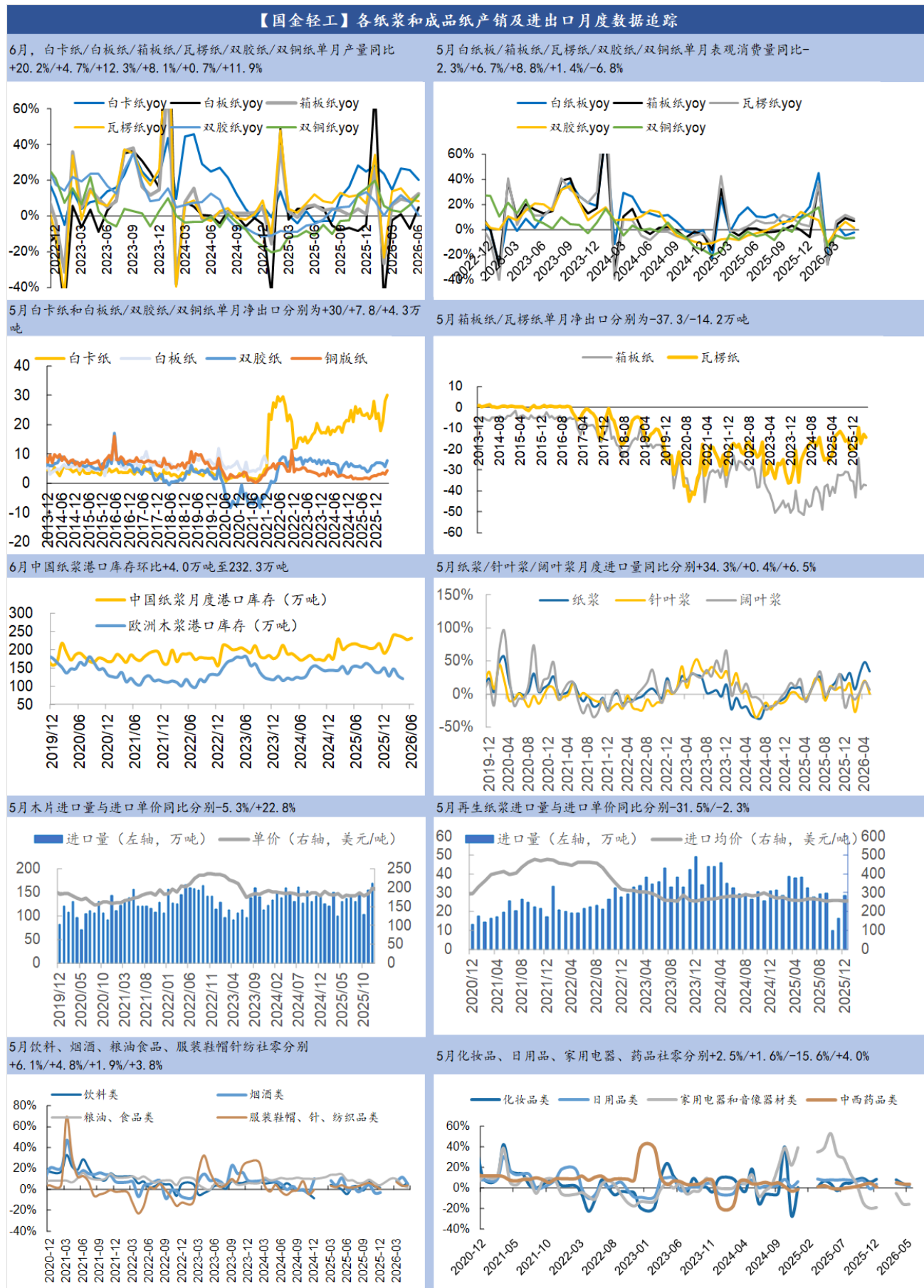
5月，白卡纸和白板纸/双胶纸/双铜纸单月净出口分别为+30/+7.8/+4.3万吨，箱板纸/瓦楞纸单月净出口分别为-37.3/-14.2万吨。

