



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：唐执敬（执业 S1130525020002）
tangzhijing@gjzq.com.cn
联系人：谢俪丹
xielidan@gjzq.com.cn

新型烟草多政策利好渗透率提升，拓竹发布首份消费级 3D 趋势报

告

投资逻辑

潮玩：3月12日，LABUBU与三丽鸥联名系列新品线上发售。发售当晚各平台快速售罄。根据二手交易平台千岛，截至目前搪胶毛绒挂件目前全系列二手交易均价均高于原价，隐藏款LABUBU × Hello Kitty近3日成交均价月748.3元、成交量达275件，二手溢价率高达370.6%。名创优品与Jennie限时快闪将于3月20日-4月19日于上海举行，我们认为K-POP快闪对粉丝经济转化显著，限定/随机等机制促进复购与二级市场活跃；Q1动销与连带有望放大。

新型烟草：欧洲一次性电子烟黑市规模达66亿欧元，预计30年升至108亿，监管后续有望趋紧。波兰拟推进控烟法修订，全面下架一次性电子烟，尼古丁袋仅保留烟草味，利好合规换弹产品及HNB渗透率提升。美国FDA就降低青少年吸引力的调味电子烟征求意见，为未来放开部分口味提供政策空间。草案同时提及指纹识别、生物解锁等限制技术。

家居：内销方面，截至3月6日，30大中城市商品房成交面积当周同比-11.44%，14城二手房成交面积当周同比-24.37%。外销端，12月中国家具出口金额同比-8.7%；2月越南家具出口金额同比+10.5%。

造纸包装：造纸包装（稳健向上）：截止3月12日，国内针叶浆/阔叶浆单价环比上周+28/+0元/吨，箱板纸/瓦楞纸/白板纸/白卡纸/双胶纸/双铜纸/生活纸较上周分别+33/+63/+1/+0/+0/+0/+0元/吨。原纸价格稳中上涨为主，其中瓦楞纸、箱板纸龙头纸企拉涨意愿强烈，带动中小纸企跟涨，其中瓦楞纸均价环比上涨2.16%。26年2月份，全国居民消费价格同比上涨1.3%，1+2月平均，全国居民消费价格比上年同期上涨0.8%，包装需求有望持续修复。

个护+AI眼镜：1) 个护：百亚股份发布自由点38节战报，2.28-3.8线上销售总额1亿+，全渠道同比+25%，卫生巾周边礼盒总销额850万+，官宣期全网曝光量4.8亿+，全网互动量389万+，代言人营销成效显著，有效提升品牌声量与用户参与度。2) AI眼镜：3月12日中国家电及消费电子博览会在上海开幕，千问AI眼镜迎来国内首次公开亮相；老板电器在AWE2026上发布首款AI烹饪眼镜；追觅展示追觅AR智能泳镜与追觅Flo S2骨传导运动耳机。

小米集团：公司3月6日发布Xiaomi miclaw，为国内首款手机端类OpenClaw Agent，深度打通底层与“人车家全生态”。实现AI从虚拟交互到物理执行的关键闭环，叠加自研MiMo大模型底座与五年2000亿AI研发投入，筑牢AI+硬件入口赛道壁垒，龙头估值逻辑凸显。

宠物食品：2月主流电商平台宠物食品GMV21.7亿元，同比+20%表现强劲，在春节假期当月实现增速环比回升；剔除春节假期时间扰动的M1-2累计同比+19%。重点品牌方面，乖宝2月同比+14%，其中麦富迪/弗列加特GMV同比+11%/+7%，M1~2同比+7%/+17%，保持增长态势；中宠2月同比+108%，顽皮/ZEAL/领先2月GMV同比+111%/+59%/+123%，M1~2同比+98%/+37%/+66%。

AI+3D打印：拓竹发布行业首份消费级3D打印趋势报告，平台流量与用户使用数据高速增长，印证行业从极客圈向大众消费渗透。公司依托生态优势打造高粘性用户体系，确立龙头地位与持续增长动能。

两轮车：国补退坡倒逼行业转向“产品为王”的存量博弈，跨界巨头入局与局部摩托车路权松绑开启高端化与电摩赛道新周期。近期2月行业数据出炉利空基本出尽，3月上旬预计开启补库，终端动销有望逐步企稳。行业底部明显。

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；汇率大幅波动；中美贸易摩擦升级超预期；外需消费不及预期；存储涨价对手机等产品带来成本端压力。



内容目录

一、细分赛道景气跟踪.....	3
1.1. 潮玩.....	3
1.2. 新型烟草.....	3
1.3. 家居板块.....	3
1.4. 造纸包装.....	3
1.5. 个护+AI 眼镜	4
1.6. 小米集团.....	4
1.7. 宠物食品&用品.....	4
1.8. 银发经济.....	5
1.9. AI+3D 打印	5
1.10 AI+床垫.....	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
2.2 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
2.4 造纸板块高频数据.....	15
2.5 轻工出口链高频数据跟踪.....	18
三、投资建议	21
四、风险提示	21



一、细分赛道景气跟踪

1.1. 潮玩

3月12日，LABUBU与三丽鸥联名系列新品线上发售。发售当晚，官方小程序一分钟售罄，抖音、天猫、微信抽盒机等多个官方销售渠道也在几分钟内陆续售罄。根据泡泡玛特官方旗舰店商品链接，LABUBU与三丽鸥联名的搪胶毛绒挂件盲盒在淘宝平台已经售出3万+件，定价599元的LABUBU×HELLO KITTY搪胶毛绒公仔在淘宝平台也已售出9000+只。根据二手交易平台千鸟，搪胶毛绒挂件目前全系列二手交易价均高于原价，其中隐藏款LABUBU×Hello Kitty近3日成交均价月748.3元、成交量达275件，二手溢价率高达370.6%；普通款最高价289元、成交量达2168件，二手溢价率达81.8%。此次联名有望实现LABUBU粉群和三丽鸥粉群的互通，帮助公司进一步扩大潜在客群。

名创优品与韩国BLANKPINK成员Jennie限时快闪将于3月20日-4月19日于上海港汇恒隆广场举行，其中快闪限定Ruby系列家居服299元，首发立体吊卡99元。我们认为快闪&明星是提升品牌影响力的明显抓手，K-POP官方快闪对粉丝经济转化显著，限定/随机等机制促进复购与二级市场活跃，有望形成强曝光与转化，提升品牌声量；定价具备溢价但相对合理，符合品牌定位的同时拉升价格带，Q1动销与连带有望进一步放大。

■ 潮玩-动态

1) 当地时间3月10日，乐高集团发布2025年度财报，全年营业收入835亿丹麦克朗，同比增长12%；营业利润220亿丹麦克朗，同比增长18%。乐高集团首席执行官倪志伟表示，业绩增长得益于创新产品组合及高效的运营模式。去年全年乐高推出868款产品，形成史上最庞大产品组合；乐高城市组、Icons系列、星球大战系列、机械组、花植系列等成为最受欢迎主题系列。此外，乐高集团近期宣布完成对默林娱乐旗下乐高探索中心和乐高乐园探索中心的收购，交易金额2亿英镑，涉及位于9个国家的29家探索中心。

2) 3月12日，HERE奇梦岛发布2026财年第二季度财报，单季营收1.77亿元，较第一季度环比增长39.4%。该公司IP矩阵持续扩张，运营体系逐步完善，围绕WAKUKU、SIINONO、ZIYULI等核心IP持续推出新品系列，丰富产品线与消费场景。2026年初毛绒月产能较2025年初提升50倍，通过产品迭代、跨界合作持续释放IP价值，加码自营门店布局，打造沉浸式品牌体验。

1.2. 新型烟草

(1) 雾芯科技公布2025年财报，全年营收益同比44%到接近40亿元，四季度国际业务占比76%；(2) 欧洲一次性电子烟非法市场规模达到66亿欧元，2030年或增加到108亿；(3) 波兰推进控烟法修订：一次性电子烟拟全面下架，尼古丁袋仅保留烟草味。波兰是欧洲新型烟草代表型国家，有一定监管风向标意义，利好合规换单产品与HNB烟草产品渗透率提升；(4) 美国FDA烟草产品中心发布征求意见稿，重申，调味电子烟，尤其是水果味和糖果，甜点，其他甜味产品，因对青少年具备更高吸引力，面临较高的审核门槛。明确提出了“风险比例式”评估思路，FDA表示，某些口味可能显示出相对较低的青少年吸引力。草案提到，薄荷醇、薄荷以及某些“新奇口味”如香料，可能在青少年启动和使用风险上低于水果味和甜味产品。为后续某些调味型电子烟放开提供政策空间。草案也讨论了设备访问限制技术(DAR)，如指纹识别、生物识别解锁和地理围栏等。FDA表示，这类技术可以作为青少年预防策略的一部分，但单独依赖此类技术，通常不足以缓解高青少年吸引力口味带来的风险。

1.3. 家居板块

内销方面，地产端市场进入春节假期模式，新房与二手房市场成交均季节性回落。截至3月6日，30大中城市商品房成交面积当周同比-11.44%，14城二手房成交面积当周同比-24.37%。周度同比数据的显著回落主要系春节假期错位所致，本周正值春节假期成交淡季，而去年同期已处节后复工阶段，高基数效应下使得同比跌幅走阔。剔除季节性扰动后，二手房市场在价格调整到位、前期支持政策显效的共同作用下，交易活跃度稳步提升；新房市场则因有效需求被二手房分流，成交释放相对迟缓。

12月中国家具出口金额同比-8.70%，降幅进一步收窄；2月越南家具出口金额同比+10.50%，增速环比有所放缓。分地区结构来看，中国对东南亚主要国家的出口规模稳步抬升，对美国和欧盟相对稳定，12月对美国/欧盟/东南亚主要国家的出口占比分别为9.55%/14.51%/17.39%。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。3月13日上海出口集装箱综合运价指数(SCFI)报1710.35点，较上期上涨14.85%。

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(箱板瓦楞向上)：截止3月12日，国内针叶浆/阔叶浆单价环比上周+28/+0元/吨，箱板纸/瓦楞纸/白板纸/白卡纸/双胶纸/双铜纸/生活纸较上周分别+33/+63/+1/+0/+0/+0/+0元/吨。本周造纸原料木浆均价环比稳定为主，进口针叶浆均价环比涨幅亦不到1个百分点。废纸价格稳中上涨为主，上半周纸企到货量较低，上调采购价吸货，废旧黄板纸均价环比上涨1.33%。原纸价格稳中上涨为主，其中瓦楞纸、箱板纸龙头纸企拉涨意愿强烈，带动中小纸企



跟涨，其中瓦楞纸均价环比上涨 2.16%。

2) 包装（稳健向上）：26 年 2 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.3%，1+2 月平均，全国居民消费价格比上年同期上涨 0.8%。2 月份，食品烟酒及在外餐饮类价格同比上涨 1.4%，其他用品及服务、生活用品及服务、教育文化娱乐价格分别上涨 15.4%、2.8%和 2.0%，衣着、医疗保健价格均上涨 1.9%，包装行业下游的消费继续稳中向上，包装需求有望持续修复。截止 2026/3/13，铝锭价格为 2.51 万元/吨，同比上涨 20.13%，铝价继续上涨。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：百亚股份发布自由点 38 节战报，2.28-3.8 线上销售总额 1 亿+，全渠道同比+25%，卫生巾周边礼盒总销额 850 万+，官宣期全网曝光量 4.8 亿+，全网互动量 389 万+，代言人营销成效显著，有效提升品牌声量与用户参与度。2) AI 眼镜：AWE2026 成新品集中验证场，行业仍呈现扩容趋势，多品牌聚焦细分场景定位。3 月 12 日，中国家电及消费电子博览会（AWE 2026）在上海开幕，千问 AI 眼镜迎来国内首次公开亮相；老板电器在 AWE2026 上发布首款 AI 烹饪眼镜；追觅展示追觅 AR 智能泳镜与追觅 Flo S2 骨传导运动耳机。

1.6. 小米集团

Xiaomi miclaw 发布实现 AI Agent 与小米人车家硬件生态的深度融合。公司 3 月 6 日发布基于自研 MiMo 大模型的移动端 AI 智能体 Xiaomi miclaw，作为国内首款手机端类 OpenClaw 的 Agent 应用，其深度集成于手机底层，可自主调用小米生态设备及系统工具，实现 AI 从虚拟对话到物理世界的落地执行，完成 AI Agent 与“人车家全生态”硬件入口的完美结合。小米凭借自研大模型技术底座与全场景硬件布局，成为 AI+硬件入口唯一标的，叠加未来五年超 2000 亿元的 AI 等核心技术研发投入，其赛道先发优势与生态壁垒持续夯实，龙头科技公司的估值逻辑进一步凸显。

