

关注功能性护肤品龙头企业成长空间

——轻纺美妆行业周报

申港证券
SHENGANG SECURITIES

投资摘要:

每周一谈: 关注功能性护肤品龙头企业成长空间

- ◆ **护肤意识提高, 消费需求细化升级。**在经济发展、居民收入水平不断提升的背景之下, 消费者护肤理念不断提高和升级, “成分党”成为主流, 消费需求逐步从过去简单的护肤逐渐升级为肌肤提亮、抗衰老、健康管理等需求。根据艾瑞咨询数据, 产品成分与功效, 性价比高、使用感/妆感好以及品牌保障是女性消费者在购买美妆护肤品时主要考虑的几大因素。其中, 产品成分与功效占比高达 53.2%。
- ◆ **问题肌肤人群占比大, 市场关注度升高。**狭义上的功能性护肤品即皮肤学级护肤品。根据中国医师协会皮肤科分会统计, 2021 年, 我国人口问题肌肤占比约为 72.1%。其中, 根据观研报告网统计数据, 按照问题肌肤严重程度划分, 2021 年, 在我国女性问题肌肤人群中, 25%属于弱度、43%属于轻度、23%属于中度、9%属于重度。根据艾瑞咨询, 女性敏感肌严重程度越高, 在抗敏护肤品上的月均花费越多, 因此, 大量问题肌肤女性为功能性护肤品提供了巨大的需求市场。
- ◆ **从成因角度, 问题肌肤出现的可能性增加, 加大消费者重视。**我国皮肤病医院入院患者数量、皮肤病用药量等均处于上升趋势。熬夜是敏感性肌肤的重要成因之一。根据 2021 年喜临门中国睡眠指数报告, 2013 年-2020 年, 国人睡眠平均时长从 8.8 小时缩减到 6.69 小时。此外, 根据 Mob 研究院统计, 2021 年我国 24 时-次日 4 时之后使用移动设备的活跃用户群体规模超过 4 亿, 熬夜人群规模巨大。
- ◆ **疫情加剧肌肤问题, 近五成消费者更加关注护肤。**自疫情爆发以来, 佩戴口罩已经成为大众的习惯, 超六成消费者佩戴口罩后, 认为自己出现皮肤过敏、致痘、毛孔粗大等症状。同时, 疫情期间, 近一半的消费者认为自己更加关注护肤, 包括护肤频率、复杂度、时长等均有所提高。
- ◆ **问题肌肤人群复购率高, 头部品牌使用体验好、产品粘性大。**根据艾瑞咨询 2020 年 iClick 问卷数据, 抗敏护肤品头部品牌拥有较高的用户复购意愿, 薇姿、雅漾均有 3 项产品复购率高于 30%, 消费者忠诚度高。其中, 品牌粘性主要来自于良好的使用体验, 59.8%的受访者认为在用产品“确实有抗敏效果”而复购, 其次为“预算范围内最合适选择”和“有我偏好的产品成分”, 分别占 48%和 45.2%。
- ◆ **新媒体大量“种草”, 增加功能性护肤需求。**近年, 医疗、美容护肤博主纷纷在小红书、抖音等平台科普护肤知识、介绍并推荐功能性护肤产品, 频繁“种草”。截止 2022 年 8 月, 小红书功能性护肤相关笔记已达到 2 万+, 进一步激发了消费者的内在需求。
- ◆ **关注功能性护肤品龙头企业成长空间。**随着防控政策持续优化, 线下出行恢复, 线上购物物流受影响情况修复, 线下消费场景复苏, 建议关注化妆品行业下的功能性护肤品细分板块龙头企业珀莱雅 (603605.SH)、贝泰妮 (300957.SZ)。

市场回顾 (1 月 02 日-1 月 06 日):

在申万一级行业中, 轻工制造行业本周上涨 3.95%, 在申万 31 个一级行业中排名第 6, 跑赢大盘, 在各子板块中, 家居用品板块表现较好, 上涨 6.15%, 文娱用

评级

增持 (维持)

2023 年 01 月 08 日

孔天祯

分析师

SAC 执业证书编号: S1660522030001

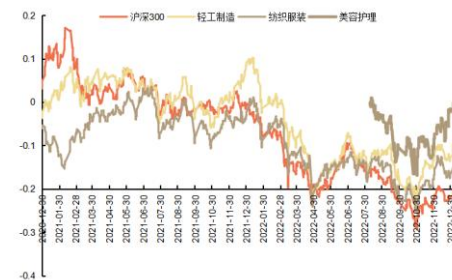
18624107608

kongtianyi@shgsec.com

行业基本资料

轻工行业股票家数	154
纺织行业股票家数	117
美妆行业股票家数	29
轻工行业平均市盈率	31.66
纺织行业平均市盈率	22.94
美妆行业平均市盈率	43.76
市场行业平均市盈率	11.63

行业表现走势图



资料来源: wind, 申港证券研究所

相关报告

- 1、轻纺美妆周报《关注防控政策持续优化下的医美板块》2022-01-02
- 2、轻纺美妆周报《关注运动鞋履行业的快速发展》2022-12-25
- 3、轻纺美妆周报《光电医美行业高景气发展》2022-12-18
- 4、轻纺美妆周报《关注后疫情时代的免税行业机会》2022-12-11
- 5、轻纺美妆周报《国内中高端卫生巾市场存机遇》2022-12-04
- 6、轻纺美妆周报《雅诗兰黛收购 Tom Ford 看国货美妆收购之路》2022-11-27
- 7、轻纺美妆周报《相宜本草启动 A 股 IPO 国货美妆迎上市潮》2022-11-20

品板块表现最差，下跌 1.80%；纺织服饰行业本周上涨 0.75%，在申万 31 个一级行业中排名第 24，跑输大盘，纺织制造板块上涨 1.70%，服装家纺板块下跌 0.31%，饰品板块上涨 2.08%；美容护理行业本周上涨 0.05%，在申万 31 个一级行业中排名第 28，跑输大盘，子板块中，个护用品板块上涨 0.09%，化妆品板块下跌 0.36%。

行业数据追踪：

家具：本周 TDI 价格较上周有所上升，MDI 价格较上周有所下降。

纺织服装：1 月 6 日，棉花价格为 15085.38 元/吨，较上周上涨 0.37%；涤纶的价格有所上升。

投资策略：随着防控政策持续优化，线下出行恢复，线上购物物流受影响情况修复，线下消费场景复苏，建议关注化妆品行业下的功能性护肤品细分板块龙头企业珀莱雅（603605.SH）、贝泰妮（300957.SZ）。

风险提示：疫情反复风险，行业竞争加剧风险。

内容目录

1. 关注功能性护肤品龙头企业成长空间.....	5
2. 本周行情回顾.....	9
3. 行业数据追踪.....	11
3.1 家具.....	11
3.1.1 商品房成交数据.....	11
3.1.2 原材料数据.....	12
3.1.3 家具制造业月度数据.....	12
3.2 造纸及包装.....	12
3.2.1 原材料价格.....	12
3.2.2 成品纸价格.....	13
3.3 纺织服装.....	13
4. 重要新闻及公司公告.....	14
4.1 新闻.....	14
4.1.2 国际棉价震荡“迷局”难破.....	14
4.2 公司公告.....	15
5. 风险提示.....	15

