

6 月线上消费仍然偏弱；上游部分价格回落

轻工行业数据月报 2022-06

核心观点综述：

► **轻工消费品：**伴随着上海解封后的商业复苏，各个渠道都在降价促销，6.18 的吸引力反而有所下降。根据久谦中台统计的 6 月天猫平台销售情况：护肤类产品实现销售额 152.62 亿元，同比下滑了 20%，个护清洁类产品实现销售额 46.28 亿元，同比下滑了 14%；住宅家具类产品实现销售额 119.65 亿元，同比下滑了 17%；生活用纸类产品实现销售额 28.23 亿元，同比下滑了 0.2%；珠宝饰品类产品实现销售额 24.11 亿元，同比增长了 31%；文具教育类产品实现销售额 19.68 亿元，同比下滑了 18%；眼镜类产品实现销售额 6.5 亿元，同比下滑了 21.2%。

► **造纸产业链：**木浆价格持续在高位震荡，针叶浆 6 月均价环比上涨了 1.11%，但双胶纸价格持续下探，6 月均价环比下跌了 0.65%，而生活用纸 6 月均价环比上涨 1.12%。而废纸系纸种因为需求较为疲软，价格持续回落，箱板纸 6 月均价环比下跌了 0.16%。

► **原材料端：**6 月纤维板价格略有提升，而胶合板价格略有下降，对于定制家居行业而言，仍存在成本端压力。软体家居方面，6 月以来，TDI、MDI 价格均有不同程度的上涨，但从年初以来 TDI、MDI 价格涨跌互现，其中，MDI 下跌幅度高于 TDI 上涨幅度，软体成本端有所缓解。金属包装方面，铝材、马口铁价格月内略微下滑。其他原材料方面，6 月原油价格下跌了 7.77%，塑料 ABS 价格下跌了 3.1%，BDI 指数则下跌了 12.7%。汇率方面，人民币与美元的汇率相对稳定。

投资建议：

随着 6 月上海的正式解封，各个渠道都在降价引客，6.18 大促的吸引力反而有所下降。除珠宝饰品类产品保持增长外，其余品类 6 月天猫平台的销售额均出现了一定幅度的下滑，行业整体依然有压力。整体来看，龙头公司依然交出了不错的成绩，我们认为在目前的商业环境下，龙头公司有望持续受益于自身的能力，行业集中度也将向龙头公司聚集。继续推荐这些行业中的销售表现较好龙头公司。**华西轻工推荐组合：**欧派家居、顾家家居、瑞尔特、晨光文具、贝泰妮、珀莱雅、周大生。

风险提示

1) 国内疫情蔓延导致消费需求下降；2) 原材料价格持续大幅上涨；3) 行业竞争格局恶化。

评级及分析师信息

行业评级：推荐

行业走势图



分析师：徐林锋

邮箱：xulf@hx168.com.cn

SAC NO: S1120519080002

分析师：戚志圣

邮箱：qizs@hx168.com.cn

SAC NO: S1120519100001

分析师：杨维维

邮箱：yangww@hx168.com.cn

SAC NO: S1120520080001

研究助理：宋姝旺

邮箱：songsw@hx168.com.cn

SAC NO:

正文目录

1. 轻工消费品：多品类销售额同比下滑，龙头公司表现较好	4
1.1. 护肤品销售额下滑，珀莱雅表现靓丽	5
1.2. 家具销售同比下滑，瑞尔特保持高速增长	7
1.3. 生活用纸类产品销售额微跌	8
1.4. 珠宝首饰消费增长，黄金饰品增速较快	8
1.5. 其他家用轻工：文具与眼镜类产品降幅收窄	9
2. 轻工产业链：多数纸类产品价格略有下滑，原材料价格高位震荡	10
3. 本月观点	14
4. 风险提示	14

图表目录

图 1 轻工消费品重点公司数据跟踪（天猫销售）	4
图 2 护肤&个护清洁类产品天猫销售额（百万元）	5
图 3 护肤&个护清洁类产品细分品类天猫销售额	5
图 4 珀莱雅品牌护肤品天猫销售额（百万元）	6
图 5 彩棠品牌彩妆产品天猫销售额（百万元）	6
图 6 薇诺娜品牌护肤品天猫销售额（百万元）	6
图 7 佰草集品牌护肤品天猫销售额（百万元）	6
图 8 玉泽品牌护肤品天猫销售额（百万元）	6
图 9 住宅家具产品天猫销售额（百万元）	7
图 10 住宅家具类产品细分品类天猫销售额	7
图 11 顾家家居住宅家具产品天猫销售额（百万元）	7
图 12 喜临门住宅家具产品天猫销售额（百万元）	7
图 13 慕思住宅家具产品天猫销售额（百万元）	8
图 14 瑞尔特智能坐便器天猫销售额（千元）	8
图 15 生活用纸类产品天猫销售额（百万元）	8
图 16 各公司家庭清洁类产品天猫销售额	8
图 17 珠宝首饰类产品天猫销售额（百万元）	9
图 18 各品牌天猫平台销售额（百万元）	9
图 19 文具类产品天猫销售额（百万元）	9
图 20 各品牌天猫销售额（百万元）	9
图 21 功能眼镜类商品天猫销售额（百万元）	10
图 22 光学眼镜类商品分品类天猫销售额（百万元）	10
图 23 明月镜片眼镜类产品天猫销售额（百万元）	10
图 24 国产废纸价格走势（元/吨）	11
图 25 国内针叶浆/阔叶浆市场价格走势（元/吨）	11
图 26 双胶纸价格走势（元/吨）	11
图 27 双铜纸价格走势（元/吨）	11
图 28 白卡纸价格走势（元/吨）	11
图 29 生活用纸价格走势（元/吨）	11
图 30 箱板纸价格走势（元/吨）	12
图 31 瓦楞纸价格走势（元/吨）	12
图 32 主要纸种价格趋势	12
图 33 纤维板期货价格走势（元/张）	13
图 34 胶合板期货价格走势（元/张）	13
图 35 海绵主要原材料 TDI 价格走势（元/吨）	13
图 36 海绵主要原材料 MDI 价格走势（元/吨）	13
图 37 镀锡板卷价格走势（元/吨）	13
图 38 铝价格走势（元/吨）	13
图 39 主要原材料价格趋势	14

