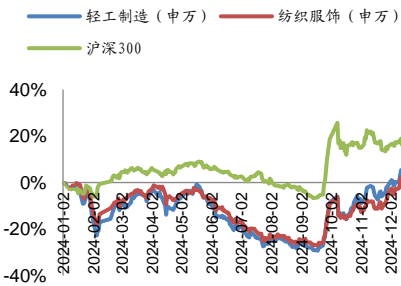


引领潮流的首发经济，多元化发展的新动力

行业评级：增持

报告日期：2024-12-22

行业指数与沪深300走势比较



分析师：徐恺

执业证书号：S0010523120001

邮箱：xucai@hazq.com

分析师：余倩莹

执业证书号：S0010524040004

邮箱：yuqianying@hazq.com

相关报告

《行业周报：宠物经济经济崛起，消费升级驱动增长_20241208》

《行业周报：培育钻石：从消费向科技的延申_20241215》

主要观点：

● 周专题：引领潮流的首发经济，多元化发展的新动力

首发经济近年来成为市场焦点。党的二十届三中全会提出要“完善扩大消费长效机制”和“积极推进首发经济”。首发经济通过创新消费模式，激发市场潜力，成为推动城市消费升级和国际消费中心城市建设的重要手段。其核心特点是“首次亮相”，注重新产品、新技术和新模式的发布，不仅满足了消费者对新鲜事物的需求，也为企业创造了市场热点，推动产业链创新。会展活动作为首发经济的重要载体，通过集聚效应为新产品、新品牌提供了展示平台。许多会展企业通过创新布局，推动了行业的发展，尤其是在境外市场和数字化转型方面。米奥会展通过“一带一路”和 RCEP 市场的展会，推动中国企业走向国际市场。三博会通过精准市场判断，成功举办境外会展，提升了展览服务领域的竞争力。兰生股份通过智慧展馆和绿色展馆的建设，提升了服务水平，成为会展产业链中的重要一环。风语筑利用数字化技术推动城市文化展示和数字文旅等创新服务，推动了文化体验的变革。佰锐博雅专注于汽车展览，并逐步扩展到宠物、家居等领域，凭借特装业务获得市场认可。锋尚文化通过创意设计和技术推动大型文化演艺活动和景观照明项目创新，提升了城市的文化品位。振威会展则通过自办展与承办展结合，广泛涉足能源、装备制造等多个行业，拓展了全球市场。首发经济推动了消费市场的多元化发展，核心特点是“新”，包括新产品、新场景、新体验等，符合消费者不断升级的需求。新场景创新为百货、超市和医美等行业注入了新活力。例如，百货企业通过创新场景吸引线下客流，超市通过业态调整迎合市场需求，医美行业则通过扩张和深化拓展市场。新产品方面，如中式高端黄金、智能眼镜和美妆新品等，精准满足了年轻群体的个性化需求，推动传统行业的创新。首发经济推动了纺织、娱乐和数字化消费等行业的转型升级。周大生通过与知名 IP 合作推出融合传统文化和现代设计的黄金首饰系列，推动了黄金珠宝行业的创新发展。海澜之家在上海时装周首度亮相，展示了融合东方美学与现代设计的作品，提升了品牌的文化深度。丽尚国潮通过与“哪吒潮孩”IP 的联名合作，迅速占领了新消费市场，强化了品牌在年轻群体中的影响力。地素时尚通过电商平台联合营销，取得了优异成绩。开润股份通过智能箱包和自有品牌矩阵的推陈出新，展示了其强大的市场布局能力。博士眼镜与雷鸟创新成立合资公司，共同研发 AI 眼镜，并与多个品牌合作，推动眼镜行业的创新和市场发展。在娱乐和数字化消费领域，许多公司通过创新产品和 IP 合作不断抢占市场份额，推动行业发展。实丰文化与灵优智学合作推出第二代 AI 智能玩具，增强互动性，满足儿童需求。齐心集团通过与“小狗蛇”IP 合作，并利用数字化技术提升供应链效率，推动品牌年轻化与高端化。奥飞娱乐通过 IP+AI 模式不断推出新产品，引领行业趋势。广博股份通过与热门 IP 联名合作，打造情绪价值和娱乐性兼具的文创产品，并积极拓展二次元文化相关产品，推动公司在文创领域的发展。

● 一周行情回顾

2024年12月16日至12月20日，上证综指下跌0.70%，深证成指下跌0.62%，创业板指下跌1.15%。分行业来看，申万轻工制造下跌

5.01%，相较沪深300指数-4.87pct，在31个申万一级行业指数中排名32；申万纺织服饰下跌3.17%，相较沪深300指数-3.03pct，在31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美之高(+25.4%)、趣睡科技(+20.51%)、麒盛科技(+12.37%)、蒙娜丽莎(+9.35%)、明月镜片(+9.27%)、嘉益股份(+9.06%)、茶花股份(+8.9%)、张小泉(+8.52%)、宜宾纸业(+8.43%)、德尔未来(+8.19%)，跌幅前十分别为广博股份(-26.53%)、实丰文化(-22.16%)、环球印务(-21.19%)、高乐股份(-20.2%)、永吉股份(-20.1%)、亚振家居(-18.14%)、珠海中富(-17.75%)、美克家居(-16.48%)、柏星龙(-13.59%)、梦天家居(-13.31%)。纺织服饰行业一周涨幅前十分别为真爱美家(+22.03%)、ST起步(+13.72%)、太湖雪(+10.17%)、ST金一(+9.65%)、奥康国际(+9.33%)、伟星股份(+8.03%)、ST步森(+7.51%)、嘉欣丝绸(+6.51%)、众望布艺(+4.4%)、*ST天创(+3.93%)，跌幅前十分别为红蜻蜓(-20.66%)、美邦服饰(-16.9%)、金发拉比(-16.61%)、如意集团(-15.7%)、红豆股份(-13.5%)、莱绅通灵(-12.04%)、酷特智能(-12.04%)、江南高纤(-11.27%)、三夫户外(-10.64%)、万事利(-10.47%)。

● 重点数据追踪

家居数据追踪：1) **地产数据：**2024年12月8日至12月15日，全国30大中城市商品房成交面积319.85万平方米，环比22.82%；100大中城市住宅成交土地面积848.13万平方米，环比-4.2%。住宅新开工面积4.9亿平方米，累计同比-23.1%；住宅竣工面积3.52亿平方米，累计同比-26%；商品房销售面积8.61亿平方米，累计同比-14.3%。2) **原材料数据：**截至2024年11月26日，定制家居上游CPI指数为786.5，周环比-31.94%。截至2024年12月20日，软体家居上游TDI现货价为12950元/吨，周环比-0.38%；MDI现货价为18250元/吨，周环比0.27%。3) **销售数据：**2024年11月，家具销售额为190亿元，同比10.5%；当月家具及其零件出口金额为592912.2万美元，同比-2.6%；建材家居卖场销售额为1375.44亿元，同比上涨4.24%。

包装造纸数据追踪：1) **纸浆&纸产品价格：**截至2024年12月20日，针叶浆/阔叶浆/化机浆价格分别为6240.71/4431.82/3653.33元/吨，周环比-0.28%/0.69%/0%；废黄板纸/废书页纸/废纯报纸价格分别为1600/1600/2255元/吨，周环比0.57%/0.31%/0%；白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸价格分别为4240/3493.75/3752.4/2918.13元/吨，周环比0.24%/0.54%/0.68%/1.46%；双铜纸/双胶纸价格分别为5490/5362.5元/吨，周环比0%/0%；生活用纸价格为6066.67元/吨，周环比0%。截至2024年7月15日，中纤价格指数:溶解浆内盘价格为7700元/吨。2) **吨盈数据：**截至2024年12月19日，双铜纸/双胶纸/箱板纸/白卡纸每吨毛利分别为106.63/-66.01/515.55/-328.62元/吨。3) **纸类库存：**截至2024年11月30日，青岛港/常熟港木浆月度库存分别为1063/450千吨，环比1.05%/-8.16%；双胶纸/铜版纸月度企业库存分别为636.72/403千吨，环比-1.81%/-3.59%；白卡纸月度社会库存/企业库存分别为1620/561.7千吨，环比-7.43%/-10.6%；生活用纸月度社会库存/企业库存分别为1211/539千吨，环比-

2.26%/1.51%；废黄板纸月度库存天数为 6 天，环比-25%；白板纸月度企业库存/社会库存分别为 766/1196 千吨，环比-1.92%/1.7%；箱板纸月度企业库存/社会库存分别为 1061/2127 千吨，环比-21.87%/14.23%；瓦楞纸月度企业库存/社会库存分别为 557/1234 千吨，环比-25.03%/14.15%。

纺织服饰数据跟踪：

1) 原材料：截至 2024 年 12 月 20 日，中国棉花价格指数:3128B 为 14694 元/吨，周环比-2.33%。截至 2024 年 12 月 19 日，Cotlook A 指数为 78.35 美分/磅，周环比-2.37%。截至 2024 年 12 月 20 日，中国粘胶短纤市场价为 13800 元/吨，周环比 0%；中国涤纶短纤市场价为 7060 元/吨，周环比 0.14%。截至 2024 年 12 月 17 日，中国长绒棉价格指数:137 为 22000 元/吨，周环比 0%；中国长绒棉价格指数:237 为 21350 元/吨，周环比 0%。截至 2024 年 12 月 20 日，内外棉差价为 289 元/吨，周环比-25.13%。**2) 销售数据：**2024 年 11 月，当月服装鞋帽、针、纺织品类零售额为 1480 亿元，同比-4.5%；当月服装及衣着附件出口金额为 1301692 万美元，同比 4.3%。

