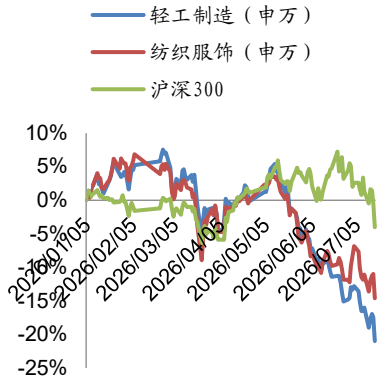
仅供内部参考，请勿外传！

养老消费多元化，康养行业积极发展

行业评级：增 持

报告日期：2026-07-19

行业指数与沪深 300 走势比较



分析师：徐偲

执业证书号：S0010523120001
邮箱：xucai@hazq.com

分析师：余倩莹

执业证书号：S0010524040004
邮箱：yuqianying@hazq.com

相关报告

《5 月出口高增长，轻工细分品类结构性分化_20260712

主要观点：

● **周专题：养老消费多元化，康养行业积极发展**

老龄化程度持续加深推动养老消费市场规模快速扩张，行业需求同步向高端化、多元化升级。国内老龄化进程持续提速，根据国家统计局数据，2025 年我国已迈入中度老龄化阶段，60 岁以上人口占总人口比重达 23%；长期人口结构承压，预计 2050 年国内 60 岁及以上人口将增至 5.2 亿，占总人口 37%，社会全面进入重度老龄化阶段；若以 55 岁及以上宽泛银发人群口径统计，2025 年对应群体规模已达 4.4 亿，带动当年养老消费市场规模约 9.5 万亿元；伴随老龄群体持续扩容，2050 年 55 岁及以上人口规模将升至 6.0 亿，养老消费市场规模有望突破 50 万亿元，庞大银发人口基数为养老产业长期成长提供核心支撑。从 2025 年养老消费拆分口径的市场结构来看，养老服务为核心刚需赛道，对应市场规模 5.2 万亿元，占整体养老消费 59%；养老金融市场规模 1.3 万亿元，占比 15%；文旅休闲、家用医疗器械、适老化智能家居等其他养老消费合计规模 2.3 万亿元，占比 26%。当前行业消费仍以老年人基础生存照料需求为主，随着健康悦己、抗衰享老等消费理念普及，未来多元化品质型养老消费占比将持续提升，养老消费正在从“生存基本盘”向“高品质生活”进阶，预计高层次消费比重将达到 40%-50%。

国内各上市公司通过医养结合与护理服务、医疗器械与康复辅具、成人失禁与老年个护、适老化改造、康养机器人等模式布局养老业务。

1）医养结合与护理服务模式：悦心健康以公建民营为核心业务模式，坚持立足长三角、辐射全国的区域发展战略，依托托管运营等轻资产模式快速布局康养服务网络。公司承接政府出资建设的养老设施实现低成本规模化扩张，联动区域医疗、社区资源深度协同，搭建起覆盖“机构+社区+居家”的全域养老服务体系；同时创新打造“医养康教研”五位一体运营框架，核心层聚焦“养”服务，建立从自理到失能失智的无缝切换机制；保障层强化“医+康”支撑，采用“管理式医疗+互联网医院+绿通转诊”模式；支撑层完善“教+研”体系，自建职业技术学校为行业输送专业护理人才。目前上海金海悦心颐养院入住率已达 97%以上，并获上海市养老服务机构信用评价“A 级”，充分验证公司轻资产医养模式的落地成效与市场认可度。

2）医疗器械与康复辅具模式：信隆健康采用典型 B2B 定制化制造商业模式，依托自研设计能力面向海内外客户承接 ODM、OEM 定制开发。公司主营轮椅、拐杖、四轮助行器、三轮助行器等银发康复辅具。2015 年公司完成更名，正式确立大健康转型战略，将康复辅助器材定为战略高地与核心增长赛道；依托自身金属管材精密加工技术，向高附加值康养领域升级，实现从传统零部件制造商向健康解决方案供应商转型。公司研发定制实力突出，配备铝焊自动化焊接、精密 CNC 加工产线，依托 TPS、SAP 管理系统实现全流程高效标准化生产。公司深度绑定全球前三康复龙头 Sunrise、Invacare 联合研发新品：与 Sunrise 联合开发 Unix、Basix、Rubix、Relax 四大轮椅系列，覆盖低、中、高端全价位市场；与 Invacare 协同落地英国专属高阶轮椅、T93/T94 配套腿靠系列并实现量产，长期稳定海外合作构筑深厚客户壁垒。康复辅具业务现阶段营收规模虽相对有限，但在国内老龄化

仅供内部参考，请勿外传！

加速、居家适老化改造政策持续推进的背景下长期成长空间充足，公司将持续依托成熟精密制造与定制研发优势，拓宽海内外康复器械市场渠道。

3）成人失禁与老年个护模式：可靠股份采用“自主品牌+ODM”双轮驱动、研产供销一体化经营模式，成人护理板块布局可靠、吸收宝、安护士自有品牌。在自主品牌业务领域，产品覆盖成人纸尿裤、成人拉拉裤、尿片、护理垫等全品类老年失禁护理产品，线上线下全渠道布局，充分依托互联网渠道拓宽终端触达；在 ODM 业务领域，致力于精品制造和高端制造，利用深耕行业十余年的技术积累和行业洞见，与国内外众多知名成人失禁用品、婴儿护理用品和宠物卫生用品品牌商建立起了长期稳定的战略合作关系。伴随国内老龄化加剧、居家养老与长期照护需求持续释放，公司持续加码适老化成人护理产品研发，合理规划商品品类、积极拓展业务范围，满足不同顾客群体的多样化需求，双业务协同充分受益老年个护赛道扩容红利。

4）适老化改造模式：松霖科技采用 IDM 创新设计制造一体化模式，依托“创新、设计、智造”全链条体系深耕全球市场，核心围绕大健康软硬件、智能厨卫、康养机器人三大板块布局适老化康养业务。第一板块为大健康 AI 硬件业务，推出 AI 睡眠枕、AI 智慧床垫、AI 健康监测、健康饮水等硬件产品，依托 AI 技术赋能覆盖睡眠、康复、健康陪伴多元银发康养场景；第二板块是适老智能厨卫业务，以淋浴系统、水龙头、智能马桶等核心产品为载体，聚焦智能厨卫空间整体解决方案，持续推动产品向智能化、集成化、健康化、绿色化升级；第三板块为康养机器人业务，打造后勤服务机器人、护理服务机器人等产品，深耕 AI 算法与精密制造，攻克运动控制、多模态交互核心技术，产品覆盖助行、清洁、理疗、配送、巡检等养老配套多元场景。公司依托全流程 IDM 自研自制优势，多业务协同发力，充分把握全球银发经济与居家适老化改造产业发展机遇。

5）康养机器人模式：松霖科技重点布局康养机器人业务，联手伍心养老布局银发经济新赛道。旗下全资子公司松霖机器人已于 2025 年 7 月与伍心养老、华侨大学工学院签订战略合作备忘录，三方依托企业智造能力、养老机构场景资源与高校科研实力构建产学研协同体系，联合研发适配养老场景的智能机器人整体解决方案。基于长期战略合作基础，双方后续落地大额采购订单，伍心养老拟分三年向松霖机器人采购不少于 1250 台康养机器人（不含样机），分批次交付节奏为 2026 年交付 50 台、2027 年不少于 200 台、2028 年不少于 1000 台，产品覆盖助行、清洁、理疗、配送、接待、巡检、监控监测、护理陪伴等多场景。该千台级订单是公司康养机器人业务标杆落地项目，充分验证产品商业化落地能力，合作打通技术研发与线下养老应用场景，规模化设备投放将加速智慧养老产业升级，打造银发经济智能化改造行业范本。

● 一周行情回顾

2026 年 7 月 13 日至 7 月 17 日，上证综指下跌 5.81%，深证成指下跌 8.90%，创业板指下跌 10.78%。分行业来看，申万轻工制造下跌 5.94%，相较沪深 300 指数-0.68pct，在 31 个申万一级行业指数中排名 18；申万纺织服饰下跌 3.97%，相较沪深 300 指数+1.29pct，在 31 个申万一级行业指数中排名 14。轻工制造行业一周涨幅前十分别为盛通股份(+10.94%)、美克家居(+9.9%)、嘉益股份(+8.25%)、悦心健康(+6.96%)、天元宠物(+6.58%)、西大门(+5.19%)、富岭股份(+5.01%)、上海艾录(+4.73%)、箭牌家居(+4.68%)、紫江企业(+4.68%)，跌幅前十分别为美新科技(-41.12%)、联翔股份(-30.03%)、

仅供内部参考，请勿外传！

天振股份(-28.17%)、森鹰窗业(-27.13%)、张小泉(-26.26%)、恒林股份(-24.51%)、德尔未来(-24.07%)、顶固集创(-22.09%)、金富科技(-21.62%)、顺灏股份(-20.54%)。纺织服饰行业一周涨幅前十分别为开润股份(+20.47%)、伟星股份(+11.77%)、孚日股份(+10.32%)、百隆东方(+8.82%)、安正时尚(+8.78%)、华茂股份(+8.51%)、华利集团(+7.97%)、周大生(+7.51%)、朗姿股份(+7.1%)、老凤祥(+7.04%)，跌幅前十分别为探路者(-29.19%)、兴业科技(-24.48%)、酷特智能(-23.18%)、南山智尚(-20.13%)、聚杰微纤(-18.61%)、红豆股份(-17.86%)、*ST 天创(-15.27%)、真爱美家(-14.86%)、华升股份(-14.42%)、飞亚达(-13.31%)。

● 重点数据追踪

家居数据跟踪：1）地产数据：2026 年 7 月 5 日至 7 月 12 日，全国 30 大中城市商品房成交面积 137.51 万平方米，环比-33.59%；100 大中城市住宅成交土地面积 85.05 万平方米，环比-64.3%。截至 2026 年 6 月，住宅新开工面积 1.69 亿平方米，累计同比-24.1%；住宅竣工面积 1.21 亿平方米，累计同比-25.3%；商品房销售面积 4.01 亿平方米，累计同比-11.6%。**2）原材料数据：**截至 2026 年 7 月 17 日，软体家居上游 TDI 现货价为 16750 元/吨，周环比+4.69%；MDI 现货价为 17150 元/吨，周环比+4.89%。**3）销售数据：**2026 年 5 月，家具销售额为 150.3 亿元，同比-8.7%；当月家具及其零件出口金额为 574313.4 万美元，同比+1.9%；建材家居卖场销售额为 1286.94 亿元，同比+2.86%。

