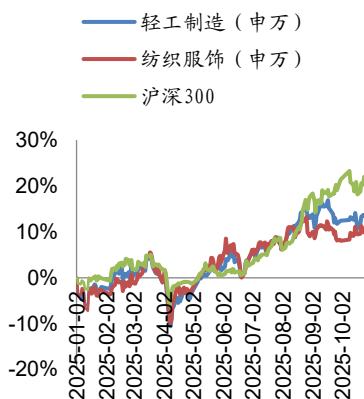


AI 玩具持续迭代，趋向功能化 IP 化

行业评级：增 持

报告日期：2025-10-26

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

《行业周报：Glo Hilo 上线新市场，积极推进全球扩张_20251019》

主要观点：

● 周专题：AI 玩具持续迭代，趋向功能化 IP 化

AI 玩具是将人工智能（对话模型、语音识别、情感计算、知识图谱等）嵌入传统玩具，赋予玩具交互、记忆与场景感知能力的产品。与传统的玩具产品相比，AI 玩具搭载大模型，可以通过语音识别合成、人脸识别、表情分析、手势识别、触觉感知与反馈、图像识别、自然语言处理、深度学习、情感分析等技术，实现玩具和人的自然、多样交互和反馈，提供个性化的学习和娱乐体验。据京东 AI 玩具白皮书研究数据分析，AI 玩具市场规模 2023 年达一百亿元以上，预计到 2030 年市场规模破千亿量级，年复合增长率 CAGR 超过 50% 以上。其中，中国 AI 玩具市场年规模预计突破十亿元，随着近几年算力指数级提升、训练成本的进一步下滑，AI 应用落地渗透率将会得到提高，推断 2030 年将进一步突破百亿规模，年复合增长率 CAGR 超过 70% 以上。

AI 玩具精准切中了当代消费者的多元化需求，其火爆核心动因主要来自“教育”和“陪伴”两大价值。随着 AI 技术快速迭代，AI 玩具从细分赛道跃升为主流消费新宠，成为覆盖儿童教育、老人关怀和单身青年情感陪伴的“沉浸式解决方案”，也从简单的指令交互向深度陪伴以及情感链接演进。

2025 年 10 月 15-17 日举办的上海中国国际玩具展览会（CTE）

上，AI 玩具成为焦点。展会上涌现了大量的“AI Kids”系列产品，主打“创意设计+智能升级”，覆盖了玩偶、潮玩、机器人等多个领域。同时 AI 和 IP 深度融合，玩具厂商正积极推动 AI 技术与成熟 IP 的结合，这不仅提升了 IP 衍生品互动性和可玩性，也借助 IP 的吸引力加速了 AI 玩具的市场渗透。

其中杭州的新锐品牌 Bibo 让人耳目一新。一方面，Bibo 玩偶外观更加时尚可爱，更拥有潮玩特性。另一方面，Bibo 的 AI 模型是自主研发，并没有接入 deepseek，豆包等 AI 大模型，它有自己的语言——bibo 语，像孩子的呀呀学语期，因此，它最初的人偶交互是以拟态语开始，更能让玩偶拥有者从头开始养成属于自己的玩偶。

2025 年上半年，国内 AI 玩具赛道完成了多起亿元级融资，其中最具有代表性的是，AI 玩具企业“跃然创新（Haivivi）”于 2025 年 8 月 25 日宣布完成 2 亿元 A 轮系列融资。本轮融资由中金资本旗下基金、红杉中国、华山资本、愉悦资本领投，招银国际等共同参投，Brizan Ventures 等老股东持续加注，质变资本担任独家财务顾问。8 月 26 日，跃然创新正式推出旗下第二代产品——全球首款搭载端到端语音模型的 AI 玩具 CocoMate 系列，新品首发阵容包括重磅 IP 奥特曼以及 Haivivi 首个原创 IP “泡泡”，该系列还将陆续上线如财神爷、塔罗猫、爱心熊等一系列角色，目标人群也将从孩子进一步延伸至成年人群体。

● 一周行情回顾

2025 年 10 月 20 日至 10 月 24 日，上证综指上涨 2.88%，深证成指上涨 4.73%，创业板指上涨 8.05%。分行业来看，申万轻工制造上涨 2.62%，相较沪深 300 指数-0.63pct，在 31 个申万一级行业指数中排名 13；申万纺织服饰上涨 0.37%，相较沪深 300 指数-2.87

pct, 在 31 个申万一级行业指数中排名 28。轻工制造行业一周涨幅前十分别为珠江钢琴(+33.01%)、联翔股份(+19.81%)、顶固集创(+18.14%)、海鸥住工(+16.87%)、天振股份(+12.17%)、新宏泽(+11.5%)、海象新材(+11.42%)、张小泉(+11.34%)、东峰集团(+10.68%)、松发股份(+10.29%)，跌幅前十分别为德力股份(-20.47%)、玉马科技(-12.23%)、群兴玩具(-11.35%)、森鹰窗业(-7.05%)、好太太(-5.67%)、蒙娜丽莎(-5.17%)、东鹏控股(-4.71%)、奥瑞金(-3.65%)、乐歌股份(-2.64%)、恒鑫生活(-2.39%)。纺织服饰行业一周涨幅前十分别为中胤时尚(+18.71%)、*ST 天创(+14.43%)、新华锦(+13.69%)、真爱美家(+12.95%)、ST 雪发(+10.89%)、洪兴股份(+10.69%)、如意集团(+10.08%)、ST 摩登(+9.7%)、哈森股份(+9.44%)、华利集团(+9.31%)，跌幅前十分别为曼卡龙(-15.04%)、莱绅通灵(-13.83%)、恒辉安防(-13.39%)、萃华珠宝(-11.4%)、云中马(-10.19%)、潮宏基(-9.91%)、万里马(-9.08%)、金发拉比(-8.92%)、莱百股份(-7.69%)、迎丰股份(-6.18%)。

● 重点数据追踪

家居数据跟踪： 1) **地产数据：** 2025 年 10 月 12 日至 10 月 19 日，全国 30 大中城市商品房成交面积 200.84 万平方米，环比 56.94%；100 大中城市住宅成交土地面积 187.45 万平方米，环比 6.72%。2025 年前九个月，住宅新开工面积 3.33 亿平方米，累计同比-18.3%；住宅竣工面积 2.22 亿平方米，累计同比-17.1%；商品房销售面积 6.58 亿平方米，累计同比-5.5%。2) **原材料数据：** 截至 2025 年 10 月 24 日，软体家居上游 TDI 现货价为 13550 元/吨，周环比 1.12%；MDI 现货价为 14400 元/吨，周环比-2.37%。3) **销售数据：** 2025 年 9 月，家具销售额为 175.6 亿元，同比 16.2%；当月家具及其零件出口金额为 467687.8 万美元，同比 0.4%；建材家居卖场销售额为 1308.38 亿元，同比-8.02%

包装造纸数据跟踪： 1) **纸浆&纸产品价格：** 截至 2025 年 10 月 24 日，针叶浆/阔叶浆/化机浆价格分别为 5511.79/4237.37/3808.33 元/吨，周环比-0.04%/-0.27%/0%；废黄板纸/废书页纸/废纯报纸价格分别为 1748.33/1672.5/2155 元/吨，周环比 2%/1.52%/2.38%；白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸价格分别为 4081/3253.75/3737.8/3030 元/吨，周环比 0.91%/0.19%/1.5%/2.76%；双铜纸/双胶纸价格分别为 4770/4731.25 元/吨，周环比-0.83%/-0.13%；生活用纸价格为 5583.33 元/吨，周环比 0%。2) **吨盈数据：** 截至 2025 年 10 月 24 日，双铜纸/双胶纸/箱板纸/白卡纸每吨毛利分别为-376.39/-447.85/395.67/-407.72 元/吨。3) **纸类库存：** 截至 2025 年 9 月 30 日，青岛港月度库存为 1379 千吨，月环比-1.64%；白卡纸/双胶纸/铜版纸月度企业库存天数分别为 14.16/17.76/20.85 天，月环比-21.72%/5.28%/3.63%；白板纸/瓦楞纸/箱板纸月度企业库存分别为 948/509.5/1036.5 千吨，月环比-1.25%/-0.2%/-0.19%；生活用纸月度企业库存为 520.3 千吨，月环比 0.54%。

纺织服饰数据跟踪： 1) **原材料：** 截至 2025 年 10 月 24 日，中国棉花价格指数:3128B 为 14803 元/吨，周环比 0.84%。截至 2025