● 投资建议

1) 家居：外需方面，美联储降息，地产复苏有望带动家具出口订单；内需方面，中共中央政治局提出要促进房地产市场止跌回稳，各地以旧换新政策落地，有望刺激家居消费增长。家居板块当前估值折价较多，头部公司估值处于历史底部，建议关注经营稳健的板块头部公司和成长性较高的智能家居赛道。**2) 造纸：**7-8 月为下游原纸行业淡季，导致浆价下行，内外盘差价扩大，随着 9-10 月进入需求旺季，原纸行业开工回升或支撑浆价走势由跌回升，文化纸企业集中度较高，在浆价涨价时，提价函更能够顺畅落地，盈利能力将进一步修复，建议关注横向产品多元化、纵向林浆纸一体化的太阳纸业。**3) 包装：**若此次中粮包装成功被收购，二片罐行业 CR3 将从 57%提升至 73%，行业集中度提升下，头部企业议价能力有望提升，从而带动行业整体盈利提升。建议关注包装头部企业。**4) 出口：**1-10 月家具及其零件累计出口金额 3904.5 亿元，同比增长 8.8%，海外补库需求下，出口企业订单整体较饱和，叠加耐用品换新周期，轻工行业出口景气度高。短期美国选情变化，有望带动出口链情绪改善，迎来带动估值修复。我们认为，在中美贸易摩擦的环境下，头部企业积极推动海外产能布局应对关税风险，他们的海外扩产优势将会越发明显，而中小企业或不具备海外建厂能力或海外扩产太晚，抗关税风险能力较弱，出口行业集中度或因此迎来加速提升。建议关注业绩高增+低估值+第二成长曲线+海外成熟产能布局的标的。

● 风险提示

宏观经济增长不及预期风险；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。

● 部分公司盈利预测与评级

公司	EPS (元)			PE			评级
	2024E	2025E	2026E	2024E	2025E	2026E	
太阳纸业	1.15	1.32	1.45	12.56	10.94	9.96	买入
嘉益股份	7.22	8.65	9.98	15.48	12.92	11.20	买入
志邦家居	1.17	1.28	1.39	11.04	10.09	9.29	买入
索菲亚	1.42	1.59	1.74	11.92	10.65	9.73	买入
裕同科技	1.8	2.06	2.34	13.98	12.21	10.75	买入
开润股份	1.68	1.52	1.98	15.04	16.63	12.76	买入
匠心家居	3.28	3.96	4.6	17.32	14.34	12.35	买入
欧派家居	4.35	4.64	4.88	15.65	14.67	13.95	买入

资料来源: wind, 华安证券研究所 (以 12 月 20 日收盘价计算)

正文目录

1 周专题：引领潮流的首发经济，多元化发展的新动力.....	8
2 一周行情回顾	13
3 重点数据追踪	15
3.1 家居	15
3.2 包装造纸	17
3.3 纺织服饰	20
4 行业重要新闻	22
5 公司重要公告	26
6 风险提示	27

图表目录

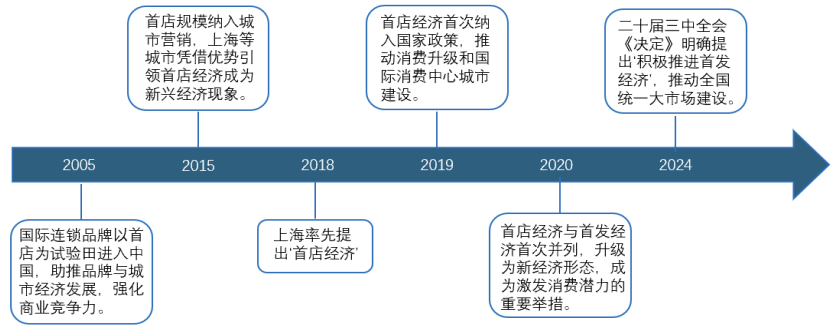
图表 1 首发经济的发展历程.....	8
图表 2 首发经济的不同形式.....	9
图表 3 首展经济个股梳理.....	10
图表 4 纺服行业个股的首发经济布局概况.....	12
图表 5 IP 板块个股的首发经济布局概况.....	12
图表 6 申万轻工制造和纺织服饰指数变化.....	13
图表 7 年初至今申万轻工制造和纺织服饰指数涨跌幅与沪深 300 对比.....	13
图表 8 申万轻工制造和纺织服饰指数涨跌幅与其他行业涨跌幅对比 (%).....	14
图表 9 A 股轻工制造行业周涨跌幅 Top5.....	14
图表 10 A 股纺织服饰行业周涨跌幅 Top5.....	14
图表 11 30 大中城市商品房成交面积 (万平方米).....	15
图表 12 100 大中城市住宅用地成交面积 (万平方米).....	15
图表 13 房屋住宅新开工面积累计值及同比 (万平方米, %).....	15
图表 14 房屋住宅竣工面积累计值及同比 (万平方米, %).....	16
图表 15 房屋住宅销售面积累计值及同比 (万平方米, %).....	16
图表 16 CTI、LTI 指数.....	16
图表 17 TDI、MDI 现货价 (元/吨).....	16
图表 18 当月家具社会零售额及同比变化 (亿元, %).....	17
图表 19 当月家具及其零件出口金额及同比变化 (万美元, %).....	17
图表 20 当月建材家居卖场销售额及同比变化 (亿元, %).....	17
图表 21 建材家居卖场累计销售额及累计同比变化 (亿元, %).....	17
图表 22 木浆价格 (元/吨).....	18
图表 23 废纸价格 (元/吨).....	18
图表 24 浆纸系价格 (元/吨).....	18
图表 25 废纸系价格 (元/吨).....	18
图表 26 溶解浆内盘价格指数 (元/吨).....	18
图表 27 主要纸种税后毛利 (元/吨).....	19
图表 28 青岛港、保定港、常熟港木浆库存 (千吨).....	19
图表 29 双胶纸、铜版纸库存 (千吨).....	19
图表 30 白卡纸库存 (千吨, 天).....	20
图表 31 生活用纸库存 (千吨).....	20
图表 32 废黄板纸库存 (天).....	20
图表 33 白板纸库存 (千吨, 天).....	20
图表 34 箱板纸库存 (千吨).....	20
图表 35 瓦楞纸库存 (千吨).....	20
图表 36 中国棉花价格指数: 3128B (元/吨).....	21
图表 37 COTLOOK A 指数 (美分/磅).....	21
图表 38 中国:市场价:粘胶短纤:国内主要轻纺原料市场 (元/吨).....	21
图表 39 中国:市场价:涤纶短纤:国内主要轻纺原料市场 (元/吨).....	21
图表 40 中国长绒棉价格走势 (元/吨).....	21
图表 41 内外棉价差走势 (元/吨).....	21
图表 42 当月服装鞋帽、针、纺织品类社会零售额及同比变化 (亿元, %).....	22

图表 43 当月服装及衣着附件出口金额及同比变化（万美元，%）22

1周专题：引领潮流的首发经济，多元化发展的新动力

首发经济近年来成为市场热议焦点。党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》指出：“完善扩大消费长效机制”“积极推进首发经济”。首发经济最早由上海市在 2018 年提出，其概念源于首店经济，指企业发布新产品、推出新业态、新模式、新服务、新技术以及开设首店等经济活动的总称，涵盖从产品或服务的首次发布、展出到落地开设门店、设立研发中心、企业总部等链式发展全过程。2019 年国务院办公厅首次在《关于加快发展流通促进商业消费的意见》中明确提出“首发经济”，并将其作为扩大消费和产业升级的重要举措。2020 年，国家发展改革委文件进一步将首店经济和首发经济并列，标志首发经济已成为新经济形态之一。首发经济通过创新消费模式激发市场潜力，现已成为各地推进城市消费升级和国际消费中心城市建设的重要手段。

图表 1 首发经济的发展历程



资料来源：人民论坛网，华安证券研究所

首发经济是推动消费升级和产业创新的重要力量。首先，强调“首次亮相”，注重新产品、新技术、新服务和新模式的首度发布与展示。这不仅满足了消费者对新鲜事物的渴望，也为企业创造了市场热点的机会，推动了产业链的创新和发展。其次，首发经济具有链式发展特征，关注从研发到销售的完整产业链条，确保技术创新到市场推广的每个环节紧密衔接，形成高效的市场反馈机制。这种全方位的链式发展，使企业能够在激烈的市场竞争中保持领先地位，并增强品牌的市场认知度。最后，首发经济具有引领性和潮流性，符合消费升级和高质量发展的趋势，不仅符合消费者对高品质生活的需求，还促进了地区商业活力与创新能力的提升。通过首发活动，企业不仅能迅速获得市场份额，还能为所在地区带来新的经济增长点，推动产业升级与转型。

图表 2 首发经济的不同形式



资料来源：和讯网，南方网，新浪财经网，华安证券研究所

会展活动是首发经济展示与发布的最佳载体，二者紧密结合，共同推动高质量发展。会展活动通过集聚效应，汇聚产业链上下游的资源与渠道，为新技术、新产品和新品牌的首度亮相提供高效平台。同时，会展活动的协同效应促进了多领域的合作与交流，推动了首发经济的产学研一体化发展，加速了创新成果的转化和技术交流。会展的溢出效应则带动了相关产业的协同发展，进一步推动了会展举办城市的经济与社会高质量进步。企业通过参与会展活动，能够实现跨区域的市场拓展和品牌宣传，同时推动地方特色产业与会展业的深度融合，促进产业转型升级。

