大消费

大促转向新品驱动

2026 年 11 月 2 日

大消费行业周报（10 月第 4 周）

分析师：郑彬彬
执业证书号：S1030523030001
电话：0755-23602217
邮箱：zhengbb@csco.com.cn
分析师：罗鹏
执业证书号：S1030523040001
电话：0755-23602217
邮箱：luopeng@csco.com.cn

公司具备证券投资咨询业务资格

行业观点：

1) **上周（10/26-10/30）大消费板块多数行业下跌。**食品饮料、家用电器、纺织服饰、商贸零售、社会服务、美容护理周涨跌幅分别为 3.29%、0.34%、-3.40%、-2.61%、-4.24%、-6.81%。食品饮料、家用电器、纺织服饰、商贸零售、社会服务、美容护理各板块领涨的个股分别是青岛食品（+61.07%）、海洋王（+19.38%）、华利集团（+14.37%）、若羽臣（+11.81%）、传智教育（+26.56%）、中顺洁柔（+10.23%）；领跌的个股分别是味知香（-21.81%）、亿田智能（-36.81%）、*ST 天创（-20.29%）、青木科技（-20.68%）、豆神教育（-22.42%）、珀莱雅（-13.48%）。

2) **大促竞争逻辑切换，新品供给取代低价内卷。**2026 年双十一开门红数据落地。抖音电商 10 月 15—18 日消费券带动成交额破亿元商家数同比增长 200%，破千万、破百万元商家数分别同比增长 36%、38%；天猫开卖前一个月首发新品商家数同比增长 64%，超 100 万全球品牌参与、6 万家新商家首次参战。本轮大促采用官方立减、一件直降取代复杂满减凑单，平台从“全网最低价”的价格战叙事，转向直接补贴下的商家分层扶持与供给效率竞争。大促定位由短期清库存冲量前置为新品首发与品类创新阵地，产品迭代能力取代单纯让利，成为商家规模与利润的核心来源。成本结构稳、供应链效率高、新品承接力强的品牌有望在透明价盘下兼顾增长与盈利，而依赖降价走量、缺乏研发壁垒的商家将持续承压出清。建议关注：1）新品迭代能力强、大单品矩阵完善的国货美妆、家电及食品饮料龙头；2）宠物、户外、个护小家电等新品类快速起量的成长标的。

3) **以旧换新数据持续亮眼，地方扩容打开智能家居增量。**商务部 10 月 26 日披露，2026 年以来家电以旧换新累计超 10099 万台，数码及智能产品购新超 12060 万件，2500 亿元超长期特别国债支持的以旧换新政策持续放量。品类上，全国补贴聚焦一级能效空调、冰箱、洗衣机、电视等主力品类，直接拉动白电、黑电更新需求；地方在国补基础上自主扩容，北京将具身智能机器人等 10 类智能家居产品纳入补贴（15%、单件不超 1500 元），苏沪跟进纳入具身智能机器人，四川新增洗碗机、投影仪等 10 类品类，补贴由传统大家电向厨电、清洁电器、智能硬件延伸。建议关注三条主线：1）白电龙头受益更新需求释放与一级能效升级，量价逻辑清晰，关注空调、冰洗龙头及压缩机、阀件、电机等核心零部件；2）地方扩容下，洗碗机、集成灶、扫地机、智能马桶、投影仪等厨电及清洁电器弹性更大；3）智能家居、具身智能终端与回收拆解链条迎政策催化，优选新品类布局完善、渠道下沉能力强的龙头。

