

2026 年 07 月 19 日

投资评级：看好（维持）

证券分析师

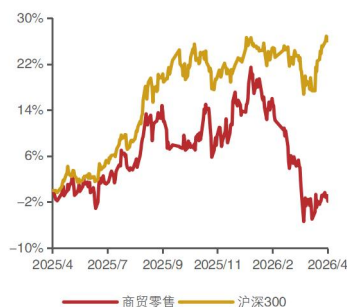
丁一

SAC: S1350524040003

dingyi@huayuanstock.com

联系人

板块表现：



国务院批复《扩大消费“十五五”规划》；2026 年上半年社会消费品和服务零售总额同比增长 2.7%

——新消费行业周报（2026. 7. 13-2026. 7. 17）

投资要点：

- **扩大消费“十五五”规划批复，重点关注服务型消费板块。** 国务院印发关于《扩大消费“十五五”规划》的批复，指出要坚持扩大内需这个战略基点，深入实施提振消费专项行动，扩大服务消费，升级商品消费，丰富业态场景，提升消费能力，优化消费环境，健全制度政策，完善扩大居民消费长效机制，更好发挥消费对经济发展的基础性作用。《规划》提出，1）规模端：到 2030 年，消费市场总体规模持续扩大，社会消费品零售总额达到 60 万亿元左右，2025-2030 年 CAGR 为 3.7%，消费对经济拉动进一步增强。2）结构端：消费结构更优，服务型消费占比稳步提升，改善型、数字型消费进一步增长。3）居民端，居民消费信心进一步提升，对未来消费预期向好。4）供给端，消费、服务质量持续升级，业态场景更加丰富。5）环境端，产品、服务、信用体系更加完善，提升消费市场活力。我们认为，《规划》落地，明确消费为中长期核心战略而非阶段性稳增长工具。在服务型消费占比持续提升的指引下，重点关注基本面韧性强、政策加码及估值低位的服务消费板块。
- **2026 年上半年社会消费品和服务零售总额同比增长 2.7%，服务零售较快增长。** 国家统计局数据显示，2026 年上半年，社会消费品和服务零售总额同比增长 2.7%，其中服务零售额增长 5.3%，商品零售额增长 1.1%。在服务零售额中，通讯信息服务类、旅游咨询租赁服务类、文体休闲服务类零售额较快增长。上半年，全国网上商品和服务零售额 10.07 万亿元，同比增长 5.2%。同期，社会消费品零售总额 24.87 万亿元，同比增长 1.3%。按消费类型分，商品零售额 22.05 万亿元，同比增长 1.1%；餐饮收入 2.83 万亿元，增长 2.8%。基本生活类和部分升级类商品销售较快增长，限额以上单位粮油食品类、服装鞋帽针纺织品类、通讯器材类商品零售额同比分别增长 7.4%、6.7%、14.4%。
- **2026 年上半年业绩预告/快报：**
 - 1) 永辉超市：预计 2026H1 实现归母净利润 2.5 亿元，较上年同期增加 4.9 亿元，将实现扭亏为盈；实现扣非归母净利润 0.3 亿元，较上年同期增加 8.3 亿元。公司门店调改运营进入提质增效的第二阶段，整体盈利能力较大程度提升。
 - 2) 中国中免：2026H1 预计实现归母净利润 31.06 亿元，同比增长 19.5%；上半年实现营业收入 275.92 亿元，同比下降 2.0%。2026H1 公司主营业务毛利率同比提高 0.73 个百分点，其中 Q2 同比提高 1.44 个百分点，盈利能力提升。同时，公司在海南市场的优势地位持续巩固。
 - 3) 长白山：预计 2026H1 实现归母净利润 105~145 万元，较上年同期实现扭亏为盈，同比增长 151.19%至 170.69%；实现扣非归母净利润 37~54 万元，同比增长 116.62%至 124.26%。通过市场推广与运营管理优化等举措，景区游客接待量同比提升。客流提升拉动二次消费及配套服务收入同步增长，使得营收同比增长。
 - 4) 岭南控股：预计 2026H1 实现归母净利润 5,500~6,200 万元，比上年同期增长