年 10 月 23 日，Cotlook A 指数为 75.3 美分/磅，周环比 0.27%。截至 2025 年 10 月 17 日，中国粘胶短纤市场价为 13000 元/吨，周环比 0%；中国涤纶短纤市场价为 6310 元/吨，周环比-0.94%。截至 2025 年 10 月 21 日，中国长绒棉价格指数:137 为 22300 元/吨，周环比 0%；中国长绒棉价格指数:237 为 21740 元/吨，周环比 0%。截至 2025 年 10 月 23 日，内外棉差价为 804 元/吨，周环比 2.29%。**2) 销售数据：**2025 年 9 月，当月服装鞋帽、针、纺织品类零售额为 1230.5 亿元，同比 4.7%；当月服装及衣着附件出口金额为 1245325 万美元，同比-8%。

● 投资建议

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。

正文目录

1 周专题：AI 玩具持续迭代，趋向功能化 IP 化	6
2 一周行情回顾	9
3 重点数据追踪	10
3.1 家居	10
3.2 包装造纸	13
3.3 纺织服饰	16
4 行业重要新闻	18
5 公司重要公告	19
6 风险提示	20

图表目录

图表 1 AI 玩具优势分析.....	6
图表 2 中国 AI 玩具发展历程.....	6
图表 3 AI 玩具客户群体消费动因与使用场景.....	6
图表 4 中国国际玩具展览会—AI+毛绒玩具.....	7
图表 5 中国国际玩具展览会—AI+桌宠.....	7
图表 6 中国国际玩具展览会—BIBO 玩偶 1.....	8
图表 7 中国国际玩具展览会—BIBO 玩偶 2.....	8
图表 8 跃然创新 AI 玩具 COCOMATE 系列-奥特曼 IP.....	8
图表 9 跃然创新 AI 玩具 COCOMATE 系列-多重 IP 宇宙.....	8
图表 10 申万轻工制造和纺织服饰指数变化.....	9
图表 11 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.....	9
图表 12 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 (%).....	9
图表 13 A 股轻工制造行业周涨跌幅 TOP5.....	10
图表 14 A 股纺织服饰行业周涨跌幅 TOP5.....	10
图表 15 30 大中城市商品房成交面积 (万平方米).....	10
图表 16 100 大中城市住宅用地成交面积 (万平方米).....	11
图表 17 房屋住宅新开工面积累计值及同比 (万平方米, %).....	11
图表 18 房屋住宅竣工面积累计值及同比 (万平方米, %).....	11
图表 19 房屋住宅销售面积累计值及同比 (万平方米, %).....	11
图表 20 TDI、MDI 现货价 (元/吨).....	12
图表 21 当月家具社会零售额及同比变化 (亿元, %).....	13
图表 22 当月家具及其零件出口金额及同比变化 (万美元, %).....	13
图表 23 当月建材家居卖场销售额及同比变化 (亿元, %).....	13
图表 24 建材家居卖场累计销售额及累计同比变化 (亿元, %).....	13
图表 25 木浆价格变化.....	14
图表 26 废纸价格变化.....	14
图表 27 浆纸系价格.....	14
图表 28 废纸系价格.....	14
图表 29 溶解浆内盘价格指数 (元/吨).....	14
图表 30 主要纸种税后毛利 (元/吨).....	14
图表 31 青岛港木浆库存.....	15
图表 32 包装用纸企业库存.....	15
图表 33 生活用纸企业库存.....	16
图表 34 文化用纸企业库存.....	16
图表 35 中国棉花价格指数: 3128B (元/吨).....	16
图表 36 COTLOOK A 指数 (美分/磅).....	16
图表 37 中国:市场价:粘胶短纤:国内主要轻纺原料市场 (元/吨).....	17
图表 38 中国:市场价:涤纶短纤:国内主要轻纺原料市场 (元/吨).....	17
图表 39 中国长绒棉价格走势 (元/吨).....	17
图表 40 内外棉价走势 (元/吨).....	17
图表 41 当月服装鞋帽、针、纺织品类社会零售额及同比变化 (亿元, %).....	17
图表 42 当月服装及衣着附件出口金额及同比变化 (万美元, %).....	17

1 周专题：AI 玩具持续迭代，趋向功能化 IP 化

AI 玩具是将人工智能（对话模型、语音识别、情感计算、知识图谱等）嵌入传统玩具，赋予玩具交互、记忆与场景感知能力的产品。与传统的玩具产品相比，AI 玩具搭载大模型，可以通过语音识别合成、人脸识别、表情分析、手势识别、触觉感知与反馈、图像识别、自然语言处理、深度学习、情感分析等技术，实现玩具和人的自然、多样交互和反馈，提供个性化的学习和娱乐体验。据京东 AI 玩具白皮书研究数据分析，AI 玩具市场规模 2023 年达一百亿元以上，预计到 2030 年市场规模破千亿量级，年复合增长率 CAGR 超过 50% 以上。其中，中国 AI 玩具市场年规模预计突破十亿元，随着近几年算力指数级提升、训练成本的进一步下滑，AI 应用落地渗透率将会得到提高，推断 2030 年将进一步突破百亿规模，年复合增长率 CAGR 超过 70% 以上。

图表 1 AI 玩具优势分析

优势	说明
多模态交互	AI 玩具能够通过语音、图像、动作等多种方式进行交互。
情感理解和反馈	AI 玩具可以识别用户的情感状态并根据用户的情绪提供适当的反馈和建议。通过对用户行为的学习，AI 玩具能够不断改进与用户的互动方式，提供更加个性化的服务。
智能学习和适应	AI 玩具不仅能根据用户的需求进行智能推荐，还能根据用户的习惯和行为进行自我学习，持续优化功能和内容。

资料来源：前瞻研究院，华安证券研究所

图表 2 中国 AI 玩具发展历程

时间	阶段特征	内容解读
2020 年及以前	技术探索期	语音识别、自然语言处理等 AI 技术初步应用于儿童教育硬件，如早教机、故事机，但功能限于单向指令响应（如语音点播故事），交互能力弱。上游以进口芯片和海外 IP 授权为主，本土企业集中于代工生产。
2020 年-2023 年	市场萌芽期	语音识别、自然语言处理等 AI 技术初步应用于儿童教育硬件，如早教机、故事机，但功能限于单向指令响应（如语音点播故事），交互能力弱。上游以进口芯片和海外 IP 授权为主，本土企业集中于代工生产。
2024 年-至今	高速发展期	多模态交互、视觉识别、动作感应成为中高端产品标配，大模型落地，字节跳动“显眼包”接入火山引擎大模型。2024 年“人工智能+”行动计划推动 AI 与制造业融合，2025 年政策强调“深化应用”，支持大模型技术落地智能终端。

资料来源：前瞻研究院，华安证券研究所

AI 玩具精准切中了当代消费者的多元化需求，其火爆核心动因主要来自“教育”和“陪伴”两大价值。随着 AI 技术快速迭代，AI 玩具从细分赛道跃升为主流消费新宠，成为覆盖儿童教育、老人关怀和单身青年情感陪伴的“沉浸式解决方案”，也从简单的指令交互向深度陪伴以及情感链接演进。现代经济的快速发展，使得社会情感陪伴需求持续增长，儿童群体心理压力指数上升，独居老人数量增加，年轻人在社交、职场面临压力也有所增大，AI 玩具所提供的情感陪伴等功能将有利于解决社会痛点，不同定位的产品适配各年龄层的用户群体，客户群体购买和使用 AI 玩具的目的及场景各有所侧重。

图表 3 AI 玩具客户群体消费动因与使用场景

消费群体	消费动因	使用场景
------	------	------

Z世代父母	科学育儿：AI陪伴和启蒙教育；科技启蒙：探索早教新方式	陪聊答疑，亲子互动，娱乐玩学
单身成年	情感陪伴需求：寻找心理慰藉和陪伴；养成感：追求情绪价值，满足养成体验感；兴趣娱乐驱动：追求新玩法、新产品；自我放松：通过人机互动来消遣解压	独自在家时与AI玩具说话，AI给予鼓励安慰和个性化回应，根据用户情绪调整对话风格；睡前让AI玩具陪伴身旁，触摸获得疗愈、治愈的心理反馈；电子搭子和伙伴，闲暇时间对话互动
老年人	陪伴需求；健康安全：期待具备提醒吃药、测量健康指标等功能，保障独居生活和身体健康；子女实时了解老人的最新动态	电子老友：机器人通过语音、表情回应，丰富老人日常，提醒规律作息；私人医生：配备健康传感器的AI设备，记录自己的运动、血压等，在需要时一键呼叫子女或医生；远程陪伴：子女通过手机App查看机器人与老人的对话记录或视频通话定制个性玩法
Z世代潮玩用户	社交符号；IP内容喜爱，具备收藏价值和乐趣	
学生	减压陪伴；趣味学习	学习过程中使用AI玩具解疑答惑