包装造纸数据跟踪：1）纸浆&纸产品价格：截至 2026 年 7 月 17 日，针叶浆/阔叶浆/化机浆价格分别为 4867.12/4368.42/3578.33 元/吨，周环比-0.09%/-0.56%/0%；废黄板纸/废书页纸/废纯报纸价格分别为 1930/1818/2325 元/吨，周环比+0.84%/+1.39%/+3.1%；白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸价格分别为 4049/3642.5/3870.8/3263.75 元/吨，周环比-0.25%/0%/+0.5%/+0.35%；双铜纸/双胶纸价格分别为 4450/4537.5 元/吨，周环比 0%/0%；生活用纸价格为 5633.33 元/吨，周环比 0%。**2）吨盈数据：**截至 2026 年 7 月 17 日，双铜纸/双胶纸/箱板纸/白卡纸每吨毛利分别为-595.66/-563.91/+298.68/-332.36 元/吨。**3）纸类库存：**截至 2026 年 6 月 30 日，青岛港月度库存为 1512 千吨，月环比-0.59%；白卡纸/双胶纸/铜版纸月度企业库存天数分别为 17.8/21.63/25.55 天，月环比 0%/-3.09%/-1.5%；白板纸/瓦楞纸/箱板纸月度企业库存分别为 799/466/794 千吨，月环比-9.72%/-11.74%/-7.67%；生活用纸月度企业库存为 618.4 千吨，月环比+4.48%。

纺织服饰数据跟踪：1）原材料：截至 2026 年 7 月 17 日，中国棉花价格指数:3128B 为 17733 元/吨，周环比+0.19%。截至 2026 年 7 月 16 日，Cotlook A 指数为 90.65 美分/磅，周环比+1%。截至 2026 年 7 月 10 日，中国粘胶短纤市场价为 14150 元/吨，周环比 0%；中国涤纶短纤市场价为 7320 元/吨，周环比+2.09%。截至 2026 年 7 月 14 日，中国长绒棉价格指数:137 为 27020 元/吨，周环比 0%；中国长绒棉价格指数:237 为 26210 元/吨，周环比 0%。截至 2026 年 7 月 9 日，内外棉差价为 2605 元/吨，周环比-7.39%。截至 2026 年 7 月 16 日，内外棉差价为 2359 元/吨，周环比-9.44%。**2）销售数据：**2026 年 6 月，当月服装鞋帽、针、纺织品类零售额为 1285 亿元，同比+3.9%；当月服装及衣着附件出口金额为 1574932 万美元，同比 0%。

● 投资建议

1）1）家居：中共中央政治局提出要促进房地产市场止跌回稳，各地以旧换新政策落地，有望刺激家居消费增长。家居板块当前估值折价

仅供内部参考，请勿外传！

较多，头部公司估值处于历史底部，建议关注经营稳健的板块头部公司和成长性较高的智能家居赛道。**2）造纸：**反内卷催化，叠加头部企业停机减产下，行业格局或有所改善，行业底部，建议关注横向产品多元化、纵向林浆纸一体化的太阳纸业。**3）包装：**奥瑞金收购中粮包装，市占率将从 20%提升至 37%，成为二片罐行业头部企业，议价能力有望提升，从而带动行业整体盈利提升。建议关注包装头部企业。**4）出口：**关税扰动持续，关注后续全球博弈，建议关注交易关税情绪下错杀的出海标的。

● 风险提示

宏观经济增长不及预期风险；企业经营状况低于预期风险；原料价格上升风险；汇率波动风险；竞争格局加剧。

仅供内部参考，请勿外传！

正文目录

1 周专题：养老消费多元化，康养行业积极发展 7

2 一周行情回顾 12

3 重点数据追踪 13

3.1 家居 13
3.2 包装造纸 16
3.3 纺织服饰 18

4 行业重要新闻 20

5 公司重要公告 22

6 风险提示 23

仅供内部参考，请勿外传！

图表目录

图表 1 2025-2050E 养老消费市场规模及人群规模.....7
图表 2 2025 年各类养老消费规模（万亿）.....7
图表 3 国内医养结合与护理服务部分企业业务梳理表.....8
图表 4 国内医疗器械与康复辅具部分企业业务梳理表.....8
图表 5 国内成人失禁与老年个护部分企业业务梳理表.....9
图表 6 国内适老化改造部分企业业务梳理表.....10
图表 7 松霖机器人、伍心养老与华侨大学工学院三方战略合作签约仪式现场.....11
图表 8 申万轻工制造和纺织服饰指数变化.....12
图表 9 年初至今申万轻工制造和纺织服饰指数涨跌幅与沪深 300 对比.....12
图表 10 申万轻工制造和纺织服饰指数涨跌幅与其他行业涨跌幅对比（%）.....12
图表 11 A 股轻工制造行业周涨跌幅 Top5.....13
图表 12 A 股纺织服饰行业周涨跌幅 Top5.....13
图表 13 30 大中城市商品房成交面积（万平方米）.....14
图表 14 100 大中城市住宅用地成交面积（万平方米）.....14
图表 15 房屋住宅新开工面积累计值及同比（万平方米，%）.....14
图表 16 房屋住宅竣工面积累计值及同比（万平方米，%）.....14
图表 17 房屋住宅销售面积累计值及同比（万平方米，%）.....14
图表 18 TDI、MDI 现货价（元/吨）.....15
图表 19 当月家具社会零售额及同比变化（亿元，%）.....15
图表 20 当月家具及其零件出口金额及同比变化（万美元，%）.....15
图表 21 当月建材家居卖场销售额及同比变化（亿元，%）.....16
图表 22 建材家居卖场累计销售额及累计同比变化（亿元，%）.....16
图表 23 木浆价格变化.....16
图表 24 废纸价格变化.....16
图表 25 浆纸系价格.....17
图表 26 废纸系价格.....17
图表 27 主要纸种税后毛利（元/吨）.....17
图表 28 青岛港木浆库存.....18
图表 29 包装用纸企业库存.....18
图表 30 生活用纸企业库存.....18
图表 31 文化用纸企业库存.....18
图表 32 中国棉花价格指数：3128B（元/吨）.....19
图表 33 Cotlook A 指数（美分/磅）.....19
图表 34 中国:市场价:粘胶短纤:国内主要轻纺原料市场（元/吨）.....19
图表 35 中国:市场价:涤纶短纤:国内主要轻纺原料市场（元/吨）.....19
图表 36 中国长绒棉价格走势（元/吨）.....19
图表 37 内外棉价走势（元/吨）.....19
图表 38 当月服装鞋帽、针、纺织品类社会零售额及同比变化（亿元，%）.....20
图表 39 当月服装及衣着附件出口金额及同比变化（万美元，%）.....20

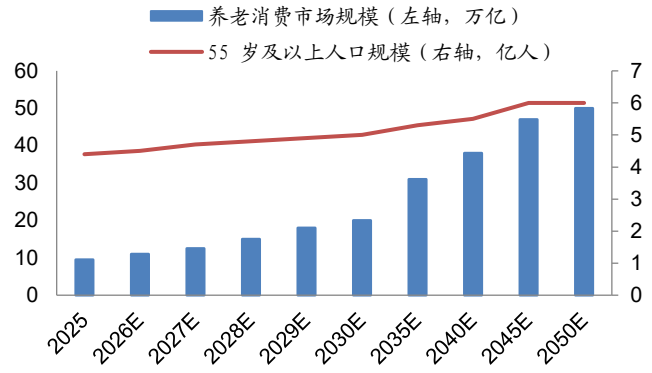


仅供内部参考，请勿外传！

1 周专题：养老消费多元化，康养行业积极发展

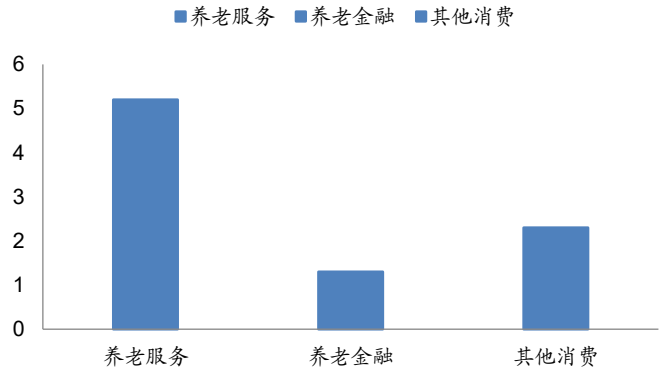
老龄化程度持续加深推动养老消费市场规模快速扩张，行业需求同步向高端化、多元化升级。国内老龄化进程持续提速，根据国家统计局数据，2025 年我国已迈入中度老龄化阶段，60 岁以上人口占总人口比重达 23%；长期人口结构承压，预计 2050 年国内 60 岁及以上人口将增至 5.2 亿，占总人口 37%，社会全面进入重度老龄化阶段；若以 55 岁及以上宽泛银发人群口径统计，2025 年对应群体规模已达 4.4 亿，带动当年养老消费市场规模约 9.5 万亿元；伴随老龄群体持续扩容，2050 年 55 岁及以上人口规模将升至 6.0 亿，养老消费市场规模有望突破 50 万亿元，庞大银发人口基数为养老产业长期成长提供核心支撑。从 2025 年养老消费拆分口径的市场结构来看，养老服务为核心刚需赛道，对应市场规模 5.2 万亿元，占整体养老消费 59%；养老金融市场规模 1.3 万亿元，占比 15%；文旅休闲、家用医疗器械、适老化智能家居等其他养老消费合计规模 2.3 万亿元，占比 26%。当前行业消费仍以老年人基础生存照料需求为主，随着健康悦己、抗衰享老等消费理念普及，未来多元化品质型养老消费占比将持续提升，养老消费正在从“生存基本盘”向“高品质生活”进阶，预计高层次消费比重将达到 40%-50%。

图表 1 2025-2050E 养老消费市场规模及人群规模



资料来源：国家统计局，联合国《中国人口中长期变动趋势预测(2021-2050)》，AgeClub，中国旅游研究院；极光月狐，华安证券研究所

图表 2 2025 年各类养老消费规模（万亿）



资料来源：国家统计局，联合国《中国人口中长期变动趋势预测(2021-2050)》，AgeClub，中国旅游研究院；极光月狐，华安证券研究所

国内各上市公司通过医养结合与护理服务、医疗器械与康复辅具、成人失禁与老年个护、适老化改造、康养机器人等模式布局养老业务。

1）医养结合与护理服务模式：

悦心健康以公建民营为核心业务模式，坚持立足长三角、辐射全国的区域发展战略，依托托管运营等轻资产模式快速布局康养服务网络。公司承接政府出资建设的养老设施实现低成本规模化扩张，联动区域医疗、社区资源深度协同，搭建起覆盖“机构+社区+居家”的全域养老服务体系；同时创新打造“医养康教研”五位一体运营框架，核心层聚焦“养”服务，建立从自理到失能失智的无缝切换机制；保障层强化“医+康”支撑，采用“管理式医疗+互联网医院+绿通转诊”模式；支撑层完善“教+研”体系，自建职业技术学校为行业输送专业护理人才。目前上海金海悦心颐养院入住率已达 97%以上，并获上海市养老服务机构信用评价“A 级”，充分验证公司轻资产医养模式的落地成效与市场认可度。