1. 轻工消费品：多品类销售额同比下滑，龙头公司表现较好

图 1 轻工消费品重点公司数据跟踪（天猫销售）

单位：百万元	2021年10月	2021年11月	2021年12月	2022年1月	2022年2月	2022年3月	2022年4月	2022年5月	2022年6月
化妆品：									
珀莱雅									
珀莱雅护肤品	177.00	901.00	186.00	149.00	123.00	271.00	156.00	206.00	359.00
YOY	61.0%	144.0%	76.0%	63.0%	48.0%	112.0%	34.0%	55.0%	18.0%
彩棠彩妆	3.27	82.34	34.64	24.43	17.93	23.12	17.36	18.48	75.44
YOY	-67.0%	187.0%	82.0%	8.5%	-34.0%	68.0%	-7.1%	99.0%	169.0%
贝泰妮（薇诺娜）									
薇诺娜护肤品	252.00	1958.00	131.00	124.00	92.00	243.00	136.00	110.00	424.00
YOY	178.0%	210.0%	51.0%	72.0%	36.0%	115.0%	19.0%	1.2%	1.6%
上海家化									
佰草集护肤品	13.03	84.06	23.21	12.76	9.59	20.35	6.54	9.71	17.74
YOY	13.0%	38.0%	72.0%	17.0%	18.0%	42.0%	-37.0%	-40.0%	-52.0%
玉泽护肤品	23.00	400.00	39.00	31.00	27.00	47.00	23.00	25.00	35.00
YOY	-18.0%	81.0%	-30.0%	-10.0%	-53.0%	-52.0%	-50.0%	-52.0%	-81.0%
巨子生物									
可复美医疗美容	17.00	110.00	23.00	12.00	13.00	27.00	28.00	24.00	122.00
YOY	49.0%	266.0%	179.0%	-25.0%	-14.0%	9.0%	-20.0%	33.0%	5.7%
可丽金护肤品	4.38	31.19	5.59	9.32	10.84	17.68	10.91	6.34	21.35
YOY	198.0%	296.0%	-11.0%	686.0%	607.0%	612.0%	349.0%	-5.7%	228.0%
家装建材：									
瑞尔特									
瑞尔特	0.79	4.54	2.92	1.35	0.71	2.70	3.12	3.55	13.22
YOY	122.0%	737.0%	541.0%	472.0%	354.0%	557.0%	758.0%	846.0%	1802.3%
住宅家具：									
顾家家居									
顾家家居	58.70	389.80	96.90	44.70	29.20	70.30	90.00	115.00	251.00
YOY	-27.0%	93.0%	0.5%	0.1%	14.0%	36.0%	19.0%	114.0%	12.0%
喜临门									
喜临门	84.00	485.00	128.00	58.00	24.00	69.00	95.00	62.00	298.00
YOY	-66.0%	71.0%	54.0%	26.0%	-55.0%	-28.0%	247.0%	64.0%	2.9%
慕思									
慕思	33.90	292.10	76.40	42.80	20.20	43.50	41.60	40.10	132.90
YOY	-52.0%	59.0%	-34.0%	-30.0%	-30.0%	-30.0%	-8.5%	-11.0%	-15.0%
家庭清洁：									
维达									
维达	300.00	614.00	192.00	196.00	142.00	202.00	182.00	195.00	392.00
YOY	8.5%	-4.4%	24.0%	20.0%	24.0%	-2.4%	2.4%	5.8%	0.9%
得宝	50.00	169.00	36.00	44.00	34.00	43.00	42.00	41.00	86.00
YOY	-10.0%	37.0%	19.0%	35.0%	1.1%	-1.2%	23.0%	35.0%	-7.0%
恒安									
心相印	126.00	267.00	107.00	100.00	72.00	115.00	104.00	115.00	188.00
YOY	-7.5%	-0.3%	11.0%	1.7%	-6.0%	13.0%	18.0%	20.0%	5.3%
七度空间	42.00	100.00	35.00	26.00	24.00	48.00	32.00	28.00	54.00
YOY	7.3%	-8.4%	6.2%	1.5%	23.0%	-1.5%	40.0%	5.7%	10.0%
中顺洁柔（洁柔品牌）									
中顺洁柔	228.00	399.00	162.00	138.00	98.00	153.00	117.00	130.00	222.00
YOY	35.0%	8.8%	40.0%	14.0%	14.0%	8.4%	-0.6%	9.0%	1.8%
珠宝首饰：									
周大生									
周大生	32.00	280.00	86.00	72.00	57.00	54.00	76.00	70.00	93.00
YOY	2.6%	190.0%	22.0%	11.0%	8.5%	15.0%	27.0%	0.1%	-1.2%
周大福									
周大福	68.00	351.00	198.00	189.00	167.00	91.00	63.00	132.00	227.00
YOY	15.0%	83.0%	19.0%	9.2%	17.0%	-26.0%	-22.0%	1.7%	18.0%
周生生									
周生生	35.00	249.00	54.00	124.00	96.00	79.00	52.00	104.00	220.00
YOY	-3.2%	83.0%	19.0%	9.2%	17.0%	-26.0%	-22.0%	2.5%	34.0%
文具教育：									
晨光文具									
晨光文具	119.00	127.00	112.00	97.00	124.00	113.00	61.00	80.00	96.00
YOY	6.7%	-7.6%	0.6%	20.0%	34.0%	-13.0%	-47.0%	-24.0%	-26.0%
得力文具									
得力文具	160.00	165.00	146.00	108.00	148.00	133.00	101.00	120.00	150.00
YOY	0.9%	-12.0%	-1.7%	-5.0%	22.0%	-31.0%	-42.0%	-28.0%	-22.0%
眼镜装饰：									
明月镜片									
明月镜片	4.28	10.58	4.72	4.03	4.06	4.85	3.44	3.64	7.10
YOY	1.4%	17.0%	-18.0%	-14.0%	-28.0%	-0.3%	-16.0%	-17.0%	-13.0%

资料来源：久谦中台，华西证券研究所

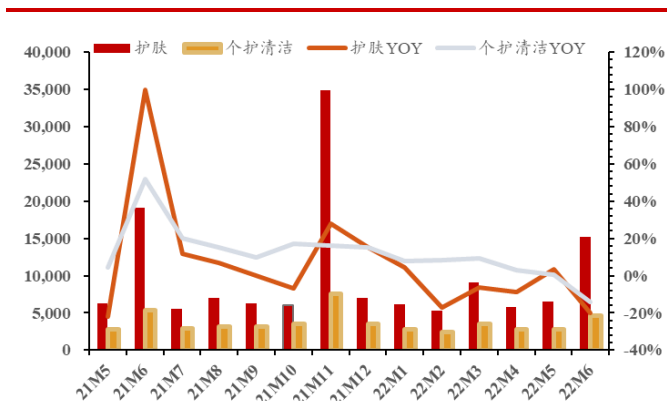
1.1. 护肤品销售额下滑，珀莱雅表现靓丽

2022年6月，在天猫平台，护肤类产品销售额达到了152.62亿元，同比下滑了20%。个护清洁类产品销售额达到了46.28亿元，同比下滑了14%。6月护肤类产品销售额下滑，主要是因为6.18大促的影响力有所下降的缘故。