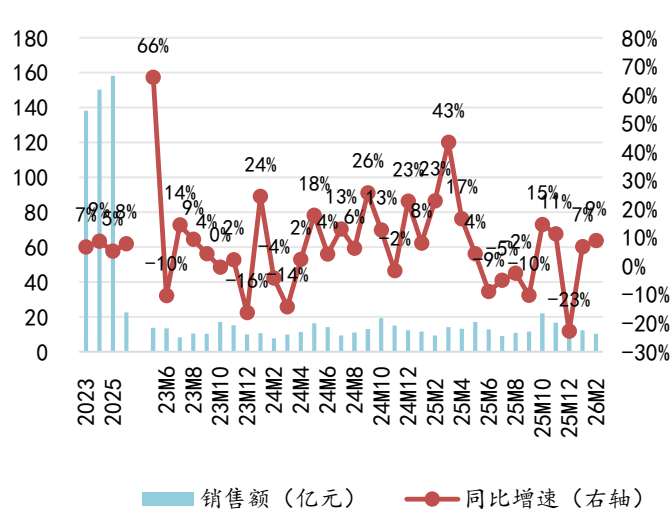
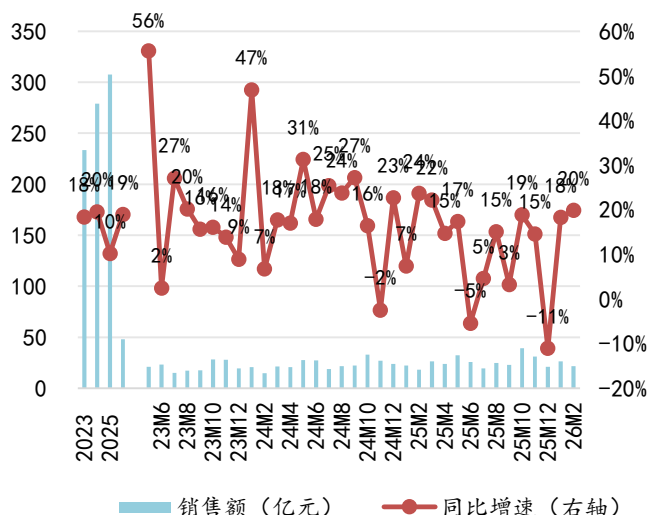
1.7. 宠物食品&用品

2 月 1 日，全国首个《宠物友好型商场运营规范》（简称《规范》）正式落地实施。《规范》要求宠物区与非宠物区之间必须实施全封闭的物理隔离；宠物饮水、清洁区域需与商场主通道保持 3 米以上的距离；同时，商场还需配备专用的宠物洗手间和医疗急救箱，提供宠物推车、嘴套等设备的租赁服务，并建立应急管理台账、开展全员培训。这一标准大幅提升了“宠物友好型商场”的运营成本，原本只需挂上标识、允许进入即可贴上“宠物友好”标签引流的“粗放式宠物友好”时代结束。近日，上海兴业太古汇、静安嘉里中心和真如环宇城，北京中关村大融城、朝阳大悦城、荟聚中心等商场均已恢复禁止宠物入内的政策。在《规范》的约束下，真正有诚意作到“宠物友好”的商场，有望为养宠人士和非养宠人士都提供更好的购物环境和消费体验，也更值得享受“宠物友好”带来的流量。

2 月主流电商平台宠物食品 GMV21.7 亿元，同比+20%表现强劲，在春节假期当月实现增速环比回升；剔除春节假期时间扰动的 M1-2 累计同比+19%。分平台看，抖音增速小幅回落 2 月+18%，京东增速进一步增长 2 月+48%，天猫增速保持正向 2 月+9%。重点品牌方面，乖宝同比+14%，其中麦富迪/弗列加特 GMV 同比+11%/+7%，M1~2 同比+7%/+17%，保持增长态势；中宠 2 月同比+108%，顽皮/ZEAL/领先 2 月 GMV 同比+111%/+59%/+123%，M1~2 同比+98%/+37%/+66%，顽皮、领先保持品牌势能向上、海外高端品牌 ZEAL 当月增速进一步回升。新零售品牌增速普遍向好：凯锐思/高爷家 2 月 GMV 同比降幅收窄，分别-9%/-3%；诚实一口/网易严选由负转正+3%/+8%，卫仕/蓝氏/鲜朗保持高速增长，同比+110%/+41%/+40%。外资品牌中，皇家增速加快 2 月+61%；冠能/渴望/爱肯拿/ZIWI 保持增长，2 月同比+15%/+41%/+22%/+16%；素力高增速持续下滑，同比-57%。

图表1：2月主流电商平台宠物食品 GMV 同比+20%

图表2：26 年 2 月天猫宠物食品 GMV 同比+9%

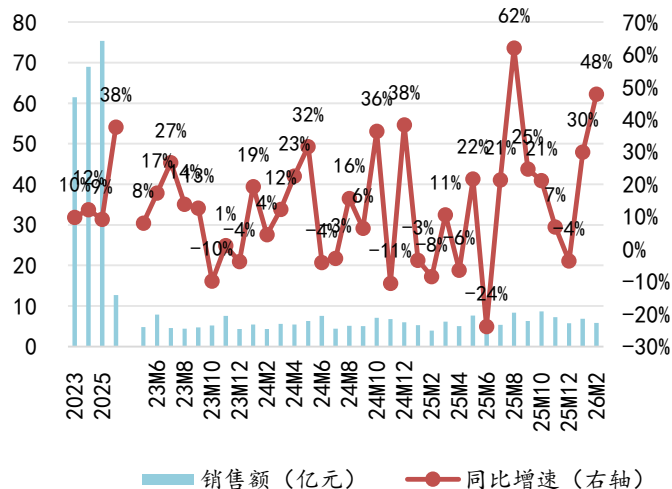


来源：久谦、国金证券研究所

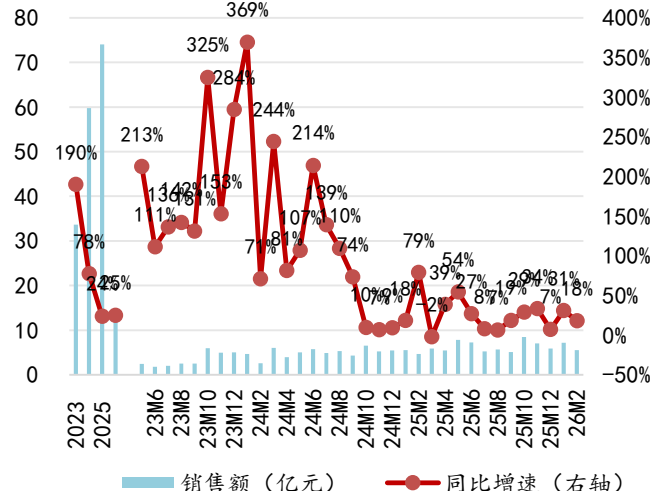
来源：久谦、国金证券研究所



图表3：26年2月京东宠物食品GMV同比+48%



图表4：26年2月抖音宠物食品GMV同比+18%



来源：久谦、国金证券研究所

来源：久谦、国金证券研究所

1.8. 银发经济

国家市场监督管理总局（国家标准化管理委员会）于近期正式批准发布两项推荐性国家标准《老龄化社会认知症包容性社群要求与指南 第1部分：居住社区》（GB/T 47131.1—2026）及《老龄化社会认知症包容性社群要求与指南 第2部分：居所》（GB/T 47131.2—2026）。本次两项国标的出台，为我国认知症友好型社区与居家环境的体系化建设提供了国家级科学规范与落地指引。两项标准聚焦认知症人群高频生活场景，针对居住社区与居家居所两大核心场景，明确了体系化的建设规范。其中，居住社区标准围绕道路、建筑、景观、标识系统、配套服务设施及相关服务供给划定了执行准则；居所标准则对空间整体布局、通用适配配置，以及卧室、餐厅、起居室（厅）、卫生间等核心功能空间提出了精细化落地要求，联动打造认知症友好型社区“大环境”与家庭“小环境”，切实提升认知症人群及其家庭成员的获得感、幸福感、安全感。

近日，京东研究院基于 5000 个家庭样本开展深度调研并发布相关结果。调研数据显示，居家养老仍是国内养老模式的主流选择，64.4% 的老年群体优先选择居家养老；互助养老（6.3%）、多元组合养老（10.8%）等作为新兴养老模式未能获得较高的市场接受度。中青年群体的养老偏好与老年群体相似，34.4% 的中青年群体表示未来仍倾向于选择居家养老。超六成子女持续关注养老领域的创新模式与产品，主动为父母规划养老生活安排，家庭端对专业养老照护服务的接受度呈持续提升态势，72.4% 的家庭存在为家中老年群体添置专业养老服务的明确需求。从需求结构维度来看，需求热度位居前列的品类依次为情感陪伴类服务（58.1%）、基础家政类服务（55.8%）、居家适老化改造服务（54.0%）、专业健康护理类服务（49.8%）。细分客群来看，失能失智老人家庭的养老需求具备强刚性特征，核心需求集中在专业医疗护理赛道，其中慢性病管理、压疮换药等健康护理服务的需求占比达 49.9%，基础家政服务（47.3%）、生活照护服务（46.5%）的需求占比紧随其后。

1.9. AI+3D 打印

拓竹发布行业首份趋势报告印证消费级 3D 打印市场爆发式增长。2025 年小红书平台“3D 打印机”相关搜索量同比暴涨 238%， “拓竹”搜索量更是激增 323%，截至 2026 年 2 月初该平台“3D 打印”话题累计浏览量超 16.4 亿，行业从极客圈层快速渗透至大众消费市场。拓竹作为行业龙头表现亮眼，2025 年用户累计打印时长超 2.9 亿小时，13 万活跃用户周均使用时长超 6 小时，高用户粘性背后是公司硬件、耗材、软件的深度集成生态优势，其通过高性能打印终端、智能供料系统与自识别耗材的整合，实现了开箱即用的优质体验，成为驱动消费级 3D 打印市场增长的核心力量。

创想三维更新港交所 IPO 招股书展现营收增长与业务布局特征。公司 2025 年实现营业收入 31.27 亿元，同比增长 36.66%，其中核心的 3D 打印机设备收入 17.85 亿元，同比增长 26.07%，3D 打印耗材收入 4.18 亿元，同比大幅增长 59.98%；公司整体毛利率维持 31.2%，设备与耗材业务均保持稳定毛利水平。2025 年公司归母净利润为-1.83 亿元，由盈转亏主要系研发开支同比大增 49.21%至 2.22 亿元，同时销售及营销开支增至 5.70 亿元，研发与市场渠道的高强度投入阶段性影响了利润表现。

Meshty 推出 Meshty 6 与创意工坊并与拓竹深度合作，打通 3D 打印 AI 创作全链路。该公司将携新一代 3D 生成模型 Meshty 6、行业首个“AI 创意到实体交付”一站式平台 Meshty 创意工坊亮相 TCT 2026，同时与 3D 打印龙头拓竹的合作已全量上线，用户可在拓竹 MakerLab 的 Image-to-3D 工具中直接调用 Meshty 技术，上传图片后几分钟内便能生成雕塑级精度、可直接打印的 3D 模型，实现 AI 建模到物理打印的无缝衔接。此次合作既是头部硬件厂商对 Meshty AI 技术实力的认可，更推动生成式 AI 与 3D 打印产业深度融合，大幅降低 3D 创作门槛，加速行业从数字创意到实体交



付的全链条落地。

1.10 AI+床垫

希瑞科技新品直播发布斩获佳绩。美的慕思前高管、希瑞联合创始人蔡彦明现身抖音直播间，以沉浸式体验形式展示品牌核心的“AI 全域自适应技术”与“AI 多感官助眠技术”，创新直播形式引发网友热议。本场直播在线人数破 20 万、累计曝光超 48 万，专场 GMV 达 127 万元，跻身智能家居直播热度榜前列。公司依托创始人 20 余年行业积淀，叠加超 60%研发人员占比及与清华未来实验室的产学研合作，以技术为基底、创新营销赋能，智能睡眠赛道新锐势能持续释放。