4) **风险提示：**经济复苏、政策效果不及预期、行业竞争加剧等。

请务必阅读文后重要声明及免责条款

正文目录

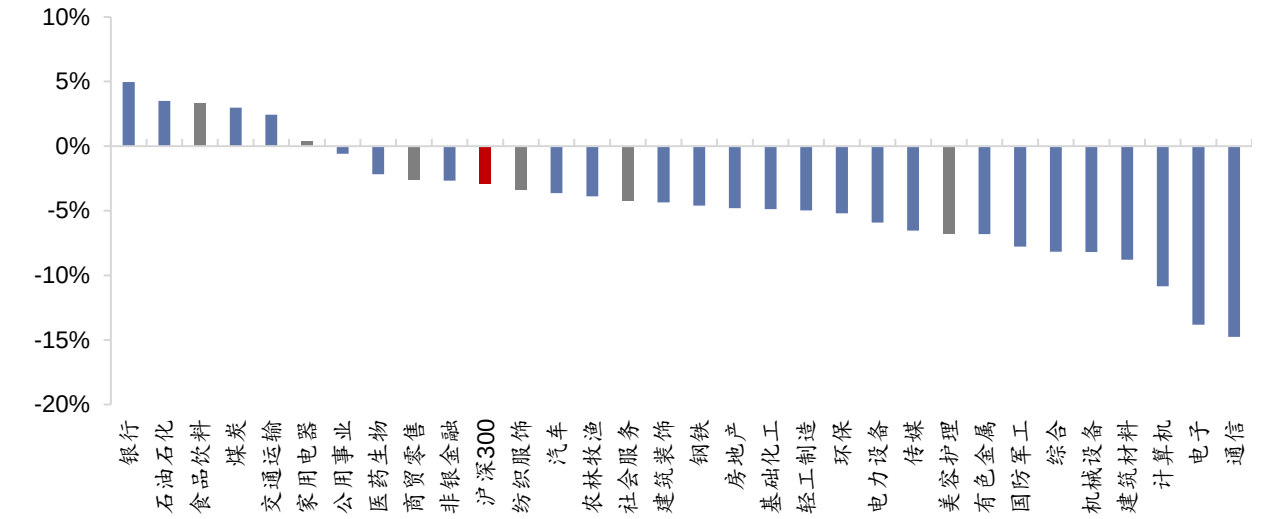
一、 市场周度回顾 3
二、 行业要闻及重点公司公告 4
2.1 行业要闻 4
2.2 公司公告 6
三、风险提示 7

图表目录

Figure1 申万一级行业周度涨跌幅 3
Figure2 消费二级子行业周度涨跌幅 3
Figure3 消费各行业周度涨幅前五个股 4
Figure4 消费各行业周度跌幅前五个股 4

