

轻工制造

优于大市（维持）

证券分析师

徐偲

资格编号：S0120523020002

邮箱：xucai@tebon.com.cn

余倩莹

资格编号：S0120523020005

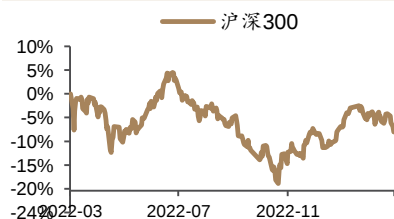
邮箱：yuqy@tebon.com.cn

研究助理

成浅之

邮箱：chengqz@tebon.com.cn

市场表现



相关研究

- 《家联科技（301193.SZ）深度报告：全降解制品厚积薄发，内外销并举成长可期》，2022.10.31
- 《匠心家居（301061.SZ）：持续开拓优质客户，降本增效成果显著》，2022.10.29
- 《百亚股份（003006.SZ）：电商渠道增速靓丽，Q3 业绩超预期》，2022.10.29
- 《力量钻石（301071.SZ）2022 年三季报点评-业绩平稳兑现，增长蓄力强劲》，2022.10.26
- 《轻工制造行业周报：日用塑料制品集中度提升，可降解材料替代前景广阔》，2022.9.25

315 活动火热，助力家居消费市场回暖

投资要点：

- **市场行情回顾：**2023 年 3 月 6 日至 3 月 10 日，上证综指下跌 2.95%，深证成指下跌 3.45%，创业板指下跌 2.15%。分行业来看，申万轻工制造下跌 4.96%，相较沪深 300 指数-1.00pct，在 28 个申万一级行业指数中排名 24。轻工制造行业一周涨幅前十分别为松炘资源(+7%)、宝钢包装(+4.84%)、德力股份(+3.95%)、力诺特玻(+3.44%)、滨海能源(+2.72%)、上海易连(+1.79%)、金运激光(+1.45%)、龙利得(+0.93%)、四通股份(+0.8%)、安妮股份(+0.11%)。跌幅前十分别为悦心健康(-16.67%)、联翔股份(-16.38%)、慕思股份(-10.99%)、索菲亚(-10.74%)、箭牌家居(-10.34%)、金牌厨柜(-10.06%)、鸿博股份(-10.04%)、东鹏控股(-9.89%)、好太太(-9.74%)、蒙娜丽莎(-9.7%)。

- **周专题：315 活动开启，助力家居消费市场回暖：**

（1）**活动时间方面**，各大品牌提前引流，活动时间整体延长。在政策宽松及保交付发力下，延期项目施工及交付节奏有望加快，地产销售有望温和复苏，从而带动 2023 年地产后周期产业链复苏，各大家居品牌均提前布局，推出系列营销活动。

（2）**活动玩法方面**，各大品牌均主推定制套餐作为促销活动产品，为消费者提供更丰富、适配更全面的一站式整装定制解决方案，并在不同价位上设置了定位精准的套餐产品，既有高性价比的套餐满足大众刚需客户，也有高品质的套餐满足新中产人群。各大品牌以减价促销为核心促销玩法，优惠力度大，并配套了发放消费券、低价换购、即买即送、免费升级、抽奖、砸金蛋等多种促销玩法，刺激消费者消费热情。

（3）**活动对比方面**，家居品牌 2023 年 315 大促多采用线上+线下协同引流的活动打法，为了抓住疫情防控政策放开后的市场机遇，抢占市场份额，家居企业积极在线上渠道投放资源，蓄积流量，于此同时，受益于线下客流增长，各大家居品牌陆续扩大布局线下门店业务，通过线上宣传引导消费者光临门店选购体验，激发消费者购买欲望，有助于终端零售需求释放。各品牌基本已形成规范化系列化的线上线下引流消费流程，基本流程为“线上定金预约—线下门店邀请—到店体验—生成线上订单—上门安装服务”。

（4）**线上销售数据：**根据萝卜投资数据，索菲亚 2023 年 1-2 月天猫销售额为 2251.53 万元，同比增长 68.83%；销售量为 12532 件，同比增长 2.56%；客单价为 1796.62 元，同比增长 64.61%。金牌厨柜 2023 年 1-2 月天猫销售额为 94.15 万元，同比增长 55.74%；销售量为 2478 件，同比增长 1102.91%；客单价为 379.93 元，同比下降 87.05%。顾家家居 2023 年 1-2 月天猫销售额为 5.11 亿元，同比增长 160.23%；销售量为 119614 件，同比增长 20.93%；客单价为 4269.06 元，同比增长 115.19%。

（5）**总结：**在政策宽松及保交付发力下，延期项目施工及交付节奏有望加快，地产销售有望温和复苏，从而带动 2023 年地产后周期产业链复苏，各大家居品牌均提前布局，推出系列营销活动。活动时间方面，最早于 1 月 28 日开启，最晚在 3 月底收官。活动玩法方面，以整家套餐减价为主，辅以换购、惠送等多种玩法。与疫情期间对比，2023 年受益于疫情防控政策放开，线下商场人流恢复，家居品牌多采用线上+线下协同引流的活动打法，在线上开展直播预约活动，提前锁定客户，并吸引消费者到店体验消费，来实现线上线下协同。我们认为，2023 年家居消费市场回暖复苏，各大家居品牌迎来业绩增长与估值修复，建议关注志邦家居、顾家家居。

- **风险提示：**宏观经济增长不及预期风险；新冠疫情影响；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。

内容目录

1. 周专题：315 活动火热，助力家居消费市场回暖.....	5
1.1. 活动时间：最早于 1 月 28 日开启，最晚在 3 月底收官	5
1.2. 活动玩法：以整家套餐减价为主，辅以换购、惠送等多种玩法	5
1.3. 活动对比：线上线下协同，鼓励到店体验消费	8
1.4. 2023 年初线上销售额、销量持续增长	10
1.5. 总结	11
2. 一周行情回顾	11
2.1. 一周整体行情回顾	11
2.2. 一周个股涨跌幅	12
3. 重点数据追踪	13
3.1. 家居	13
3.2. 包装造纸	15
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 1: 2023 年 315 家居大促时间梳理.....	5
图 2: 欧派 315 促销产品	6
图 3: 索菲亚 315 促销产品.....	6
图 4: 志邦家居和金牌橱柜 315 促销产品	7
图 5: 软体家居、卫浴制品、瓷砖品牌头部公司 315 促销产品	7
图 6: 315 预约活动介绍	8
图 7: 全国 3 万 m2 以上的购物中心近 12 个月场日均客流	8
图 8: 2022-2023 年春节当月场日均客流.....	8
图 9: 各大品牌线上直播活动.....	9
图 10: 线上线下协同流程图	10
图 11: 索菲亚销售额及 yoy	10
图 12: 金牌橱柜销售额及 yoy	10
图 13: 顾家家居销售额及 yoy	11
图 14: 索菲亚、金牌橱柜和顾家家居销量（件）及 yoy.....	11
图 15: 索菲亚、金牌橱柜和顾家家居 2022、2023 客单价及 yoy	11
图 16: 2022.08.22-2022.09.02 申万轻工制造指数变化	12
图 17: 年初至今申万轻工制造指数涨跌幅与沪深 300 对比.....	12
图 18: 申万轻工制造指数涨跌幅与其他行业涨跌幅对比（%）	12
图 19: 30 大中城市商品房成交面积（万平方米）	13
图 20: 100 大中城市住宅用地成交面积（万平方米）	13
图 21: 房屋住宅新开工面积累计值及同比（万平方米，%）	13
图 22: 房屋住宅销售面积累计值及同比（万平方米，%）	14
图 23: 房屋住宅竣工面积累计值及同比（万平方米，%）	14
图 24: CTI、LTI 指数	14
图 25: TDI、MDI 现货价（元/吨）	14
图 26: 当月家具销售额及同比变化.....	15
图 27: 当月家具及其零件出口金额及同比变化	15
图 28: 当月建材家居卖场销售额及同比变化	15
图 29: 建材家居卖场累计销售额及累计同比变化.....	15
图 30: 木浆价格变化	16
图 31: 废纸价格变化	16
图 32: 浆纸系价格.....	16