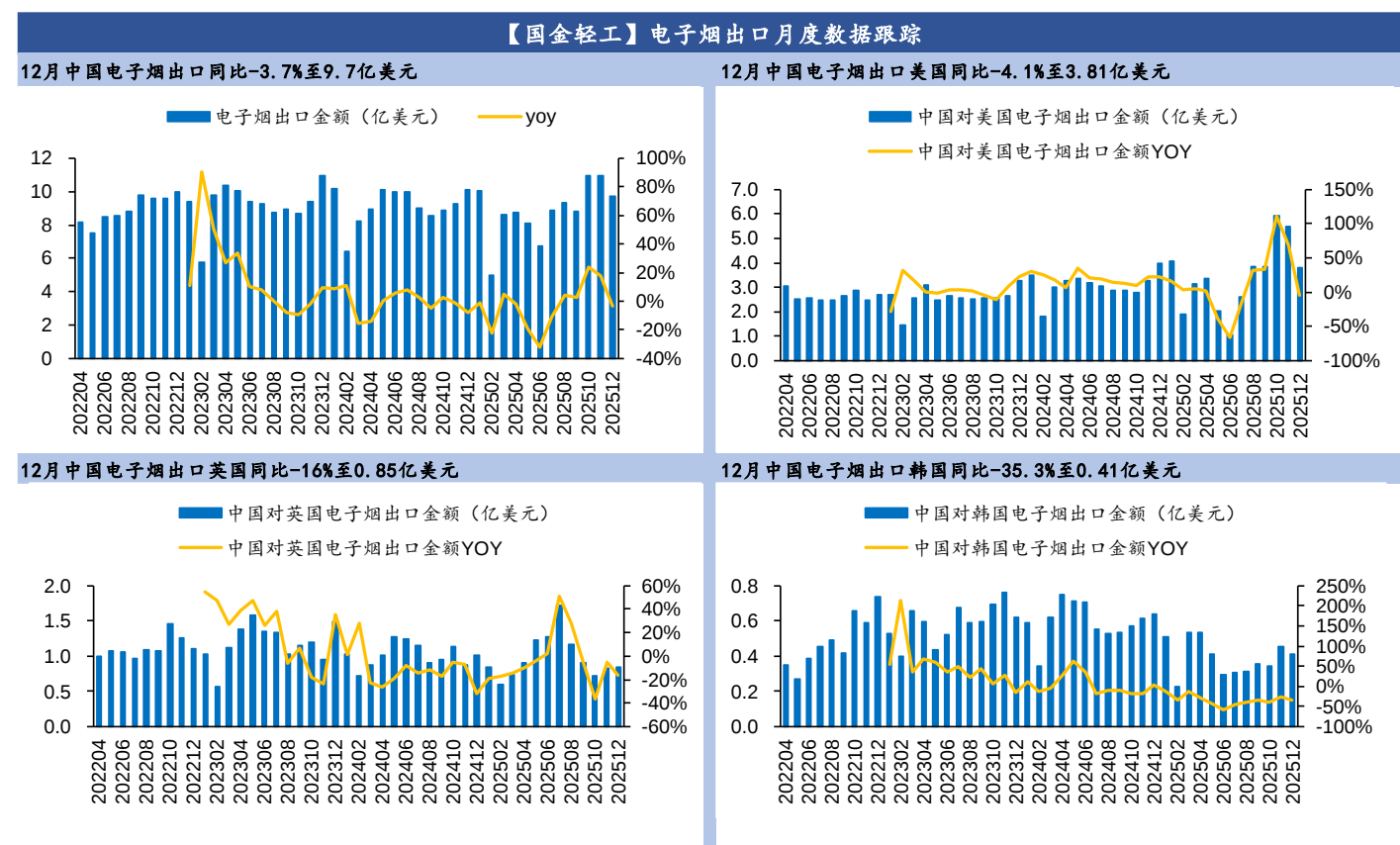
二、行业重点数据及热点跟踪

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

12 月中国电子烟出口同比-3.9%至 9.7 亿美元，出口美国同比-4.1%至 3.81 亿美元，出口英国同比-16%至 0.85 亿美元，出口韩国同比-35.3%至 0.41 亿美元。

图表5：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6：全球电子烟行业一周热点回顾

时间	标题	内容
3. 14	雾芯科技公布 2025 年财报：全年营收同比增 44%至近 40 亿元，四季度国际业务占比 76.5%	雾芯科技 2025 年第四季度净营收为人民币 11.413 亿元，同比增长 40.3%；全年净营收为人民币 39.589 亿元，同比增长 44.0%。公司表示，收入增长主要来自国际业务持续扩张、海外新投资实体贡献以及中国内地业务温和复苏。2025 年第四季度国际市场营收占比为 76.5%。



3.13	研究：欧洲一次性电子烟非法市场规模达 66 亿欧元，2030 年或增至 108 亿	由 SKR 委托进行的 Fraunhofer 研究所的一项新研究显示，欧洲一次性电子烟的非法市场正在快速增长。该研究预测，到 2026 年，该市场价值将达到 66 亿欧元，到 2030 年将达到 108 亿欧元，从而破坏欧盟法规并助长青少年电子烟使用。
3.13	报告：2025 年英国查获约 130 万支非法电子烟 三年累计近 500 万支	Vape Club 报告称，2025 年英国共查获约 130 万支非法电子烟，估计街头价值约 1000 万英镑。过去三年英国共查获近 500 万支非法电子烟，估计街头价值约 3900 万英镑（约合 4910 万美元）。
3.12	特别报道 雷诺 337 专利案落幕，但一场更严酷的 337 合规战已锁定电子烟全产业链	美国国际贸易委员会（ITC）已终止 337-TA-1410 调查，认定雷诺电子烟专利核心权利要求无效，从而解除此前针对多家企业的潜在进口禁令风险。然而，新的 337-TA-1486 调查 已开启更为严峻的法律战线，焦点从专利争议转向电子烟供应链的合规问题，包括 PACT 法案申报、税收合规及 FDA 营销授权。
3.9	美国 FDA 发布调味电子烟 PMTA 草案：维持高风险口味严格审查，水果与甜味门槛更高	美国 FDA 烟草产品中心（CTP）发布征求意见稿。文件重申，调味电子烟，尤其是水果味和糖果/甜点/其他甜味产品，因对青少年具有更高吸引力，仍面临较高的审查门槛；企业若申请上市，必须证明其相较烟草味产品具有额外的成人公共健康收益。与此同时，FDA 更明确提出“风险比例式”评估思路，即不同非烟草口味的青少年风险并不完全相同，所需证明的成人收益幅度也可随之变化。

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 1 月线上销售额总计 7.07 亿元，同比+12%。

牙膏板块：26 年 1 月线上销售额总计 9.24 亿元，同比+9%。

潮玩动漫板块：26 年 1 月线上销售额总计 13.81 亿元，同比-1%；其二级品类盲盒娃娃/动漫游戏周边线上销售额为 6.74/3.35 亿元，同比+38%/-23%。

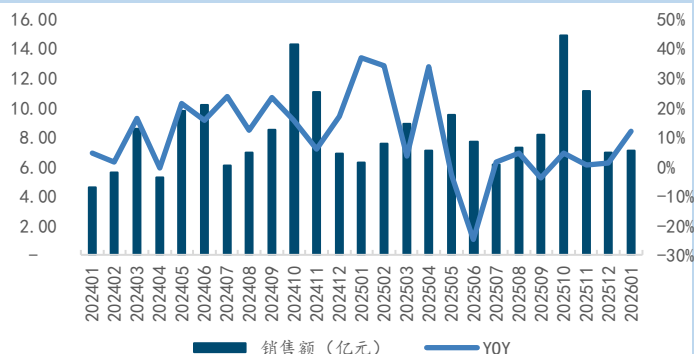
AI 眼镜板块：XR 设备线上销售额 26 年 1 月销售额达 1.30 亿人民币，同比+46%。



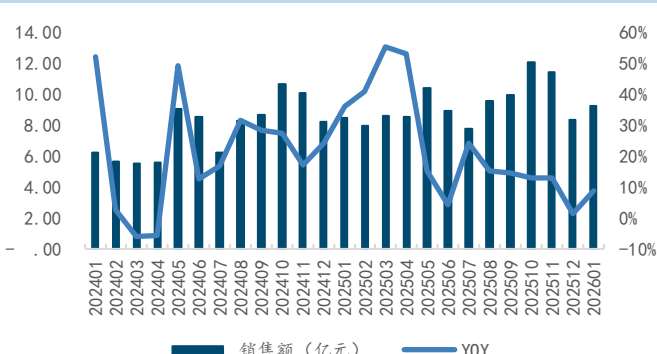
图表7：轻工个护&潮玩线上销售额

【国金轻工】轻工个护&潮玩线上销售走势

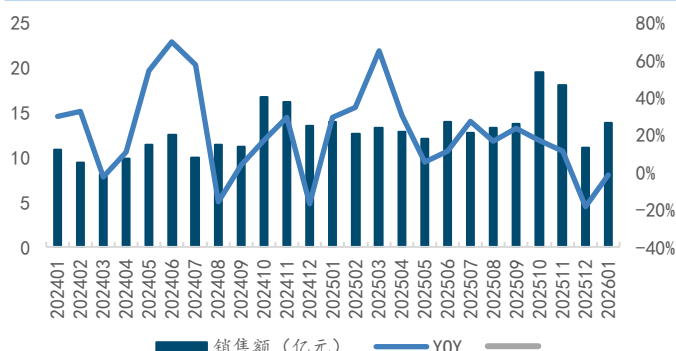
1月卫生巾线上销售额当月同比+12%



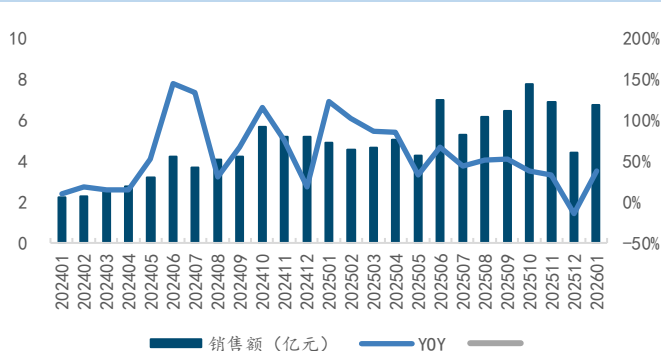
1月牙膏线上销售额当月同比+9%



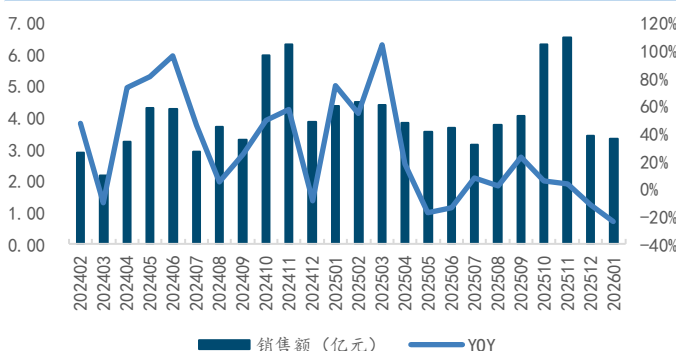
1月潮玩动漫线上销售额当月同比-1%



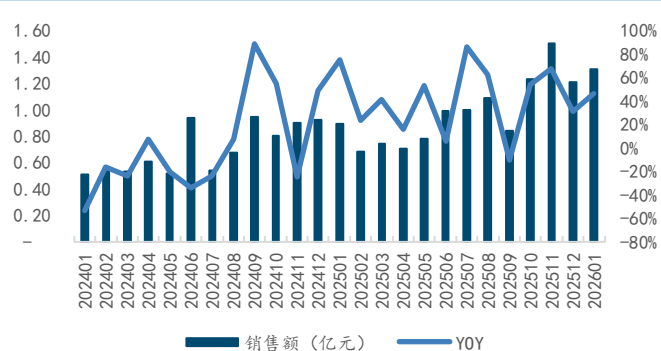
1月潮玩动漫品类下盲盒娃娃线上销售额当月同比+38%



1月潮玩动漫品类下动漫游戏周边线上销售额当月同比-23%



1月XR设备线上销售额当月同比+46%



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（2.27-3.6）30大中城市成交面积同比-11.44%。周度商品房累计成交面积同比-24.37%。

