



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

致欧科技 6 月全面加速，小米汽车发布 skynomad 子品牌打开成长空间

投资逻辑：

潮玩：泡泡玛特于 7 月 8 日公告计划授出合共 10.19 万份股份奖励，绑定核心团队与集团长期利益；布鲁可参加泰国潮玩展加强海外品牌曝光、持续丰富 IP 矩阵，产品超 100 款，其中近 20 款新品首展。

个护+AI 眼镜：1) 个护：马上赢监测 2025 年婴幼儿纸尿裤销售额重回双位数增长，高端化&国际化成行业转型方向。2) AI 眼镜：苹果 XR 硬件资源或更多转向 AI 眼镜；千问 AI 眼镜上线高德打车、外卖闪购等功能。

新型烟草：本周海外新型烟草监管延续收紧，美国北卡提高电子烟零售合规成本，阿根廷将电子烟、HNB 和尼古丁袋纳入健康警示范围，德国非法电子烟和尼古丁袋查获量继续上升。产业端，ITM 印尼电子烟设备量产带动收入增长，美国宾州待认证名单显示品牌竞争正加速转向合法准入。

家居：内销方面，截至 7 月 3 日，30 大中城市商品房成交面积当周同比-7.09%，14 城二手房成交面积当周同比+8.85%。外销端，5 月中国家具出口金额同比+8.84%，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：马上赢监测 2025 年婴幼儿纸尿裤销售额重回双位数增长，高端化&国际化成行业转型方向。2) AI 眼镜：苹果 XR 硬件资源或更多转向 AI 眼镜；千问 AI 眼镜上线高德打车、外卖闪购等功能。

小米集团：红米 Note17 系列定档 7 月 14 日发布，面对存储成本大涨坚持为中端机消费者保障核心体验，以提升配置守住高性价比定位，有利于进一步抢占中端份额、增强上游议价能力。小米汽车推出 SkyNomad 小米澎湃，区别于 SU7、YU7 系列定位“智能可变大空间 SUV”，满足多元车内场景需求。

AI+3D 打印：创想三维上市后首次大规模招募顶尖人才，面向全球开出 300 万+年薪招募首席科学家及 AI 科学家，方向聚焦 AI 辅助建模、智能切片等前沿领域，AI 与 3D 打印的深度融合有望提速；快造科技完成 10 亿元 C 轮融资，凯辉领投、美团高瓴顺为等老股东集体追加，为 2025 年以来消费硬件赛道最大单笔融资之一，新钱进场叠加老钱加码，资本对消费级 3D 打印进入放量拐点的共识正在形成。

宠物：本周，香港携犬进店用餐新规正式实施，新规将激活宠物经济；高露洁宣布进军生鲜宠物食品赛道，产品 7 月在美国上市；欧洲宠物食品市场规模 294 亿欧元，增长约 4%，全年总产量 860 万吨，行业整体保持 1%左右稳定增速。

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.....	4
1.5. 个护+AI 眼镜.....	5
1.6. 小米集团.....	5
1.7. AI+3D 打印.....	5
1.8. 宠物.....	5
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.....	6
2.2 轻工消费&潮玩板块线上销售数据.....	7
2.3 家居板块行业高频数据跟踪.....	8
2.3.2 家具出口及国内零售额数据.....	11
2.3.3 家具原材料价格数据.....	13
2.4 造纸板块高频数据.....	14
2.5 轻工出口链高频数据跟踪.....	18
2.5.1 保温杯出海高频数据跟踪.....	18
2.5.2 轻工跨境电商高频数据跟踪.....	20
三、投资建议.....	21
风险提示.....	21

图表目录

图表 1: 电子烟月度出口数据跟踪 (单位: 亿美元)	6
图表 2: 全球电子烟行业一周热点回顾	6
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	9
图表 5: 中国地产数据走势二	10
图表 6: 美国地产数据走势	11
图表 7: 家具出口及国内零售金额走势一	12
图表 8: 家具出口及国内零售金额走势二	13



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



一、细分赛道景气跟踪

1.1. 潮玩

泡泡玛特授出 10.19 万份股份奖励，布鲁可参加泰国潮玩展加强海外品牌曝光、持续丰富 IP 矩阵。泡泡玛特 7 月 8 日公告根据 IPO 后股份奖励计划授出合共 10.19 万份股份奖励，购买价为零，授出日收市价 154.90 港元/股，其中向雇员授出 39,957 份、向服务提供者授出 61,978 份，绑定核心团队与集团长期利益。新品方面，MEGA LABUBU 1000% 世界杯于 7 月 10 日开售，发售价 5999 元，7 月 9 日上新泡泡萌粒海岛度假系列、HACIPUPU 迷路汪汪系列及咒术回战系列场景积木等。布鲁可 7 月 10 日-12 日参加 Bilibili World 2026 泰国潮玩展，打造漫威、星球大战、玩具总动员、疯狂动物城四大迪士尼 IP 系列主题区域，产品超 100 款，其中近 20 款新品首展，包括漫威英雄超越版《Daredevil: Born Again》夜魔侠、《漫威争锋》传奇版奥创，星球大战超越版克隆人士兵、安纳金·天行者、克诺比克隆人指挥官科迪、摩尔-暗影之王、超越版 Lite 第 2 弹、第 3 弹、群星版第 3 弹火力压制；国内英雄令“闪耀迪迦”组合特典 7 月 10 日预售，经典版英雄无限战斗服哪吒 2.0、法相李靖同日发售。

潮玩-动态：据中国玩具和婴童用品协会，5 月中国玩具出口额 28.1 亿美元，环比增长 9.3%，实现连续两个月环比上涨；对美出口额 7.4 亿美元，同比大增 64.9%，占总出口额 25.4%，成为拉动出口回暖的核心市场；分品类看，玩偶环比+24.6%、智力玩具环比+11.0%、带动力装置玩具及模型环比+10.0%，三个细分编码环比增速均超 10%。

1.2. 新型烟草

本周海外新型烟草监管继续收紧。美国北卡罗来纳州新增电子烟商店 1000 美元年度税费，并要求销售端严格验证消费者年满 21 岁；阿根廷更新烟草及尼古丁产品健康警示规范，将电子烟、加热烟草、sticks 和尼古丁袋纳入强制标识范围。德国市场方面，帝国烟草旗下 Reemtsma 数据显示，2026 年上半年德国非法电子烟查获量已达 2025 年全年约 70%，Snus 和无烟草尼古丁袋查获量达到去年全年 179%，反映欧洲新型烟草黑市治理压力仍在上升。

产业端看，电子烟供应链和合法准入竞争同步推进。韩国零部件企业 ITM Semiconductor 印尼子公司电子烟设备量产启动，2026 年一季度电子烟业务营收 421 亿韩元，同比增长 55.4%，电子烟业务正成为其重要增长来源。美国宾夕法尼亚州更新 ENDS Pending Certifications 名单，Vuse、JUUL、Logic 以及中国背景品牌 OXBAR、LYCO 等进入待认证名单，覆盖封闭式换弹、开放式烟油和一次性电子烟。随着 2026 年 10 月宾州执法节点临近，美国电子烟竞争焦点继续向合法市场准入集中。

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 3 日，30 大中城市商品房成交面积当周同比-7.09%，14 城二手房成交面积当周同比+8.85%。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。

5 月中国家具出口金额同比+1.88%，增长有所回升；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 3 日上海出口集装箱综合运价指数（SCFI）报 3326.87 点，较上期上涨 2.69%。

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、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：婴幼儿纸尿裤线下销售回暖，高端化&成人化&国际化成行业转型方向。据马上赢线下零售监测，2025 年婴幼儿纸尿裤类目销售额重回双位数增长，据生活用纸专业委员会统计，2025 年我国吸收性卫生用品市场规模 1330 亿元，同比+1.3%，其中，女性卫生用品市场规模 846.2 亿元，同比-2.4%；婴儿卫生用品市场规模 328.9 亿元，同比+3.7%；成人失禁用品市场规模 145.7 亿元，同比+20.1%。2025 年中国婴儿纸尿裤市场渗透率由 2024 年的 84.8% 上升到 89%，提高了 4.2 个百分点。

2) AI 眼镜：苹果资源或向 AI 眼镜倾斜；轻量化&时尚定位产品逐步打开消费级市场。1) 据韩媒 The Elec，苹果已终止 Vision Air 显示项目，业内认为苹果正将 XR 硬件资源更多转向 AI 眼镜。2) 影目联合 WHL 推出王嘉尔设计的 Magic AI Glasses，率先在北美发售，首波预定突破 5 万台。据沙利文白皮书，按 2021-2025 年累计销量计影目以 37.8% 份额居行业第一。3) 千问 AI 眼镜行业首发接入高德打车，支持一句话叫车及眼镜端支付，并上线外卖闪购、扫码骑车等功能，产品由功能驱动向佩戴驱动及日常场景渗透。