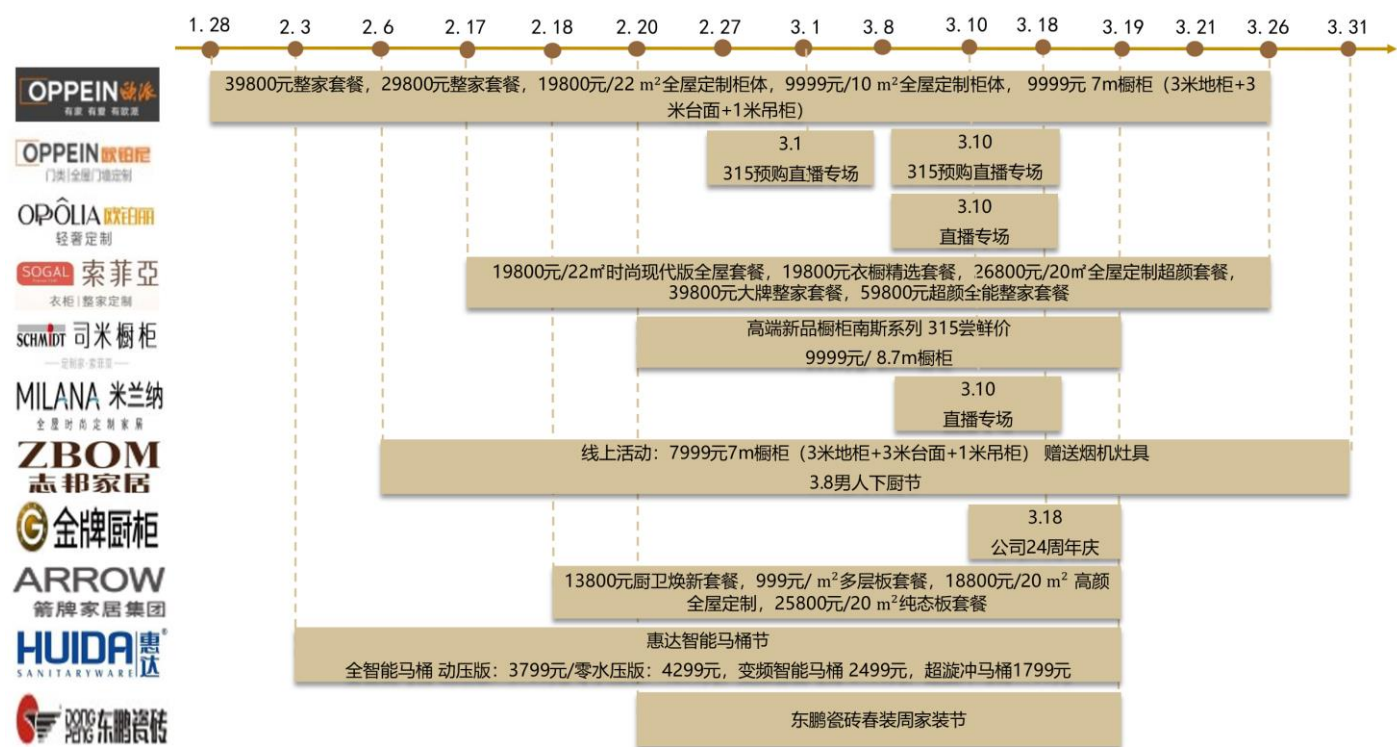
图 33: 废纸系价格.....	16
图 34: 主要纸种税后毛利（元/吨）	16
图 35: 溶解浆内盘价格指数（元/吨）	16
图 36: 青岛港、保定港、常熟港木浆库存.....	17
图 37: 铜版纸库存.....	17
图 38: 双胶纸库存.....	17
图 39: 白卡纸库存.....	17
图 40: 生活用纸库存	17
图 41: 废黄板纸库存	18
图 42: 白板纸库存.....	18
图 43: 箱板纸库存.....	18
图 44: 瓦楞纸库存.....	18
 表 1: A 股轻工制造行业周涨跌幅 Top5	 12

1. 周专题：315 活动火热，助力家居消费市场回暖

1.1. 活动时间：最早于 1 月 28 日开启，最晚在 3 月底收官

各大品牌提前引流，活动时间整体延长。在政策宽松及保交付发力下，延期项目施工及交付节奏有望加快，地产销售有望温和复苏，从而带动 2023 年地产后周期产业链复苏，各大家居品牌均提前布局，推出系列营销活动。欧派家居和惠达卫浴最早开始了 315 大促预热，在微博、公众号、官网、抖音直播间、视频号提前蓄积流量。2022 年 315 活动受疫情影响消费低迷，2023 年有望通过积极营销带动销量高增，推动家居消费市场回暖。

图 1：2023 年 315 家居大促时间梳理



资料来源：各公司官方微博/公众号/视频号/官网/微信客服、德邦研究所

1.2. 活动玩法：以整家套餐减价为主，辅以换购、惠送等多种玩法

主推整家定制套餐，一站式满足消费者各类需求。各大品牌均主推定制套餐作为促销活动产品，如定制家居公司主推涵盖定制柜、橱柜、门、家具、背景墙的整家套餐，为消费者提供更丰富、适配更全面的一站式整装定制解决方案，并在不同价位上设置了定位精准的整家套餐产品，既有高性价比的套餐满足大众刚需客户，也有高品质的套餐满足新中产人群。

减价促销为核心玩法，优惠力度大。欧派家居旗下欧铂尼品牌肤感 UV 超晶轻奢护墙，由原价 1338 元/m² 降价至 499 元/m²，降价 839 元；索菲亚旗下品牌司米橱柜的南斯系列橱柜由原价 17999 元/套降价至 9999 元/套，降价 8000 元；索菲亚旗下品牌米兰纳全屋定制套餐由原价 59820 元降价至 27800 元，降价 32020 元；志邦家居 7m 橱柜降价 2000 元；箭牌家居为 315 活动发布的 4 种套

餐均大幅下调价格。

图 2：欧派 315 促销产品

套餐名称	欧派整家				欧派橱柜
	套餐价格 (元)	39800 元	29800 元	19800 元	9999 元
定制柜	20m ² 定制柜 (27 花色)	20m ² 定制柜 (27 花色)	22 m ² 全屋定制柜体 (6 大空间)	10 m ² 全屋定制柜体 (6 大空间)	/
橱柜	7m 橱柜 (3 米地柜+3 米台面+1 米吊柜)	/	/	/	7m 橱柜 (3 米地柜+3 米台面+1 米吊柜)
门	4 樘门 (房门*3+卫生间*1)	/	/	/	/
家具	/	11 件家具 (真皮沙发三人位+单人位+脚踏+茶几+餐桌+餐椅*4+1.5m 布拉克软床+床垫)	/	/	/
背景墙	3m ² 高颜值背景墙	3m ² 轻奢背景墙	/	/	/
其他	1. 合同满 3 万, +3999 元换购 (洗衣机/窗帘/衣柜功能配件 10 件套) 2. 1000 元整家惠民消费券 (200 元定制券+200 元家具券+200 元功能五金券+200 元木门券+200 元电器券) 3. +3980 元, 得卫浴 4 件套 4. +299 元享整柜升级净醛抗菌爱芯板				1. 附送欧派烟机+欧派灶具+欧派水槽+水槽龙头 2. 1000 元健康厨卫惠民消费券 (150 元橱柜厨电券+300 元电器券+300 元小西厨券3. +150 元卫浴券+100 元百货券) 4. +999 元惠送飞利浦无桶大通量纯水机 橱柜合同满 2.5 万送双立人高端厨具六件套

OPPEIN 欧派 欧派尼 315 品质生活节

3月1日 肤感UV超晶轻奢护墙 499元/m², 原价1338元/m²
全屋5樘房门仅需7999元
整家门墙柜29800元 (20 m²定制衣柜+3樘房门+厨卫钛镁合金双移门+5 m²护墙板)

3.10日 整家厨卫门套餐6999元 (110系列窄边室内推拉门1.5*2.1m+62系列窄边室内平开门限0.75*2.1m)
岩板阳台套餐6999元 (1.1m地柜+1.1m吊柜+水台+水龙头+智能晾衣架)

3.10日 29800元: 7m橱柜+20 m²衣柜+3樘木门+20 m²护墙板
+999元惠购价值7999元轻智能全卫四件套, +2980元惠购价值7999元精厨集成灶, +2980元惠购价值7999元爱慕乳胶床垫

资料来源：欧派家居官方微博/公众号/视频号/官网、德邦研究所

图 3：索菲亚 315 促销产品

套餐名称	索菲亚				
	全屋定制简约套餐	衣橱精选套餐	全屋定制超颜套餐	大牌整家套餐	超颜全能整家套餐
套餐价格 (元)	19800	19800 元	26800 元	39800 元	59800 元
定制柜	22m ² 定制柜	15m ² 定制柜	20m ² 定制柜	20m ² 定制柜	20m ² 定制柜
橱柜	/	7米橱柜	/	/	/
门	/	/	/	/	/
家具	/	/	/	11 件	11 件
背景墙	/	/	/	/	/
其他	1. +199 元/m ² 即可升级做超高平开门 2. +389 元/m ² 即可升级做平开门门楣榻榻米	1. 免费送价值 1599 元水盆龙头一套 2. +199 元/m ² 即可升级做超高平开门 3. +389 元/m ² 即可升级做平开门门楣榻榻米	1. +199 元/m ² 即可升级做超高平开门 2. +389 元/m ² 即可升级做平开门门楣榻榻米	1. 免费送索菲亚橱柜一套 2. 免费送价值 2599 元浪鲸智能马桶或价值 2199 元木门 1 樘 (2 选 1) 3. 免费送价值 1599 元水盆龙头套餐 4. +999 元惠送价值 7298 元「卡萨帝」烟机&燃气灶 终身体验券	1. 免费送索菲亚橱柜一套 + 护墙板 2. +980 元可获得价值 29999 元 7 米 (3+3+1) 索菲亚 (喷粉-黑森林) 橱柜 3. 免费送价值 1599 元水盆龙头套餐 4. 免费送价值 2599 元浪鲸智能马桶或价值 2199 元木门 1 樘 (2 选 1) 5. 免费送价值 7298 元【卡萨帝】烟机 (2 选 1) + 燃气灶

SOGAL 索菲亚 高端新品橱柜南斯系列 315 尝鲜价: 9999 元/套 8.7 米 原价 17999 元/套 再送高端水槽龙头 +999 元换购价值 3999 元霍尼韦尔净水器 +2999 元抢价值 4999 元司米烟机灶具/老板电器烟机灶具 (2 选 1)

