



## 轻工制造

优于大市（维持）

### 证券分析师

#### 毕先磊

资格编号：S0120524030001

邮箱：bixl3@tebon.com.cn

#### 宋姝旺

资格编号：S0120524060004

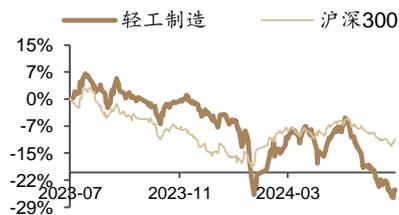
邮箱：songsw@tebon.com.cn

### 研究助理

#### 李陌凡

邮箱：limf3@tebon.com.cn

### 市场表现



资料来源：聚源数据、德邦研究所

### 相关研究

- 《恒林股份：代工修复可期，自主品牌跨境电商迎来高速发展》，2024.7.11
- 《周观点：关注估值底部优质消费龙头，出口有望受益于汇率变化》，2024.7.7
- 《雅迪控股 (01585.HK)：政策+市场驱动行业加速集中，全球龙头持续成长》，2024.7.4
- 《周观点：Q2 制造端整体更优，期待消费端改善》，2024.6.30
- 《周观点：FDA 首次授权非烟草口味电子烟 PMTA，宠物消费 618 成绩亮眼》，2024.6.23

## 周观点：关注估值底部优质消费龙头，安踏、特步 24Q2 销售状况良好

### 投资要点：

- 家居：6 月一线城市房地产市场迎来显著回暖，建议布局家居板块。**随着央行“5·17”新政的落地实施，新房成交全面改善。其中，广州 6 月全市新建住宅网签 7623 套，创下年内单月新高，环比 5 月上涨 47.8%，比去年同期上涨 14.7%。同时，上海第七批次 8 个新房项目平均认购率都高达约 156%，新房触发积分、“日光盘”甚至“时光盘”再现，二手房单日成交超千套，月度成交接近 25000 套大关。不只是一线城市，6 月重点 30 城商品住宅整体成交 1335 万平方米，环比增长 17%，同比下降 19%，成交面积创年内单月新高。整个板块看，虽然板块部分企业业绩方面仍有压力，但地产政策方面已开始逐步出现积极变化，估值短期虽有修复，但处于历史中下部位置，家居板块的长期布局价值凸显，标的方面，当前建议布局多条主线：1) 定制板式家具相对装修链条靠前，且与地产商合作更为密切，整体更为受益：关注志邦家居、江山欧派、索菲亚等；2) 大家居战略持续推进，软体企业外销景气度持续，内销稳定复苏，龙头优势已充分构筑，关注欧派家居、顾家家居、敏华控股等；3) 景气度较高的智能赛道：关注智能马桶自主品牌高成长的瑞尔特、智能晾晒龙头好太太等；4) Q2 业绩预期良好且估值较低标的：关注床垫套餐热销、V6 大家居快速发展的慕思股份、下沉市场持续发力的喜临门等。
- 包装：7 月铝价继续下跌金属包装成本端优化，全球最大规模纸包装集团诞生，宝钢包装持续与奥瑞金争夺中粮包装的控制权，建议关注细分行业需求有预期改善的龙头。**7 月主要原材料铝价格较 6 月仍持续下降，金属包装成本端持续优化。而饮料下游需求持续，烟卷需求保持，预计随着需求向好以及成本端平稳，包装企业收入及利润有望持续向好。史墨菲卡帕与维实洛克合并有关计划于 7 月 5 日生效，两家公司的合并创建了全球最大的可持续包装企业，年营收超 340 亿美元。同时，龙头整合持续进行，奥瑞金、宝钢包装均已提出全面要约收购中粮包装，后续若整合顺利落地，有望为包装行业带来竞争格局的显著改善。包装板块终端需求较为稳定，核心关注成本变化、有海外市场和产能布局及大客户深度绑定的公司，金属包装领域建议关注要约收购中粮包装、竞争格局有望进一步集中的奥瑞金等，纸包装领域关注 3C、烟包、环保等包装持续推进、高股息标的裕同科技等，塑料包装建议关注需求稳健释放、下游客户稳步扩张、分红稳定的永新股份等。
- 个护文娱：国产品牌加速突围，品牌力稳定提升，重点布局优质消费标的。**个护板块，新渠道成未来主战场，抖音、小红书品牌营销阵地愈加重要，产品力+品牌营销逐渐成为品牌胜负手。根据久谦数据，百亚股份旗下品牌自由点卫生巾 2024 年 6 月天猫、京东、抖音三平台累计销量约 173 万件，同比增长 186%；销售额约 9900 万，同比增长 152%。建议关注电商高增长、爆品持续验证、全国化稳步推进的百亚股份；文具板块，建议关注传统业务稳步向上、零售大店快速推进的晨光股份；眼镜板块，国产镜片龙头明月镜片的常规镜片中高速增长仍不容忽视，离焦镜快速放量有望打开成长空间。
- 新型烟草：监管趋严背景下，合规龙头有望持续突围。**7 月 10 日公安部经侦局公布了 3 个涉电子烟非法经营典型案例。其中前两个案例涉及无证生产经营电子烟，第三个案例涉及“中药雾化器”产品。标的方面，建议关注雾化龙头优势稳固、新增长点持续培育的合规龙头思摩尔国际等。