1.6. 小米集团

红米 Note17 系列定档发布，成本承压下以升配对冲涨价，守住中端消费者体验基线。7 月 8 日，小米官方宣布红米 Note17 系列将于 7 月 14 日正式发布，延续“国民小金刚”定位。高管卢伟冰表示，存储成本大幅上涨对千元机冲击最大，本代产品价格或将有所上调，但同步实现配置升级：品质端以旗舰级抗摔防水守住中端体验基线，续航端采用顶级电池材料体系达成 Redmi 历史最大电量，并强化超长期售后保障降低用户长期持机成本。当前中端市场各品牌均面临同等成本压力，多数厂商或涨价缩配、或硬扛利润收窄，小米选择涨价的同时升级配置，以更高性价比与同行拉开差距，有利于抢占中端市场份额。小米选择涨价的同时升级配置，以更高性价比与同行拉开差距，有利于进一步抢占中端市场份额、增强对上游供应链的议价能力，在后续成本周期中获取更优采购条件，形成正向循环。

7 月 3 日，小米技术发文介绍自研小米泰坦合金 2.0。该材料以 100% 消费后再生铝为原料，成为国内品牌首个量产应用于汽车一体压铸后地板的 100% 再生铝合金材料，碳排放值为 1.1kg CO₂e/kg，较传统原铝降低约 93%。目前，小米泰坦合金 2.0 已通过多车型、多零件验证，并量产应用于新一代 SU7、YU7 等车型。按文章测算，每台车可减碳约 800kg CO₂，按年产 55 万辆估算，每年减排约 45 万吨 CO₂。该材料获得中国机械工业联合会与国际 EPD 体系双重认证，体现小米汽车在低碳材料和绿色制造上的产业化能力。

7 月 9 日，小米汽车发布全新系列 SkyNomad 小米澎湃，定位“智能可变大空间 SUV”。区别于 SU7、YU7 系列强调“驾驶者之车”，小米澎湃更聚焦车内空间的灵活变化与生活场景拓展。该系列希望通过智能科技、空间设计和工程能力，把车辆打造为可满足工作、休闲、会客、家庭出行等多元需求的“移动世界”。

1.7. AI+3D 打印

创想三维面向全球高薪招募首席科学家及 AI 科学家，AI 与 3D 打印的深度融合有望迎来关键技术突破。7 月 8 日，消费级 3D 打印第一股创想三维 (03388.HK) 发布高端人才招聘公告，面向全球招聘首席科学家、AI 科学家及先行研究院负责人，其中 AI 科学家及先行研究院负责人薪酬总包达 300 万元以上，首席科学家则更高。岗位方向聚焦 AI 辅助建模、智能切片、图生 3D、多材料制造等前沿领域，核心指向 AI 技术在 3D 打印全流程的工程化落地。当前 3D 打印行业正处于从硬件驱动向 AI+硬件协同驱动的转型期，顶尖复合型人才是打通算法与硬件壁垒的关键变量，头部企业加码抢人意味着核心技术突破的节奏有望提速，行业天花板进一步打开。

快造科技完成 10 亿元 C 轮融资，大额资本涌入凸显消费级 3D 打印赛道认可度提升。近日，消费级 3D 打印企业快造科技 (snapmaker) 完成 10 亿元 C 轮融资，由凯辉基金领投，好未来战投跟投，老股东美团战投、高瓴创投、顺为资本集体追加，这是 2025 年以来消费硬件赛道规模最大的单笔融资之一。新资金进场叠加老股东超额追投，反映的不只是对单一公司的认可，而是资本层面对消费级 3D 打印赛道进入放量拐点的共识正在形成。公司拿到融资后战略重心从硬件性能竞争转向全链路生态搭建，包括耗材拓展、创作者社区及 AI 设计工具，目标是降低普通用户的创作门槛、打通从设计到成品的完整闭环。当一级市场愿意在单笔交易中押注 10 亿量级，意味着消费级 3D 打印从极客工具走向大众消费品的进程正在加速，赛道的商业价值和产业关注度都在进入新的量级。

1.8. 宠物

(1) 香港携犬进店用餐新规正式实施：7 月 9 日，香港携犬进店用餐新规正式实施。截至 6 日，已有 900 家餐厅完成牌照变更，火锅店、烤肉店因卫生风险暂无法申请。合规门店需张贴专属标识，严守犬不上餐桌、不共用人类餐具、店内不做宠物餐三条规定。多家商户划分独立宠物专区，配备垃圾袋、宠物一次性饮水器具，新规将激活本地宠物经济。

(2) 高露洁进军生鲜宠物食品赛道：高露洁棕榄旗下的宠物食品品牌希尔思近日宣布，其 Science Diet 系列首次推出冷藏犬粮卷，这款产品 7 月起在美国宠物专卖店陆续上架。此次新品上市，标志着其正式进军冷藏鲜食犬粮市场。

(3) 欧洲宠物食品工业联合会 FEDIAF 日前发布了 2026 年度行业报告：报告期内，欧洲宠物食品整体市场规模达到 294 亿欧元，增长约 4%，全年总产量 860 万吨，行业整体保持 1% 左右稳定增速，属于存量稳步提升、单价拉动增长的



成熟市场。从生产品类划分，狗粮在总产量中占 58%，猫粮占 41%，剩余 1% 为小型哺乳动物、观赏鸟、水族等小众宠物专用粮；若以市场价值计算，猫粮贡献 50%，狗粮占 46%，能直观看出猫粮单包均价更高，消费溢价更强。细分产品形态上，狗粮市场干粮是绝对主力，产量占 60%，湿粮 30%，零食仅 10%；换算成价值，干粮占狗粮 50%，零食凭借高溢价达到 27%，湿粮占 23%。猫粮市场消费偏好完全不同，湿粮产量占 61%，干粮 36%，零食仅 3%；价值层面，湿粮依旧领跑，占 60%，干粮 31%，零食 9%，欧洲养猫人群更偏爱湿粮喂养是长期稳定的消费特征。

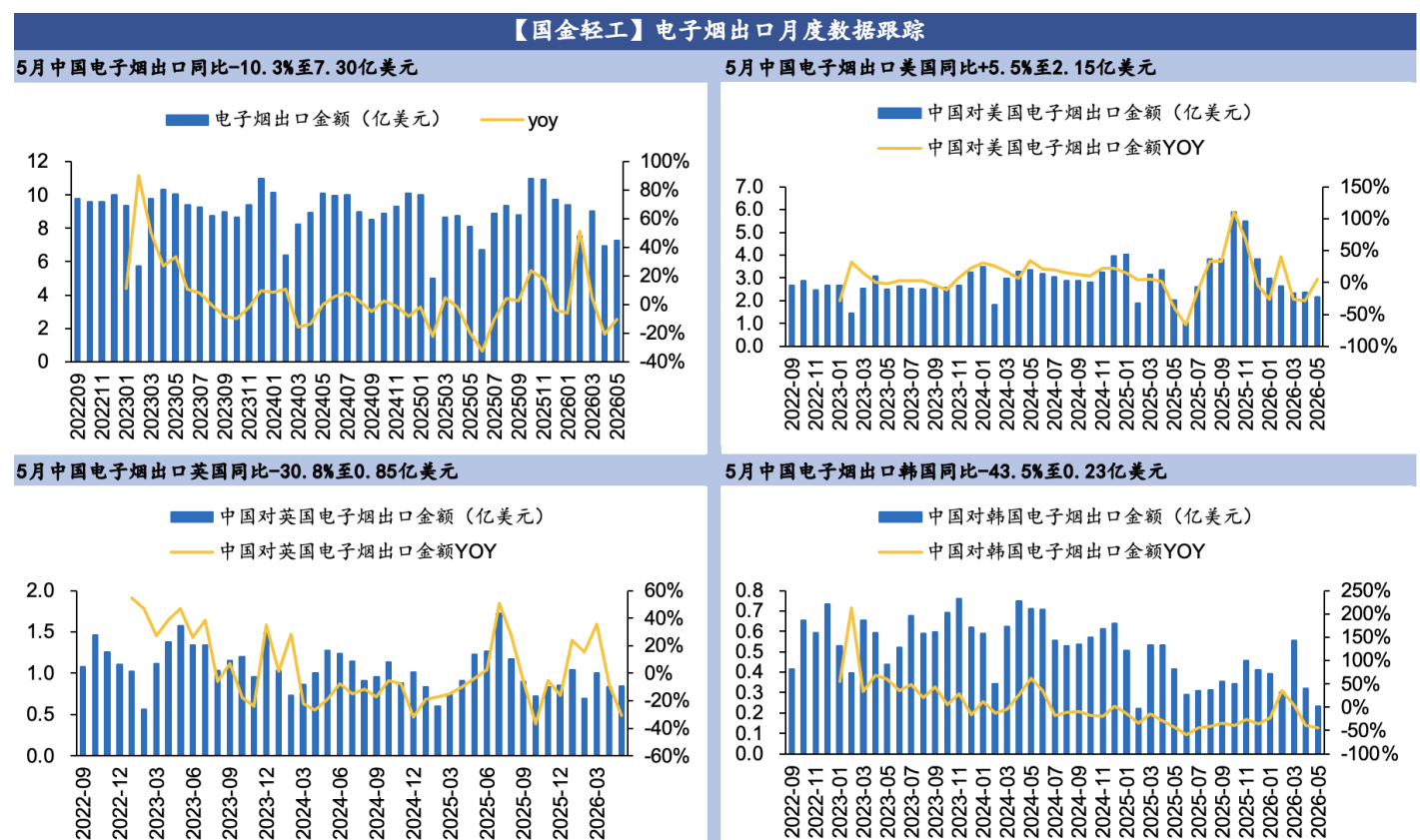
二、行业重点数据及热点跟踪

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
7.8	美国北卡罗来纳州收紧电子烟监管：电子烟店新增 1000 美元税费并强制 21 岁验证	美国北卡罗来纳州最新通过的州预算新增电子烟零售监管措施，包括对电子烟商店征收 1000 美元年度税费，并要求销售商验证消费者年龄达到 21 岁。相关规定将进一步提高电子烟零售端的合规要求。
7.8	帝国烟草：2026 年上半年德国非法电子烟查获量达 2025 全年 70%，尼古丁袋达 179%	帝国烟草旗下德国公司 Reemtsma 发布的 2026 年上半年黑市追踪器显示，德国官方通报的非法烟草和尼古丁产品查获量继续上升。其中，非法电子烟查获量在今年前六个月已达到 2025 年全年约 70%，Snus 和无烟草尼古丁袋查获量则达到去年全年的 179%。