分具体品类来看：

面部护理依然是护肤品类里销售额最高的品类，6月实现了销售额127.87亿元，同比下滑了18%；防晒产品实现销售12.56亿元，同比下滑了24%；眼部护理产品实现销售额8.39亿元，同比下滑了37%；男士护肤产品实现了销售额3.15亿元，同比下滑了21%。唇部护理产品实现了销售额0.64亿元，同比下滑了39%。个护清洁类产品里，头发护理实现了销售额23.67亿元，同比下滑了12%，身体护理实现了销售额13.25亿元，同比下滑了17%。

图2 护肤&个护清洁类产品天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图3 护肤&个护清洁类产品细分品类天猫销售额

品类	6月天猫平台销售额（亿元）	6月销售额涨跌幅
护肤类产品：	152.62	-20.0%
面部护理	127.87	-18.0%
防晒产品	12.56	-24.0%
眼部护理	8.39	-37.0%
男士护肤	3.15	-21.0%
唇部护理	0.64	-39.0%
个护清洁类产品：	46.28	-14.0%
头发护理	23.67	-12.0%
身体护理	13.25	-17.0%

资料来源：久谦中台，华西证券研究所

分具体品牌来看：

珀莱雅旗下珀莱雅品牌的护肤类产品实现了3.59亿元销售额，同比提升了18%，销量达到了162.9万件，同比下滑了18%。而彩妆香水类产品整体实现了900万元，同比下滑了43%。彩棠品牌的彩妆类产品实现了7544万销售额，同比提升了169%。

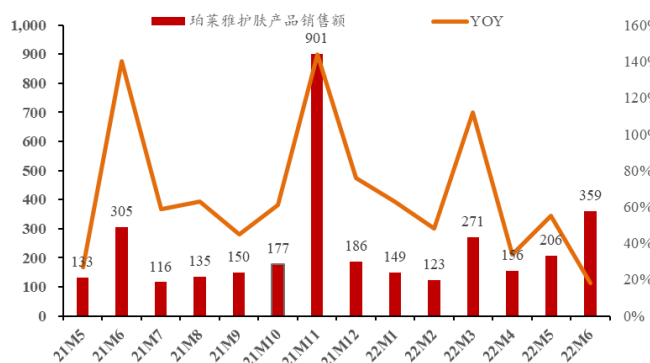
贝泰妮旗下薇诺娜品牌的护肤类产品实现了4.24亿元销售额，同比提升了1.6%，销量达到了231.4万件，同比提升了12%。

上海家化旗下佰草集品牌的护肤产品实现了约1770万元销售额，同比下滑了52.4%，而玉泽品牌的护肤产品则实现了约4000万元销售额，同比下滑了79.4%。

巨子生物旗下的可复美医疗美容产品实现了1.22亿元销售额，同比提升了5.7%，可丽金的护肤产品实现了2135万元销售额，同比提升了228%。

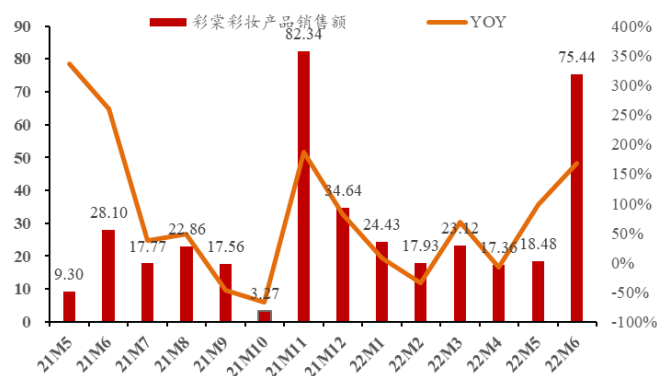
外资品牌里，雅诗兰黛的护肤品产品实现了7.88亿元销售额，同比下滑了11%。SK-II的护肤品产品实现了2.8亿元销售额，同比下滑了14%。

图4 珀莱雅品牌护肤品天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图5 彩棠品牌彩妆产品天猫销售额（百万元）



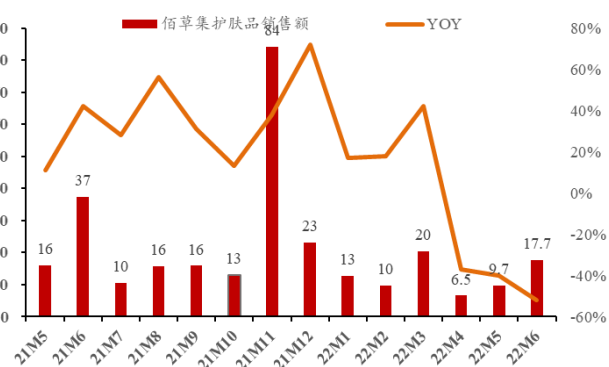
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图6 薇诺娜品牌护肤品天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图7 佰草集品牌护肤品天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图8 玉泽品牌护肤品天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

1.2. 家具销售同比下滑，瑞尔特保持高速增长

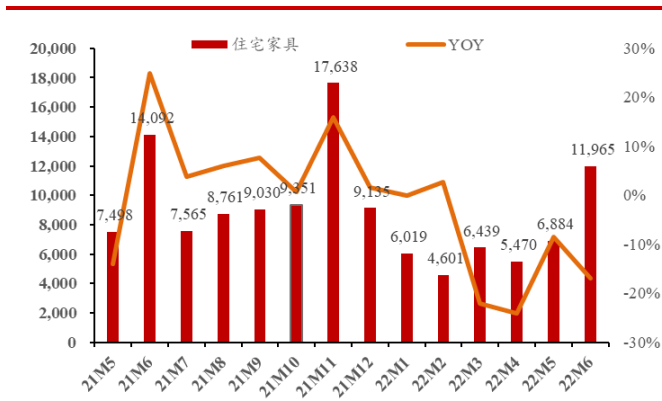
2022 年 6 月，天猫平台住宅家具类产品实现销售额 119.65 亿元，同比下滑了 11.6%，降幅相较于 5 月有所扩大。其中柜子类产品实现销售额 19.28 亿元，同比下滑了 20%；沙发类产品实现销售额 20.68 亿元，同比下滑了 7%；床类产品实现销售额 21.52 亿元，同比下滑 11%；桌子类产品实现销售额 12.68 亿元，同比下滑了 22%；儿童家具实现销售额 9.99 亿元，同比下滑了 32%；床垫类产品实现销售额 13.51 亿元，同比下滑了 15%。智能坐便器实现了销售额 4.72 亿元，同比下滑了 32%。