- **出口及品牌出海：7月海运价格继续上涨，重点关注自主品牌跨境出口及Q2业绩有望持续增长标的。**6月出口总值3078.5亿美元，同比+8.6%，增速较5月扩大，其中家具及其零件出口金额55.3亿美元，同比+5.6%，增幅较5月缩小。截止7月12日中国出口集装箱运价指数美东、美西、欧洲航线分别为1728、1688、3283点，较6月均值分别+14.8%、+21.4%、+25.9%，北美市场经济继续稳健扩张，供求关系较为紧张，市场运价保持上行走势；欧洲地区红海地缘局势持续，近期运力供给紧张加剧，运输需求始终保持高位，供需基本面稳固，7月市场运价持续上涨，全球运价上涨趋势或短期内难以扭转，一定程度上增加出口企业的贸易成本并影响企业国际竞争力，关注相关企业利润变化。24年7月11日哈尔斯发布24年半年度业绩预告，24H1公司实现归属于上市公司股东的净利润为11600万元-14900万元，同比增长154.62%-227.06%，扣除非经常性损益后的净利润为11344万元-14644万元，同比增长124.94%-190.37%。业绩预增的主要原因：1)海外终端市场需求旺盛，新产品、新客户订单带来整体业绩增长。2)品牌业务持续开展，经营质量逐步改善。3)公司坚持打造具备快反能力的供研产销协同体系，不断提升经营效率。24年7月11日依依股份发布24年半年报业绩预告，24H1公司实现归属于上市公司股东的净利润为9100万元-9800万元，同比增长102.38%-117.95%，扣除非经常性损益后的净利润为7800万元-8500万元，同比增长80.03%-96.18%；业绩预增的主要原因：1)海外客户去库存影响已消化，客户订单恢复及部分客户订单保持较好增长，新增客户开始贡献收入。2)随着订单的增长，公司产能利用率大幅提高，叠加原材料采购价格相对平稳，营业成本总体保持稳定。同时，公司自身不断加强内部管控，降低运营成本，促使整体盈利能力显著提升。24年7月15日松霖科技发布24年半年度业绩预告公告，24H1公司实现归属于上市公司股东的净利润为20000万元-23000万元，同比增长66.05%-90.96%，扣除非经常性损益后的净利润为18700万元-21700万元，同比增长40.07%-62.54%。业绩预增的主要原因：1)公司于去年第三季度剥离了亏损的“松霖家”业务，2)公司IDM硬件主营业务保持稳定发展。报告期内，公司坚持品类导向，拥抱老客户、积极开拓新客户，公司国外业务实现稳健增长，受国内宏观经济影响，国内业务有所下滑，整体主营业务表现稳定。公司科技创新的平台型定位以及极发展智能、健康新品类，都为公司的未来发展提供了有力支撑。建议关注gallery模式持续推进、一体化供应链打造及motoliving抢占高端市场的匠心家居；深度绑定核心客户、龙头等品类加速拓展、股息率稳定的建霖家居；自身α持续提升、海外代工修复、倍杰特业务盘整持续发力智能卫浴赛道的松霖科技；自主品牌出海、性价比领先、品类区域快速拓展的致欧科技等。重点关注围绕大家居布局、代工持续修复、跨境电商快速增长、Q2有望延续高基数增长的恒林股份等。
- **二轮车：电动二轮车监管趋严，合规龙头充分受益，摩托车商会发布新标准征求意见稿。**近日黑龙江省七台河市、新疆六师等地开展专项整治行动，严查各项指标不符合国家标准未按规定登记上牌的无牌无证车辆。标的方面，关注激励目标明确、销售节奏良好的爱玛科技，关注国内新产品上市+电池市场放量、海外持续拓展的雅迪控股等。中国摩托车商会发布《摩托车和轻便摩托车发动机换挡凸轮技术条件》以及《摩托车和轻便摩托车操控性、过弯性能和转向能力技术规范》征求意见稿，希望通过新标准增强摩托车驾驶安全性能。标的方面，摩托车外贸出口保持高速增长，内销延续向好态势，建议关注产业链相关标的钱江摩托等。
- **宠物：6月宠物行业线上动销维持增长，猫零食表现亮眼，活体宠物大幅增长，异宠品类录得较高增速。**根据久谦数据，宠物行业6月天猫、京东、抖音三平台累计销售额约46亿元，同比增长5%。分品类来看，猫狗食品/猫狗玩具销售额分别同比增长1%/5%，其中猫零食增速表现亮眼，同比增长27%。活体宠物销售额同比大幅增长152%。异宠品类销售额录得较高增速，水族用品/小宠用品/鸟类用品销售额分别同比增长24%/16%/44%。家庭规模小型化趋势下情感陪伴需求增长，“它经济”蓬勃发展，国产品牌持续突围，建议关注乖宝宠物、佩蒂股份、中宠股份、天元宠物等。
- **品牌服饰：安踏、特步发布二季度营运表现，销售均实现增长。**安踏体育于7月8日发布2024年第二季度及上半年的最新营运表现。2024Q2安踏品牌产品的零售金额同比录得高单位数的正增长，FILA品牌产品的零售金额同比录得中单位数的

正增长，所有其他品牌产品（不包括 2023 年 1 月 1 日之后新加入集团的品牌）的零售金额同比录得 40-45% 的正增长；2024H1 安踏品牌产品的零售金额同比录得中单位数的正增长，FILA 品牌产品的零售金额同比录得高单位数的正增长，所有其他品牌产品的零售金额同比录得 35-40% 的正增长。特步国际于 7 月 11 日发布第二季度及上半年中国内地业务营运状况，2024Q2 零售销售（包括线上线下渠道）同比增长 10%，零售折扣水平约七五折；2024H1 零售销售同比录得高单位数增长，渠道库存周转约 4 个月。建议关注嘉曼服饰、安踏体育、李宁、特步国际等。

- **纺织制造：1-5 月纺织服装出口向上修复，行业去库带动主要纺织出口国出口修复及企业营收改善。**24 年 1-5 月越南纺织服装、制鞋出口金额分别同比+4.2%、7.3%。据中国海关总署数据，24 年 1-5 月中国纺织品出口 571.3 亿美元、同比增长 2.6%，中国服装出口 587.2 亿美元、同比增长 0.2%；其中 5 月当月纺织品出口 128.9 亿美元、同比增长 8.1%、环比增长 5.7%，5 月当月服装出口 132.5 亿美元、同比增长 1.6%、环比增长 12.8%。据统计局数据，24 年 1-5 月我国纺织服装营收累计同比增长 0.6%，期末产成品库存同比增长 1.8%（前值 2.2%），产成品库存增速自 4 月转正以来持续向好态势。建议关注伟星股份、南山智尚、嘉曼股份、安利股份、嘉曼服饰等。
- **风险提示：**地产销售大幅波动风险；终端消费不及预期风险；原材料价格大幅波动风险。

