



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：谢丽丹
 xielidan@gjzq.com.cn

联系人：叶秋含

yeqiuhang@gjzq.com.cn

国内 HNB 向开放更进一步，海外财报频发验证 AI 趋势

投资逻辑：

潮玩：泡泡玛特城市乐园 7 月 30 日完成升级、奇遇森林区域全面开放，同步启用阶梯式票价体系，标准游乐票平日 178 元、高峰日 208 元、特定高峰期 238 元；名创优品自主 IP YOYO 生日快闪 7 月 24 日起在北京、上海、深圳三城落地，2026 年 6 月中国市场单月销售额突破 1 亿元，全年有望跻身 10 亿元俱乐部；布鲁可 7 月 29 日发售星辰版 DC 英雄第 3 弹与奥特曼积木车 C03 光暗纷争，积木车产品线覆盖奥特曼、变形金刚、DC 三大 IP。

新型烟草：本周国内新型烟草监管与标准体系进一步完善，加热卷烟国标草案发布，监管部门开展约谈，行业合规要求持续提高。海外三大烟草公司上半年均实现收入和利润增长，新型烟草成为主要增量，但发展路径明显分化。

家居：内销方面，截至 7 月 17 日，30 大中城市商品房成交面积当周同比+3.75%，14 城二手房成交面积当周同比+6.45%。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 31 日，国内针叶浆/阔叶浆单价环比上周-2/-23 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-8/-33/+0/+0/+0/-36 元/吨。包装行业下游消费保持稳健，包装需求有望持续修复。对于转型标的，全球云计算巨头增速集体创新高，谷歌和 Meta 再一次上调资本开支，转型标的业绩有望在下半年及 2027 年逐步兑现。

个护+AI 眼镜：1) 个护：登康口腔大世界即将开启试运营，工业旅游有望提升品牌影响力；宝洁 2026 财年净销售额 870.32 亿美元，同比+3%，美容板块以 7% 增速领跑五大板块，高端化为核心增长引擎。2) AI 眼镜：MetaQ2 财报 AI 眼镜业务表现强劲&依视路财报确认 AI 眼镜 Q2 销售额同比去年近乎翻倍；苹果首款智能眼镜或于 WWDC 2027 亮相。

小米集团：7 月 30 日，小米汽车召开技术发布会，推出小米澎湃系列增程 SUV。小米澎湃定位“智能可变大空间 SUV”，首批车型 N90 Max、N70 Max 开启预售，预售价分别为 29.99 万元、25.99 万元。新车基于昆仑平台、昆仑超级增程和昆仑全域安全打造，主打纯平地板、超长滑轨、大电池增程、满配智能化和高安全冗余，切入大空间家庭 SUV 及增程市场。

AI+3D 打印：创想三维联手《和平精英》举办 3D 打印周边设计大赛，头部游戏 IP 共创有望丰富内容供给，推动消费级 3D 打印向兴趣文化、IP 周边及日常消费场景加速渗透。Sovol M1D 众筹超 270 万美元，独立双工具头、自动换刀及复制模式加快落地，多色、多材料与高效率打印需求持续兑现。

宠物：三全食品、浙江正特等多家上市公司跨界布局宠物行业，开辟全新业务增长曲线。路斯股份拟设立夏津路斯优佳宠物食品有限公司，分两期建设年产 6000 吨的宠物湿粮项目，预计总投资为 1952 万元。公司通过布局宠物湿粮品类，加速从零食领域向主粮类目转型，寻找公司增长的第二曲线

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.....	4
1.1. 潮玩.....	4
1.2. 新型烟草.....	4
1.3. 家居板块.....	4
1.4. 造纸包装.....	5
1.5. 个护+AI 眼镜.....	5
1.6. 小米集团.....	6
1.7. AI+3D 打印.....	6
1.8. 宠物.....	6
二、 行业重点数据及热点跟踪.....	6
2.1. 新型烟草行业出口数据跟踪和一周热点回顾.....	6
2.1.1 中国电子烟月度出口数据跟踪.....	6
2.1.2 全球新型烟草行业一周热点回顾.....	7
2.2 轻工消费&潮玩板块线上销售数据.....	8
2.3 家居板块行业高频数据跟踪.....	9
2.3.1 中美地产数据.....	9
2.3.2 家具出口及国内零售额数据.....	12
2.3.3 家具原材料价格数据.....	14
2.4 造纸板块高频数据.....	15
2.4.1. 浆纸系原料及纸品价格变动情况.....	18
2.4.2. 废纸系原料及纸品价格变动情况.....	18
2.5 轻工出口链高频数据跟踪.....	19
2.5.1 保温杯出海高频数据跟踪.....	19
2.5.2 轻工跨境电商高频数据跟踪.....	21
三、 投资建议.....	22
风险提示.....	22

图表目录

图表 1： 电子烟月度出口数据跟踪（单位：亿美元）.....	7
图表 2： 全球电子烟行业一周热点回顾.....	7
图表 3： 轻工个护&潮玩线上销售额.....	8
图表 4： 中国地产数据走势一.....	10



图表 5: 中国地产数据走势二	11
图表 6: 美国地产数据走势	12
图表 7: 家具出口及国内零售金额走势一	13
图表 8: 家具出口及国内零售金额走势二	14
图表 9: 家居原材料价格走势	15
图表 10: 造纸产业链价格跟踪	15
图表 11: 本周纸品及原材料价格变动一览(单位: 元/吨)	16
图表 12: 纸浆和成品纸产销及进出口月度数据追踪	17
图表 13: 其他主要原材料价格变动	19
图表 14: Stanley 亚马逊美国站 6 月销量同比-52.73%	20
图表 15: Stanley 亚马逊加拿大站 6 月销量同比+73.28%	20
图表 16: Stanley 亚马逊德国站 6 月销量同比+112.67%	20
图表 17: Stanley 亚马逊英国站 6 月销量同比+45.25%	20
图表 18: Yeti 亚马逊美国站 6 月销量同比-5.4%	20
图表 19: Yeti 亚马逊加拿大站 6 月销量同比-28.4%	20
图表 20: Yeti 亚马逊英国站 6 月销量同比+73.85%	21
图表 21: Owala 亚马逊美国站 6 月销量同比+141.32%	21
图表 22: 恒林股份亚马逊美国站 6 月 GMV 同比+17.8%	21
图表 23: 致欧科技亚马逊美国站 6 月 GMV 同比+39.4%	21
图表 24: 致欧科技亚马逊英国站 6 月 GMV 同比+67.3%	21
图表 25: 致欧科技亚马逊德国站 6 月 GMV 同比+47.6%	21
图表 26: 致欧科技亚马逊法国站 6 月 GMV 同比+41.3%	22
图表 27: 傲基股份亚马逊美国站 6 月 GMV 同比-10.8%	22



一、细分赛道景气跟踪

1.1. 潮玩

泡泡玛特城市乐园 7 月 30 日完成升级，奇遇森林区域全面对外开放。7 月 28 日乐园小程序发布公告，7 月 30 日起奇遇森林区域全面开放，LABUBU 精灵部落全新亮相，更多游乐设备、演艺活动及互动体验同步上新。乐园同步启用新版阶梯式票价体系，分平日、高峰日、特定高峰期三档。标准游乐票平日 178 元，高峰日 208 元，特定高峰期 238 元；入园观光票平日 98 元，高峰日与特定高峰期统一为 128 元。对比 4 月 30 日起执行的票价，平日标准游乐票由 148 元上调 30 元。乐园 2025 年初封闭部分区域升级改造，在仅开放约三分之一区域的情况下，2025 年全年客流量同比增长超 70%。公司计划 2027 年启动城市乐园二期建设，新增 SKULLPANDA 与星星人主题场景。

名创优品 YOYO 周年运营活动密集展开，自主 IP 长线布局持续推进。7 月 24 日至 8 月 23 日，YOYO 甜心生日城市漫游快闪活动在北京朝阳合生汇、上海环贸 iapm、深圳湾万象城三地举办，全国六城主题店同步联动，7 月 25 日艺术家 Quan 在上海 iapm 专场举办签售会。YOYO 于 2025 年 6 月推出首个系列，一年内进入全球 53 个国家和地区，2026 年 6 月全系列产品中国市场单月销售额突破 1 亿元。公司此前在业绩说明会披露，YOYO 一季度销售额 1.65 亿元，预计 2026 年国内销售额破 6 亿元，叠加海外全年有望突破 8 亿元，有望跻身 10 亿元俱乐部。

■ 布鲁可 7 月下旬持续上新，积木车品类布局成型。7 月 29 日星辰版 DC 英雄第 3 弹阿卡姆失控序章与奥特曼系列积木车 C03 光暗纷争两款新品发售，DC 英雄第 3 弹端盒售价 119 元，单个 9.9 元。积木车产品线已覆盖奥特曼、变形金刚、DC 三大 IP，其中奥特曼系列第 1 弹银河驱动、第 2 弹命运交汇分别于 2025 年 12 月 24 日、2026 年 5 月 11 日发售；变形金刚系列第 1 弹汽车领袖、第 2 弹雷霆竞速、第 3 弹雷霆竞速 2 分别于 2025 年 11 月 14 日、2026 年 3 月 11 日、2026 年 5 月 27 日发售，单价均为 19.9 元，擎天柱套装于 2025 年 11 月 24 日发售，售价 56 元；DC 英雄积木车蝙蝠侠 E01 于 2026 年 3 月 30 日发售，单价 39 元。小程序点亮数据显示，截至 7 月 31 日，变形金刚三弹点亮数分别为 175.9 万、107.2 万、47.32 万，奥特曼前两弹为 53.1 万、11.3 万，擎天柱套装与镜像擎天柱为 6.1 万、1.2 万。

1.2. 新型烟草

本周国内新型烟草监管继续推进。国家烟草专卖局就涉嫌违法违规生产经营、合规管理薄弱等问题约谈爱奇迹，公司随后表示已启动专项整改。同时，《加热卷烟》强制性国标征求意见稿公开，将烟支、烟具和气溶胶纳入同一产品系统，并为中心加热、外围加热和烟支内置发热体等技术路线保留空间。

海外，PMI、BAT 和 JT 相继披露 2026H1 业绩。PMI 上半年实现净营收 213.38 亿美元，同比增长 9.8%；调整后营业利润 89.41 亿美元，同比增长 11.3%，利润增速快于收入。销量方面，公司总出货量同比增长 0.4%，其中无烟产品出货量增长 8.3%至 952 亿支，传统卷烟下降 1.9%，增长结构继续向无烟业务倾斜。分品类看，IQOS HTU 出货量增长 9.4%至 831 亿支，仍是主要增长来源；VEEV 出货量增长 72%，成为增速最快的品类；美国 ZYN 在 Q2 明显改善，出货量环比增长约 25%至 29 亿袋。公司业绩主要受无烟产品放量和卷烟提价推动，国际无烟业务毛利润有机增长 16.9%，带动利润增长快于收入；但日本税改后的去库存和波兰风味禁令对 IQOS 短期增速形成一定扰动。

BAT 上半年实现收入 122.35 亿英镑，同比增长 1.4%、固定汇率增长 2.9%；调整后经营利润固定汇率增长 3.5%，利润增速略快于收入。业务结构方面，新类别收入固定汇率增长 18%至 19.28 亿英镑，品类贡献利润增长 54.7%至 2.69 亿英镑，盈利能力明显改善。其中，VELO 现代口含烟收入增长 65.9%、出货量达到 79 亿袋，是新类别增长的主要来源；Vuse 收入增长 5.3%，美国市场受益于非法雾化产品执法加强，恢复双位数增长；glo 加热烟草收入则下降 11.7%，主要受到日本库存波动和价值段竞争加剧影响。传统可燃烟草销量下降 4.7%，但提价和产品组合改善推动收入增长 2.1%，继续为新类别投入提供主要现金流。

JT 上半年实现收入 1.99 万亿日元，同比增长 17.7%；调整后营业利润同比增长 26.2%至 6617 亿日元，归母净利润同比增长 28.9%至 4318 亿日元，利润增速明显快于收入。销量方面，烟草总销量同比增长 1.0%至 2860 亿支，其中可燃烟草销量增长 0.2%，RRP 销量增长 33.8%，整体增长主要由新型烟草贡献。分品类看，Ploom 销量增长 43.5%至 71 亿支，带动 RRP 相关收入增长 40.7%至 786 亿日元。公司收入和利润增长主要受菲律宾、俄罗斯、土耳其和美国提价，以及 Ploom 持续放量推动。不过，可燃烟草仍占烟草总销量约 97%，目前仍是 JT 主要的利润和现金流来源，并为后续 Ploom 扩张提供资金支持。