SCHMIDT 司米橱柜

MILANA 米兰纳 27800 元 20m²柜类定制+全屋高颜值家具 11 件+全屋窗帘 10 米, 原价 59820 元 预存 5000 元 还能免费升级价值 17095 元芝华仕真皮沙发

资料来源：索菲亚官方微博/公众号/视频号/官网、德邦研究所

图 4：志邦家居和金牌橱柜 315 促销产品



产品

活动价

星晴厨柜

7999元

生态PP 琉森书房

7999元

云屿厨柜

12999元

星晴衣柜

19700元

线上活动:

7999元 7m橱柜 (3米地柜+3米台面+1米吊柜), 原价9999元

赠送烟机灶具



橱柜定制套餐半价购

浴室柜

阳台柜

智能卫浴空间套餐

厨房移门

卫生间门

产品名称

峰境

花语

峰迪

峰境

花语

峰迪

峰境

花语

峰迪

/

峰悦

峰悦

套餐价格(元)

19888元

10888元

16888元

6999元

5599元

6599元

5399元

4399元

4999元

6888元

1488元/m²

1488元/m²

套餐配置

3m地柜+1m吊柜+3m石英石台面(D06A/D09A)+ MALIO烟机N917+ 灶具7608G.2G+ 水槽PM24230+ 龙头MT104+ 纤立方木抽2小1大

800mm 主柜+750mm 镜柜+岩板台面+台下盆+ GoldenHome面盆龙头YL01-镀铬+智能马桶GO+淋浴套件YL Y05

550mm 地柜+650mm 洗衣机框架+阳台一体盆RA07 + GoldenHome龙头YLX02-镀铬+智能晾衣架C1

成品浴室柜霜白ZA04W800 基础款+ GoldenHome智能马桶GD1 + GoldenHome智能花洒ZH03G+峰悦卫生间门1樘(1.6m²)

含拉手, 轨道, 滑轮, 配8MM钢化玻璃。不含阻尼, 不含包边。花色:黑色, 金色

含五金, 含单包, 边配8MM钢化磨砂玻璃。花色:黑色, 金色

其他

包机票游全国、三大特权、砸金蛋活动

资料来源：志邦家居/金牌橱柜官方微博/公众号/视频号/官网、德邦研究所

图 5：软体家居、卫浴制品、瓷砖品牌头部公司 315 促销产品

	1.指定套餐：床架+床垫+枕头*2（半价+换购时尚功能单椅）	
	2.指定套餐：买客厅（沙发）送餐厅（餐桌+餐椅*4）+换购时尚功能单椅	
	3.指定套餐：39800元整家套餐20M2定制柜+10件家居+5M2护墙,送价值15357元橱柜或价值18997元电器	

	1. 13800元/m ²	厨卫焕新套餐（厨房：3.6m地柜+3.6m台面+1.5m吊柜+水盆+龙头；浴室：浴室柜+箭牌马桶+三功能明杆花洒）
	2. 999元/m ²	多层板套餐
	3. 18800元/20m ²	高颜全屋定制，下单即送价值1725元箭牌马桶
	4. 25800元/20m ²	纯态板套餐，送价值3499元箭牌智能马桶，送价值：1315元五金大礼

	1. 007全智能马桶 动压版：3799元/零水压版：4299元	
	2. 全能智洗E3003变频智能马桶 2499元	
	3. 时尚简洁HDC6358超漩冲马桶 1799元	

	1. 8188元/88 m ² 岩板（客餐厨卧750mm*1500mm+卫生间800mm*400mm）	
	2. 购指定款900mm*1800mm规格岩板，限量送600mm*1200mm规格大板	
	3. 黄金规格年度爆款750*1500mm岩板99元/片起	
	4. 购买指定套餐或交款满12800元，+99元即可获赠价值2500元的东鹏826背景墙	

资料来源：顾家家居/箭牌家居/惠达卫浴/东鹏瓷砖官方微博/公众号/视频号/官网、德邦研究所

活动玩法多元化，预约锁定优惠名额。各大家居品牌除了有不同程度的降价外，还配套了多种促销玩法，包括但不限于发放消费券、低价换购、即买即送、免

费升级、抽奖、砸金蛋等活动。此外，各品牌推出 315 预约活动，鼓励消费者下定金预约体验消费，不适用可退款。如，索菲亚推出 9.9 元购整家加权卡活动，享受整家定制 4 重超值大礼；金牌厨柜推出 99 元抵 500 元特权定金活动，锁定 99 元即可享受线上最低出厂价，优先安排测量设计，并赠送礼品。

图 6：315 预约活动介绍

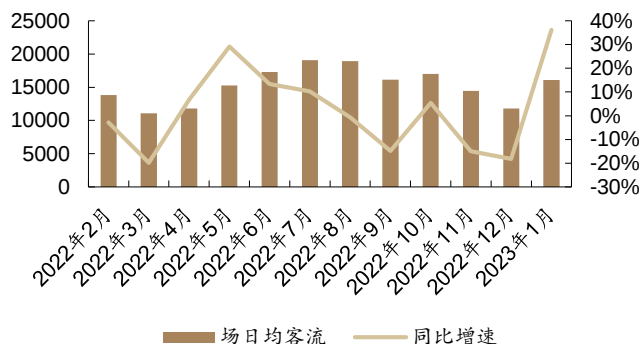
金牌厨柜特权订金活动			
	厨柜	衣柜	木门
预定优惠	99元抵扣500元	99元抵扣500元	99元抵扣500元
使用规则	线上指定活动款可享受	8m ² 起订可享，部分特价产品除外	合同款满6000元可使用，部分特价产品除外
享受的服务	自合同签订一年内享受厨柜保养服务（台板，柜体，铰链、导轨、拉手等五金配件）	/	/
0风险不使用可退款、优先服务、免费测量设计、干城送装、10年品质保证			
索菲亚9.9元购整家加权卡活动			
享受整家定制4重超值大礼			
进店礼	到店转单免费送美国舒达乳胶枕		
设计礼	送2980元量房设计大礼包：专业精准测量、专属全屋规划、个性定制设计		
诚意礼	到店沟通设计方案不满意，退50元诚意金		
抢购礼	预存1万元、订单金额 满2万，+2999元抢购喜临门1.5米康眠真皮床，再免费送喜临门1.5米康享床垫		
使用规则	9.9元用于购买4项优惠，不用于产品金额抵扣		

资料来源：淘宝 APP、德邦研究所

1.3. 活动对比：线上线下协同，鼓励到店体验消费

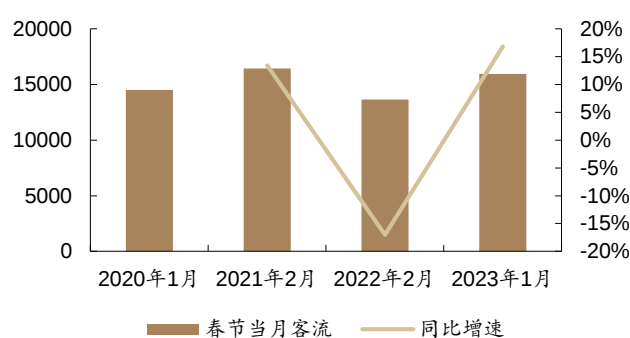
2023 年初商场人流回暖，预计整体消费环境复苏。根据赢商大数据监测的 5194 家 3 万 m² 以上的购物中心客流数据显示，2023 年 1 月商场日均客流恢复至 1.6 万人，同比增速高达 36.1%，同比 2022 年春节增长 16.8%。由于 2022 年底疫情防控政策的放开，线下出行的便利性提升，2023 年线下商场客流快速回升，有望带动线下消费持续复苏。

图 7：全国 3 万 m² 以上的购物中心近 12 个月场日均客流



资料来源：赢商云智库、德邦研究所

图 8：2022-2023 年春节当月场日均客流



资料来源：赢商云智库、德邦研究所

家居品牌 2023 年 315 大促多采用线上+线下协同引流的活动打法。为了抓住疫情防控政策放开后的市场机遇，抢占市场份额，家居企业积极在线上渠道投放资源，蓄积流量，于此同时，受益于线下客流增长，各大家居品牌陆续扩大布局线下门店业务，通过线上宣传引导消费者光临门店选购体验，激发消费者购买欲望，有助于终端零售需求释放。

线上：各家居品牌在线上开展直播活动，提前锁定客户。315 大促预热阶段，各家居品牌线上更多开展直播活动，注重抖音、视频号等新兴电商平台的引流，并纷纷打造节日 IP，利用明星嘉宾的流量效应，吸引潜在客户。如，2023 年是志邦男人下厨节的第 7 年，志邦家居邀请苏有朋成为志邦家居食光见证官，在微博发布主题曲 MV，为志邦家居的促销让利活动造势；欧派家居联合因热播剧《狂飙》而大火的“老默”在 3 月 10 日安排直播发布厨卫新品和消费券，开启 315 全国优惠狂欢盛会。