资料来源：京东AI玩具白皮书，华安证券研究所

2025年10月15-17日举办的上海中国国际玩具展览会（CTE）上，AI玩具成为焦点。展会上涌现了大量的“AI Kids”系列产品，主打“创意设计+智能升级”，覆盖了玩偶、潮玩、机器人等多个领域。同时AI和IP深度融合，玩具厂商正积极推动AI技术与成熟IP的结合，这不仅提升了IP衍生品互动性和可玩性，也借助IP的吸引力加速了AI玩具的市场渗透。厂商不再满足于简单的“能对话”，而是开始深挖垂直场景，例如，针对早教市场的产品强化了多轮对话和个性化学习路径；针对陪伴市场的产品则更注重模拟“情绪感知”和“有温度”的交流。目前，中国市场上的AI玩具变现模式主要为商品销售收入一次性买断制，变现手法较为单一，目前尚未建立起持续、长期的商业模式。未来，当AI玩具生态不断丰富后，或许会诞生其他的收入来源和模式，比如商业化广告收入、订阅收入、课程售卖软件收入、配件等相关衍生品收入等等。

图表4 中国国际玩具展览会—AI+毛绒玩具



资料来源：AI玩具知识库，华安证券研究所

图表5 中国国际玩具展览会—AI+桌宠



资料来源：AI玩具知识库，华安证券研究所

其中杭州的新锐品牌Bibo让人耳目一新。一方面，Bibo玩偶外观更加时尚可爱，更拥有潮玩特性。且Bibo拥有类似lovot的产品设计风格，把全景相

机放在头顶，眼睛会跟随你的目光，头部可转动，具有较强互动性。另一方面，Bibo 的 AI 模型是自主研发，并没有接入 deepseek，豆包等 AI 大模型，它有自己的语言——bibo 语，像孩子的呀呀学语期，因此，它最初的人偶交互是以拟态语开始，更能让玩偶拥有者从头开始养成属于自己的玩偶。

图表 6 中国国际玩具展览会—Bibo 玩偶 1



资料来源：AI 玩具知识库，华安证券研究所

图表 7 中国国际玩具展览会—Bibo 玩偶 2



资料来源：AI 玩具知识库，华安证券研究所

2025 年上半年，国内 AI 玩具赛道完成了多起亿元级融资，其中最具代表性的是，AI 玩具企业“跃然创新（Haivivi）”于 2025 年 8 月 25 日宣布完成 2 亿元 A 轮系列融资。本轮融资由中金资本旗下基金、红杉中国、华山资本、愉悦资本领投，招银国际等共同参投，Brizan Ventures 等老股东持续加注，质变资本担任独家财务顾问。募集资金将用于公司系列新品的研发、人才梯队建设以及市场渠道拓展。2024 年 6 月，其率先将大模型引入玩具领域，推出全球首款 AI 玩具 BubblePal，定义了 AI 玩具品类，BubblePal 一经推出便受到市场广泛追捧，上线首月售出超万台。跃然创新也正式获得由权威数据机构艾瑞颁发的“中国 AI 玩具线上销量第一品牌”市场地位认定。8 月 26 日，跃然创新正式推出旗下第二代产品——全球首款搭载端到端语音模型的 AI 玩具 CocoMate 系列，依托于革命性的端到端技术，CocoMate 拥有更丰富的交互表现力和更强的拟人化情感能力，并支持多重唤醒、主题卡游戏、聊天室等多种模式，有望再次定义 AI 玩具行业技术新范式。新品首发阵容包括重磅 IP 奥特曼以及 Haivivi 首个原创 IP “泡泡”，该系列还将陆续上线如财神爷、塔罗猫、爱心熊等一系列角色，目标人群也将从孩子进一步延伸至成年人群体。

图表 8 跃然创新 AI 玩具 CocoMate 系列-奥特曼 IP



资料来源：极客公园，华安证券研究所

图表 9 跃然创新 AI 玩具 CocoMate 系列-多重 IP 宇宙

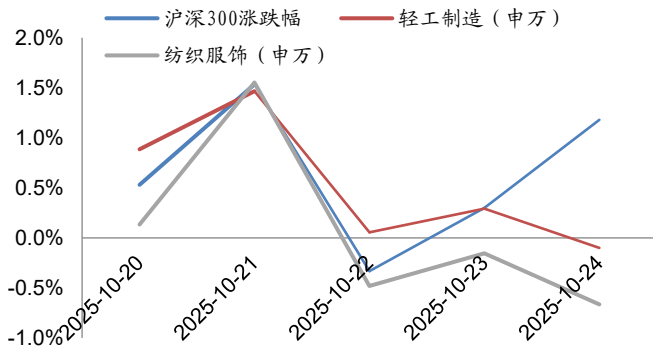


资料来源：极客公园，华安证券研究所

2 一周行情回顾

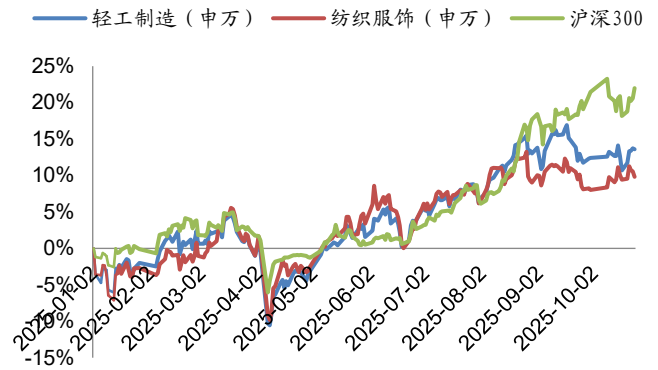
2025年10月20日至10月24日，上证综指上涨2.88%，深证成指上涨4.73%，创业板指上涨8.05%。分行业来看，申万轻工制造上涨2.62%，相较沪深300指数-0.63pct，在31个申万一级行业指数中排名13；申万纺织服饰上涨0.37%，相较沪深300指数-2.87pct，在31个申万一级行业指数中排名28。

图表 10 申万轻工制造和纺织服饰指数变化



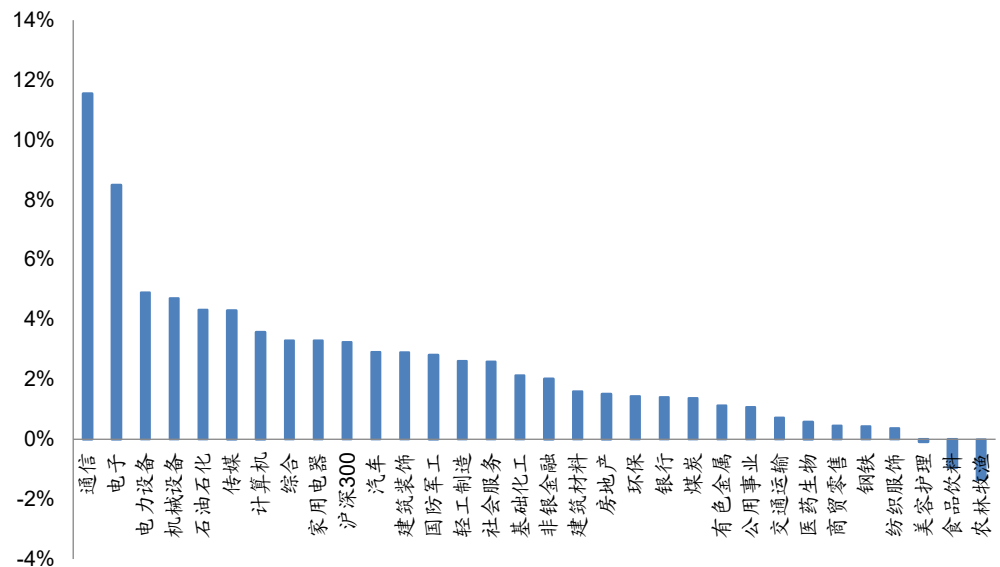
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 11 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 12 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珠江钢琴(+33.01%)、联翔股份(+19.81%)、顶固集创(+18.14%)、海鸥住工(+16.87%)、天振股份(+12.17%)、新宏泽(+11.5%)、海象新材(+11.42%)、张小泉(+11.34%)、东峰集团(+10.68%)、松发股份(+10.29%)，跌幅前十分别为德力股份(-20.47%)、玉马科技(-12.23%)、群兴玩具(-11.35%)、森鹰窗业(-7.05%)、好太太(-5.67%)、蒙娜丽莎(-5.17%)、东鹏控股(-4.71%)、奥瑞金(-3.65%)、乐歌股份(-2.64%)、恒鑫生活(-2.39%)。