面向未来，三家公司的转型路径已逐渐分化：PMI 将依托 IQOS 的领先优势，加快 ZYN 和 VEEV 扩张，打造覆盖加热烟草、尼古丁袋和雾化产品的多品类无 BAT 继续坚持全品类布局，但将资源更多集中于 VELO、美国 Vuse 及重点加热烟草市场，提升新类别盈利能力采取更聚焦的“双轮驱动”战略，以卷烟提价和现金流支撑 Ploom 投资，争取在日本及海外加热烟草市场实现份额追赶。

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 17 日，30 大中城市商品房成交面积当周同比+3.75%，14 城二手房成交面积当周同比+6.45%。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后再度反弹走强，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24日上海出口集装箱综合运价指数（SCFI）报3062.95点，较上期下跌0.56%。

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31日，国内针叶浆/阔叶浆单价环比上周-2/-23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-8/-33/+0/+0/+0/-36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；本周废纸供应端有所收紧，但纸厂前期库存水平尚可，废纸价格稍有下调。废纸系方面，箱板纸均价3836元/吨，环比-0.2%，同比+9.3%；瓦楞纸均价3324元/吨，环比-1.0%，同比+22.3%。废纸系价格阶段性下滑，主要受废纸价格下降以及龙头发布降价函所影响，展望后续，玖龙7月29日发布的新一轮调价计划，为先降后涨的定价策略，预计下周箱板瓦楞纸仍会小幅下跌，待8月上旬有望重新上涨。浆纸系方面，双胶纸、铜版纸市场供需延续偏弱局面，价格低位持平，龙头纸厂发布8月新一轮提价计划，纸价有概率小幅提涨。

2) 包装：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2026/7/20，铝锭价格为2.32万元/吨，环比上月小幅回落但同比仍上涨12.53%，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。

3) 液冷转型：全球云计算巨头增速集体创新高，谷歌云26Q2收入同比+82%，为上市以来单季度最高增速；AWS 26Q2收入同比+37%，为近五年单季度最高增速；微软云26Q2收入同比+43%，下季度指引为+45%，创阶段性新高。资本开支方面，谷歌和Meta再一次上调资本开支。其中，谷歌全年Capex指引大幅上修150亿美元至1950-2050亿美元（vs2025全年914亿美元），全年Capex翻倍，且2027年Capex会比2026年继续上调；Meta全年Capex指引上调100-150亿美元至1300-1450亿美元；亚马逊全年指引维持2000亿美元不变；微软由于会计准则调整，全年指引变为1750亿美元，Q3单季度Capex预计突破500亿美元，2027年资本开支继续上行。

1.5. 个护+AI眼镜

1) 个护：登康口腔大世界即将开启试运营，工业旅游有望提升品牌影响力。7月30日公司公众号披露，位于重庆两江新区的登康口腔大世界即将试运营，展馆总面积约4000平方米、贯穿四层，集智能制造产线观摩、沉浸式工业旅游与口腔科普教育于一体。馆内个性化定制体验线支持消费者自选功能、香型与标签并扫码定制专属牙膏，工业旅游场景有助于提升品牌影响力。

■ **个护-动态：**宝洁2026财年美容板块领跑，高端化成为核心增长引擎。宝洁近日发布2026财年业绩，全年净销售额870.32亿美元，同比增长3%，主要来自汇率与提价贡献，有机销售额增长1%；归母净利润160.46亿美元，同比基本持平。美容板块全年净销售额160.23亿美元，同比增长7%，为五大板块最高增速，SK-II增长抵消大中华区销量下滑；个人健康护理业务的有机销售额则实现中个位数增长，这主要得益于产品定价上调及销量上升；织物护理与家居护理业务板块有机销售额与去年同期持平，其中织物护理业务的有机销售额获得低个位数增长。

2) AI眼镜：MetaQ2财报AI眼镜业务表现强劲&依视路财报确认AI眼镜Q2销售额同比去年近乎翻倍；苹果首款智能眼镜或于WWDC 2027亮相。1) 当地时间7月29日，Meta公布2026年Q2财务报告。根据财报数据，Reality Labs当季实现营收4.31亿美元，同比增长16.5%。Meta首席财务官Susan Li在财报电话会议中表示，营收增长主要得益于AI眼镜业务的强劲表现，但部分增量被Quest头显销量下滑所抵消。2) 依视路陆逊梯卡2026上半年稳健增长，AI眼镜高增长趋势确立。公司7月28日发布半年报，上半年营收148.18亿欧元，固定汇率口径同比增长9.7%；Q2营收76.92亿欧元，固定汇率口径同比增长8.7%。上半年调整后营业利润固定汇率口径同比增长15%，增速快于收入，调整后营业利润率18.6%，固定汇率口径同比提升80个基点至18.9%，调整后毛利率63.5%。Q2零售可比门店销售额增长8.0%，核心镜片眼镜业务中个位数增长，近视管理组合收入增长24%，AI眼镜收入同比近翻倍。与Meta合作的AI眼镜产品线持续拓宽，年内已推出第二代处方镜片款Ray-Ban Meta Blazer Optics与Scriber Optics、运动款Oakley Meta HSTN与Vanguard、首款镜片内显示的Meta Ray-Ban Display，6月23日再推起售价299美元的普及型Meta Glasses系列。公司同期与半导体设备商应用材料公司启动战略合作，聚焦新一代智能光学系统。3) 苹果首款智能眼镜或于WWDC 2027亮相。据彭博记者Mark Gurman 7月26日报道，苹果首款智能眼镜将于2027年6月WWDC首次亮相，2027年底前发售，较原计划的2026年底亮相、2027年初发售推迟约6个月，打磨隐私功能与产品策略为延期主因。4) 三星确认AI眼镜支持连接苹果iPhone。三星MX事业部XR开发负责人崔在仁7月23日在伦敦产品说明会表示，年内发售的AI眼镜将兼容三星以外的安卓手机与苹果iOS设备，部分体验仅在三星生态内实现。三星将该产品定位为手机的辅助设备而非独立替代品，旨在将移动AI体验拓展至屏幕之外。



1.6. 小米集团

7月30日，小米汽车召开技术发布会，宣布小米昆仑技术架构正式发布，并推出小米澎湃系列增程SUV。小米昆仑技术架构由昆仑平台、昆仑超级增程和昆仑全域安全三部分组成，核心目标是把大SUV从传统“空间大但格局受限”升级为“智能可变大空间”。其中，昆仑平台实现前后贯穿纯平地地板，地板及下方结构厚度仅298mm，相比同尺寸SUV地板厚度减少多达200mm，纯平地地板长2.9米，舱内最大可用面积4.4平方米，并配备6根最长1.9米的超长滑轨，可支持七座、对坐、办公、大床和大后备厢等多种空间形态。

产品层面，小米澎湃N90 Max定位大七座旗舰增程SUV，预售价29.99万元；N70 Max定位大五座四驱增程SUV，预售价25.99万元。两车均搭载76kWh小米龙甲三元锂电池，主打“大电池增程”，N90 Max CLTC纯电续航464km、综合续航1705km；N70 Max CLTC纯电续航505km、综合续航1461km。智能化方面，新车搭载第三代骁龙8移动平台、算力700TOPS的NVIDIA Thor车载计算平台、小米HAD、激光雷达、4D毫米波雷达、双5G和Wi-Fi 7等配置。安全方面，小米澎湃车身高强度钢和铝合金占比90.4%，16处关键位置采用2200MPa超强钢，并支持750mm涉水能力和应急浮水功能。建议关注小米汽车在增程、大空间SUV及家庭智能出行场景中的后续竞争力。

1.7. AI+3D 打印

创想三维联手《和平精英》启动3D打印周边设计大赛，头部游戏IP共创推动消费级3D打印加速渗透大众内容生态。赛事设置“玩家收藏”和“派对狂欢”两大赛道，“玩家收藏”赛道面向经典装备复刻以及游戏道具、空投补给、载具模型和展示底座等原创周边设计，“派对狂欢”赛道聚焦穿戴配饰、潮流挂件、灯牌道具及应援周边等派对装备。赛事设置多类创意奖项，获奖者可获得创想三维K2 Pro Combo等设备或耗材奖励。奖励包括创想三维K2 Pro Combo等设备。头部游戏IP开放经典元素并引导玩家完成从模型设计到实体打印的共创，有望降低内容创作门槛、丰富3D打印内容供给，推动应用由工程制造向兴趣文化、IP周边及日常消费场景延伸。

独立双喷头换刀3D打印机众筹超270万美元，多色打印百花齐放、技术加速兑现。7月29日，3D打印机制造商Sovol正式在Kickstarter上线M1D多色桌面3D打印机。项目上线后迅速获得1,710名支持者，累计筹款金额超过270万美元（约合1,820万元人民币），显著高于19万美元的初始众筹目标。目前，M1D基础版超级早鸟价为1,299美元（约合8,797元人民币），高级版售价为1,599美元。产品采用独立双工具头设计，并支持复制、镜像等打印模式；在模型尺寸适配且两个工具头材料设置一致的情况下，可同时打印两个相同零件，理论产出效率接近单喷头设备的两倍。M1D众筹表现反映出市场对高效率、多材料及多色桌面3D打印设备的需求持续增长，独立双喷头、自动换刀等方案正推动多色打印由功能创新走向产品 and 市场兑现。

1.8. 宠物

(1) 多家上市公司跨界布局宠物行业：①近日速冻龙头三全食品斥资300万元全资设立上海迷你家人宠物食品有限公司，以轻量化模式跨界宠物食品赛道，主营宠物饲料研发、食品用品销售等业务。②7月29日浙江正特发布公告，拟与员工持股平台沐禾合伙出资1000万元设立深圳禾沐宠物科技，合资公司主营宠物食品用品、进出口、品牌运营等业务，公司将依托自身制造与欧美渠道优势，主攻欧美市场，搭建全渠道体系打造专业宠物用品品牌，开辟全新业务增长曲线。

(2) 路斯股份：7月24日，路斯宠物拟设立夏津路斯优佳宠物食品有限公司，分两期建设年产6000吨的宠物湿粮项目，预计总投资为1952万元。公司通过布局宠物湿粮品类，加速从零食领域向主粮类目转型，寻找公司增长的第二曲线。