11.05%~25.19%。上半年，公司实现经营业绩稳中有进、新业务培育多点突破、全国化布局稳步提速、产业融合持续深化，经营发展再上台阶。

- 5) 华凯易佰：26H1 公司预计实现收入 39–40 亿元，同比–14.1%~–11.9%，归母净利润 1.55–1.80 亿元，同比+321.88%–389.92%；实现扣非利润 1.53–1.77 亿元，同比+528.6%–627.9%。公司经营质量同比环比均显著改善，主要系 1) 公司库存规模、结构持续优化，带动仓储相关费用同比减少；2) 公司精品业务产品结构优化、运营效率提升，26H1 同比扭亏为盈；3) 股份支付费用、资产减值损失同比减少，盈利有所优化。
- 6) 若羽臣：2026H1 公司归属于上市公司股东的净利润预计达 1.45 亿至 1.59 亿元，同比增长 100%–120%；扣非后净利润为 1.37 亿至 1.51 亿元，同比增长 95.87%–116.59%。自有品牌战略价值凸显，驱动业绩高速增长。分品牌看，1) 绽家品牌方面，大单品香氛洗衣液和洗衣凝珠持续放量，品牌香氛心智进一步巩固，其余单品亦保持细分市场领先优势；2) 斐萃品牌方面，不断丰富产品线，提升消费者体验，同时强化多渠道协同运营，共同推动自有品牌业务整体收入实现高速增长。
- **建议关注：主线一：强品牌势能标的，高频推新且有望实现高增。**
 - 1) 毛戈平：高端彩妆稀缺定位，线下专柜销售稳健且有望持续拓展、线上具备较大放量空间，彩妆、护肤、香水产品多线发力下有望驱动业绩持续稳增；2) 若羽臣：高端家清品牌绽家延续强势，保健品 26 年有望发力 AKK 菌新成分，看好益生菌减脂趋势下新品销售表现。
- **主线二：调整后有望实现边际改善。**
 - 1) 巨子生物：所处重组胶原蛋白赛道具备高景气度，考虑到公司化妆品板块的两大旗舰品牌可复美与可丽金舆论事件影响逐渐减弱，医美板块 III 类械重组胶原蛋白产品进入市场后或带来较大边际催化弹性，中期修复趋势可期；2) 珀莱雅：26 年产品端源力水光喷、红宝石微珠精华陆续上市，持续覆盖不同客群、功效及价格带。此外 26 年子品牌彩棠、OR 或有望进一步发力，多品牌有望推动公司恢复稳健增长。
- **主线三：高端实物消费与文旅服务消费。**
 - 1) 鲟龙科技：全球最大的鱼子酱企业，掌握育种、养殖、加工、销售全产业链，并创立了自有品牌“卡露伽”。我们预计公司有望打开本土高端消费增量，量价齐升驱动业绩稳步上行。2) 三峡旅游：依托长江三峡世界级文旅资源，作为“两坝一峡”的唯一运营主体，“长江行”系列省际豪华游轮集中投放，游轮业务利润有望增长，我们预计文旅服务消费仍具备较大修复空间。
- **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	6
5. 风险提示	7

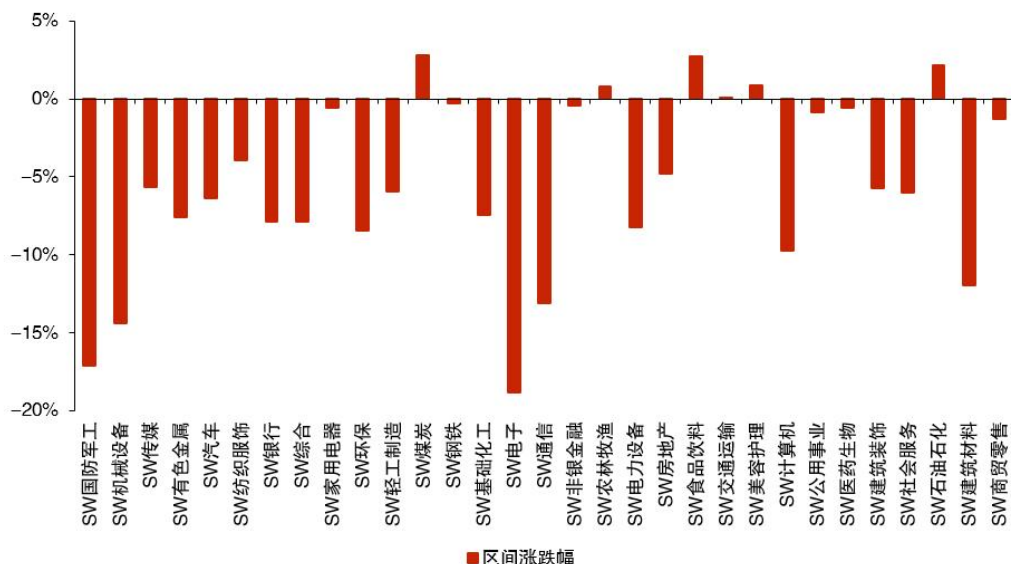
图表目录

图表 1： 各行业本周涨跌幅表现（2026.7.13–2026.7.17）	5
图表 2： 6 月中国限额以上纺织服装类零售额同比+3.9%	5
图表 3： 6 月中国限额以上化妆品类零售额同比+12.6%	5
图表 4： 6 月中国限额以上金银珠宝类零售额同比–3.4%	6
图表 5： 6 月中国限额以上饮料类零售额同比+5.8%	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 7 月 17 日，COMEX 金价为 4023 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（7月13日至7月17日），申万美容护理周涨跌幅+0.86%，申万商贸零售指数周涨跌幅-1.28%，申万社会服务周涨跌幅-5.98%。

