2023 年 1 月 18 日

12 月线上消费仍偏弱，静待消费回暖；原材料整体回落

轻工行业数据月报 2023-01

核心观点综述：

- **轻工消费品：**根据久谦中台统计的 12 月天猫平台销售情况：护肤类产品实现销售额 49.67 亿元，同比下滑 28.0%，个护清洁类产品实现销售额 28.22 亿元，同比下滑 19.0%；住宅家具类产品实现销售额 74.14 亿元，同比下滑 22%；生活用纸类产品实现销售额 18.51 亿元，同比增长 2.4%；珠宝饰品类产品实现销售额 14.82 亿元，同比增长 6.4%；文具教育类产品实现销售额 20.68 亿元，同比下滑 17.0%；眼镜类产品实现销售额 3.6 亿元，同比下滑 17.6%。

- **造纸产业链：**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、交投平淡，纸企提涨难度较大且开工率处于低位，部分纸种的价格略有下滑，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，短期仍然供大于求。

- **原材料端：**纤维板、胶合板期货价格年初至 12 月底涨跌互现，其中 12 月以来纤维板价格略有下降，而胶合板价格持平，对于定制家居行业而言，成本端压力有所缓解。软体家居方面，制作海绵的主要原材料 TDI12 月价格有所回落，年初以来价格同比+19.43%。而另外一种原材料 MDI12 月末价格较月初增长 7.86%，且年初至今下跌 27.40%。包装方面，铝材、马口铁价格年初至今有所下滑，金属包装成本压力减缓。其他原材料方面，12 月原油价格下跌了 1.18%，塑料 ABS 价格持平，BDI 指数则增长 13.23%。汇率方面，人民币相对于美元汇率走低。

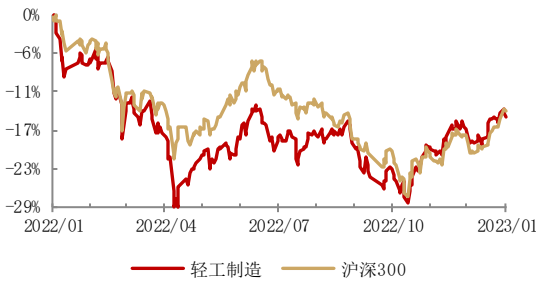
投资建议：

12 月以来，随疫情政策放开，终端消费陆续复苏，珠宝品类同环比提升明显，但受公共卫生事件影响终端消费仍较疲软，除生活用纸类刚需产品同比小幅度增长外，多品类 12 月天猫平台的销售额均出现了一定幅度的下滑，家具零售端等受装修延迟及地产利好传导滞后等影响同比有所下滑，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。**

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

联系人：宋姝旺
邮箱：songsw@hx168.com.cn
SAC NO：

风险提示

1）终端消费复苏不及预期；2）原材料价格持续大幅上涨；
3）行业竞争格局恶化。

正文目录

1. 轻工消费品：多品类销售额同比下滑，智能马桶同比高增 4
1.1. 护肤品销售额下滑，巨子生物同比微增 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增 8
1.4. 珠宝饰品消费复苏，黄金、K 金饰品增速同环比提升明显 8
1.5. 其他家用轻工：12 月文具类降幅扩大、眼镜类降幅收窄 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，智能马桶同比高增

图 1 轻工消费品重点公司数据跟踪（天猫销售）

单位：百万元	2022年6月	2022年7月	2022年8月	2022年9月	2022年10月	2022年11月	2022年12月
化妆品：							
珀莱雅							
珀莱雅护肤品	359.00	89.00	126.00	167.00	1104.00	305.00	193.00
YOY	18.0%	-23.0%	-6.2%	11.0%	523.0%	-66.0%	3.6%
彩棠彩妆	75.44	18.59	32.36	28.98	78.88	61.44	44.06
YOY	169.0%	4.7%	42.0%	65.0%	999.0%	-26.0%	27.0%
贝泰妮（薇诺娜）							
薇诺娜护肤品	424.00	74.00	115.00	134.00	784.00	568.00	87.00
YOY	1.6%	-24.0%	7.4%	36.0%	323.0%	-46.0%	-23.0%
上海家化							
佰草集护肤品	17.74	6.44	10.22	10.42	22.11	22.20	9.43
YOY	-52.0%	-38.2%	-35.2%	-29.0%	68.0%	-76.0%	-47.0%
玉泽护肤品	35.00	9.10	14.00	17.03	55.02	32.59	15.35
YOY	-81.0%	-66.0%	-51.0%	-58.0%	138.0%	-92.0%	-60.0%
巨子生物							
可复美医疗美妆	45.00	22.00	37.00	36.74	195.17	61.77	24.90
YOY	-5%	5%	18%	36.2%	649.7%	-25.1%	6.2%
可丽金护肤品	12.04	4.63	6.40	5.88	11.69	9.96	5.74
YOY	77.0%	209.0%	114.0%	101.6%	157.2%	-58.5%	7.0%
家装建材：							
瑞尔特	13.22	2.31	3.66	3.02	20.58	10.84	8.42
YOY	1803.5%	521.0%	561.0%	555.7%	2504.0%	139.1%	188.8%
住宅家具：							
顾家家居	251.00	49.00	71.00	50.00	287.00	157.00	60.00
YOY	12.0%	-12.0%	-36.0%	-43.0%	413.0%	-59.0%	-37.0%
喜临门	298.00	111.00	70.00	73.00	448.00	131.00	110.00
YOY	2.9%	96.0%	-33.0%	-39.0%	431.0%	-73.0%	-13.0%
慕思	132.90	36.00	49.00	38.00	72.00	103.00	56.00
YOY	-15.0%	-1.9%	-32.0%	-42.0%	157.0%	-63.0%	-16.0%
家庭清洁：							
维达							
维达	392.00	158.00	233.00	235.00	488.00	514.00	262.00
YOY	0.9%	5.8%	7.4%	12.0%	62.0%	-17.0%	36.0%
得宝	86.00	32.00	42.00	54.00	94.00	125.00	56.00
YOY	-7.0%	-3.3%	-8.8%	13.0%	87.0%	-26.0%	58.0%
恒安							
心相印	188.00	94.00	127.00	141.00	242.00	251.00	130.00
YOY	5.3%	25.0%	27.0%	32.0%	93.0%	-11.0%	23.0%
七度空间	54.00	25.00	31.00	32.50	65.43	65.88	31.90
YOY	10.0%	2.5%	1.6%	2.1%	54.0%	-35.0%	-10.0%
中顺洁柔（洁柔品牌）	222.00	101.00	124.00	109.00	242.00	242.00	124.00
YOY	1.8%	-4.9%	-12.0%	-27.0%	6.2%	-39.0%	-23.0%
珠宝饰品：							
周大生	93.00	53.00	70.00	42.40	130.70	190.40	136.00
YOY	-1.2%	1.9%	-50.0%	-51.0%	310.0%	-44.0%	58.0%
周大福	227.00	154.00	164.00	134.00	116.00	210.00	139.00
YOY	18.0%	99.0%	-28.0%	7.9%	68.0%	-42.0%	-31.0%
周生生	220.00	91.00	104.00	60.00	121.00	201.00	81.00
YOY	34.0%	72.0%	-16.0%	22.0%	244.0%	-21.0%	51.0%
文具教育：							
晨光文具	96.00	109.00	193.00	196.00	127.00	119.00	71.00
YOY	-26.0%	-12.0%	15.0%	19.0%	7.6%	-6.6%	-37.0%
得力文具	150.00	144.00	252.00	279.00	188.00	185.00	114.00
YOY	-22.0%	-11.0%	-5.2%	7.0%	18.0%	12.0%	-22.0%
眼镜装饰：							
明月镜片	7.10	3.88	4.49	2.98	5.19	4.47	2.73
YOY	-13.0%	-24.0%	-40.0%	-47.0%	21.0%	-58.0%	-42.0%