二、行业重点数据及热点跟踪

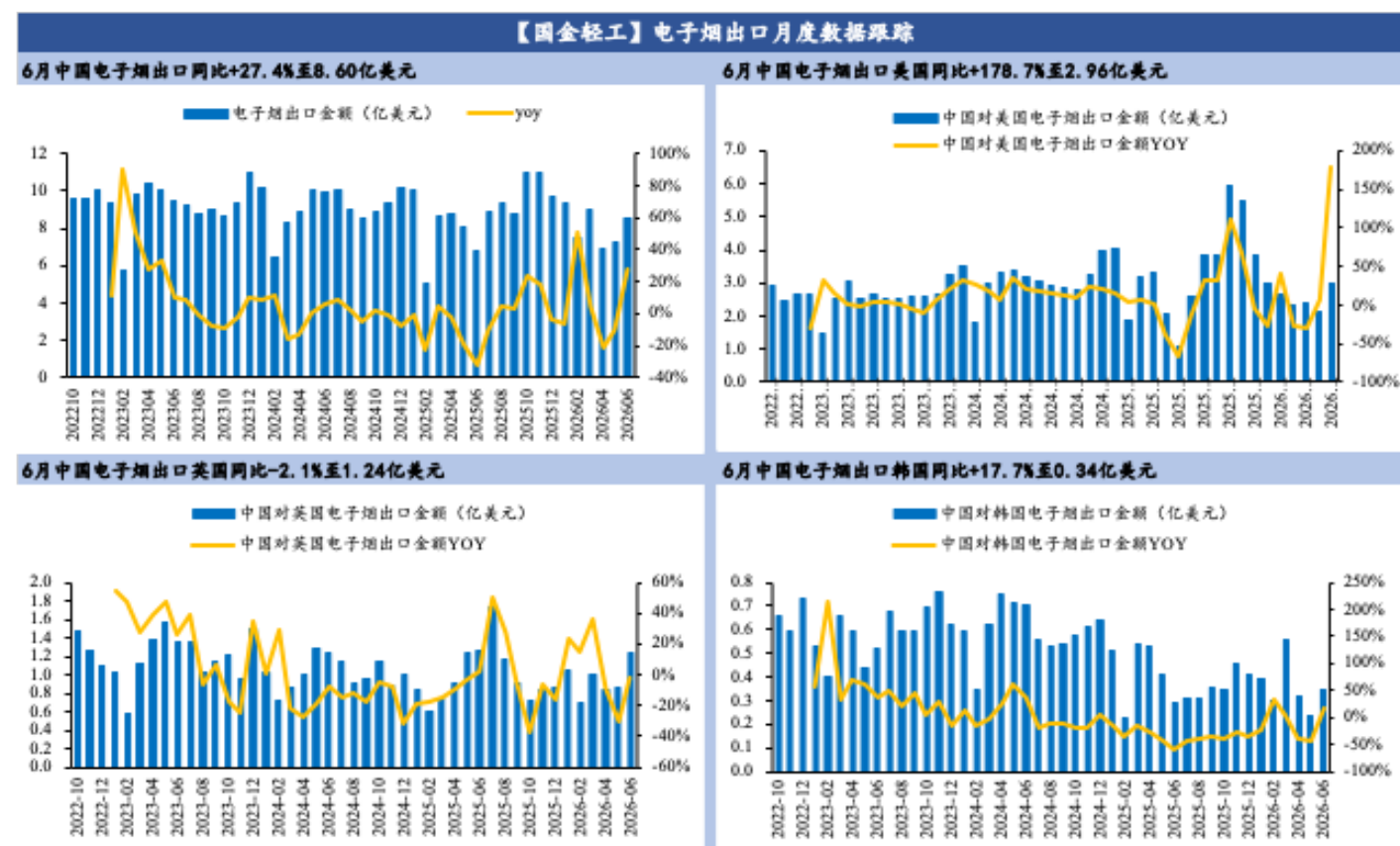
2.1. 新型烟草行业出口数据跟踪和一周热点回顾

2.1.1 中国电子烟月度出口数据跟踪

6月中国电子烟出口同比+27.4%至8.60亿美元。分地区来看，出口美国/英国/韩国/日本2.96/1.24/0.34/0.19亿美元，同比+178.7%/-2.1%/+17.7%/+42.1%。



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
7.30	英美烟草 2026 年上半年新型烟草收入增长 18%，全品类战略带来更多胜算与风险	英美烟草 2026 年上半年新型品类收入按固定汇率增长 18%。尼古丁袋品牌 VELO 快速扩张，电子烟品牌 Vuse 在美国执法加强后恢复增长，但 glo 加热烟草业务仍然承压，卷烟继续提供主要利润和现金流。相比菲莫国际和日本烟草，英美烟草拥有更广泛的增长选择，也面对更复杂的资源配置、监管和执行风险。
7.30	国家烟草专卖局约谈爱奇迹（深圳）技术有限公司，爱奇迹已回应	针对日常监管中发现的爱奇迹（深圳）技术有限公司涉嫌违法违规生产经营、合规管理薄弱等突出问题，近日，国家烟草专卖局依法对爱奇迹（深圳）技术有限公司负责人进行了行政约谈
7.30	日本烟草上半年 Ploom 加热烟草销量增长 43.5% 卷烟仍是转型支柱	JT 上半年加热烟草品牌 Ploom 销量增长 43.5%，但卷烟及其他可燃产品仍占其烟草销量约 97%，并继续贡献主要利润。日本 RRP 占烟草市场销量已达 48.7%，竞争正从品类扩张转向品牌、价格与用户争夺。JT 的财报揭示了传统烟草公司“双轨转型”的现实：卷烟支撑当前，加热烟草争夺未来。
7.30	BAT 推出 glo Hyper pro+，以快速启动与智能管理升级日本 HTP 设备体验	英美烟草日本（BAT Japan）推出新款加热烟草设备 glo Hyper pro+，作为 glo Hyper 系列升级产品，通过 QuickStart™快速加热技术、EasyView™显示屏以及设备维护提醒功能优化用户体验。该设备于 2026 年 7 月 13 日在日本上市，并继续兼容 neo、Lucky Strike 和 KENT 等 glo Hyper 系列烟草棒。



7.29

《加热卷烟》强制性国标草案公开征求意见，多种加热路线仍有空间

国家烟草专卖局发布《加热卷烟》强制性国家标准征求意见稿，首次公布电加热卷烟在烟支、烟具和气溶胶方面的具体要求。草案将烟支与烟具纳入同一产品系统，以安全质量底线为主，同时为中心加热、外围加热和烟支内置发热体等不同技术路线保留空间。

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%。

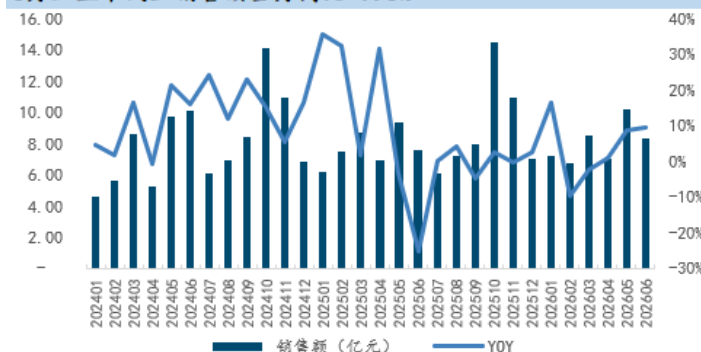
潮玩动漫板块：26年6月线上销售额总计12.28亿元，同比-14%；其二级品类盲盒娃娃/动漫游戏周边线上销售额为5.71/3.22亿元，同比-20%/-16%。

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%。

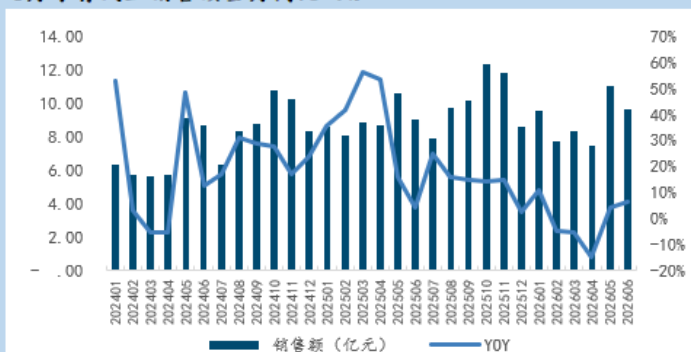
图表3：轻工个护&潮玩线上销售额

【国金轻工】轻工个护&潮玩线上销售走势

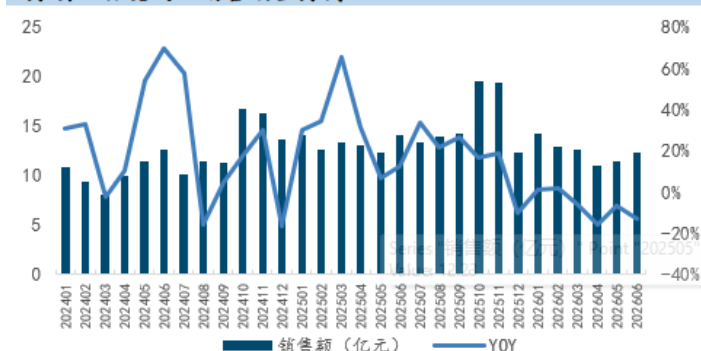
6月卫生巾线上销售额当月同比+9.5%



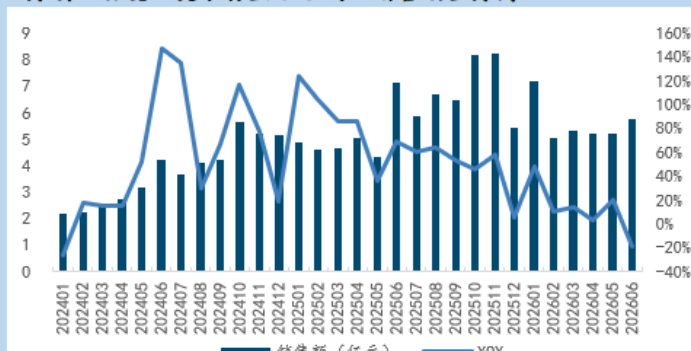
6月牙膏线上销售额当月同比+7%



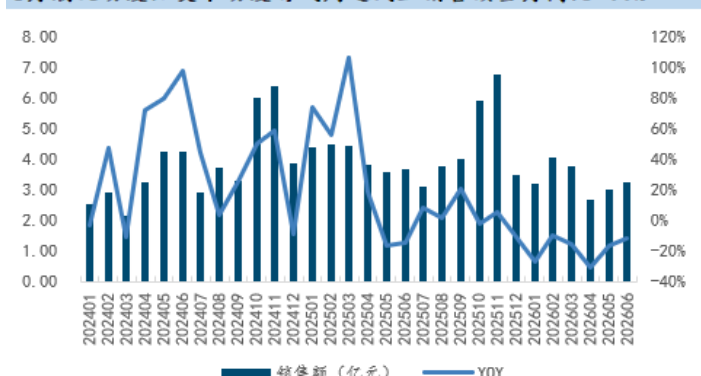
6月潮玩动漫线上销售额当月同比-12.8%



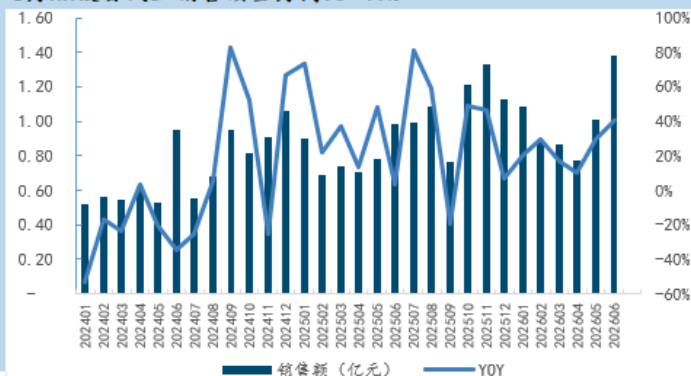
6月潮玩动漫品类下盲盒娃娃线上销售额当月同比-19%



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（7.10-7.17）30大中城市成交面积同比+3.75%。周度商品房累计成交面积同比-7.77%。

周度二手房成交面积：本周（7.10-7.17）14城二手房成交面积同比+6.45%。周度二手房累计同比+1.74%。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%。

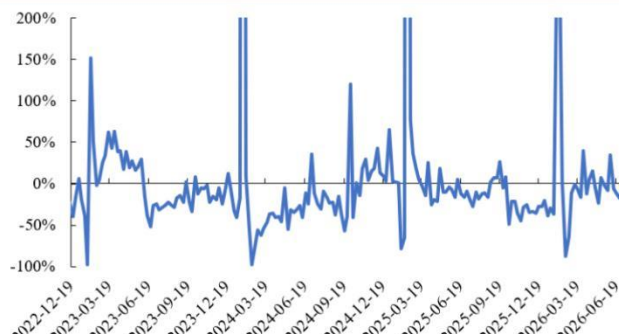
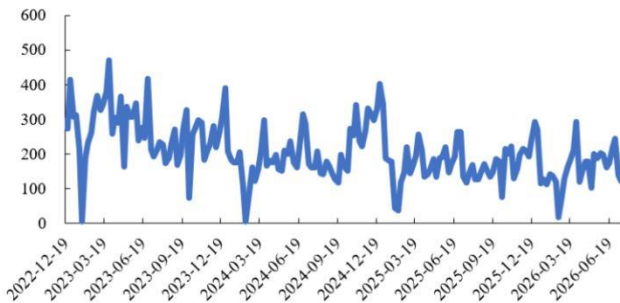