## 内容目录

1. 家居：地产销售有待回暖，关注相关数据变化.....	6
1.1. 国内地产：新房竣工面积同比下滑，商品房销售面积降幅收窄.....	6
1.2. 美国地产：4月新房销售增速转负，成屋销售同比下降.....	7
1.3. 家居社零&出口：家居出口同比增长，向好态势持续景气向上.....	8
2. 造纸：盈利能力略有承压，主要纸种社会库存持续去化.....	9
2.1. 主要纸种价格及毛利率.....	9
2.2. 主要纸种库存数据一览.....	10
3. 原材料：价格相对稳定，成本波动在合理区间.....	11
4. 纺服板块：行业去库带出口修复及企业营收改善.....	12
4.1. 出口相关数据.....	12
5. 风险提示.....	13

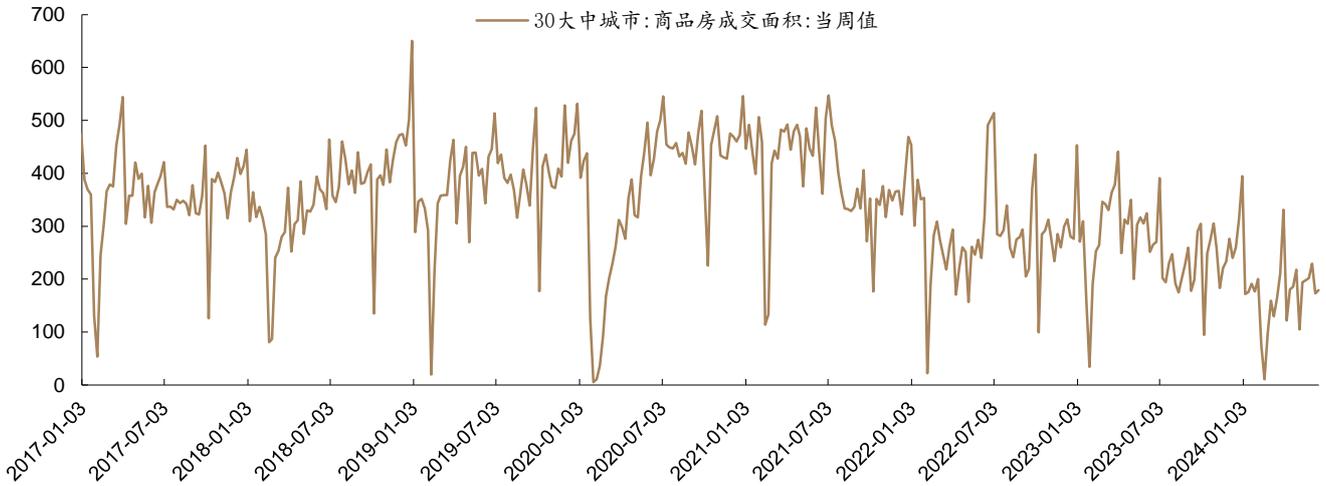
## 图表目录

图 1: 30 大中城市商品房成交面积 (万平方米) .....	6
图 2: 100 大中城市住宅用地成交面积 (万平方米) .....	6
图 3: 住宅新开工累计面积 (万平方米) 及同比 (%) (右轴) .....	6
图 4: 住宅销售面积累计值 (万平方米) 及同比 (%) (右轴) .....	6
图 5: 住宅竣工累计面积 (万平方米) 及同比 (%) (右轴) .....	6
图 6: 70 大中城市二手住宅价格同比 (%) 及环比 (%) (右轴) .....	7
图 7: 美国新房销售 (折年数) 套数 (千套) 及增速 (%) (右轴) .....	7
图 8: 美国二手房销售 (折年数) 套数 (万套) 及增速 (%) (右轴) .....	7
图 9: 美国二手房库存 (万套) .....	8
图 10: 美国二手房去化月数 (月) .....	8
图 11: 美国房屋空置率 (%) 及住房自有率 (%) (右轴) .....	8
图 12: 家居限额以上企业零售额累计值 (亿元) 及同比 (%) (右轴) .....	8
图 13: 全国建材家居景气指数(BHI):出租率指数 (%) .....	9
图 14: 家居出口当月值 (万美元) 及增速 (%) (右轴) .....	9
图 15: 双铜纸价格及毛利率变化 .....	9
图 16: 双胶纸价格及毛利率 .....	10
图 17: 白卡纸价格及毛利率 .....	10
图 18: 双铜纸企业库存、社会库存 (千吨) .....	10
图 19: 双胶纸企业库存、社会库存 (千吨) .....	10
图 20: 瓦楞纸企业库存、社会库存 (千吨) .....	11
图 21: 箱板纸企业库存、社会库存 (千吨) .....	11
图 22: 白板纸企业库存、社会库存 (千吨) .....	11
图 23: 白卡纸企业库存、社会库存 (千吨) .....	11
图 24: TDI、MDI 现货价 (元/吨) .....	11
图 25: 全球皮革实际市场价格 (美分/磅) .....	12
图 26: 铝现货结算价 (美元/吨) .....	12
图 27: 纺织纱线、织物及制品月出口量及累计同比增速 .....	12
图 28: 服装及衣着附件月出口量及累计同比增速 .....	12
图 29: 我国/越南纺织服装出口金额累计同比增速 .....	13
图 30: 我国服装产成品库存与营业收入同比变化 (%) .....	13