资料来源：久谦中台，华西证券研究所

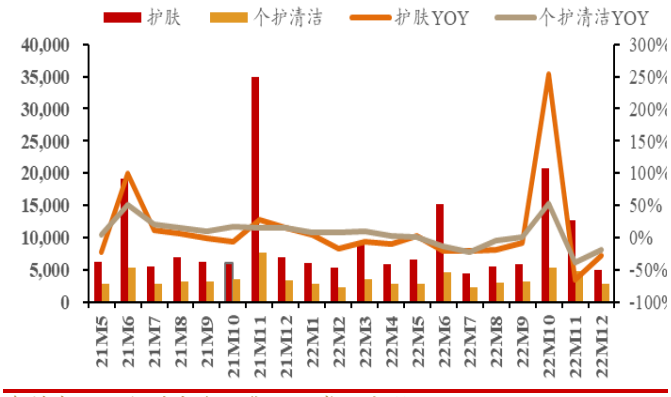
1.1. 护肤品销售额下滑，巨子生物同比微增

2022 年 12 月，在天猫平台，护肤类产品销售额达到了 49.67 亿元，同比下滑了 28.0%。个护清洁类产品销售额达到了 28.22 亿元，同比下滑了 19.0%。

分具体品类来看：

面部护理依然是护肤品里销售额最高的品类，12 月实现了销售额 43.02 亿元，同比下滑了 27%；眼部护理产品实现销售额 2.42 亿元，同比下滑了 44%；男士护肤产品实现了销售额 2.11 亿元，同比下滑了 22%。唇部护理产品实现了销售额 1,39 亿元，同比下滑了 16%；防晒产品实现销售 0.72 亿元，同比下滑了 47%;。个护清洁类产品里，头发护理实现了销售额 11.98 亿元，同比下滑了 21%，身体护理实现了销售额 7.21 亿元，同比下滑了 22%。

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	12月天猫平台销售额（亿元）	12月销售额涨跌幅
护肤类产品	**49.67**	**-28.0%**
面部护理	43.02	-27.0%
眼部护理	2.42	-44.0%
男士护肤	2.11	-22.0%
唇部护理	1.39	-16.0%
防晒	0.72	-47.0%
个护清洁类产品	**28.22**	**-19.0%**
头发护理	11.98	-21.0%
身体护理	7.21	-22.0%

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 1.93 亿元销售额，同比增长 3.6%，销量达到了 80.6 万件，同比下滑了 23%。而彩妆香水类产品整体实现了 420 万元，同比下滑了 70.0%。**彩棠**品牌的彩妆类产品实现了 4406 万销售额，同比提升了 27.0%。

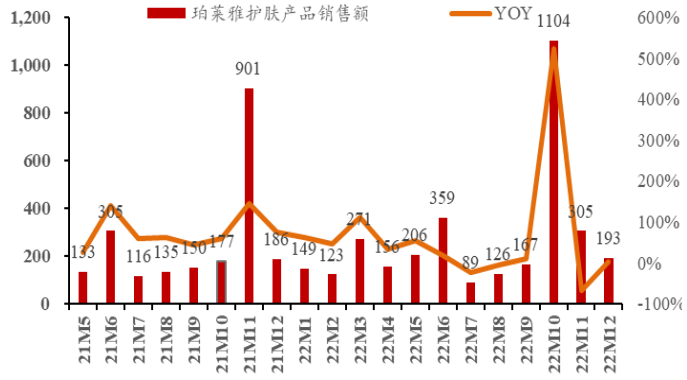
贝泰妮旗下**薇诺娜**品牌的护肤类产品实现了 8700 万元销售额，同比下降 23.0%，销量达到了 53.8 万件，同比下滑了 45%。