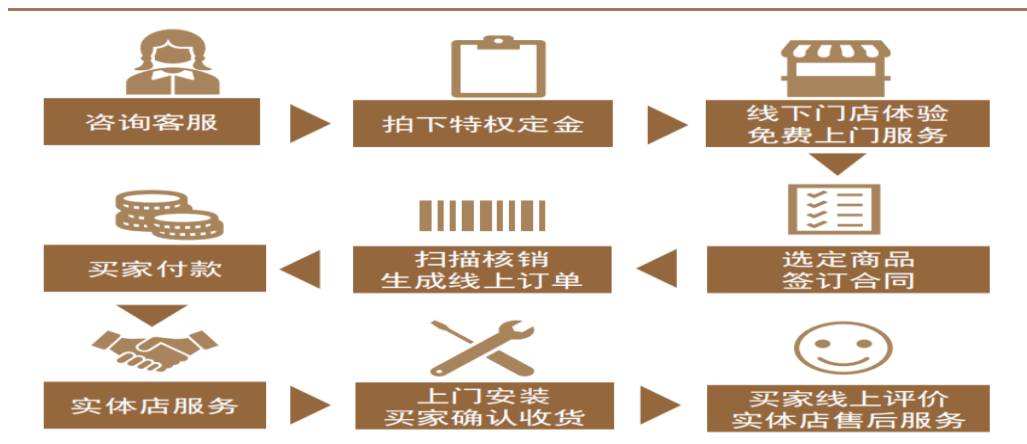
图 9：各大品牌线上直播活动

嘉宾	宣传渠道	嘉宾	宣传渠道
	焕新购物节 3月3日顾家家居视频号直播间		延续第6年男人下厨节IP 3月8日 志邦家居服务号直播间
	东鹏瓷砖春装周家装节 3月2日东鹏瓷砖抖音直播间		全案美家驿站搞定 3月10日欧铂丽直播间
	欧铂尼315品质生活节 3月1日、3月10日欧铂尼直播间		米兰纳TOP之夜 3月10日米兰纳抖音直播间

资料来源：各公司官方微博/公众号/视频号/官网、德邦研究所

线上往线下引流，吸引顾客到店消费。因商圈客流提升，2023 年家居品牌大多采用线上预约定金优惠，吸引消费者到店体验消费的方式，来实现线上线下协同。已形成规范化系列化的线上线下引流消费流程，基本流程为“线上定金预约—线下门店邀请—到店体验—生成线上订单—上门安装服务”。如，金牌橱柜线上客服引导顾客购买 99 元抵扣 500 元的特权金卡，顾客购买后，会有专员设计师联系顾客光临门店体验，并享受 VIP 服务；索菲亚也提出了线上 9.9 元惠购线下 4 重好礼活动，只要花 9.9 元下单，就能到店领取美国舒达乳胶枕。

图 10：线上线下协同流程图

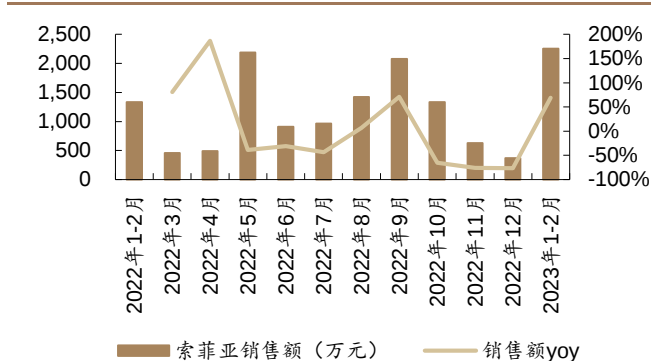


资料来源：淘宝金牌厨柜旗舰店、德邦研究所

1.4. 2023 年初线上销售额、销量持续增长

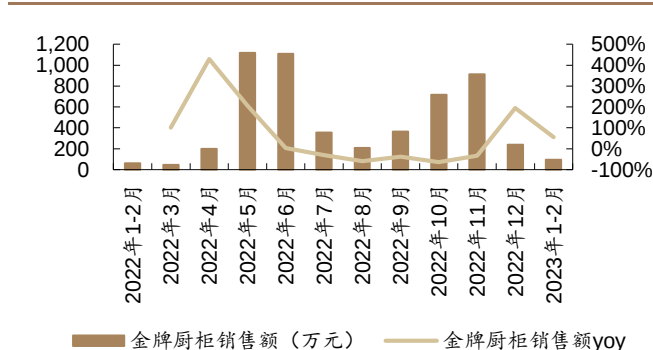
根据萝卜投资数据，索菲亚 2023 年 1-2 月天猫销售额为 2251.53 万元，同比增长 68.83%；销售量为 12532 件，同比增长 2.56%；客单价为 1796.62 元，同比增长 64.61%。金牌橱柜 2023 年 1-2 月天猫销售额为 94.15 万元，同比增长 55.74%；销售量为 2478 件，同比增长 1102.91%；客单价为 379.93 元，同比下降 87.05%。顾家家居 2023 年 1-2 月天猫销售额为 5.11 亿元，同比增长 160.23%；销售量为 119614 件，同比增长 20.93%；客单价为 4269.06 元，同比增长 115.19%。

图 11：索菲亚销售额及 yoy



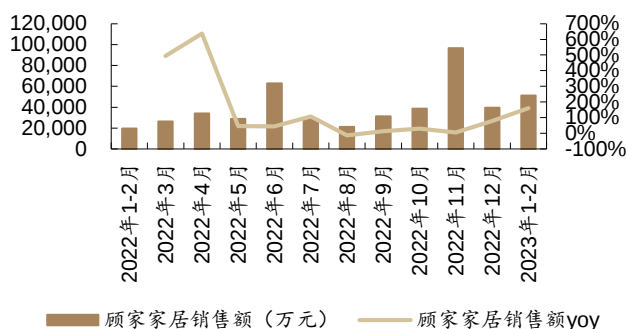
资料来源：萝卜投资、德邦研究所

图 12：金牌厨柜销售额及 yoy



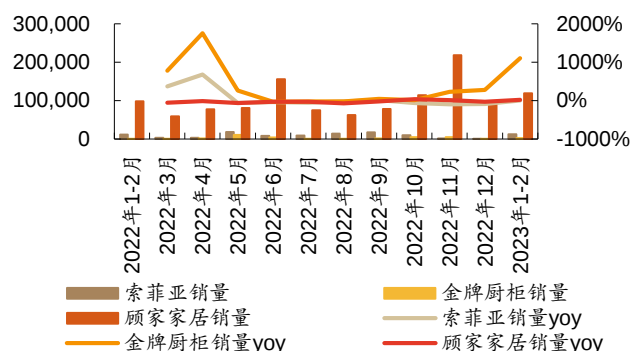
资料来源：萝卜投资、德邦研究所

图 13：顾家家居销售额及 yoy



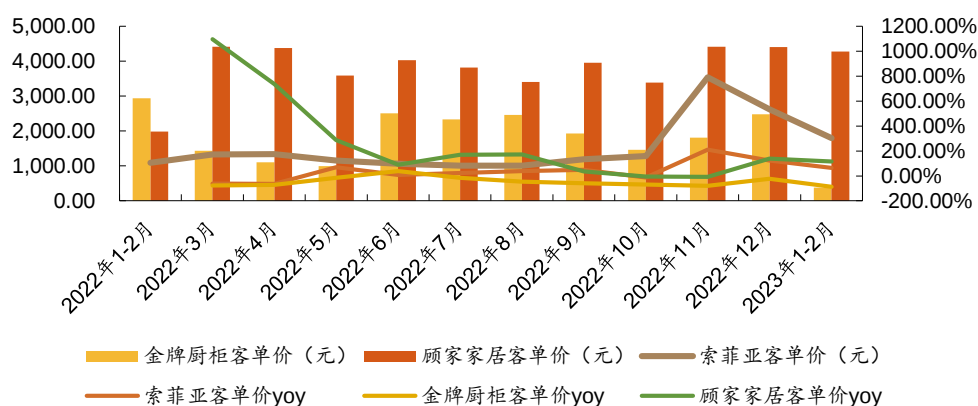
资料来源：萝卜投资、德邦研究所

图 14：索菲亚、金牌厨柜和顾家家居销量（件）及 yoy



资料来源：萝卜投资、德邦研究所

图 15：索菲亚、金牌厨柜和顾家家居 2022、2023 客单价及 yoy



资料来源：萝卜投资、德邦研究所

1.5. 总结

在政策宽松及保交付发力下，延期项目施工及交付节奏有望加快，地产销售有望温和复苏，从而带动 2023 年地产后周期产业链复苏，各大家居品牌均提前布局，推出系列营销活动。活动时间方面，最早于 1 月 28 日开启，最晚在 3 月底收官。活动玩法方面，以整家套餐减价为主，辅以换购、惠送等多种玩法。与疫情期间对比，2023 年受益于疫情防控政策放开，线下商场人流恢复，家居品牌多采用线上+线下协同引流的活动打法，在线上开展直播预约活动，提前锁定客户，并吸引消费者到店体验消费，来实现线上线下协同。我们认为，2023 年家居消费市场回暖复苏，各大家居品牌迎来业绩增长与估值修复，建议关注志邦家居、顾家家居。

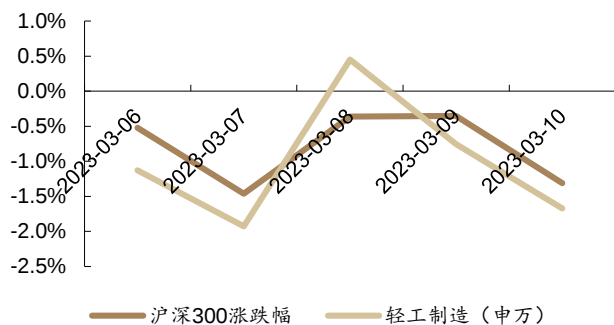
2. 一周行情回顾

2.1. 一周整体行情回顾

2023 年 3 月 6 日至 3 月 10 日，上证综指下跌 2.95%，深证成指下跌 3.45%，创业板指下跌 2.15%。分行业来看，申万轻工制造下跌 4.96%，相较沪深 300 指