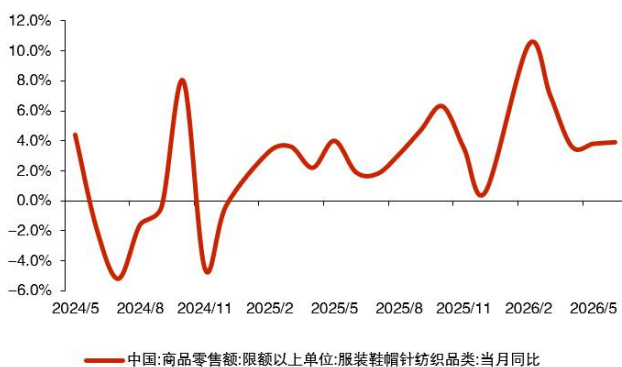
图表 1：各行业本周涨跌幅表现（2026.7.13-2026.7.17）



资料来源：Wind，华源证券研究所

2. 重点行业数据

图表 2：6月中国限额以上纺服类零售额同比+3.9%



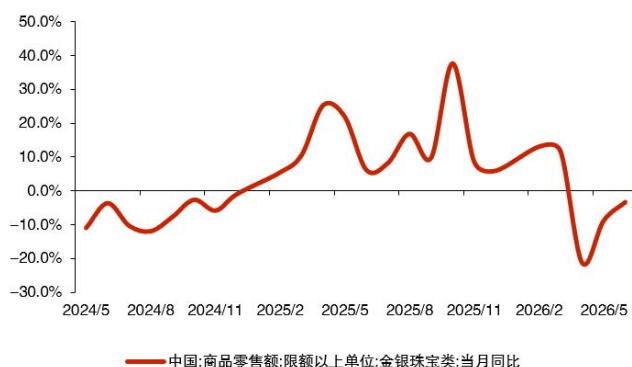
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 3：6月中国限额以上化妆品类零售额同比+12.6%



资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 4：6 月中国限额以上金银珠宝类零售额同比-3.4%



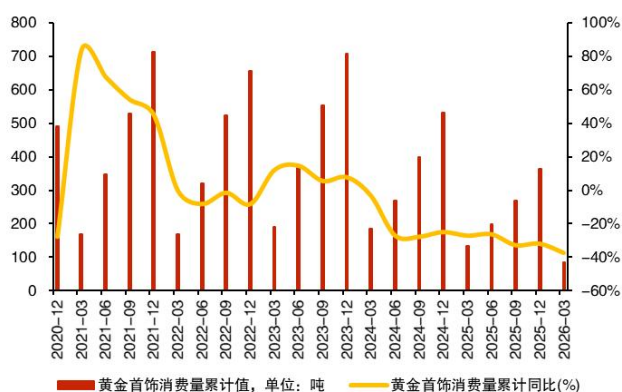
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

图表 5：6 月中国限额以上饮料类零售额同比+5.8%



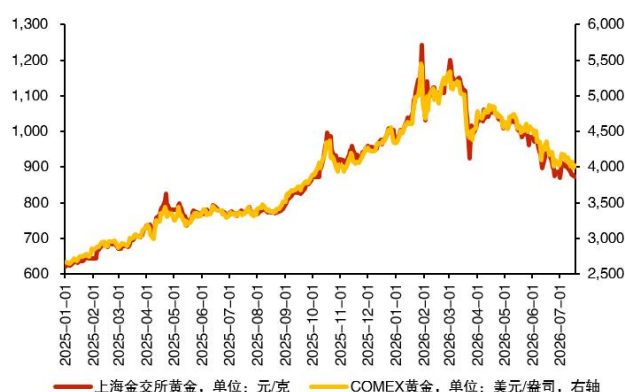
资料来源：国家统计局，Wind，华源证券研究所

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 7 月 17 日，COMEX 金价为 4023 美元/盎司



资料来源：Wind，华源证券研究所

3. 行业新闻

- (1) 7 月 15 日，海底捞旗下全新副牌“欢鲜堡”在武汉开启试营业，预计 7 月 24 日正式开业。“欢鲜堡”是海底捞“红石榴计划”全新孵化的品牌。（来源：零售圈）
- (2) 瑞幸咖啡近期在厦门布局新主体，瑞幸商贸（厦门）有限公司正式成立。该公司经营范围涵盖食品销售、食品互联网销售、餐饮管理、日用品销售等。（来源：零售圈）
- (3) 2026H1 主流电商美妆共销售 2708.62 亿元，同增 5.5%。平台、品类、品牌分化持续，更多品牌达播转自播、抖音美妆增速趋缓；天猫美妆增速回暖，结束连续两年同期下滑趋势；护肤品类进入微增阶段，彩妆、洗护在抖音增长较快。（来源：品观网）
- (4) 7 月 17 日，SHEIN 已经获得香港联交所上市委员会批准。从备案到过会用时一周，SHEIN 有望在 8 月正式启动招股、登陆港股主板。（来源：全球定制网）

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。