## 1. 家居：地产销售有待回暖，关注相关数据变化

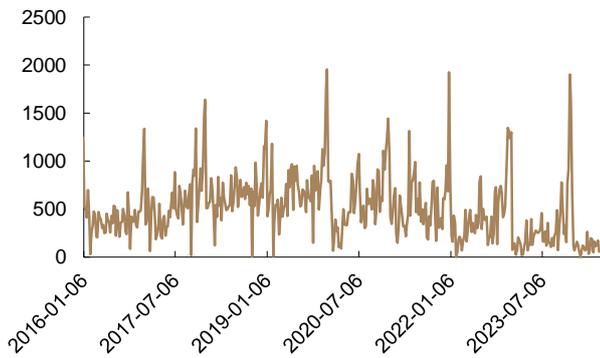
### 1.1. 国内地产：新房竣工面积同比下滑，商品房销售面积降幅收窄

图 1：30 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 2：100 大中城市住宅用地成交面积（万平方米）



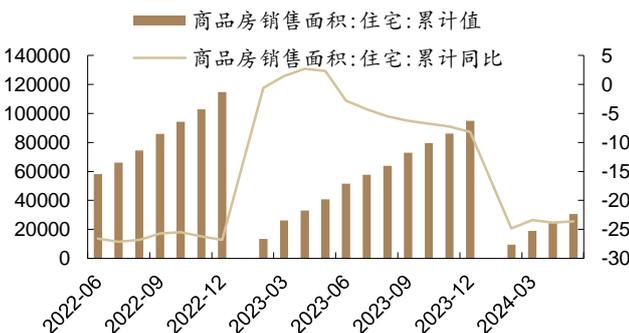
资料来源：Wind，德邦研究所

图 3：住宅新开工累计面积（万平方米）及同比（%，右轴）



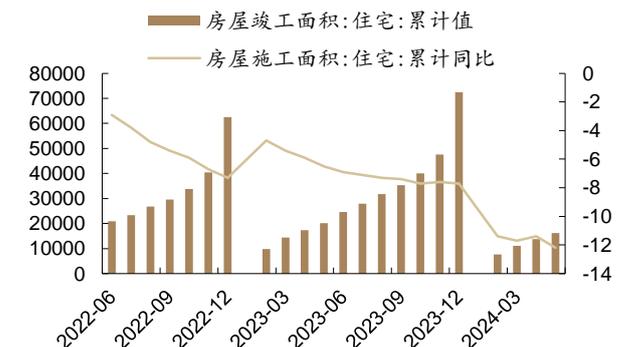
资料来源：Wind，德邦研究所

图 4：住宅销售面积累计值（万平方米）及同比（%，右轴）



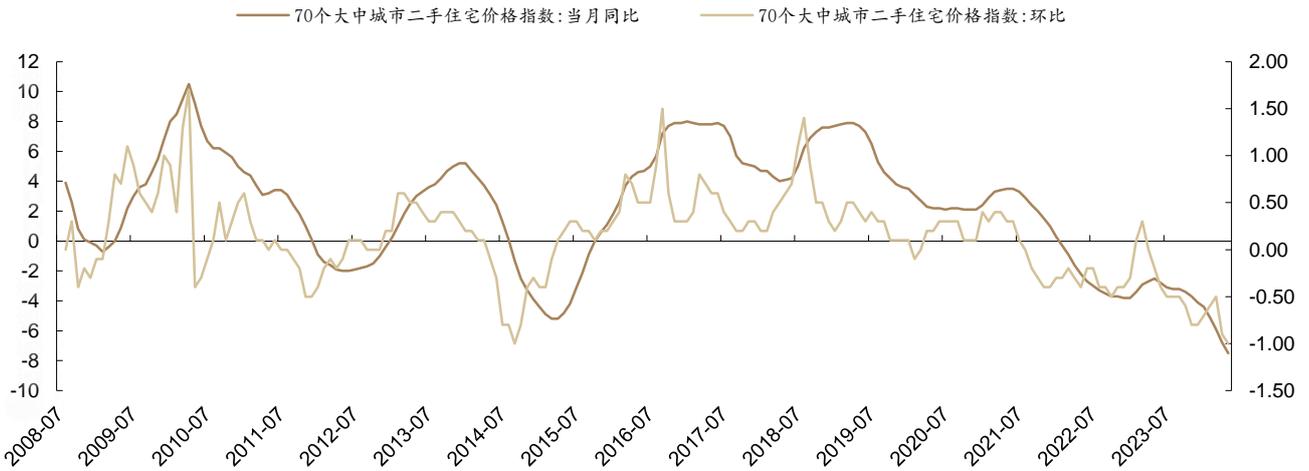
资料来源：Wind，德邦研究所

图 5：住宅竣工累计面积（万平方米）及同比（%，右轴）



资料来源：Wind，德邦研究所

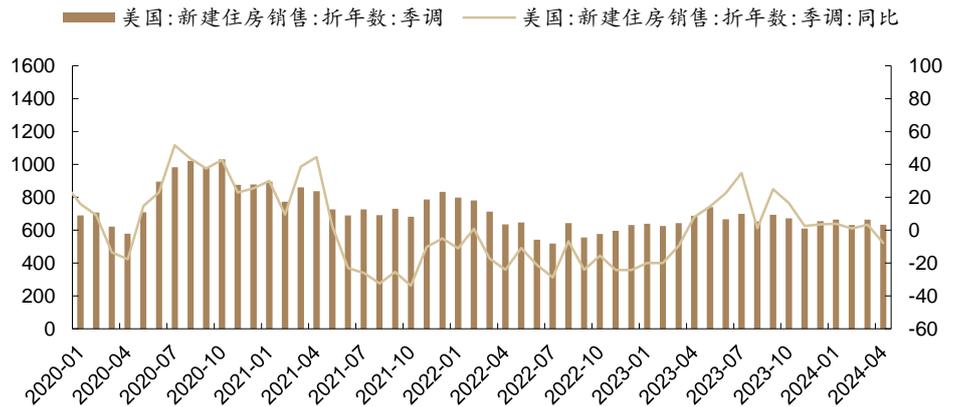
图 6：70 大中城市二手住宅价格同比（%）及环比（%，右轴）



资料来源：Wind，德邦研究所

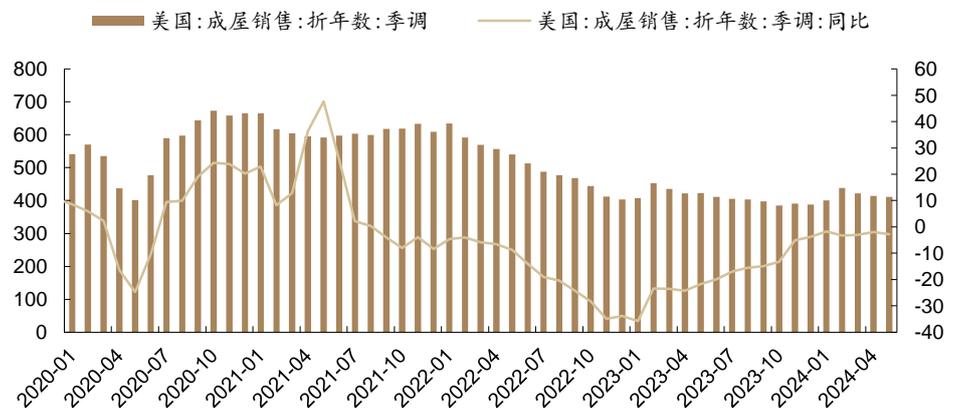