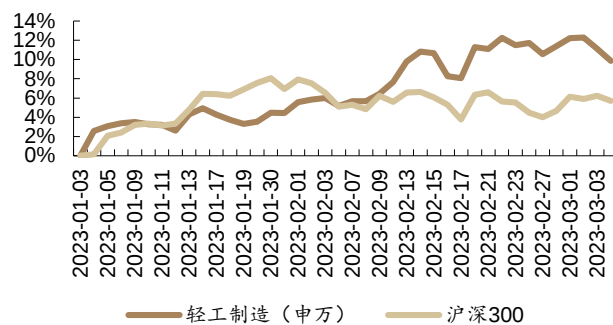
数-1.00pct，在 28 个申万一级行业指数中排名 24。

图 16：2022.08.22-2022.09.02 申万轻工制造指数变化



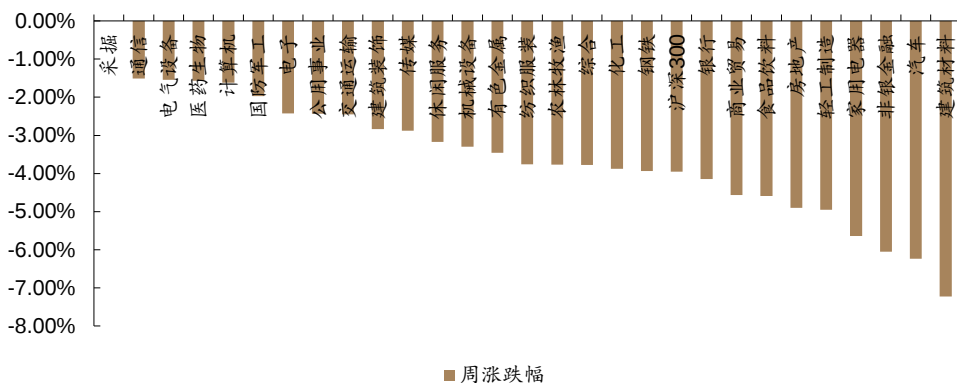
资料来源：Wind，德邦研究所

图 17：年初至今申万轻工制造指数涨跌幅与沪深 300 对比



资料来源：Wind，德邦研究所

图 18：申万轻工制造指数涨跌幅与其他行业涨跌幅对比 (%)



资料来源：Wind，德邦研究所

2.2. 一周个股涨跌幅

轻工制造行业一周涨幅前十分别为松炆资源(+7.00%)、宝钢包装(+4.84%)、德力股份(+3.95%)、力诺特玻(+3.44%)、滨海能源(+2.72%)、上海易连(+1.79%)、金运激光(+1.45%)、龙利得(+0.93%)、四通股份(+0.80%)、安妮股份(+0.11%)。跌幅前十分别为悦心健康(-16.67%)、联翔股份(-16.38%)、慕思股份(-10.99%)、索菲亚(-10.74%)、箭牌家居(-10.34%)、金牌厨柜(-10.06%)、鸿博股份(-10.04%)、东鹏控股(-9.89%)、好太太(-9.74%)、蒙娜丽莎(-9.70%)。

表 1：A 股轻工制造行业周涨跌幅 Top5

排序	证券代码	证券简称	涨幅 top5 (%)	排序	证券代码	证券简称	跌幅 top5 (%)
1	603863.SH	松炆资源	7.00	1	002162.SZ	悦心健康	-16.67
2	601968.SH	宝钢包装	4.84	2	603272.SH	联翔股份	-16.38
3	002571.SZ	德力股份	3.95	3	001323.SZ	慕思股份	-10.99
4	301188.SZ	力诺特玻	3.44	4	002572.SZ	索菲亚	-10.74
5	000695.SZ	滨海能源	2.72	5	001322.SZ	箭牌家居	-10.34

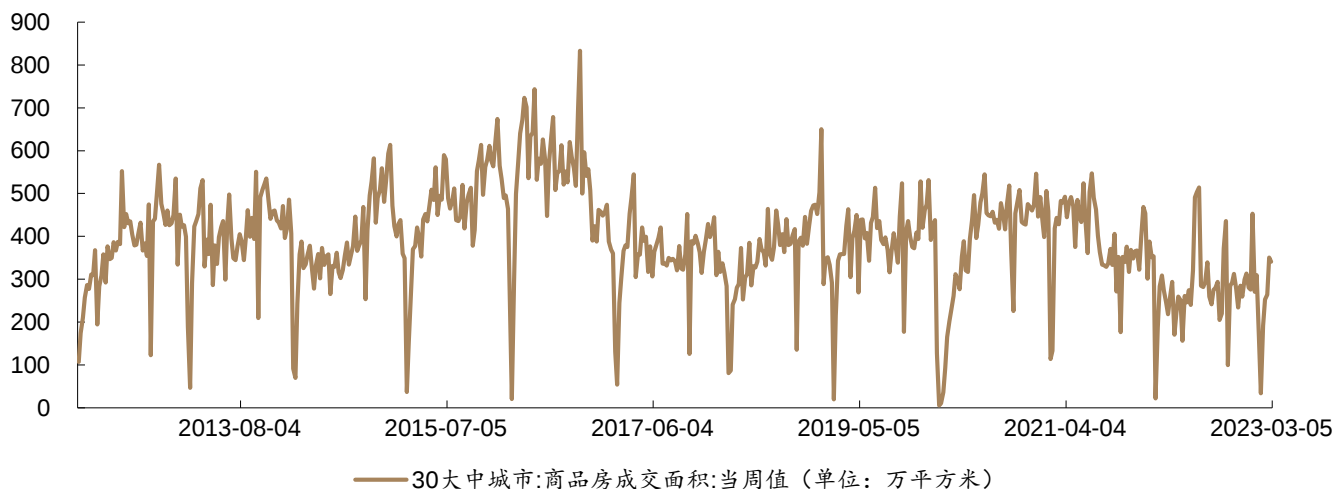
资料来源：Wind，德邦研究所

3. 重点数据追踪

3.1. 家居

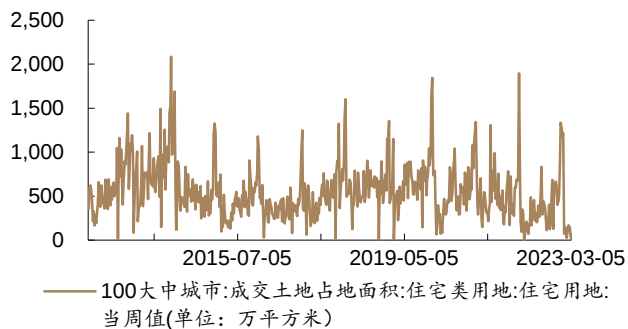
地产数据: 2023 年 2 月 27 日至 2023 年 3 月 5 日, 全国 30 大中城市商品房成交面积 340.65 万平方米, 环比减少 2.83%; 100 大中城市住宅成交土地面积 20.57 万平方米, 环比减少 84.97%。2022 年度, 住宅新开工面积累计 8.8 亿平方米, 累计同比下降 39.8%; 住宅竣工面积累计 6.3 亿平方米, 累计同比下降 14.3%; 商品房销售面积累计 13.6 亿平方米, 累计同比下降 24.3%。

图 19: 30 大中城市商品房成交面积 (万平方米)



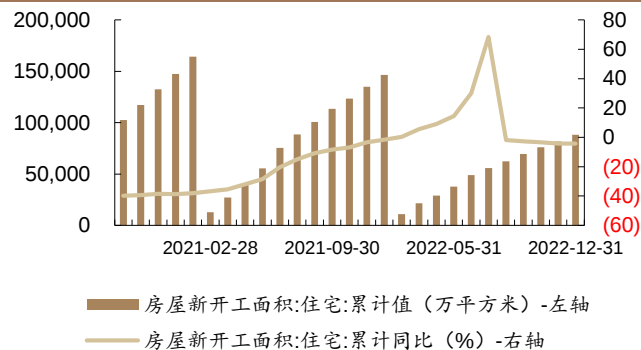
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 20: 100 大中城市住宅用地成交面积 (万平方米)



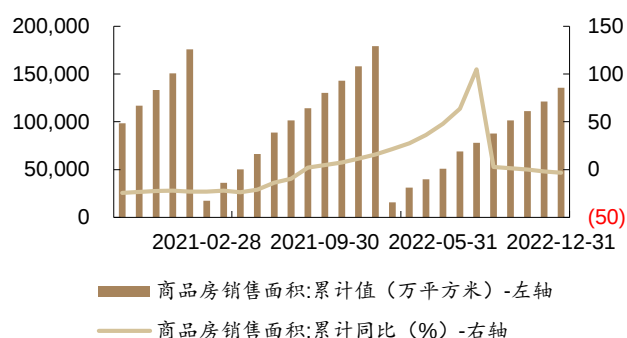
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 21: 房屋住宅新开工面积累计值及同比 (万平方米, %)