图表 13 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	002678.SZ	珠江钢琴	33.01	1	002571.SZ	德力股份	-20.47
2	603272.SH	联翔股份	19.81	2	300993.SZ	玉马科技	-12.23
3	300749.SZ	顶固集创	18.14	3	002575.SZ	群兴玩具	-11.35
4	002084.SZ	海鸥住工	16.87	4	301227.SZ	森鹰窗业	-7.05
5	301356.SZ	天振股份	12.17	5	603848.SH	好太太	-5.67

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中胤时尚(+18.71%)、*ST 天创(+14.43%)、新华锦(+13.69%)、真爱美家(+12.95%)、ST 雪发(+10.89%)、洪兴股份(+10.69%)、如意集团(+10.08%)、ST 摩登(+9.7%)、哈森股份(+9.44%)、华利集团(+9.31%)，跌幅前十分别为曼卡龙(-15.04%)、莱绅通灵(-13.83%)、恒辉安防(-13.39%)、萃华珠宝(-11.4%)、云中马(-10.19%)、潮宏基(-9.91%)、万里马(-9.08%)、金发拉比(-8.92%)、莱百股份(-7.69%)、迎丰股份(-6.18%)。

图表 14 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	300901.SZ	中胤时尚	18.71	1	300945.SZ	曼卡龙	-15.04
2	603608.SH	*ST 天创	14.43	2	603900.SH	莱绅通灵	-13.83
3	600735.SH	新华锦	13.69	3	300952.SZ	恒辉安防	-13.39
4	003041.SZ	真爱美家	12.95	4	002731.SZ	萃华珠宝	-11.40
5	002485.SZ	ST 雪发	10.89	5	603130.SH	云中马	-10.19

资料来源：wind，华安证券研究所

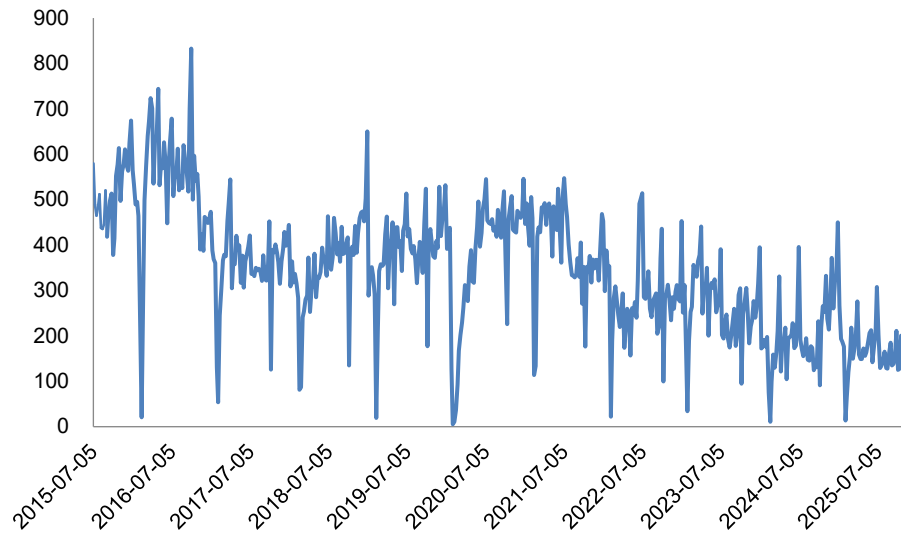
3 重点数据追踪

3.1 家居

地产数据：2025 年 10 月 12 日至 10 月 19 日，全国 30 大中城市商品房成交面积 200.84 万平方米，环比 56.94%；100 大中城市住宅成交土地面积 187.45 万平方米，环比 6.72%。2025 年前九个月，住宅新开工面积 3.33 亿平方米，累计同比-18.3%；住宅竣工面积 2.22 亿平方米，累计同比-17.1%；商品房销售面积 6.58 亿平方米，累计同比-5.5%。

图表 15 30 大中城市商品房成交面积（万平方米）

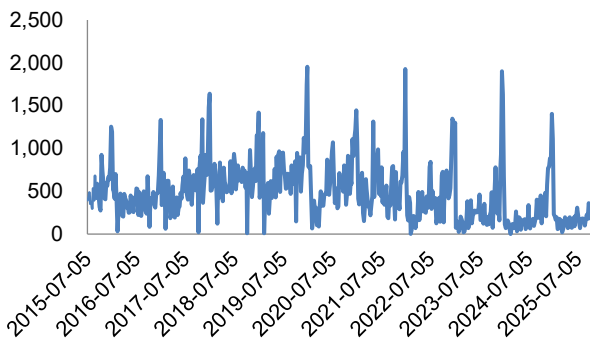
30大中城市:商品房成交面积:当周值



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 16 100 大中城市住宅用地成交面积 (万平方米)

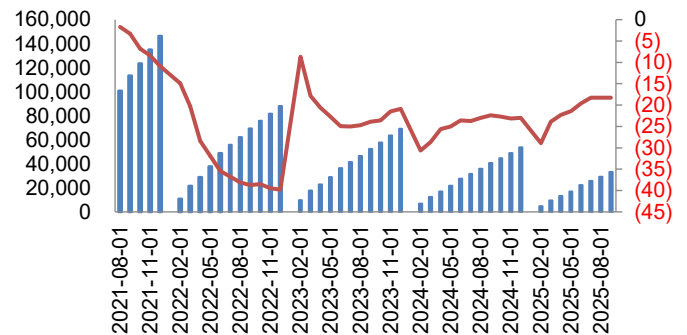
100大中城市:成交土地占地面积:住宅类用地:
住宅用地:当周值



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 17 房屋住宅新开工面积累计值及同比 (万平方米, %)

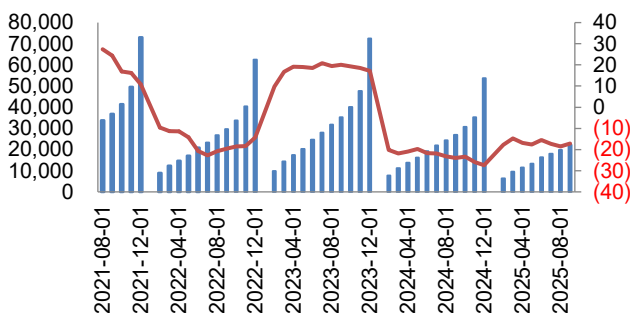
房屋新开工面积:住宅:累计值 (万平方米)-左轴
房屋新开工面积:住宅:累计同比 (%) -右轴



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 18 房屋住宅竣工面积累计值及同比 (万平方米, %)

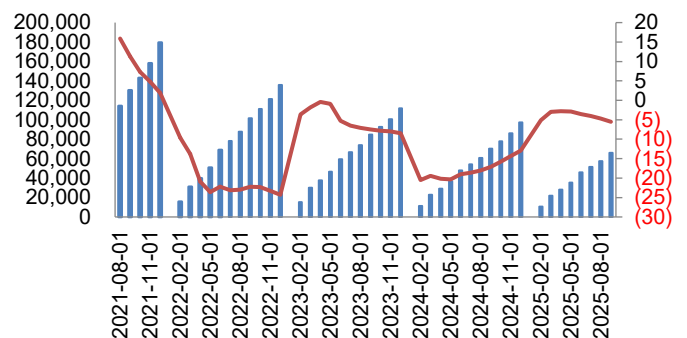
房屋竣工面积:住宅:累计值 (万平方米)-左轴
房屋竣工面积:住宅:累计同比 (%) -右轴



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 19 房屋住宅销售面积累计值及同比 (万平方米, %)