6月，中国纸浆港口库存环比+4.0万吨至232.3万吨。5月，纸浆/针叶浆/阔叶浆月度进口量同比分别+34.3%/+0.4%/+6.5%；5月，木片进口量与进口单价同比分别-5.3%/+22.8%，再生纸浆进口量与进口单价同比分别-31.5%/-2.3%。

5月饮料、烟酒、粮油食品、服装鞋帽针纺社零分别+6.1%/+4.8%/+1.9%/+3.8%，化妆品、日用品、家用电器、药品社零分别+2.5%/+1.6%/-15.6%/+4.0%。



图表12：纸浆和成品纸产销及进出口月度数据追踪



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 4732 元/吨,环比上期上涨 1.0%;阔叶浆现货含税均价 4430 元/吨,环比上期下降 0.3%;本色浆现货含税均价 5050 元/吨,环比上期上涨 0.9%;化机浆现货含税均价 3800 元/吨,环比上期持平。具体来看,针叶浆日度价格走势平稳,但由于上一周期日度价格超跌至相对低位,本周期反弹后持稳运行,基数效应导致周度均价出现小幅上涨。但整体浆价仍处于低位波动阶段,业者出货情绪一般,跟随期货盘面整理运行为主。阔叶浆市场均价则继续小幅下探,主要受需求清淡拖累,市场缺乏大量买盘支撑,价格延续阴跌走势。供需基本面未出现明显变化,供应端货源充裕,需求端维持刚需采购。港口库存仍处于年内偏高水平,对市场运行形成一定压制。

2) 成品纸:

本期国内双胶纸市场僵持运行,价格涨跌两难。原料端,期内木浆价格持平,但针叶浆均价环比上涨、阔叶浆均价环比下降,综合成本变动不大,整体看原料端延续窄幅调整趋势,双胶纸行业利润仍延续偏低水平,生产承压仍相对明显。生产端成本与出货压力仍存在,随着纸机转产及停产情况增多,行业生产持续偏低;叠加秋季出版招标供货期的到来,市场供需关系持续优化。然而社会面订单情况尚无改观,另外市场现货货源供应仍相对紧张,下游市场仍缺乏信心,市场成交情况并无改善,贸易商延续随进随出策略,价格在博弈之下延续僵持状态,目前 70g 本白双胶纸主流品牌价格区间维持在 4100-4200 元/吨,70g 高白双胶纸主流品牌价格区间维持在 4400-4700 元/吨,成交实谈为主。

本期国内铜版纸市场基本面暂无变动,市场持续低迷状态。原料端,期内木浆价格持平,但针叶浆均价环比上涨、阔叶浆均价环比下降,综合成本变动不大,但铜版纸行业盈利仍偏低,对价格延续托底支撑。期内,纸企装置开工暂无明显调整,整体生产相对平稳,市场货源供应延续宽松局面。需求端,终端秋季出版招标订单进入交货期,生产端出货情况有所改善,一定程度上缓解出货压力,但社会面画册、宣传类需求仍延续偏弱表现,下游仍维持少量刚需补单,市场交投情况仍偏淡,贸易商延续随进随出,157g 平张铜版纸主流品牌价格区间在 4450-4650 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) 原材料:

本期废旧黄板纸市场价格延续小幅上行态势。供应方面,本周受台风登陆带来的强降雨天气影响,打包站回收作业受阻,废纸运输不畅,市场流通货源维持低位;打包站收货困难,低价惜售情绪升温,整体出货节奏有所放缓。需求方面,下游成品纸价格走势依旧坚挺,规模纸企拉涨意愿不改,对废纸原料价格形成持续支撑;纸企到货情况普遍欠佳,废纸库存有所消耗,部分纸企为保障正常生产,甚至连续上调采购价格以争夺货源。整体来看,本周废纸供应持续偏紧,需求端支撑较为稳固,废纸价格重心小幅上移,上行斜率有所放缓。隆众预计,在供应偏紧格局及成本支撑共同作用下,短期内废旧黄板纸价格或维持稳中偏强运行,未来仍需关注台风天气对废纸回收及物流运输的持续影响。