随着首发经济的兴起，全球会展经济也迎来了新的发展机遇。在这一背景下，许多会展企业通过创新业务布局，推动了行业的发展，特别是在境外市场的拓展和数字化转型方面。米奥会展专注于推动中国企业走向国际市场，举办了多场专业展会，特别是在“一带一路”和 RCEP 市场。三博会展通过精准判断市场，成功举办境外会展，展现了其在展览服务领域的竞争力。兰生股份依托智慧展馆和绿色展馆建设，提升了服务水平，举办了大量展会和赛事，成为会展产业链的重要一环。风语筑则通过数字化技术赋能，推出了城市文化展示和数字文旅等创新服务，推动了文化体验的变革。佰锐博雅则专注于汽车展览，并逐步扩展到宠物、家居等领域，凭借特装业务的竞争力获得了市场认可。锋尚文化利用创意设计和科技，推动了大型文化演艺活动和景观照明项目的创新，提升了城市的文化品位。振威会展通过自办展与承办展并行的模式，广泛涉足能源、装备制造等多个行业，拓展了全球市场。各大公司通过不断创新和精细化管理，在会展行业中占据了重要地位，并为全球会展经济的增长做出了贡献。

图表 3 首展经济个股梳理

公司	业务布局	业务情况
米奥会展	公司主要通过策划、组织和运营境外展览服务，专注于推动中国企业走向国际市场，特别是在“一带一路”和 RCEP 市场。公司在多个领域举办展会，包括建材家装、纺织服装、家居礼品、家电消费电子、工业装备与零部件、塑料印刷包装及食品加工设备、电力新能源、孕婴童、智慧交通等。通过这些专业展会组合在一起，公司实现了跨行业的协同效应。2023 年，公司的业务布局进入专业展会领域，成功举办了多个专业展会，并扩大了全球市场覆盖，特别是在中东、东南亚和新兴市场。通过数字化技术的赋能，公司在展会策划、参展和买家匹配等方面取得了显著进展，提升了展会的运营效率和效果。同时，公司在多个国家设立了分支机构，形成了独特的国际化业务模式。	2023 年公司实现营业收入 83,497.08 万元，同比增长 139.72%。2023 年公司在“一带一路”国家阿联酋举办了两场展会，其中 12 月的展会规模近 7 万平方米，创造了中国在境外自办展规模的新纪录。公司在 RCEP 国家印度尼西亚成功举办三场展会，总办展规模达近 8 万平方米。公司在日本举办了三场 AFF 展会，总规模达 3 万平方米。
三博会展	公司是一家专业的会议及展览服务提供商，业务包括境外代理展和自主办展。境外代理展通过与承办方签订代理协议，收取展位费并提供展商服务；自主办展则由公司独立策划和组织，向参展商收取展位费，并提供全方位的展会服务。公司为各行业企业提供展览展示、贸易洽谈等服务，业务涵盖纺织、机械、消费品、游戏等领域。	2023 年公司实现营业收入 16644.25 万元，同比增长 185.33%，归属于挂牌公司股东的净利润 8,094,285.87 元，较上年同期增长了 105.57%。2023 年公司对海外会展市场和时局精准判断，抓住机遇，抢占先机，公司共组织参加展会项目 103 个，包括海外会展 80 个、境内会展 19 个、会议活动 3 个及线上会展 1 个。
兰生股份	公司专注于会展产业全产业链，涵盖展会组织、活动赛事、展馆运营及全产业链服务。公司主办和承办多项国内外重要展会和赛事，拥有多个 UFI 认证项目，展会规模达 120 万平方米，服务观众 150 万人次。依托智慧展馆和绿色展馆建设，结合 AI、物联网等技术提升服务水平，同时提供广告传媒、会务商旅、展陈搭建等全方位服务，打造行业领先的会展服务品牌。	2023 年公司营业收入 14.22 亿元，同比增长 83.93%。2023 年公司共举办 13 场大型会议活动，主、承办 18 场展会，总规模超过 110 万平方米，服务参展观众超 130 万人次；举办 8 场赛事项目，总参与人数超 7.7 万人。公司运营的上海世博展览馆共承接 95 个项目，总租馆面积超 1000 万平方米。2024 年 1-9 月公司主办、承办 17 场展会，总规模超 101 万平方米，举办 9 场赛事，总参与超 3.3 万人。
风语筑	公司是中国数字展示行业的领先企业，业务涵盖数字化体验空间、城市文化展示、数字文旅和新零售体验等领域。主要通过全息影像、AR/VR 技术和沉浸式体验，为客户提供城市展示、品牌体验等数字化服务。代表项目包括城市展示馆、世界技能博物馆、新华社跨年 AR 秀等。公司依托创意设计与数字技术优势，拥有丰富行业经验，提供全程一体化服务，广泛应用于商业展览、数字营销等领域。	2023 年公司营业收入 23.50 亿元，同比增长 34.47%，毛利率 29.89%。其中文化及品牌数字化体验空间营业收入 13.94 亿元，同比增长 41.60%；城市数字化体验空间营业收入 8.44 亿元，同比增长 30.53%，数字化产品及服务营业收入 1.12 亿元，同比增长 167.23%。

佰锐博雅	公司以汽车展览为核心，积累了丰富的设计和实施经验，并在特装业务中具备强大竞争力。同时，近年来公司不断扩展至宠物、家居、房地产展览以及农畜产品、会议和活动服务领域。	2023 年公司营业收入 9282.90 万元，同比增加 25.48%，毛利率 12.06%。2023 年、2022 年、2021 年公司前五大客户收入占总营业收入的 84.03%、60.26%、89.99%，公司客户集中度较高。目前，公司主要客户为汽车生产销售企业，客户粘性相对较高。
锋尚文化	公司业务布局涵盖多个领域，包括大型文化演艺活动创意设计、文化旅游演艺、景观艺术照明及虚拟演艺产品。具体包括为亚运会等国家级项目提供创意设计和现场制作服务，打造文化旅游演艺项目如《无界·长安》，以及通过灯光秀等提升城市景观艺术性。此外，公司也致力于虚拟演艺产品的创意与制作，推动线上文化娱乐内容的创新，进一步拓展文旅产业链，推动夜游经济与城市文化品位提升。	2023 年公司实现营业收入 67677.85 万元，同比增长 111.46%。报告期内公司作为杭州 2022 年第 19 届亚运会开幕式与闭幕式、杭州 2022 年第 4 届亚残运会开幕式和闭幕式等 4 个项目总承制单位。2023 年公司的 C 端运营项目也取得显著的进展，上海六三二项目全年实现收入 3354.11 万元，净利润实现 991.94 万元。报告期内公司实现大型文化演艺活动板块营业收入 45,291.81 万元，同比增加 74.22%。
振威会展	公司是全球会展综合服务商，专注于现代服务业中的会议及展览服务。其业务布局包括自办展和承办展并行的商业模式，提供展台搭建、会议论坛、活动传播等全方位服务，为参展企业与采购商、专业观众搭建精准的贸易配对平台。公司在多个领域举办专业展览会，涵盖能源、装备制造、新能源汽车、生物医药、环保节能、农业食品等行业，并通过展台设计搭建、境外参展等业务拓展其全球化运营，推动品牌宣传和客户资源的整合。	2023 年公司营业收入 4.61 亿元，同比增长 86.88%，毛利率 39.31%。

资料来源：各公司官方公告，华安证券研究所

首发经济作为一种新兴业态，正推动消费领域的多元化发展。从“首店”经济扩展到首发、首秀、首展等多个领域。其核心特点是“新”，包括新产品、新场景、新体验等，迎合了消费者不断升级的需求。具体来说，新场景创新为百货、超市和医美等行业注入新活力，如百货企业通过创新场景首店吸引线下客流，超市进行业态调整，医美行业则通过外延扩张、纵向深化等方式拓展市场。新产品方面，诸如中式高端黄金、智能眼镜和美妆新品等产品推出，精准抓住了年轻群体的个性化需求，推动了传统行业的活力与创新。整体来看，首发经济正在成为推动消费市场增长的重要动力，促进行业转型升级，并推动新兴产业生态链的构建。

在首发经济的推动下，纺服行业的各大品牌纷纷通过创新合作与产品发布，迅速抢占市场份额，展现出强大的品牌竞争力。周大生通过与知名 IP 的合作，推出融合传统文化和现代设计的黄金首饰系列，推动了黄金珠宝行业的创新发展。海澜之家则在上海时装周首度亮相，以“山不在高”为主题的大秀，融合了东方美学与现代设计，展示了中国传统元素如山岳、松林等与新中式工艺的巧妙结合，提升了品牌的市场影响力与文化深度。丽尚国潮借助“哪吒潮孩”IP 的联名，迅速占领了新消费市场，强化了品牌在年轻群体中的影响力。地素时尚则通过集合店与电商平台的联合营销，在天猫女装行业取得了优异成绩。开润股份则在智能箱包和自有品牌矩阵的推陈出新中，展示了其强大的市场布局能力，进一步提升了品牌影响力。博士眼镜与雷鸟创新成立合资公司，共同研发 AI 眼镜，并与多个品牌合作，结合传统眼