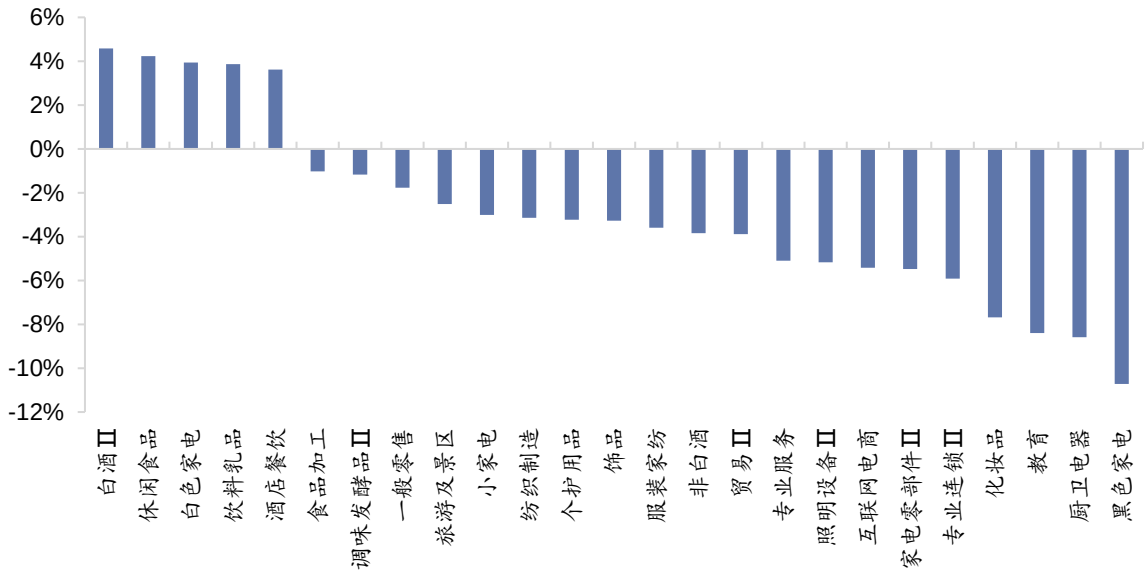
一、市场周度回顾

Figure1 申万一级行业周度涨跌幅



资料来源：Wind 资讯、世纪证券研究所

Figure2 消费二级子行业周度涨跌幅



资料来源：Wind 资讯、世纪证券研究所

Figure3 消费各行业周度涨幅前五个股

食品饮料		家电		纺织服饰	
证券简称	涨跌幅(%)	证券简称	涨跌幅(%)	证券简称	涨跌幅(%)
青岛食品	61.07	海洋王	19.38	华利集团	14.37
阳光乳业	31.18	阳光照明	18.55	七匹狼	11.05
皇台酒业	16.71	东贝集团	17.09	九牧王	8.80
元祖股份	14.05	欧圣电气	16.26	棒杰股份	7.71
巴比食品	12.86	飞科电器	10.33	伟星股份	7.10
商贸零售		**社会服务**		**美容护理**	
证券简称	涨跌幅(%)	证券简称	涨跌幅(%)	证券简称	涨跌幅(%)
若羽臣	11.81	传智教育	26.56	中顺洁柔	10.23
上海九百	11.55	首旅酒店	11.38	水羊股份	5.55
友阿股份	11.04	兰生股份	8.70	科思股份	1.86
国芳集团	9.29	祥源文旅	7.13	登康口腔	1.38
合百集团	8.78	峨眉山 A	6.71	锦波生物	0.00

资料来源：Wind 资讯、世纪证券研究所

Figure4 消费各行业周度跌幅前五个股

食品饮料		家电		纺织服饰	
证券简称	涨跌幅(%)	证券简称	涨跌幅(%)	证券简称	涨跌幅(%)
安记食品	-12.24	奇精机械	-20.31	爱慕股份	-14.60
均瑶健康	-12.54	民爆光电	-20.53	酷特智能	-17.38
会稽山	-13.16	四川长虹	-20.94	萃华珠宝	-19.35
莲花控股	-15.46	星光股份	-24.90	兴业科技	-19.70
味知香	-21.81	亿田智能	-36.81	*ST 天创	-20.29
商贸零售		**社会服务**		**美容护理**	
证券简称	涨跌幅(%)	证券简称	涨跌幅(%)	证券简称	涨跌幅(%)
凯瑞德	-13.02	ST 东时	-14.67	延江股份	-11.01
吉宏股份	-15.08	电科院	-15.12	洁雅股份	-11.37
壹网壹创	-15.60	信测标准	-16.04	爱美客	-11.63
汇嘉时代	-18.48	*ST 开元	-17.96	嘉亨家化	-12.60
青木科技	-20.68	豆神教育	-22.42	珀莱雅	-13.48

资料来源：Wind 资讯、世纪证券研究所

二、行业要闻及重点公司公告

2.1 行业要闻

- 海南母婴消费观察指出，岛内居民日用消费品免税店、离岛免税店和本地母婴连锁在购买资格、额度及提货方式上存在差异，岛民免税需凭证件在指定场所购买且限自用，离岛免税需有离岛记录，普通门店则按一般零售规则运营，消费者需核对渠道资质与商品标签。