图表目录

图 1: 透明质酸的“立体”保湿优势.....	6
图 2: 2020 年中国美妆护肤女性消费美妆护肤品购买考虑因素.....	6
图 3: 2021 年中国人口问题肌肤占比 (%).....	7
图 4: 2021 年中国女性问题肌肤严重程度占比 (%).....	7
图 5: 2005-2020 年中国皮肤病医院入院人数 (人) 及同比 (%).....	7
图 6: 2015-2022 年中国皮肤科用药销售量 (万件).....	7
图 7: 2013-2020 年中国人均睡眠时长 (小时).....	8
图 8: 2021 年今日 24 时-次日 4 时之后使用移动设备的活跃用户群体规模 (亿).....	8
图 9: 戴口罩后是否有皮肤问题.....	8
图 10: 疫情期间更专注护肤.....	8
图 11: 2020 年中国敏感肌女性未来仍会购买的抗敏护肤品品牌.....	9
图 12: 2020 年中国敏感肌女性对抗敏品牌复购的理由.....	9
图 13: 本周申万一级行业涨跌幅 (%).....	9
图 14: 本周市场涨跌幅 (%).....	10
图 15: 年初至今市场涨跌幅 (%).....	10
图 16: 轻工制造行业本周涨幅前五 (%).....	10
图 17: 轻工制造行业本周跌幅前五 (%).....	10
图 18: 纺织服装行业本周涨幅前五 (%).....	11
图 19: 纺织服装行业本周跌幅前五 (%).....	11
图 20: 美容护理行业本周涨幅前五 (%).....	11
图 21: 美容护理行业本周跌幅前五 (%).....	11
图 22: 30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速.....	11
图 23: 30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速.....	11
图 24: 商品价格指数:木材 (2010 年=100).....	12
图 25: 国内 MDI、TDI、软泡聚醚市场价 (元/吨).....	12

图 26: 全国家具制造业累计营业收入 (亿元)	12
图 27: 全国家具制造业累计利润总额 (万元)	12
图 28: 国内纸浆现货价格 (元/吨)	12
图 29: 国际纸浆外盘价格 (美元/吨)	12
图 30: 包装纸市场价格 (元/吨)	13
图 31: 文化印刷纸市场价格 (元/吨)	13
图 32: 生活用纸市场价格 (元/吨)	13
图 33: 国内棉花市场价格 (元/吨)	13
图 34: 国内纱线市场价格 (元/吨)	13
图 35: 国内涤纶市场价格 (元/吨)	14
图 36: 国内氨纶锦纶市场价格 (元/吨)	14
表 1: 功能性护肤品分类及主要品牌	5
表 2: 透明质酸在功能性护肤品应用中的主要功效	5
表 3: 2020 年中国各问题肌肤层级女性典型特征	7

1. 关注功能性护肤品龙头企业成长空间

添加足够量活性成分并可在一定时间内起效、兼顾有效性及安全性、有科学证据支撑即被归为功能性护肤品。狭义上的功能性护肤品即日常所说的“药妆”，指皮肤学级护肤品。广义上的功能性护肤品可以进一步划分为皮肤学级护肤品、强攻效型护肤品、医美级护肤品（械字号为主）、含核心中草药成分护肤品四大类。

表1：功能性护肤品分类及主要品牌

类型	特点	公司	主要品牌	主要产品
皮肤学级护肤品	以专业医学研究及临床数据为背书，能缓解或根治部分皮肤问题，如：发痒、刺痛、泛红、红肿、发炎、脱皮等。产品配方简单、安全，不含公认致敏原，通常含有天然活性物质。	欧莱雅	薇姿	薇姿水活霜
			理肤泉	理肤泉舒缓喷雾
		皮尔法伯	雅漾	雅漾舒护活泉水
		花王	珂润	珂润面霜
		贝泰妮	薇诺娜	薇诺娜舒敏保湿特护霜
		上海家化	玉泽	玉泽皮肤屏障修护调理乳
		华熙生物	米蓓尔	米蓓尔保湿舒缓水
强攻效性护肤品	产品多主打添加热门功效性化学成分；产品主要追求主添加成分对应的功效，如：补水、抗衰、美白、紧致、提亮、淡斑等。	广州蛋壳	HFP	HFP 金盏花舒缓爽肤水
		DECIEM	the ordinary	咖啡因眼部精华
		欧莱雅	修丽可	修丽可紫米丰盈精华液
		华熙生物	润百颜	润百颜菁透焕亮次抛原液
			夸迪	5D 玻尿酸焕颜次抛原液
			Bio-MESO 肌活	BM 肌活平衡控油乳
医美级护肤品（械字号为主）	多用于医疗美容术后修复；安全性较高，功效多以补水修护、舒缓皮肤、清痘抑菌为主，且刺激性较弱。	安德普泰	芙清	芙清抗菌功能性敷料
		敷尔佳	敷尔佳	医用透明质酸钠修复贴
		巨子生物	可复美	可复美透明质酸钠修护贴
		创尔生物	创福康	创福康胶原贴敷料
		佰鸿再生	绽妍	绽妍皮炎湿疹医美医用术后敷贴
含核心中草药成分护肤品	产品中添加的核心中草药成分多与品牌主产品添加物相同，有相似功效，功效以舒缓肌肤、活血、祛痘消炎为主。	片仔癀	片仔癀珍珠霜/膏	皇后牌片仔癀珍珠膏
		云南白药	云南白药采之汲	自然原酵补水保湿面膜
		马应龙	马应龙八宝眼霜	马应龙八宝眼袋型眼霜

资料来源：观研天下，申港证券研究所

含透明质酸功能性护肤品功效众多，不同分子量大小透明质酸有“立体”保湿效果。含透明质酸功能性护肤品主要利用透明质酸的强锁水特性，不同分子量大小的透明质酸具备不同的功效，在功能性护肤品中通过科学配比进入到皮肤的不同层次，可起到“立体”保湿效果。

表2：透明质酸在功能性护肤品应用中的主要功效

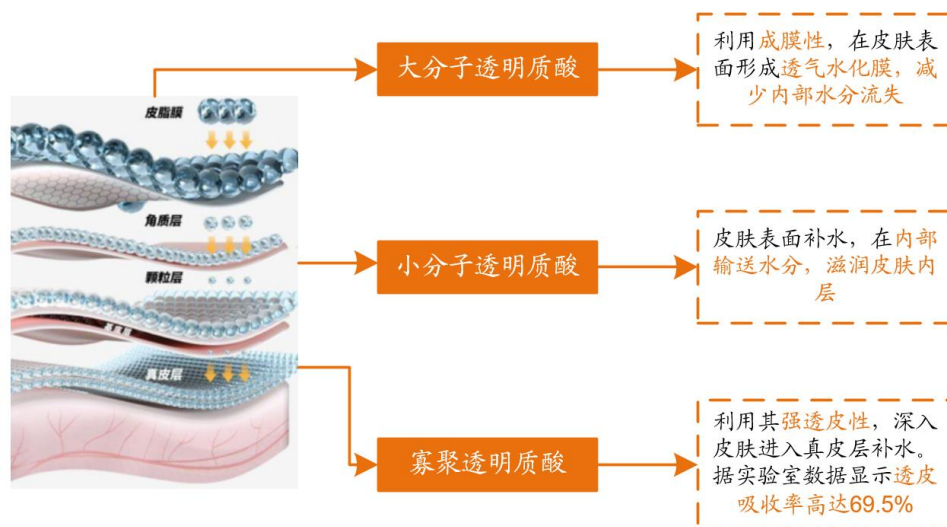
功效	特点
补水保湿	透明质酸能够满足人体皮肤在不同季节、不同湿度环境下的保湿要求，称为理想的智能保湿剂。 透明质酸保湿抗皱的功效在已知的物质中效果好且不可替代。
修复损伤	在损伤部位透明质酸可与血液中的血纤蛋白结合，促进细胞移动，促进血管生成，促进皮肤创伤愈合。
防晒作用	透明质酸可以抑制和清除紫外线照射产生的自由基，防止黑色素沉积。