镜与智能技术推动市场发展，拓展销售渠道。

图表 4 纺服行业个股的首发经济布局概况

公司	首发经济布局
周大生	周大生通过与知名 IP 的合作，推出了一系列创新的国潮黄金首饰新品，包括“非凡国潮·平安泰山”、“国家宝藏·锦绣东方”、“大师艺术珠宝·达芬奇”和“大师联名·生肖蛇”等。这些新品融合了泰山文化、非遗技艺和艺术大师的设计灵感，如将云锦技艺与黄金结合，或以达芬奇名作为灵感，打造出兼具传统文化与现代设计的珠宝。通过与 IP 的联名，周大生不仅丰富了产品线，也推动了黄金珠宝行业的创新与发展。
海澜之家	海澜之家首次亮相上海时装周，以“山不在高”主题大秀融合东方美学与现代设计，展示了品牌的创新实力。服饰设计融入中国传统元素，如山岳、松林等，通过新中式工艺和创新面料，展现文化深度。此次大秀不仅提升了品牌的市场影响力，还通过全品类商品矩阵的升级，进一步强化了海澜之家在国内外市场的竞争力，为品牌的未来发展奠定了坚实基础。
丽尚国潮	丽尚国潮通过与“哪吒潮孩”IP 的合作，成功抓住了首发经济的契机。公司为该品牌提供多渠道支持，将传统文化与现代潮流相结合，推动国潮文化的传播，吸引了年轻消费群体的关注。通过精准布局新消费领域，如护肤美妆和潮品 IP 等，丽尚国潮借助首发产品迅速占领市场，强化了其在新消费市场中的品牌影响力。这一布局不仅推动了文化与时尚的融合，也为公司带来了显著的市场回响。
地素时尚	地素时尚目前已在大连柏威年、上海前滩太古里、南京德基等核心商圈开设了全新的集合店，并联合电商平台进行直播、短视频内容营销，在“618”期间首次跻身天猫女装行业 TOP20。
开润股份	开润股份在首发经济中的布局主要体现在不断推出创新产品，如智能拉杆箱和防弹材料超轻箱包，符合市场需求的新品发布；同时，通过拓展 B2B 和 B2C 业务板块，形成了包括小米事业部、90 分、大嘴猴事业部等自有品牌矩阵，并通过线上渠道进行销售，创造了新的销售模式；此外，90 分品牌入选“2022 年度上海市首发经济引领性品牌”，展现了其在首发经济领域的影响力和行业引领作用。
博士眼镜	博士眼镜与雷鸟创新成立合资公司，共同研发 AI 眼镜产品，并与星纪魅族、XREAL、界环等品牌合作，推动智能眼镜的创新。公司结合传统眼镜与智能技术，确保舒适性和功能性，拓展线上线下销售渠道，加速 AI 眼镜市场的发展。

资料来源：新浪网，腾讯网，第一财经网，各公司官方公众号，上海证券报，全球纺织网，华安证券研究所

在娱乐与数字化消费行业的首发经济布局中，各公司通过创新产品和 IP 合作不断抢占市场份额，推动行业发展。实丰文化与灵优智学合作推出第二代 AI 智能玩具，增强互动性，满足儿童需求。齐心集团通过与“小狗蛇”IP 合作，并利用数字化技术提升供应链效率，推动品牌年轻化与高端化。奥飞娱乐通过 IP+AI 模式不断推出新产品，引领行业趋势。广博股份通过与热门 IP 联名合作，打造情绪价值和娱乐性兼具的文创产品，并积极拓展二次元文化相关产品，推动公司在文创领域的发展。

图表 5 IP 板块个股的首发经济布局概况

公司	首发经济布局
实丰文化	实丰文化与灵优智学合作，推出第二代 AI 智能玩具，将大模型技术融入传统玩具，增强互动性和情感理解。预计 2025 年上市，满足孩子的表达和求知需求，推动品牌在智能玩具市场的布局。

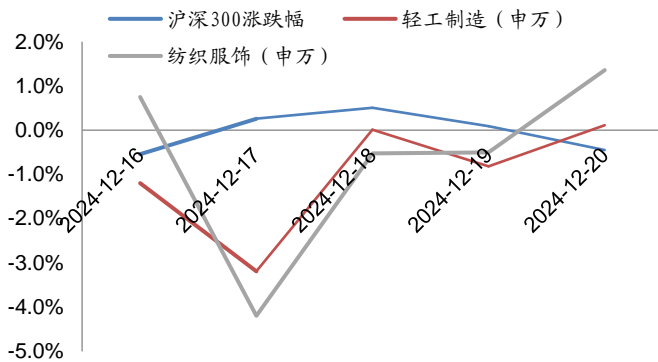
齐心集团	齐心集团通过与“小狗蛇”IP联名合作，推出一系列产品，如红包、台历等，利用首发经济提升品牌影响力。同时，公司与华为云合作，推动数字化技术与大模型在采购和供应链优化中的应用，提升决策效率和预测准确性。此外，齐心集团持续创新文创产品，专注于品牌化、年轻化和高端化发展，致力于通过数字化集采和自有品牌化提升市场份额，推动自有品牌的快速增长。
奥飞娱乐	奥飞娱乐凭借丰富的 IP 资源和全产业链运营，在首发经济中占据重要地位。通过不断推出基于知名 IP 的新产品，并创新商业模式，如“IP+AI”产业化落地，公司不仅提升了品牌影响力，也引领了行业趋势。首发活动的市场反响有助于吸引消费者关注，增强品牌价值，从而推动产业链的协同发展和公司持续增长。
广博股份	广博股份在首发经济布局中，重点发展 IP 联名业务，通过与多个热门 IP 的合作，提升产品的情绪价值和娱乐性。公司与迪士尼、三丽鸥等 IP 的联名，逐步增强了文具产品的市场吸引力。近年来，广博股份推出原创 IP 汐西酱、MIMO 等，并针对二次元文化推出轻周边产品，拓展新兴市场。公司在研发方面拥有国内外设计团队，结合潮流趋势和创意设计，不断提升产品的差异化竞争力，未来将持续加大与国内外知名 IP 的合作，推动文创产品和二次元周边的开发。

资料来源：搜狐网，各公司官方公众号，北京商报，同花顺，证券市场周刊公众号，中国上市公司协会公众号，华安证券研究所

2 一周行情回顾

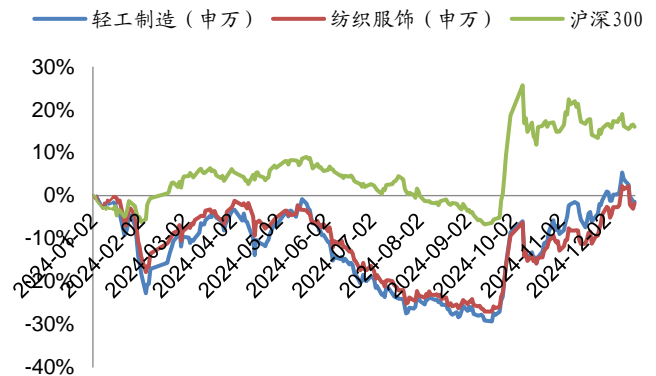
2024年12月16日至12月20日，上证综指下跌0.70%，深证成指下跌0.62%，创业板指下跌1.15%。分行业来看，申万轻工制造下跌5.01%，相较沪深300指数-4.87pct，在31个申万一级行业指数中排名32；申万纺织服饰下跌3.17%，相较沪深300指数-3.03pct，在31个申万一级行业指数中排名24。

图表 6 申万轻工制造和纺织服饰指数变化



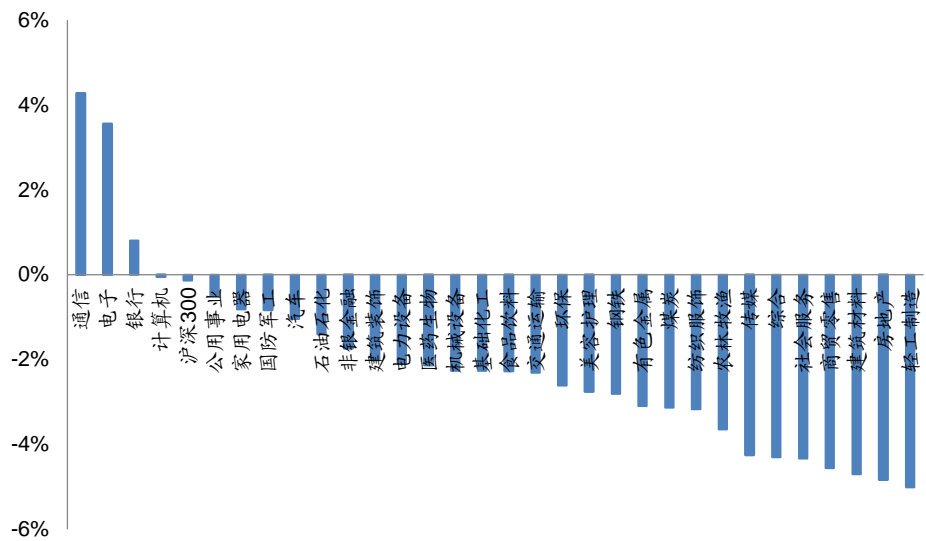
资料来源：wind，华安证券研究所

图表 7 年初至今申万轻工制造和纺织服饰指数涨跌幅与沪深300对比



资料来源：wind，华安证券研究所

图表 8 申万轻工制造和纺织服饰指数涨跌幅与其他行业涨跌幅对比 (%)



资料来源: wind, 华安证券研究所

轻工制造行业一周涨幅前十分别为美之高(+25.4%)、趣睡科技(+20.51%)、麒盛科技(+12.37%)、蒙娜丽莎(+9.35%)、明月镜片(+9.27%)、嘉益股份(+9.06%)、茶花股份(+8.9%)、张小泉(+8.52%)、宜宾纸业(+8.43%)、德尔未来(+8.19%)，跌幅前十分别为广博股份(-26.53%)、实丰文化(-22.16%)、环球印务(-21.19%)、高乐股份(-20.2%)、永吉股份(-20.1%)、亚振家居(-18.14%)、珠海中富(-17.75%)、美克家居(-16.48%)、柏星龙(-13.59%)、梦天家居(-13.31%)。

图表 9 A 股轻工制造行业周涨跌幅 Top5

排序	代码	名称	涨幅 top5 (%)	排序	代码	名称	跌幅 top5 (%)
1	834765.BJ	美之高	25.40	1	002103.SZ	广博股份	-26.53
2	301336.SZ	趣睡科技	20.51	2	002862.SZ	实丰文化	-22.16
3	603610.SH	麒盛科技	12.37	3	002799.SZ	环球印务	-21.19
4	002918.SZ	蒙娜丽莎	9.35	4	002348.SZ	高乐股份	-20.20
5	301101.SZ	明月镜片	9.27	5	603058.SH	永吉股份	-20.10