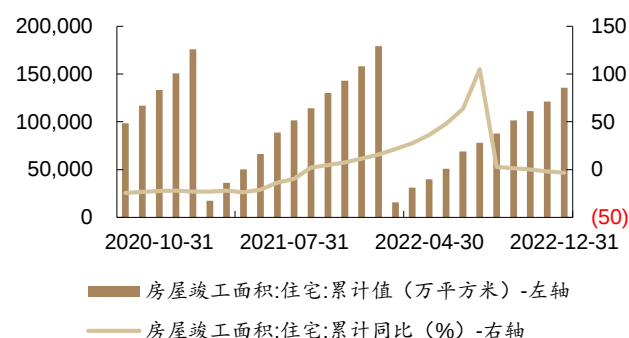
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 22：房屋住宅销售面积累计值及同比（万平方米，%）



资料来源：Wind，德邦研究所

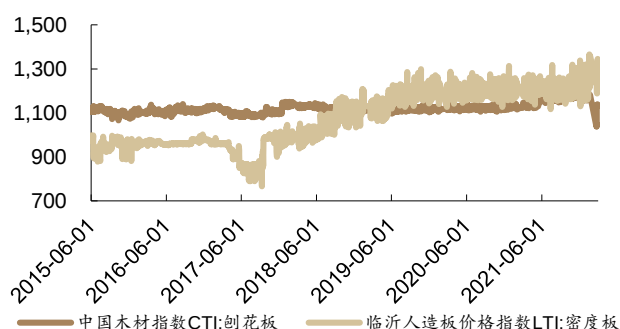
图 23：房屋住宅竣工面积累计值及同比（万平方米，%）



资料来源：Wind，德邦研究所

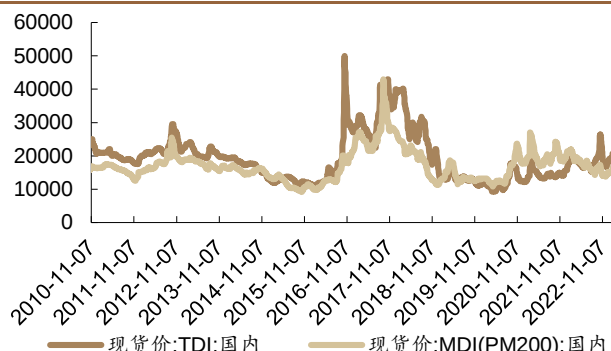
原材料数据：截至 2023 年 3 月 1 日，定制家居上游 CTI 指数为 1130.09，周环比 7.30%；LTI 指数为 1221.34，周环比-6.91%。软体家居上游 TDI 现货价为 17900 元/吨，周环比-5.79%；MDI 现货价为 16900 元/吨，周环比-0.59%。

图 24：CTI、LTI 指数



资料来源：Wind，德邦研究所

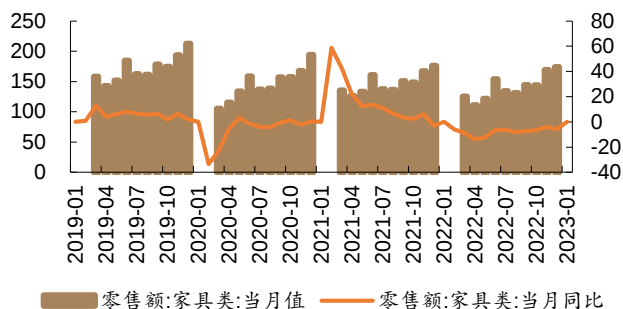
图 25：TDI、MDI 现货价（元/吨）



资料来源：Wind，德邦研究所

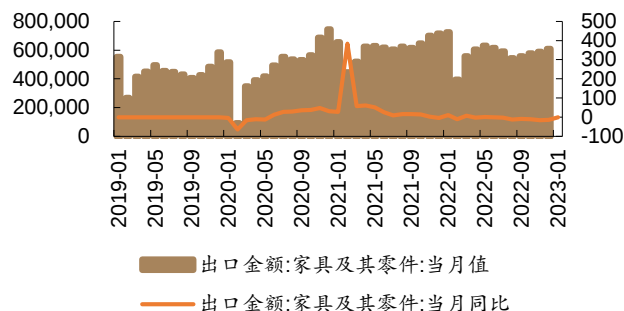
销售数据：2022 年 12 月，当月家具销售额为 174.00 亿元，同比下降 5.80%；当月家具及其零件出口金额为 609279.60 万美元，同比下降 14.60%。2023 年 1 月，当月建材家居卖场销售额为 783.95 亿元，同比下降 21.10%。

图 26：当月家具销售额及同比变化



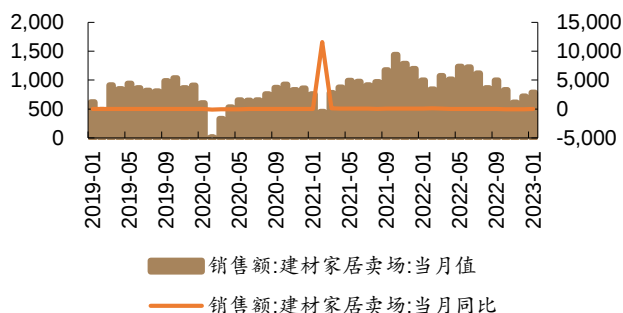
资料来源：Wind，德邦研究所

图 27：当月家具及其零件出口金额及同比变化



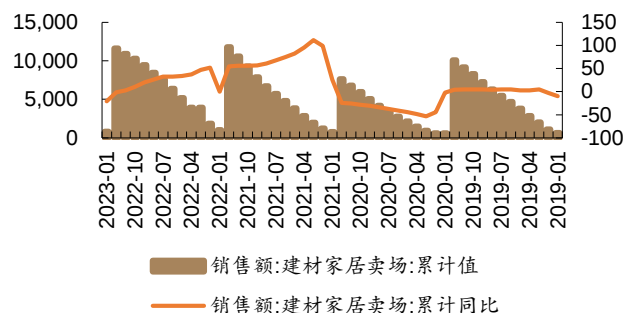
资料来源：Wind，德邦研究所

图 28：当月建材家居卖场销售额及同比变化



资料来源：Wind，德邦研究所

图 29：建材家居卖场累计销售额及累计同比变化

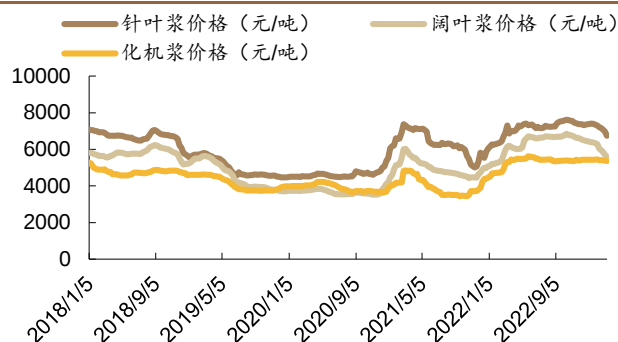


资料来源：Wind，德邦研究所

3.2. 包装造纸

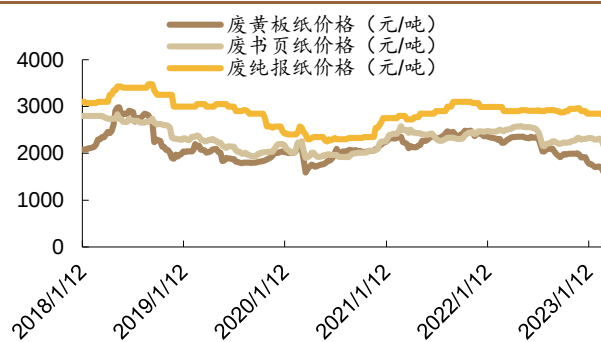
纸浆价格：截至 2023 年 3 月 10 日，上周针叶浆、阔叶浆、化机浆价格分别为 6743.57 元/吨、5565.91 元/吨、5366.67 元/吨，周环比-3.14% / -2.59% / -0.46%；废黄板纸、废书页纸、废纯报纸价格分别为 1546 元/吨、2110 元/吨、2725 元/吨，周环比-5.62% / -4.74% / -4.39%；双铜纸、双胶纸价格分别为 5800 元/吨、6725 元/吨，周环比 0% / 0%；生活用纸价格为 7766.67 元/吨，周环比-0.75%；白卡纸、箱板纸、瓦楞纸、白板纸价格分别为 5080 元/吨、4140 元/吨、3043.75 元/吨、4073.75 元/吨，周环比-1.36% / -2.17% / -2.89% / -1.69%。截至 2023 年 3 月 9 日，双铜纸、双胶纸、箱板纸、白卡纸每吨毛利分别为-403.20 元/吨、322.22 元/吨、816.24 元/吨、-567.33 元/吨。溶解浆内盘价格指数为 7300 元/吨。

图 30：木浆价格变化



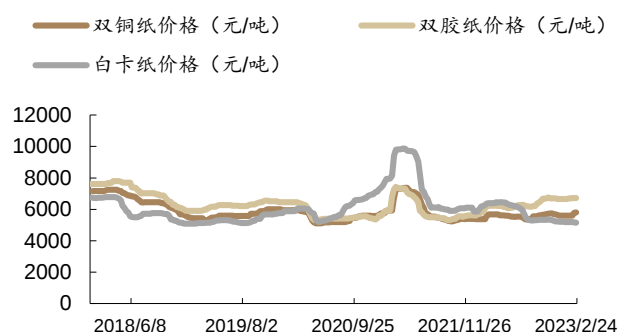
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 31：废纸价格变化