仅供内部参考，请勿外传！

图表 3 国内医养结合与护理服务部分企业业务梳理表

公司	业务模式	区域布局	业务现况
悦心健康	以“公建民营”合作模式为主，提出“医养康教研”五位一体的业务模式，通过托管运营等轻资产模式，快速扩大服务网络	坚持“立足长三角，辐射全国”的区域发展战略	以养为核心、医和康为保障、教和研为支撑，构建覆盖较广、服务连贯的康养服务体系。承接政府投资建设的养老设施以低成本实现规模扩张的同时积极参与所在区域的医疗资源、社区资源进行深度协同，构建起“机构+社区+居家”的区域养老服务网络
南京新百	以“医康养护育一体化”的模式构建 15 分钟养老服务圈，为各地政府和企业单位提供定制化一站式养老解决方案和落地服务	全国 25 个省市	在全国 25 个省市开展“智慧养老系统、养老呼叫中心、居家养老、社区养老、机构养老、长护险服务、适老化改造、人才培训”八大业务
北京健康	采用“连锁经营、医养结合”运营模式，通过自建、自营及合作等多元方式拓展优质养老资产	以长三角地区为重点	打造“北康医养”养老服务品牌，积累了丰富的医养投资与运营经验，自主培育的专业养老、医疗护理团队规模持续扩大，床位入住率长期保持较高水平
中关村	以基础养老为中心，医养结合和康养保健为两翼的业务模式	北京为主，长期计划拓展三四线城市康养市场	初步构建起医、康、养、护、娱“五位一体”的养老生态体系，养老医疗业务涉足养老服务、中医医院、康养、旅居等业务领域

资料来源：各公司公告，各公司官网，华安证券研究所

2）医疗器械与康复辅具模式：

信隆健康采用典型 B2B 定制化制造商业模式，依托自研设计能力面向海内外客户承接 ODM、OEM 定制开发。公司主营轮椅、拐杖、四轮助行器、三轮助行器等银发康复辅具。2015 年公司完成更名，正式确立大健康转型战略，将康复辅助器材定为战略高地与核心增长赛道；依托自身金属管材精密加工技术，向高附加值康养领域升级，实现从传统零部件制造商向健康解决方案供应商转型。公司研发定制实力突出，配备铝焊自动化焊接、精密 CNC 加工产线，依托 TPS、SAP 管理系统实现全流程高效标准化生产。公司深度绑定全球前三康复龙头 Sunrise、Invacare 联合研发新品：与 Sunrise 联合开发 Unix、Basix、Rubix、Relax 四大轮椅系列，覆盖低、中、高端全价位市场；与 Invacare 协同落地英国专属高阶轮椅、T93/T94 配套腿靠系列并实现量产，长期稳定海外合作构筑深厚客户壁垒。康复辅具业务现阶段营收规模虽相对有限，但在国内老龄化加速、居家适老化改造政策持续推进的背景下长期成长空间充足，公司将持续依托成熟精密制造与定制研发优势，拓宽海内外康复器械市场渠道。

图表 4 国内医疗器械与康复辅具部分企业业务梳理表

公司	业务模式	主要产品	核心竞争优势
信隆健康	B2B 定制化制造模式，依托自研设计能力，面向海内外客户开展 ODM、OEM 定制开发	轮椅、拐杖、四轮助行器、三轮助行器等	具备较强研发定制能力；具有铝焊自动化焊接能力、精密 CNC 加工生产线，依托 TPS、SAP 系统实现高效生产。与全球头部康复品牌 Sunrise、Invacare 深度合作，联合开发产品，海外客户壁垒深厚

仅供内部参考，请勿外传！

鱼跃医疗	以医疗器械研发、制造与销售为核心，开展家用医疗器械、医用临床产品业务运营，积极布局全球化	半自动体外心脏除颤器、电子血压计等	品牌效应深入人心，在行业具有较高知名度和影响力；具备研发创新能力，产品向高端化、智能化发展；营销体系覆盖国内渠道分销、终端直营及海外市场拓展
奥佳华	全球化自主品牌与 ODM 业务双轮驱动，集品牌、营销、研发、制造、服务一体化运营	家用按摩椅、按摩小电器、新风机等	布局大健康前沿技术，结合 AI、IoT 推动按摩产品智能化升级；拥有全球规模领先的保健按摩器械生产基地，国际化产能保障全球供货；依托海内外市场资源，优化业务结构，重点发展自主品牌，提升产业链自主可控水平
翔宇医疗	作为康复医疗器械供应商与康复医疗服务方案提供商，拥有独立完整的研发、采购、生产、销售及服务体系	体外冲击波治疗仪、盆底功能磁刺激治疗仪等	构建了完善高效的研发体系，具有持续创新能力；具备出众的产业化能力，包括将临床需求转化为产品的综合能力、技术成功转化为经营成果的能力等；具备强大的商业能力，包括自主的全产业链生产制造能力、强大的渠道销售能力等
麒盛科技	从事智能床、电动床等健康睡眠产品研发、设计与制造；境外采取 ODM 与自有品牌并行销售，国内依托“舒福德”自有品牌开展市场拓展	智能电动床、智能分级床垫、智能分级枕等	率先布局海外市场，与大型床垫品牌合作提高知名度的同时丰富智能电动车功能；公司拥有稳定研发团队，注重产品设计研发能力的提升；积极开拓销售渠道和发挥客户资源优势，公司客户资源丰富，与海外头部企业建立长期战略合作关系；具有数字化、信息化、智能化优势

资料来源：各公司公告，中科研究，华安证券研究所

3）成人失禁与老年个护模式：

可靠股份采用“自主品牌+ODM”双轮驱动、研产供销一体化经营模式，成人护理板块布局可靠、吸收宝、安护士自有品牌。在自主品牌业务领域，产品覆盖成人纸尿裤、成人拉拉裤、尿片、护理垫等全品类老年失禁护理产品，线上线下全渠道布局，充分依托互联网渠道拓宽终端触达；在 ODM 业务领域，致力于精品制造和高端制造，利用深耕行业十余年的技术积累和行业洞见，与国内外众多知名成人失禁用品、婴儿护理用品和宠物卫生用品品牌商建立起了长期稳定的战略合作关系。伴随国内老龄化加剧、居家养老与长期照护需求持续释放，公司持续加码适老化成人护理产品研发，合理规划商品品类、积极拓展业务范围，满足不同顾客群体的多样化需求，双业务协同充分受益老年个护赛道扩容红利。

图表 5 国内成人失禁与老年个护部分企业业务梳理表

公司	业务模式	成人护理产品	业务现况
可靠股份	坚持“自主品牌+ODM”双轮驱动发展模式，采取“研、产、供、销”一体化的经营模式	可靠、吸收宝、安护士	在 ODM 业务领域，致力于精品制造和高端制造，利用深耕行业十余年的技术积累和行业洞见，与国内外众多知名成人失禁用品、婴儿护理用品和宠物卫生用品品牌商建立起了长期稳定的战略合作关系；在自主品牌业务领域，主打的成人失禁系列包括成人纸尿裤、成人拉拉裤、成人尿片、护理垫等产品，销售渠道覆盖线上线下，充分抓住了互联网创新销售渠道蓬勃发展的契机
豪悦护理	以 ODM 为核心，同时打造康福瑞、白十字等自有成人失禁品牌，ODM 代工与自有品牌同步运营	康福瑞、好年、白十字	专注于个人卫生护理用品领域的制造商，专注于妇、幼、成人个人卫生健康护理用品的研发、制造与销售业务，ODM 业务领域，与多家全球 500 强企业及国内知名品牌商建立了高端产品研发及 ODM 业务合作，产品质量稳定可靠；自主品牌领域，在成人失禁

仅供内部参考，请勿外传！

			用品领域，公司针对不同客户推出了“康福瑞”、“白十字”、“汇泉”、“好年”等系列品牌
恒安国际	聚焦纸巾和卫生用品两大核心业务，落实“聚焦主业、品牌引领、长期主义”三大战略，注重品牌效应和产品品质，定位服务中高端大众	安而康、便利妥	布局安而康、便利妥两大自有老年护理品牌，覆盖全品类成人失禁产品；旗下安而康年内销售额 3.2 亿元，同比增长 5.2%，受益银发市场扩容。公司持续推进产品高端化，加强与养老院及医院合作，支持成人健康护理产品业务的长远发展。
百亚股份	主要采取自主研发和生产的模式，坚持多品牌、差异化的发展战略实行“产、供、销”一体化业务模式，以自主生产为核心；同时布局 ODM 合作业务，为外部消费品企业提供一次性卫生用品的设计、开发与定制化生产服务	丹宁、好来康	成人失禁板块打造丹宁、好来康两大中高端品牌，依托原有卫生巾成熟经销布局成人护理市场。丹宁健康系列产品解决成人失禁期间的困扰，具有抑制异味、吸收性好、超强防漏的特性；好来康医用护理垫系列列获市药监局批准上市，尿裤型结构，多重防漏，瞬吸锁水，添加抑菌 SAP，抑味防臭

资料来源：各公司公告，各公司官网，华安证券研究所

4）适老化改造模式：

松霖科技采用 IDM 创新设计制造一体化模式，依托“创新、设计、智造”全链条体系深耕全球市场，核心围绕大健康软硬件、智能厨卫、康养机器人三大板块布局适老化康养业务。第一板块为大健康 AI 硬件业务，推出 AI 睡眠枕、AI 智慧床垫、AI 健康监测、健康饮水等硬件产品，依托 AI 技术赋能覆盖睡眠、康复、健康陪伴多元银发康养场景；第二板块是适老智能厨卫业务，以淋浴系统、水龙头、智能马桶等核心产品为载体，聚焦智能厨卫空间整体解决方案，持续推动产品向智能化、集成化、健康化、绿色化升级；第三板块为康养机器人业务，打造后勤服务机器人、护理服务机器人等产品，深耕AI算法与精密制造，攻克运动控制、多模态交互核心技术，产品覆盖助行、清洁、理疗、配送、巡检等养老配套多元场景。公司依托全流程 IDM 自研自制优势，多业务协同发力，充分把握全球银发经济与居家适老化改造产业发展机遇。