资料来源: wind, 华安证券研究所

纺织服饰行业一周涨幅前十分别为真爱美家(+22.03%)、ST 起步(+13.72%)、太湖雪(+10.17%)、ST 金一(+9.65%)、奥康国际(+9.33%)、伟星股份(+8.03%)、ST 步森(+7.51%)、嘉欣丝绸(+6.51%)、众望布艺(+4.4%)、*ST 天创(+3.93%)，跌幅前十分别为红蜻蜓(-20.66%)、美邦服饰(-16.9%)、金发拉比(-16.61%)、如意集团(-15.7%)、红豆股份(-13.5%)、莱绅通灵(-12.04%)、酷特智能(-12.04%)、江南高纤(-11.27%)、三夫户外(-10.64%)、万事利(-10.47%)。

图表 10 A 股纺织服饰行业周涨跌幅 Top5

排序	代码	名称	涨幅 top5 (%)	排序	代码	名称	跌幅 top5 (%)
1	003041.SZ	真爱美家	22.03	1	603116.SH	红蜻蜓	-20.66
2	603557.SH	ST 起步	13.72	2	002269.SZ	美邦服饰	-16.90
3	838262.BJ	太湖雪	10.17	3	002762.SZ	金发拉比	-16.61
4	002721.SZ	ST 金一	9.65	4	002193.SZ	如意集团	-15.70

资料来源: wind, 华安证券研究所

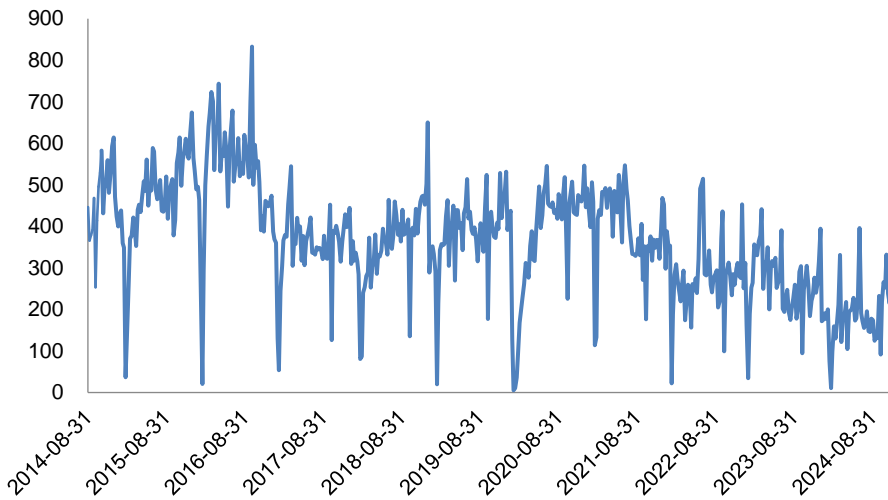
3 重点数据追踪

3.1 家居

地产数据: 2024年12月8日至12月15日, 全国30大中城市商品房成交面积319.85万平方米, 环比22.82%; 100大中城市住宅成交土地面积848.13万平方米, 环比-4.2%。住宅新开工面积4.9亿平方米, 累计同比-23.1%; 住宅竣工面积3.52亿平方米, 累计同比-26%; 商品房销售面积8.61亿平方米, 累计同比-14.3%。

图表 11 30 大中城市商品房成交面积 (万平方米)

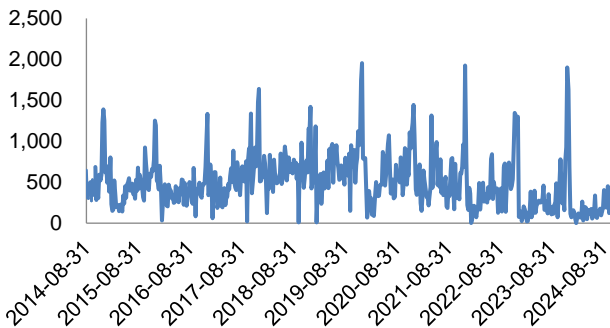
30大中城市:商品房成交面积:当周值



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 12 100 大中城市住宅用地成交面积 (万平方米)

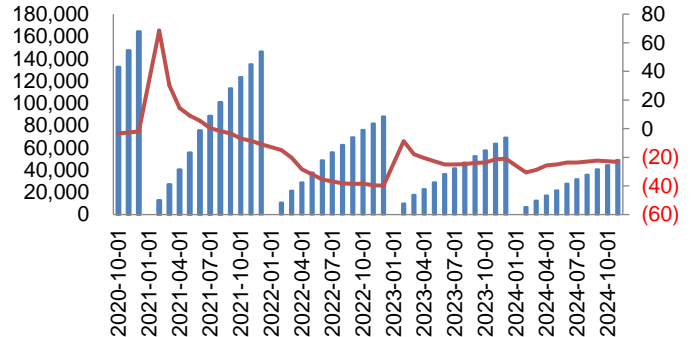
100大中城市:成交土地占地面积:住宅类用地:住宅用地:当周值



资料来源: wind, 华安证券研究所

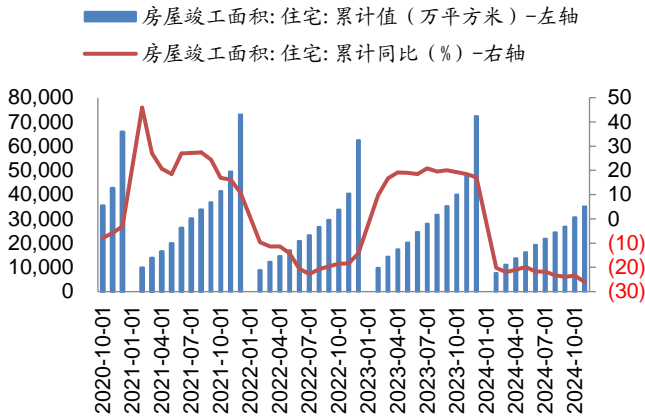
图表 13 房屋住宅新开工面积累计值及同比 (万平方米, %)

房屋新开工面积:住宅:累计值(万平方米)-左轴
房屋新开工面积:住宅:累计同比(%)-右轴



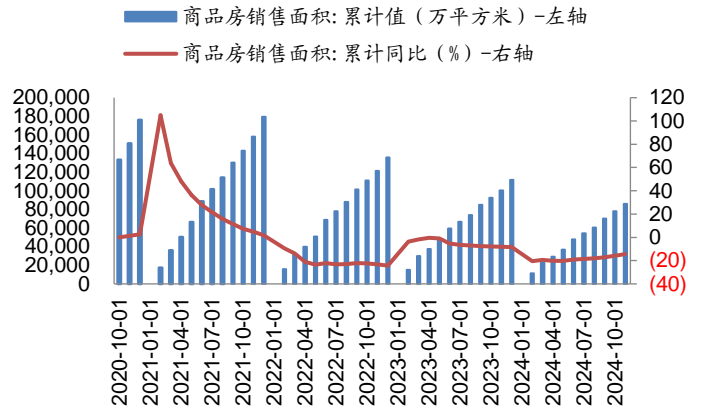
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 14 房屋住宅竣工面积累计值及同比 (万平方米, %)



资料来源: wind, 华安证券研究所

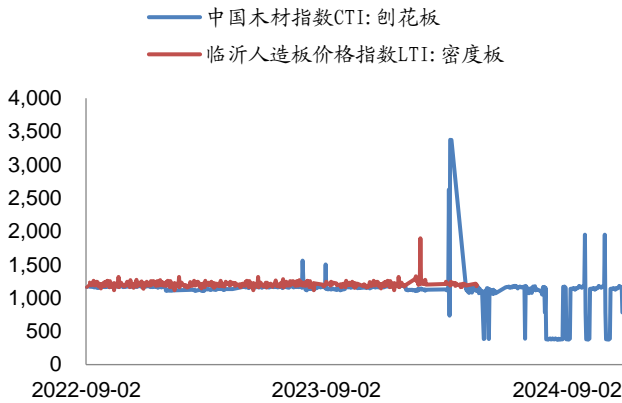
图表 15 房屋住宅销售面积累计值及同比 (万平方米, %)



资料来源: wind, 华安证券研究所

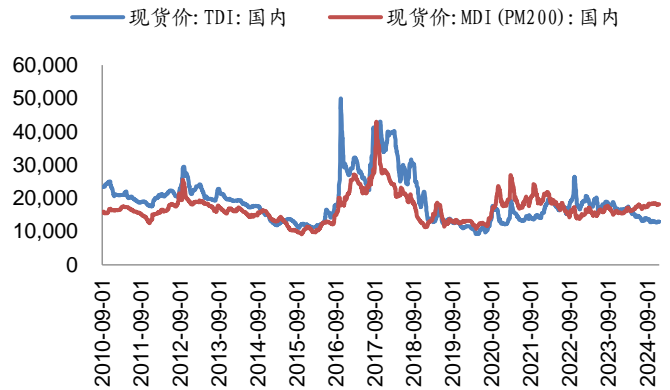
原材料数据: 截至 2024 年 11 月 26 日, 定制家居上游 CTI 指数为 786.5, 周环比-31.94%。截至 2024 年 12 月 20 日, 软体家居上游 TDI 现货价为 12950 元/吨, 周环比-0.38%; MDI 现货价为 18250 元/吨, 周环比 0.27%。

图表 16 CTI、LTI 指数



资料来源: wind, 华安证券研究所

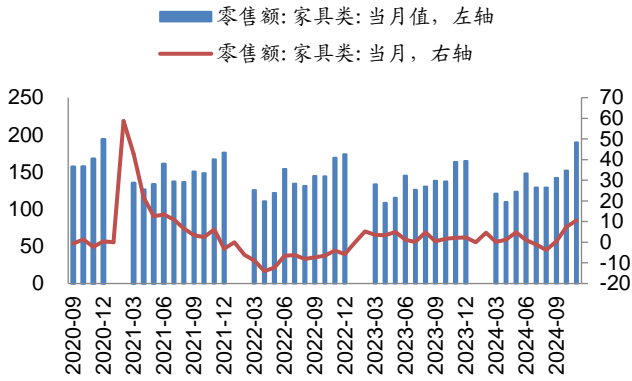
图表 17 TDI、MDI 现货价 (元/吨)