本期(7月3日-7月9日)国内废旧书本纸市场价格呈现小幅探涨态势。供应方面,当前虽仍处货源充足的季节性旺季,整体社会废纸产出量维持高位,但由于本周台风登陆带来持续性强降雨天气,对打包站日常回收作业形成明显干扰;同时,受废旧黄板纸价格持续走强影响,部分打包站出于利润最大化考量,倾向于将回收的书本纸掺入黄板纸中进行销售,导致专营书本纸的打包站实际可收货源有限,市场有效流通供应延续边际收紧格局。需求方面,当前虽处下游成品纸消费传统淡季,纸企订单表现一般,整体开工负荷提升有限,但由于书本纸到货量持续处于低位,纸企原料库存消耗加快,为保障正常生产运转,不得不适当上调采购报价以吸引到货,提价补库意愿有所增强。周内市场交投气氛略有回暖,局部地区采购报价小幅上移。隆众预计,在供应端有效货源边际收紧、纸企被动提价补库的共同作用下,短期内废旧书本纸价格或维持稳中偏强运行。

2) 成品纸:

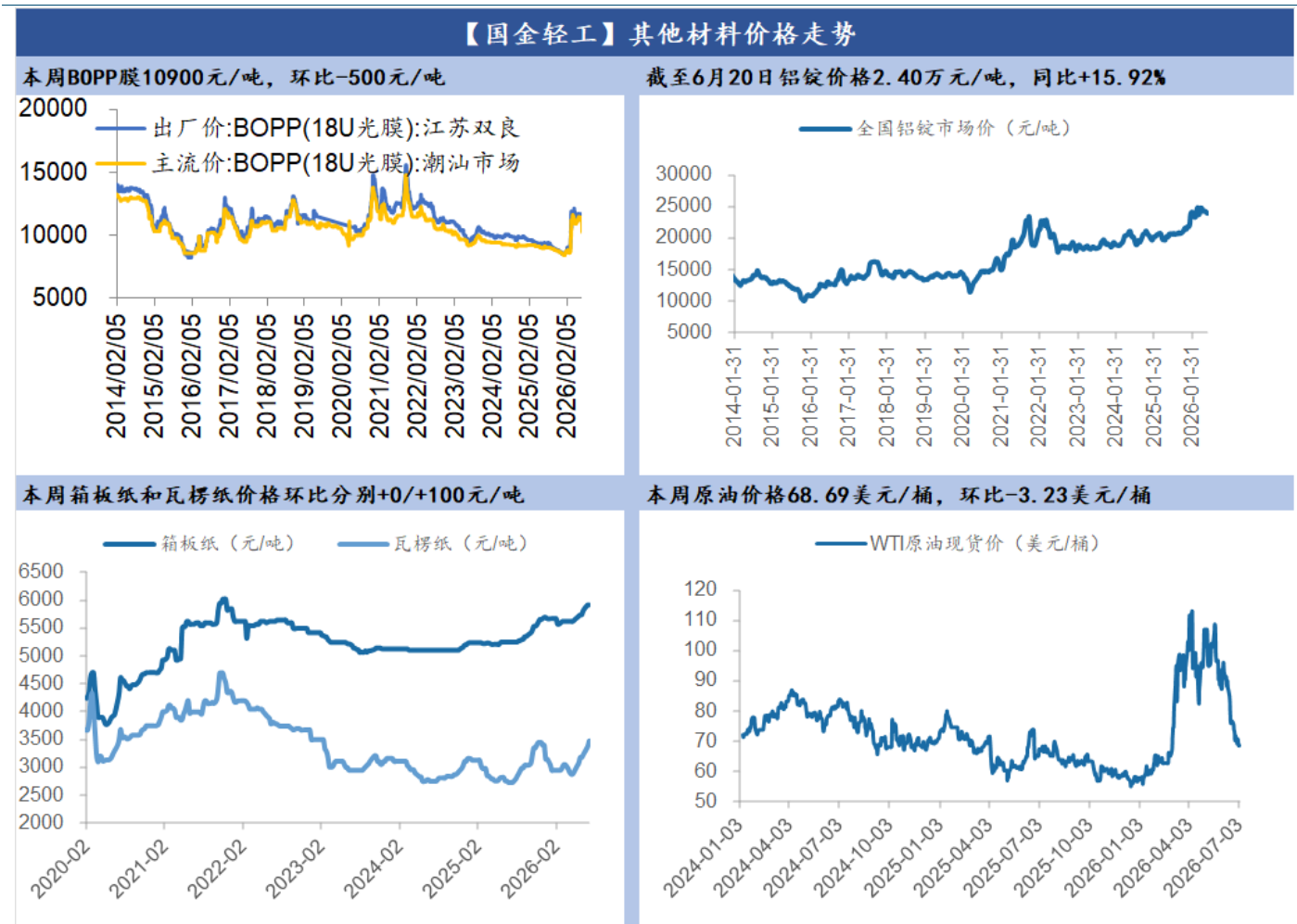
据隆众资讯监测数据显示,本期瓦楞纸含税均价为 3312.78 元/吨,环比增长 1.4%,同比增长 22.3%。具体来看,本周瓦楞纸市场延续上涨走势,规模纸企多个基地上调纸价 50-120 元/吨。受雨水天气影响,废旧黄板纸供应偏紧,价格持续高位运行,对纸价形成强劲支撑;同时纸企成品纸库存普遍降至低位,其涨价意愿强烈,加之规模纸企持续发布涨价函,场内涨价氛围浓郁。然因下游二级厂原纸库存已处中高位水平,其补库积极性有所下降,加之国内供应持续增量且终端需求不足,下游纸企采购趋谨慎。综合来看,短期纸价或维持小幅上涨趋势,但上涨空间有限,频率有所放缓。