图表4：中国地产数据走势一

【国金轻工】中国地产数据走势

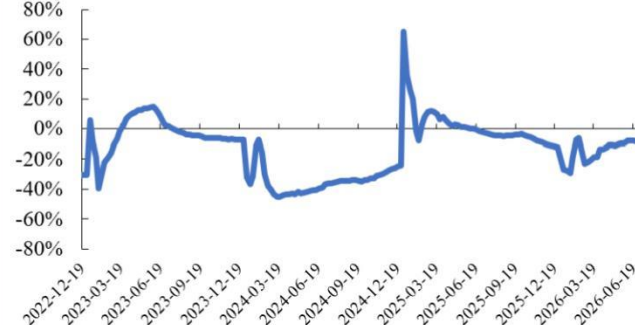
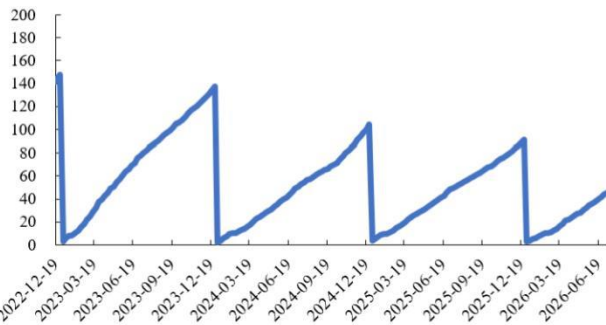
本周30大中城市成交面积当周绝对值121.7（万平方米）

本周30大中城市成交面积当周同比+3.75%



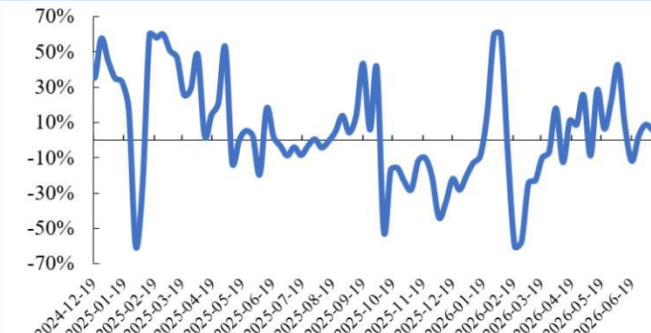
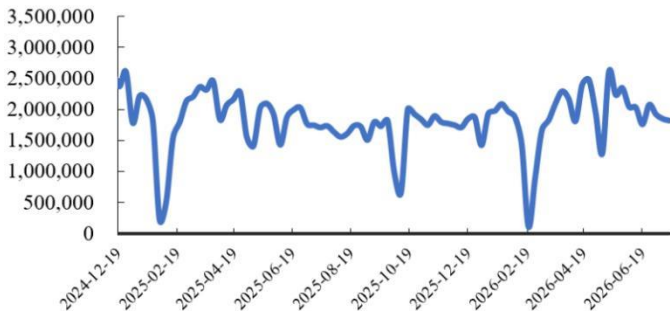
30大中城市成交面积累计绝对值45.61（百万平方米）

30大中城市成交面积累计同比-5.34%



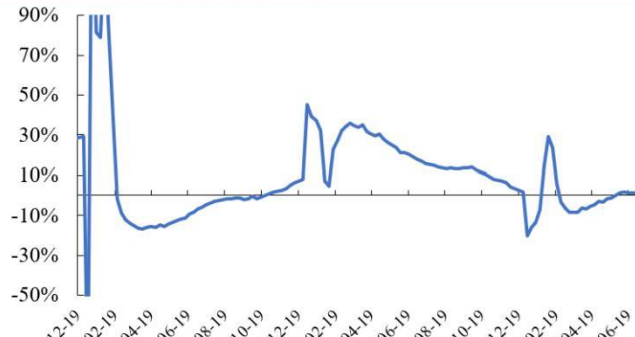
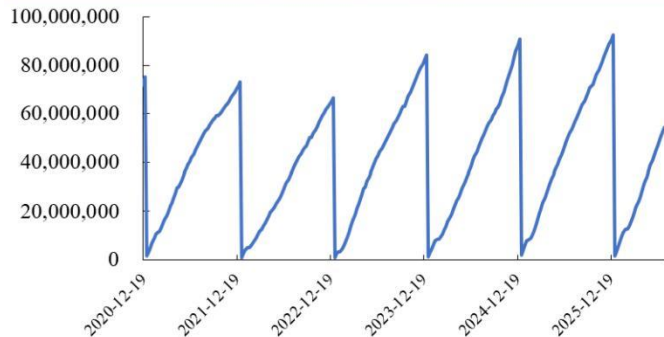
本周14城二手房成交面积当周绝对值182.57（万平方米）