上海家化旗下**佰草集**品牌的护肤产品实现了约 943 万元销售额，同比下滑了 47.0%，而**玉泽品牌**的护肤产品则实现了约 1500 万元销售额，同比下滑了 60.0%。

巨子生物旗下的**可复美**医疗美妆产品实现了 2490 万元销售额，同比提升了 6.0%，**可丽金**的护肤产品实现了 574 万元销售额，同比提升了 7.0%。

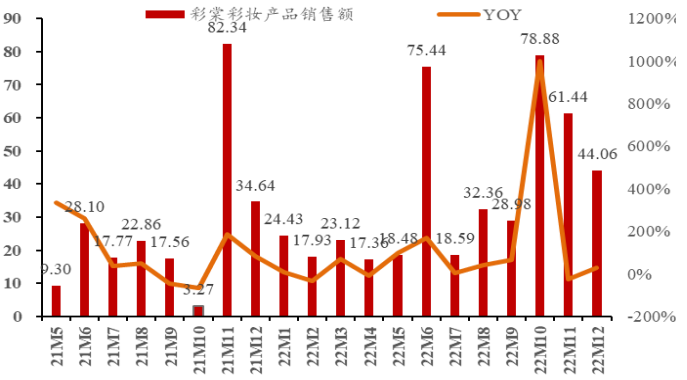
外资品牌里，**雅诗兰黛**的护肤品产品实现了 1.17 亿元销售额，同比下滑了 32.0%。**SK-II** 的护肤品产品实现了 1.02 亿元销售额，同比下滑了 34.0%。

图 4 珀莱雅品牌护肤品天猫销售额（百万元）



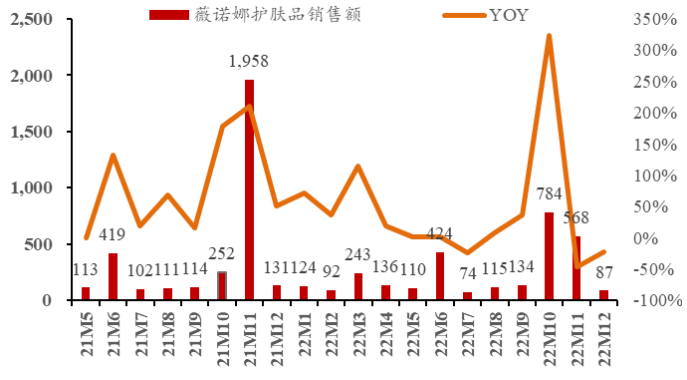
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

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）



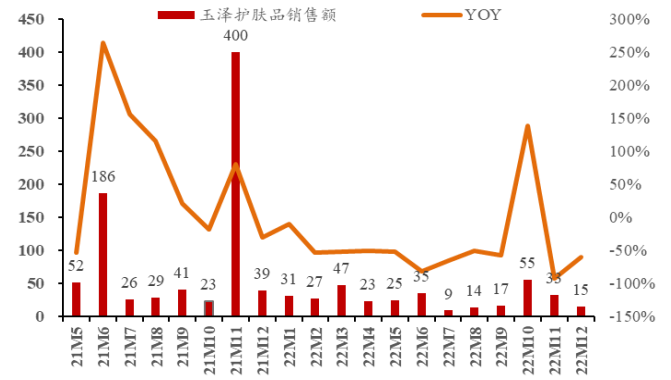
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

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

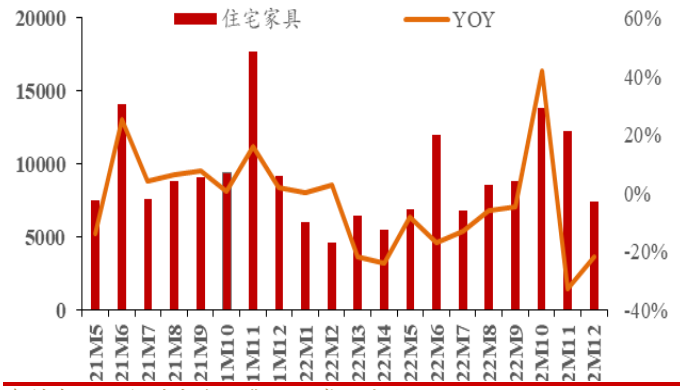
2022年12月，天猫平台住宅家具类产品实现销售额74.14亿元，同比下滑22%。其中柜子类产品实现销售额 11.88 亿元，同比下滑了 32%；沙发类产品实现销售额13.29亿元，同比下滑了12%；床类产品实现销售额12.50亿元，同比下滑17%；桌子类产品实现销售额9.22亿元，同比下滑了14 %；儿童家具实现销售额4.72亿元，同比下滑了36%；床垫类产品实现销售额7.87亿元，同比下滑了14%。智能坐便器实现了销售额2.31亿元，同比增长了8.6%。

分具体品牌看：

顾家家居的住宅家具产品12月实现了销售额6000万元，同比下滑了37.0%，全年实现销售额12.2亿元，同比下滑40.0%；**喜临门**的住宅家具产品12月实现了销售额1.1亿元，同比下滑了13.0%，全年实现销售额15.4亿元，同比下滑67.0%；**慕思**的住宅家具产品12月实现了销售额5600万元，同比下滑了16.0%，全年实现销售额6.3亿元，同比增长18.0%。

瑞尔特的智能坐便器实现了销售额826万元，同比增长了224.5%；壁挂式坐便器实现了销售额2.5万元，同比下降86.4%；而普通坐便器仅实现了销售额1.5万元；卫浴水箱实现销售额1.8万元。