据隆众资讯监测数据显示,本期箱板纸含税均价为 3794 元/吨,环比增长 0.8%,同比增长 8.3%。具体来看,本期箱板纸市场延续上行趋势,规模纸企部分纸种上调 50-70 元/吨,中小纸企普遍跟涨。受 7 月多雨及台风天气影响,打包站废纸回收与运输受限,叠加其惜售情绪偏浓,导致原料废黄板纸供应紧张,推动市场价格稳步上涨,纸企顺势提价转移成本压力。其次,纸企箱板纸库存维持低位运行,皆给予箱板纸价格坚挺。龙头纸企部分基地则出现涨价计划提前执行现象,行业看涨氛围浓厚。但随着纸价攀升,局部地区下游二级厂对高价原纸接受度下降,以消化现有库存为主,采购节奏有所放缓,将制约纸价上涨幅度。



2.4.3. 其他主要原材料价格变动一览

图表13: 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 2026.7.10

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

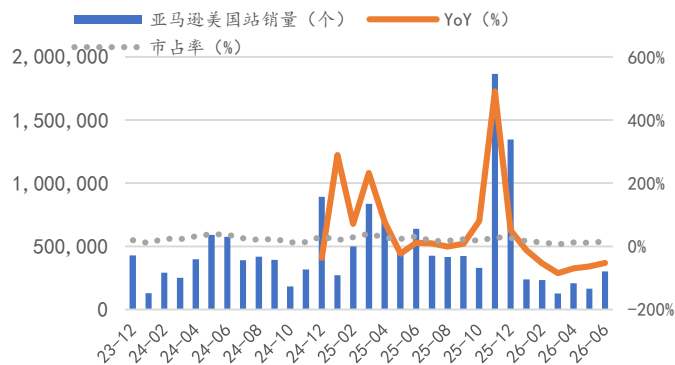
Stanley: 美国深度调整，加拿大强势反弹，欧洲双核全面开花。6月，亚马逊美国/加拿大/德国/英国站销量分别为30.20万个/5.87万个/3.81万个/4.09万个，同比增幅分别为-52.73%/+73.28%/+112.67%/+45.25%，四地区亚马逊区域销量比为68.7%/13.36%/8.67%/9.31%，市占率分别为14.71%/30.32%/21.50%/14.63%。美国站同比大幅下滑，主因核心爆品生命周期进入成熟期、渠道库存仍处去化阶段，叠加Owala等竞品持续分流份额。加拿大站同比增长显著，扭转前期疲态，受益于品牌势能跨境溢出与本土零售渠道拓展发力。欧洲板块成为最大亮点：德国站与英国站均实现高速增长，受益于低基数效应与欧洲消费者对耐用环保杯型偏好提升，验证了公司非美市场战略的显著成效，欧洲已跃升为Stanley最重要的增量引擎。