图表 6 国内适老化改造部分企业业务梳理表

公司	业务模式	主要产品	业务现况
松霖科技	采用 IDM 创新设计制造一体化模式，以“创新、设计、智造”一体化模式深耕全球市场，主要业务是围绕大健康软硬件、智能厨卫等品类发展的 IDM 业务	1）大健康 AI 硬件：AI 睡眠枕、AI 智慧床垫、AI 健康监测、健康饮水等；2）智能厨卫：适老智能淋浴系统、适老智能马桶；3）康养机器人：后勤服务机器人、护理服务机器人等	大健康业务依托 AI 赋能布局睡眠、康复、健康陪伴等多元康养场景；聚焦智能厨卫空间整体解决方案，以淋浴系统、水龙头、智能马桶等核心产品为载体，持续推进产品向智能化、集成化、健康化、绿色化升级；机器人业务深耕 AI 算法与精密制造，攻克运动控制、多模态交互核心技术，覆盖助行、清洁、理疗、配送、巡检等多元场景
建霖家居	以 ODM 定制化服务为核心，依托“客户需求-研发-生产-销售”全链条协同运营，构建起覆	以系统卫生间解决方案为核心、手持洁牙器、台式洁牙器、安全扶手、座式淋浴器等	围绕智能厨卫系统、健康净水系统、健康呼吸系统、个人护理与康养系统等领域，布局多元化大健康产业生态，可满足客户定制化、多样化需求，提升客户合作深度与广度。聚焦布局康养场景解决方案，短期以 TOB 业务模式为主，产品以

仅供内部参考，请勿外传！

	盖多品类、多市场的经营模式和家居产业生态		系统卫生间解决方案为核心，已完成康养机构及医院相关项目交付，打通定制产品研发到项目落地全环节
瑞尔特	集研发、生产、销售于一体，采用 ODM 与自主品牌并行的双轮驱动业务模式，盈利能力一方面取决于自身的技术实力、产品质量，另一方面还依赖自身在采购、生产、销售方面的有效控制	升降坐便辅助器、无障碍抗菌扶手、无障碍卫浴升降系统、恒温坐式淋浴器等	深耕卫浴适老化赛道，多款适老产品与方案斩获行业权威荣誉：升降坐便器入选《2024 年度居家适老化改造推荐目录》，拿下全国适老设计大赛银奖，适老化卫浴产品，成功入选“2025 年度中国消费名品”，被授予“适老化品牌领军企业”；同步联动北京建筑大学共建适老化研发实验室
海鸥住工	主营业务以出口欧美为主，聚焦在卫浴及厨房产品整组龙头及部品部件的制造服务与销售，卫浴销售渠道从依赖 B2B 工程渠道向 B2C 零售和线上渠道转移	防滑地砖、安全扶手、坐式淋浴器、自动升降智能马桶等	打造针对性适老化卫浴+智能安防成套定制方案。适老化卫浴空间配套防滑地砖、安全扶手、坐式淋浴器等硬件，配备自动升降马桶，浴室柜尺寸可依据老年人群身体特征调整；依托摄像头、传感设备搭建智能安防系统，可实时监测老人异常状况并推送预警信息

资料来源：各公司公告，各公司官网，财经新康养，华安证券研究所

5）康养机器人模式：

松霖科技重点布局康养机器人业务，联手伍心养老布局银发经济新赛道。旗下全资子公司松霖机器人已于 2025 年 7 月与伍心养老、华侨大学工学院签订战略合作备忘录，三方依托企业智造能力、养老机构场景资源与高校科研实力构建产学研协同体系，联合研发适配养老场景的智能机器人整体解决方案。基于长期战略合作基础，双方后续落地大额采购订单，伍心养老拟分三年向松霖机器人采购不少于 1250 台康养机器人（不含样机），分批次交付节奏为 2026 年交付 50 台、2027 年不少于 200 台、2028 年不少于 1000 台，产品覆盖助行、清洁、理疗、配送、接待、巡检、监控监测、护理陪伴等多场景。该千台级订单是公司康养机器人业务标杆落地项目，充分验证产品商业化落地能力，合作打通技术研发与线下养老应用场景，规模化设备投放将加速智慧养老产业升级，打造银发经济智能化改造行业范本。

图表 7 松霖机器人、伍心养老与华侨大学工学院三方战略合作签约仪式现场



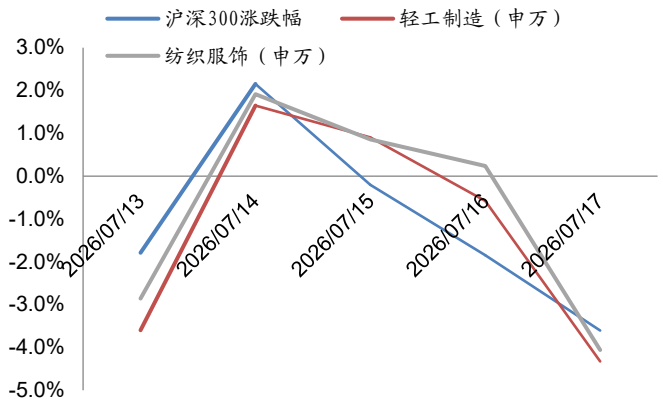
资料来源：公司官网，华安证券研究所

仅供内部参考，请勿外传！

2 一周行情回顾

2026 年 7 月 13 日至 7 月 17 日，上证综指下跌 5.81%，深证成指下跌 8.90%，创业板指下跌 10.78%。分行业来看，申万轻工制造下跌 5.94%，相较沪深 300 指数-0.68pct，在 31 个申万一级行业指数中排名 18；申万纺织服饰下跌 3.97%，相较沪深 300 指数+1.29pct，在 31 个申万一级行业指数中排名 14。

图表 8 申万轻工制造和纺织服饰指数变化



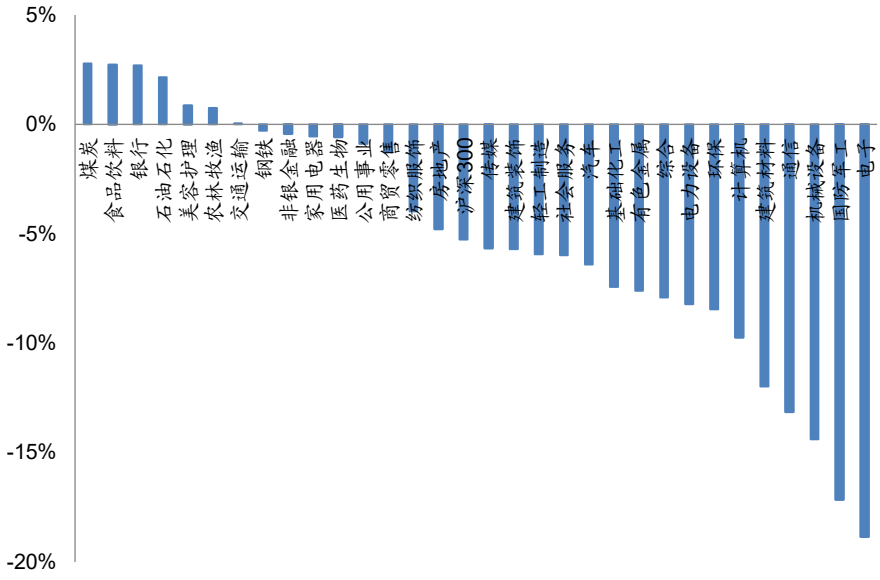
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 9 年初至今申万轻工制造和纺织服饰指数涨跌幅与沪深 300 对比



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 10 申万轻工制造和纺织服饰指数涨跌幅与其他行业涨跌幅对比（%）



资料来源：wind，华安证券研究所

轻工制造行业一周涨幅前十分别为盛通股份(+10.94%)、美克家居(+9.9%)、嘉益股份(+8.25%)、悦心健康(+6.96%)、天元宠物(+6.58%)、西大门(+5.19%)、富岭股份(+5.01%)、上海艾录(+4.73%)、箭牌家居(+4.68%)、紫江企业(+4.68%)，跌幅前十分别为美新科技(-41.12%)、联翔股份(-30.03%)、天振股份(-28.17%)、森鹰窗业(-27.13%)、张小泉(-26.26%)、恒林股份(-24.51%)、德尔未来(-24.07%)、

仅供内部参考，请勿外传！

顶固集创(-22.09%)、金富科技(-21.62%)、顺灏股份(-20.54%)。

图表 11 A 股轻工制造行业周涨跌幅 Top5

排序	代码	名称	涨幅 top5（%）	排序	代码	名称	跌幅 top5（%）
1	002599.SZ	盛通股份	10.94	1	301588.SZ	美新科技	-41.12
2	600337.SH	美克家居	9.90	2	603272.SH	联翔股份	-30.03
3	301004.SZ	嘉益股份	8.25	3	301356.SZ	天振股份	-28.17
4	002162.SZ	悦心健康	6.96	4	301227.SZ	森鹰窗业	-27.13
5	301335.SZ	天元宠物	6.58	5	301055.SZ	张小泉	-26.26

资料来源：wind，华安证券研究所

纺织服饰行业一周涨幅前十分别为开润股份(+20.47%)、伟星股份(+11.77%)、孚日股份(+10.32%)、百隆东方(+8.82%)、安正时尚(+8.78%)、华茂股份(+8.51%)、华利集团(+7.97%)、周大生(+7.51%)、朗姿股份(+7.1%)、老凤祥(+7.04%)，跌幅前十分别为探路者(-29.19%)、兴业科技(-24.48%)、酷特智能(-23.18%)、南山智尚(-20.13%)、聚杰微纤(-18.61%)、红豆股份(-17.86%)、*ST 天创(-15.27%)、真爱美家(-14.86%)、华升股份(-14.42%)、飞亚达(-13.31%)。

图表 12 A 股纺织服饰行业周涨跌幅 Top5

排序	代码	名称	涨幅 top5（%）	排序	代码	名称	跌幅 top5（%）
1	300577.SZ	开润股份	20.47	1	300005.SZ	探路者	-29.19
2	002003.SZ	伟星股份	11.77	2	002674.SZ	兴业科技	-24.48
3	002083.SZ	孚日股份	10.32	3	300840.SZ	酷特智能	-23.18
4	601339.SH	百隆东方	8.82	4	300918.SZ	南山智尚	-20.13
5	603839.SH	安正时尚	8.78	5	300819.SZ	聚杰微纤	-18.61