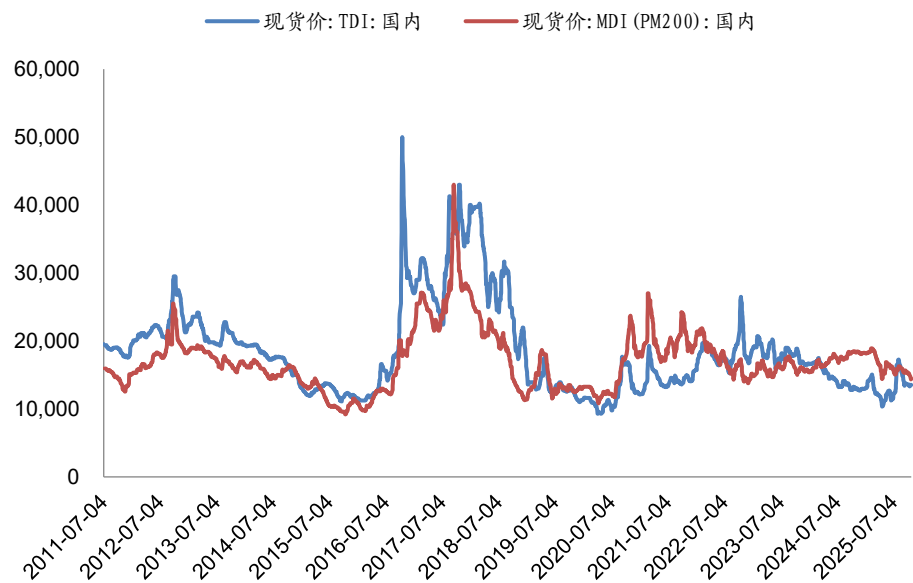
商品房销售面积:累计值 (万平方米)-左轴
商品房销售面积:累计同比 (%) -右轴



资料来源: wind, 华安证券研究所

原材料数据：截至 2025 年 10 月 24 日，软体家居上游 TDI 现货价为 13550 元/吨，周环比 1.12%；MDI 现货价为 14400 元/吨，周环比-2.37%。

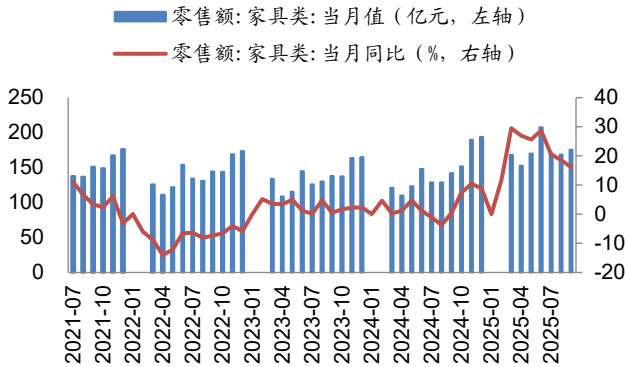
图表 20 TDI、MDI 现货价（元/吨）



资料来源：wind，华安证券研究所

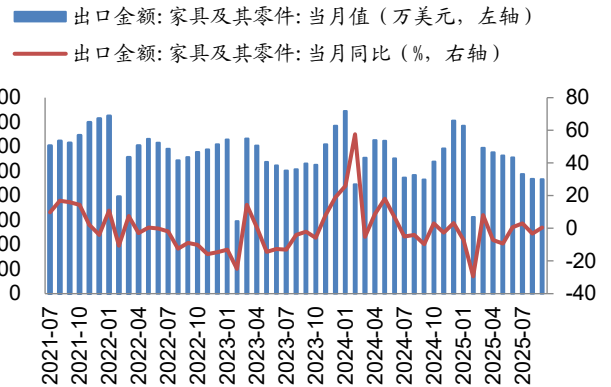
销售数据：2025 年 9 月，家具销售额为 175.6 亿元，同比 16.2%；当月家具及其零件出口金额为 467687.8 万美元，同比 0.4%；建材家居卖场销售额为 1308.38 亿元，同比-8.02%。

图表 21 当月家具社会零售额及同比变化 (亿元, %)



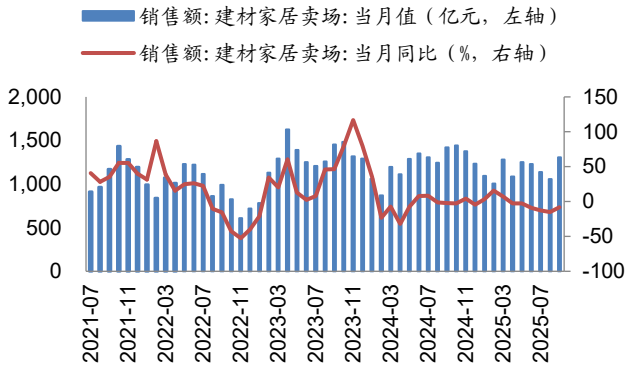
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 22 当月家具及其零件出口金额及同比变化 (万美元, %)



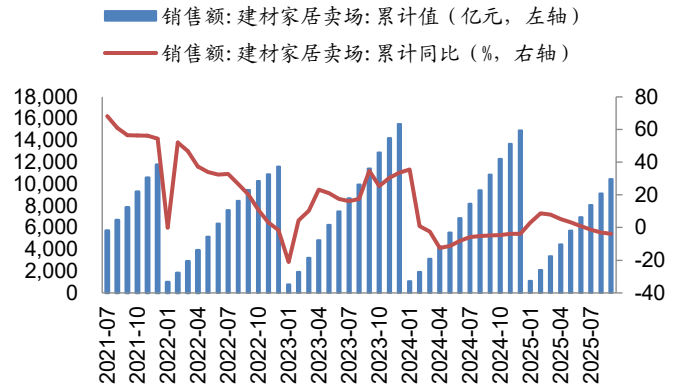
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 23 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 24 建材家居卖场累计销售额及累计同比变化 (亿元, %)

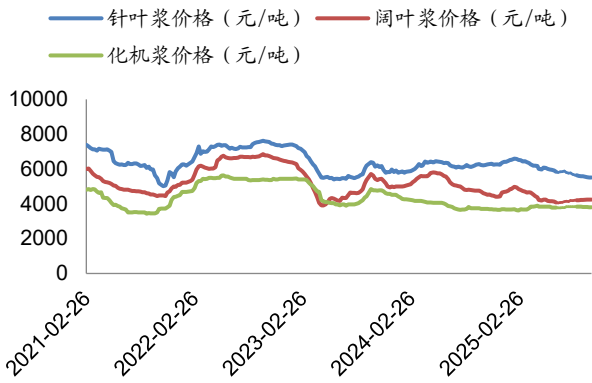


资料来源: wind, 华安证券研究所

3.2 包装造纸

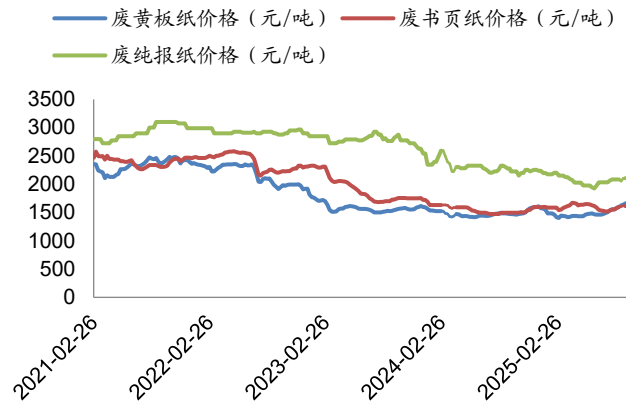
纸浆&纸产品价格: 截至 2025 年 10 月 24 日, 针叶浆/阔叶浆/化机浆价格分别为 5511.79/4237.37/3808.33 元/吨, 周环比-0.04%/-0.27%/0%; 废黄板纸/废书页纸/废纯报纸价格分别为 1748.33/1672.5/2155 元/吨, 周环比 2%/1.52%/2.38%; 白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸价格分别为 4081/3253.75/3737.8/3030 元/吨, 周环比 0.91%/0.19%/1.5%/2.76%; 双铜纸/双胶纸价格分别为 4770/4731.25 元/吨, 周环比-0.83%/-0.13%; 生活用纸价格为 5583.33 元/吨, 周环比 0%。