## 1.2. 美国地产：4 月新房销售增速转负，成屋销售同比下降

图 7：美国新房销售（折年数）套数（千套）及增速（%，右轴）



资料来源：Wind，德邦研究所

图 8：美国二手房销售（折年数）套数（万套）及增速（%，右轴）



资料来源：Wind，德邦研究所

图 9：美国二手房库存（万套）



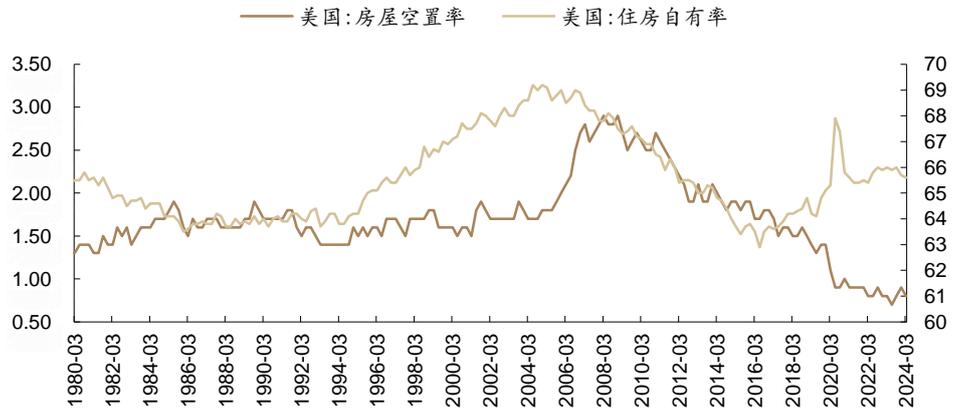
资料来源：Wind，德邦研究所

图 10：美国二手房去化月数（月）



资料来源：Wind，德邦研究所

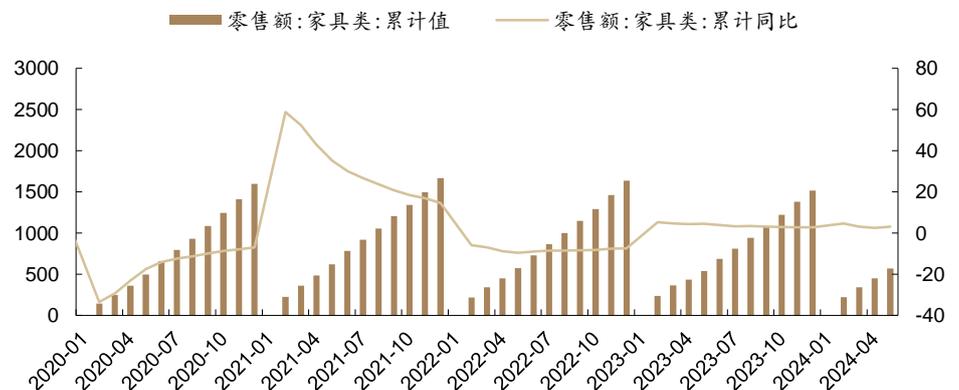
图 11：美国房屋空置率（%）及住房自有率（%，右轴）



资料来源：Wind，德邦研究所

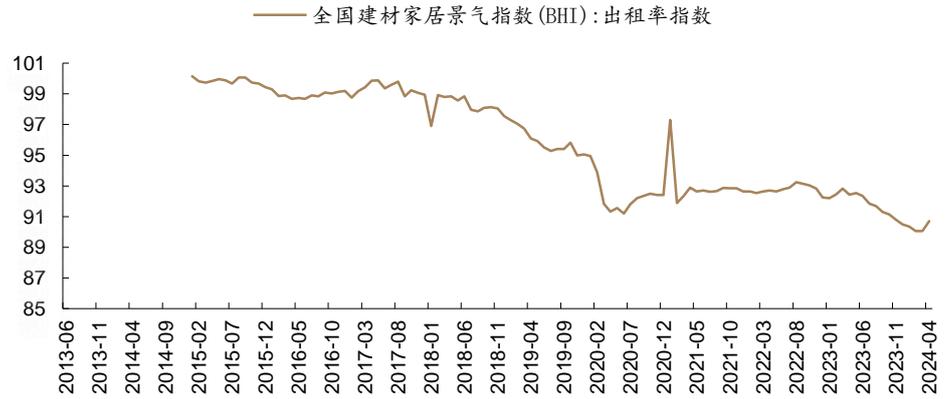
### 1.3. 家居社零&出口：家居出口同比增长，向好态势持续景气向上

图 12：家居限额以上企业零售额累计值（亿元）及同比（%，右轴）



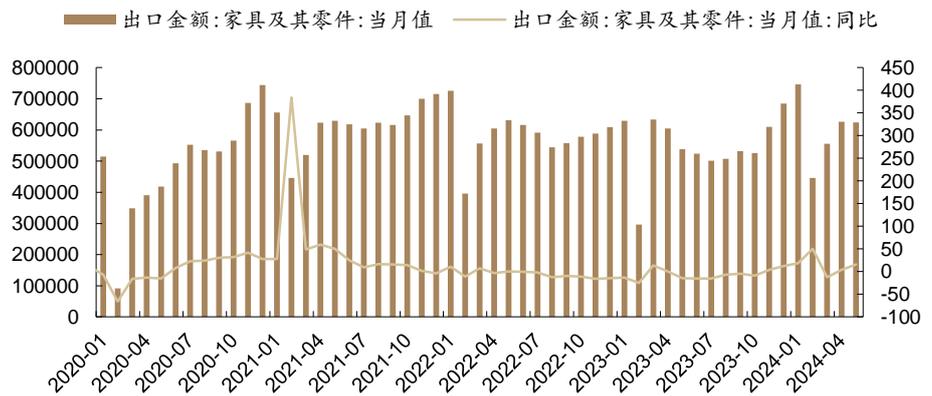
资料来源：Wind，德邦研究所

图 13: 全国建材家居景气指数(BHI):出租率指数 (%)



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 14: 家居出口当月值(万美元)及增速(%, 右轴)