透明质酸可促进表皮细胞的增殖分化，愈合皮肤晒伤。

物质运输 透明质酸与水在皮肤中形成的细胞外空间有利于营养物质的供应和代谢物的排放。

资料来源：艾瑞咨询《2020 透明质酸应用场景白皮书》，中港证券研究所

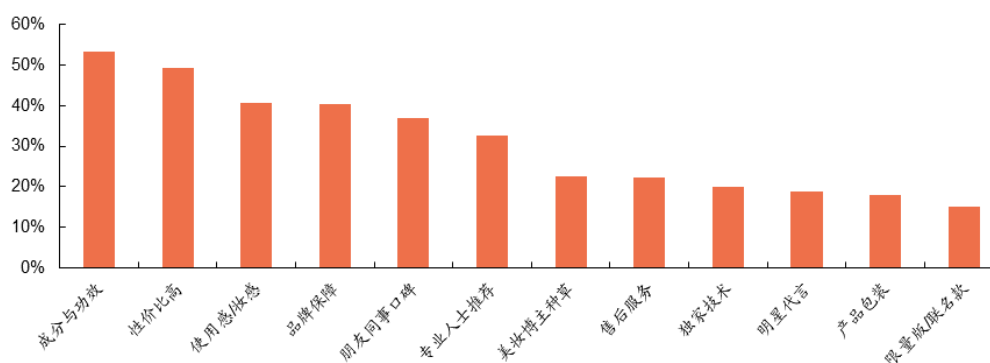
图1：透明质酸的“立体”保湿优势



资料来源：艾瑞咨询《2020 透明质酸应用场景白皮书》，中港证券研究所

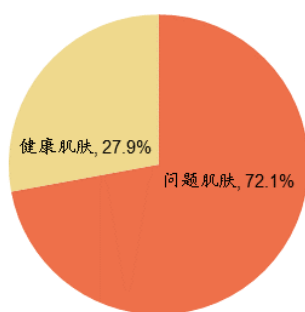
护肤意识提高，消费需求细化升级。在经济发展、居民收入水平不断提升的背景之下，消费者护肤理念不断提高和升级，“成分党”成为主流，消费需求逐步从过去简单的护肤逐渐升级为肌肤提亮、抗衰老、健康管理等需求。根据艾瑞咨询数据，产品成分与功效，性价比高、使用感/妆感好以及品牌保障是女性消费者在购买美妆护肤品时主要考虑的几大因素。其中，产品成分与功效占比高达 53.2%。

图2：2020 年中国美妆护肤女性消费美妆护肤品购买考虑因素

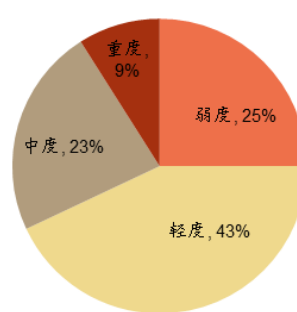


资料来源：艾瑞咨询《美妆护肤品牌营销现状研究报告》，中港证券研究所

问题肌肤人群占比大，市场关注度升高。狭义上的功能性护肤品即皮肤学级护肤品。根据中国医师协会皮肤科分会统计，2021 年，我国人口问题肌肤占比约为 72.1%。其中，根据观研报告网统计数据，按照问题肌肤严重程度划分，2021 年，在我国女性问题肌肤人群中，25%属于弱度、43%属于轻度、23%属于中度、9%属于重度。根据艾瑞咨询，女性敏感肌严重程度越高，在抗敏护肤品上的月均花费越多，因此，大量问题肌肤女性为功能性护肤品提供了巨大的需求市场。

图3：2021 年中国人口问题肌肤占比（%）


资料来源：中国医师协会皮肤科分会，观研报告网，申港证券研究所

图4：2021 年中国女性问题肌肤严重程度占比（%）


资料来源：观研报告网，申港证券研究所

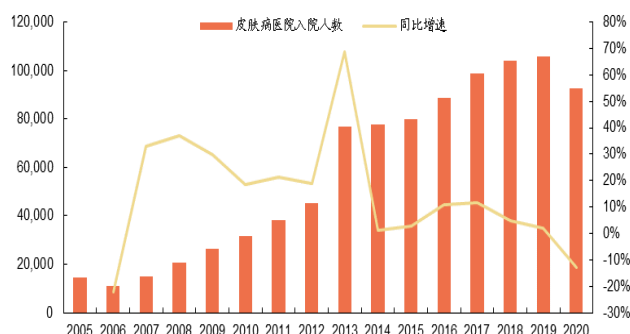
表3：2020 年中国各问题肌肤层级女性典型特征

严重程度	主要分布年龄	主要分布地区	主要症状	花费区间
弱度	18-30 岁	三四线城市	发痒、刺痛	100-299 元
轻度	31-40 岁	新一线/二线城市	发痒、刺痛、泛红、脱皮	300-999 元
中度	31-35 岁	二线城市	发痒、刺痛、泛红、脱皮、红肿	500-1499 元
重度	31-35 岁	一线城市	发痒、刺痛、泛红、脱皮、红肿、发炎	500-999 元; 2000 元以上

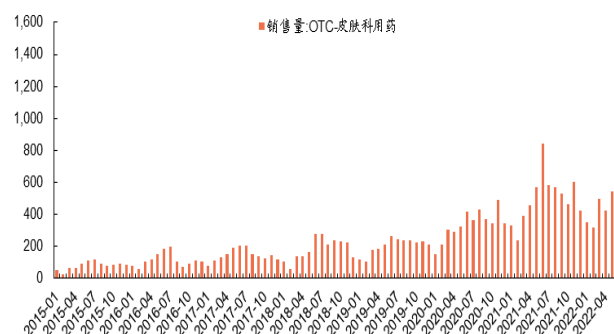
资料来源：艾瑞咨询《2020 年中国女性敏感肌现状研究白皮书》，观研报告网，申港证券研究所

从成因角度，问题肌肤出现的可能性增加，加大消费者重视。

- ◆ 我国皮肤病医院入院患者数量、皮肤病用药量等均处于上升趋势。
- ◆ 熬夜是敏感性肌肤的重要成因之一。根据 2021 年喜临门中国睡眠指数报告,2013 年-2020 年，国人睡眠平均时长从 8.8 小时缩减到 6.69 小时。此外，根据 Mob 研究院统计，2021 年我国 24 时-次日 4 时之后使用移动设备的活跃用户群体规模超过 4 亿，熬夜人群规模巨大。