分具体品牌看：

顾家家居的住宅家具产品实现了销售额 2.21 亿元，同比增长了 12%；喜临门的住宅家具产品实现了销售额 2.98 亿元，同比增长了 2.9%；慕思的住宅家具产品实现了销售额 1.22 亿元，同比下滑了 15%。

瑞尔特的智能坐便器实现了销售额 1190 万元，同比增长了 4624%；壁挂式坐便器实现了销售额 104.7 万元，同比增长了 802%；而普通坐便器仅实现了销售额 6.5 万元；卫浴水箱实现销售额接近 10.3 万元。

图 9 住宅家具产品天猫销售额（百万元）



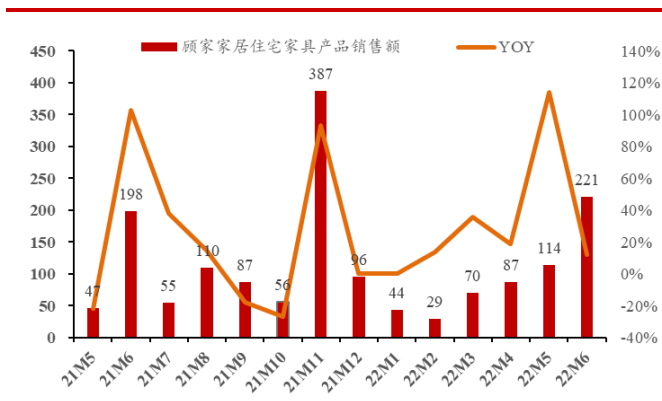
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 10 住宅家具类产品细分品类天猫销售额

6月天猫平台销售额 (百万元)		6月销售额涨跌幅
住宅家具：		
柜子	1928	-20.0%
沙发	2068	-7.0%
床	2152	-11.0%
床垫	1351	-15.0%
卫浴家装：		
智能坐便器	472	-32.0%

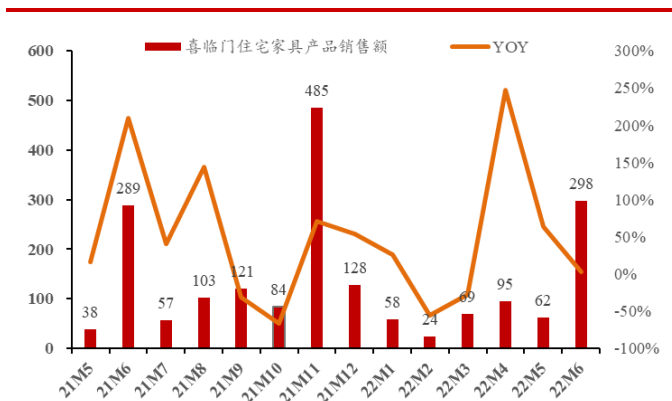
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 11 顾家家居住宅家具产品天猫销售额（百万元）



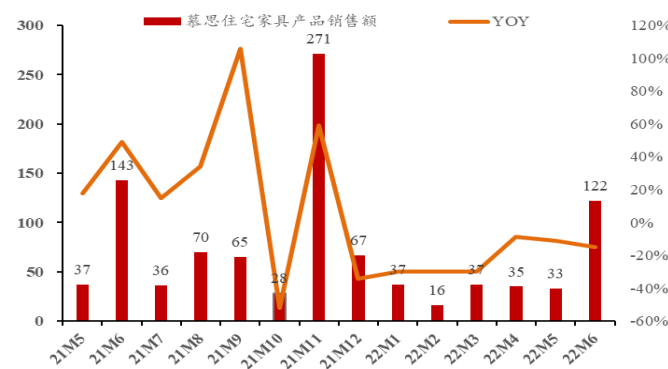
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 12 喜临门住宅家具产品天猫销售额（百万元）



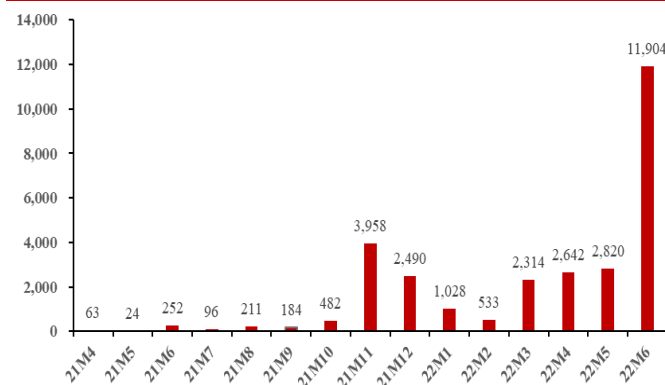
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 13 慕思住宅家具产品天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 14 瑞尔特智能坐便器天猫销售额（千元）



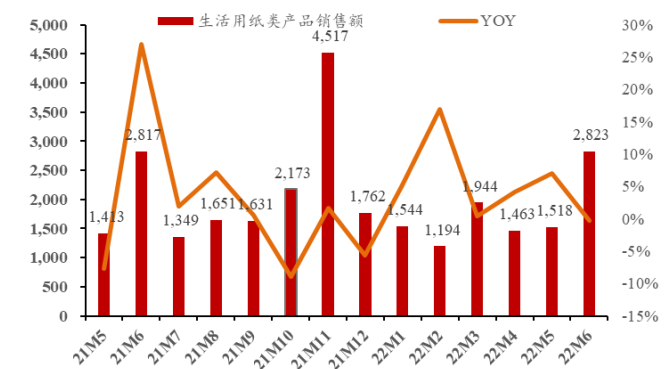
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

1.3. 生活用纸类产品销售额微跌

2022 年 6 月，天猫平台生活用纸类产品实现销售额 28.23 亿元，同比下滑了 0.2%。其中抽纸+卷纸类产品实现销售额 12.8 亿元，同比下滑了 2.7%；卫生巾+裤式卫生巾类产品实现销售额 8.72 亿元，同比提升了 2.1%；湿巾类产品实现销售额 1.3 亿元，同比提升了 31%；成人纸尿裤类产品实现销售额 8700 万元，同比下滑了 7.7%。