资料来源: wind, 华安证券研究所

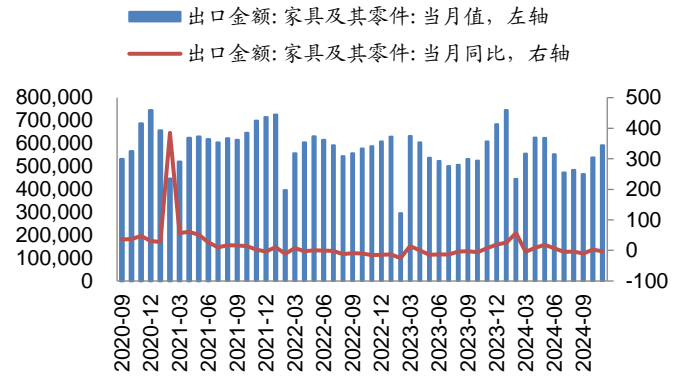
销售数据: 2024 年 11 月, 家具销售额为 190 亿元, 同比 10.5%; 当月家具及其零件出口金额为 592912.2 万美元, 同比-2.6%; 建材家居卖场销售额为 1375.44 亿元, 同比上涨 4.24%。

图表 18 当月家具社会零售额及同比变化 (亿元, %)



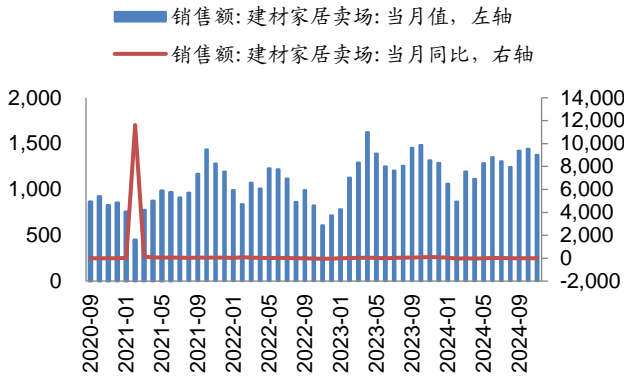
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 19 当月家具及其零件出口金额及同比变化 (万美元, %)



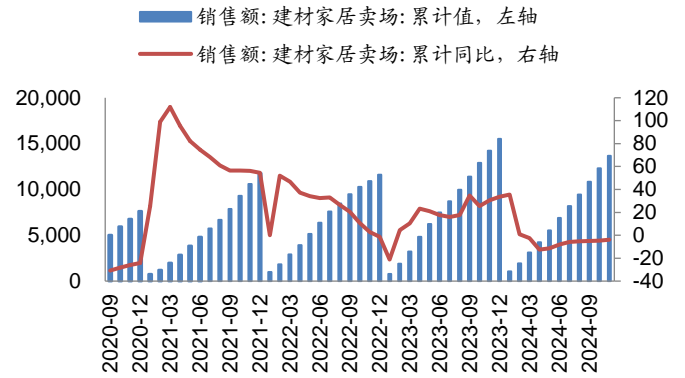
资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 20 当月建材家居卖场销售额及同比变化 (亿元, %)



资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 21 建材家居卖场累计销售额及累计同比变化 (亿元, %)

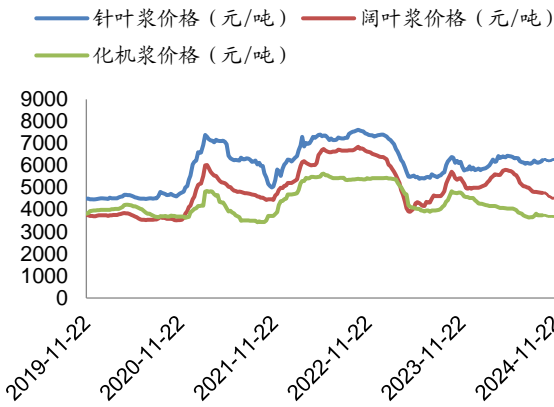


资料来源: wind, 华安证券研究所

3.2 包装造纸

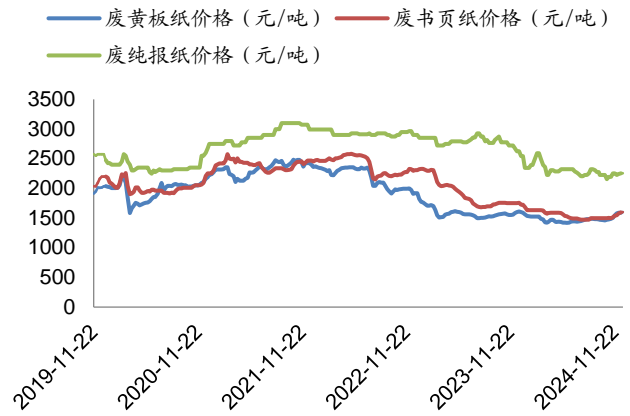
纸浆&纸产品价格: 截至 2024 年 12 月 20 日, 针叶浆/阔叶浆/化机浆价格分别为 6240.71/4431.82/3653.33 元/吨, 周环比-0.28%/0.69%/0%; 废黄板纸/废书页纸/废纯报纸价格分别为 1600/1600/2255 元/吨, 周环比 0.57%/0.31%/0%; 白卡纸/白板纸/箱板纸/瓦楞纸价格分别为 4240/3493.75/3752.4/2918.13 元/吨, 周环比 0.24%/0.54%/0.68%/1.46%; 双铜纸/双胶纸价格分别为 5490/5362.5 元/吨, 周环比 0%/0%; 生活用纸价格为 6066.67 元/吨, 周环比 0%。截至 2024 年 7 月 15 日, 中纤价格指数:溶解浆内盘价格为 7700 元/吨。

图表 22 木浆价格 (元/吨)



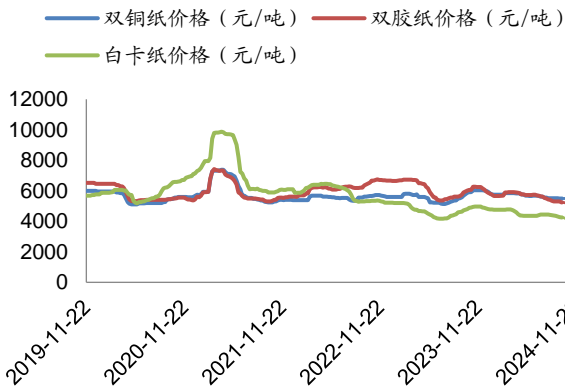
资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 23 废纸价格 (元/吨)



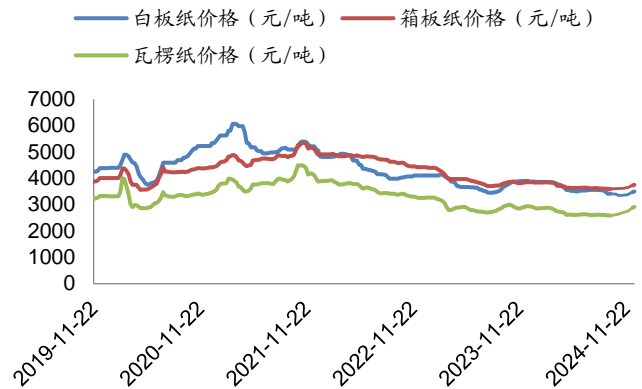
资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 24 浆纸系价格 (元/吨)



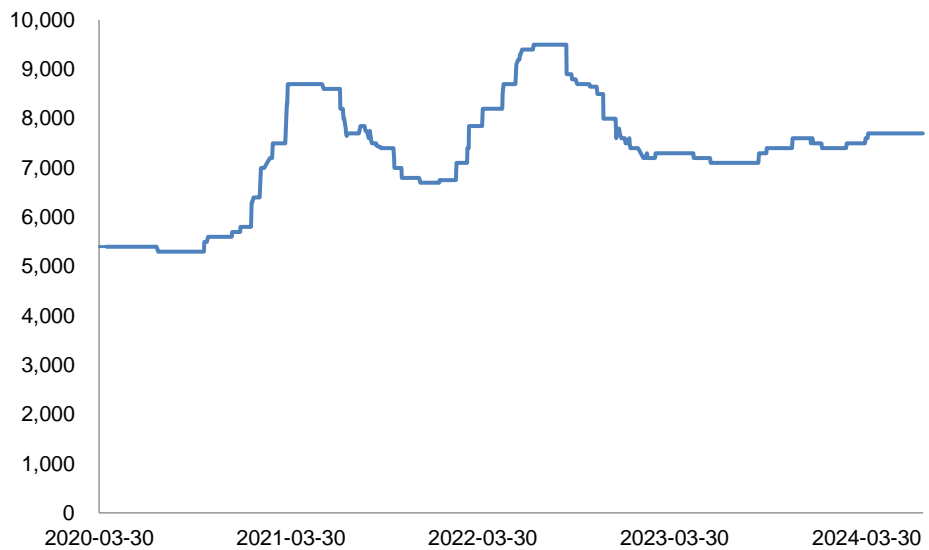
资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 25 废纸系价格 (元/吨)



资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 26 溶解浆内盘价格指数 (元/吨)