周度二手房成交面积：本周（2.27-3.6）14城二手房成交面积同比-24.37%。周度二手房累计同比-6.23%。房地产开发投资完成额：25年1-12月累计房地产开发完成额同比-19.9%。

房屋新开工面积：25年1-12月房地产新开工面积累计同比-19.9%。

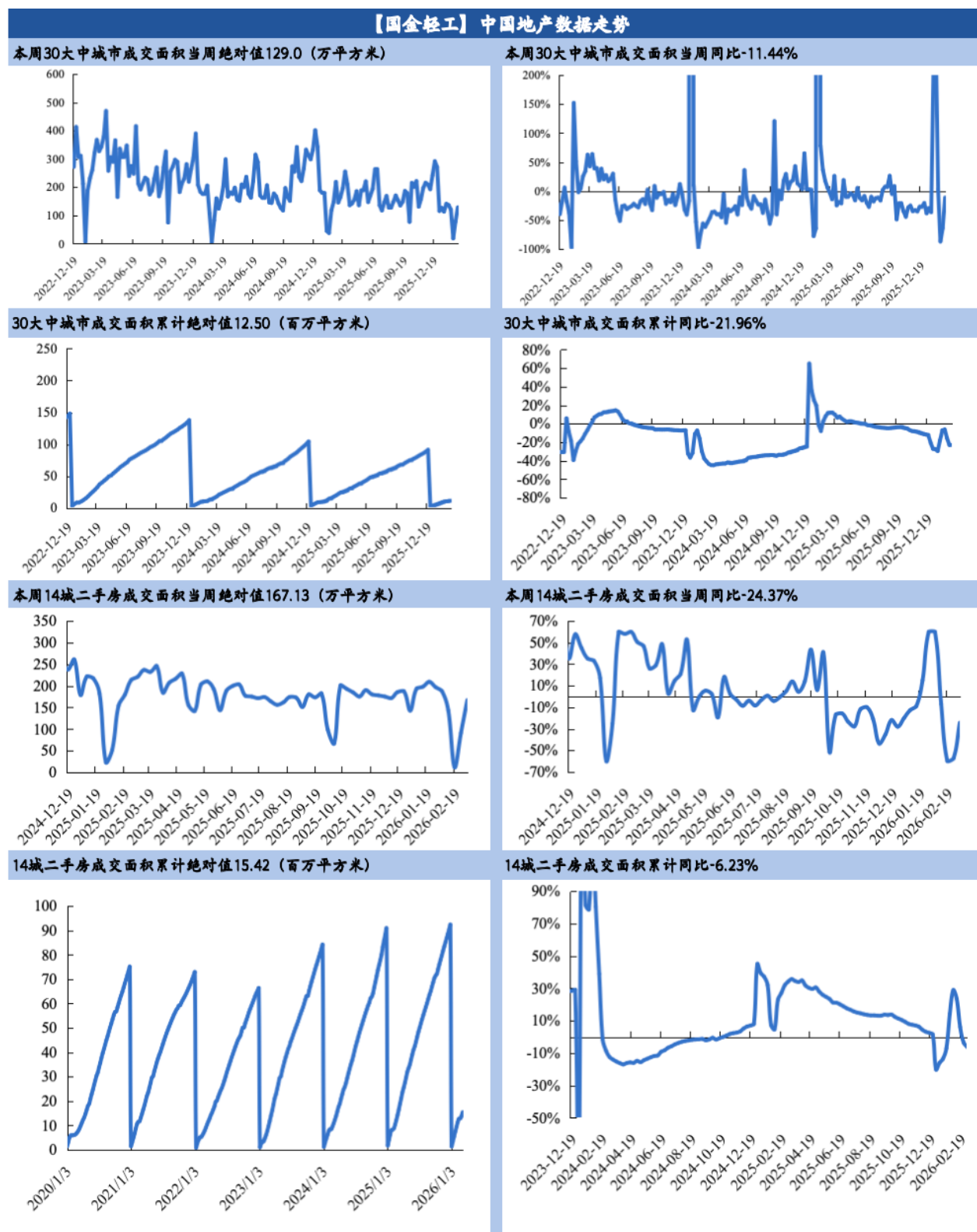
月度竣工面积：25年12月全国房屋竣工面积同比-20.59%。

25年1-12月全国房屋竣工面积累计同比-20.3%。

月度销售面积：25年12月全国商品房住宅销售面积当月同比-18.92%；25年1-12月全国商品房住宅销售面积累计同比-10.01%。



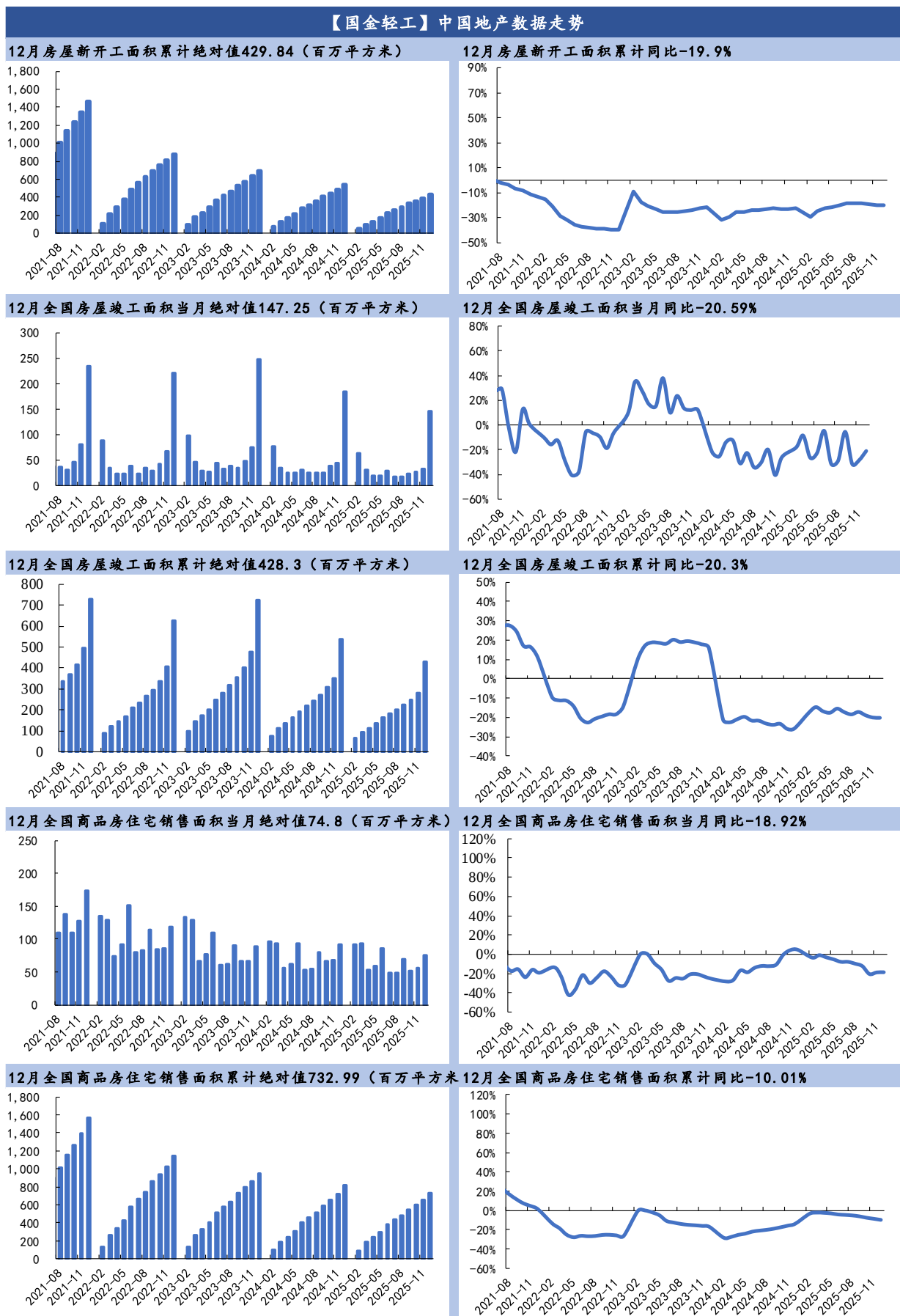
图表8：中国地产数据走势一



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9：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