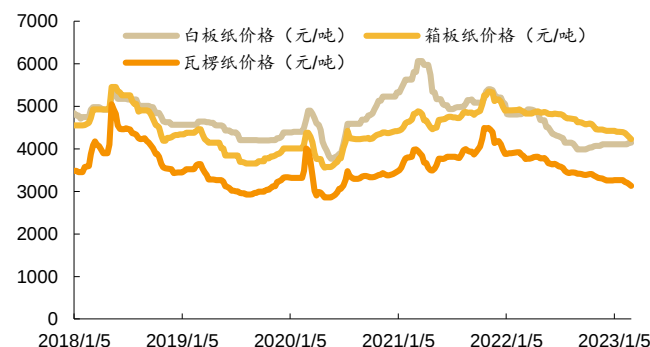
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 32：浆纸系价格



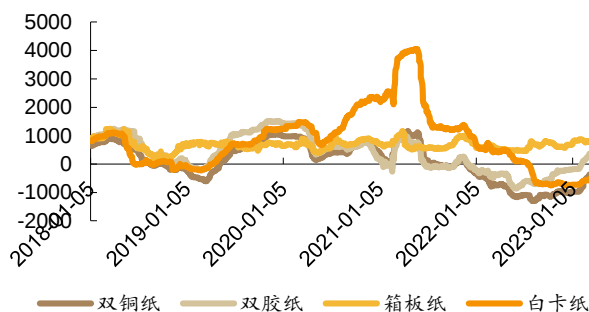
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 33：废纸系价格



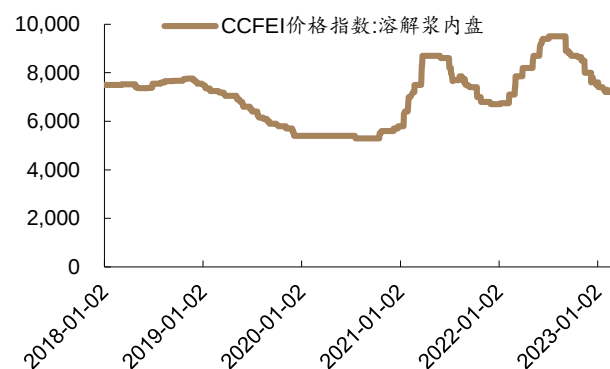
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 34：主要纸种税后毛利（元/吨）



资料来源：卓创资讯，德邦研究所

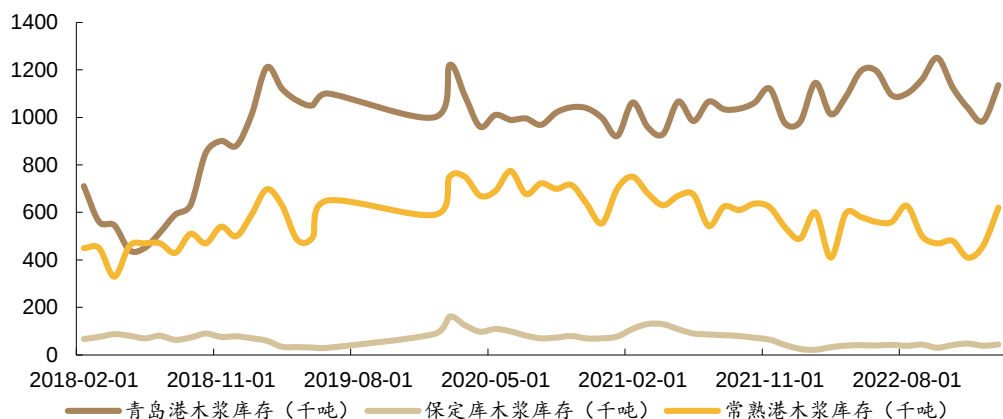
图 35：溶解浆内盘价格指数（元/吨）



资料来源：Wind，德邦研究所

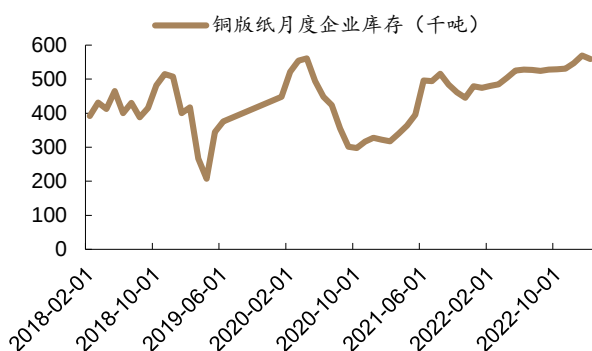
纸类库存：截至 2023 年 2 月 28 日，上周青岛港、保定港、常熟港木浆月度库存分别为 1135 千吨、43.7 千吨、620 千吨，环比 15.35%/12.92%/34.78%；铜版纸、双胶纸月度企业库存分别为 559 千吨、613.68 千吨，环比-1.76%/-4.54%；白卡纸月度社会库存、企业库存分别为 1580 千吨、715.3 千吨，环比 0.64%/5.19%；生活用纸月度社会库存、企业库存分别为 1235 千吨、516 千吨，环比 2.75%/4.03%；废黄板纸月度库存天数为 8.25 天，环比-31.25%；白板纸月度社会库存、企业库存分别为 1240 千吨、828.8 千吨，环比-1.31%/-2.44%；箱板纸月度社会库存、企业库存分别为 1935.16 千吨、1180.5 千吨，环比-0.72%/2.83%；瓦楞纸月度社会库存、企业库存分别为 1213.24 千吨、606.6 千吨，环比-1.96%/5.88%。

图 36：青岛港、保定港、常熟港木浆库存



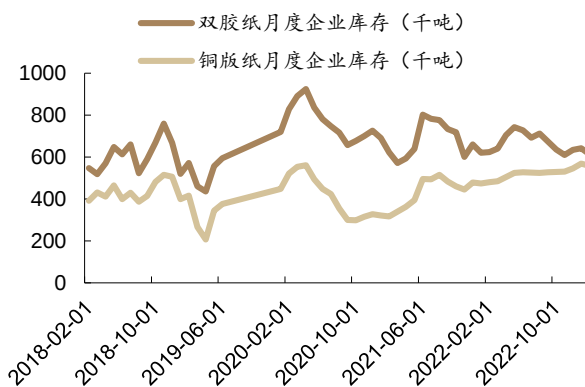
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 37：铜版纸库存



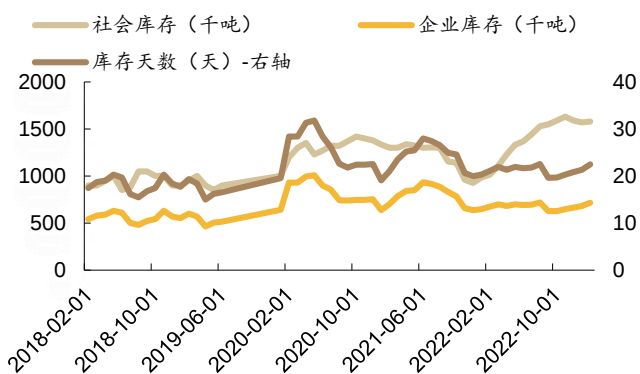
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 38：双胶纸库存



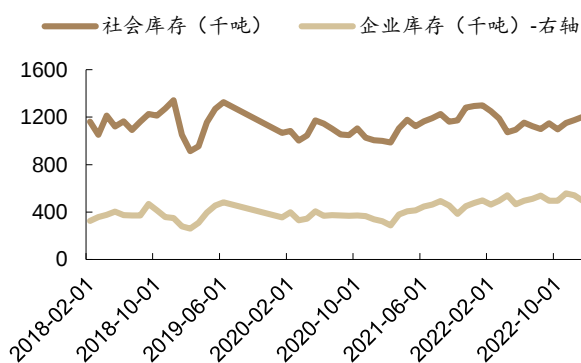
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 39：白卡纸库存



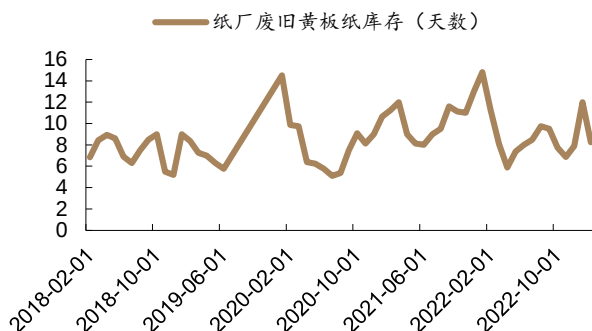
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 40：生活用纸库存



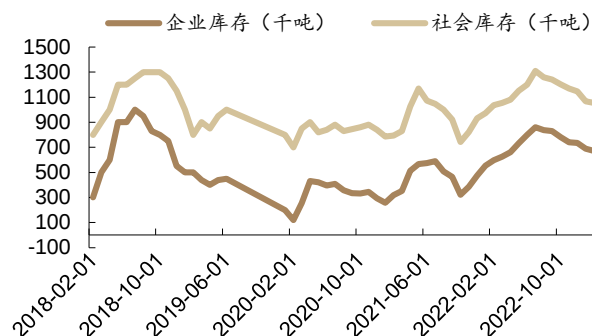
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 41：废黄板纸库存