分具体公司看，维达（维达+得宝）共实现了 4.78 亿元销售额，同比下滑了 0.46%。恒安（心相印+七度空间）共实现了 2.46 亿元销售额，同比提升了 6.5%。中顺洁柔（洁柔品牌）实现了 2.22 亿元的销售额，同比提升了 1.9%。

图 15 生活用纸类产品天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 16 各公司家庭清洁类产品天猫销售额

6月天猫平台销售额 (亿元)		6月销售额涨跌幅
维达:		
维达	3.92	0.9%
得宝	0.86	-7.0%
恒安:		
心相印	1.92	5.3%
七度空间	0.54	10.0%
中顺洁柔:		
洁柔	2.22	1.8%

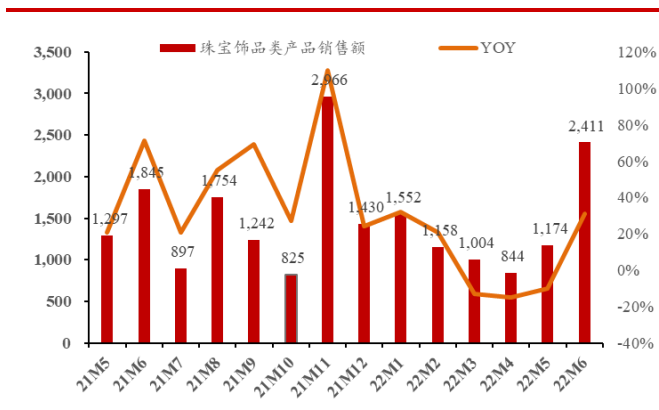
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

1.4. 珠宝首饰消费增长，黄金饰品增速较快

2022 年 6 月，天猫平台珠宝首饰类产品实现销售额 24.11 亿元，同比提升了 31%。其中黄金首饰类产品实现销售额 18.79 亿元，同比提升了 76%；K 金首饰类产品实现销售额 1.89 亿元，同比下滑了 27%；钻石首饰类产品实现销售额 8900 万元，同比下滑 47%。

分具体品牌看，周大生的珠宝首饰实现了销售额 8300 万元，同比增长了 8%，流行饰品实现了销售额 1100 万元，同比下滑了 40%。周大福的珠宝首饰实现了销售额 2.25 亿元，同比提升了 18%，流行饰品实现了销售额 200 万元，同比提升了 3%。周生生的珠宝首饰实现了销售额 2.19 亿元，同比提升了 34%，流行饰品实现了销售额 120 万元，同比下滑了 26%。

图 17 珠宝首饰类产品天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 18 各品牌天猫平台销售额（百万元）

6月天猫平台销售		6月销售额	涨跌幅
额（百万元）			
周大生：			
珠宝首饰	83		8.0%
流行饰品	11		-40.0%
周大福：			
珠宝首饰	225		18.0%
流行饰品	2		3.0%
周生生：			
珠宝首饰	219		34.0%
流行饰品	1.2		-26.0%

资料来源：久谦中台，华西证券研究所

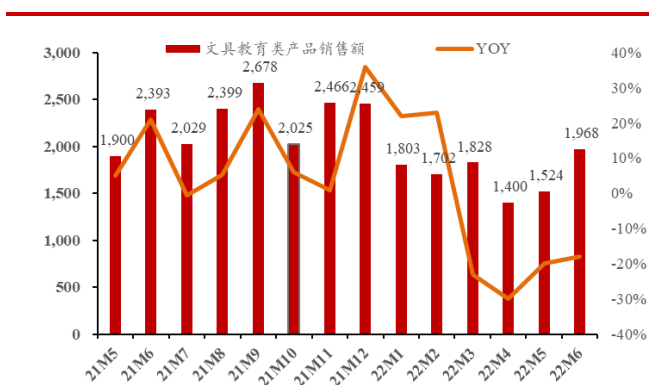
1.5. 其他家用轻工：文具与眼镜类产品降幅收窄

2022 年 6 月，在天猫平台，文具教育类产品实现销售额 19.68 亿元，同比下滑了 18%，降幅相较于 5 月有所收窄。

分具体品类看，书写工具类商品实现销售额 3.14 亿元，同比下滑了 20%；纸张书册类商品实现销售额 2.45 亿元，同比下滑了 25%；画具书法类商品实现销售额 2.21 亿元，同比下滑了 14%；文具收纳类商品实现销售额 1.38 亿元，同比下滑了 19%。

分具体品牌看，晨光文具的文具教育类产品实现销售额 9600 万元，同比下滑了 26%；办公设备类产品实现销售额 2500 万元，同比下滑了 3.9%。得力文具的文具教育类产品实现销售额 1.5 亿元，同比下滑了 22%；办公设备类产品实现销售额 8800 万元，同比下滑了 31%。

图 19 文具类产品天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 20 各品牌天猫销售额（百万元）

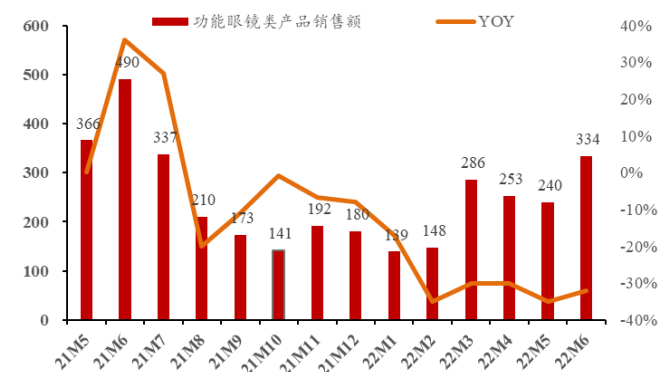
6月天猫平台销售		6月销售额	涨跌幅
额（百万元）			
晨光文具：			
文具教育	96		-26.0%
办公设备	25		-3.9%
得力文具：			
文具教育	150		-22.0%
办公设备	88		-31.0%

资料来源：久谦中台，华西证券研究所

2022 年 6 月，天猫平台眼镜类相关产品实现销售额 6.5 亿元，同比下滑了 21.2%。其中功能眼镜类商品实现销售额 3.34 亿元，同比下滑了 32%；光学眼镜类商品实现销售额 3.16 亿元，同比下滑了 5.7%。