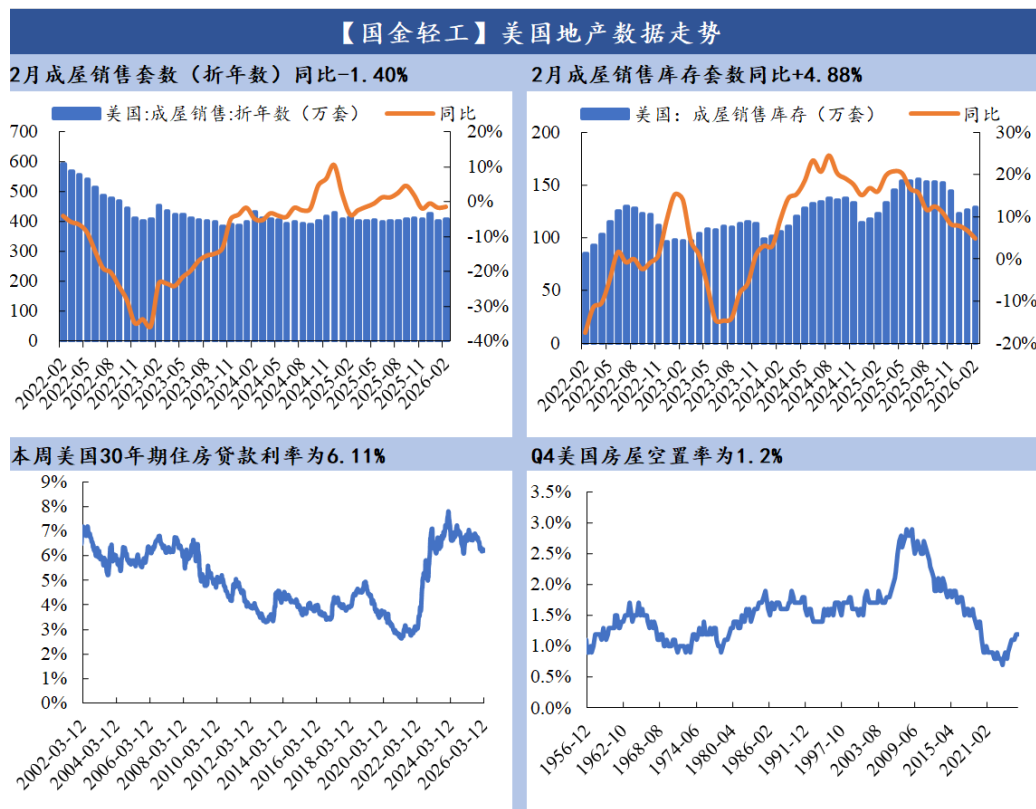


美国房屋销售：2026 年 2 月成屋销售套数（折年数）同比-1.40%，成屋销售库存同比+4.88%。

美国贷款利率：美国 30 年期住房贷款利率本周为 6.11%，环比+0.11%。

美国房屋空置率：2025 年 Q3 为 1.2%，环比+0.1%。

图表10：美国地产数据走势



数据来源：Wind，国金证券研究所

来源：wind，国金证券研究所

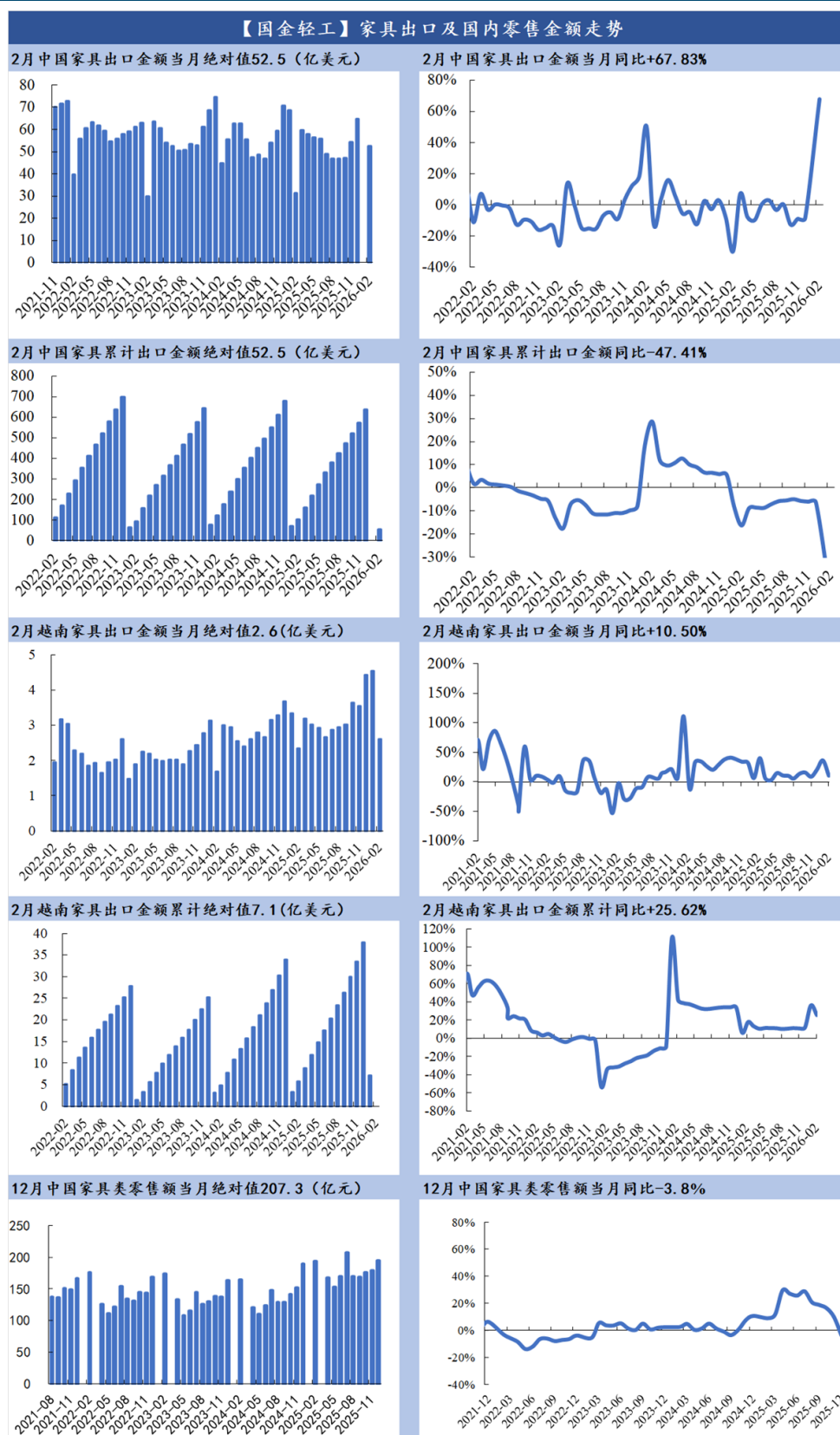
2.3.2 家具出口及国内零售额数据

中越家具出口：中国家具出口金额（美元计价）2026 年 2 月当月 52.5 亿美元，同比上升 67.83%，1-12 月累计出口 52.5 亿美元，同比下降 47.41%。越南家具出口金额（美元计价）2026 年 2 月当月 2.6 亿美元，同比增加 10.50%；26 年 1-2 月越南家具累计出口 7.15 亿美元，同比上升 25.62%。

国内家具零售额：2025 年 12 月中国家具类零售额为 207 亿元，同比下降 2.2%；25 年 1-12 月中国家具类零售额累计 2091.9 亿元，累计同比增长 14.6%。



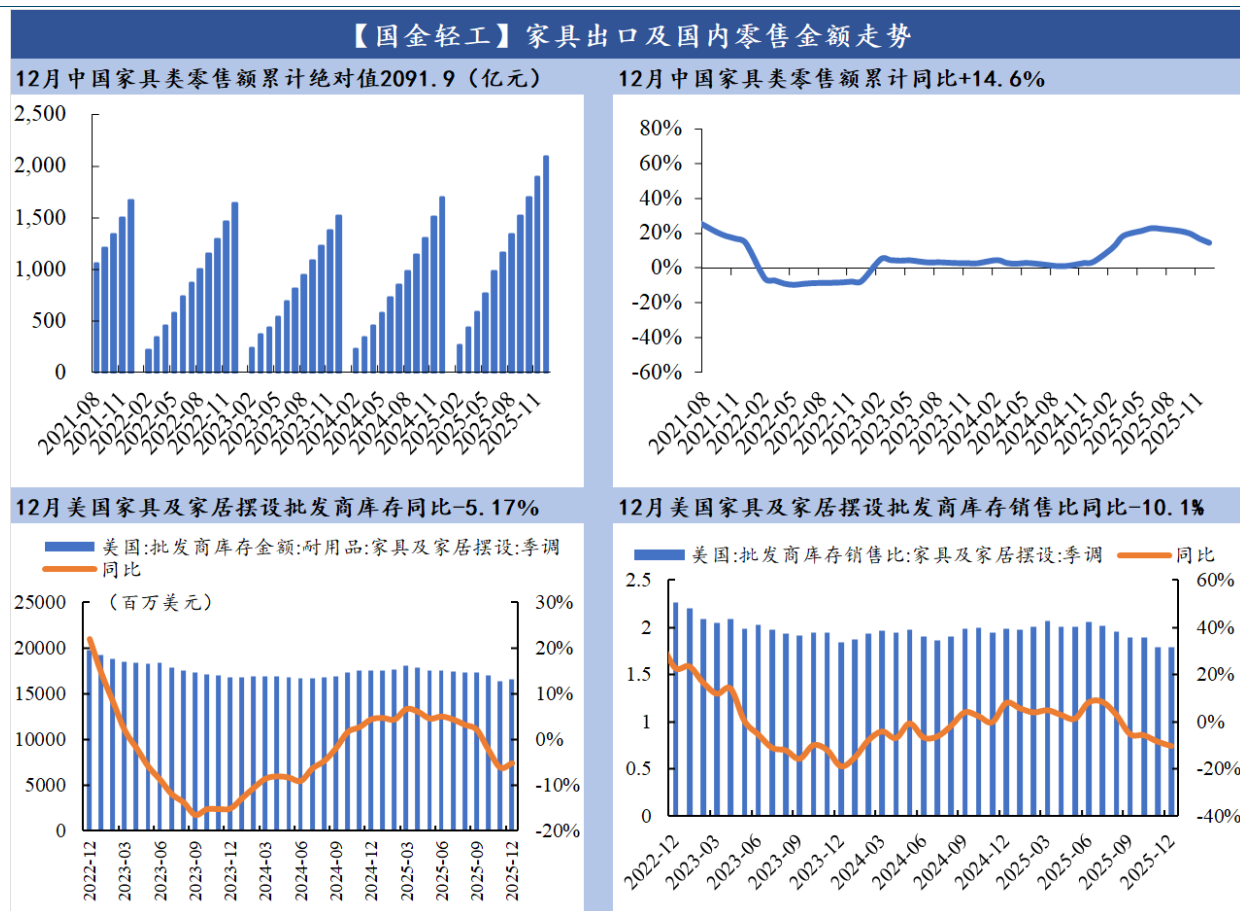
图表11：家具出口及国内零售金额走势一



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12：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

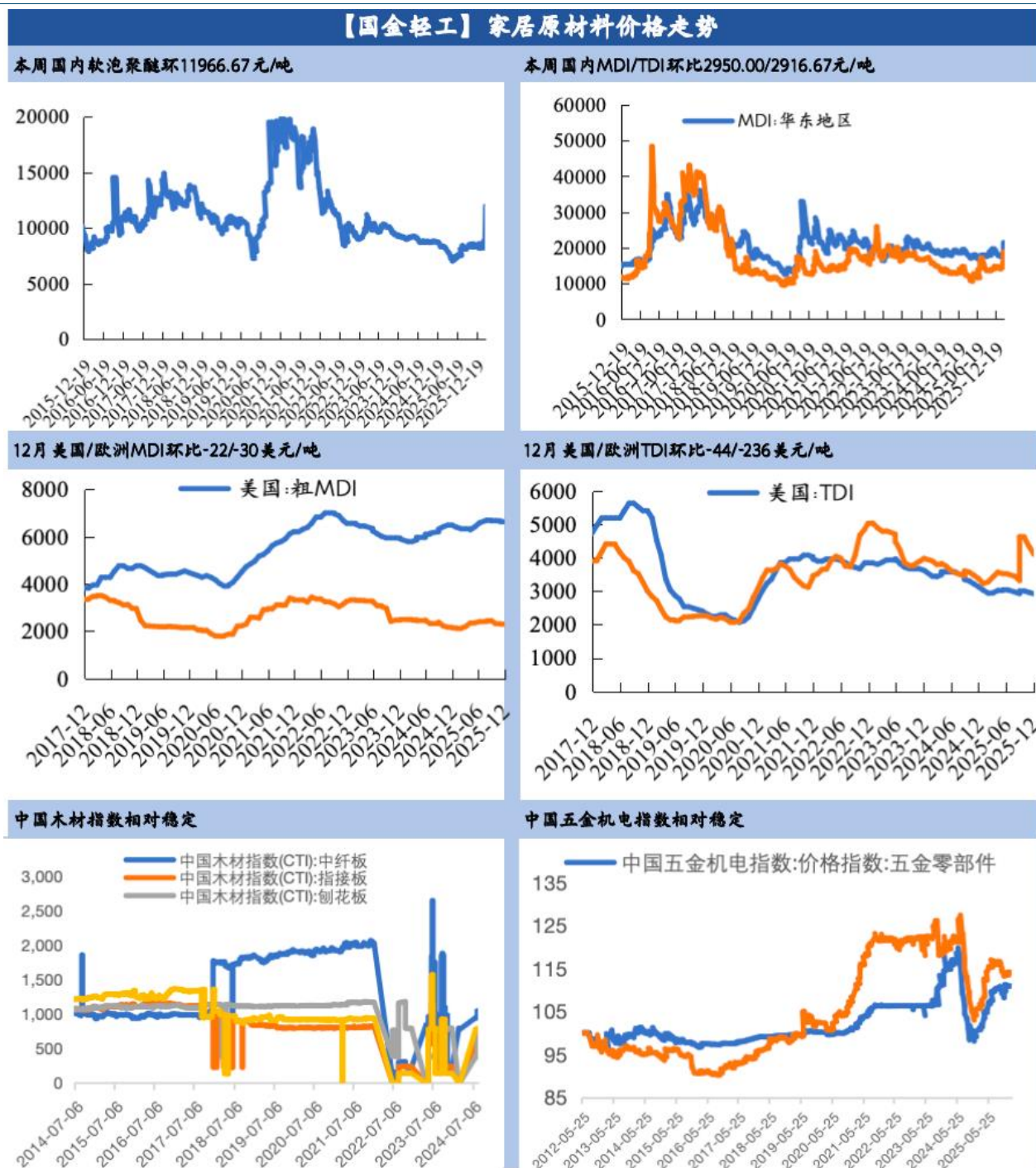
本周国内软泡聚醚均价为 11966.67 元/吨，环比上升 3187.5 元/吨，2026 年截止 3.13 均价为 8686.9 元/吨，较 2025 年均价上升 7.11%。

本周国内 MDI 均价为 21433.33 元/吨，环比上升 2950 元/吨，2026 年截止 3.13 均价为 18118.94 元/吨，较 2025 年均价下降 0.15%。

本周国内 TDI 均价为 18833.33 元/吨，环比上升 2916.67 元/吨，2026 年截止 3.13 均价为 14958.18 元/吨，较 2025 年均价上升 9.38%。