资料来源：wind，华安证券研究所

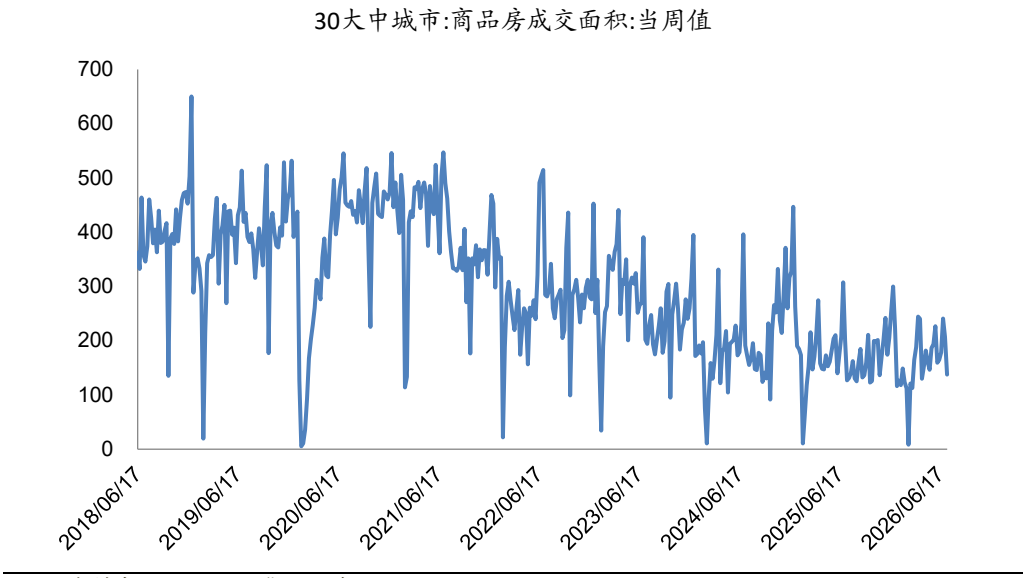
3 重点数据追踪

3.1 家居

地产数据：2026 年 7 月 5 日至 7 月 12 日，全国 30 大中城市商品房成交面积 137.51 万平方米，环比-33.59%；100 大中城市住宅成交土地面积 85.05 万平方米，环比-64.3%。截至 2026 年 6 月，住宅新开工面积 1.69 亿平方米，累计同比-24.1%；住宅竣工面积 1.21 亿平方米，累计同比-25.3%；商品房销售面积 4.01 亿平方米，累计同比-11.6%。

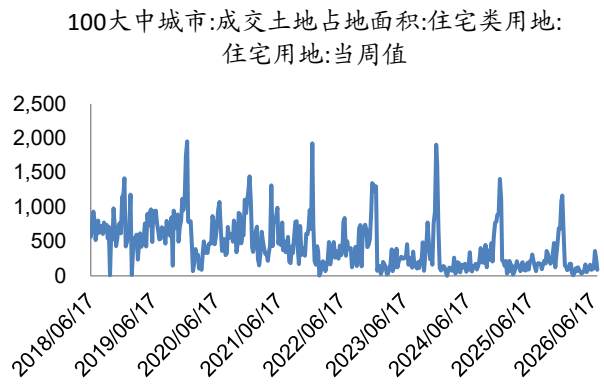
仅供内部参考，请勿外传！

图表 13 30 大中城市商品房成交面积（万平方米）



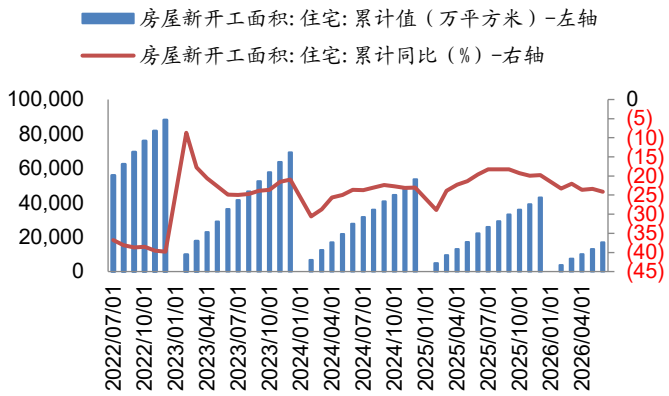
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 14 100 大中城市住宅用地成交面积（万平方米）



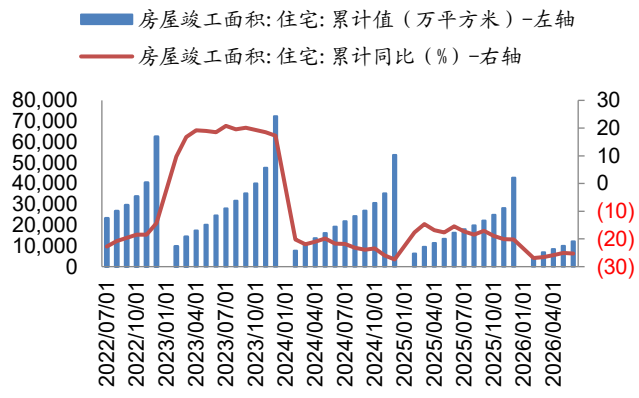
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 15 房屋住宅新开工面积累计值及同比（万平方米，%）



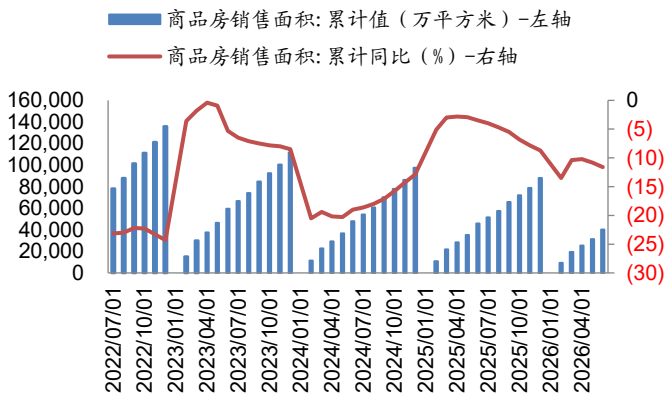
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 16 房屋住宅竣工面积累计值及同比（万平方米，%）



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 17 房屋住宅销售面积累计值及同比（万平方米，%）

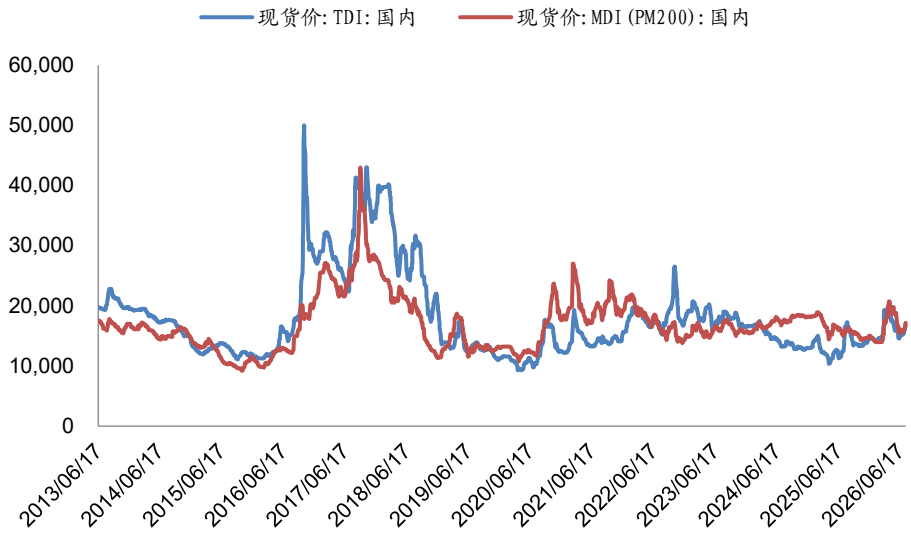


资料来源：wind，华安证券研究所

仅供内部参考，请勿外传！

原材料数据：截至 2026 年 7 月 17 日，软体家居上游 TDI 现货价为 16750 元/吨，周环比+4.69%；MDI 现货价为 17150 元/吨，周环比+4.89%。

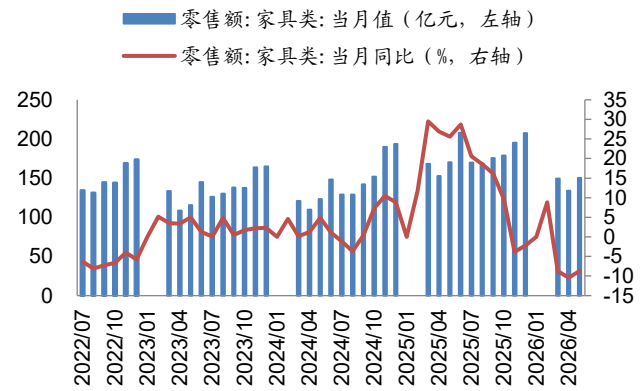
图表 18 TDI、MDI 现货价（元/吨）



资料来源：wind，华安证券研究所

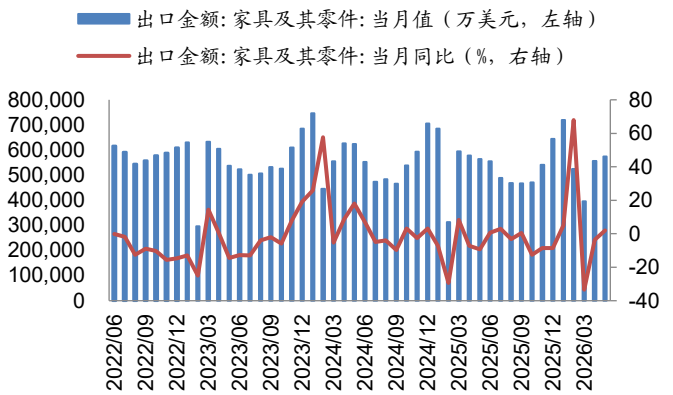
销售数据：2026 年 5 月，家具销售额为 150.3 亿元，同比-8.7%；当月家具及其零件出口金额为 574313.4 万美元，同比+1.9%；建材家居卖场销售额为 1286.94 亿元，同比+2.86%。

图表 19 当月家具社会零售额及同比变化（亿元，%）



资料来源：wind，华安证券研究所

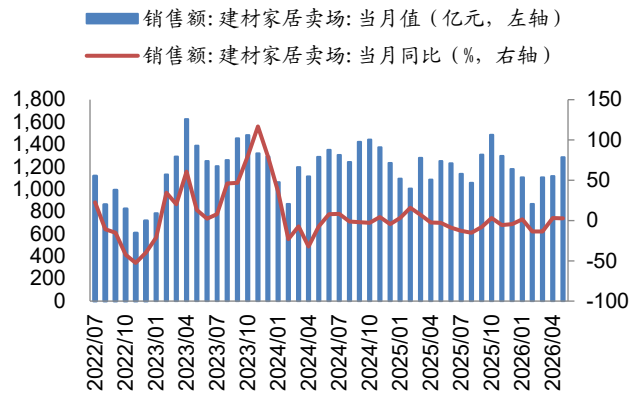
图表 20 当月家具及其零件出口金额及同比变化（万美元，%）



资料来源：wind，华安证券研究所

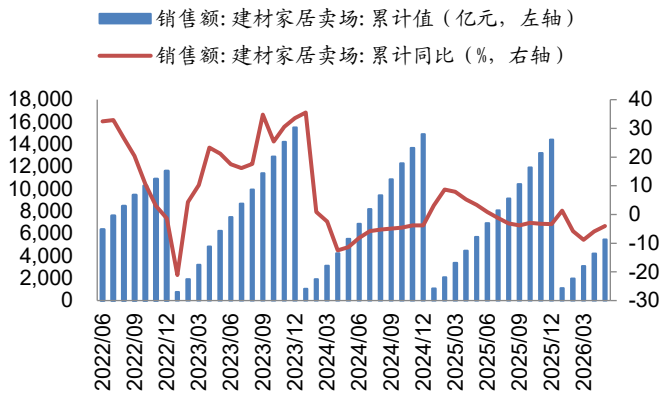
仅供内部参考，请勿外传！

图表 21 当月建材家居卖场销售额及同比变化（亿元，%）



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 22 建材家居卖场累计销售额及累计同比变化（亿元，%）