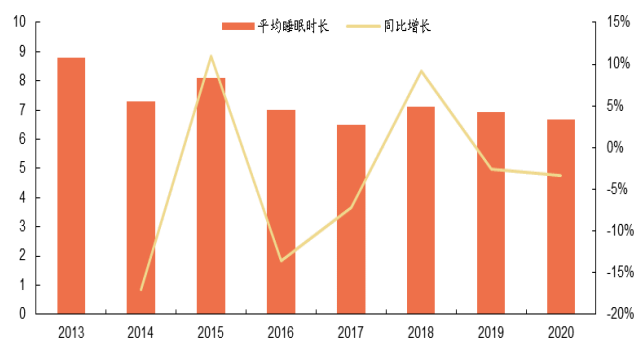
图5：2005-2020 年中国皮肤病医院入院人数（人）及同比（%）


资料来源：wind，申港证券研究所

图6：2015-2022 年中国皮肤科用药销售量（万件）


资料来源：wind，申港证券研究所

图7：2013-2020 年中国人均睡眠时长（小时）



资料来源：《2021 喜临门中国睡眠指数报告》，申港证券研究所

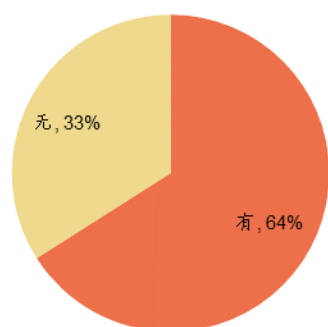
图8：2021 年今日 24 时-次日 4 时之后使用移动设备的活跃用户群体规模（亿）



资料来源：Mob 研究院《2022 年国民睡眠洞察报告》，申港证券研究所

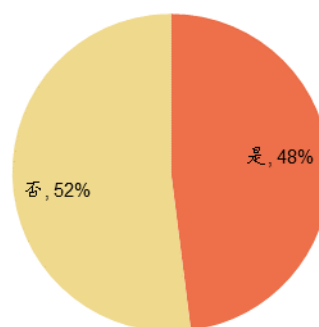
疫情加剧肌肤问题，近五成消费者更加关注护肤。自疫情爆发以来，佩戴口罩已经成为大众的习惯，超六成消费者佩戴口罩后，认为自己出现皮肤过敏、致痘、毛孔粗大等症状。同时，疫情期间，近一半的消费者认为自己更加关注护肤，包括护肤频率、复杂度、时长等均有所提高。

图9：戴口罩后是否有皮肤问题



资料来源：CBNData & 欧莱雅《后疫情时代理性护肤白皮书》，申港证券研究所

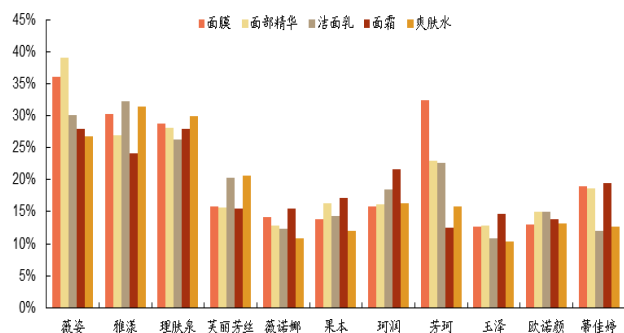
图10：疫情期间更专注护肤



资料来源：CBNData & 欧莱雅《后疫情时代理性护肤白皮书》，申港证券研究所

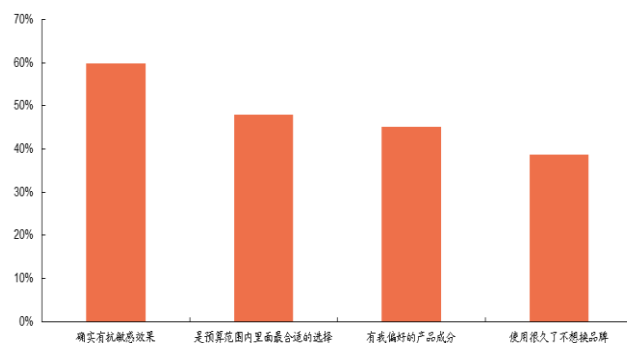
问题肌肤人群复购率高，头部品牌使用体验好、产品粘性大。根据艾瑞咨询 2020 年 iClick 问卷数据，抗敏护肤品牌拥有较高的用户复购意愿，薇姿、雅漾均有 3 项产品复购率高于 30%，消费者忠诚度高。其中，品牌粘性主要来自于良好的使用体验，59.8% 的被访者认为在用产品“确实有抗敏效果”而复购，其次为“预算范围内最合适选择”和“有我偏好的产品成分”，分别占 48% 和 45.2%。

图11：2020年中国敏感肌女性未来仍会购买的抗敏护肤品牌



资料来源：艾瑞咨询《2020年中国女性敏感肌研究白皮书》，申港证券研究所

图12：2020年中国敏感肌女性对抗敏品牌复购的理由



资料来源：艾瑞咨询《2020年中国女性敏感肌研究白皮书》，申港证券研究所

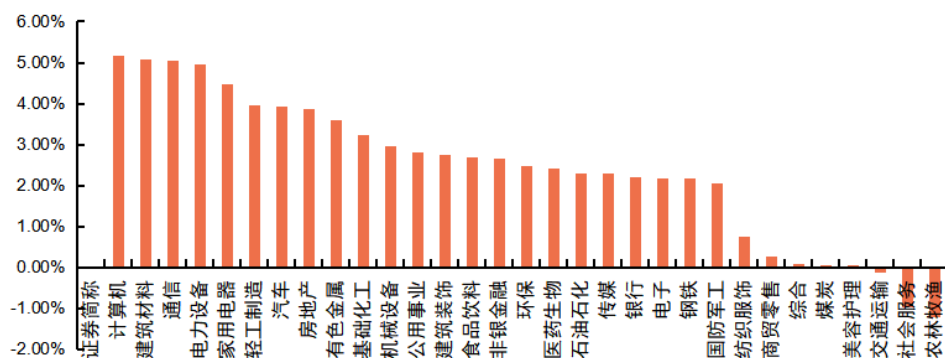
新媒体大量“种草”，增加功能性护肤需求。近年，医疗、美容护肤博主纷纷在小红书、抖音等平台科普护肤知识、介绍并推荐功能性护肤产品，频繁“种草”。截止2022年8月，小红书功能性护肤相关笔记已达到2万+，进一步激发了消费者的内在需求。

关注功能性护肤品龙头企业成长空间。随着防控政策持续优化，线下出行恢复，线上购物物流受影响情况修复，线下消费场景复苏，建议关注化妆品行业下的功能性护肤品细分板块龙头企业珀莱雅（603605.SH）、贝泰妮（300957.SZ）。

2. 本周行情回顾

在申万一级行业中，轻工制造行业本周上涨3.95%，在申万31个一级行业中排名第6；纺织服饰行业本周上涨0.75%，在申万31个一级行业中排名第24；美容护理行业本周上涨0.05%，在申万31个一级行业中排名第28。