图9 住宅家具产品天猫销售额（百万元）



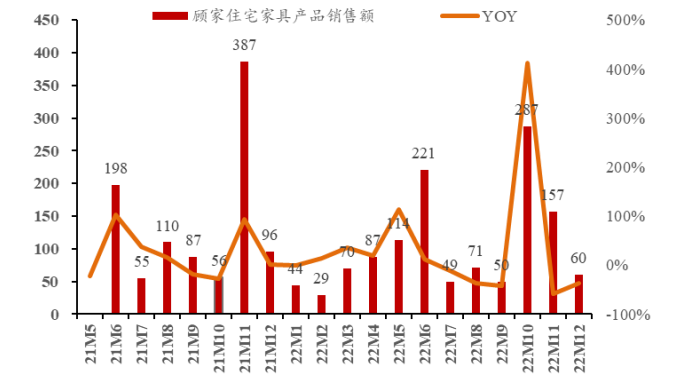
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图10 住宅家具类产品细分品类天猫销售额

	12月天猫平台销售额（百万元）	12月销售额涨跌幅
住宅家具：		
柜	1188	-32.0%
沙发	1329	-12.0%
床	1250	-17.0%
床垫	787	-14.0%
卫浴家装：		
智能坐便器	231	8.6%

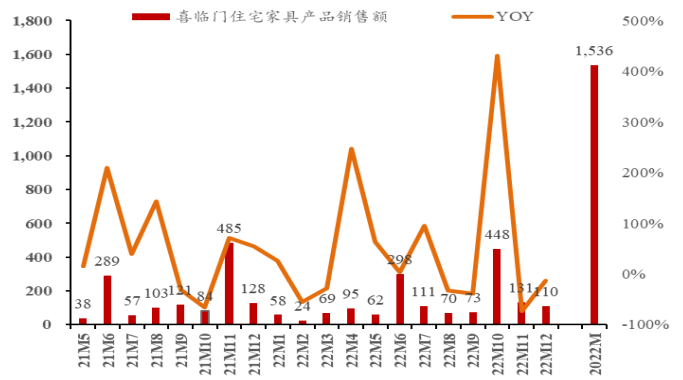
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图11 顾家家居住宅家具产品天猫销售额（百万元）



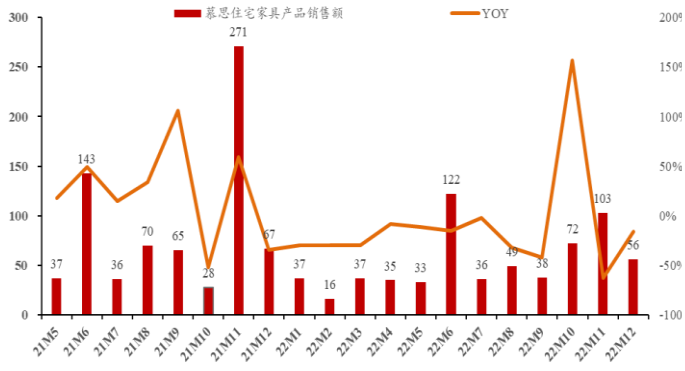
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

图12 喜临门住宅家具产品天猫销售额（百万元）



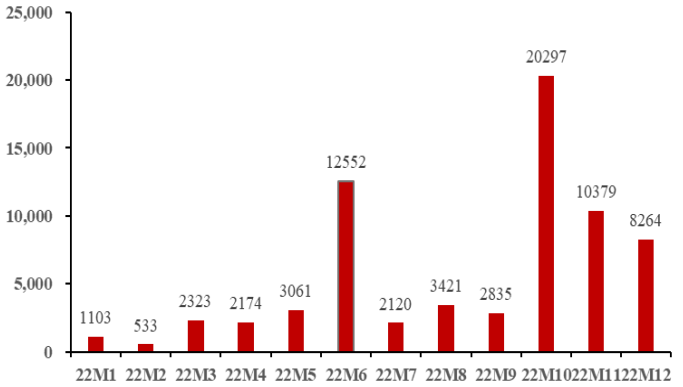
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

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）



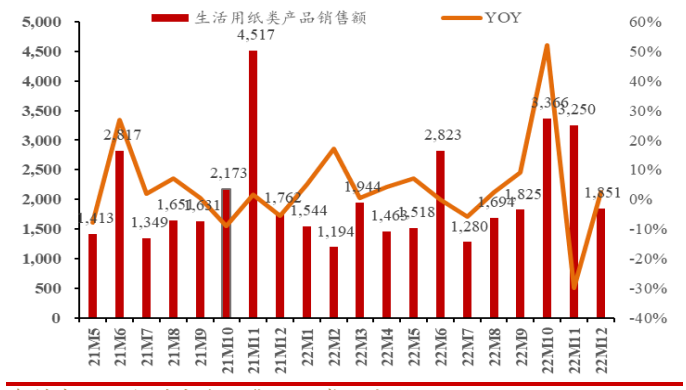
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

1.3. 生活用纸类产品销售额微增

2022 年 12 月，天猫平台生活用纸类产品实现销售额 18.51 亿元，同比提升 2.4%。其中抽纸+卷纸类产品实现销售额 9.05 亿元，同比增长 5.7%；卫生巾+裤式卫生巾类产品实现销售额 3.71 亿元，同比下降 11.9%；湿巾类产品实现销售额 1.84 亿元，同比增长 74%；成人纸尿裤类产品实现销售额 9300 万元，同比增长 7.8%。

分具体公司看，**维达**（维达+得宝）共实现了 3.18 亿元销售额，同比增长 39.4%。**恒安**（心相印+七度空间）共实现了 1.64 亿元销售额，同比增长 11.8%。**中顺洁柔**（洁柔品牌）实现了 1.24 亿元的销售额，同比下滑 23.4%。