7.8	韩国零部件企业 ITM Semiconductor 称印尼子公司电子烟设备量产启动，一季度相关营收增长 55.4%	韩国上市电子零部件企业 ITM Semiconductor 表示，随着其印尼子公司电子烟设备量产正式展开，电子烟业务正成长为公司核心业务之一。该公司 2026 年第一季度电子烟业务营收达 421 亿韩元，同比增长 55.4%。
7.8	阿根廷更新烟草健康警示规范，电子烟和尼古丁袋纳入强制标识范围	据阿根廷多家媒体报道，阿根廷卫生部发布第 796/2026 号决议，更新烟草及尼古丁产品健康警示图文规范。新规将电子烟、vape、加热烟草产品、sticks 和尼古丁袋纳入健康警示范围，并要求相关产品标注尼古丁高度成瘾风险。
7.7	中国一次性品牌 OXBAR、LYCO 挑战 Vuse、JUUL：宾州 Pending（待认证）名单勾勒未来合法电子烟市场	2026 年 6 月 26 日，美国宾夕法尼亚州总检察长办公室更新 ENDS Pending Certifications 名单，首次集中展现了未来合法电子烟市场（legal market）的竞争格局。名单涵盖 Vuse、JUUL、Logic 等国际烟草公司品牌，以及 OXBAR、LYCO 等中国背景品牌，同时覆盖封闭式换弹、开放式烟油及一次性电子烟等主要产品路线。与当前市场竞争不同，这份名单反映的并非销量排名，而是符合 FDA PMTA 时间线及州级认证要求的产品组合。随着 2026 年 10 月宾州执法节点临近，品牌竞争正逐步从市场份额（Market Share）转向市场准入（Market Access）。

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 5 月线上销售额总计 10.2 亿元，同比+8.8%。

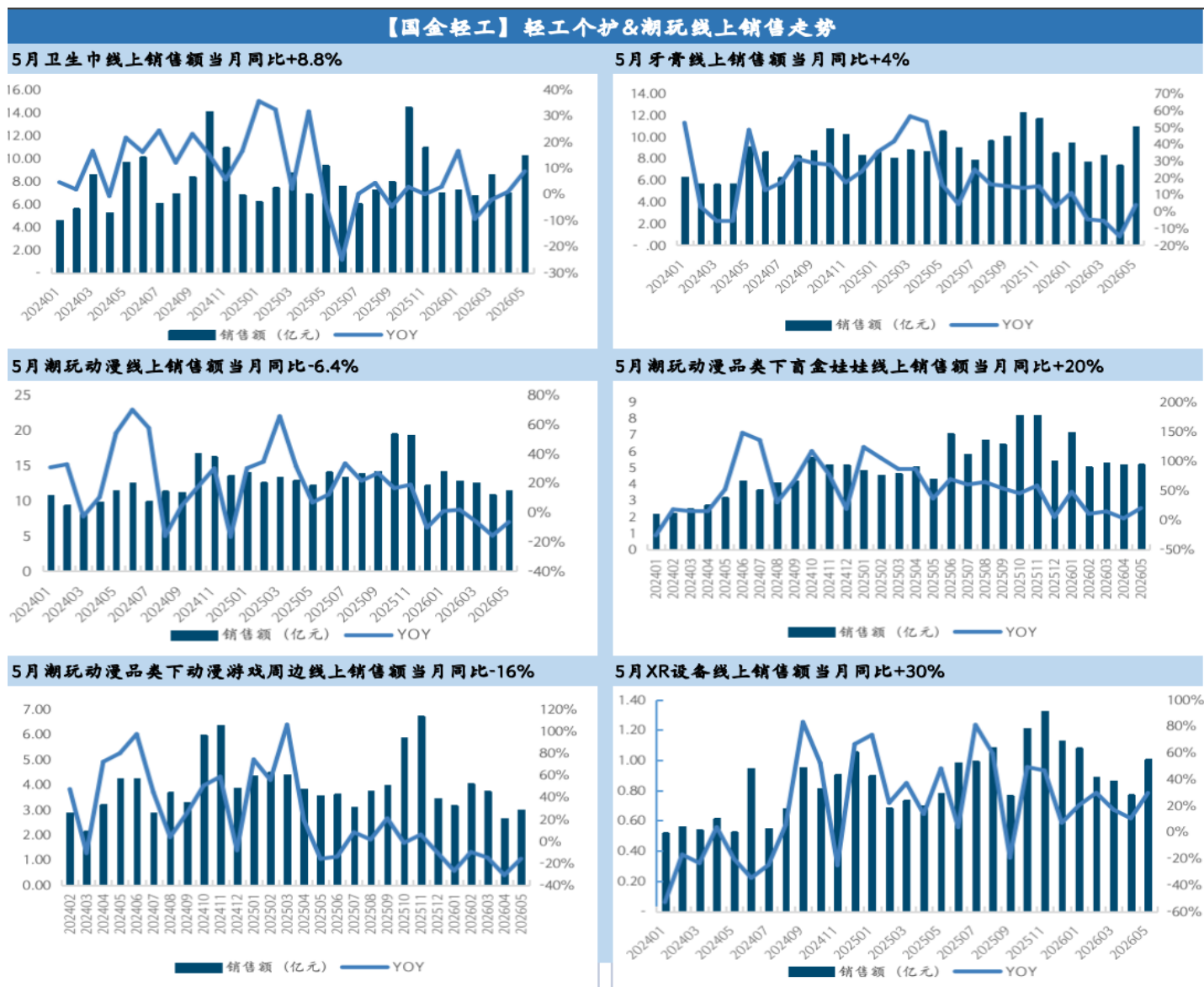
牙膏板块：26 年 5 月线上销售额总计 10.97 亿元，同比+4%。

潮玩动漫板块：26 年 5 月线上销售额总计 11.44 亿元，同比-6.2%；其二级品类盲盒娃娃/动漫游戏周边线上销售额为 5.19/2.99 亿元，同比+20%/-16%。

AI 眼镜板块：XR 设备线上销售额 26 年 5 月销售额达 1.01 亿人民币，同比+30%。



图表3：轻工个护&潮玩线上销售额



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

周度商品房成交面积：本周（6.26-7.3）30大中城市成交面积同比-7.09%。周度商品房累计成交面积同比-8.44%。

周度二手房成交面积：本周（6.26-7.3）14城二手房成交面积同比+8.85%。周度二手房累计同比+1.43%。房地产开发投资完成额：26年1-5月累计房地产开发完成额同比-15.52%。