图13：本周申万一级行业涨跌幅（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

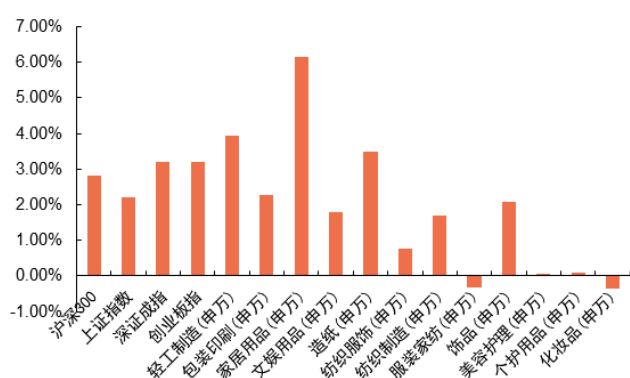
本周轻工制造行业指数上涨3.95%，上证指数上涨2.21%，轻工制造行业跑赢大盘。在各子板块中，家居用品板块表现较好，上涨6.15%，文娱用品板块表现相对较差，上涨1.80%。年初至今，轻工制造行业上涨3.95%，上证指数上涨2.21%，轻工制造行业跑赢大盘。在各子板块中，家居用品板块表现较好，上涨6.15%，文娱用品

板块表现相对较差，上涨 1.80%。

本周纺织服装行业指数上涨 0.75%，上证指数上涨 2.21%，纺织服装行业跑输大盘。在各子板块中，纺织制造板块上涨 1.70%，服装家纺板块下跌 0.31%，饰品板块上涨 2.08%。年初至今，纺织服装行业上涨 1.70%，上证指数上涨 2.21%，纺织服装行业跑输大盘。在各子板块中，饰品板块表现较好，上涨 2.08%。

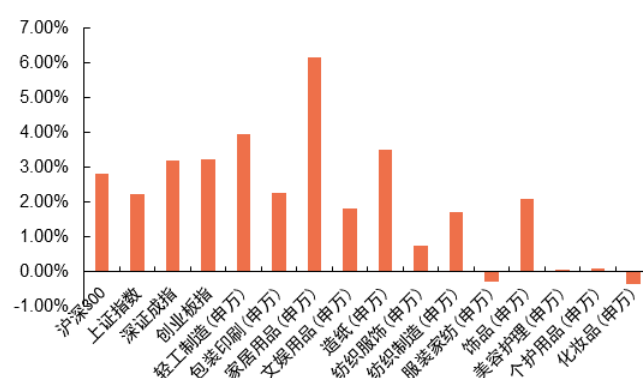
本周美容护理行业指数上涨 0.05%，上证指数上涨 2.21%，美容护理行业跑输大盘。在各子板块中，个护用品板块上涨 0.09%，化妆品板块下跌 0.36%。年初至今，美容护理行业上涨 0.05%，上证指数上涨 2.21%，美容护理行业跑输大盘。在各子板块中，个护用品板块上涨 0.09%，化妆品板块下跌 0.36%。

图14：本周市场涨跌幅（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

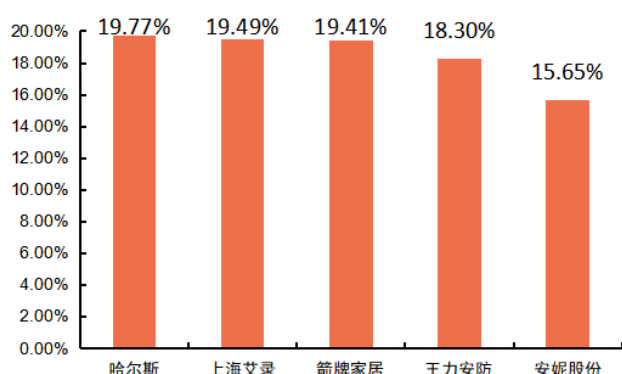
图15：年初至今市场涨跌幅（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

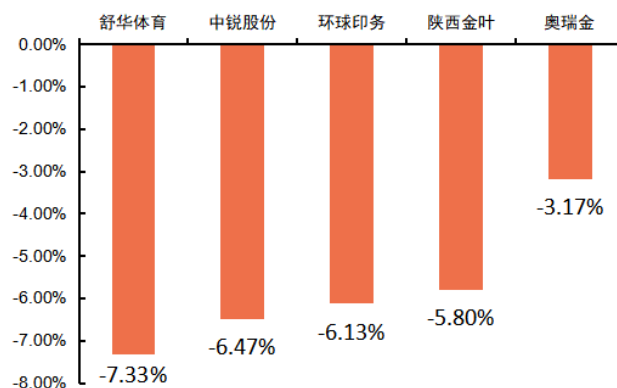
具体个股方面，本周轻工制造行业涨幅前五个股分别为哈尔斯（19.77%）、上海艾录（19.49%）、箭牌家居（19.41%）、王力安防（18.30%）、安妮股份（15.65%），跌幅前五个股分别为舒华体育（-7.33%）、中锐股份（-6.47%）、环球印务（-6.13%）、陕西金叶（-5.80%）、奥瑞金（-3.17%）。

图16：轻工制造行业本周涨幅前五（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

图17：轻工制造行业本周跌幅前五（%）

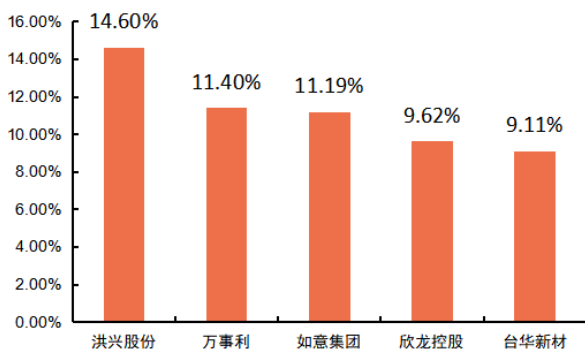


资料来源：wind，申港证券研究所

本周纺织服装行业涨幅前五个股分别为洪兴股份（14.60%）、万事利（11.40%）、如意集团（11.19%）、欣龙控股（9.62%）、台华新材（9.11%），跌幅前五个股分别为朗姿股份（-5.91%）、三夫户外（-5.79%）、乔治白（-5.14%）、凤竹纺织（-5.14%）、凤竹纺织（-5.14%）。

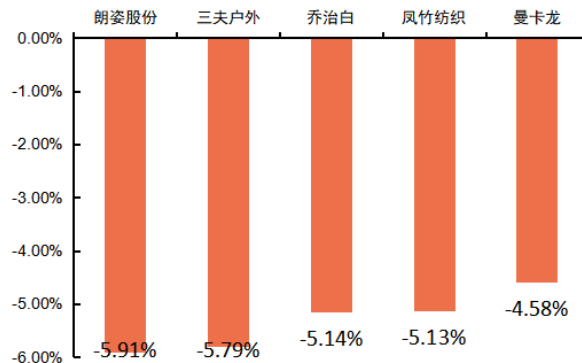
5.13%)、曼卡龙(-4.58%)。

图18: 纺织服装行业本周涨幅前五(%)