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

	12月天猫平台销售额（亿元）	12月销售额涨跌幅
维达：		
维达	2.62	36.0%
得宝	0.56	58.0%
恒安：		
心相印	1.30	23.0%
七度空间	0.32	-10.0%
中顺洁柔：		
洁柔	1.24	-23.0%

资料来源：久谦中台，华西证券研究所

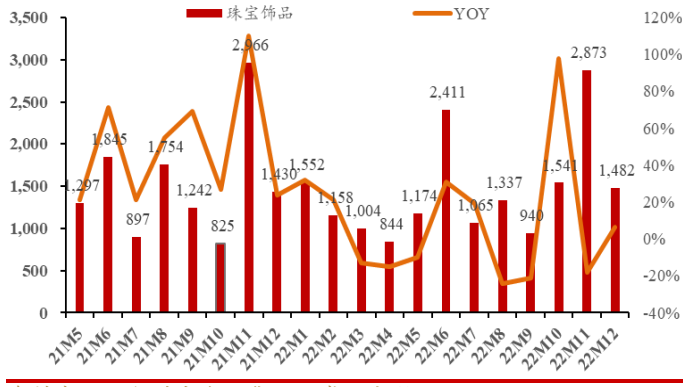
1.4. 珠宝饰品消费复苏，黄金、K 金饰品增速同环比提升明显

2022 年 12 月，天猫平台珠宝饰品类产品实现销售额 14.82 亿元，同比增长 6.4%、增速环比 11 月提升 24.4pct。其中黄金首饰类产品实现销售额 10.87 亿元，同比增长 24.0%、增速环比 11 月提升 36.0pct；K 金首饰类产品实现销售额 1.80 亿元，同比增长 10.0%、增速环比 11 月提升 36.0pct；钻石首饰类产品实现销售额 5500 万元，同比下滑 63.0%。

分具体品牌看，**周大生**的珠宝饰品实现了销售额 1.28 亿元，同比增速在 79.0%，流行饰品实现了销售额 800 万元，同比下滑 45.0%。**周大福**的珠宝饰品实现了销售额

1.37 亿元，同比下滑 30.0%，流行饰品实现了销售额 140 万元，同比下滑 55.0%。**周生生**的珠宝饰品实现了销售额 8000 万元，同比增长 51.0%，流行饰品实现了销售额 120 万元，同比增长%。

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）

	12月天猫平台销售额（百万元）	12月销售额涨跌幅
周大生：		
珠宝饰品	128	79.0%
流行饰品	8	-45.0%
周大福：		
珠宝饰品	137	-30.0%
流行饰品	1.4	-55.0%
周生生：		
珠宝饰品	80	51.0%
流行饰品	1.2	28.0%

资料来源：久谦中台，华西证券研究所

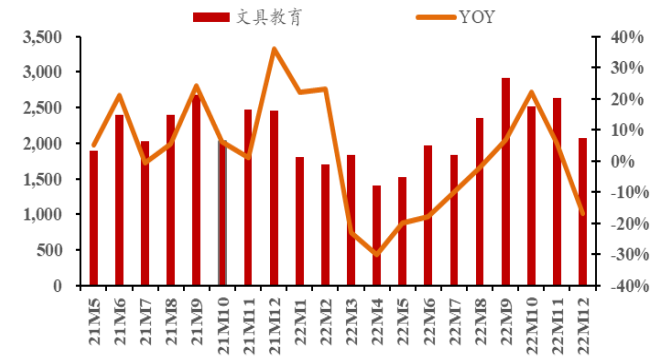
1.5. 其他家用轻工：12 月文具类降幅扩大、眼镜类降幅收窄

2022 年 12 月，在天猫平台，文具教育类产品实现销售额 20.68 亿元，同比下滑了 17.0%，增速环比 11 月下降 23.0pct。

分具体品类看，书写工具类商品实现销售额 2.74 亿元，同比下滑了 27.0%；纸张书册类商品实现销售额 3.36 亿元，同比下滑了 14%；画具书法类商品实现销售额 2.37 亿元，同比下滑了 13%；文具收纳类商品实现销售额 1.23 亿元，同比下滑了 30%。

分具体品牌看，晨光文具的文具教育类产品 12 月实现销售额 7100 万元，同比下降了 37.0%，全年实现销售额 13.85 亿元，同比下降 37.0%；12 月办公设备类产品实现销售额 2100 万元，同比下滑了 12.0%，全年实现销售额 2.85 亿元，同比下滑 77.0%。**得力文具**的文具教育类产品 12 月实现销售额 1.14 亿元，同比下降了 22.0%，全年实现销售额 19.22 亿元，同比下降了 20.0%；12 月办公设备类产品实现销售额 6700 万元，同比下降了 15.0%，全年实现销售额 9 亿元，同比增长 8.4%。

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）

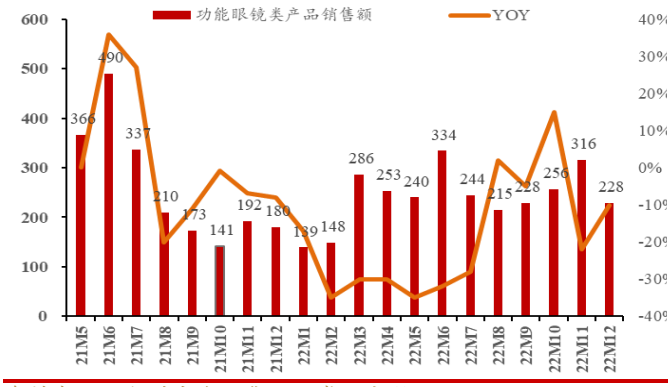
	12月天猫平台销售额（百万元）	12月销售额涨跌幅	22年天猫平台销售额（百万元）	22年销售额涨跌幅
晨光文具：				
文具教育	71	-37.0%	1385	-37.0%
办公设备	21	-12.0%	285	-77.0%
得力文具：				
文具教育	114	-22.0%	1922	-20.0%
办公设备	67	-15.0%	900	8.4%