房屋新开工面积：26年1-5月房地产新开工面积累计同比-23.44%。

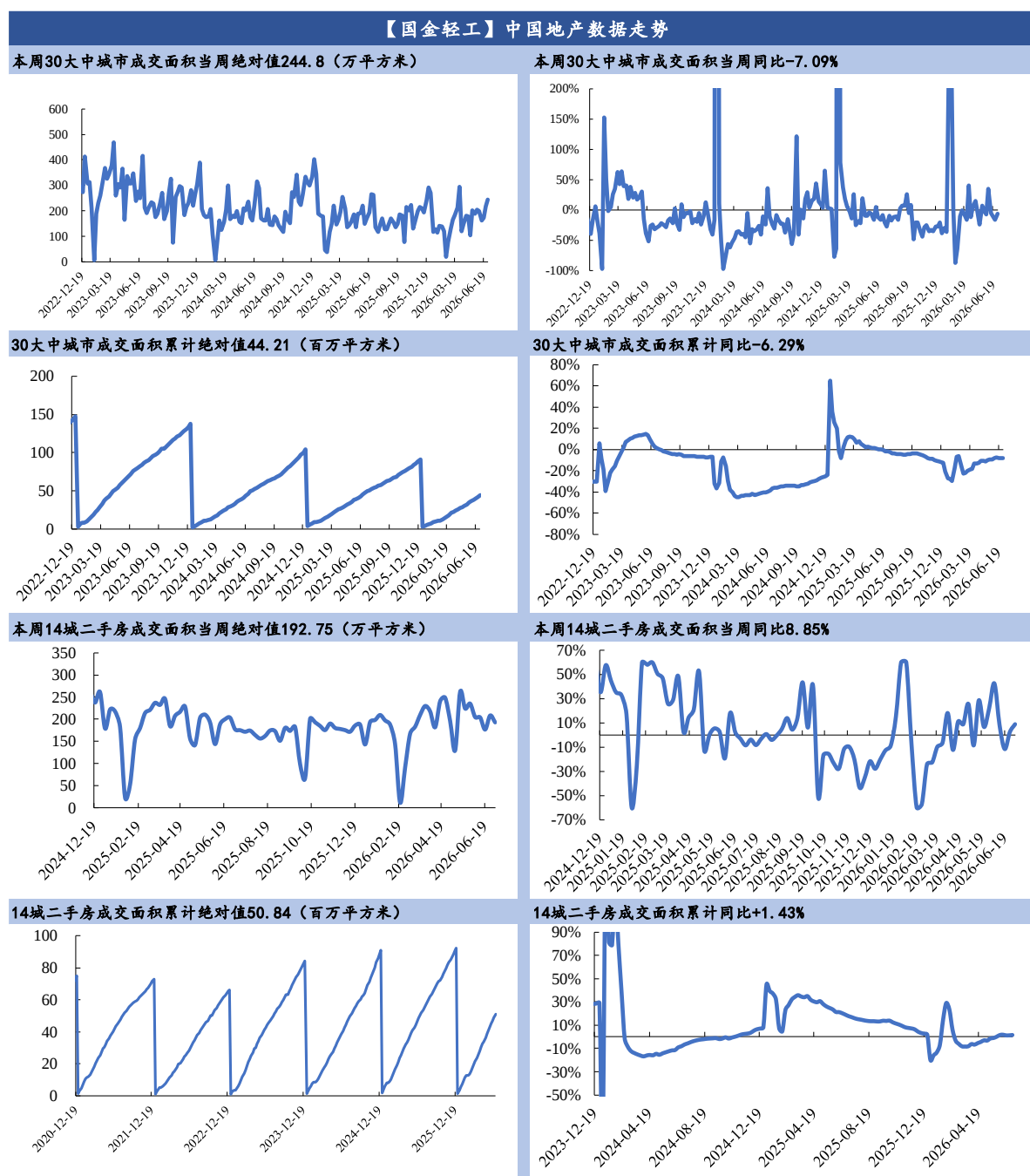
月度竣工面积：26年5月全国房屋竣工面积同比-20.22%。

26年1-5月全国房屋竣工面积累计同比-25.03%。

月度销售面积：26年5月全国商品房住宅销售面积当月同比-12.35%；26年1-5月全国商品房住宅销售面积累计同比-12.50%。



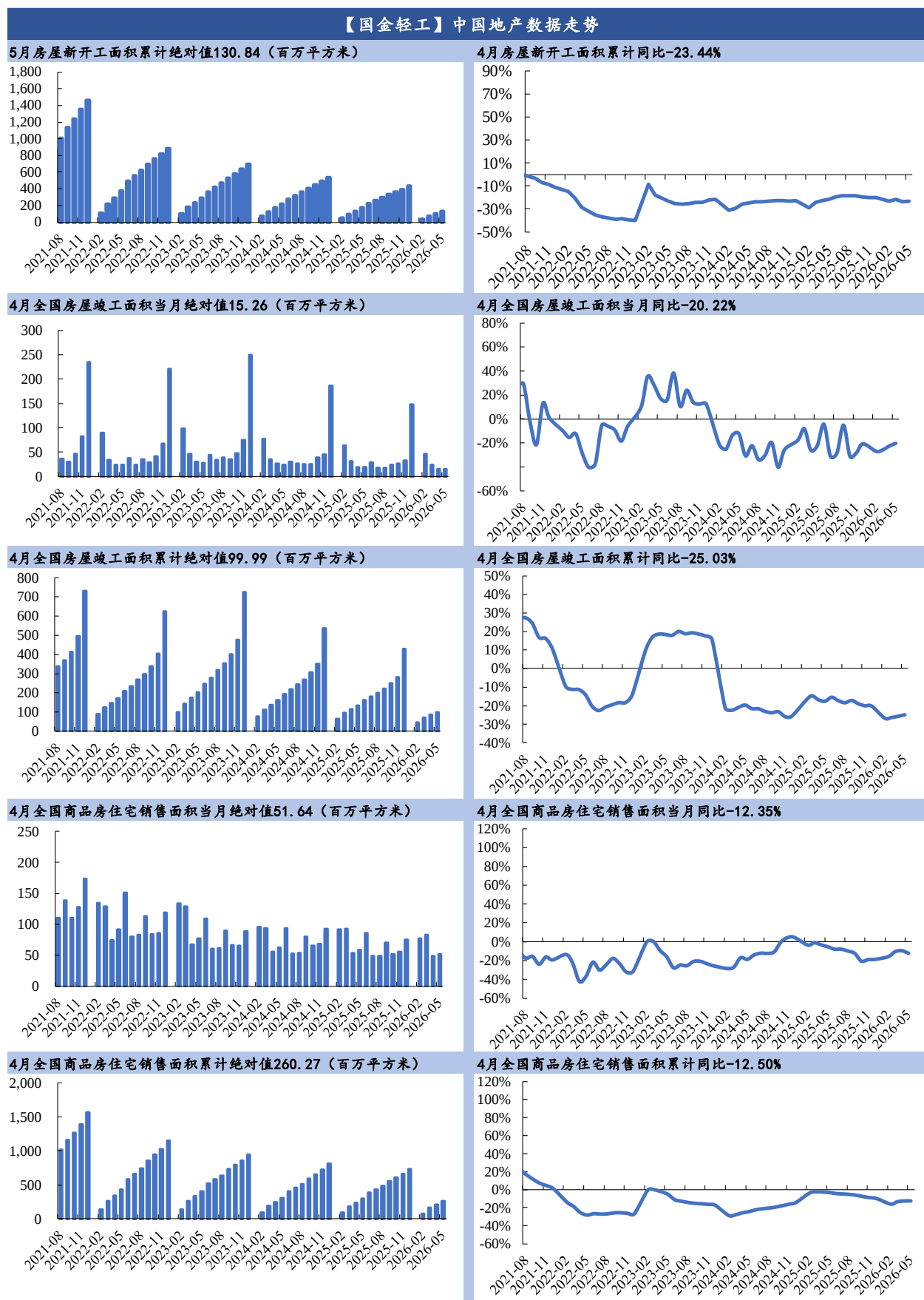
图表4：中国地产数据走势一



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

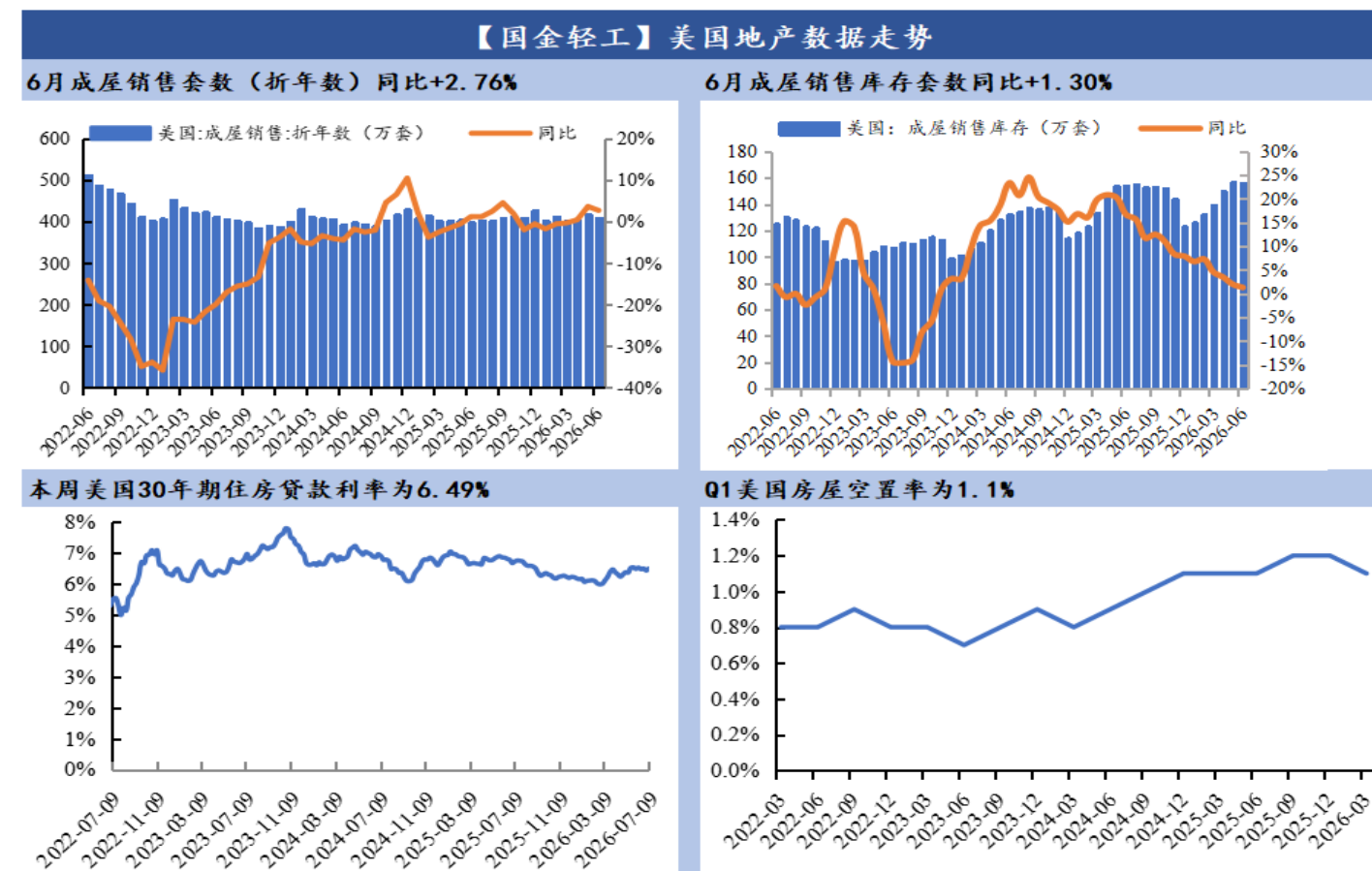


美国房屋销售：2026 年 6 月成屋销售套数（折年数）同比+2.76%，成屋销售库存同比+1.30%。

美国贷款利率：美国 30 年期住房贷款利率本周为 6.49%，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