资料来源: wind, 申港证券研究所

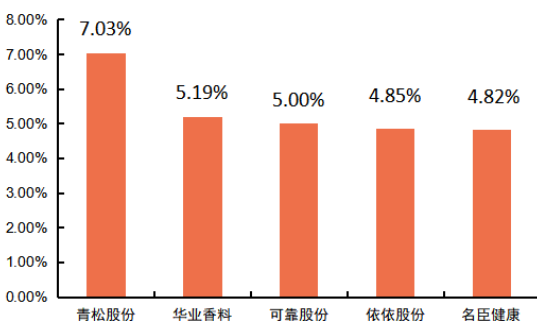
图19: 纺织服装行业本周跌幅前五(%)



资料来源: wind, 申港证券研究所

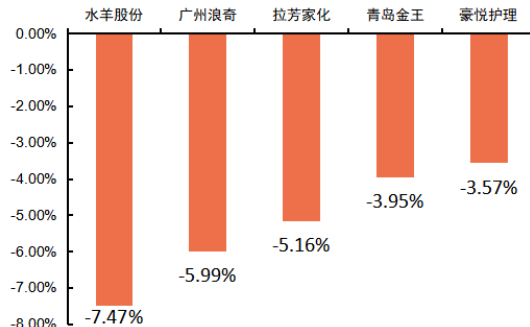
本周美容护理行业涨幅前五个股分别为青松股份(7.03%)、华业香料(5.19%)、可靠股份(5.00%)、依依股份(4.85%)、名臣健康(4.82%)，跌幅前五个股分别为水羊股份(-7.47%)、广州浪奇(-5.99%)、拉芳家化(-5.16%)、青岛金王(-3.95%)、豪悦护理(-3.57%)。

图20: 美容护理行业本周涨幅前五(%)



资料来源: wind, 申港证券研究所

图21: 美容护理行业本周跌幅前五(%)



资料来源: wind 申港证券研究所

3. 行业数据追踪

3.1 家具

3.1.1 商品房成交数据

图22: 30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速

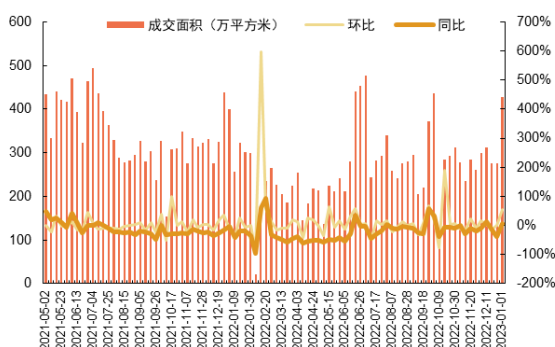
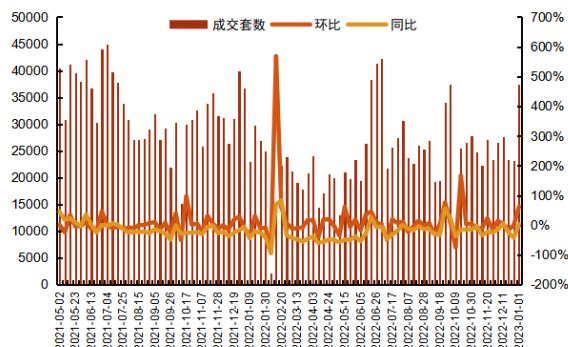


图23: 30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速

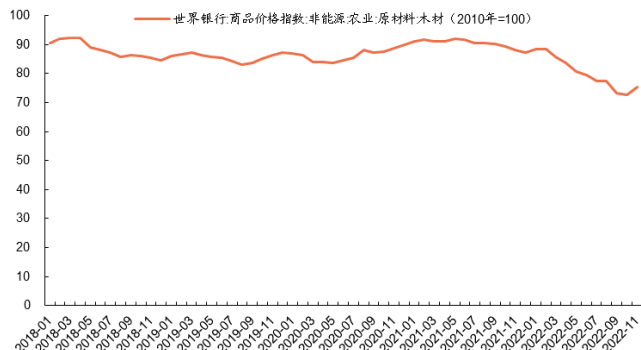


资料来源: wind, 申港证券研究所

资料来源: wind, 申港证券研究所

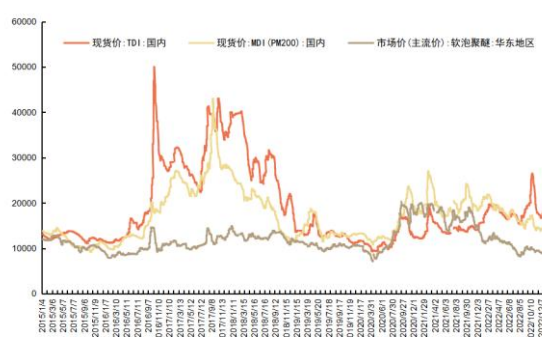
3.1.2 原材料数据

图24: 商品价格指数:木材 (2010年=100)



资料来源: wind, 申港证券研究所

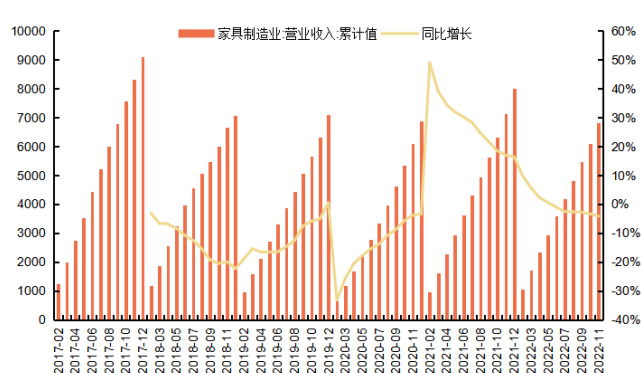
图25: 国内 MDI、TDI、软泡聚醚市场价 (元/吨)



资料来源: wind, 申港证券研究所

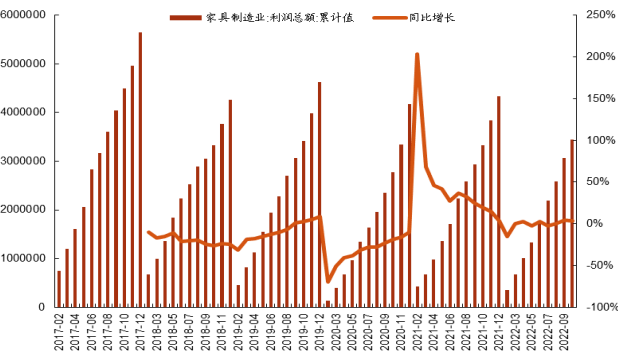
3.1.3 家具制造业月度数据

图26: 全国家具制造业累计营业收入 (亿元)



资料来源: wind, 申港证券研究所

图27: 全国家具制造业累计利润总额 (万元)



资料来源: wind, 申港证券研究所

3.2 造纸及包装

3.2.1 原材料价格

图28: 国内纸浆现货价格 (元/吨)