资料来源：久谦中台，华西证券研究所

2022 年 12 月，天猫平台眼镜类相关产品实现销售额 3.55 亿元，同比下降了 17.6%。其中功能眼镜类商品实现销售额 2.28 亿元，同比下降了 10.0%；光学眼镜类商品实现销售额 1.27 亿元，同比提升了 29.0%。

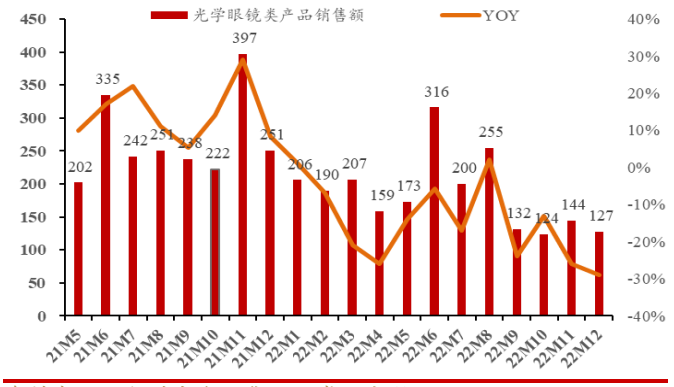
具体品牌来看，明月镜片的眼镜类产品实现了 273 万元销售额，同比下滑了 42.0%。其中光学镜片类产品共实现了 245 万元销售额，同比下滑了 42.0%，功能眼镜类产品共实现了 28 万元销售额，同比下降了 46.0%。

图 21 功能眼镜类商品天猫销售额（百万元）



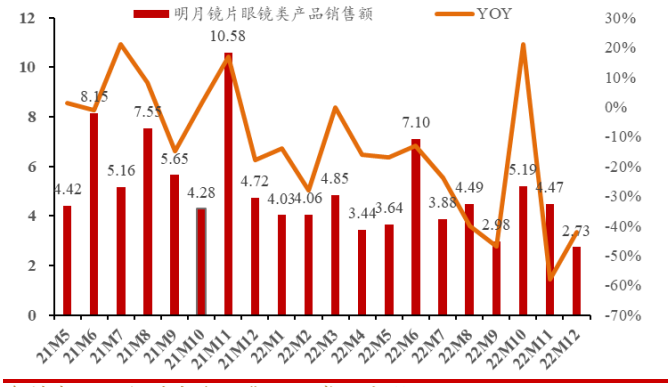
资料来源：久谦中台，华西证券研究所

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）

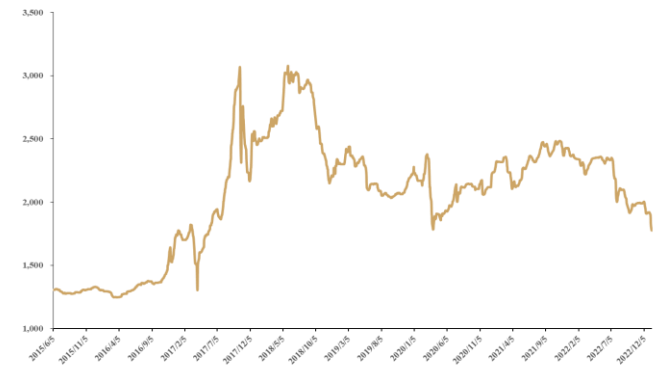


资料来源：久谦中台，华西证券研究所

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、交投平淡，纸企提涨难度较大且开工率处于低位，部分纸种的价格略有下滑，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）



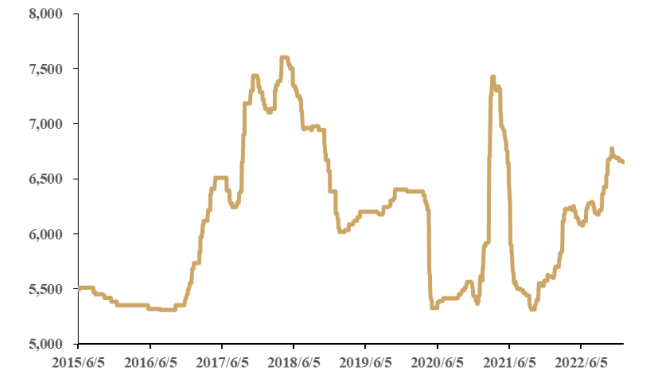
资料来源：Wind

图 25 国内针叶浆/阔叶浆市场价格走势（元/吨）



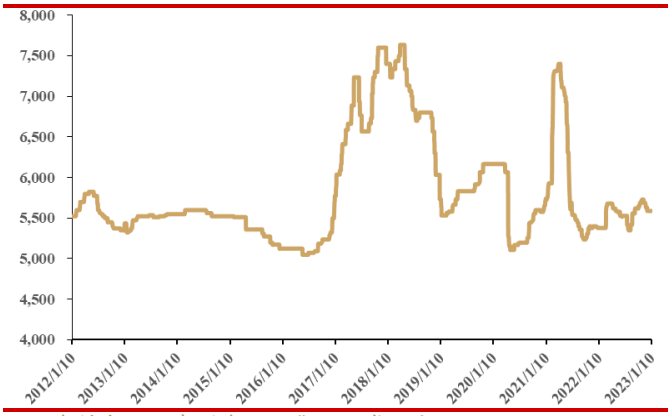
资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