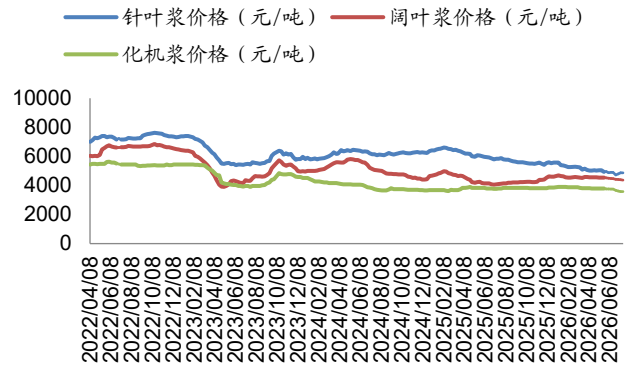


资料来源：wind，华安证券研究所

3.2 包装造纸

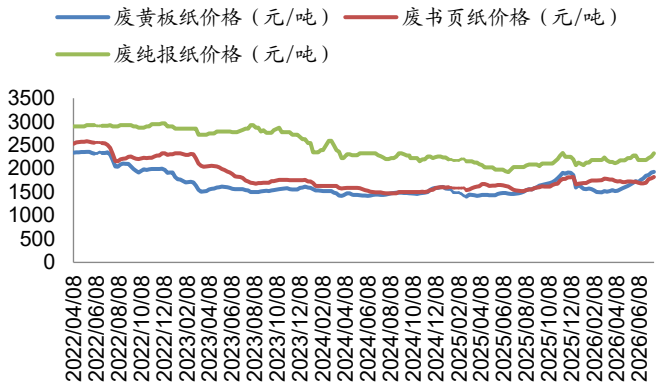
纸浆&纸产品价格：截至 2026 年 7 月 17 日，针叶浆/阔叶浆/化机浆价格分别为 4867.12/4368.42/3578.33 元/吨，周环比-0.09%/-0.56%/0%；废黄板纸/废书页纸/废纯报纸价格分别为 1930/1818/2325 元/吨，周环比+0.84%/+1.39%/+3.1%；白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸价格分别为 4049/3642.5/3870.8/3263.75 元/吨，周环比-0.25%/0%/+0.5%/+0.35%；双铜纸/双胶纸价格分别为 4450/4537.5 元/吨，周环比 0%/0%；生活用纸价格为 5633.33 元/吨，周环比 0%。

图表 23 木浆价格变化



资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

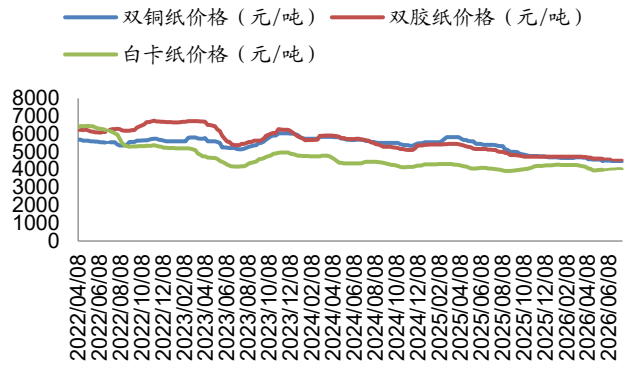
图表 24 废纸价格变化



资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

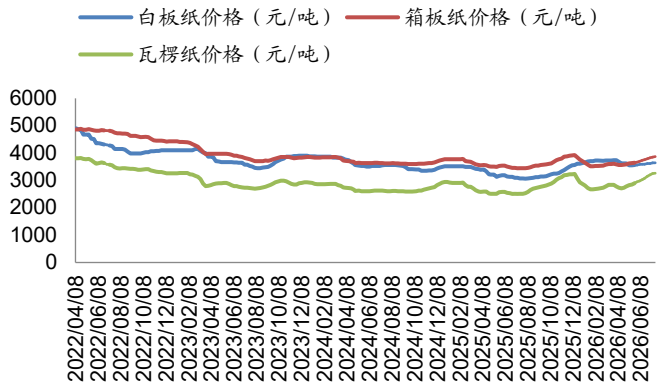
仅供内部参考，请勿外传！

图表 25 浆纸系价格



资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

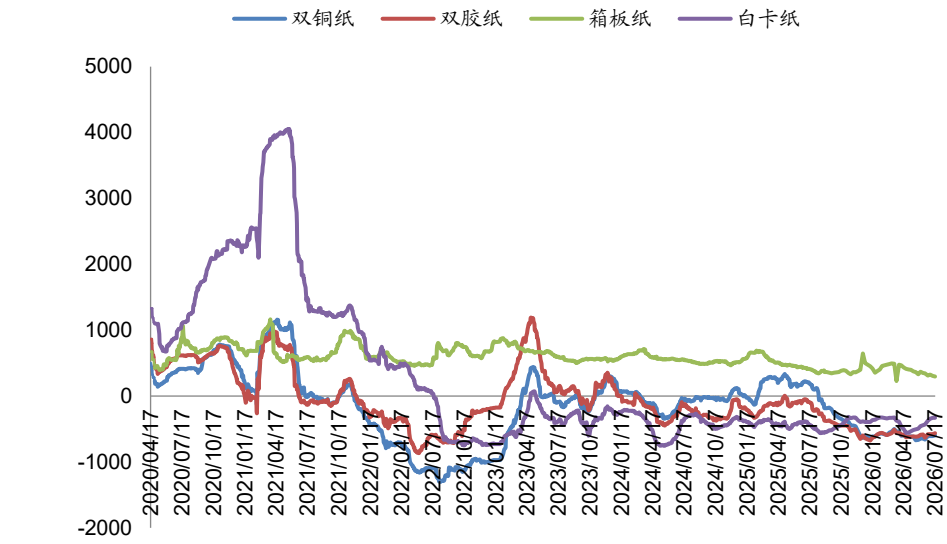
图表 26 废纸系价格



资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

吨盈数据：截至 2026 年 7 月 17 日，双铜纸/双胶纸/箱板纸/白卡纸每吨毛利分别为-595.66/-563.91/+298.68/-332.36 元/吨。

图表 27 主要纸种税后毛利（元/吨）

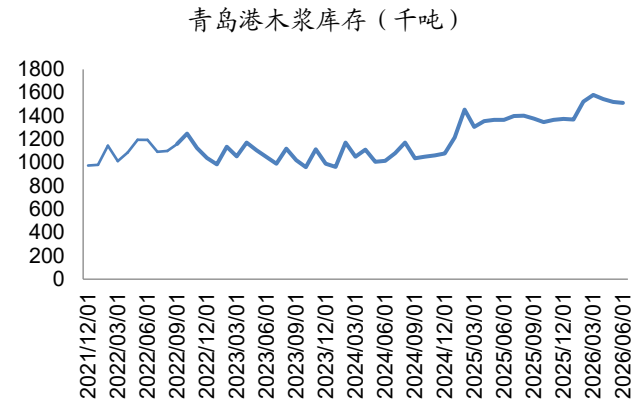


资料来源：wind，华安证券研究所

纸类库存：截至 2026 年 6 月 30 日，青岛港月度库存为 1512 千吨，月环比-0.59%；白卡纸/双胶纸/铜版纸月度企业库存天数分别为 17.8/21.63/25.55 天，月环比 0%/-3.09%/-1.5%；白板纸/瓦楞纸/箱板纸月度企业库存分别为 799/466/794 千吨，月环比-9.72%/-11.74%/-7.67%；生活用纸月度企业库存为 618.4 千吨，月环比+4.48%。

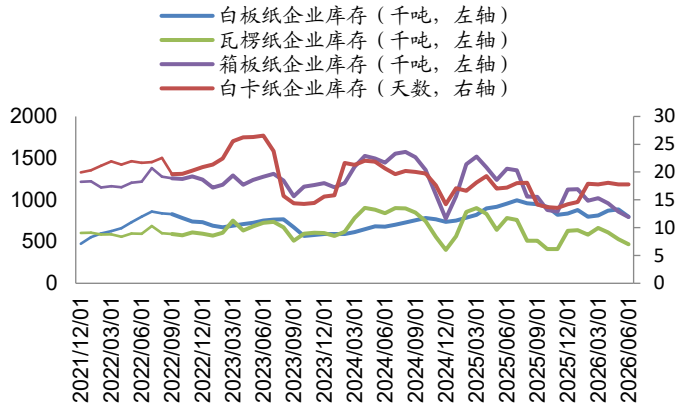
仅供内部参考，请勿外传！

图表 28 青岛港木浆库存



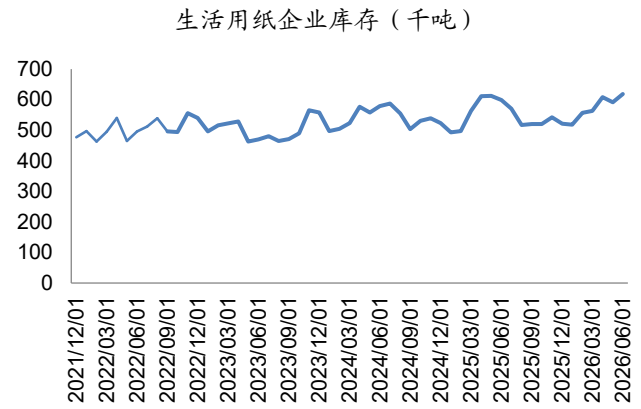
资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

图表 29 包装用纸企业库存



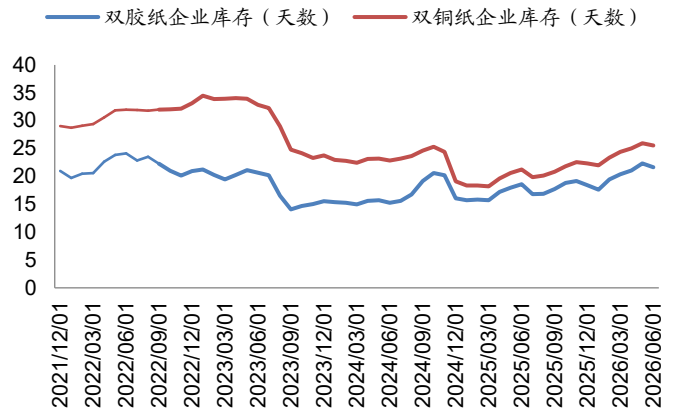
资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