- 欧盟将从 2026 年 11 月起对每件电子商务进口商品收取 2 欧元的处理费，并计划于次年 7 月实施关税，此举将影响 Shein 和 Temu 等依赖低价值进口的电商平台，分析认为这将削弱其成本优势并抑制商品交易总额的增长，尤其是完全托管模式。
- 宜家、霸王茶姬等多个品牌门店正在试点“消费入座”模式，要求顾客消费后方可使用店内座位。目前，仅有星巴克推行了全国统一的消费入座倡议。这一举措旨在优化门店运营效率及提升顾客体验，反映了零售餐饮行业对空间资源管理的重新思考。
- 随着 2026 年黑色星期五临近，零售商提前启动手机促销活动。翻新手机市场受到关注，BackMarket 等平台提供经过严格检测的 iPhone 和三星 Galaxy 系列翻新机，并根据成色分级销售。由于英国禁止运营商销售锁定手机，无合约机搭配 SIM 卡套餐的模式更受消费者青睐，允许用户灵活选择设备与资费计划。
- 在 2026 中国零售小业态发展大会上，多位行业专家探讨零售效率问题，指出单纯通过裁员、缩减 SKU 或缩小面积来降本可能损害顾客体验和长期客流。衢州东方集团通过数字化流程优化减少财务人员并降低猪肉损耗率；本社生活创始人强调社区超市需保留核心商品以满足家庭需求。专家们认为，零售企业应利用数据提高决策效率，谨慎发展自有品牌，并在夯实数据基础后再应用 AI 技术。
- 商务部数据显示，2026 年以来全国消费品以旧换新带动销售额超 2 万亿元。上海推行“国补+沪补”叠加政策，显著激活消费市场。上海苏宁门店客流同比翻倍，绿色智能家电及手机品类销售大幅增长，其中智能清洁家居产品销售额同比大涨超 73%。京东 MALL 在上海的百日庆活动中，享受绿色智能补贴的产品销售占比突破 90%，高端家电及家居品类销售火爆。
- 第 18 届双 11 购物节期间，各大电商平台策略转向简化规则和直接降价，消费者热情趋于理性。商家更关注利润而非单纯流量，中小商家面临两难处境。AI 技术在电商经营中的应用深化，涵盖选品、客服及广告投放等环节。行业观点认为，双 11 需重建信任，通过透明售后和真诚优惠回归消费确定性，而非依赖复杂的营销套路。
- 受国际金价回落影响，线下金店客流明显回升，“北京水贝”天雅珠宝城及菜百总店迎来购金热潮。批发金价跌回"8 字头”，吸引消费者购买日常佩戴首饰及婚庆刚需产品。专家指出，金价回调属高位震荡调整，短期牛市未终结但年内大幅上涨难度较大。建议消费者区分消费与投资需求，金饰不适合投资，普通投资者可考虑分批定投黄金 ETF 或积存金。
- 天猫双 11 首波榜单显示多赛道格局生变。美妆赛道国货品牌珀莱雅连续

四年登顶，FanBeautyDiary 凭借面膜大单品进入 TOP20。运动户外领域，lululemon 首次跻身前列，专业功能品牌如迪桑特、萨洛蒙排名上涨，而传统大众品牌位次下滑。宠物赛道国产品牌占据主导，猫砂等耗材品牌崛起。家居生活中，主打高端睡眠功能的新锐品牌 SIDANDA 打破传统家纺大厂垄断，反映消费升级趋势。

（信息来源：e 公司）

2.2 公司公告

- 来伊份:前三季度营收 26.09 亿元（-8.59%），归母净利润-1.38 亿元，业绩持续承压。
- 华致酒行:2026 年 Q3 营收 13.47 亿（+10.95%），净亏损收窄至 909 万（同比减亏 96.43%），前三季度净亏损 8254 万（同比减亏 58.47%），经营性现金流 6.62 亿（+19.19%），总资产下降 20.4%至 38.25 亿。
- 良品铺子:2026 年 Q3 电商销售额同比增长 18.24%，整体毛利率提升至 27.98%（+1.88pct），净关店 50 家至 1910 家，华中及多区域销售下滑，其他地区增长 18.80%，已签约待开业门店预计 Q4 落地。
- 友阿股份:2026 年前三季度营收 6.07 亿（-18.6%），归母净利 7314 万（+14.5%），扣非净利 6379 万（+26.8%）；Q3 单季归母净利 232 万（-77.7%），扣非净利-173 万，投资收益 3.95 亿、财务费用 2.15 亿推高利润，毛利率 66.5%。
- 奥瑞金：经公司总经理办公会审核并报董事长批准，公司下属子公司拟以自有资金和自筹资金的方式在浙江温州投资建设二片罐生产线项目，项目总投资额约 2 亿元，其中包括厂房租赁、设备搬迁和新设备购置以及项目流动资金等。项目预计配套一条二片罐生产线，规划年产能 7 亿罐，项目建设期 12 个月，预计 2027 年 12 月正式投产。
- 泸州老窖披露 2026 年三季报，公司第三季度营业收入 41.95 亿元，同比下降 37.14%；归母净利润 13.32 亿元，同比下降 57.03%。前三季度营业收入 146.68 亿元，同比下降 36.58%；归母净利润 56.71 亿元，同比下降 47.31%。业绩变动主要系本期产品销量减少以及产品结构调整影响。
- 老凤祥公告，公司董事长杨奕提议公司通过集中竞价交易方式回购部分 B 股股份，回购股份将用于减少注册资本。回购数量不低于 400 万股、不超过 800 万股，资金总额不低于 1 亿元、不超过 2 亿元，回购价格不超过董事会审议通过前 30 个交易日股票交易均价的 150%，回购期限为股东会审议通过后 12 个月内。
- 老板电器公告称，公司于 2026 年 10 月 27 日召开董事会，审议通过以自有资金 1 亿元投资珠海优特智厨科技有限公司，投资完成后持有