图表 25 木浆价格变化



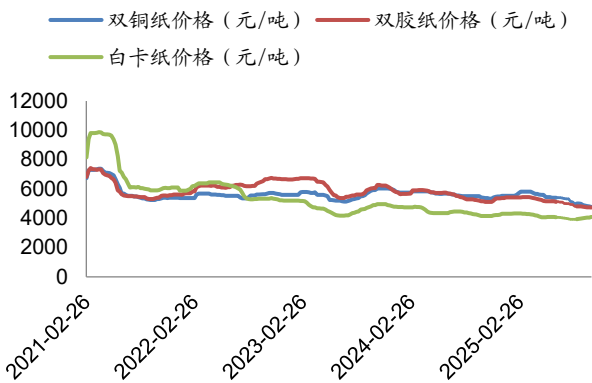
资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

图表 26 废纸价格变化



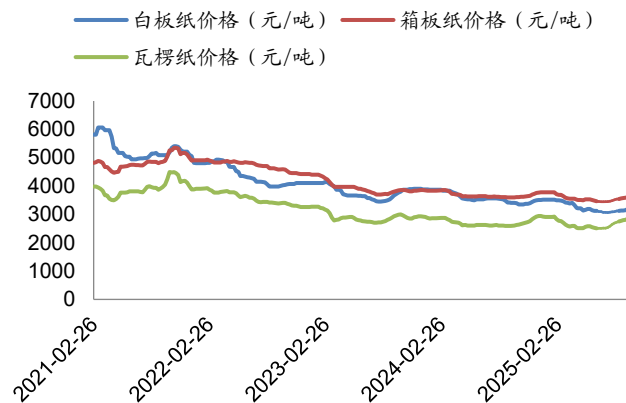
资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

图表 27 浆纸系价格



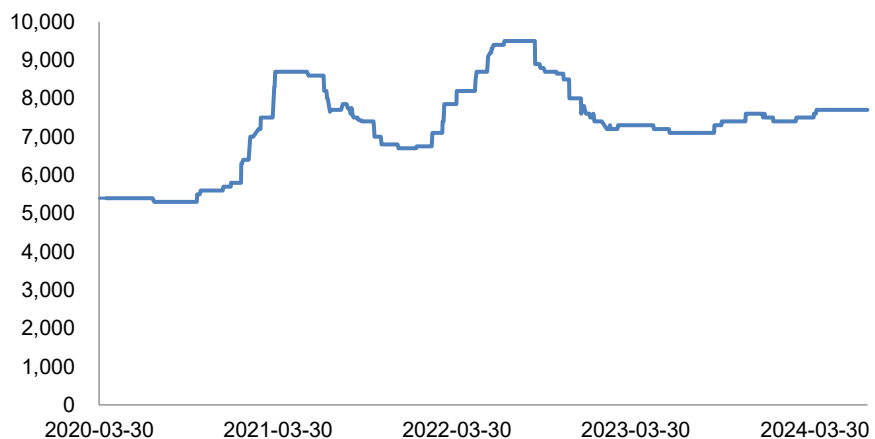
资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

图表 28 废纸系价格



资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

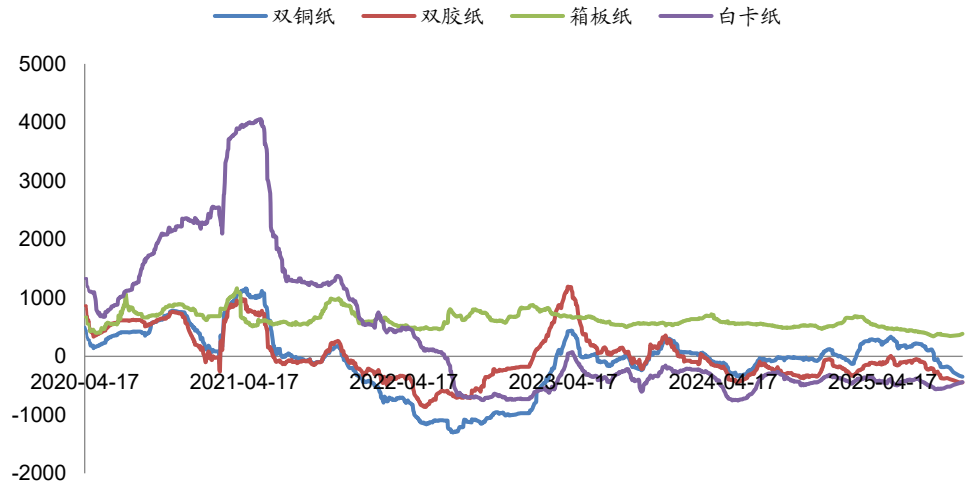
图表 29 溶解浆内盘价格指数 (元/吨)



资料来源：wind，华安证券研究所

吨盈数据：截至 2025 年 10 月 24 日，双铜纸/双胶纸/箱板纸/白卡纸每吨毛利分别为-376.39/-447.85/395.67/-407.72 元/吨。

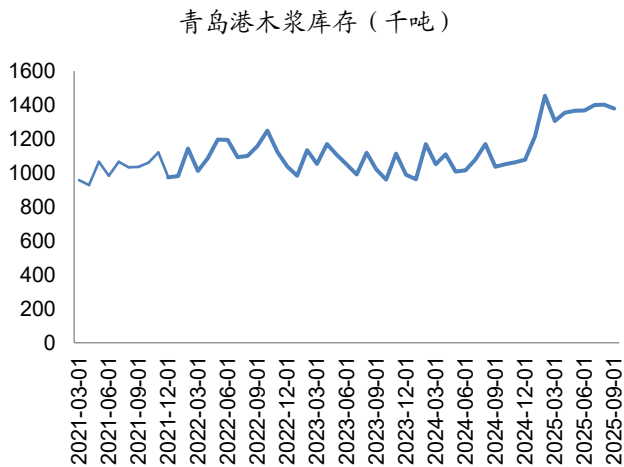
图表 30 主要纸种税后毛利 (元/吨)



资料来源：wind，华安证券研究所

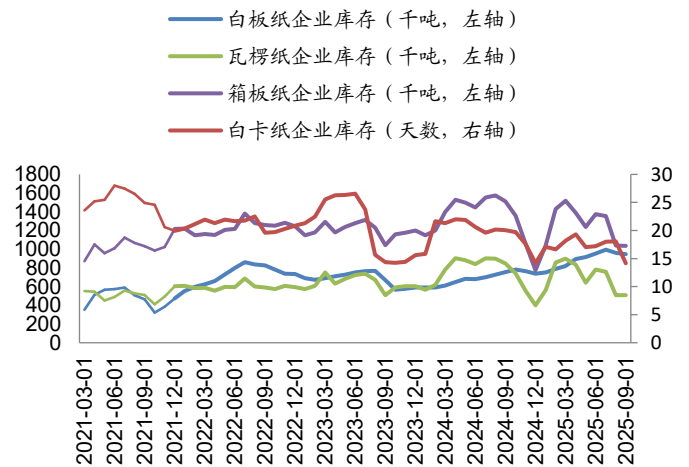
纸类库存：截至 2025 年 9 月 30 日，青岛港月度库存为 1379 千吨，月环比-1.64%；白卡纸/双胶纸/铜版纸月度企业库存天数分别为 14.16/17.76/20.85 天，月环比-21.72%/5.28%/3.63%；白板纸/瓦楞纸/箱板纸月度企业库存分别为 948/509.5/1036.5 千吨，月环比-1.25%/-0.2%/-0.19%；生活用纸月度企业库存为 520.3 千吨，月环比 0.54%。

图表 31 青岛港木浆库存



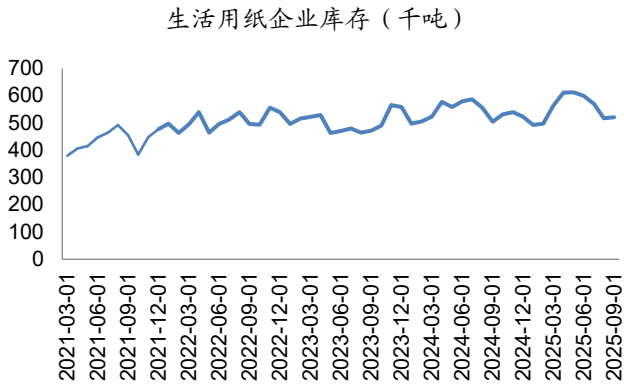
资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