本周14城二手房成交面积当周同比6.45%



14城二手房成交面积累计绝对值52.92（百万平方米）

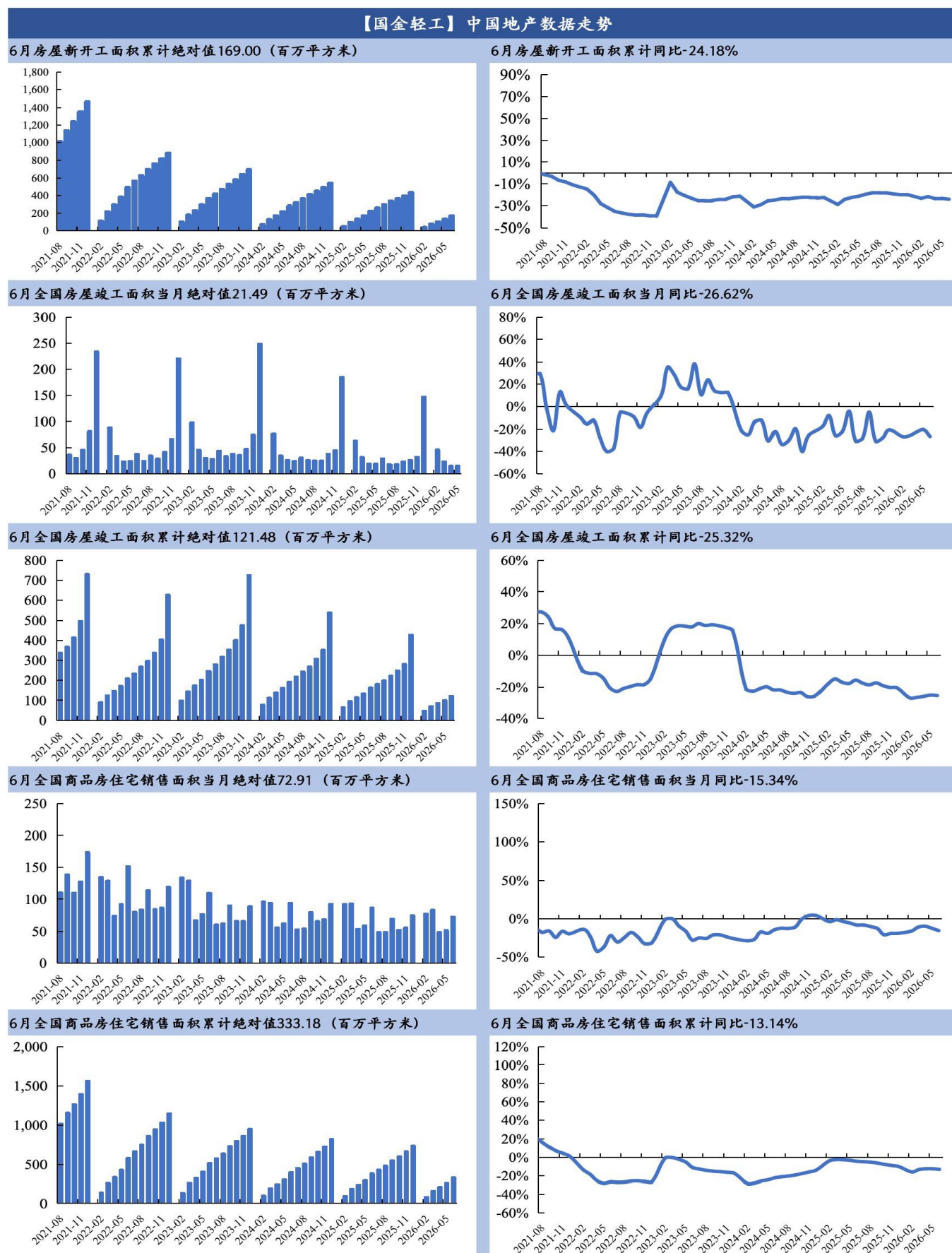
14城二手房成交面积累计同比+1.74%



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



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

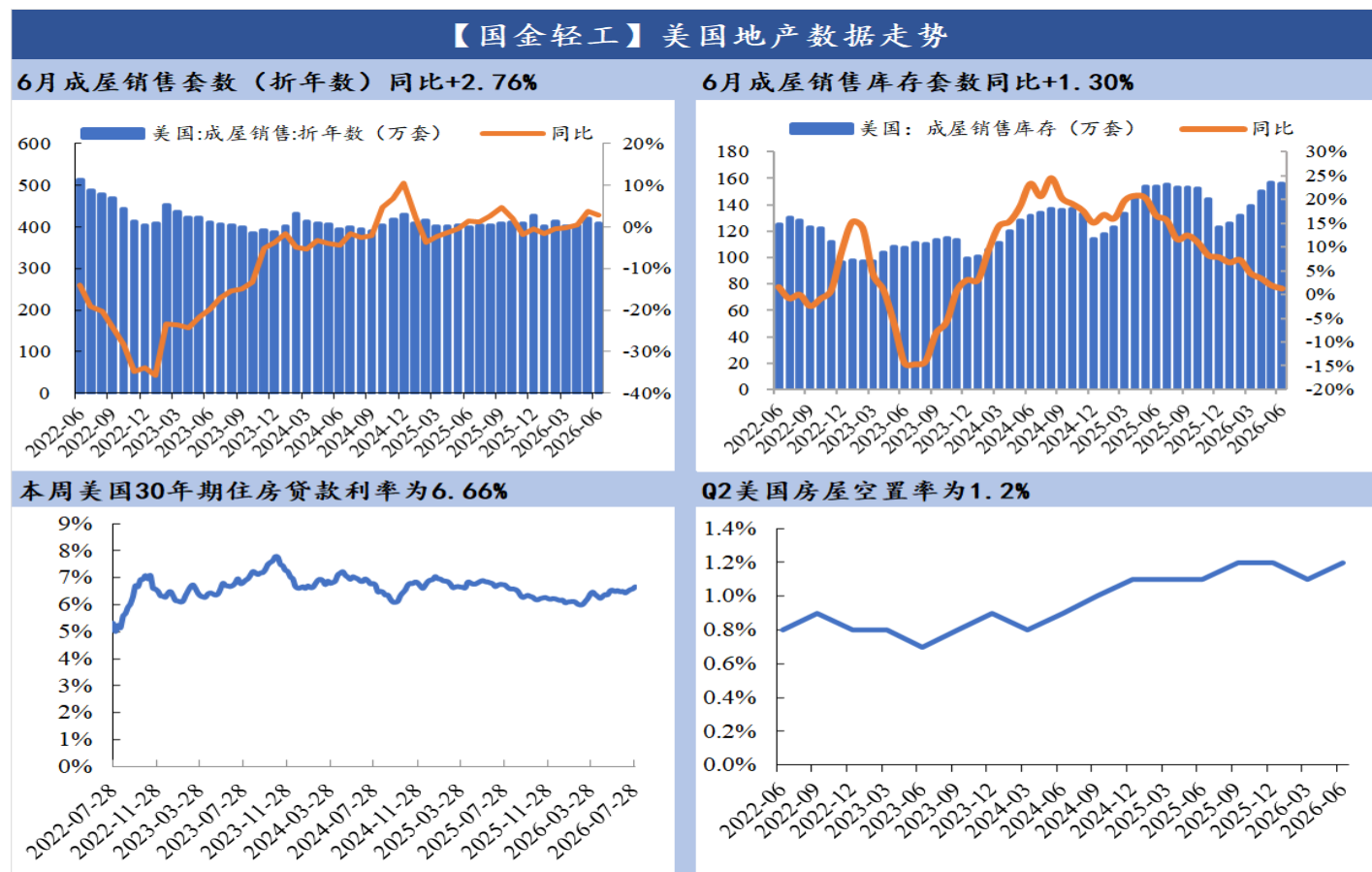


美国房屋销售：2026 年 6 月成屋销售套数（折年数）同比+2.76%，成屋销售库存同比+1.30%。

美国贷款利率：美国 30 年期住房贷款利率本周为 6.66%，环比+0.08pct。

美国房屋空置率：2026 年 Q2 为 1.2%，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

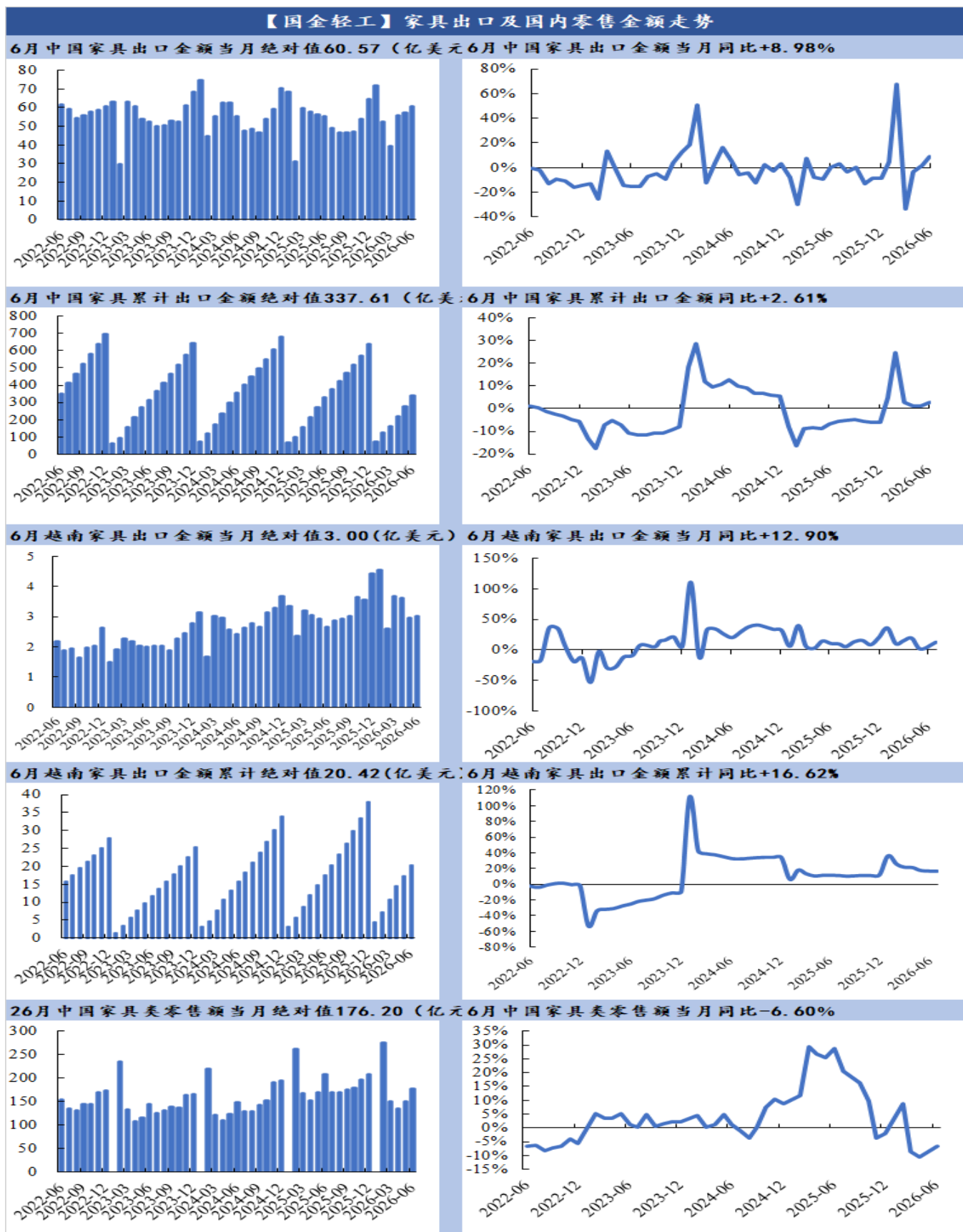
2.3.2 家具出口及国内零售额数据

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 176.20 亿元；26 年 1-6 月中国家具类零售额累计 869.70 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



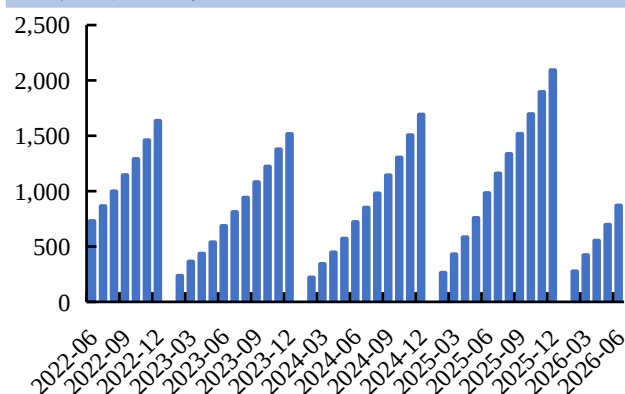
来源：Wind，国金证券研究所；注：部分波动较大数值已做平滑处理



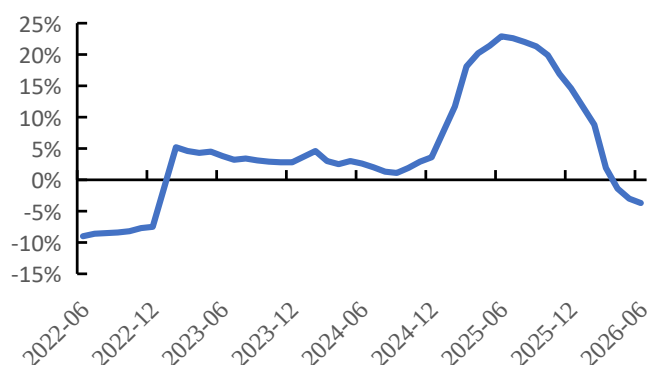
图表8：家具出口及国内零售金额走势二

【国金轻工】家具出口及国内零售金额走势

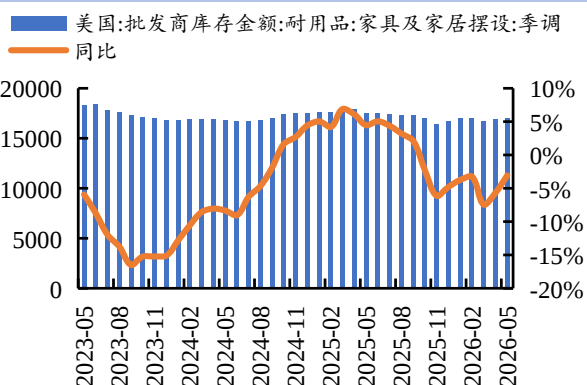
6月中国家具类零售额累计绝对值869.70（亿元）



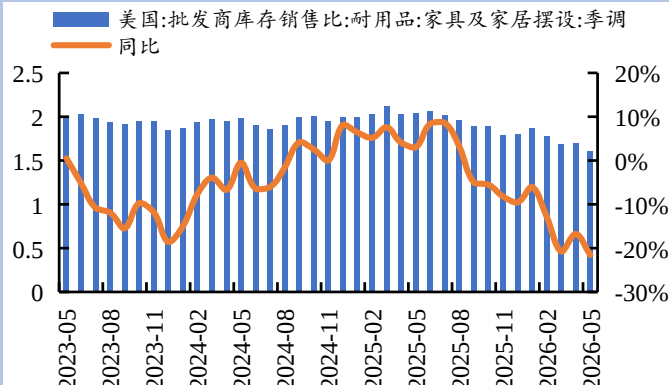
6月中国家具类零售额累计同比-3.70%



5月美国家具及家居摆设批发商库存同比-3.08%



5月美国家具及家居摆设批发商库存销售比同比-21.57%



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 9030.00 元/吨，环比上升 860.00 元/吨，2026 年截止 7.17 均价为 9659.3 元/吨，较 2025 年均价上升 20.99%。

本周国内 MDI 均价为 18880.00 元/吨，环比上升 280.00 元/吨，2026 年截止 7.17 均价为 20552.3cc 元/吨，较 2025 年均价上升 13.58%。

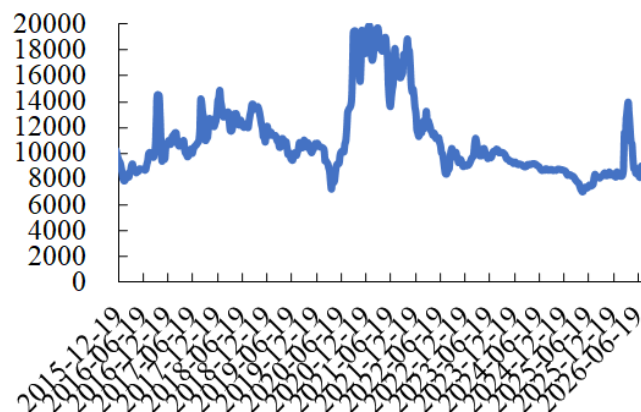
本周国内 TDI 均价为 15980.00 元/吨，环比上升 560.00 元/吨，2026 年截止 7.17 均价为 16248.5 元/吨，较 2025 年均价上升 21.04%。