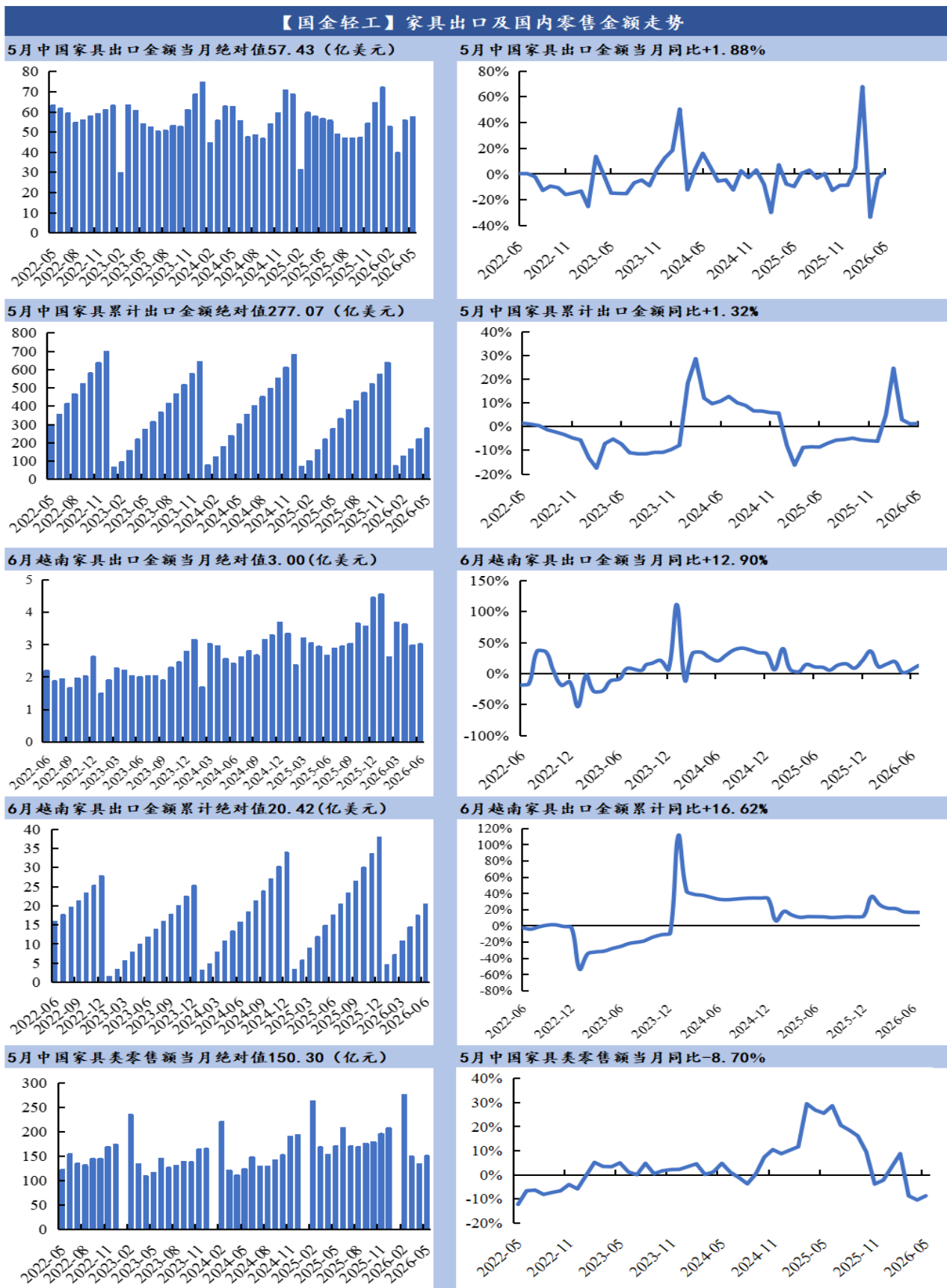
2.3.2 家具出口及国内零售额数据

中越家具出口：中国家具出口金额（美元计价）2026 年 5 月当月 57.43 亿美元，同比+1.88%，1-5 月累计出口 277.07 亿美元，同比增加 1.32%。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 1-5 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 5 月中国家具类零售额为 150.30 亿元；26 年 1-5 月中国家具类零售额累计 696.10 亿元，累计同比-3.00%。



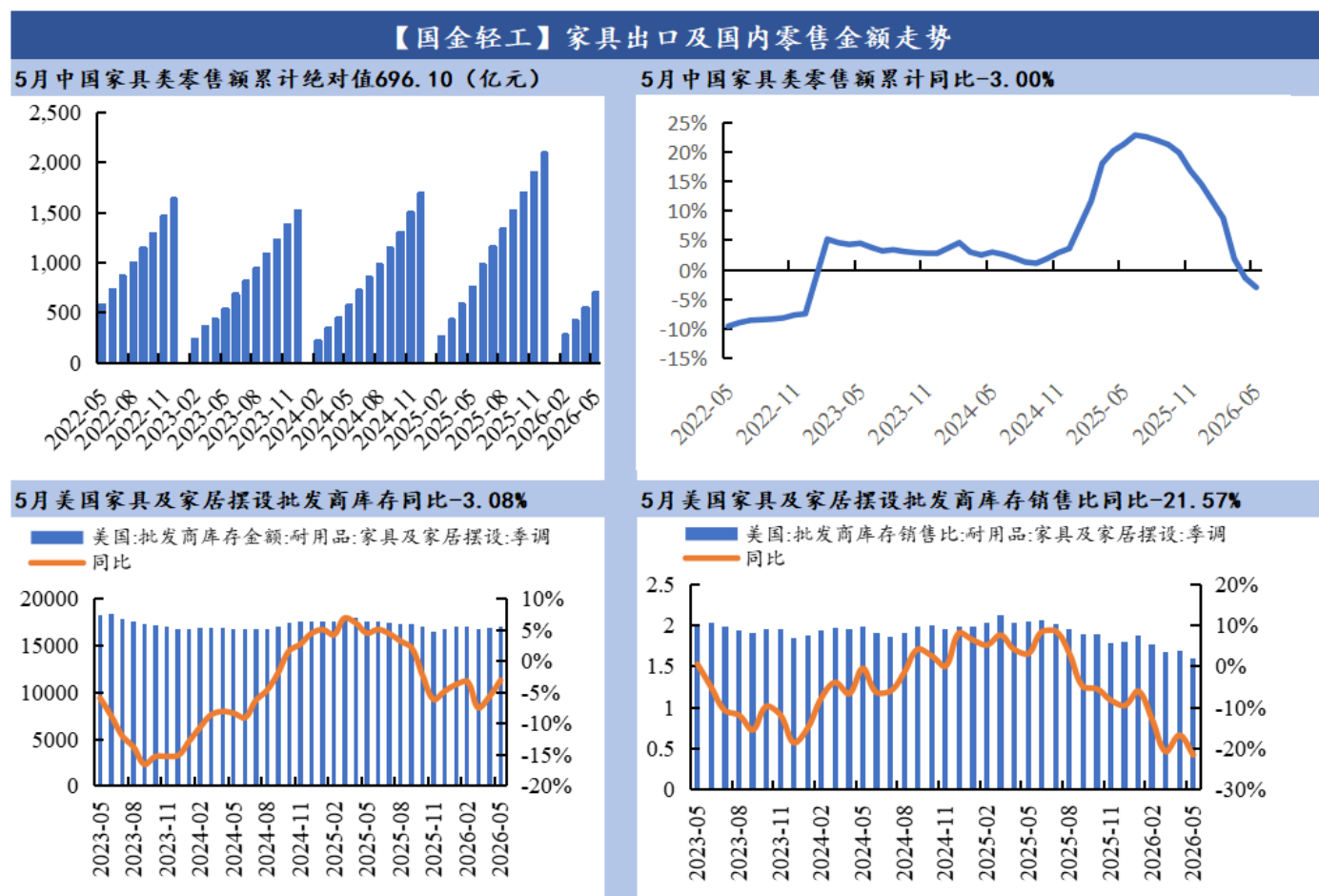
图表7：家具出口及国内零售金额走势一



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



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 8150.00 元/吨，环比下降 150.00 元/吨，2026 年截止 7.3 均价为 9687.6 元/吨，较 2025 年均价上升 21.28%。