图表 32 包装用纸企业库存



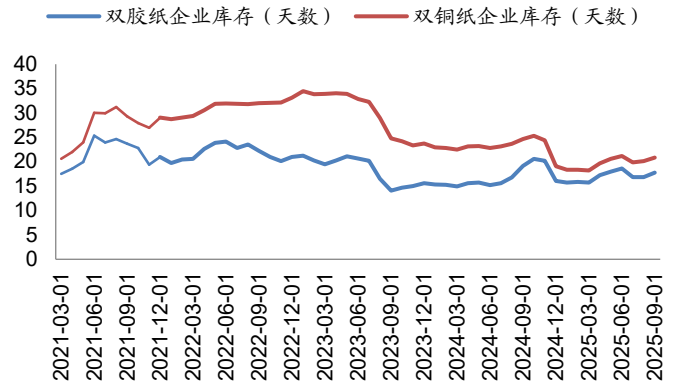
资料来源：卓创资讯，华安证券研究所

图表 33 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 34 文化用纸企业库存

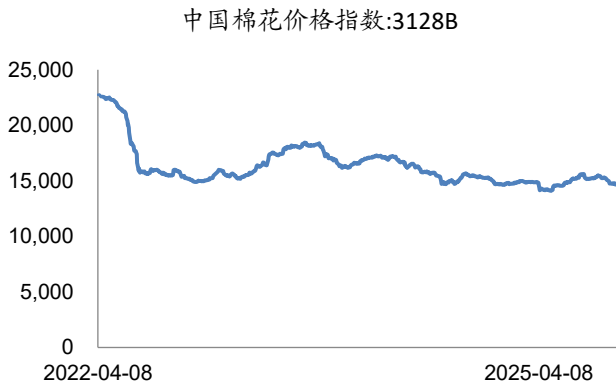


资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

3.3 纺织服饰

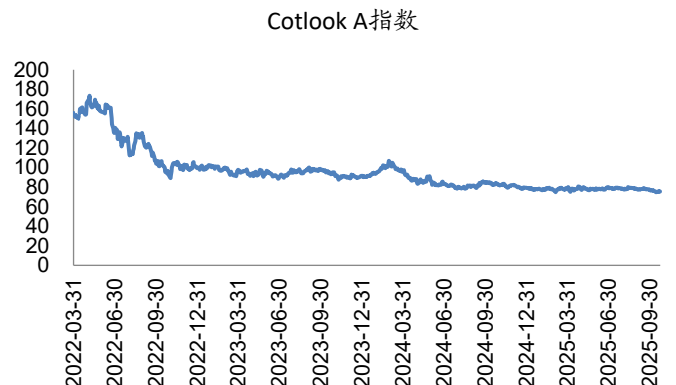
原材料: 截至 2025 年 10 月 24 日, 中国棉花价格指数:3128B 为 14803 元/吨, 周环比 0.84%。截至 2025 年 10 月 23 日, Cotlook A 指数为 75.3 美分/磅, 周环比 0.27%。截至 2025 年 10 月 17 日, 中国粘胶短纤市场价为 13000 元/吨, 周环比 0%; 中国涤纶短纤市场价为 6310 元/吨, 周环比-0.94%。截至 2025 年 10 月 21 日, 中国长绒棉价格指数:137 为 22300 元/吨, 周环比 0%; 中国长绒棉价格指数:237 为 21740 元/吨, 周环比 0%。截至 2025 年 10 月 23 日, 内外棉差价为 804 元/吨, 周环比 2.29%。

图表 35 中国棉花价格指数: 3128B (元/吨)



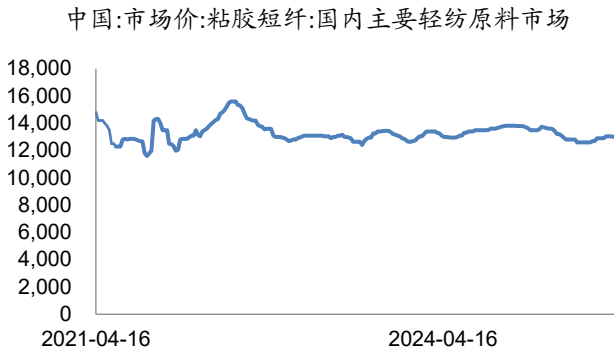
资料来源: wind, 全国棉花交易市场, 华安证券研究所

图表 36 Cotlook A 指数 (美分/磅)



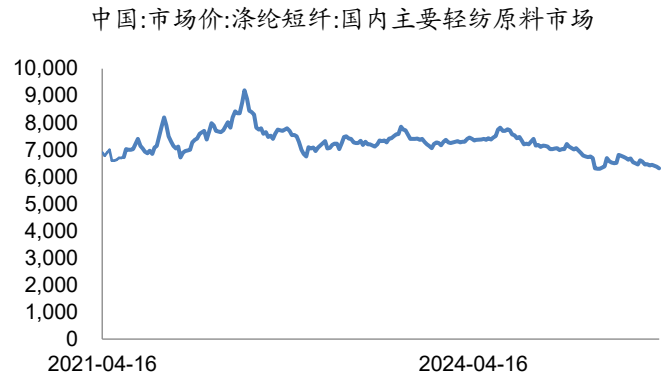
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 37 中国:市场价:粘胶短纤:国内主要轻纺原料市场 (元/吨)



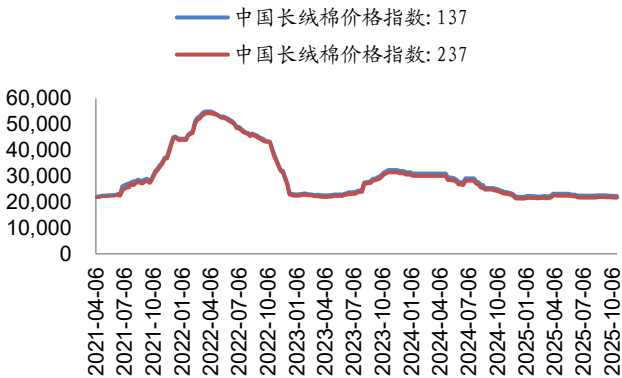
资料来源: wind, 锦桥纺织网, 华安证券研究所

图表 38 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 39 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

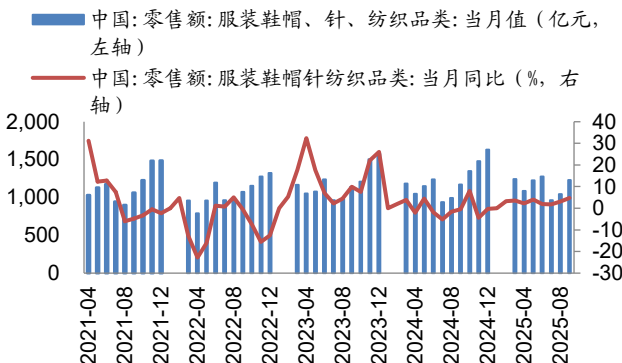
图表 40 内外棉价走势 (元/吨)



资料来源: wind, 中国棉花信息网, 华安证券研究所

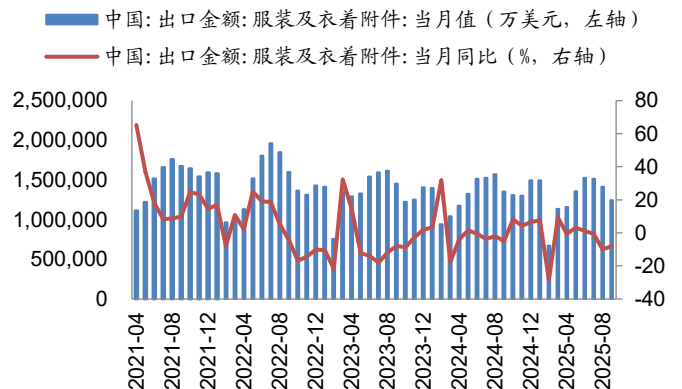
销售数据: 2025 年 9 月, 当月服装鞋帽、针、纺织品类零售额为 1230.5 亿元, 同比 4.7%; 当月服装及衣着附件出口金额为 1245325 万美元, 同比-8%。

图表 41 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 42 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： 2024 年中国智能宠物用品市场规模达百亿元，专利布局加速推进（2025-10-22）

从像素块造型到 AI 伴侣，电子宠物成为了现代人情感寄托的新载体，其背后是正在崛起的千亿级“情绪经济”市场。在人工智能技术与相关专利的支撑下，电子宠物催生出了一条规模可观的新经济赛道。

国庆期间，电商平台数据显示，除了外出游玩目的地，电子宠物的搜索量也大幅激增。许多消费者被电子宠物新颖的互动形式与情感陪伴功能吸引，纷纷下单购买。从线上到线下，不少大型商场也陆续设置电子宠物体验区，让消费者能亲身体验这些可爱宠物的魅力，进一步推动电子宠物市场走向火爆。