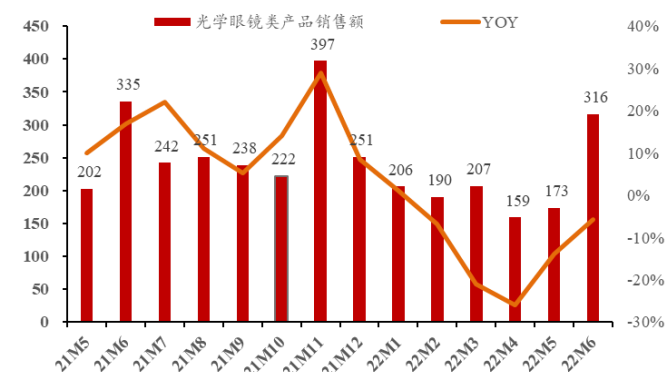
具体品牌来看，明月镜片的眼镜类产品实现了 710 万元销售额，同比下滑了 13%。其中光学镜片类产品共实现了 592 万元销售额，同比下滑了 18%，功能眼镜类产品共实现了 118 万元销售额，同比增长了 30%。

图 21 功能眼镜类商品天猫销售额（百万元）



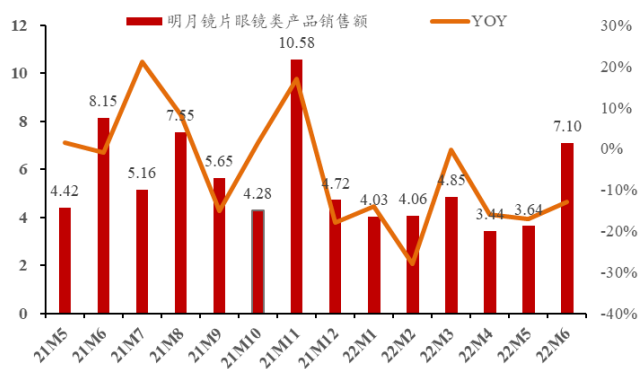
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 22 光学眼镜类商品分品类天猫销售额（百万元）



资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图 23 明月镜片眼镜类产品天猫销售额（百万元）

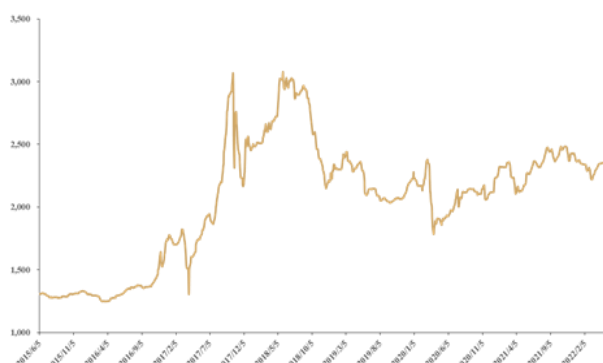


资料来源：久谦中台，华西证券研究所

2. 轻工产业链：多数纸类产品价格略有下滑，原材料价格高位震荡

造纸产业链方面：木浆现货价格以高位震荡整理为主，然而疫情导致的内需疲软造成了大部分纸种的价格略有下滑，文化纸和白卡纸的价格均略有松动，成本端的推动仅对生活用纸起到了明显效果。黑纸系产品依然交投低迷，供需矛盾凸显，多数纸厂库存水平高位，供大于求格局暂难缓解。

图 24 国产废纸价格走势（元/吨）



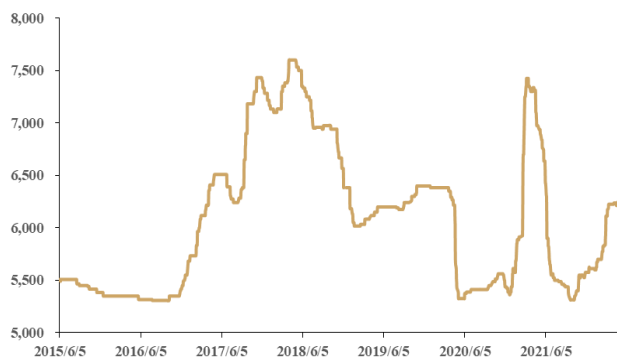
资料来源：Wind

图 25 国内针叶浆/阔叶浆市场价格走势（元/吨）



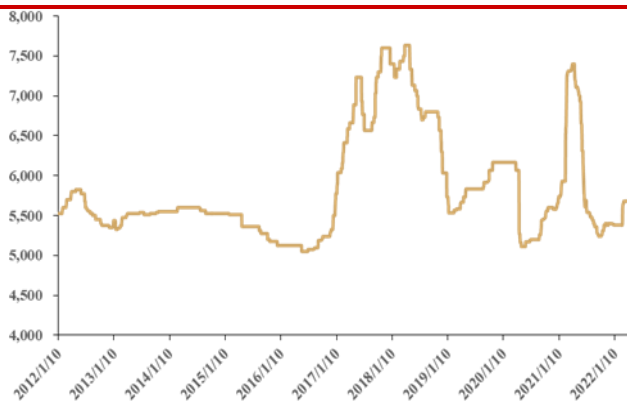
资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

图 26 双胶纸价格走势（元/吨）



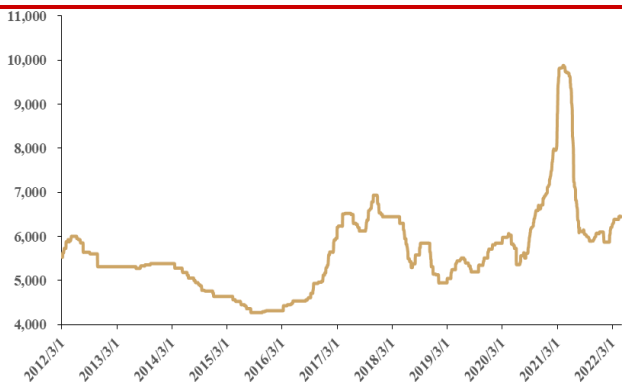
资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

图 27 双铜纸价格走势（元/吨）



资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

图 28 白卡纸价格走势（元/吨）



资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

图 29 生活用纸价格走势（元/吨）



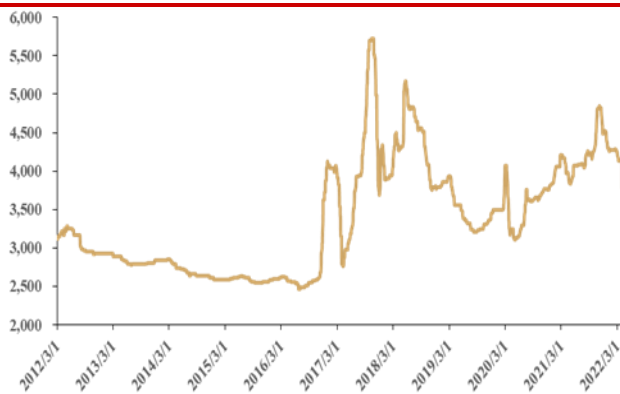
资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