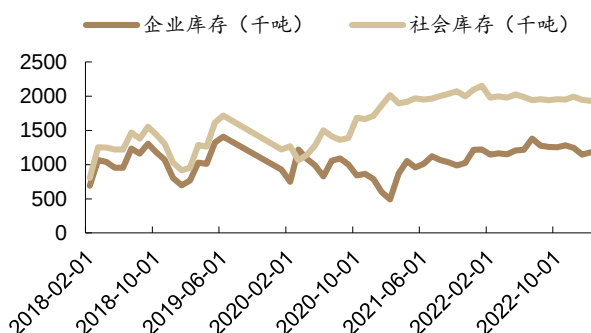
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 42：白板纸库存



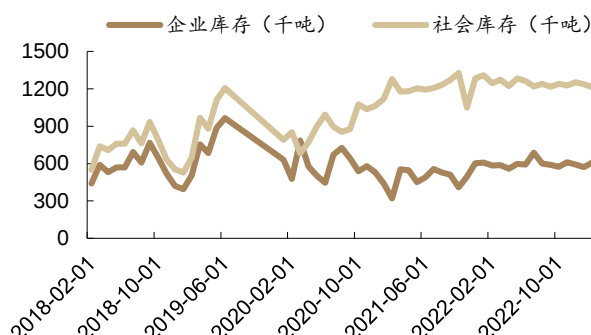
资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 43：箱板纸库存



资料来源：卓创资讯，德邦研究所

图 44：瓦楞纸库存



资料来源：卓创资讯，德邦研究所

4. 行业重要新闻

1、电子烟之家：2022 年烟草行业实现税利总额 14413 亿元，财政总额 14416 亿元（2023.03.07）

2022 年烟草行业实现工商税利总额 14413 亿元，同比增长 6.12%，实现财政总额 14416 亿元，同比增长 15.86%，实现税利总额和财政总额创历史新高，坚决落实并圆满完成中央关于特定专营机构上缴近年结存利润任务，为稳定经济大盘、保证国家和地方财政增收、促进经济社会发展作出积极贡献。

2、大中华印刷网：环保政策加码，绿色升级提速（2023.03.07）

新的《印刷工业大气污染物排放标准》自 2023 年 1 月 1 日起生效。该标准规定重点有两方面：一是现有企业自 2024 年 7 月 1 日起，必须按照新标准的规定执行大气污染物排放控制，不再执行之前的相关规定。二是新标准是新建企业或者企业新扩建、技改需要从今年起执行本标准。新标准还规定了各种污染物的排放限值，并对印刷生产过程中使用的 VOCs 物料、颗粒物和危险废物等方面作出了较大改变，将颗粒物纳入监测范围，同时给出 30mg/m³ 的限值要求。此外，标准还要求出版物印刷企业设置独立的纸毛回收系统、监测生产设施排气筒的颗粒物排放以及挤出复合工序和热熔复合工序车间的烟气收集和处理等。同时，标准还将轮转印刷机的烘箱、VOCs 处理设施的燃烧设备、包装企业燃烧炉、烘箱

等氮氧化物和二氧化硫的指标作出明确要求。

3、中国产业经济信息网：“健康睡眠”催生市场新业态 高端寝具成消费新趋势 (2023.03.08)

慕思联合中国睡眠研究会、央视市场研究（CTR）发布的《健康睡眠新时代——2023 中国健康睡眠白皮书》显示，近九成受调者关注睡眠健康，高达 80% 的受调者存在睡眠时间减少、入睡困难、失眠等睡眠困扰。“睡眠提升免疫力”的观念获普遍认可，为提升睡眠质量“买单”成为消费新趋势。近年来，健康睡眠的重要性日益凸显，“睡眠经济”逐渐成为市场新业态，企业纷纷布局。在医疗领域之外的日常生活中，床垫、枕头等寝具，睡眠监测设备以及有助眠功效的食品、保健品等，都被视为改善睡眠的解决方案。其中，作为基础睡眠产品，寝具更是备受关注。IBR 绿色人居环境研究中心专家高晓介绍，在整体卧室环境中，寝具对睡眠的影响最为直接。《白皮书》显示，近六成受调者认可舒适的寝具能改善睡眠，其中，经久耐用、软硬平衡、抑菌透气是消费者对床垫的首要需求。

4、中国纸网：2022 年造纸行业运行情况 (2023.03.09)

2022 年 1-12 月，全国造纸和纸制品业增加值累计下降 0.6%，其中 12 月份同比下降 3.4%。全国机制纸及纸板（外购原纸加工除外）产量 13691.4 万吨，同比下降 1.3%；新闻纸产量 90.4 万吨，同比增长 1.0%。2022 年 12 月份，全国机制纸及纸板（外购原纸加工除外）产量 1202.7 万吨，同比减少 4.8%；新闻纸产量 5.7 万吨，同比减少 36%。2022 年，全国纸浆、纸及纸制品出口量 1310 万吨，同比增长 40%；出口额 320.5 亿美元，同比增长 32.4%。其中，12 月份出口 104 万吨，同比增长 10%；出口额 27.1 亿美元，同比增长 11.2%。全国机制纸及纸板（外购原纸加工除外）产量 13691.4 万吨，同比下降 1.3%；新闻纸产量 90.4 万吨，同比增长 1.0%。2022 年 12 月份，全国机制纸及纸板（外购原纸加工除外）产量 1202.7 万吨，同比减少 4.8%；新闻纸产量 5.7 万吨，同比减少 36%。2022 年，全国纸浆、纸及纸制品出口量 1310 万吨，同比增长 40%；出口额 320.5 亿美元，同比增长 32.4%。其中，12 月份出口 104 万吨，同比增长 10%；出口额 27.1 亿美元，同比增长 11.2%。

5、电子烟之家：意大利准备在大多数公共场所禁止使用电子烟(2023.03.09)

据外电今日消息，意大利准备收紧电子烟的规定。电子烟产品现在不允许在公共场所吸烟，在儿童和孕妇附近吸烟将受到处罚。

5. 公司重要公告

1、慕思股份：关于聘任高级管理人员的公告 (2023.03.06)

公司于 2023 年 3 月 5 日召开公司第一届董事会第二十次会议，审议通过了《关于聘任高级管理人员的议案》，经公司总经理王炳坤先生提名，董事会提名委员会审核通过，董事会同意聘任杨鑫先生为公司副总经理，任期自本次董事会会议审议通过之日起至第一届董事会届满之日止。

2、华旺科技：发布公司 2022 年年度报告 (2023.03.08)

公司 2022 年营业收入为 34.36 亿元，同比增加 16.88%；归属母公司股东的净利润为 4.67 亿元，同比上升 4.18%；归属母公司的扣除非经常性损益的净利润为 4.53 亿元，同比增加 6.17%；基本每股收益与稀释每股收益均为 1.46（元/股），同比减少 7.01%；扣除非经常性损益的基本每股收益为 1.42（元/股），同比减少 5.33%。

3、华旺科技：发布公司关于董事长辞职及选举新任董事长的公告(2023.03.08)

公司董事会于近日收到董事长钭正良先生的辞职申请，因个人原因，钭正良先生申请辞去公司董事长职务，辞职后，钭正良先生仍担任公司董事、董事会战略委员会主任委员、董事会提名委员会委员职务。公司于 2023 年 3 月 7 日召开第三届董事会第十七次会议，审议通过了《关于选举公司第三届董事会董事长的议案》，选举钭江浩先生为公司第三届董事会董事长，任期自本次董事会审议通过之日起至第三届董事会任期届满之日止。

4、梦百合：发布关于公司高级管理人员增持股份结果公告（2023.03.09）

截至 2023 年 3 月 8 日，王震先生通过上海证券交易所系统以集中竞价方式累计增持公司股份 97,800 股，占公司股份总数的 0.0202%，累计增持金额共计人民币 1,141,110 元。本次增持计划实施期限届满，增持计划实施完毕。

5、齐峰新材：发布收购报告书（2023.03.10）

本次向特定对象发行前，李学峰、李安宗、李安东、李润生、李润泽合计持有公司股份 135,601,778 股，占总股本的比例为 27.41%。通过本次向特定对象发行，收购人及其一致行动人对齐峰新材的持股比例将增加至 30%以上，从而巩固公司实际控制人的控股地位，对上市公司未来的治理结构产生积极的影响。

6. 风险提示

宏观经济增长不及预期风险；新冠疫情影响；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。

分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的职业态度，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，本人不保证该等信息的准确性或完整性。分析逻辑基于作者的职业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

投资评级说明

1. 投资评级的比较和评级标准： 以报告发布后的 6 个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后 6 个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期市场基准指数的涨跌幅；	类 别	评 级	说 明
2. 市场基准指数的比较标准： A 股市场以上证综指或深证成指为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	股票投资评级	买入	相对强于市场表现 20%以上；
		增持	相对强于市场表现 5%~20%；
		中性	相对市场表现在-5%~+5%之间波动；
		减持	相对弱于市场表现 5%以下。
	行业投资评级	优于大市	预期行业整体回报高于基准指数整体水平 10%以上；
		中性	预期行业整体回报介于基准指数整体水平-10%与 10%之间；
		弱于大市	预期行业整体回报低于基准指数整体水平 10%以下。

法律声明

本报告仅供德邦证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司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。

本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

市场有风险，投资需谨慎。本报告所载的信息、材料及结论只提供特定客户作参考，不构成投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况。在法律许可的情况下，德邦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，未经德邦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。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。如欲引用或转载本文内容，务必联络德邦证券研究所并获得许可，并需注明出处为德邦证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。

根据中国证监会核发的经营证券业务许可，德邦证券股份有限公司的经营范围包括证券投资咨询业务。