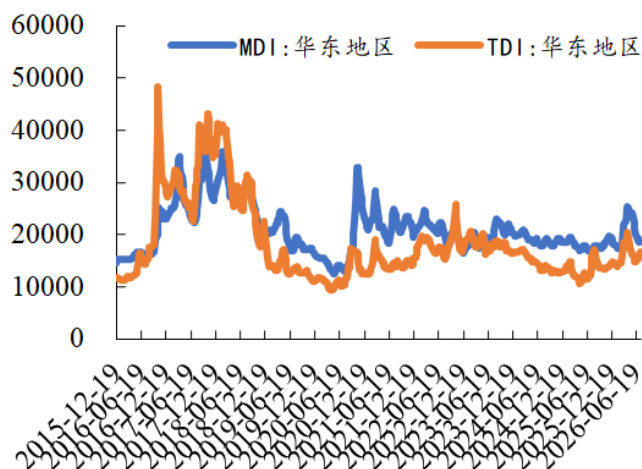
图表9：家居原材料价格走势

【国金轻工】家居原材料价格走势

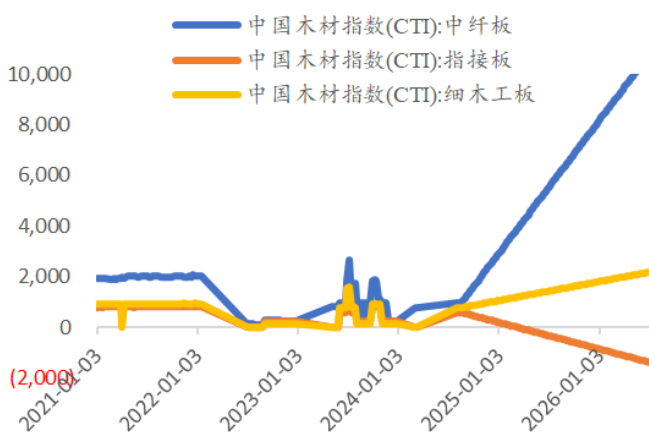
本周国内软泡聚醚9030.0元/吨



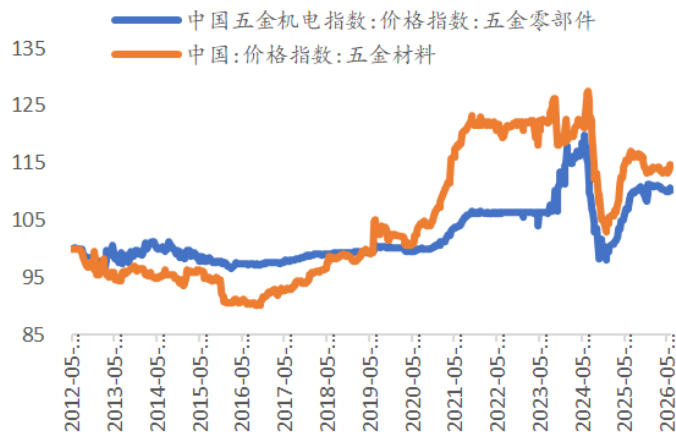
本周国内MDI/TDI环比-280/+760元/吨



中国中纤板及刨花板价格指数上涨



中国五金机电指数相对稳定



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

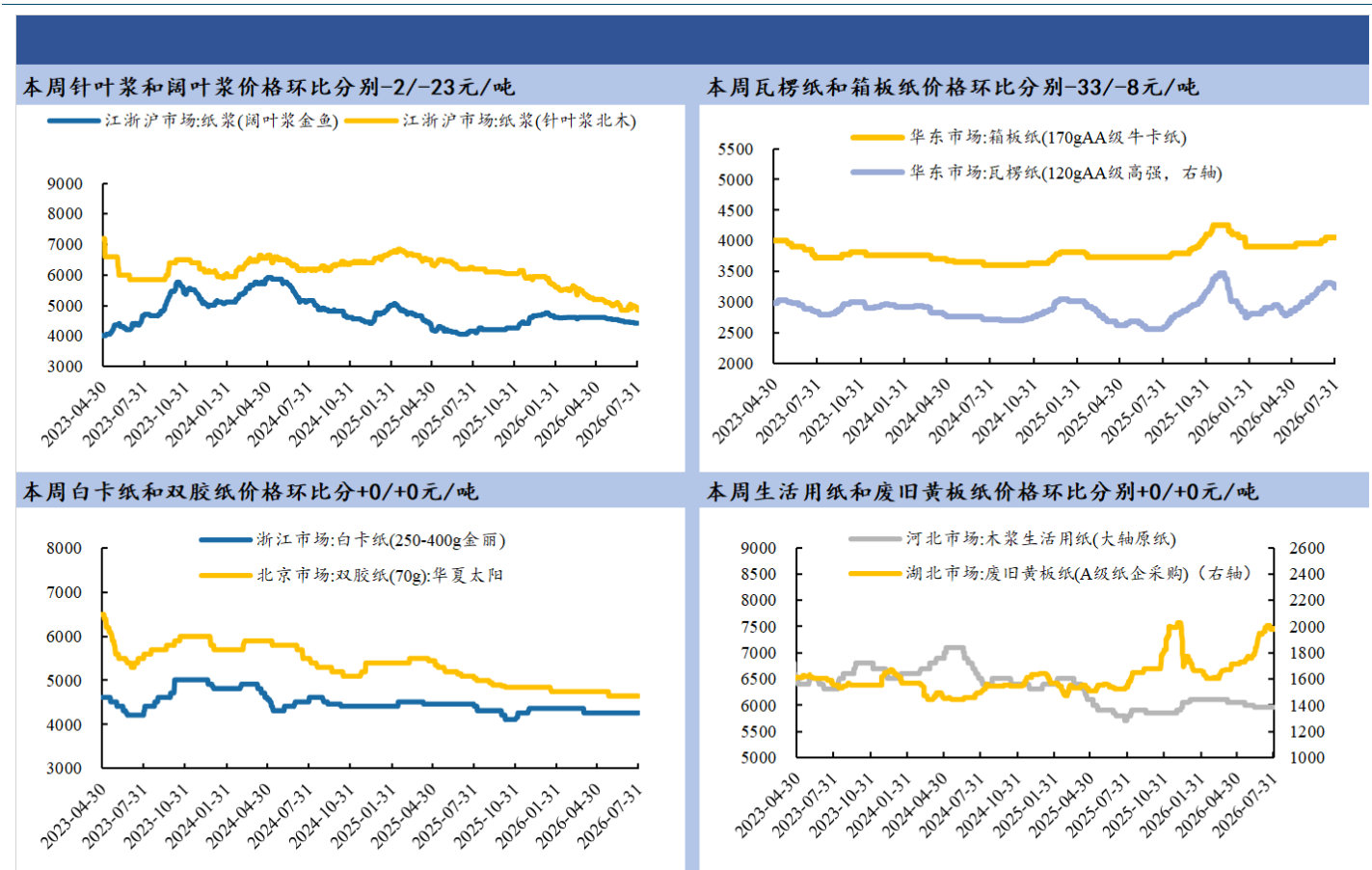
【国金轻工】造纸产业链价格跟踪																	
产品名称	25Q2	25Q3	环比25Q2	季度				环比25Q4	26Q1	环比26Q1	月度				26年3月	本周均价 (元/吨)	周度 环比上周
				25Q4	环比25Q3	26Q1	环比25Q4				26年7月	26年6月	26年5月	26年4月			
原材料																	
木浆系	针叶浆	6234	5798	-436	5525	-273	5339	-186	4986	-353	4856	4875	5035	5053	5232	4803	-2
	阔叶浆	4248	4143	-105	4426	283	4623	197	4559	-63	4407	4497	4584	4600	4591	4370	-23
	化机浆	3860	3700	-160	3793	93	3800	7	3800	0	3800	3800	3800	3800	3800	3800	0
废纸系	国废黄板纸	1497	1604	107	1846	241	1573	-272	1716	143	1956	1824	1720	1605	1563	1936	-36
纸品																	
木浆系	双胶纸	5029	4743	-286	4643	-100	4543	-100	4503	-40	4413	4423	4543	4543	4543	4413	0
	铜版纸	5675	5175	-500	4975	-200	4875	-100	4503	-372	4700	4700	4800	4800	4875	4700	0
	白卡纸	4210	3848	-362	4229	381	4236	7	4084	-152	4149	4113	4070	4070	4236	4149	0
废纸系	箱板纸	3431	3452	21	3836	384	3547	-289	3607	60	3822	3697	3599	3525	3577	3836	-8
	瓦楞纸	2686	2772	86	3218	446	2909	-309	3022	113	3329	3164	3006	2894	2986	3324	-33

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27日至2026年7月31日

本周（7.27-7.31）针叶浆和阔叶浆价格环比分别-2/-23元/吨，瓦楞纸和箱板纸价格环比分别-33/-8元/吨，白卡纸和双胶纸价格环比分别+0/+0元/吨，生活用纸和废旧黄板纸价格环比分别+0/+0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7月27日至2026年7月31日

7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+15.6%/+2.3%/+17.1%/+15.4%/-15.7%/+2.7%；6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+17.7%/+10.2%/+6.5%/-1.6%/+4.0%。

6月，白卡纸和白板纸/双胶纸/双铜纸单月净出口分别为+30/+7.1/+4.2万吨，箱板纸/瓦楞纸单月净出口分别为-30.0/-10.0万吨。

7月，中国纸浆港口库存环比-4.0万吨至228.5万吨。6月，纸浆/针叶浆/阔叶浆月度进口量同比分别-4.7%/+13.3%/-12.2%；6月，木片进口量与进口单价同比分别-12.8%/+20.6%，再生纸浆进口量与进口单价同比分别-10.6%/-5.2%。

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%。

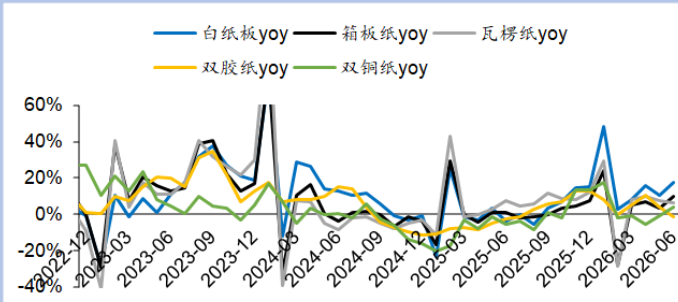
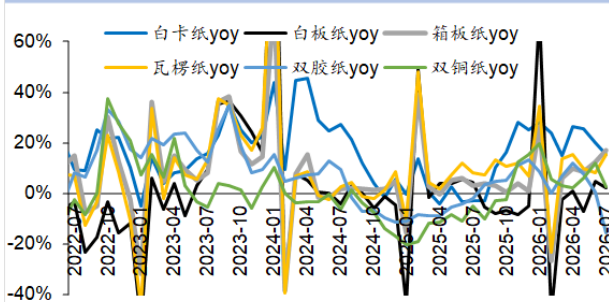


图表12：纸浆和成品纸产销及进出口月度数据追踪

【国金轻工】各纸浆和成品纸产销及进出口月度数据追踪

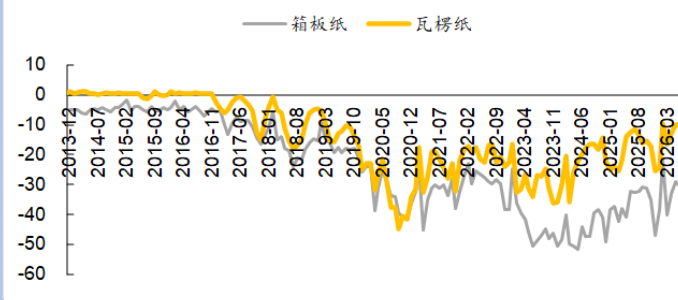
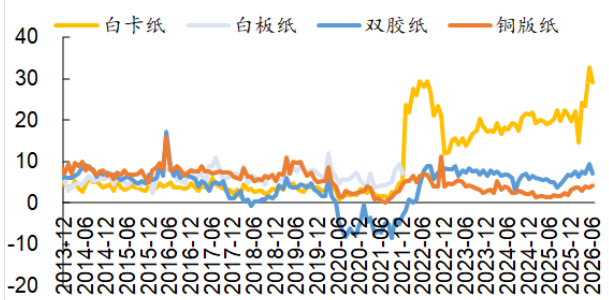
7月，白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸/双胶纸/双铜纸单月产量同比+15.6%/+2.3%/+17.1%/+15.4%/-15.7%/+2.7%

6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+17.7%/+10.2%/+6.5%/-1.6%/+4.0%



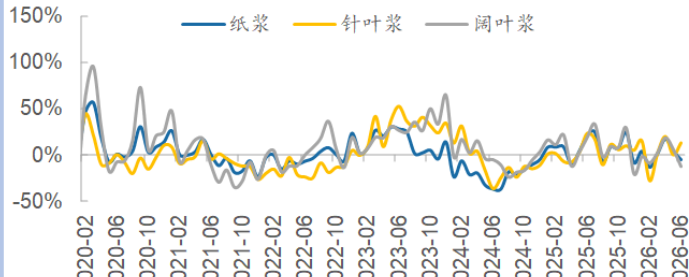
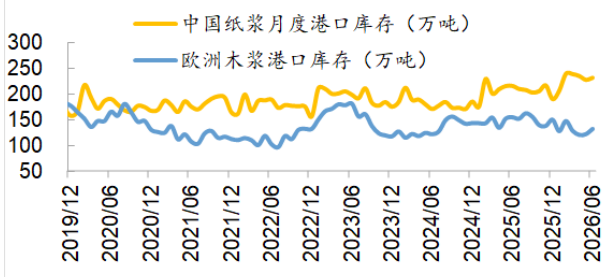
6月白卡纸和白板纸/双胶纸/双铜纸单月净出口分别为+29/+7.1/+4.2万吨

6月箱板纸/瓦楞纸单月净出口分别为-30.0/-10.0万吨



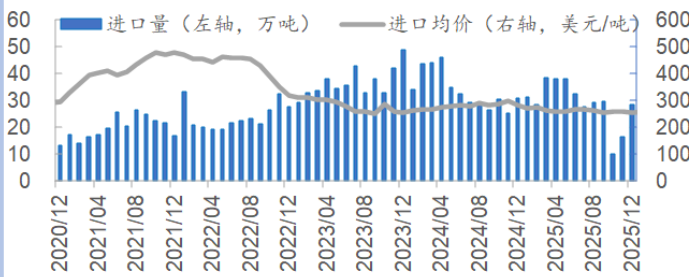
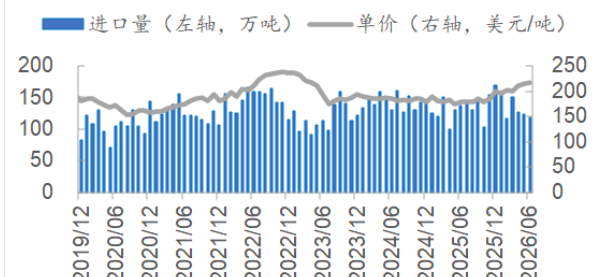
7月中国纸浆港口库存环比-4.0万吨至228.5万吨