Yeti 北美双市场承压延续，英国站异军突起。6月亚马逊美国/加拿大/英国站销量分别23.40万个/2.80万个/2.02万个，同比增幅分别为-5.4%/-28.4%/+73.85%。三地区亚马逊区域销量比例为82.9%/9.9%/7.2%，市占率分别为11.12%/14.45%/7.23%。美国与加拿大站双双同比下滑，核心原因在于Yeti高客单价定位在当前消费降级、价格敏感度提升的宏观环境下承压明显，且北美户外品类内部竞争加剧，部分份额遭中低价位品牌蚕食。英国站同比大幅增长，成功突围，受益于初夏气温回升驱动露营及户外运动旺季开启，叠加品牌在欧洲线上渠道铺设初见成效，有望培育为北美之外的第二增长曲线。

Owala 在美销量逆势高增，龙头地位持续强化。6月美国市场销量达69.7万个，同比+141.32%，市占率34.02%，品牌凭借高颜值设计、精准性价比定位与社交媒体裂变传播，成功卡位年轻消费群体心智，在行业整体承压背景下实现逆周期高速扩张，市占率较去年同期大幅跃升。

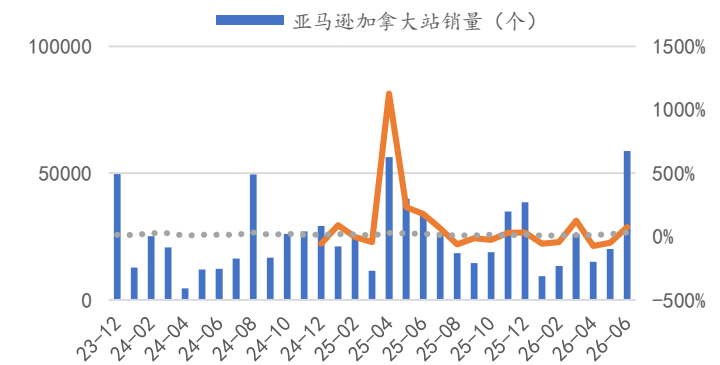


图表14: Stanley 亚马逊美国站 6 月销量同比-52.73%



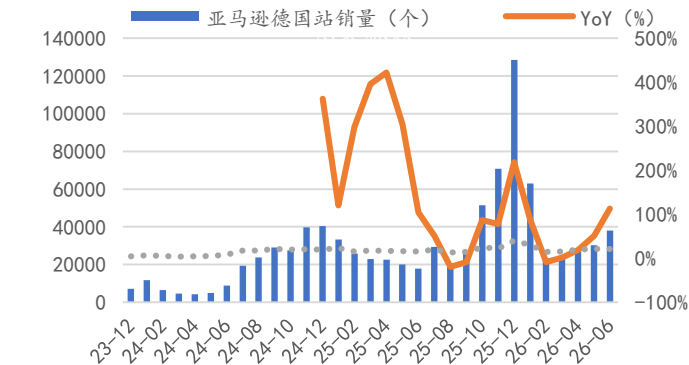
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表15: Stanley 亚马逊加拿大站 6 月销量同比+73.28%