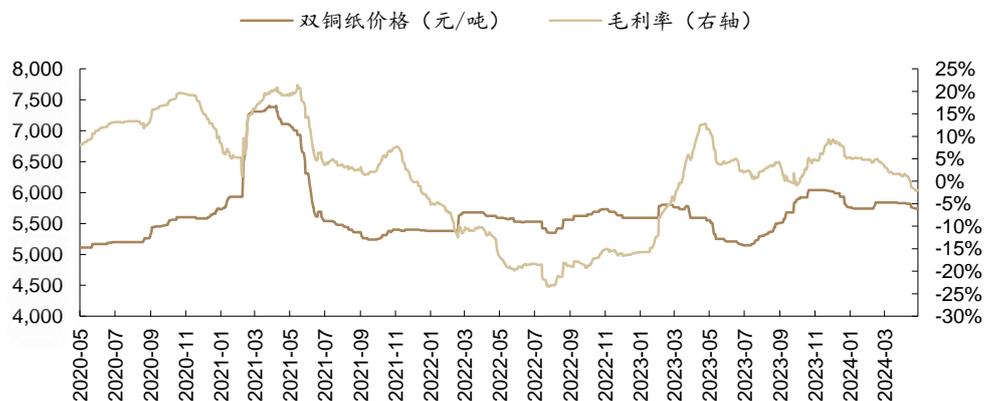


资料来源: Wind, 德邦研究所

## 2. 造纸: 盈利能力略有承压, 主要纸种社会库存持续去化

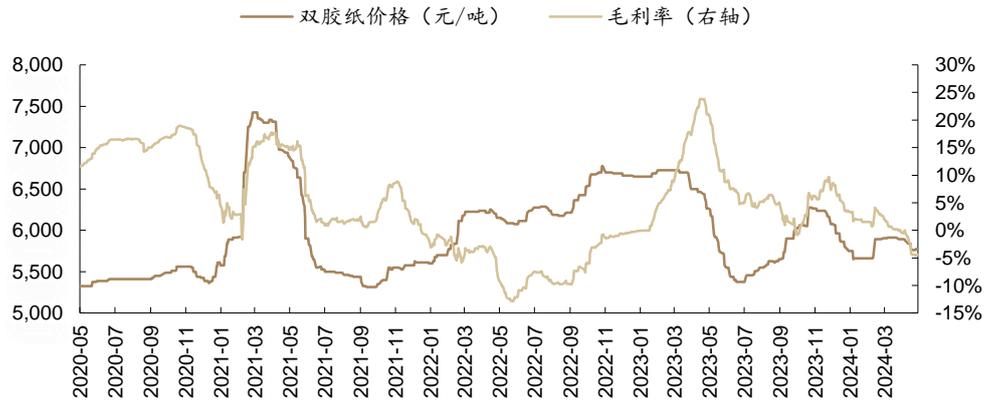
### 2.1. 主要纸种价格及毛利率

图 15: 双铜纸价格及毛利率变化



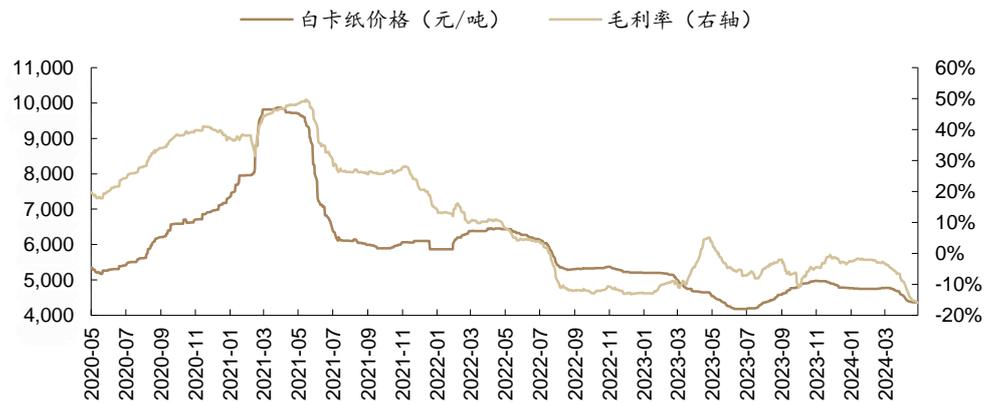
资料来源: 卓创资讯, 德邦研究所

图 16: 双胶纸价格及毛利率



资料来源: 卓创资讯, 德邦研究所

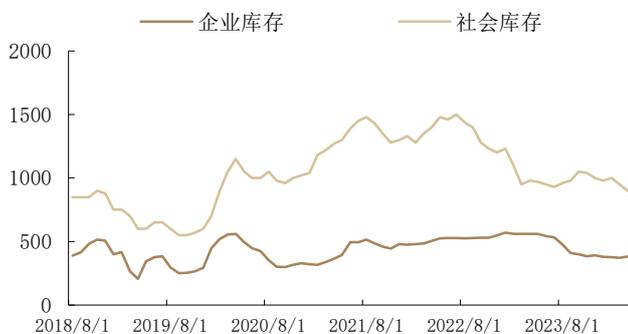
图 17: 白卡纸价格及毛利率



资料来源: 卓创资讯, 德邦研究所

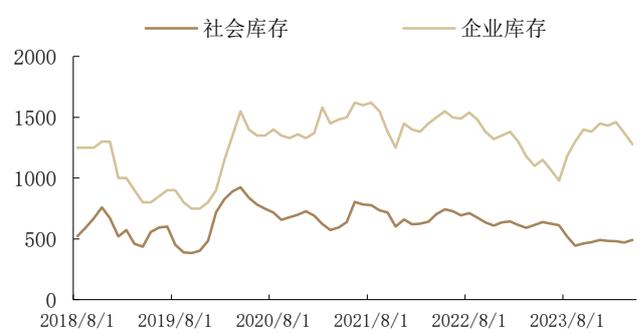
## 2.2. 主要纸种库存数据一览

图 18: 双铜纸企业库存、社会库存 (千吨)