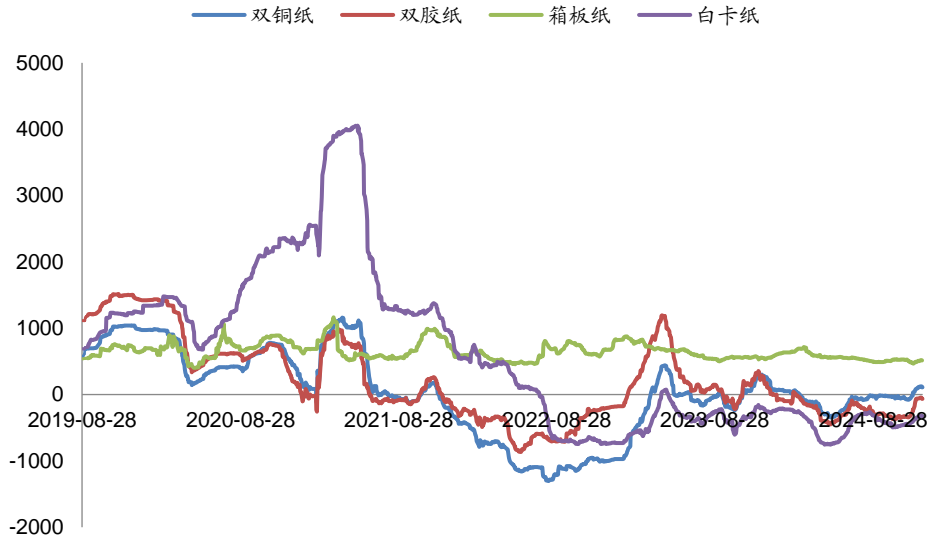


资料来源: wind, 华安证券研究所

吨盈数据: 截至 2024 年 12 月 19 日, 双铜纸/双胶纸/箱板纸/白卡纸每吨毛利

分别为 106.63/-66.01/515.55/-328.62 元/吨。

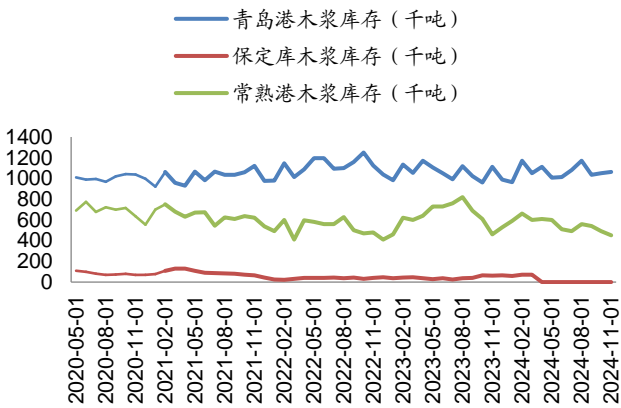
图表 27 主要纸种税后毛利 (元/吨)



资料来源: wind, 华安证券研究所

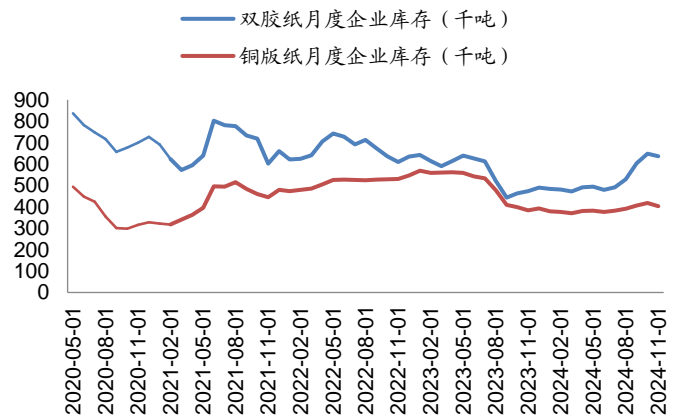
纸类库存: 截至 2024 年 11 月 30 日, 青岛港/常熟港木浆月度库存分别为 1063/450 千吨, 环比 1.05%/-8.16%; 双胶纸/铜版纸月度企业库存分别为 636.72/403 千吨, 环比-1.81%/-3.59%; 白卡纸月度社会库存/企业库存分别为 1620/561.7 千吨, 环比-7.43%/-10.6%; 生活用纸月度社会库存/企业库存分别为 1211/539 千吨, 环比-2.26%/1.51%; 废黄板纸月度库存天数为 6 天, 环比-25%; 白板纸月度企业库存/社会库存分别为 766/1196 千吨, 环比-1.92%/1.7%; 箱板纸月度企业库存/社会库存分别为 1061/2127 千吨, 环比-21.87%/14.23%; 瓦楞纸月度企业库存/社会库存分别为 557/1234 千吨, 环比-25.03%/14.15%。

图表 28 青岛港、保定港、常熟港木浆库存 (千吨)



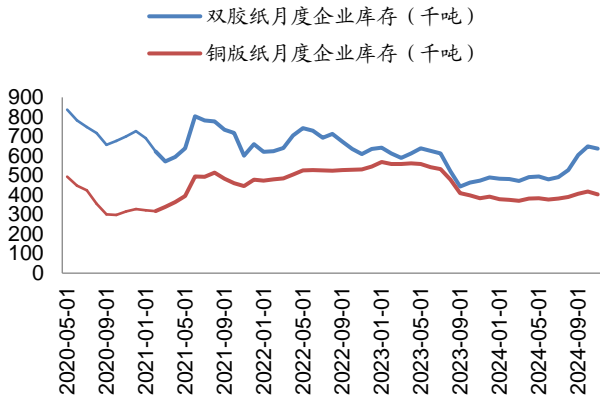
资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 29 双胶纸、铜版纸库存 (千吨)



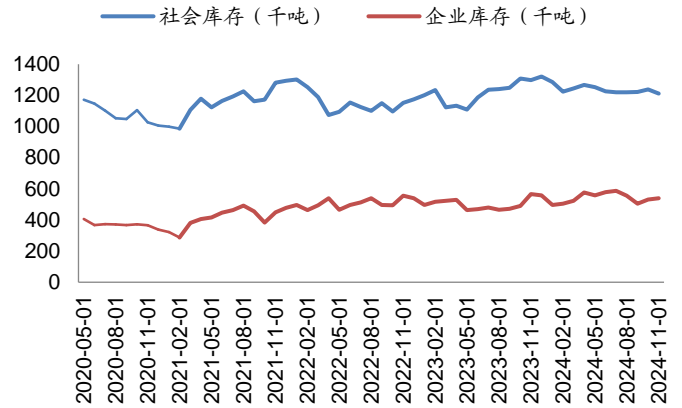
资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 30 白卡纸库存 (千吨, 天)



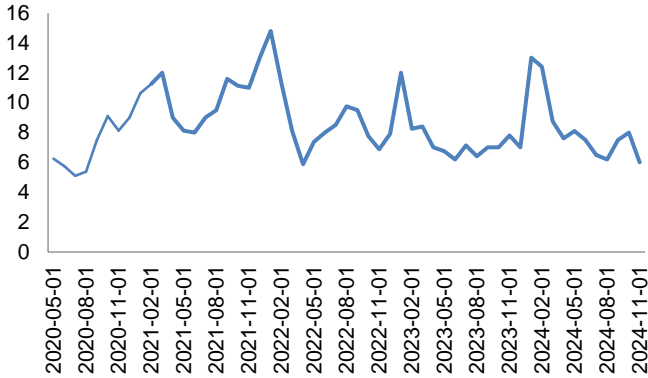
资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 31 生活用纸库存 (千吨)



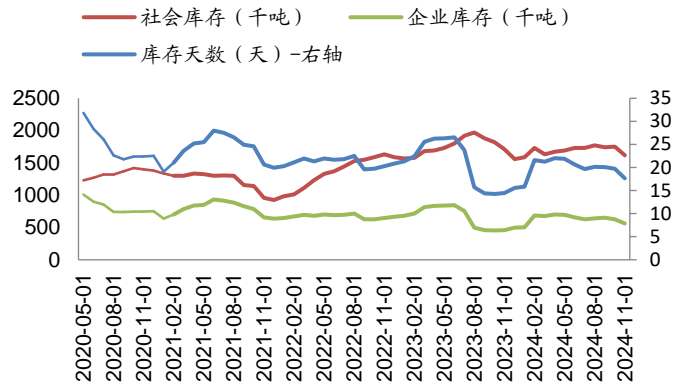
资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 32 废黄板纸库存 (天)



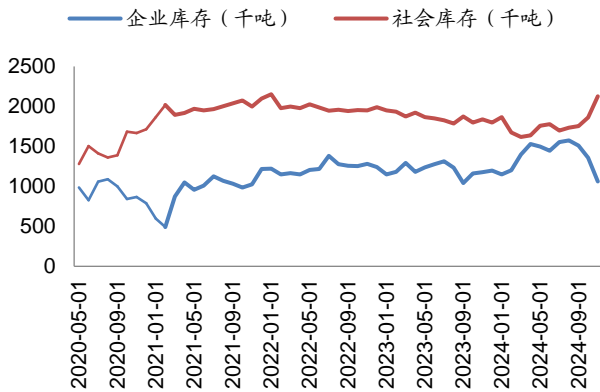
资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 33 白板纸库存 (千吨, 天)



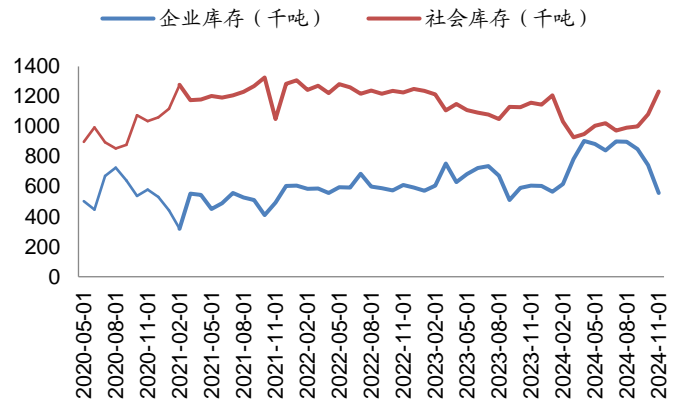
资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 34 箱板纸库存 (千吨)



资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

图表 35 瓦楞纸库存 (千吨)