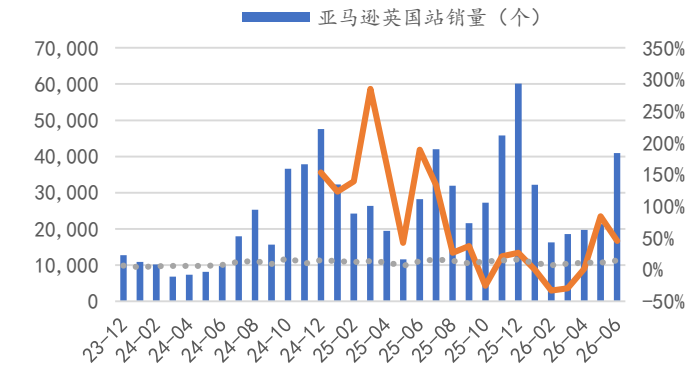
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表16: Stanley 亚马逊德国站 6 月销量同比+112.67%



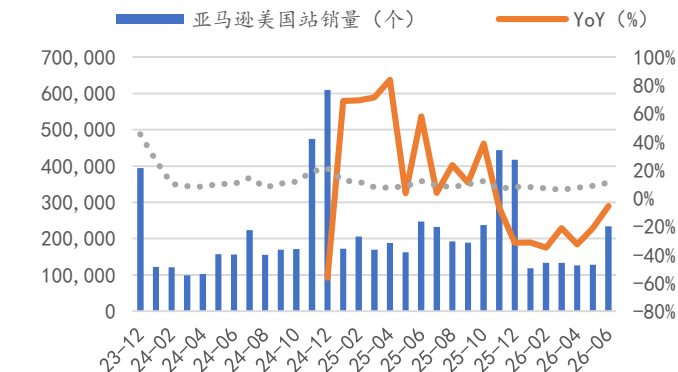
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表17: Stanley 亚马逊英国站 6 月销量同比+45.25%



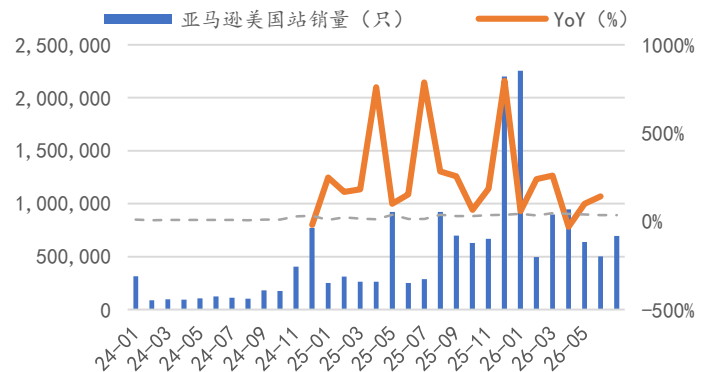
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表18: Yeti 亚马逊美国站 6 月销量同比-5.4%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

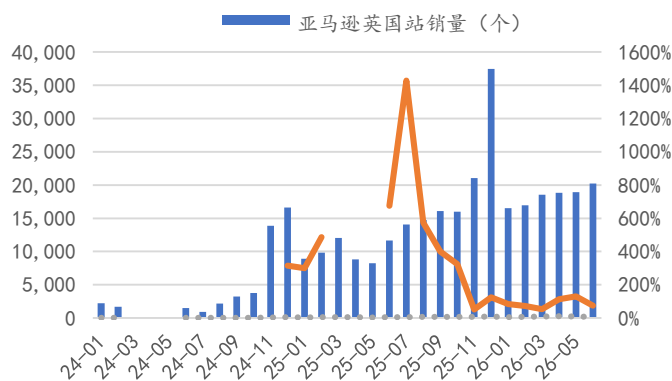
图表19: Yeti 亚马逊加拿大站 6 月销量同比-28.4%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