8.3333%股权。同日，公司与优特智厨及相关方签署投资协议。

- 青岛啤酒披露 2026 年三季报，公司第三季度营业收入 83.80 亿元，同比下降 5.58%；归属于上市公司股东的净利润 11.35 亿元，同比下降 17.15%。前三季度营业收入 280.35 亿元，同比下降 4.53%；归属于上市公司股东的净利润 50.55 亿元，同比下降 4.16%。
- 美的集团：前三季度营收 3673.65 亿元，同比增长 1.19%；归母净利润 413.93 亿元，同比增长 9.27%。单看第三季度，美的集团归母净利润为 149.47 亿元，同比增长 25.93%。
- 安克创新：2026 年前三季度公司实现营收 261.4 亿元，同比增加 24.36%；归属于上市公司股东的净利润约 22.61 亿元，同比增加 16.97%；基本每股收益 4.09 元，同比增加 12.67%。
- 毛戈平：2026 年第三季度，集团营业收入较上年同期增长 22%－24%，净利润较上年同期增长 22%－24%；2026 年前三季度，集团营业收入较上年同期增长 24%－26%，净利润较上年同期增长 20%－22%，整体毛利率和净利率水平保持稳定。

（信息来源：Wind 资讯）

三、风险提示

①、经济复苏、政策效果不及预期。居民消费意愿修复存在不确定性，不排除政策落地效果不及预期的可能。若收入预期偏弱、消费信心回暖节奏放缓，消费需求回升力度将弱于预判，需求端疲软仍会持续压制企业生产与资本开支，供需两端修复动能走弱，经济复苏进程或将反复。

②、行业竞争格局存在恶化风险。若市场参与者持续扩产、新进入者加速涌入，行业竞争将进一步加剧，产品或服务价格承压，企业盈利空间被压缩。即便宏观层面经济复苏、需求回暖，企业营收与利润修复节奏仍可能不及预期，行业盈利改善存在不确定性。

分析师声明

本报告署名分析师郑重声明：本人以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告，保证报告所采用的数据和信息均来自公开合规渠道，报告的分析逻辑基于本人职业理解，报告清晰准确地反映了本人的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。本人薪酬的任何部分不曾有，不与，也将不会与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

证券研究报告对研究对象的评价是本人通过财务分析预测、数量化方法、行业比较分析、估值分析等方式所得出的结论，但使用以上信息和分析方法存在局限性。特此声明。

投资评级标准

股票投资评级说明：	行业投资评级说明：
报告发布日后的 12 个月内，公司股价涨跌幅相对于同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为：	报告发布日后的 12 个月内，行业指数的涨跌幅相对于同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准,投资建议的评级标准为：
买入：相对沪深 300 指数涨幅 20%以上； 增持：相对沪深 300 指数涨幅介于 10%～20%之间； 中性：相对沪深 300 指数涨幅介于-10%～10%之间； 卖出：相对沪深 300 指数跌幅 10%以上。	强于大市：相对沪深 300 指数涨幅 10%以上； 中性：相对沪深 300 指数涨幅介于-10%～10%之间； 弱于大市：相对沪深 300 指数跌幅 10%以上。

免责声明

世纪证券有限责任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。

本证券研究报告仅供世纪证券有限责任公司（以下简称“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客户。在本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证本报告所包含的信息或建议在本报告发出后不会发生任何变更，且本报告中的信息、观点和预测均仅反映本报告发布时的信息、观点和预测，可能在随后会作出调整。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价和征价。本报告中的内容和意见不构成对任何人的投资建议，任何人均应自主作出投资决策并自行承担投资风险，而不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策。本公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务服务。

本报告版权归世纪证券有限责任公司所有，本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，任何机构和个人不得以任何形式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。如引用、刊发、转载本报告，需事先征得本公司同意，并注明出处为“世纪证券研究所”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权的转载，本公司不承担任何转载责任。