图表13：家居原材料价格走势



数据来源：Wind，国金证券研究所

来源：Wind，国金证券研究所



2.4 造纸板块高频数据

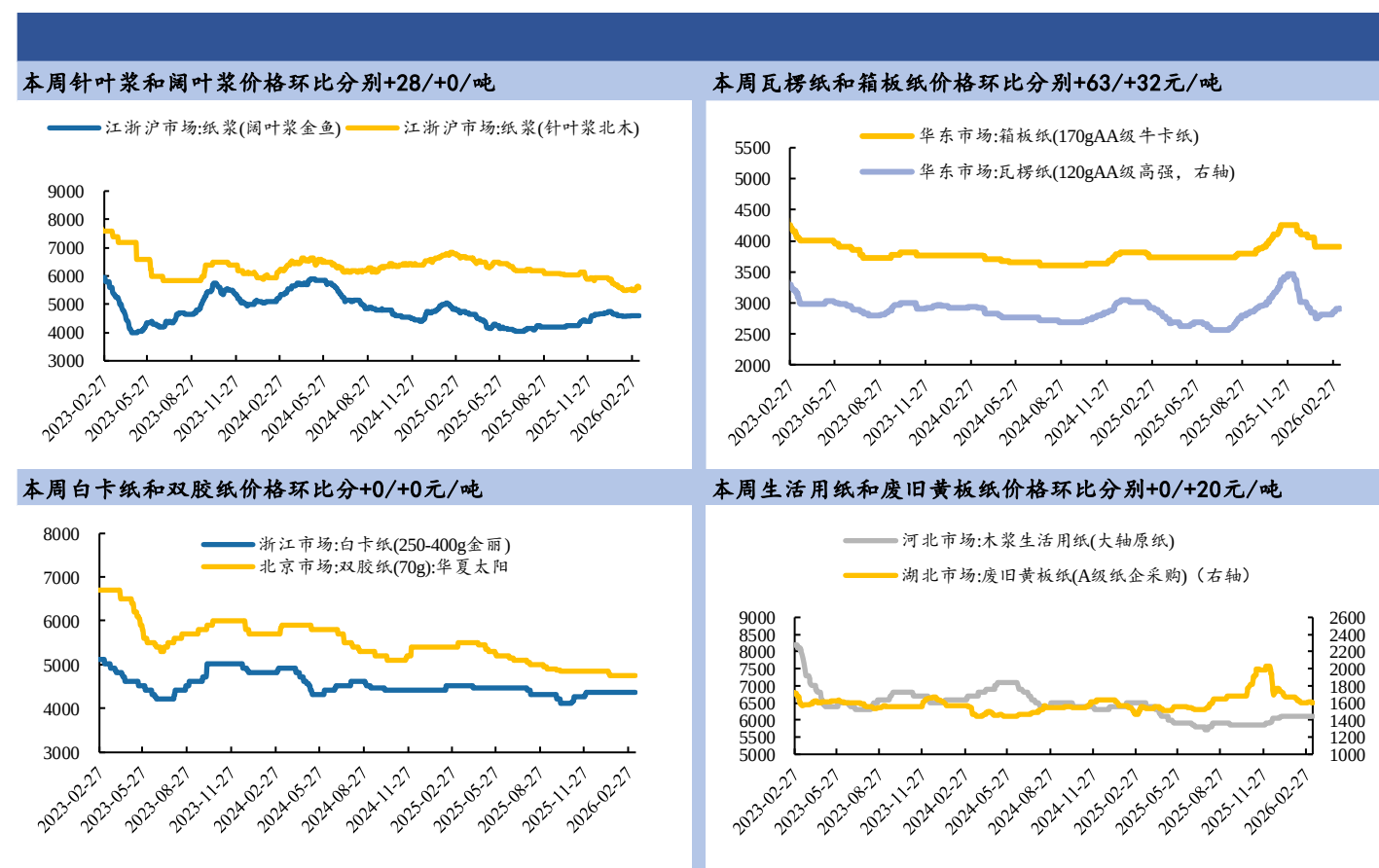
图表14：造纸产业链价格跟踪

【国金轻工】造纸产业链价格跟踪																
产品名称		季度							月度					周度		
		24Q1	24Q2	环比24Q1	24Q3	环比24Q2	24Q4	环比24Q3	25Q1	环比24Q4	26年2月	26年1月	25年12月	25年11月	本周均价 (元/吨)	环比上
原材料																
木浆系	针叶浆	6122	6348	226	6125	-223	6288	163	6517	229	5280	5509	5578	5473	5288	28
	阔叶浆	5500	5670	170	4810	-860	4504	-306	4792	288	4570	4692	4634	4347	4600	0
	化机浆	4095	3914	-181	3520	-394	3550	30	3550	0	3800	3800	3793	3700	3800	0
废纸系	国废黄板纸	1498	1477	-21	1544	67	1647	103	1603	-44	1550	1620	1840	1928	1559	20
纸品																
木浆系	双胶纸	5958	5750	-208	5177	-573	5213	36	5213	0	4543	4643	4643	4643	4543	0
	铜版纸	6200	6000	-200	5900	-100	5800	-100	5800	0	4875	4975	4975	4975	4875	0
	白卡纸	4943	4560	-383	4360	-200	4260	-100	4343	83	4245	4237	4229	4174	4245	0
废纸系	箱板纸	3769	3623	-146	3565	-58	3712	147	3761	49	3487	3572	3962	3976	3561	32
	瓦楞纸	2987	2814	-173	2753	-61	3037	284	3059	22	2857	2898	3298	3334	2974	63

来源：隆众资讯，国金证券研究所；注：周度核算时间为2026年3月6日至2026年3月13日

本周（3.6-3.13）针叶浆和阔叶浆价格环比分别+28/+0元/吨，瓦楞纸和箱板纸价格环比分别+63/+32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/+20元/吨。

图表15：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3月6日至2026年3月13日

2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+23.8%/-47.5%/-26.8%/-23.3%/+0.3%/+5.9%，白纸板/箱板纸/瓦楞纸/双胶纸/双铜纸单月表观消费量同比-27.5%/-25.3%/-25.4%/-10.9%/-10.9%/-13.3%。

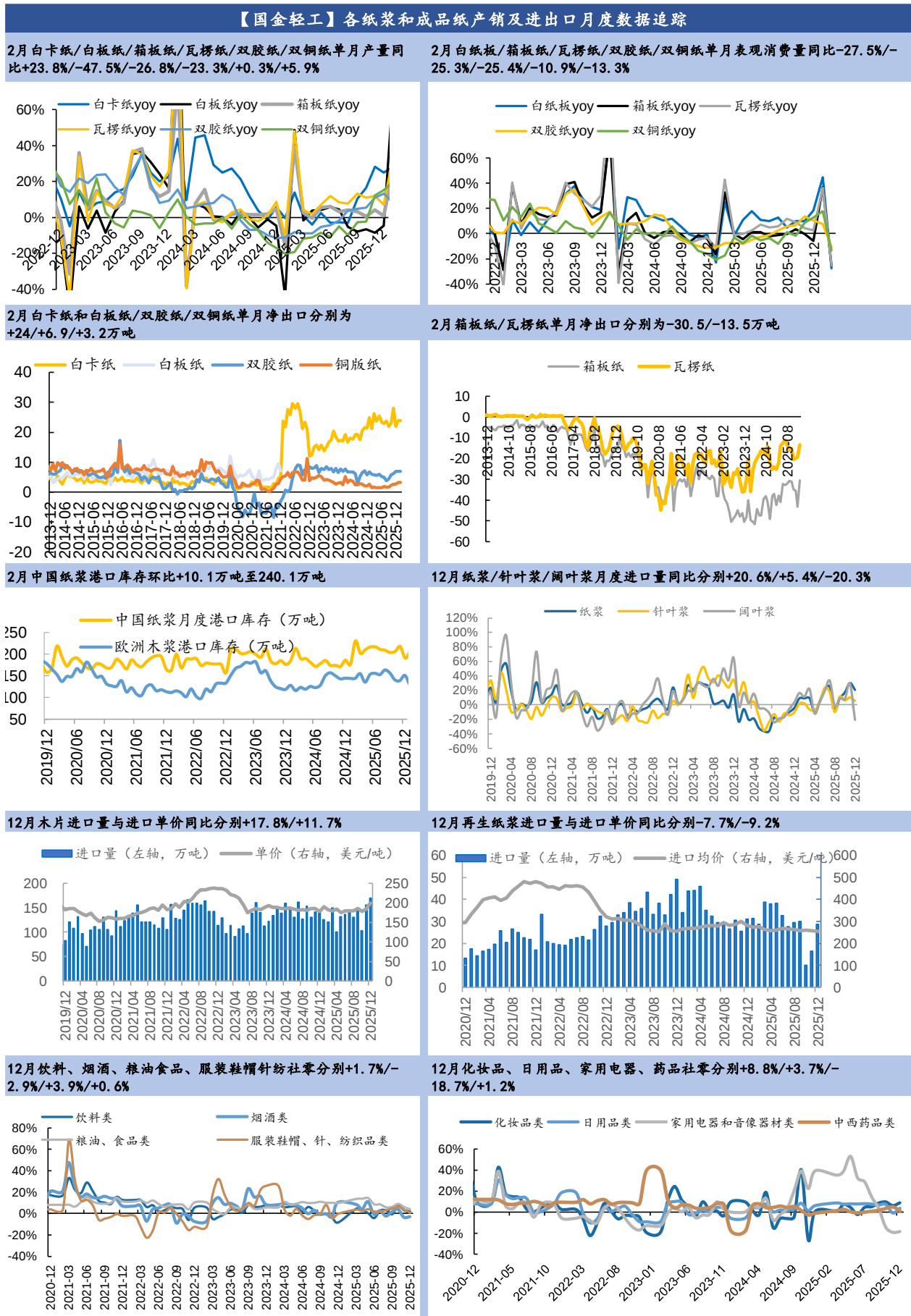
2月，白卡纸和白板纸/双胶纸/双铜纸单月净出口分别为+24/+6.9/+3.2万吨，箱板纸/瓦楞纸单月净出口分别为-30.5/-13.5万吨。

2月，中国纸浆港口库存环比-26.7万吨至190.6万吨。12月，纸浆/针叶浆/阔叶浆月度进口量同比分别+20.6%/+5.4%/-20.3%，木片进口量与进口单价同比分别+17.8%/+11.7%，再生纸浆进口量与进口单价同比分别-7.7%/-9.2%。

12月饮料、烟酒、粮油食品、服装鞋帽针纺社零分别+1.7%/-2.9%/+3.9%/+0.6%，化妆品、日用品、家用电器、药品社零分别+8.8%/+3.7%/-18.7%/+1.2%。



图表16：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 5288 元/吨，环比上期上涨 0.5%；阔叶浆现货含税均价 4600 元/吨，环比上期持平；本色浆现货含税均价 4850 元/吨，环比上期持平；化机浆现货含税均价 3800 元/吨，环比上期持平。本期纸浆价格波动原因：一是宏观因素主导针叶浆走势，原油上涨带动大宗商品市场情绪回暖，纸浆被动跟涨，与自身供需基本面关联不大。二是尽管阔叶浆国内需求清淡，但外商积极提涨新一轮外盘报价，形成较强成本支撑，阔叶浆价格维持稳定。三是节后纸厂开工负荷逐步提升，但采购积极性不高，多以消耗前期库存为主，对浆价上涨的接受度和跟进力度有限。

2) 成品纸：本期国内双胶纸市场大稳小调，观望气氛浓郁。周内湛江晨鸣 1 厂顺利复产，福建联盛纸业装置延续检修状态，且基于行业产能基数庞大，行业货源供应仍为充裕状态；木浆因素价格坚挺，能源化工成本增加，工厂生产持续承压，企业多持挺价意愿；消费端看来，终端需求未见明显提振，下游多随用随采，无明显备库意向，部分工厂出货速度缓慢。受国际环境影响，区域方向出口受限，贸易商操盘谨慎，维持随进随出节奏，多方因素拉扯下，市场博弈加剧，目前 70g 白本双胶纸主流品牌价格区间维持在 4300-4400 元/吨，70g 高白双胶纸主流品牌价格区间维持在 4600-4800 元/吨，成交实谈为主。