6月纸浆/针叶浆/阔叶浆月度进口量同比分别-4.7%/+13.3%/-12.2%



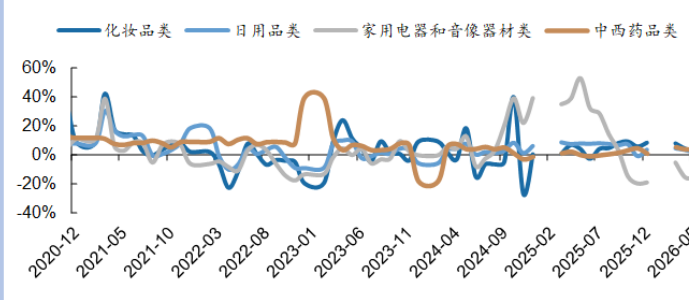
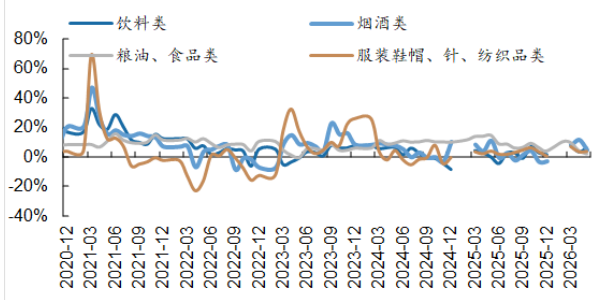
6月木片进口量与进口单价同比分别-12.8%/+20.6%

6月再生纸浆进口量与进口单价同比分别-10.6%/-5.2%



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%

5月化妆品、日用品、家用电器、药品社零分别+2.5%/+1.6%/-15.6%/+4.0%



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:

本周期工作日进口浆主流品牌针叶浆现货含税均价 4800 元/吨, 环比上期下降 0.04%; 阔叶浆现货含税均价 4370 元/吨, 环比上期下降 0.5%; 本色浆现货含税均价 5150 元/吨, 环比上期上涨 0.7%; 化机浆现货含税均价 3800 元/吨, 环比上期持平。具体来看, 针叶浆受期货盘面下调及现货流通货源充裕影响, 报价小幅走低。市场缺乏新的消息面指引, 交投情绪平淡。阔叶浆日度价格走势相对平稳, 但受需求疲软拖累, 周均价环比下降 0.5%。港口库存本周期延续去化, 但总量仍处于中高位水平, 持续对市场形成压力。整体来看, 供需基本面未出现实质性变化, 市场在淡季氛围中平稳运行。

2) 成品纸:

本期国内双胶纸市场延续博弈状态, 价格低位僵持。周内龙头纸企仍存挺价意愿, 其他纸企维稳观望, 下游对纸价上涨接受度一般, 博弈之下价格暂稳。周内因纸机转产行业生产持续维持偏低水平, 秋季出版招标订单的集中供货进入收尾阶段, 而社会书商采购意向一般, 下游印厂多维持少量刚需补货, 采购积极性不高, 整体需求缓慢缩减, 市场货源供应仍相对充足, 行业供需修复进程减缓。原料端, 阔叶浆价格维持低位, 针叶浆价格震荡下跌, 整体成本小幅松动, 对价格仍缺乏支撑。总体看, 市场货源供应仍相对宽松, 但社会面订单跟进不足, 市场交投氛围偏淡, 贸易商仍延续随进随出策略, 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延续博弈, 价格低位。期内铜版纸市场仍受供需关系影响, 成本支撑相对稳定。供应端, 个别纸企短期检修, 带动产量环比收缩, 但市场货源供应仍相对宽松。需求端, 部分秋季出版招标订单仍在交付, 因交货期接近尾声, 又因社会面画册、宣传类需求持续疲软, 整体需求有小幅缩减, 市场供需矛盾依然存在, 下游维持少量刚需补单。原料端, 阔叶浆价格维持低位, 针叶浆价格震荡下跌, 整体成本小幅松动, 对价格仍缺乏支撑。总体看, 受终端需求制约, 下游采购心态仍偏谨慎, 经销商仍随行就市, 维持随进随出, 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呈小幅下调走势, 整体重心较上周略有下移。供应方面, 废纸价格走低后打包站出货意愿虽有增强, 但前期积累货源已基本消化完毕, 加之夏季多雨天气制约回收节奏, 市场可流通货源再度收紧, 供应面逐步回归偏紧状态。需求方面, 下游成品纸价格有所走弱, 虽规模纸企发布八月初涨价函, 但对市场情绪提振作用有限; 纸企到货量小幅回落, 原料库存得到一定消耗, 不过前期备货尚可, 在成本考量下仍小幅下调废纸采购价, 除河北部分地区受环保因素停机外, 其余地区生产运行正常, 对废纸维持按需采购。整体来看, 本周废纸市场供应压力有所缓解, 但纸企采购心态仍偏谨慎, 废纸价格支撑不足, 重心小幅下移。隆众预计, 在供应收紧与纸企谨慎采购相互博弈的背景下, 短期内废旧黄板纸价格或维持稳中偏弱运行。

本期废旧黄板纸市场价格呈小幅下调走势, 整体重心较上周略有下移。供应方面, 废纸价格走低后打包站出货意愿虽有增强, 但前期积累货源已基本消化完毕, 加之夏季多雨天气制约回收节奏, 市场可流通货源再度收紧, 供应面逐步回归偏紧状态。需求方面, 下游成品纸价格有所走弱, 虽规模纸企发布八月初涨价函, 但对市场情绪提振作用有限; 纸企到货量小幅回落, 原料库存得到一定消耗, 不过前期备货尚可, 在成本考量下仍小幅下调废纸采购价, 除河北部分地区受环保因素停机外, 其余地区生产运行正常, 对废纸维持按需采购。整体来看, 本周废纸市场供应压力有所缓解, 但纸企采购心态仍偏谨慎, 废纸价格支撑不足, 重心小幅下移。隆众预计, 在供应收紧与纸企谨慎采购相互博弈的背景下, 短期内废旧黄板纸价格或维持稳中偏弱运行。

2) 成品纸:

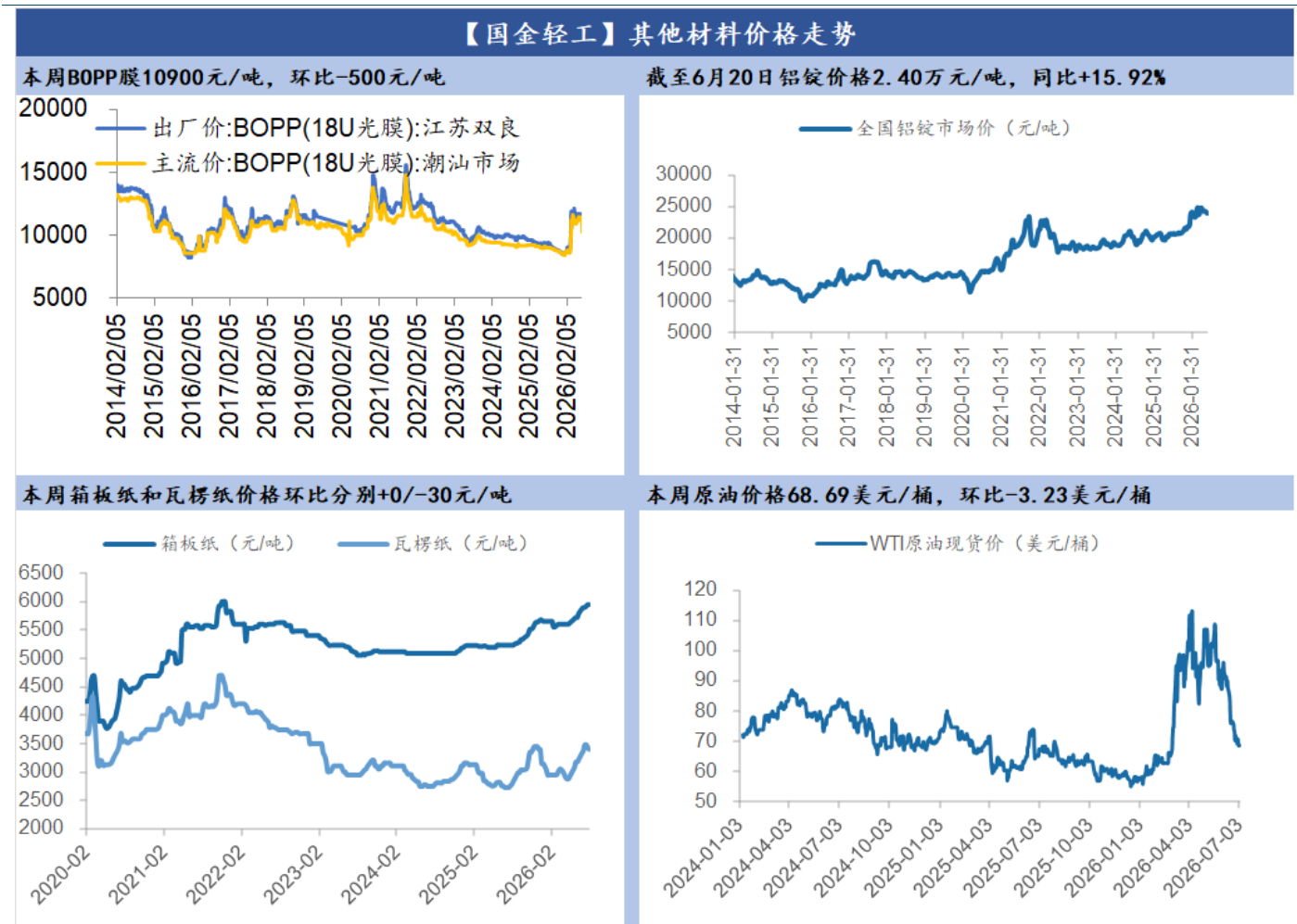
据隆众资讯监测数据显示, 本期瓦楞纸含税均价为 3324 元/吨, 环比下降 1.0%, 同比增长 22.3%。具体来看, 本周瓦楞纸市场呈小幅下降趋势, 下半周华东、华南地区规模纸企部分基地下调面价 150-200 元/吨, 面价未下调的中小纸企跟跌。上半周北方地区受部分纸企停机检修影响, 供应存减量预期, 局部地区部分纸企小幅提涨但华东、华南等地区因终端需求疲软及下游包装企业观望情绪浓郁, 纸价持续走低。下半周华南、华东及华中地区进一步大幅下调面价, 市场成交重心明显下移, 与此同时, 纸企提前发布 8 月份涨价函, 试图为后市止跌企稳提供预期支撑。然当前供需矛盾突出, 纸企库存持续攀升, 叠加废黄板纸原料价格小幅下行, 市场信心不足, 预计短期纸价仍将维持跌势。

据隆众资讯监测数据显示, 本期箱板纸含税均价为 3836 元/吨, 环比下降 0.2%, 同比增长 9.3%。具体来看, 本期箱板纸市场呈现稳中小幅下滑趋势, 规模纸企部分基地下调低端品种面价 70-150 元/吨, 面价未下调的中小纸企陆续跟进。目前终端消费处于传统淡季, 二级厂新增订单有限, 原纸多以消化库存为主, 采购节奏缓慢, 导致纸企出货承压, 库存压力凸显, 为促进出货, 部分中小纸企继续下调箱板纸价格, 降幅多在 50 元/吨, 叠加原料废旧黄板纸价格窄幅偏弱整理, 成本端支撑作用一般, 双重利空因素下, 市场看空氛围蔓延, 倒逼月末规模纸企部分基地大幅下调低端品种面价。



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. 31

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

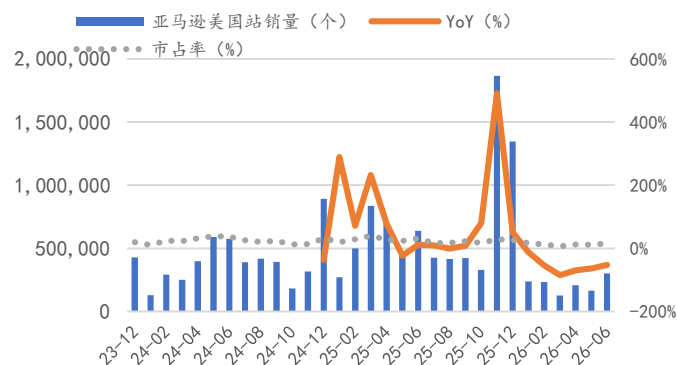
Stanley: 美国深度调整，加拿大强势反弹，欧洲双核全面开花。6月，亚马逊美国/加拿大/德国/英国站销量分别为30.20万个/5.87万个/3.81万个/4.09万个，同比增幅分别为-52.73%/+73.28%/+112.67%/+45.25%，四地区亚马逊区域销量比为68.7%/13.36%/8.67%/9.31%，市占率分别为14.71%/30.32%/21.50%/14.63%。美国站同比大幅下滑，主因核心爆品生命周期进入成熟期、渠道库存仍处去化阶段，叠加Owala等竞品持续分流份额。加拿大站同比增长显著，扭转前期疲态，受益于品牌势能跨境溢出与本土零售渠道拓展发力。欧洲板块成为最大亮点：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。