图 30 箱板纸价格走势（元/吨）



资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

图 31 瓦楞纸价格走势（元/吨）



资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

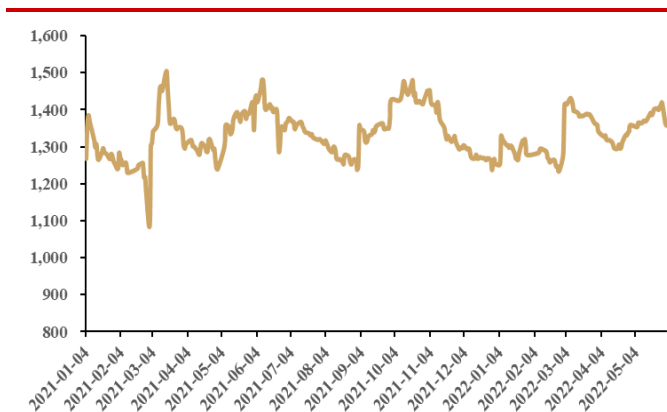
图 32 主要纸种价格趋势

	6月底现价	6月均价	6月均价环比涨跌幅	月初至月底涨跌幅	年初至月底涨跌幅
造纸原材料：					
国产废纸	2333元/吨	2322元/吨	-0.72%	-0.64%	-1.54%
针叶浆	7285元/吨	7210元/吨	1.11%	1.06%	21.60%
阔叶浆	6665元/吨	6524元/吨	2.64%	1.02%	33.71%
主要纸种：					
箱板纸	4824元/吨	4825元/吨	-0.47%	-0.16%	-9.97%
双铜纸	5538元/吨	5540元/吨	-0.90%	-0.69%	3.24%
白卡纸	6360元/吨	6400元/吨	0.06%	-1.40%	8.33%
双胶纸	5967元/吨	6002元/吨	-0.65%	-1.21%	8.24%
生活用纸	7524元/吨	7440元/吨	3.89%	1.12%	22.98%

资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

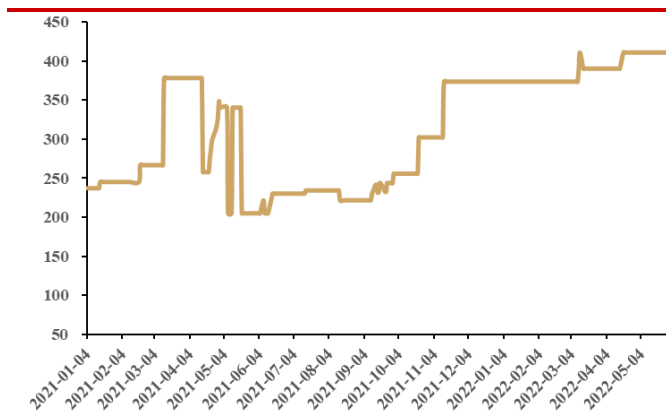
原材料端：年初以来，纤维板、胶合板期货价格年初至 6 月底均表现不同程度的上升，其中 6 月以来纤维板价格略有提升，而胶合板价格略有下降，对于定制家居行业而言，仍存在成本端压力。软体家居方面，制作海绵的主要原材料 TD16 月价格持续提升，年初以来价格同比+11.46%。而另外一种原材料 MDI 的价格在 6 月未能延续 5 月下降趋势，月末价格较月初提升 8.46%，但从年度来看，年初至今下跌 13.70%。整体来看，年初以来 TDI、MDI 价格涨跌互现，其中，MDI 下跌幅度高于 TDI 上涨幅度，软体成本端有所缓解。包装方面，铝材、马口铁价格轻微下滑，金属包装成本压力减缓。其他原材料方面，6 月原油价格下跌了 7.77%，塑料 ABS 价格下跌了 3.1%，BDI 指数则下跌了 12.7%。汇率方面，人民币相对于美元的汇率相对稳定。