本期铜版纸企业均价稳定，157g 铜版纸企业含税均价为 4875.0 元/吨，环比持平。本期国内铜版纸市场区域盘整延续。山东地区有装置计划内检修，其它工厂多数正常排产，市场货源供应小幅收减。成本高企导致工厂生产承压，纸企多维持挺价意愿。反观需求端，下游需求未见明显提振，采购多消耗原纸库存为主，无大量囤库意向，部分工厂出货缓慢，且受国际环境影响，区域方向出口受限，市场观望情绪增加，贸易商操盘谨慎，随行就市为主，157g 平张铜版纸主流品牌价格区间在 4700-4900 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) 本期，废旧黄板纸周度均价呈现稳中偏强走势。3 月 12 日周四，废旧黄板纸周度均价为 1559.45 元/吨，较 3 月 5 日上涨 20.42 元/吨，环比+1.33%，同比+3.44%。本期（3 月 6 日-3 月 12 日）废旧黄板纸市场价格呈现先扬后抑的运行态势，周均价仍高于上周。上半周市场延续上期涨势，下半周行情承压转跌。供应端方面，市场整体供应趋于宽松。随着打包站全面恢复正常运营，积压货源持续流入市场，整体到货量较上周明显增加，打包站出货意愿较强。需求端方面，尽管原纸价格延续涨势，但下游订单量一般，纸企到货量偏大，对废纸采购需求不高，采购意愿有所下降。周内市场交投氛围先热后冷，整体价格重心小幅上移后回落。目前业者对下游需求及到货变化保持关注。隆众预计，在供应充足与需求支撑减弱的共同作用下，短期内废旧黄板纸价格将呈现稳中偏弱走势。

本期，废旧书本纸周度均价呈现稳中偏强的走势。3 月 12 日周四，废旧书本纸周度均价为 1791.43 元/吨，较 3 月 5 日上涨 12.70 元/吨，环比+0.71%，同比+14.07%。本期（3 月 6 日-3 月 12 日）国内废旧书本纸市场呈现先扬后抑的运行态势，周均价仍高于上周。上半周市场延续上期涨势，下半周行情承压转跌。供应端方面，随着打包站全面恢复正常运营，前期积压的废纸货源持续流入市场，整体到货量较上周明显增加，打包站出货意愿较强，市场货源流通趋于宽松。需求端方面，尽管原纸价格延续涨势，但下游订单量一般，纸企到货量偏大，对废纸采购需求不高，采购意愿有所下降，多根据自身到货情况灵活调整采购价。市场成交氛围先热后冷，整体价格重心小幅上移后回落。业者多关注开学季需求释放的持续性。隆众预计，在供应充足与需求支撑减弱的共同作用下，短期内废旧书本纸价格将呈现稳中偏弱走势。

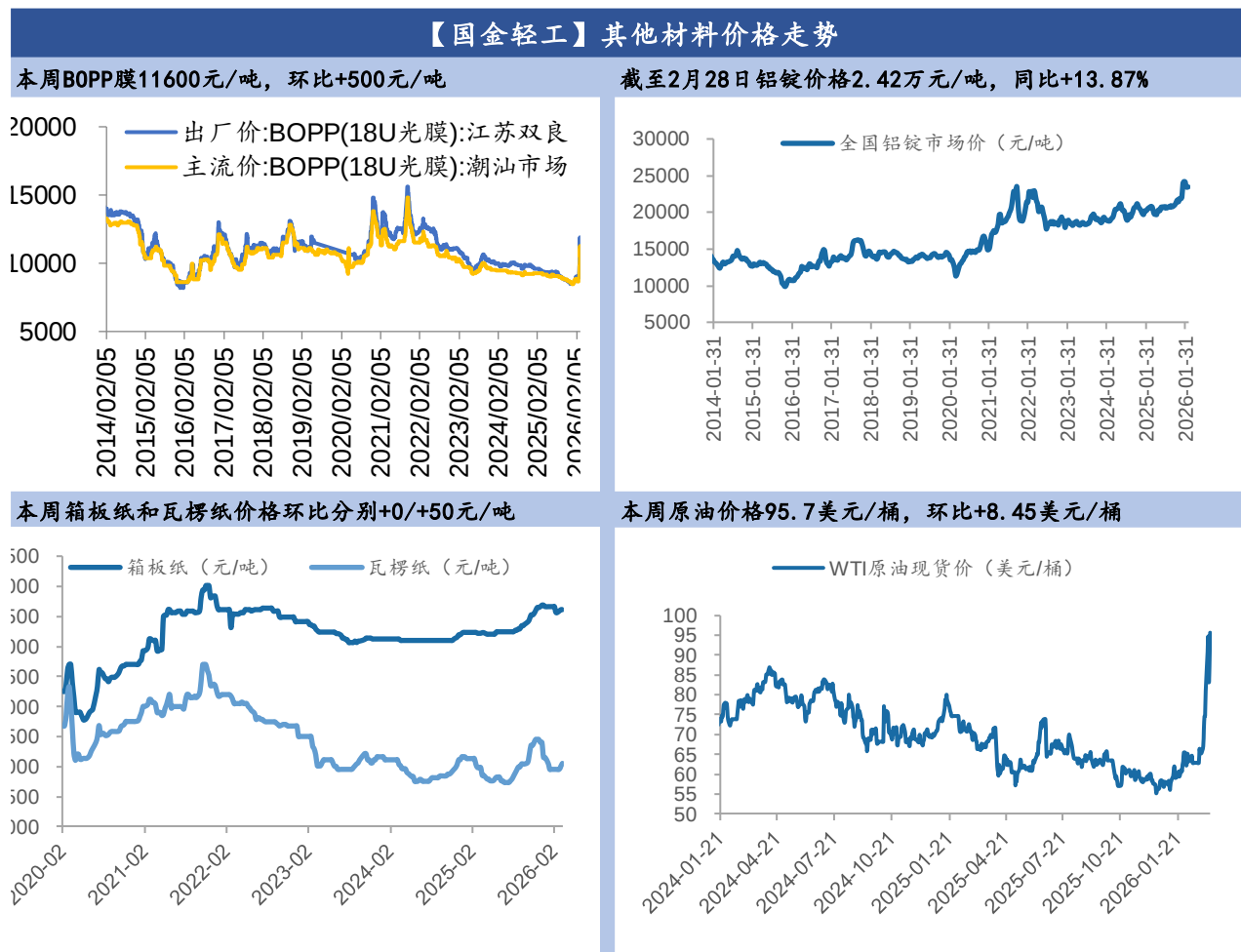
2) 成品纸：据隆众资讯监测数据显示，本期箱板纸含税均价为 3561 元/吨，环比增长 0.9%，同比下降 3.6%。具体来看，本期箱板纸市场呈现偏强趋势，龙头纸企部分纸种上调 50 元/吨，带动中小纸企跟涨。目前市场交投恢复常态化，下游需求较为稳定，叠加河北地区停机现象明显，纸企库存水平降至低位，给予箱板纸价格坚挺支撑，故龙头纸企涨价意愿强烈，推动箱板纸价格上涨，但局部区域亦有反馈需求面跟进放缓，纸企订单欠佳，存在涨价落实不力或跟涨积极性下降现象。原料废旧黄板纸市场受货源增多影响价格走低，成本面支撑作用趋弱。

据隆众资讯监测数据显示，本期，瓦楞纸的含税均价为 2974 元/吨，环比增长 2.2%，同比增长 2.5%。具体来看，本期瓦楞纸市场呈稳中上行趋势，规模纸企上调纸价 30-70 元/吨。周内在规模纸企拉涨的带动下部分纸企有所跟涨，加之河北等地区受环保因素影响停机明显、供应端有所收缩，及下游二级厂全面复工复产后刚需补库、需求稳步增长，市场交投气氛好转。然下半周随着终端需求跟进放缓，叠加原料废旧黄板纸价格因货源充裕转为偏弱运行，成本支撑减弱，个别规模基地提价落实不畅，市场心态由乐观转为谨慎。综合来看，短期瓦楞纸市场提价氛围有所降温。



2.4.3. 其他主要原材料价格变动一览

图表17: 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 2026.3.13

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

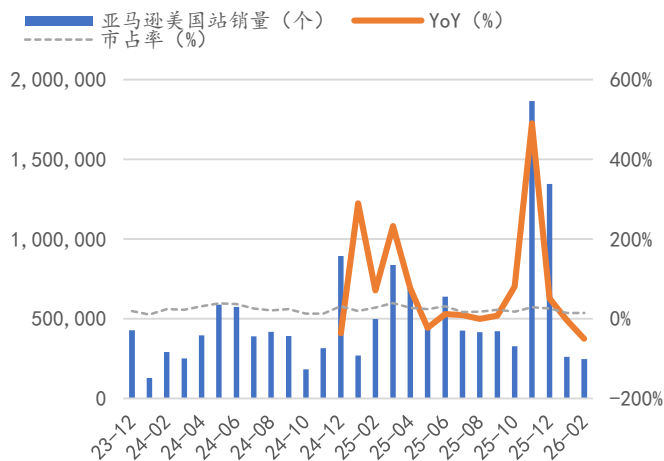
Stanley: 2月，亚马逊美国/加拿大/德国/英国站销量分别为 24.7 万个/1.3 万个/2.4 万个/1.6 万个，同比增幅分别为 -50.52%/-26.74%/-7.01%/-32.83%，四地区亚马逊区域销量比为 82.1%/4.5%/8.0%/5.4%，市占率分别为 14.36%/9.44%/14.56%/6.65%。美国市场同比大幅下滑，主因圣诞节与黑五促销透支需求，叠加北美报税季对消费的阶段性压制；加拿大同步深度下滑，德国本地需求韧性较强、竞争格局相对稳定；英国受消费信心偏弱与品类竞争加剧影响降幅较大。

Yeti: 2月，亚马逊美国/加拿大/英国站销量分别为 13.5 万个/2.4 万个/1.7 万个，同比增幅分别为 -34.06%/-26.74%/72.79%，三地区亚马逊区域销量比例为 77.0%/13.4%/9.6%，市占率分别为 7.88%/16.52%/6.92%。美国站销量降幅略有扩大，主要系冬季风暴抑制户外需求叠加竞品促销分流；加拿大受本地竞争加剧渠道分流影响降幅较大；英国站同比大幅高增，受益于品牌本土化推广见效、渠道补库与节日礼品需求拉动，实现区域逆势增长。

Owala: 作为市场新进入品牌，Owala 在美国市场表现强劲。2026 年 2 月销量达 65.56 万个，同比增长 147.46%，市占率为 38.16%，主要系品牌去年同期处于发展初期，销量基数偏低，同时品牌情人节主题营销及新品发布等活动，为其市场热度提供了持续助力，预计未来高增长势头将持续保持。

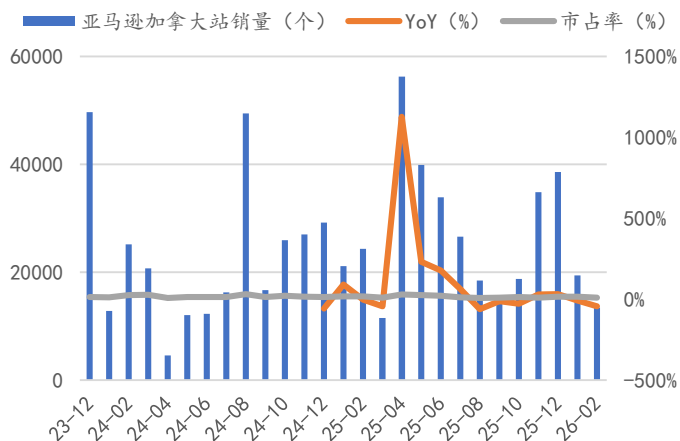


图表18: Stanley 亚马逊美国站 2 月销量同比-50.52%



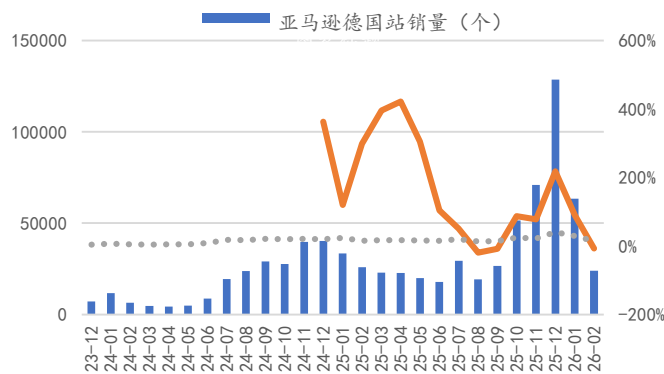
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表19: Stanley 亚马逊加拿大站 2 月销量同比-44.78%