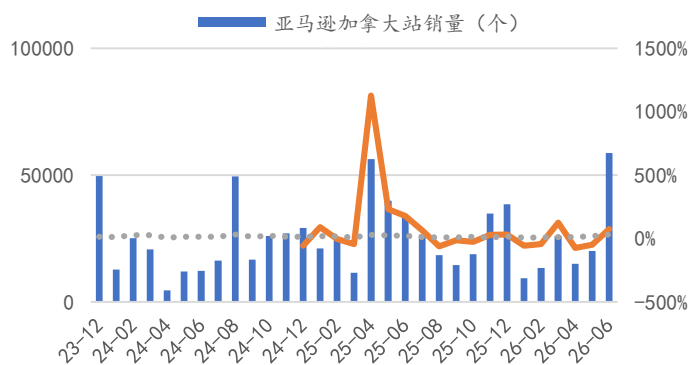


图表14: Stanley 亚马逊美国站 6 月销量同比-52.73%



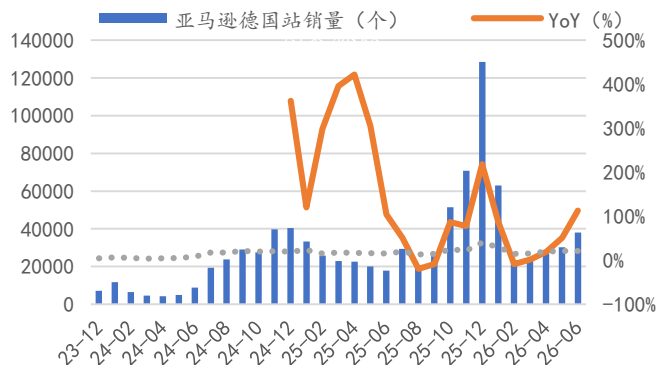
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表15: Stanley 亚马逊加拿大站 6 月销量同比+73.28%



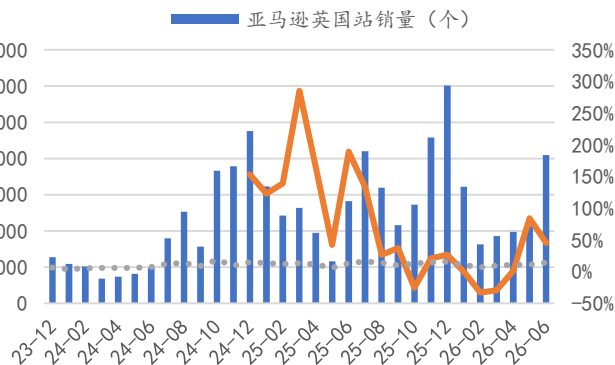
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表16: Stanley 亚马逊德国站 6 月销量同比+112.67%



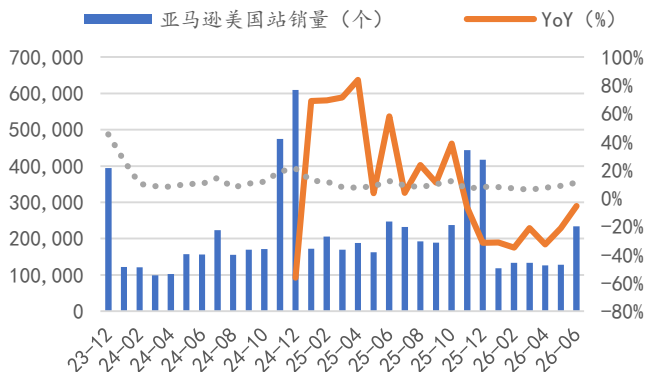
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表17: Stanley 亚马逊英国站 6 月销量同比+45.25%



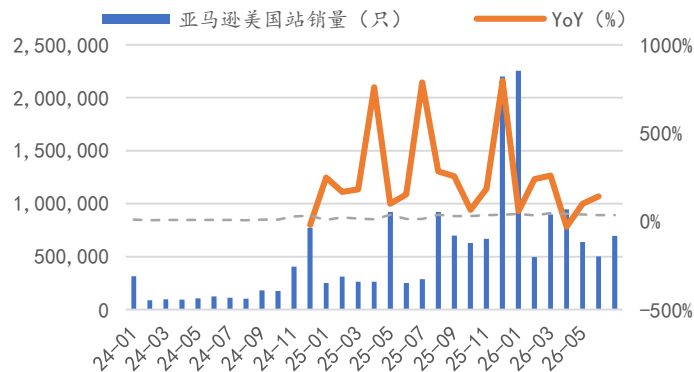
来源: Sorftime, 国金证券研究所

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

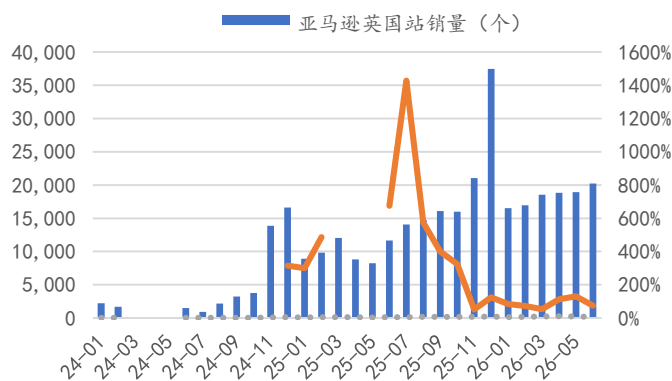
图表19: Yeti 亚马逊加拿大站 6 月销量同比-28.4%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

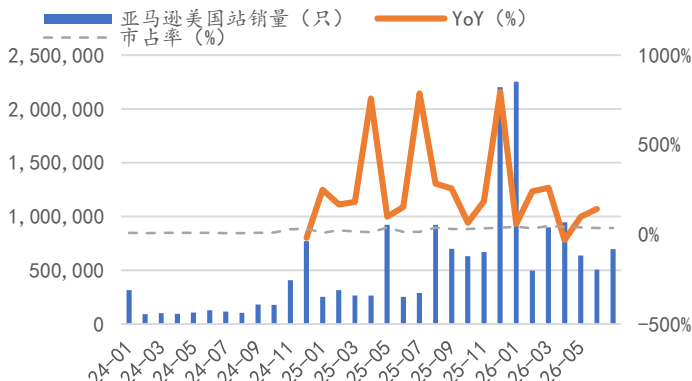


图表20: Yeti 亚马逊英国站 6 月销量同比+73.85%



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%



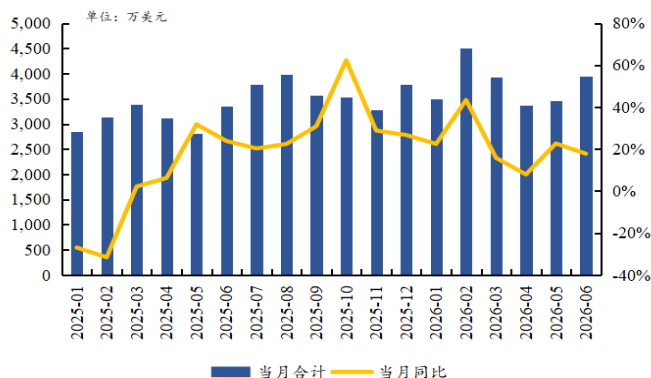
来源: Sorftime, 国金证券研究所

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%。

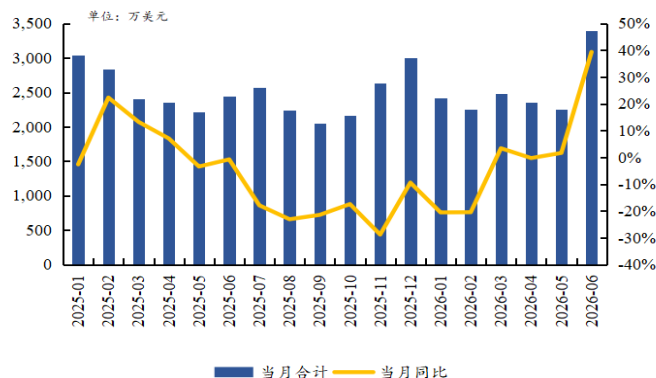
致欧科技: 6 月, 亚马逊美国/英国/德国/法国站 GMV 同比分别为+39.4%/+67.3%/+47.6%/+41.3%。

图表22: 恒林股份亚马逊美国站 6 月 GMV 同比+17.8%



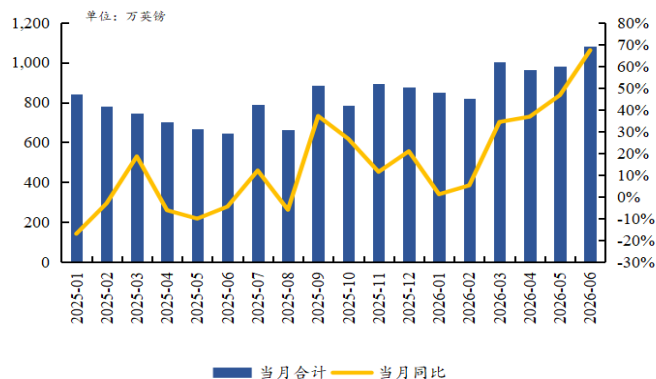
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表23: 致欧科技亚马逊美国站 6 月 GMV 同比+39.4%



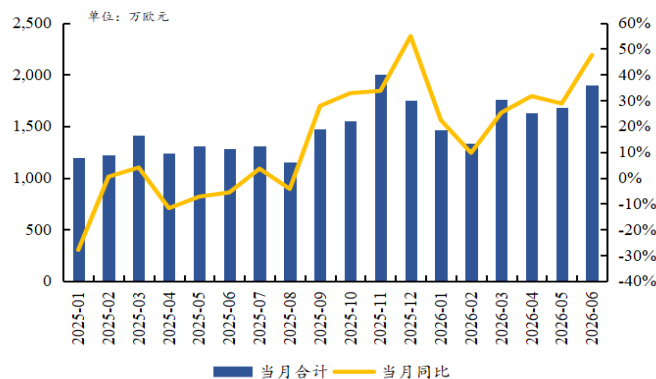
来源: Sorftime, 国金证券研究所

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

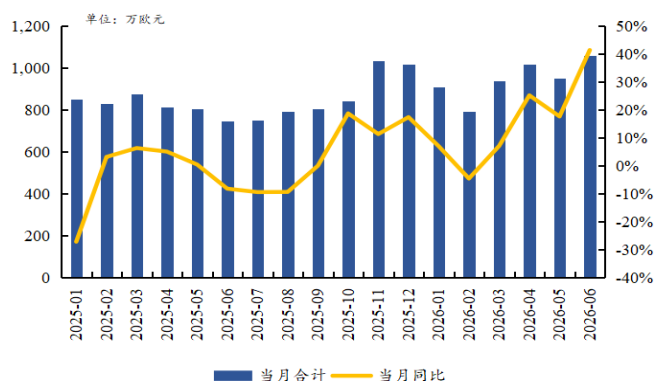
图表25: 致欧科技亚马逊德国站 6 月 GMV 同比+47.6%



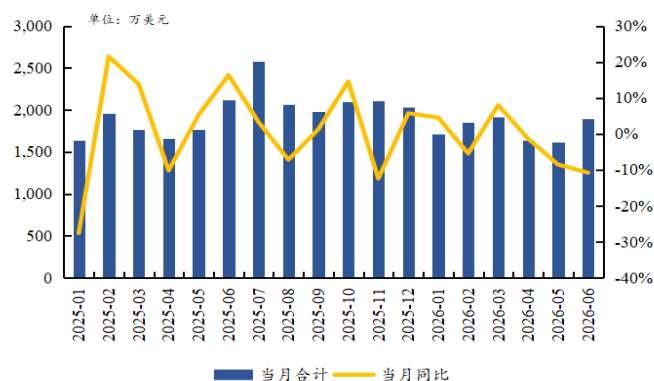
来源: Sorftime, 国金证券研究所



图表26: 致欧科技亚马逊法国站6月GMV同比+41.3%



图表27: 傲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

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