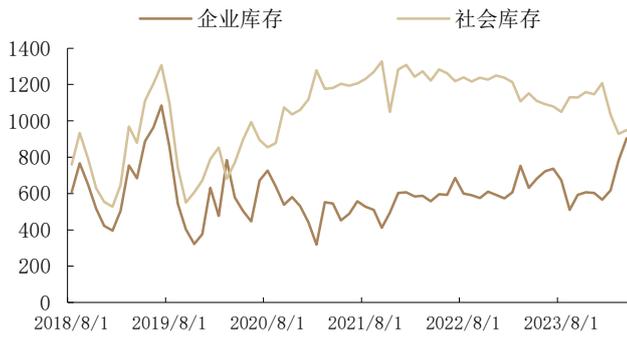
资料来源: 卓创资讯, 德邦研究所

图 19: 双胶纸企业库存、社会库存 (千吨)



资料来源: 卓创资讯, 德邦研究所

图 20: 瓦楞纸企业库存、社会库存 (千吨)



资料来源: 卓创资讯, 德邦研究所

图 21: 箱板纸企业库存、社会库存 (千吨)



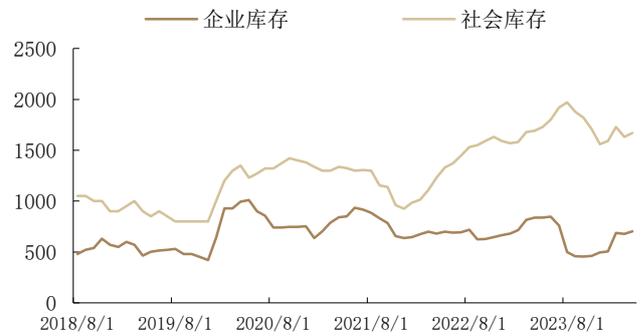
资料来源: 卓创资讯, 德邦研究所

图 22: 白板纸企业库存、社会库存 (千吨)



资料来源: 卓创资讯, 德邦研究所

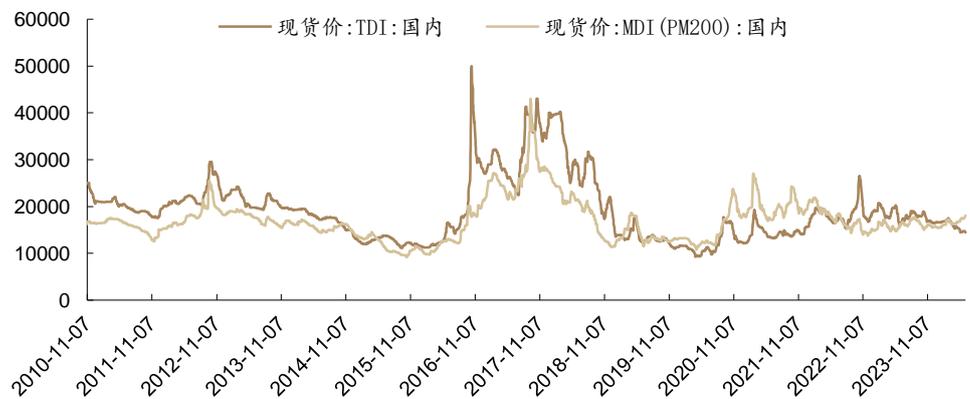
图 23: 白卡纸企业库存、社会库存 (千吨)



资料来源: 卓创资讯, 德邦研究所

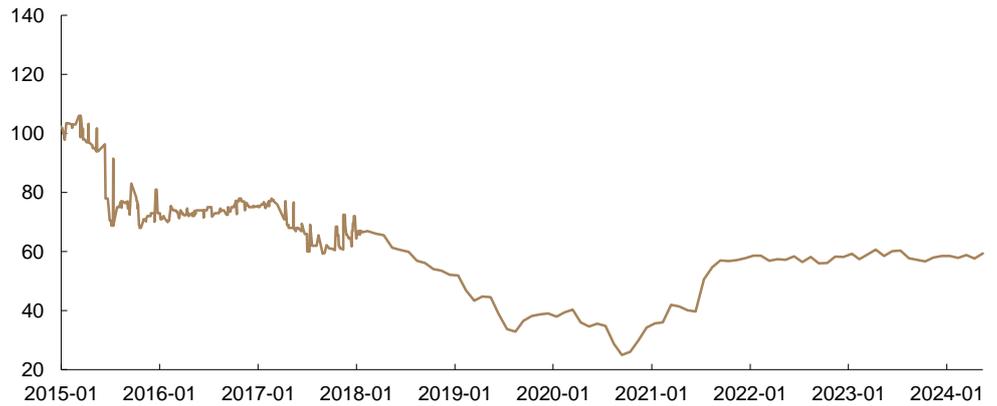
### 3. 原材料: 价格相对稳定, 成本波动在合理区间

图 24: TDI、MDI 现货价 (元/吨)