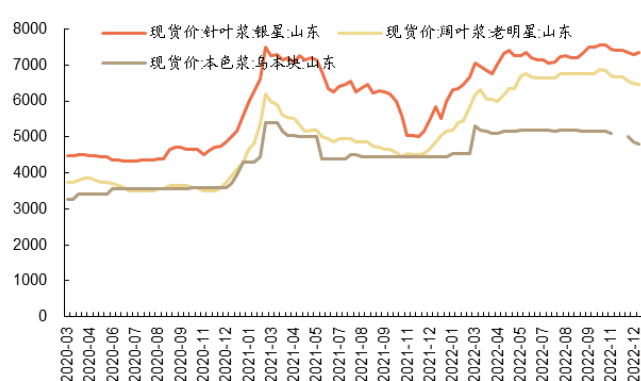
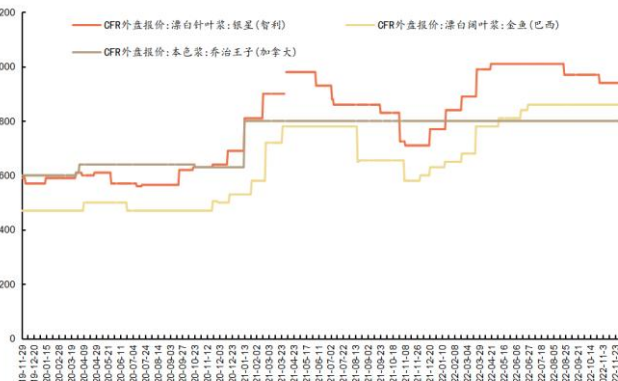


图29: 国际纸浆外盘价格 (美元/吨)

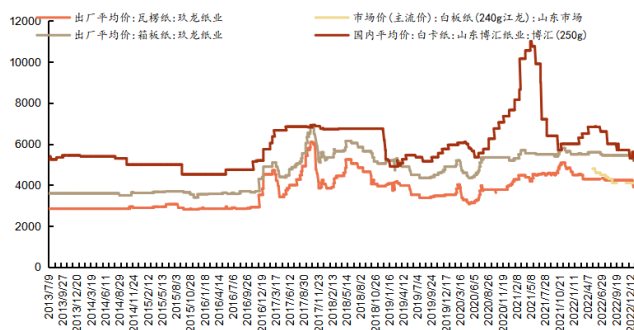


资料来源: wind, 申港证券研究所

资料来源: wind, 申港证券研究所

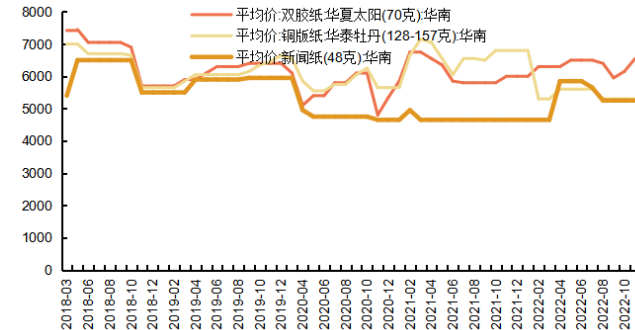
3.2.2 成品纸价格

图30: 包装纸市场价格 (元/吨)



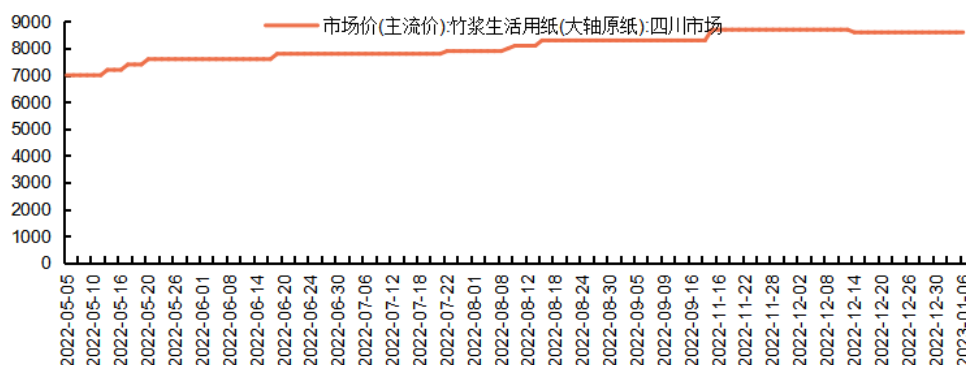
资料来源: wind, 申港证券研究所

图31: 文化印刷纸市场价格 (元/吨)



资料来源: wind, 申港证券研究所

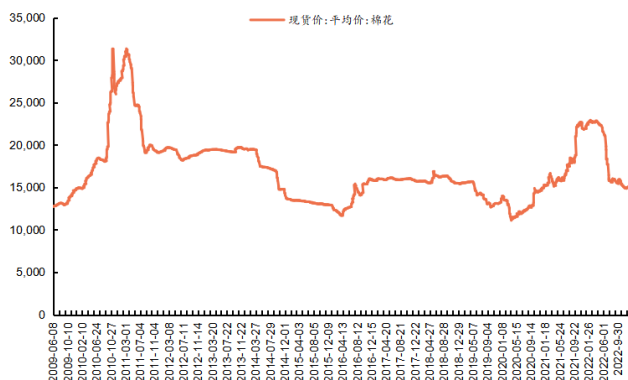
图32: 生活用纸市场价格 (元/吨)



资料来源: wind, 申港证券研究所

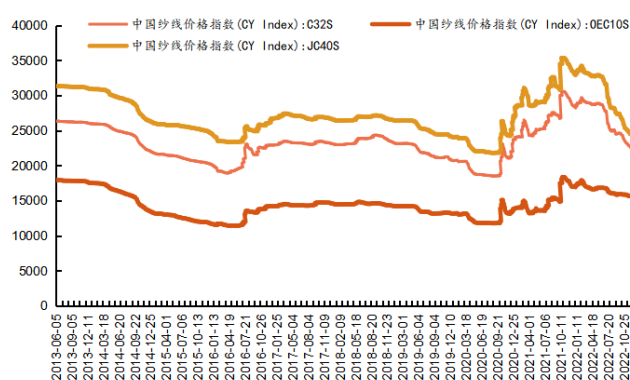
3.3 纺织服装

图33: 国内棉花市场价格 (元/吨)

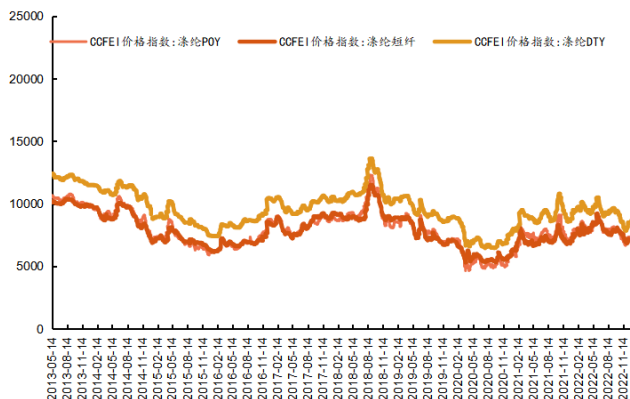


资料来源: Wind, 申港证券研究所

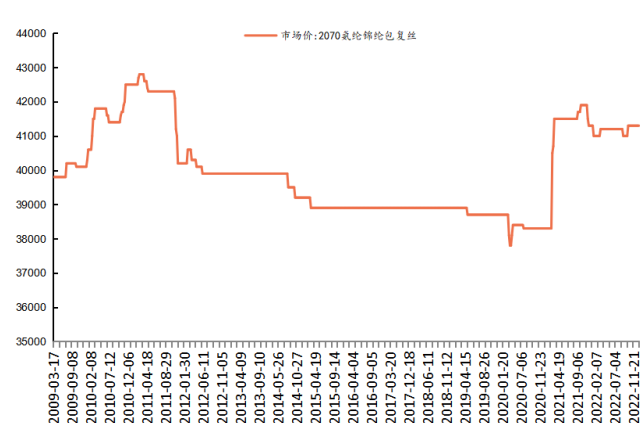
图34: 国内纱线市场价格 (元/吨)