本周国内 MDI 均价为 18840.00 元/吨，环比下降 380.00 元/吨，2026 年截止 7.3 均价为 20648.3 元/吨，较 2025 年均价上升 14.16%。

本周国内 TDI 均价为 15420.00 元/吨，环比上升 140.00 元/吨，2026 年截止 7.3 均价为 16162.9 元/吨，较 2025 年均价上升 20.58%。



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

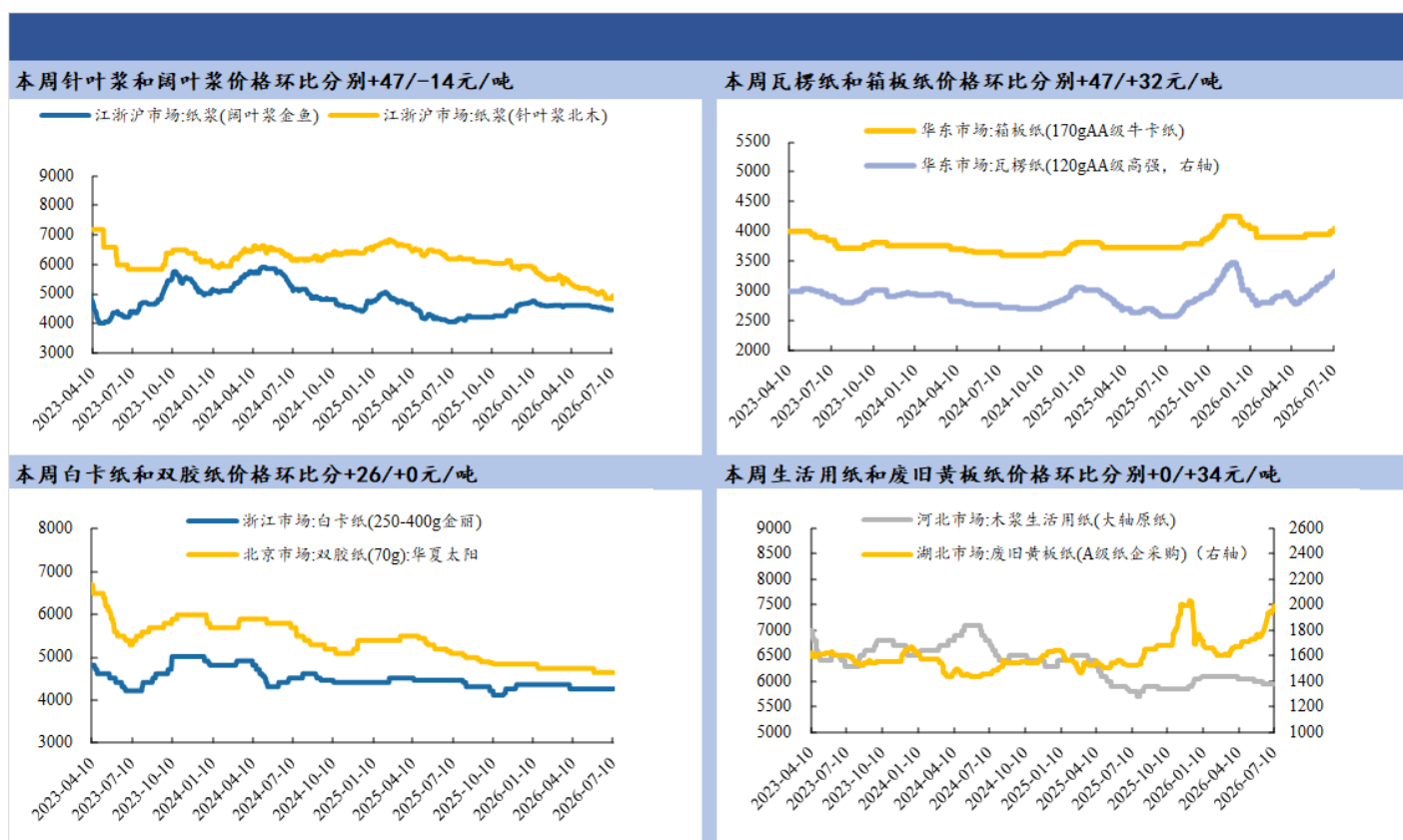
【国金轻工】造纸产业链价格跟踪															
产品名称	季度								月度						本周均价 (元/吨)
	25Q2	25Q3	环比25Q2	25Q4	环比25Q3	26Q1	环比25Q4	26Q2	环比26Q1	26年6月	26年5月	26年4月	26年3月	26年2月	环比上周
原材料															
本浆系 针叶浆	6234	5798	-436	5525	-273	5339	-186	4986	-353	4875	5035	5053	5232	5289	4732
本浆系 阔叶浆	4248	4143	-105	4426	283	4623	197	4559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

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+4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%。

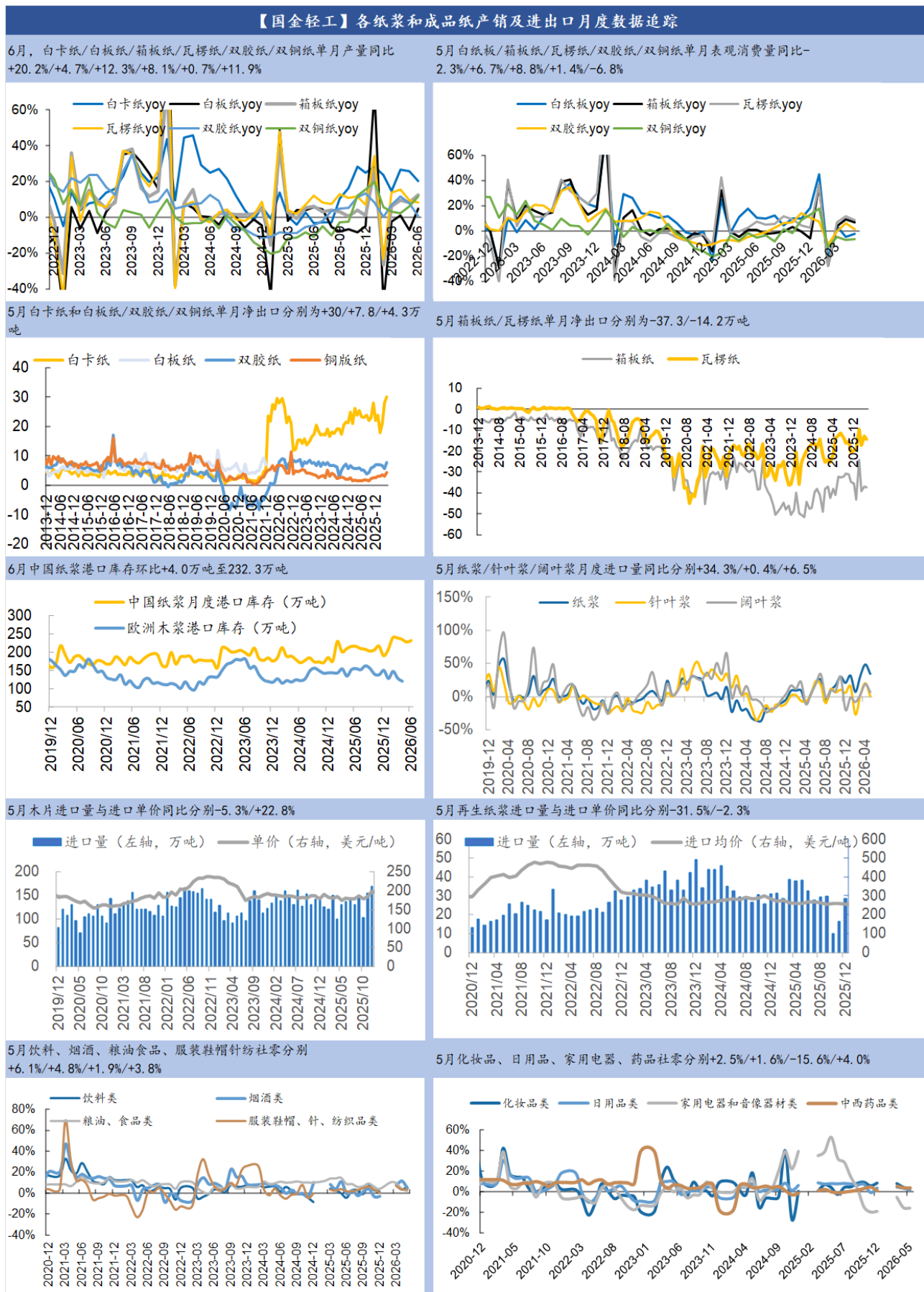
5月，白卡纸和白板纸/双胶纸/双铜纸单月净出口分别为+30/+7.8/+4.3万吨，箱板纸/瓦楞纸单月净出口分别为-37.3/-14.2万吨。

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充裕,下游对市场仍缺乏信心,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:

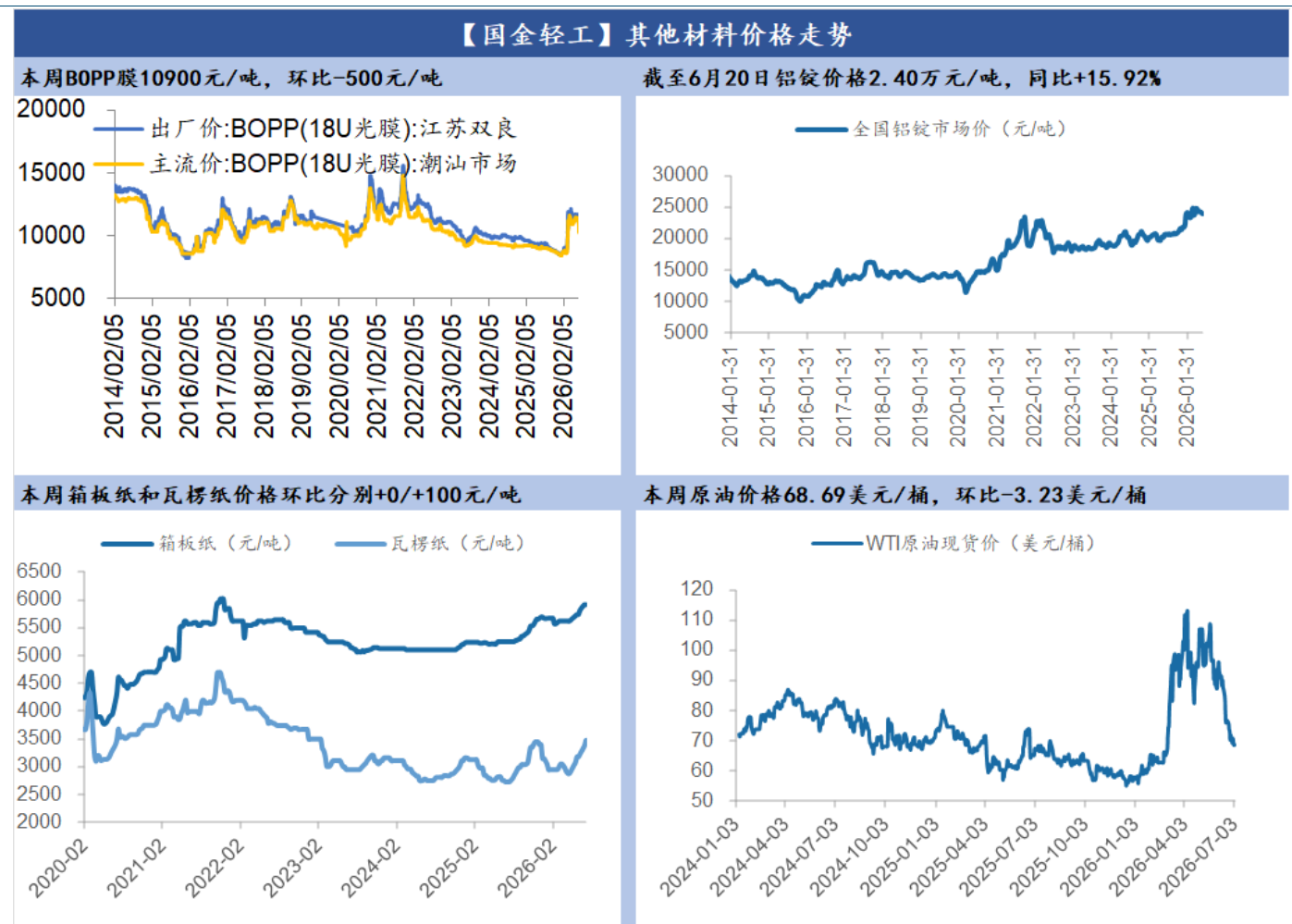
据隆众资讯监测数据显示,本期瓦楞纸含税均价为 3312.78 元/吨,环比增长 1.4%,同比增长 22.3%。具体来看,本周瓦楞纸市场延续上涨走势,规模纸企多个基地上调纸价 50-120 元/吨。受雨水天气影响,废旧黄板纸供应偏紧,价格持续高位运行,对纸价形成强劲支撑;同时纸企成品纸库存普遍降至低位,其涨价意愿强烈,加之规模纸企持续发布涨价函,场内涨价氛围浓郁。然因下游二级厂原纸库存已处中高位水平,其补库积极性有所下降,加之国内供应持续增量且终端需求不足,下游纸企采购趋谨慎。综合来看,短期纸价或维持小幅上涨趋势,但上涨空间有限,频率有所放缓。

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

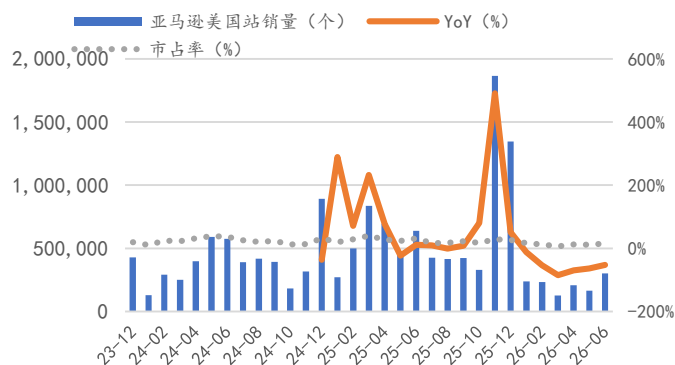
Stanley：美国深度调整，加拿大强势反弹，欧洲双核全面开花。6月，亚马逊美国/加拿大/德国/英国站销量分别为30.20万个/5.87万个/3.81万个/4.09万个，同比增幅分别为-52.73%/+73.28%/+112.67%/+45.25%，四地区亚马逊区域销量比为68.7%/13.36%/8.67%/9.31%，市占率分别为14.71%/30.32%/21.50%/14.63%。美国站同比大幅下滑，主因核心爆品生命周期进入成熟期、渠道库存仍处去化阶段，叠加Owala等竞品持续分流份额。加拿大站同比增长显著，扭转前期疲态，受益于品牌势能跨境溢出与本土零售渠道拓展发力。欧洲板块成为最大亮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

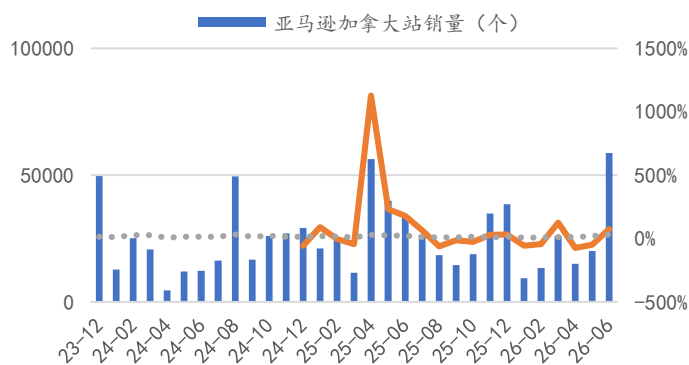


图表14: Stanley 亚马逊美国站 6 月销量同比-52.73%



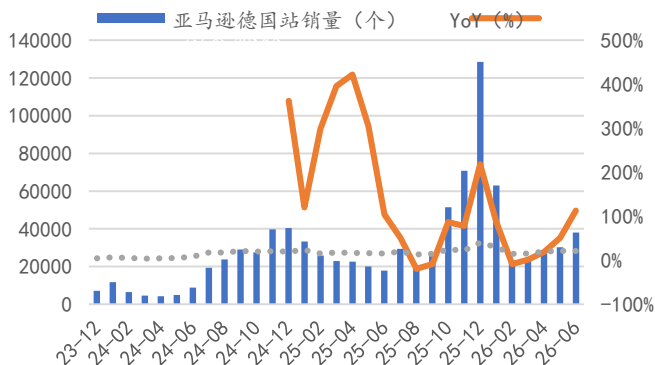
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表15: Stanley 亚马逊加拿大站 6 月销量同比+73.28%



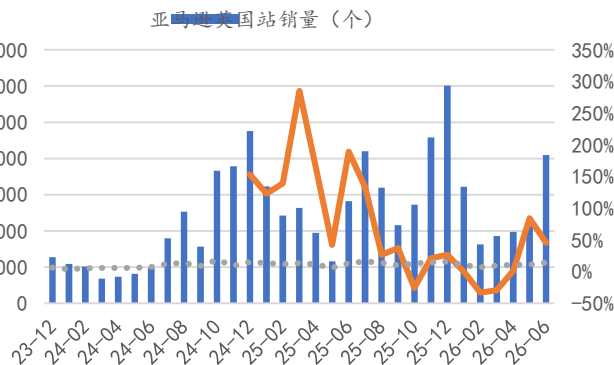
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表16: Stanley 亚马逊德国站 6 月销量同比+112.67%



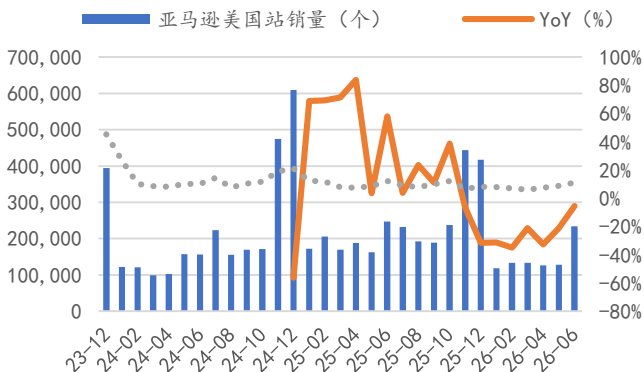
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表17: Stanley 亚马逊英国站 6 月销量同比+45.25%