图 26 双胶纸价格走势（元/吨）



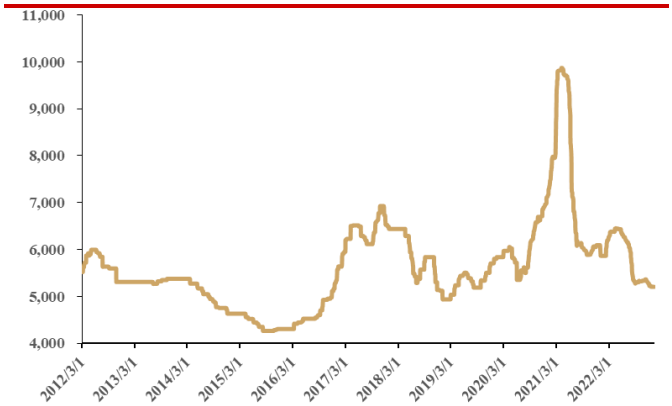
资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

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）



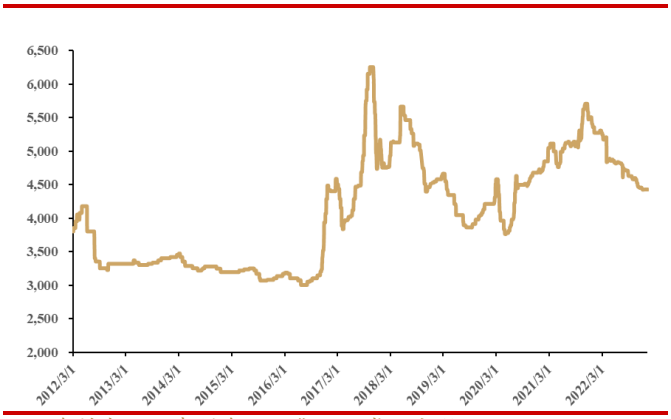
资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

图 29 生活用纸价格走势（元/吨）



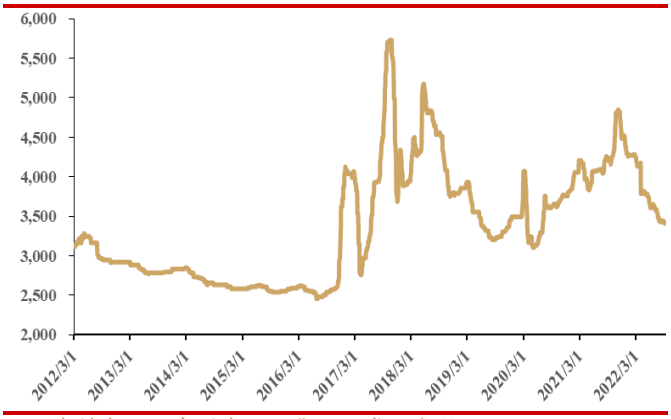
资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

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

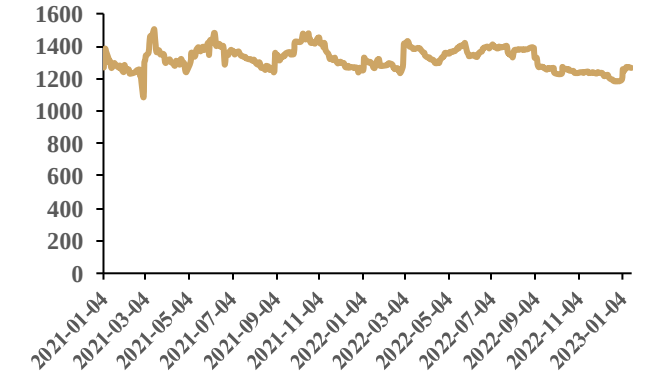
图 32 主要纸种价格趋势

	12月底现价	12月均价	12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	1918元/吨	1942元/吨	-2.52%	-3.92%	-18.88%
针叶浆	7350元/吨	7280元/吨	1.57%	-0.65%	22.50%
阔叶浆	6350元/吨	6446元/吨	0.58%	-2.36%	23.90%
主要纸种：					
箱板纸	4425元/吨	4425元/吨	-0.72%	-0.32%	-17.34%
双铜纸	5590元/吨	5610元/吨	-1.74%	-1.41%	3.71%
白卡纸	5210元/吨	5231元/吨	-2.01%	-1.33%	-11.26%
双胶纸	6663元/吨	6673元/吨	-0.55%	-0.37%	18.71%
生活用纸	7867元/吨	7981元/吨	-2.32%	-2.68%	22.76%

资料来源：卓创资讯，华西证券研究所

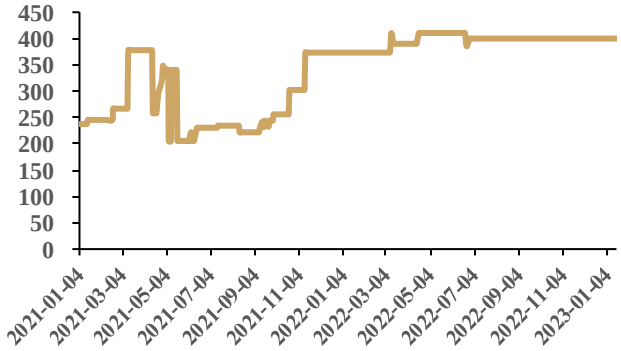
原材料端：纤维板、胶合板期货价格年初至 12 月底涨跌互现，其中 12 月以来纤维板价格略有下降，而胶合板价格持平，对于定制家居行业而言，成本端压力有所缓解。软体家居方面，制作海绵的主要原材料 TDI12 月价格有所回落，年初以来价格同比+19.43%。而另外一种原材料 MDI12 月末价格较月初增长 7.86%，且年初至今下跌 27.40%。整体来看，年初以来 TDI、MDI 价格涨跌互现，其中，MDI 下跌幅度高于 TDI 上涨幅度，软体成本端有所缓解。包装方面，铝材、马口铁价格年初至今有所下滑，金属包装成本压力减缓。其他原材料方面，12 月原油价格下跌了 1.18%，塑料 ABS 价格持平，BDI 指数则增长了 13.23%。汇率方面，人民币相对于美元的汇率走低。