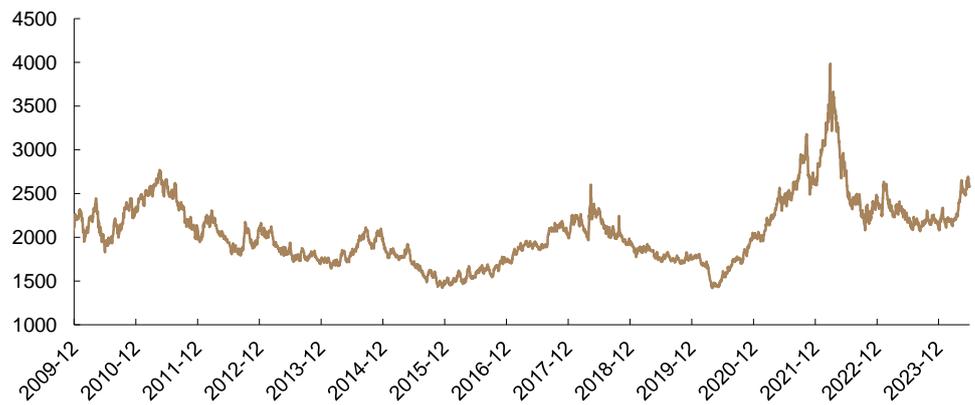
资料来源: Wind, 德邦研究所

图 25: 全球皮革实际市场价格 (美分/磅)



资料来源: Wind, 德邦研究所

图 26: 铝现货结算价 (美元/吨)



资料来源: Wind, 德邦研究所

## 4. 纺服板块: 行业去库带出口修复及企业营收改善

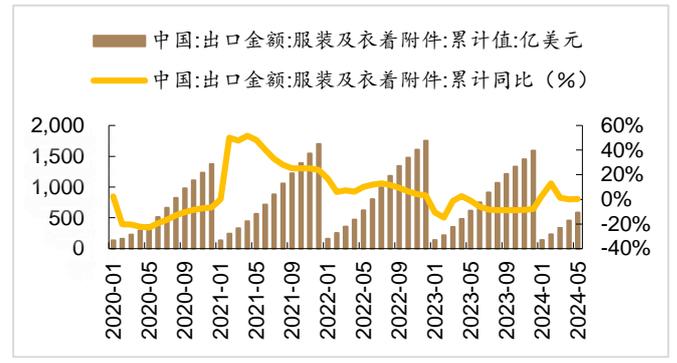
### 4.1. 出口相关数据

图 27: 纺织纱线、织物及制品月出口量及累计同比增速

图 28: 服装及衣着附件月出口量及累计同比增速

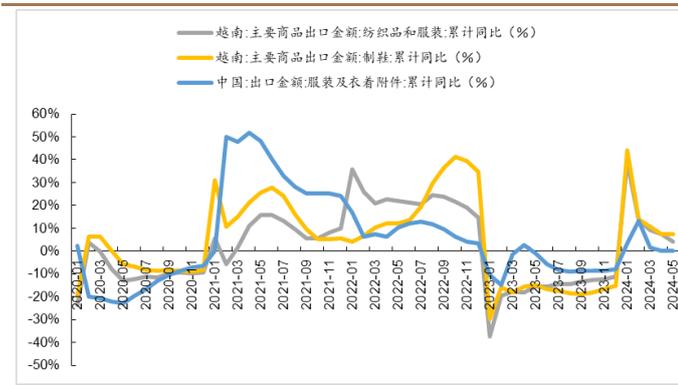


资料来源：Wind，德邦研究所



资料来源：Wind，德邦研究所

图 29：我国/越南纺织服装出口金额累计同比增速



资料来源：Wind，德邦研究所

图 30：我国服装产成品库存与营业收入同比变化 (%)



资料来源：Wind，德邦研究所

## 5. 风险提示

**地产销售大幅波动风险：**家居等行业上游为地产行业，若地产销售激烈波动，将会影响家居企业经营，C 端客流将受到明显影响，同时 B 端也将面临一定压力。

**终端消费不及预期风险：**轻工行业多数公司直接面临下游消费者或对应客户为下游消费市场，若终端消费能力受到影响，对应公司相关产品销售量、销售价格均会受到影响，进一步影响公司收入。

**原材料价格大幅波动风险：**原材料价格波动，对于公司稳健经营影响较大，若原材料跟随市场大幅波动，公司的盈利能力或受到影响，同时原材料大幅波动也会影响终端产品价格，进一步影响产品销量。

# 信息披露

## 分析师与研究助理简介

**毕先磊**：轻工组组长，曾任职于招商证券，所在团队获得 2023 年新财富轻工和纺织服装第 4 名、新浪财经金麒麟家居生活行业第 3 名，2022 年新财富轻工和纺织服装第 4 名、新浪财经金麒麟家居生活行业第 4 名、轻工制造水晶球第 4 名。

**宋株旺**：轻工分析师，曾任职于华西证券，悉尼大学硕士，主要覆盖家居、木门、卫浴、出口跨境、文具、包装及纺织制造等板块。

**李陌凡**：轻工组研究助理，曾任职于野村东方国际证券，伦敦大学学院本硕，主要覆盖软体、个护、电子烟、二轮车、造纸、宠物、品牌服饰等板块。

## 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经营范围包括证券投资咨询业务。