图表 30 生活用纸企业库存



资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

图表 31 文化用纸企业库存



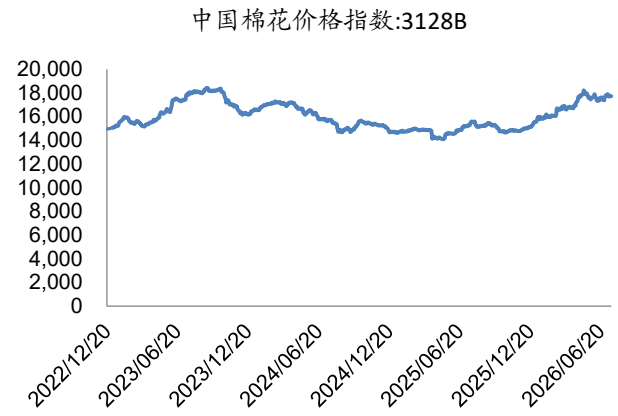
资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

3.3 纺织服饰

原材料：截至 2026 年 7 月 17 日，中国棉花价格指数:3128B 为 17733 元/吨，周环比+0.19%。截至 2026 年 7 月 16 日，CotlookA 指数为 90.65 美分/磅，周环比+1%。截至 2026 年 7 月 10 日，中国粘胶短纤市场价为 14150 元/吨，周环比 0%；中国涤纶短纤市场价为 7320 元/吨，周环比+2.09%。截至 2026 年 7 月 14 日，中国长绒棉价格指数:137 为 27020 元/吨，周环比 0%；中国长绒棉价格指数:237 为 26210 元/吨，周环比 0%。截至 2026 年 7 月 9 日，内外棉差价为 2605 元/吨，周环比-7.39%。截至 2026 年 7 月 16 日，内外棉差价为 2359 元/吨，周环比-9.44%。

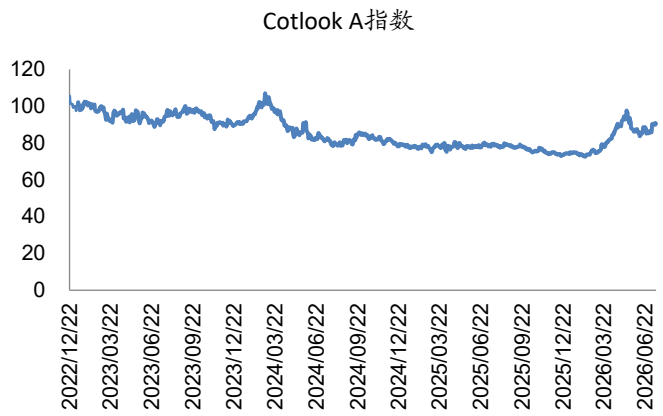
仅供内部参考，请勿外传！

图表 32 中国棉花价格指数：3128B（元/吨）



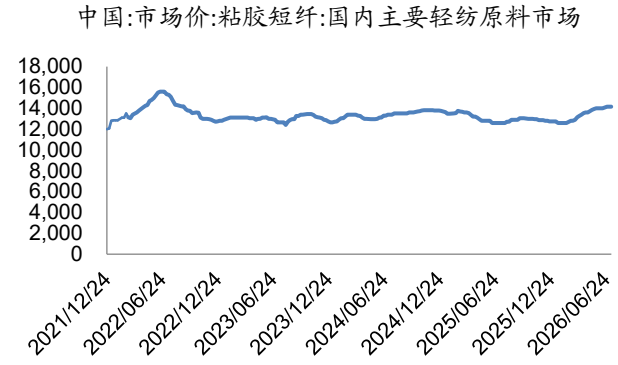
资料来源：wind，全国棉花交易市场，华安证券研究所

图表 33 Cotlook A 指数（美分/磅）



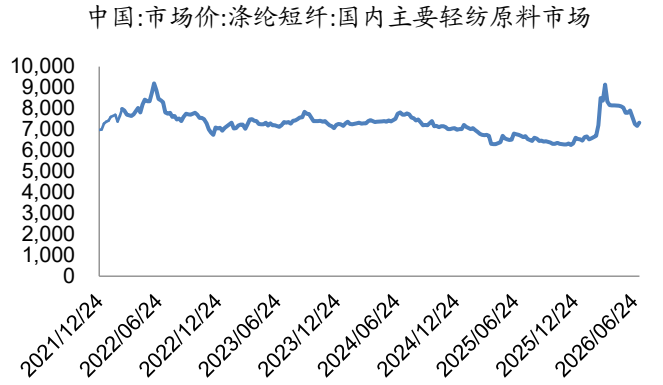
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 34 中国:市场价:粘胶短纤:国内主要轻纺原料市场（元/吨）



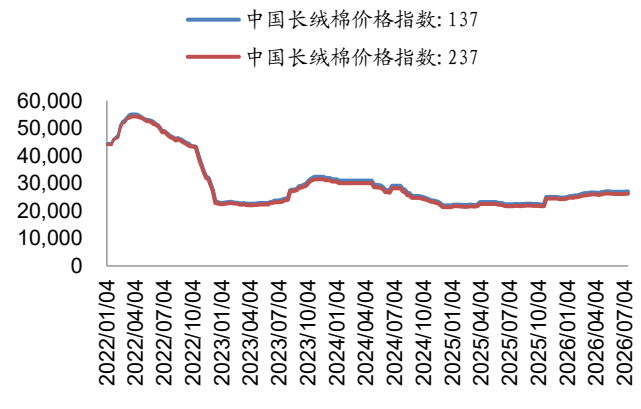
资料来源：wind，锦桥纺织网，华安证券研究所

图表 35 中国:市场价:涤纶短纤:国内主要轻纺原料市场（元/吨）



资料来源：wind，锦桥纺织网，华安证券研究所

图表 36 中国长绒棉价格走势（元/吨）



资料来源：wind，中国棉花信息网，华安证券研究所

图表 37 内外棉价走势（元/吨）

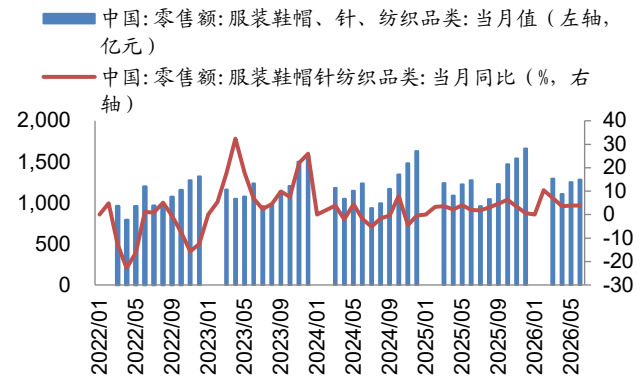


资料来源：wind，中国棉花信息网，华安证券研究所

销售数据：2026 年 6 月，当月服装鞋帽、针、纺织品类零售额为 1285 亿元，同比+3.9%；当月服装及衣着附件出口金额为 1574932 万美元，同比 0%。

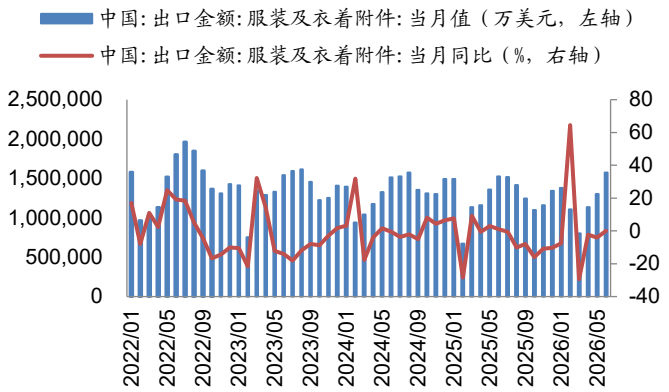
仅供内部参考，请勿外传！

图表 38 当月服装鞋帽、针、纺织品类社会零售额及同比变化（亿元，%）



资料来源：wind，国家统计局，华安证券研究所

图表 39 当月服装及衣着附件出口金额及同比变化（万美元，%）



资料来源：wind，海关总署，华安证券研究所

4 行业重要新闻

（1）中国产业经济信息网：一季度我国生活用纸出口 45.22 万吨（2026-07-16）

根据海关统计数据，今年一季度，我国生活用纸出口量达 45.22 万吨，较 2025 年同期增长 27.57%，出口金额 6.61 亿美元，较 2025 年同期增长 18.07%；出口平均价格为 1461.4 美元/吨，同比下降 7.45%。

具体来看，出口的生活用纸仍以成品纸为主，占总出口量的 69.61%（2025 年第一季度为 71.40%）。其中，卫生纸占总出口量的 27.1%，同比降低 1.3 个百分点（2025 年同期为 28.4%）；手帕纸、面巾纸的占比为 34.21%，同比提高 0.26 个百分点（2025 年同期为 33.95%），在成品纸出口品类中占比最大；纸台布、餐巾纸的占比为 8.32%（2025 年同期为 9.05%）。

今年一季度，生活用纸进口量同比增长 27.31%，但进口总量很少，只有 9876.01 吨，不足 1 万吨；进口产品中仍然以原纸为主，占总进口量的 91.14%。

我国吸收性卫生用品出口量多年来保持平稳增长，进口量则不断下降。今年一季度，吸收性卫生用品的总出口量远高于总进口量。吸收性卫生用品的总出口量为 47.53 万吨，出口金额为 11.81 亿美元，同比分别增长 16.63%和 10.06%。出口平均价格 2484.45 美元/吨，较 2025 年同期下降 5.63%。出口产品仍以婴儿纸尿裤为主，占出口总量的 44.59%。吸收性卫生用品的进口量为 4642.54 吨，同比下降 18.46%，总进口额 4855.18 万美元。国产吸收性卫生用品品质提升，对进口需求进一步下降。

今年一季度，我国湿巾出口量 26.66 万吨，相较于 2025 年同期增长 23.76%，湿巾出口金额 3.63 亿美元，同比增长 15.91%。清洁湿巾的出口量为 22.27 万吨，占湿巾总出口量的 83.51%。

今年一季度湿巾进口量很少，仅 5670.88 吨，进口金额 3694.94 万美元。进口湿巾产品主要为消毒湿巾，占总进口量的 90.79%。

（2）中国产业经济信息网：1-5 月我国家具行业运行整体承压，结构性分化特征明显（2026-07-13）

为进一步发挥桥梁纽带作用，更好地服务行业企业，引领实现高质量发展，中

仅供内部参考，请勿外传！

国家具协会日前发布《2026 年 1—5 月中国家具行业经济运行简报》，以权威数据，反映运行态势，助力行业及时把握市场动态，实现稳健发展。

2026 年 1—5 月，我国家具行业运行整体承压，结构性分化特征明显。生产端，规模以上企业营业收入同比下降，利润总额大幅下滑，且降幅持续扩大，营业收入利润率收窄，行业盈利空间被进一步挤压。需求端，内需在前期高增速背景下持续回调，限上单位家具类商品累计零售额降幅扩大，低于社会消费品累计零售额增速；外需展现韧性，累计出口连续 5 个月保持正增长，成为支撑行业运行的重要力量。投资端，固定资产投资降幅扩大，投资收益虽保持正值，但增速回落。总体来看，当前家具行业正处于内需和盈利空间受限，出口趋稳与不确定性叠加的深度调整期，行业转型升级与市场结构调整仍将持续。