艾瑞咨询发布的《2024 年中国宠物行业研究报告》显示，2024 年中国智能宠物用品市场规模约为 102 亿元，占宠物用品行业总量的五分之一。作为情感计算的重要载体，电子宠物正迎来前所未有的发展机遇。

（2） 纺织服装周刊： 波司登牵头成立高端纺织知识产权与标准协同创新联盟（2025-10-22）

知识产权的竞争就是未来发展的竞争，标准制定权就是行业话语权。在全球纺织产业格局深刻变革之际，我国高端纺织产业正迎来从“跟跑”到“并跑”乃至“领跑”的历史性机遇。

10 月 16 日，作为 2025 苏州科技时尚周系列活动之一的“高端纺织产业融合科技高机能穿戴装备领域知识产权与标准协同创新联盟”成立大会在波司登总部召开。作为联盟发起与牵头单位，波司登携手政企学研各方力量，搭建起“知识产权共享、标准协同制定、产学研用联动”的创新生态平台，为中国高端纺织产业破解发展瓶颈、抢占全球竞争制高点按下“加速键”。

大会由常熟市市场监督管理局主办，波司登羽绒服装有限公司承办，中知高德知识产权运营管理（苏州）有限公司协办。来自高校院所专家、纺织服装企业和知识产权服务机构的 120 余位代表齐聚一堂，共商产业协同创新大计。

中国纺织业处于由“大”到“强”的转型关键期，面临着诸多挑战和痛点。波司登股份有限公司董事长高晓东坦言，知识产权布局分散、标准体系不完善、创新资源割裂等痛点，制约着产业向高端迈进。破解这些难题绝非单一企业可为，必须构建“创新链、产业链、标准链、价值链”深度融合的生态体系。

作为深耕羽绒服领域 49 年、连续 30 年中国市场销量领先的行业领军企业，波司登携手各方发起成立联盟，致力于打造“科技创新与标准制定同频共振、高校研发与企业转化无缝衔接”的产业生态，有效促进创新资源优化配置，加速科技成果转化应用，让创新技术真正转化为产业竞争力。

（3） 纸业网： 包装纸最高上调 150 元/吨 纸板涨幅最高达 5%（2025-10-24）

10 月底来临，国内包装纸厂启动新一轮涨价计划，部分高端纸种涨幅最高达 150 元/吨。成本重压之下，纸板涨价函纷至沓来，单次最高涨幅达 5%。相较于前几月，无论是纸厂还是纸板厂，其涨价的主动性与传导力度明显增强。

近日，山鹰纸业发布调价函，其福建、广东、华中、浙江、安徽、吉林基地即将上调原纸价格，涨幅为 30 元/吨-150 元/吨。此外，河南、山东、广东、

福建、浙江、江苏等多地纸厂相继跟涨。显然，一场新的原纸涨价潮正在逐步形成。

山鹰纸业销售有限公司：自 10 月 25 日起，福建基地紫杉，红杉系，瓦纸系上调 50 元/吨。山鹰纸业销售有限公司：自 10 月 25 日起，广东基地金杉、红杉、T 纸、瓦纸上调 50 元/吨，华中基地 T 纸、瓦纸上调 50-100 元/吨，红杉 II 上调 150 元/吨；10 月 27 日起，浙江基地金杉上调 100 元/吨，红杉上调 50 元/吨。安徽基地银杉 190 克以上上调 50 元/吨，红杉上调 50 元/吨；自 10 月 29 日起，吉林基地瓦纸上调 30 元/吨。

（4）腾讯网：中共中央新闻发布会 | 《建议》明确“十五五”时期经济社会发展主要目标（2025-10-24）

中共中央 24 日上午举行新闻发布会，介绍和解读党的二十届四中全会精神。中央财办分管日常工作的副主任、中央农办主任韩文秀介绍，《建议》明确“十五五”时期经济社会发展主要目标，主要包括七个方面：一是高质量发展取得显著成效，二是科技自立自强水平大幅提高，三是进一步全面深化改革取得新突破，四是社会文明程度明显提升，五是人民生活品质不断提高，六是美丽中国建设取得新的重大进展，七是国家安全屏障更加巩固。

5 公司重要公告

（1）恒鑫生活:2025 年三季度报告（2025-10-23）

公司发布 2025 年第三季度报告，2025 年前三季度实现营业收入 13.84 亿元，同比增长 19.49%；实现归母净利润 1.85 亿元，同比增长 14.12%。单季度来看，2025 年第三季度实现营业收入 5.13 亿元，同比增长 20.65%；实现归母净利润 0.60 亿元，同比增长 3.93%。

（2）顾家家居:关于持股 5%以上股东部分股份被司法拍卖的结果公告（2025-10-25）

截至本公告披露日，杭州德烨嘉俊企业管理有限公司（由顾家集团有限公司变更名称而来，以下简称“杭州德烨”）持有顾家家居股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）88,471,483 股股票，占本公司总股本的 10.77%，TB Home Limited（以下简称“TB Home”）持有本公司 41,176,766 股股票，占本公司总股本的 5.01%。杭州德烨及 TB Home 累计持有本公司 129,648,249 股股票，占本公司总股本的 15.78%。上述股份目前均处于冻结状态。

杭州德烨本次被司法拍卖的股票数量为 13,894,961 股，占其所持有本公司股数的 15.71%，占本公司总股本的 1.69%。截至拍卖结束，本次股份司法拍卖已撤回。

TB Home 本次被司法拍卖的股票数量为 14,508,700 股，占其所持有本公司股数的 35.24%，占本公司总股本的 1.77%。截至拍卖结束，本次股份司法拍卖竞价成功，成交金额人民币 380,858,000 元。竞价成功的司法拍卖后续仍涉及缴纳竞价成交价余款、办理股权过户等相关手续，其最终结果存在一定的不确定性。公司将密切关注该事项的进展情况，并按照相关规定及时履行信息披露义务。

TB Home 不是公司控股股东，其所持股份被司法拍卖不会导致公司控制权变更，亦不会对公司正常生产经营活动产生影响。

根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 15 号——股东及董事、高级管理人员减持股份》的相关规定，本次司法拍卖股份受让方在受让后 6 个月内不得减持。

（3）开润股份:关于调整公司 2022 年限制性股票激励计划的公告（2025-10-25）

安徽开润股份有限公司（以下简称“公司”“本公司”）于 2025 年 10 月 24 日召开第四届董事会三十一次会议审议通过了《关于调整公司 2022 年限制性股票激励计划股票授予价格的议案》《关于调整公司 2022 年限制性股票激励计划有效期的议案》，根据《上市公司股权激励管理办法》（以下简称“《管理办法》”）、公司《2022 年限制性股票激励计划（草案修订稿）》（以下简称“《激励计划》”或“本次激励计划”）等规定和公司 2022 年第四次临时股东大会的授权，董事会同意将本次激励计划授予价格由 7.14 元/股调整为 6.98 元/股。同时，董事会拟将公司 2022 年限制性股票激励计划有效期从“自限制性股票授予日起至激励对象获授的限制性股票全部归属或作废失效之日止，最长不超过 36 个月”调整为“自限制性股票授予日起至激励对象获授的限制性股票全部归属或作废失效之日止，最长不超过 38 个月”。

（4）众鑫股份:关于使用部分闲置募集资金购买理财产品到期赎回的公告（2025-10-25）

浙江众鑫环保科技集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2024 年 10 月 27 日召开第一届董事会第十八次会议和第一届监事会第十三次会议，审议通过《关于使用暂时闲置的募集资金进行现金管理的议案》，同意公司（含子公司）使用不超过 30,000 万元（含 30,000 万元）的暂时闲置募集资金进行现金管理，用于购买安全性高、流动性好的保本型理财产品或存款类产品（包括但不限于结构性存款、定期存款、大额存单以及大额可转让存单等），有效期自董事会审议通过之日起 12 个月内有效，在额度内可以循环滚动使用。在上述额度、期限范围内，董事会授权公司董事长签署相关合同文件，具体事项由公司财务部负责组织实施。公司监事会对上述事项发表了明确同意意见、保荐机构已对该事项发表明确无异议的核查意见。具体情况详见公司于 2024 年 10 月 29 日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及指定信息披露媒体上披露的《浙江众鑫环保科技集团股份有限公司关于使用暂时闲置的募集资金进行现金管理的公告》。

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。

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。