资料来源: Wind, 申港证券研究所

图35：国内涤纶市场价格（元/吨）


资料来源：Wind，申港证券研究所

图36：国内氨纶锦纶市场价格（元/吨）


资料来源：Wind，申港证券研究所

4. 重要新闻及公司公告

4.1 新闻

4.1.1 2023 印刷设备器材进口关税最新调整出炉

据国务院关税税则委员会消息，2023 年 1 月，国务院关税税则委员会将发布 2023 年关税调整方案，宣布自 2023 年 1 月 1 日起，对部分进口商品的最惠国税率、协定税率和暂定税率进行调整。

2023 年有关印刷设备器材进口关税的调整，主要呈现出以下几个特征：

- 1、对于印刷版材类产品、印前设备类产品，以及印刷设备零配件及辅助设备类产品，全年依然实施零关税；
- 2、对于数字印刷设备类产品，关税再度下降，自 2023 年 7 月 1 日起，所有产品实施零关税；
- 3、对于传统印刷设备类产品，如部分平张纸胶印机、柔性版印刷机、凹版印刷机等依然实施暂定税率，最惠国税率几乎没有变化，且暂定税率无变化。

从大的趋势上看，除传统印刷设备类产品外，大部分印刷设备器材的关税呈现下降趋势，零关税面进一步扩大，也有利于推动我国印刷业的持续健康发展。

4.1.2 国际棉价震荡“迷局”难破

据中国棉花信息网消息，在产业内部供应端变数短期内对于棉价指引作用减弱的情况之下，周内棉价受外围能源市场先跌后涨运行影响，在 80-85 美分/磅维持震荡。宏观方面，美国通胀尚未“转危为安”，但在美国超预期的就业人数等强劲的经济数据托底之上，美联储提高利率的意愿或有所增强，因此后期仍需警惕宏观压力加剧需求转弱进而给棉价带来的下挫风险。

综合来看，全球在欧美国家通胀压力逐渐突显下，消费增速较为迟缓，伴随年底节假日偏多，交投气氛相对平淡。在美联储偏鹰派的货币政策下，消费端难言乐观，11 月美国纺服进口额同环比持续下行。东南亚纺服及纱线市场形势各异，12 月孟加拉

服装出口同环比稳增,商品单价提升,行业信心有所增强;印巴两国纺企运营虽艰难,但内外销订单不同程度恢复增长,印度棉纱出口订单的增长对市场情绪有所提振,但企业产能偏低,巴基斯坦纱线出口市场较为低迷,内销有所改善。可以看出,在外围多重因素的影响下,全球的纺服市场恢复形势各不相同,出口订单多在年终岁尾稍有回温,但程度十分有限,后市行业如何发展还需持续关注消费端的变化、生产端产能的恢复及政策的支撑与落地。

4.2 公司公告

【伟兴实业】浙江伟星实业发展股份有限公司拟非公开发行股票,募集资金总额不超过 120,000 万元,主要用于“年产 9.7 亿米高档拉链配套织带搬迁及服饰辅料技改项目(一期)”“年产 2.2 亿米高档拉链扩建项目”“越南服装辅料生产项目”和“补充流动资金”。

【迎丰科技】浙江迎丰科技股份有限公司(以下简称“公司”)于 2022 年 12 月 16 日召开第二届董事会第十七次会议、第二届监事会第十五次会议,审议通过《关于收购绍兴布泰纺织印染有限公司 100%股权的议案》,同意公司使用自有资金 23,269.00 万元人民币现金收购绍兴布泰纺织印染有限公司(以下简称“绍兴布泰”)100%股权。

【际华集团】际华集团股份有限公司拟将所持有的陕西际华园开发建设有限公司 100%股权以及公司对其全部债权以非公开协议方式转让给公司关联方新兴际华资产管理有限公司,交易总金额预计不超过 83,000.00 万元。

【王子材料】深圳王子新材料股份有限公司于 2023 年 1 月 6 日召开了第五届董事会第八次会议,审议并通过了关于子公司江苏新亿源安全防护科技有限公司股权转让暨被动形成对外提供财务资助的议案。深圳王子新材料股份有限公司子公司海南王子投资有限公司持有江苏新亿源安全防护科技有限公司 51%的股权,为进一步有效整合资源,优化资产结构,王子投资拟将其持有的江苏新亿源 17%的股权转让给姜红伟,转让价为 204 万元人民币。江苏新亿源其他股东放弃优先购买权。

5. 风险提示

疫情反复风险,行业竞争加剧风险。

分析师介绍

孔天祚，上海财经大学学士，美国东北大学硕士，曾有美国股票市场和国内债券市场研究经验，善于挖掘消费行业投资机会，2021年加入申港证券，现任轻工纺服行业分析师。

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人独立研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处，不受任何第三方的影响和授意。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

风险提示

本证券研究报告所载的信息、观点、结论等内容仅供投资者决策参考。在任何情况下，本公司证券研究报告均不构成对任何机构和个人的投资建议，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。市场有风险，投资者在决定投资前，务必要审慎。投资者应自主作出投资决策，自行承担投资风险。

免责声明

申港证券股份有限公司（简称“本公司”）是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。

本报告所载资料的来源被认为是可靠的，但本公司不保证其准确性和完整性，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。申港证券研究所已力求报告内容的客观、公正，但报告中的观点、结论和建议仅供参考，不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者不应单纯依靠本报告而取代自身独立判断，应自主作出投资决策并自行承担投资风险，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。本公司并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相关的其他任何损失承担任何责任。本报告所载资料、意见及推测仅反映申港证券研究所于发布本报告当日的判断，本报告所指证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会产生波动，在不同时期，申港证券研究所可能会对相关的分析意见及推测做出更改。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头寸并进行交易，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。

本报告仅面向申港证券客户中的专业投资者，本公司不会因接收人收到本报告而视其为当然客户。本报告版权归本公司所有，未经事先许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如转载或引用，需注明出处为申港证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改，否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、发布、转载和引用者承担。

行业评价体系

申港证券行业评级体系：增持、中性、减持

增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5% 以上
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于 -5%~+5% 之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上

市场基准指数为沪深 300 指数

申港证券公司评级体系：买入、增持、中性、减持

买入	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 15% 以上
增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5%~15% 之间
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于 -5%~+5% 之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上