图 33 纤维板期货价格走势（元/张）



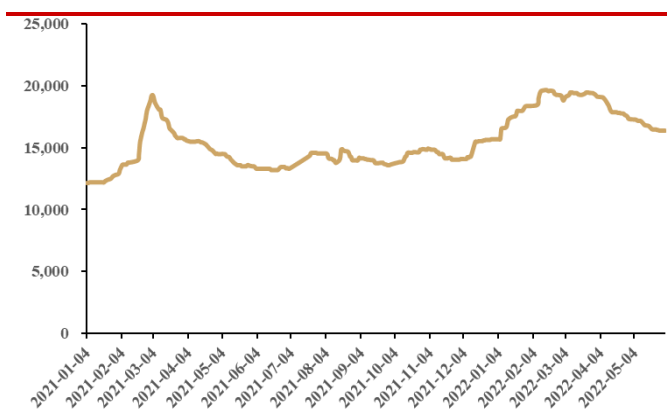
资料来源：Wind，华西证券研究所

图 34 胶合板期货价格走势（元/张）



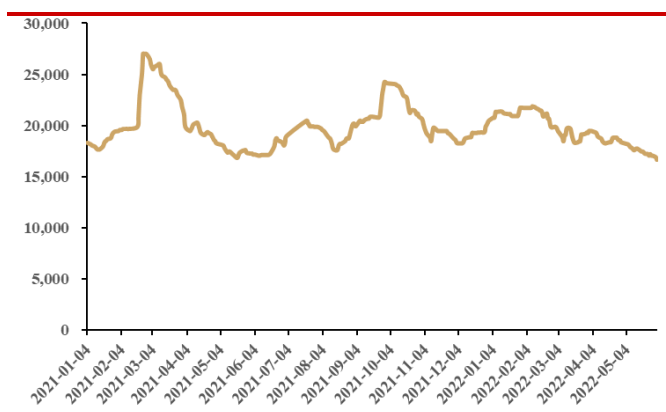
资料来源：Wind，华西证券研究所

图 35 海绵主要原材料 TDI 价格走势（元/吨）



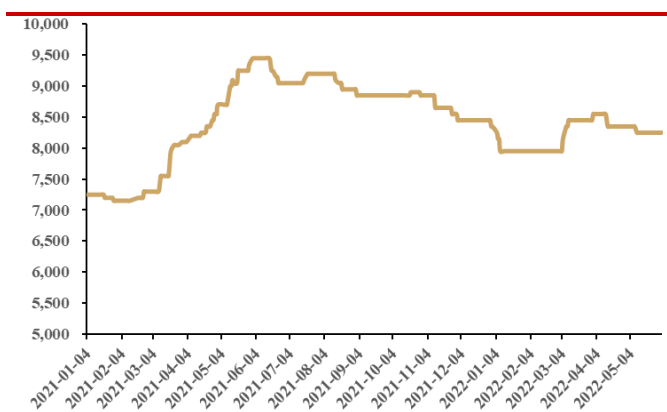
资料来源：Wind，华西证券研究所

图 36 海绵主要原材料 MDI 价格走势（元/吨）



资料来源：Wind，华西证券研究所

图 37 镀锡板卷价格走势（元/吨）



资料来源：Wind，华西证券研究所

图 38 铝价格走势（元/吨）



资料来源：Wind，华西证券研究所

图 39 主要原材料价格趋势

	6月底现价	6月均价	6月均价环比涨跌幅	月初至月底涨跌幅	年初至月底涨跌幅
定制家居主要原材料:					
纤维板	1386元/吨	1364元/吨	-1.37%	2.90%	10.57%
胶合板	400元/吨	406元/吨	-1.34%	-2.59%	7.14%
软体家居主要原材料:					
TDI	17500元/吨	17198元/吨	2.61%	6.38%	11.46%
MDI	17950元/吨	17833元/吨	1.99%	8.46%	-13.70%
金属包装主要原材料:					
镀锡板卷	7850元/吨	8112元/吨	-1.85%	-4.85%	-4.85%
铝	19230元/吨	19976元/吨	-2.24%	-4.76%	-4.38%
其他重要成本:					
WTI原油	114.29美元/桶	105.76美元/桶	4.40%	-7.77%	39.01%
塑料ABS	12500元/吨	12895元/吨	-2.18%	-3.10%	-13.19%
美元兑人民币汇率	6.69	6.70	-0.15%	0.55%	5.02%
BDI指数	2240	2389	-18.82%	-12.70%	-1.97%

资料来源: Wind, 华西证券研究所

3. 本月观点

随着 6 月上海的正式解封, 各个渠道都在降价引客, 6.18 大促的吸引力反而有所下降。除珠宝首饰类产品保持增长外, 其余品类 6 月天猫平台的销售额均出现了一定幅度的下滑, 行业整体依然有压力。整体来看, 龙头公司依然交出了不错的成绩, 我们认为在目前的商业环境下, 龙头公司有望持续受益于自身的能力, 行业集中度也将向龙头公司聚集。继续推荐这些行业中的销售表现较好头龙公司。**华西轻工推荐组合: 欧派家居、顾家家居、瑞尔特、晨光文具、贝泰妮、珀莱雅、周大生。**

4. 风险提示

- 1) 国内疫情蔓延导致消费需求下降;
- 2) 原材料价格持续大幅上涨;
- 3) 行业竞争格局恶化。

分析师与研究助理简介

徐林锋：轻工行业首席分析师。2019年7月加盟华西证券，9年从业经验。浙江大学金融学硕士，南开大学管理学学士。曾就职于中金公司等券商研究所，所在团队获2015年新财富第5名。

戚志圣：轻工行业分析师。2019年9月加盟华西证券，5年从业经验。英国克兰菲尔德大学金融学硕士。曾就职于东海证券、太平洋证券。

杨维维：轻工行业分析师。2020年7月加盟华西证券，3年从业经验。厦门大学资产评估硕士，重庆大学管理学学士。

宋姝旺：轻工行业助理分析师。2021年7月加入华西证券，悉尼大学金融学硕士，阿德莱德大学会计学学士。

分析师承诺

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求客观、公正，结论不受任何第三方的授意、影响，特此声明。

评级说明

公司评级标准	投资评级	说明
以报告发布日后的 6 个月内公司股价相对上证指数的涨跌幅为基准。	买入	分析师预测在此期间股价相对强于上证指数达到或超过 15%
	增持	分析师预测在此期间股价相对强于上证指数在 5%—15%之间
	中性	分析师预测在此期间股价相对上证指数在-5%—5%之间
	减持	分析师预测在此期间股价相对弱于上证指数 5%—15%之间
	卖出	分析师预测在此期间股价相对弱于上证指数达到或超过 15%
行业评级标准		
以报告发布日后的 6 个月内行业指数的涨跌幅为基准。	推荐	分析师预测在此期间行业指数相对强于上证指数达到或超过 10%
	中性	分析师预测在此期间行业指数相对上证指数在-10%—10%之间
	回避	分析师预测在此期间行业指数相对弱于上证指数达到或超过 10%

华西证券研究所：

地址：北京市西城区太平桥大街丰汇园 11 号丰汇时代大厦南座 5 层

网址：<http://www.hx168.com.cn/hxzq/hxindex.html>

华西证券免责声明

华西证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具备证券投资咨询业务资格。本报告仅供本公司签约客户使用。本公司不会因接收人收到或者经由其他渠道转发收到本报告而直接视其为本公司客户。

本报告基于本公司研究所及其研究人员认为的已经公开的资料或者研究人员的实地调研资料，但本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载资料、意见以及推测仅于本报告发布当日的判断，且这种判断受到研究方法、研究依据等多方面的制约。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及预测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息始终保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者需自行关注相应更新或修改。

在任何情况下，本报告仅提供给签约客户参考使用，任何信息或所表述的意见绝不构成对任何人的投资建议。市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告视为做出投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在任何情况下，本报告均未考虑到个别客户的特殊投资目标、财务状况或需求，不能作为客户进行客户买卖、认购证券或者其他金融工具的保证或邀请。在任何情况下，本公司、本公司员工或者其他关联方均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而导致的任何可能损失负有任何责任。投资者因使用本公司研究报告做出的任何投资决策均是独立行为，与本公司、本公司员工及其他关联方无关。

本公司建立起信息隔离墙制度、跨墙制度来规范管理跨部门、跨关联机构之间的信息流动。务请投资者注意，在法律许可的前提下，本公司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或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。在法律许可的前提下，本公司的董事、高级职员或员工可能担任本报告所提到的公司的董事。

所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，如需引用、刊发或转载本报告，需注明出处为华西证券研究所，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。