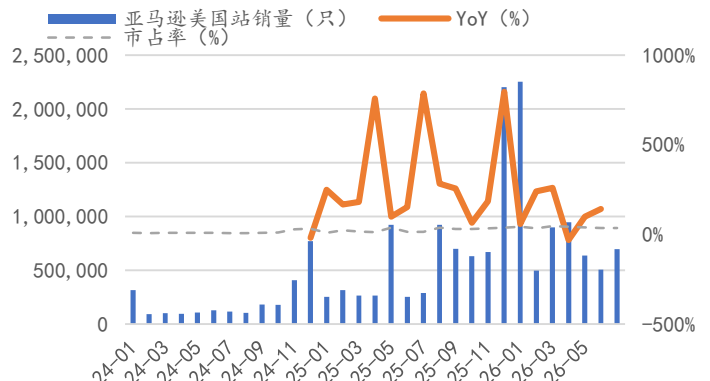


图表20: Yeti 亚马逊英国站 6 月销量同比+73.85%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表21: Owala 亚马逊美国站 6 月销量同比+141.32%



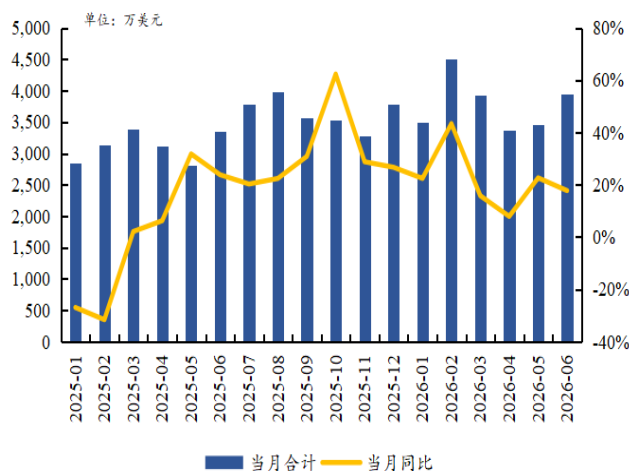
来源: Sorftime, 国金证券研究所

2.5.2 轻工跨境电商高频数据跟踪

6 月, 恒林股份/傲基股份/乐歌股份亚马逊美国站 GMV 同比分别+17.8%/-10.8%/-8.5%。

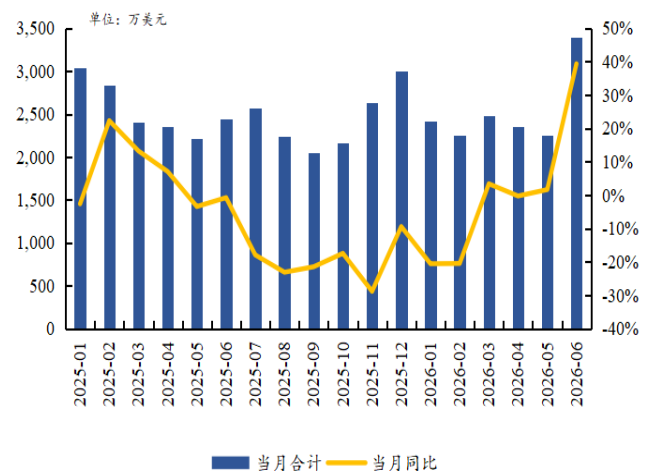
致欧科技: 6 月, 亚马逊美国/英国/德国/法国站 GMV 同比分别为+39.4%/+67.3%/+47.6%/+41.3%。