图 33 纤维板期货价格走势（元/张）



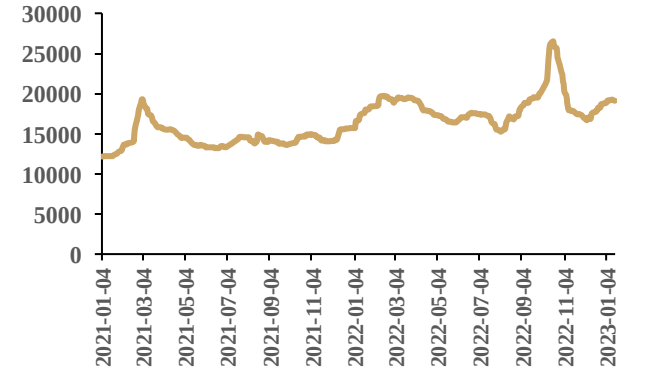
资料来源：Wind，华西证券研究所

图 34 胶合板期货价格走势（元/张）



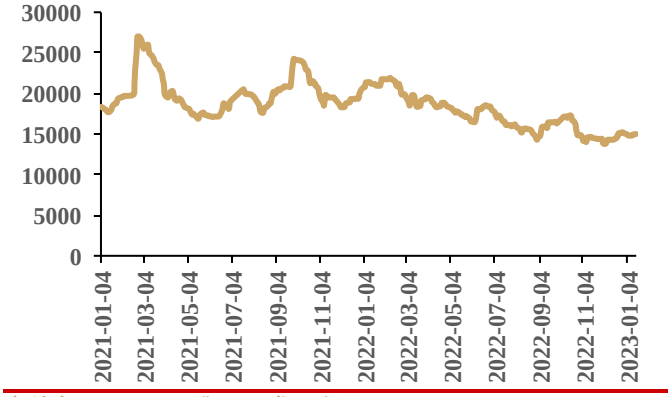
资料来源：Wind，华西证券研究所

图 35 海绵主要原材料 TDI 价格走势（元/吨）



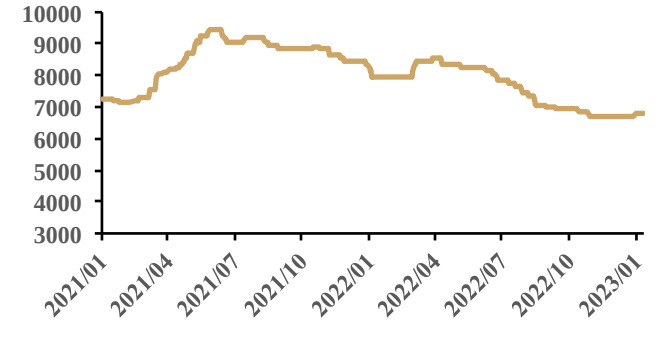
资料来源：Wind，华西证券研究所

图 36 海绵主要原材料 MDI 价格走势（元/吨）



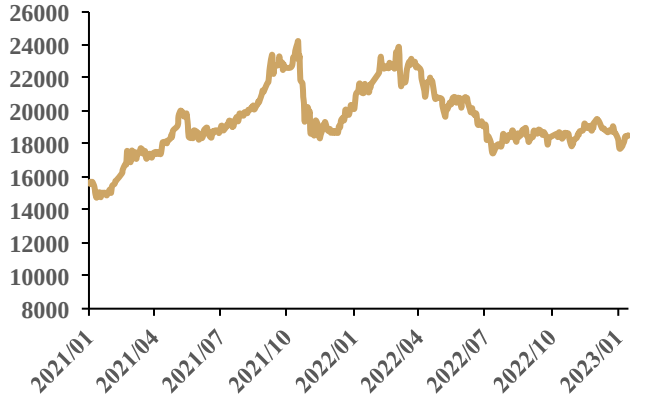
资料来源：Wind，华西证券研究所

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

	12月底现价	12月均价	12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	1183元/吨	1207元/吨	-2.46%	-4.25%	-5.59%
胶合板	400元/吨	400元/吨	0.00%	0.00%	7.15%
软体家居主要原材料：					
TDI	18750元/吨	17625元/吨	-4.60%	9.65%	19.43%
MDI	15100元/吨	14511元/吨	0.36%	7.86%	-27.40%
金属包装主要原材料：					
镀锡板卷	6700元/吨	6800元/吨	0.00%	0.00%	-18.79%
铝	18680元/吨	19005元/吨	1.51%	-3.11%	-7.11%
其他重要成本：					
WTI原油	80.26美元/桶	76.52美元/桶	-9.02%	-1.18%	5.49%
塑料ABS	11450元/吨	11448元/吨	-1.04%	0.00%	-20.49%
美元兑人民币汇率	6.95	6.98	-2.80%	-1.80%	9.05%
BDI指数	1515	1453	11.89%	13.23%	-33.70%

资料来源：Wind，华西证券研究所

3.本月观点

12 月以来，随疫情政策放开，终端消费陆续复苏，珠宝品类同环比提升明显，但受公共卫生事件影响终端消费仍较疲软，除生活用纸类刚需产品同比小幅度增长外，多品类 12 月天猫平台的销售额均出现了一定幅度的下滑，家具零售端等受装修延迟及地产利好传导滞后等影响同比有所下滑，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）终端消费复苏不及预期；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。

宋姝旺：轻工行业助理分析师。2021年6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。