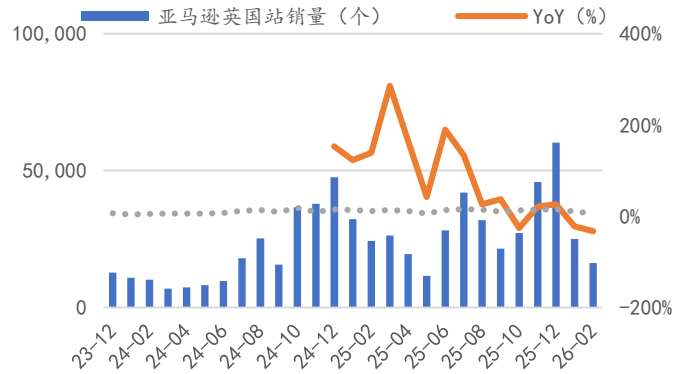
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表20: Stanley 亚马逊德国站 2 月销量同比-7.01%



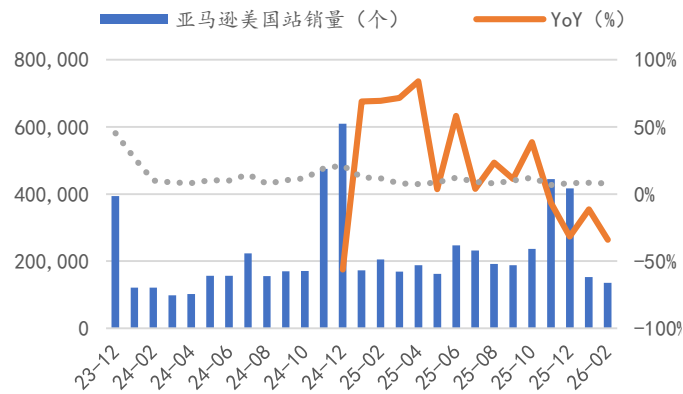
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表21: Stanley 亚马逊英国站 2 月销量同比-32.83%



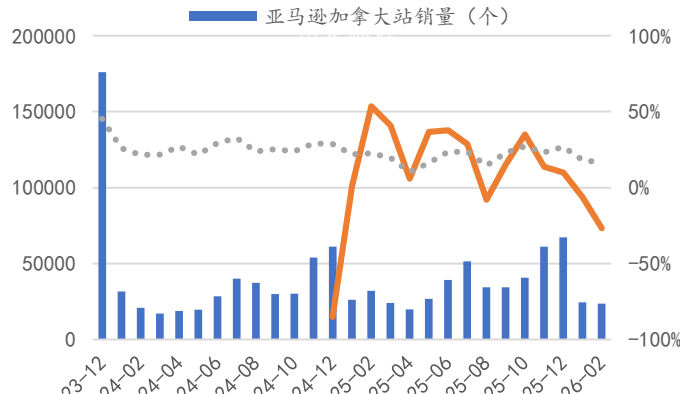
来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表22: Yeti 亚马逊美国站 2 月销量同比-34.06%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

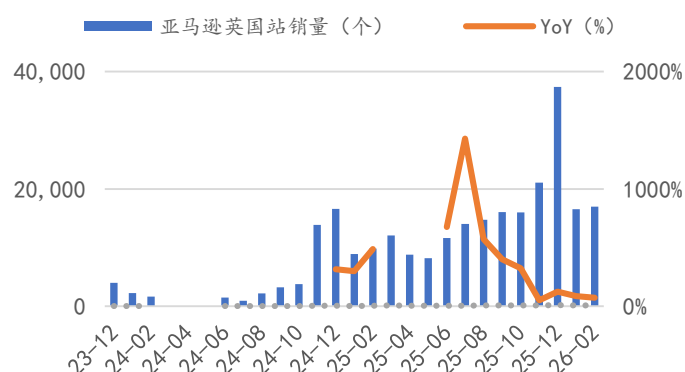
图表23: Yeti 亚马逊加拿大站 2 月销量同比-26.74%



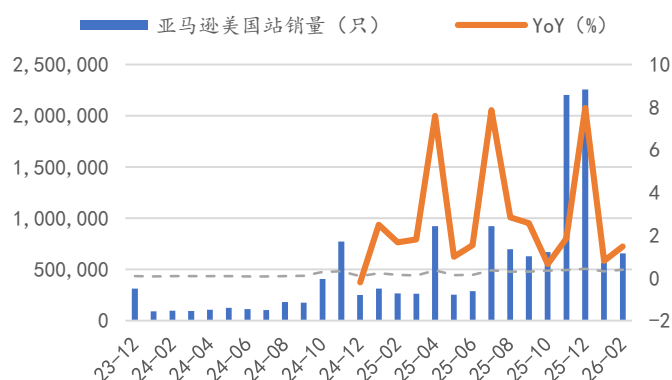
来源: Sorftime, 国金证券研究所



图表24: Yeti 亚马逊英国站 2 月销量同比+72.79%



图表25: Owala 亚马逊美国站 2 月销量同比+147.46%



来源: Sorftime, 国金证券研究所

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

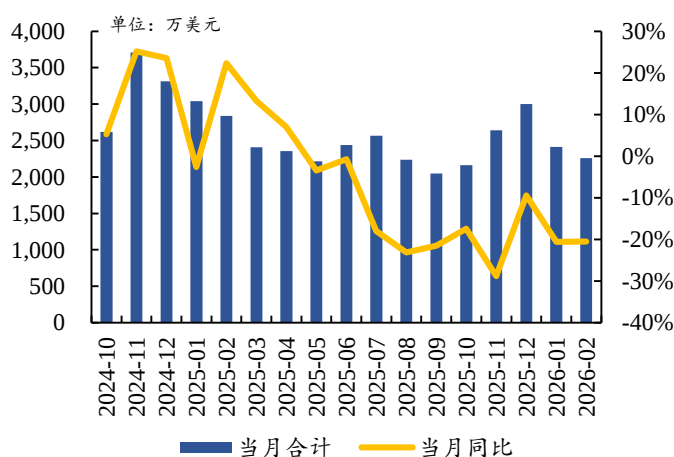
2 月, 恒林股份/傲基股份/乐歌股份亚马逊美国站 GMV 同比分别+43.4%/-5.41%/-13.1%。

致欧科技: 2 月, 亚马逊美国/英国/德国/法国站 GMV 同比分别为-20.5%/+5.2%/+8.8%/-4.6%。

图表26: 恒林股份亚马逊美国站 2 月 GMV 同比+43.4%



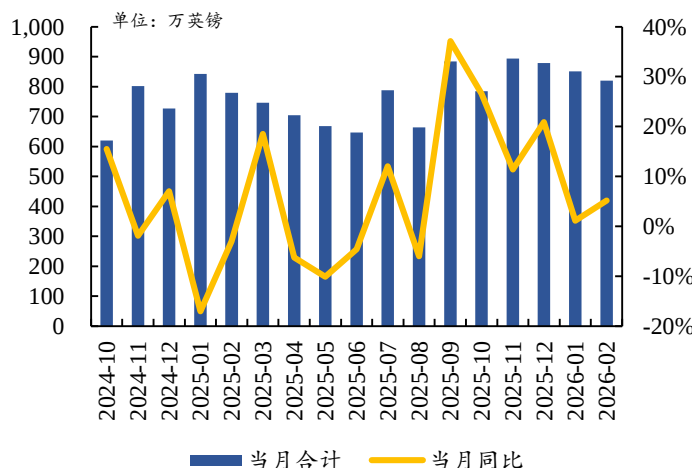
图表27: 致欧科技亚马逊美国站 2 月 GMV 同比-20.5%



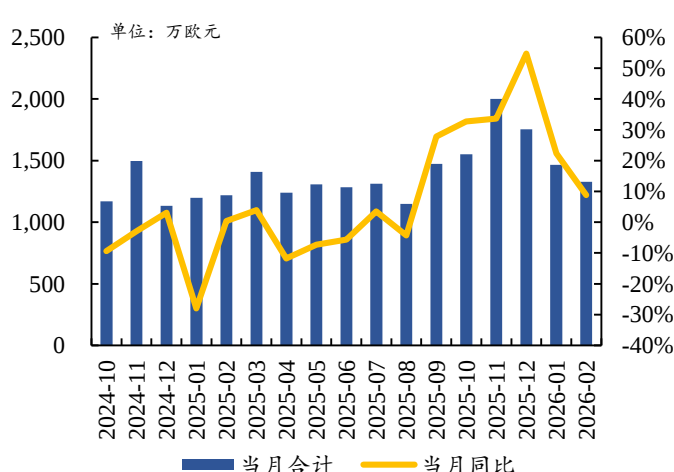
来源: Sorftime, 国金证券研究所

来源: Sorftime, 国金证券研究所

图表28: 致欧科技亚马逊英国站 2 月 GMV 同比+5.2%



图表29: 致欧科技亚马逊德国站 2 月 GMV 同比+8.8%



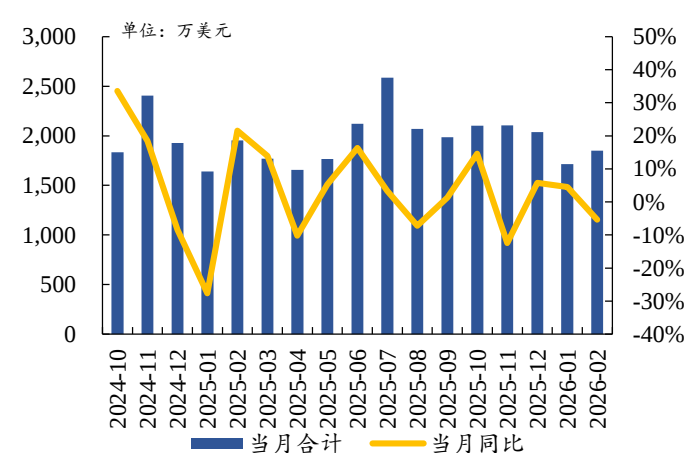
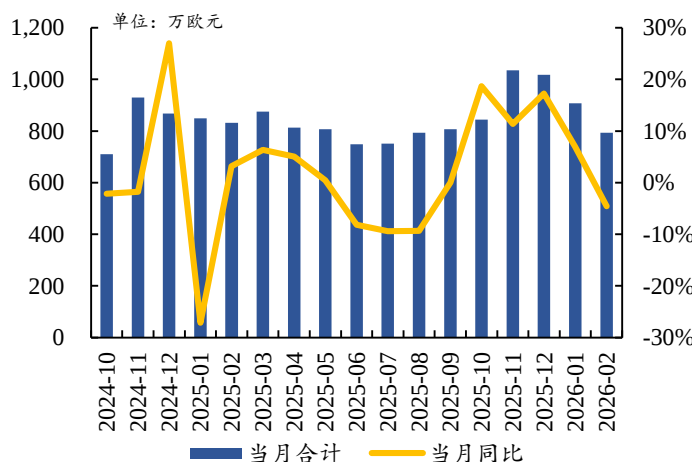


来源：Sorftime、国金证券研究所

来源：Sorftime、国金证券研究所

图表30：致欧科技亚马逊法国站2月GMV同比-4.6%

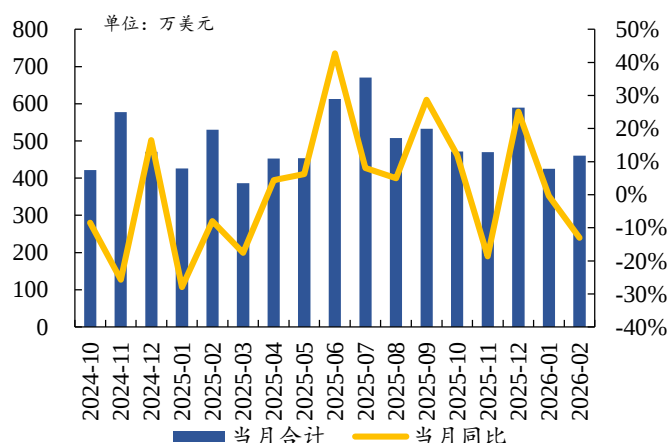
图表31：傲基股份亚马逊美国站2月GMV同比-5.4%



来源：Sorftime、国金证券研究所

来源：Sorftime、国金证券研究所

图表32：乐歌股份亚马逊美国站2月GMV同比-13.1%



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

四、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。

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。

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。

汇率大幅波动：汇率大幅波动可能会使得出口企业产生汇兑损失。

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。

外需消费不及预期：若美国消费增速不及预期，出海相关业务将受到影响。

市场推广不及预期风险：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。

存储涨价对手机等产品带来成本端压力：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。

新业务市场反响不及预期：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。



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。

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