图表22: 恒林股份亚马逊美国站 6 月 GMV 同比+17.8%



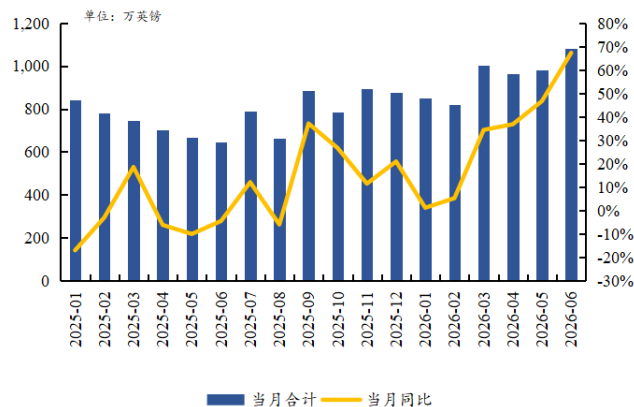
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表23: 致欧科技亚马逊美国站 6 月 GMV 同比+39.4%



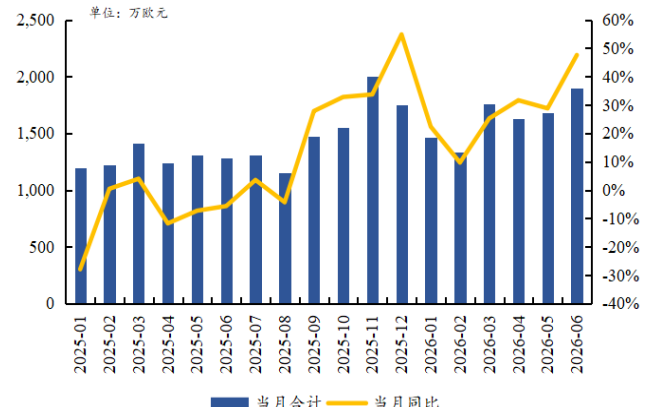
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表24: 致欧科技亚马逊英国站 6 月 GMV 同比+67.3%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

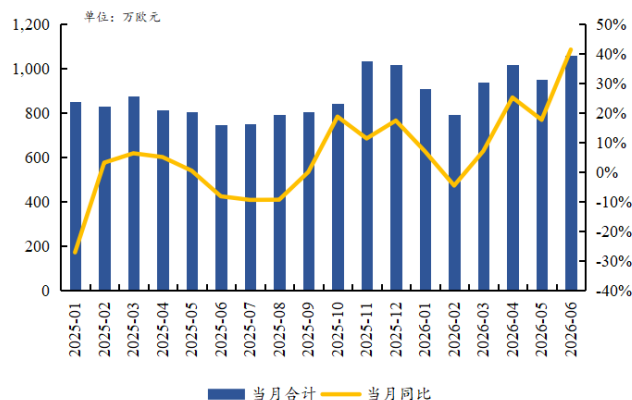
图表25: 致欧科技亚马逊德国站 6 月 GMV 同比+47.6%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

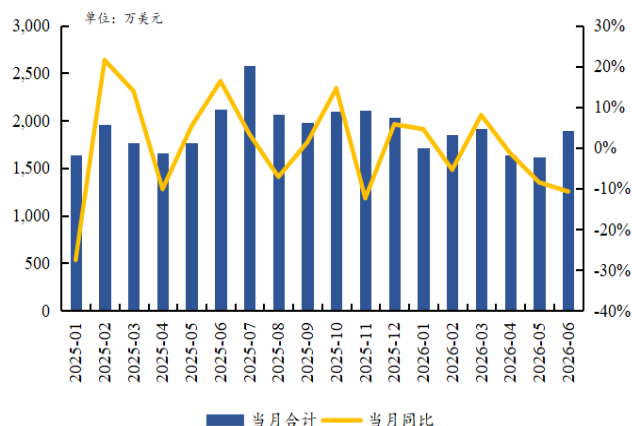


图表26：致欧科技亚马逊法国站6月GMV同比+41.3%



来源：Sorftime、国金证券研究所

图表27：微基股份亚马逊美国站6月GMV同比-10.8%



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

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

电话：021-80234211

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号

紫竹国际大厦 5 楼

北京

电话：010-85950438

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100005

地址：北京市东城区建国内大街 26 号

新闻大厦 8 层南侧

深圳

电话：0755-86695353

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

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