生产。2026 年 1—5 月，我国家具行业规模以上企业（年主营业务收入 2000 万元及以上)6953 家，较 2026 年 4 月增加 3 家，实现营业收入 2125.8 亿元，同比下降 10.9%，相较 1—4 月降幅扩大 0.2 个百分点。

效益。2026 年 1—5 月，我国家具行业规模以上企业实现利润总额 32.6 亿元，同比下降 58.4%，降幅比 1—4 月进一步扩大 4.0 个百分点；营业收入利润率为 1.5%，较 1—4 月缩小 0.1 个百分点。

成本。2026 年 1—5 月，我国规模以上家具制造业企业累计营业成本 1771.3 亿元，同比下降 10.5%，降幅与 1—4 月持平。

内销。2026 年 1—5 月，限上单位家具类商品累计零售额 696.1 亿元，同比下降 3.0%，降幅比 1—4 月扩大 1.6 个百分点，低于限上单位消费品累计零售额增速 2.5 个百分点，低于社会消费品累计零售额增速 4.4 个百分点。

出口。2026 年 1—5 月，我国家具行业累计出口 295.4 亿美元，同比增长 1.9%，连续 5 个月保持正增长；其中，5 月出口 61.3 亿美元，同比增长 2.5%，较 4 月提高 5.3 个百分点。

进口。2026 年 1—5 月，我国家具行业累计进口 5.6 亿美元，同比下降 5.3%，降幅比 1—4 月扩大 2.3 个百分点；其中，5 月进口 1.1 亿美元，同比下降 13.5%。

投资。2026 年 1—5 月，我国家具行业累计固定资产投资额同比下降 11.6%，降幅比 1—4 月扩大 4.4 个百分点。1—5 月累计投资收益 6.4 亿元，同比增长 30.6%，连续 4 个月实现正增长。

（3）纸箱网：2026 年 6 月造纸和纸制品业工业生产者出厂价格同比下降 0.1%（2026-07-15）

7 月 9 日，国家统计局发布了 2026 年 6 月份工业生产者出厂价格情况。2026 年 6 月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨 4.1%，环比下降 0.3%。工业生产者购进价格同比上涨 6.4%，环比下降 0.2%。上半年，工业生产者出厂价格比上年同期上涨 1.5%，工业生产者购进价格上涨 2.4%。

值得关注的是，2026 年 6 月份造纸和纸制品业工业生产者出厂价格同比下降 0.1%，环比增长 0.3%，1-6 月同比下降 1.6%；2026 年 6 月份印刷和记录媒介复制业工业生产者出厂价格同比下降 2.8%，环比下降 0.3%，1-6 月同比下降 3.2%。

（4）2026 年 1-5 月中国服装行业经济运行简报（2026-07-15）

5 月，受世界经济增长放缓、地缘政治冲突外溢、贸易保护主义升温等多重因素影响，我国服装出口降幅有所加深，内销在“五一假期效应”“6.18”电商促销提前以及国家“稳增长、促消费”政策的带动下保持较快增长。服装生产总体平稳，

仅供内部参考，请勿外传！

企业盈利压力出现边际缓解，但投资持续收缩，行业整体延续承压运行态势。面对更趋严峻复杂的外部发展形势，服装行业企业需积极应对市场竞争加剧、汇率波动、综合成本上涨等诸多风险挑战，持续深化转型升级，加快培育新质生产力，系统推进行业平稳恢复和高质量发展。

生产。根据国家统计局数据，2026 年 1-5 月，我国服装行业规模以上企业工业增加值同比增长 2.0%，增速较 1-4 月放缓 0.5 个百分点。规模以上企业服装产量同比增长 0.24%，增速较 1-4 月放缓 1.05 个百分点。

内销。根据国家统计局数据，2026 年 1-5 月，我国社会消费品零售总额 206031.4 亿元，同比增长 1.4%，增速较 1-4 月放缓 0.5 个百分点。其中，限额以上单位服装类商品零售额累计 4678.4 亿元，同比增长 7.4%，增速较 1-4 月放缓 0.9 个百分点。其中，5 月当月限额以上单位服装类商品零售额同比增长 4.1%。

根据国家统计局数据，2026 年 1-5 月，网上商品零售额 52717.7 亿元，同比增长 5.0%。其中，穿类商品网上零售额同比增长 7.2%，增速较 1-4 月加快 0.4 个百分点。

出口。根据中国海关数据，2026 年 1-5 月，我国累计完成服装及衣着附件出口 572.4 亿美元，同比下降 1.6%，降幅较 1-4 月扩大 0.7 个百分点。5 月当月服装及衣着附件出口 130.2 亿美元，同比下降 4.1%。

根据中国海关数据，2026 年 1-5 月，我国对美国服装出口金额 133.1 亿美元，同比增长 10.3%，增速较 1-4 月加快 3.4 个百分点。受益于中美经贸关系趋于缓和，5 月当月我国对美国服装出口金额 32.3 亿美元，同比增长 22.7%。

投资。根据国家统计局数据，2026 年 1-5 月，我国服装行业固定资产投资同比下降 10.3%，降幅较 1-4 月加深 1.0 个百分点。

效益。根据国家统计局数据，2026 年 1-5 月，我国服装行业规模以上（年主营业务收入 2000 万元及以上）企业 12545 家，实现营业收入 3932.96 亿元，同比下降 3.75%，降幅较 1-4 月加深 0.33 个百分点；利润总额 102.77 亿元，同比下降 11.41%，降幅较 1-4 月收窄 2.13 个百分点；营业收入利润率仅为 2.61%，低于 2025 年同期 0.23 个百分点，较 1-4 月提高 0.06 个百分点。

5 公司重要公告

（1）德艺文创：公司 2026 年度以简易程序向特定对象发行股票预案（修订稿）（2026-07-16）

公司拟采用简易程序定增，面向不超过 35 名合格投资者募资不超 1.46 亿元；发行底价为发行期首日前 20 个交易日股票均价的 80%，发行股份上限 9329.80 万股，资金投向跨境业务能力提升项目及补充流动资金。

（2）箭牌家居：关于控股股东增持公司股份计划的公告（2026-07-14）

公司控股股东乐华恒业投资拟以自有或自筹资金 1000-1500 万元通过集中竞价方式增持公司股份，本次增持计划不设价格区间，展现出对公司未来发展前景的信心。

（3）欧派家居：欧派家居 2026 年半年度业绩预告（2026-07-14）

公司预计 2026 年上半年实现归母净利润 4.07-5.09 亿元，同比下滑 50.00%-60.00%；扣非净利润 3.30-4.24 亿元，同比下滑 55.00%-65.00%。本期利润承压主

仅供内部参考，请勿外传！

要系地产行业持续深度调整，家居终端需求疲软、门店客流下滑，叠加去年同期以旧换新政策释放需求形成高基数，行业低价竞争加剧拖累收入表现。公司积极布局整装、局改、社区店等业务拓宽增长渠道，但新业务培育周期较长；主营业务收入下滑，导致固定成本难以摊薄，加上公司常规运营支出仍需投入，整体拉低净利润。

（4）众鑫股份：关于 2026 年半年度业绩预增的公告（2026-07-13）

公司预计 2026 年上半年实现归母净利润 1.75-2.20 亿元，同比增长 50.22%-88.85%；扣非净利润 1.70-2.15 亿元，同比增长 55.83%-97.08%。本期业绩大幅预增主要受益于公司泰国生产基地产能投放，相比上年同期，公司恢复对美国市场的产品供应。

（5）富春染织：富春染织 2026 年半年度业绩预增公告（2026-07-13）

公司预计 2026 年上半年实现归母净利润 1.70-1.90 亿元，同比增长 1165.23%-1314.08%；扣非净利润 0.75-0.90 亿元，同比增长 368.25%-461.90%。本期业绩大幅增长主要源于全产业链协同效应释放，新质生产力智能化工厂发挥效率，产品质量稳定且市场占有率不断提高；企业数字化管理体系精准施策，产能合理增长，单位能耗及生产成本显著降低，盈利能力持续增强。

6 风险提示

宏观经济增长不及预期风险；企业经营状况低于预期风险；原料价格上升风险；汇率波动风险；竞争格局加剧。

仅供内部参考，请勿外传！

分析师与研究助理简介

分析师：徐偲，南洋理工大学工学博士，CFA 持证人。曾在宝洁（中国）任职多年，兼具实体企业和二级市场经验，对消费品行业有着独到的见解。曾就职于中泰证券、国元证券、德邦证券，负责轻工，大消费，中小市值研究。2023 年 10 月加入华安证券。擅长深度产业研究和市场机会挖掘，多空观点鲜明。在快速消费品、新型烟草、跨境电商、造纸、新兴消费方向有丰富的产业资源和深度的研究经验。

分析师：余倩莹，复旦大学金融学硕士、经济学学士。曾先后就职于开源证券、国元证券、德邦证券，研究传媒、轻工、中小市值行业。2024 年 4 月加入华安证券。

重要声明

分析师声明

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的执业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人对这些信息的准确性或完整性不做任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。报告中的信息和意见仅供参考。本人过去不曾与、现在不与、未来也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收任何形式的补偿，分析结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

华安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。本报告由华安证券股份有限公司在中华人民共和国（不包括香港、澳门、台湾）提供。本报告中的信息均来源于合规渠道，华安证券研究所力求准确、可靠，但对这些信息的准确性及完整性均不做任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。华安证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

本报告仅向特定客户传送，未经华安证券研究所书面授权，本研究报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，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。如欲引用或转载本文内容，务必联络华安证券研究所并获得许可，并需注明出处为华安证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。如未经本公司授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司并保留追究其法律责任的权利。

投资评级说明

以本报告发布之日起 6 个月内，证券（或行业指数）相对于同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准，A 股以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以纳斯达克指数或标普 500 指数为基准。定义如下：

行业评级体系

增持—未来 6 个月的投资收益率领先市场基准指数 5%以上；

中性—未来 6 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至 5%；

减持—未来 6 个月的投资收益率落后市场基准指数 5%以上；

公司评级体系

买入—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 15%以上；

增持—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 5%至 15%；

中性—未来 6-12 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至 5%；

减持—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 5%至 15%；

卖出—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 15%以上；

无评级—因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，致使无法给出明确的投资评级。