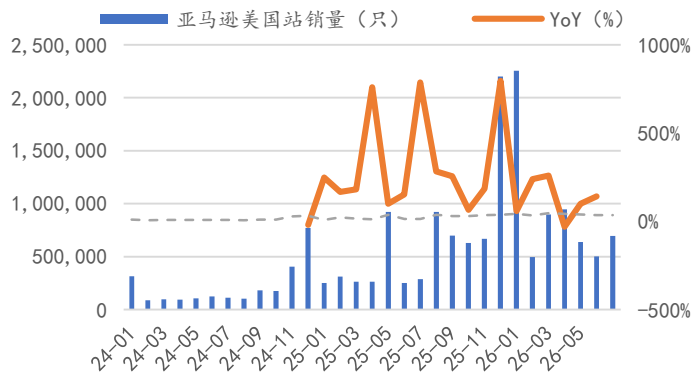
来源: Sorftime, 国金证券研究所

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

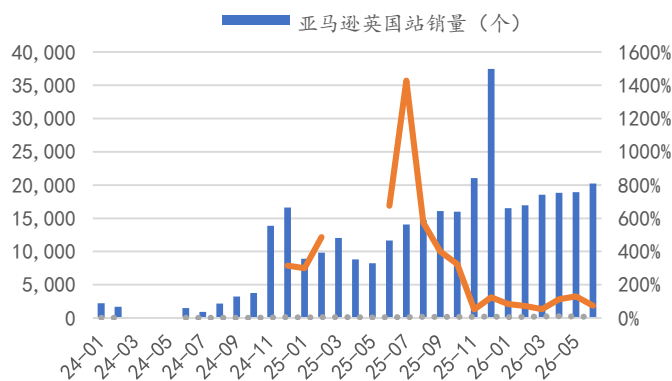
图表19: Yeti 亚马逊加拿大站 6 月销量同比-28.4%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

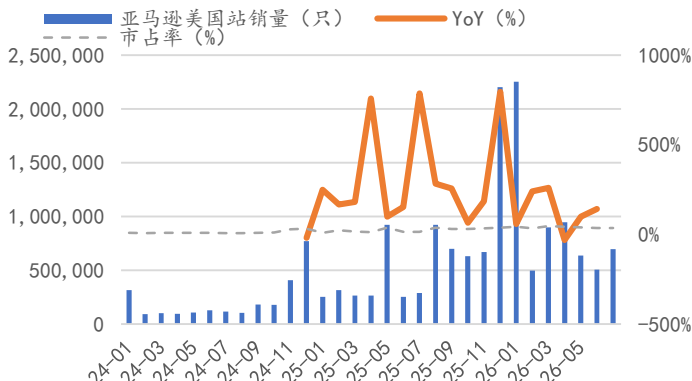


图表20: Yeti 亚马逊英国站 6 月销量同比+73.85%



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%



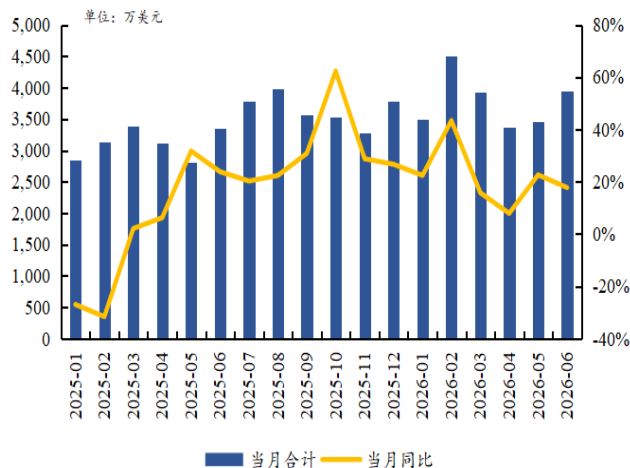
来源: Sorftime, 国金证券研究所

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%。

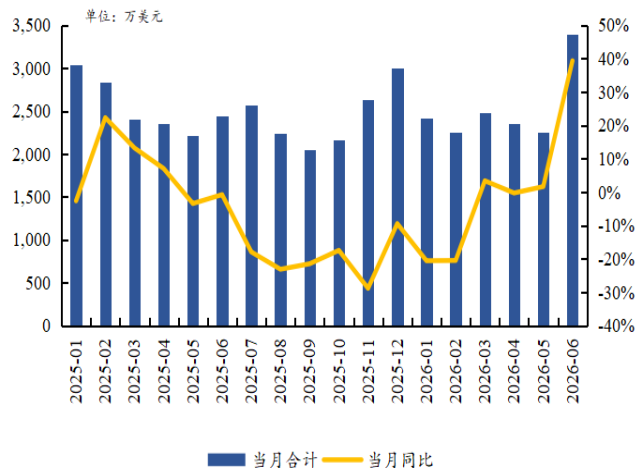
致欧科技: 6 月, 亚马逊美国/英国/德国/法国站 GMV 同比分别为+39.4%/+67.3%/+47.6%/+41.3%。

图表22: 恒林股份亚马逊美国站 6 月 GMV 同比+17.8%



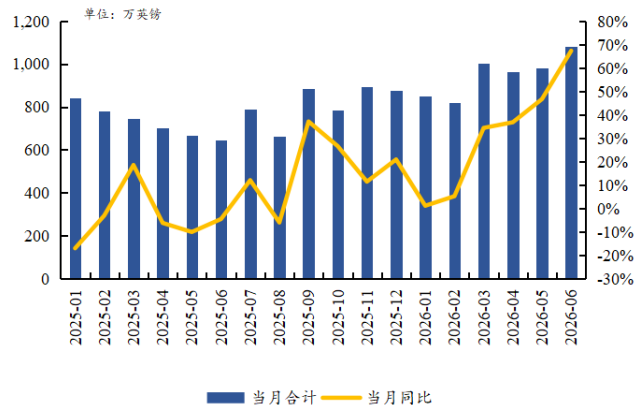
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表23: 致欧科技亚马逊美国站 6 月 GMV 同比+39.4%



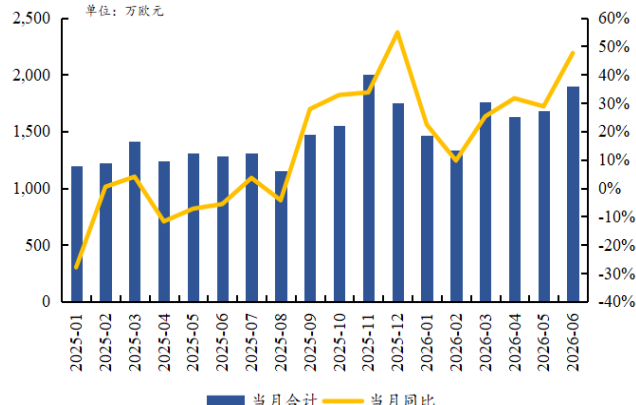
来源: Sorftime, 国金证券研究所

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

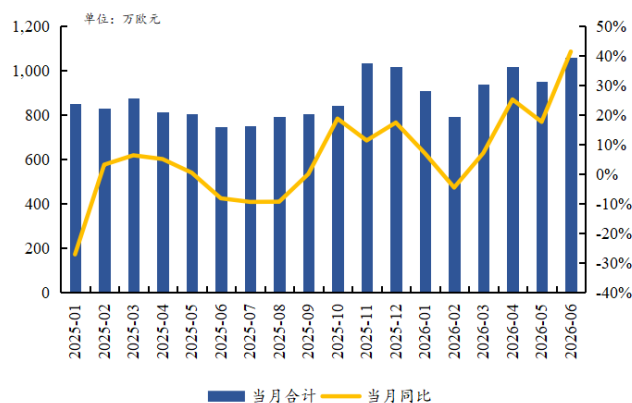
图表25: 致欧科技亚马逊德国站 6 月 GMV 同比+47.6%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

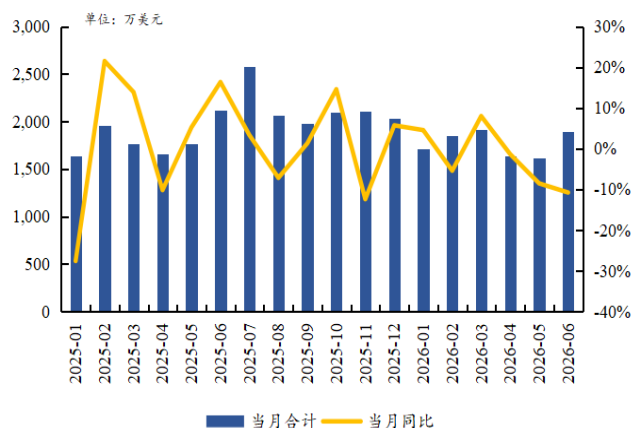


图表26：致欧科技亚马逊法国站6月GMV同比+41.3%



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	北京	深圳
电话：021-80234211	电话：010-85950438	电话：0755-86695353
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	邮编：100005	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号 紫竹国际大厦 5 楼	地址：北京市东城区建国内大街 26 号 新闻大厦 8 层南侧	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