资料来源: 卓创资讯, 华安证券研究所

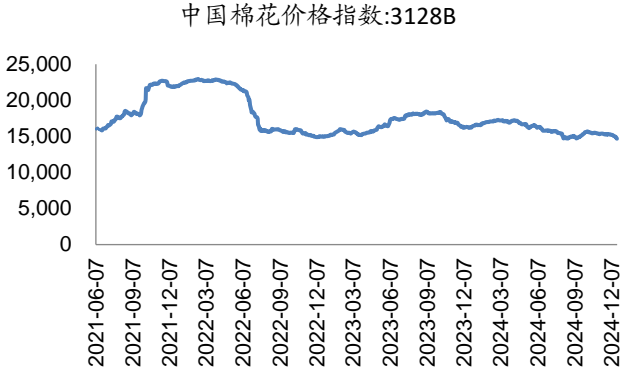
3.3 纺织服饰

原材料: 截至 2024 年 12 月 20 日, 中国棉花价格指数:3128B 为 14694 元/吨, 周环比-2.33%。截至 2024 年 12 月 19 日, Cotlook A 指数为 78.35 美分/磅, 周环比-2.37%。截至 2024 年 12 月 20 日, 中国粘胶短纤市场价为 13800 元/吨, 周环比 0%; 中国涤纶短纤市场价为 7060 元/吨, 周环比 0.14%。截至 2024 年 12 月 17

日，中国长绒棉价格指数:137 为 22000 元/吨，周环比 0%；中国长绒棉价格指数:237 为 21350 元/吨，周环比 0%。截至 2024 年 12 月 20 日，内外棉差价为 289 元/吨，周环比-25.13%。

图表 36 中国棉花价格指数: 3128B (元/吨)

图表 37 Cotlook A 指数 (美分/磅)



资料来源: wind, 全国棉花交易市场, 华安证券研究所

资料来源: wind, 华安证券研究所

图表 38 中国:市场价:粘胶短纤:国内主要轻纺原料市场 (元/吨)

图表 39 中国:市场价:涤纶短纤:国内主要轻纺原料市场 (元/吨)

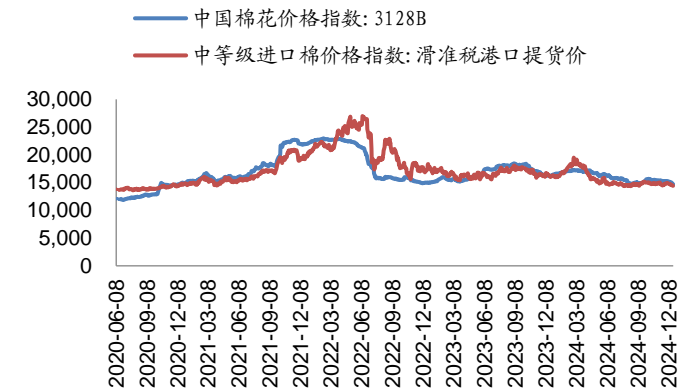
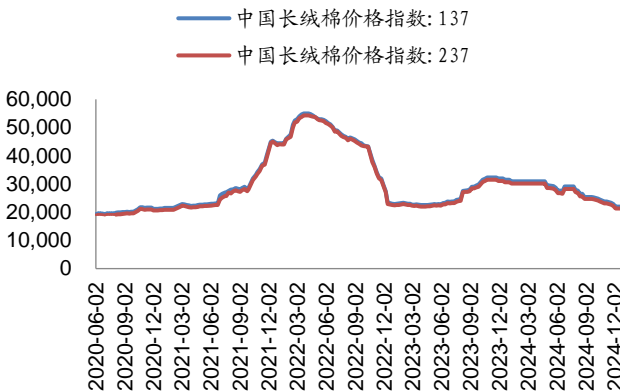


资料来源: wind, 锦桥纺织网, 华安证券研究所

资料来源: wind, 锦桥纺织网, 华安证券研究所

图表 40 中国长绒棉价格走势 (元/吨)

图表 41 内外棉价差走势 (元/吨)

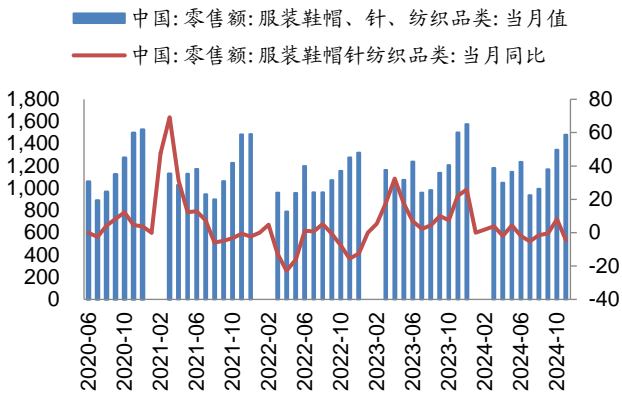


资料来源: wind, 中国棉花信息网, 华安证券研究所

资料来源: wind, 中国棉花信息网, 华安证券研究所

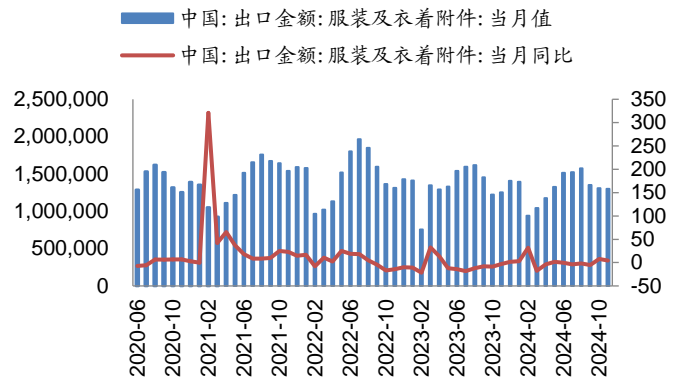
销售数据: 2024 年 11 月, 当月服装鞋帽、针、纺织品类零售额为 1480 亿元, 同比-4.5%; 当月服装及衣着附件出口金额为 1301692 万美元, 同比 4.3%。

图表 42 当月服装鞋帽、针、纺织品类社会零售额及同比变化 (亿元, %)



资料来源: wind, 国家统计局, 华安证券研究所

图表 43 当月服装及衣着附件出口金额及同比变化 (万美元, %)



资料来源: wind, 海关总署, 华安证券研究所

4 行业重要新闻

(1) 纸视界: 白卡纸行业盈利小幅回升, 继续改善空间或有限 (2024-12-20)

近期白卡纸市场价格整体上涨, 与原料走势相悖, 由此带来行业盈利小幅改善。进入年末收尾阶段, 白卡纸市场继续上涨动力减弱, 下半月涨势或放缓, 尽管成本面仍有窄幅下滑预期, 但预计行业盈利继续改善空间整体有限。

11月以来, 白卡纸市场走势陆续上行, 原料价格则震荡下滑为主, 白卡纸行业盈利呈现改善趋势。截至12月18日, 白卡纸毛利率较上月同期增加3.68个百分点。但2024年行业盈利整体欠佳, 即使年末毛利率小幅回升, 难以扭转全年行业盈利下滑的趋势。从年均盈利水平来看, 2024年平均毛利率(数据周期为1月1日-12月18日)较去年同期下滑1.72个百分点。从近五年白卡纸毛利率波动特点来看, 2024年1-11月月均毛利率一直处于五年最低值附近震荡, 预计12月较上月略有提升, 但依然处于近五年底部水平。

本轮白卡纸价格上涨与市场供应缩减, 纸厂顺势拉涨, 配合年前节日订单释放, 供需矛盾缓解有关。同时, 在行业盈利持续承压背景下, 生产企业限产拉涨以及个别规模企业持续停机消息发酵, 市场看涨情绪不断酝酿, 贸易商及下游下单积极性有所改善。生产企业订单较足, 产销压力减弱, 有效推动纸厂价格上涨向下游传导。截至12月18日, 国内250-400g白卡纸市场均价4240元/吨, 较上月同期上涨85元/吨, 涨幅2.05%。

白卡纸的上游原料主要为木浆, 近期各浆种走势略有分化, 但整体跌多涨少, 从而影响白卡纸成本整体下滑。阔叶浆价格下滑相对明显, 国内产能陆续放量, 且进口货源到港, 供应整体宽松, 加之国产低价浆流通, 市场运行承压。化机浆市场需求偏弱, 原纸企业压价采买等因素影响浆价亦有小幅下滑。成本来看, 阔叶浆及化机浆价格总体下行是带动白卡纸成本下滑的主要因素, 但针叶浆在外盘高位、人民币汇率贬值等因素影响下市场抗跌性相对较强, 制约白卡纸盈利改善空间。截至12月18日, 白卡纸生产总成本较上月同期下跌0.06%, 成本压力整体缓和不大。

进入年末收尾阶段, 白卡纸市场需求继续释放有限, 且考虑下月春节假期因素, 贸易商下单积极性减弱, 促量降库意向增强, 下半月市场涨势或有所放缓。在纸厂盈利持续偏弱的情况下对原料亦存压价采购心理, 而木浆市场受其自身产能投放进

度、汇率变化、金融属性等多重因素交织影响，不同浆种走势或存差异性。其中阔叶浆市场供应偏宽松态势将延续，走势或维持窄幅下滑预期，利好白卡纸成本压力继续缓解。但综合来看，随着白卡纸价格继续上行动力减弱，行业盈利继续改善空间将有限。

(2) 纸箱网：原纸涨价潮仍在持续，多家纸板厂齐发涨价函（2024-12-17）

时至 12 月中旬，原纸涨价潮仍在持续，除了玖龙纸业等龙头纸企外，四川、河南、河北等省市的区域性纸企也于近期再度宣布上涨。相较于最初的 30 元/吨，本次瓦楞纸、箱板纸的涨幅扩大至 50-80 元/吨，之前未完成订单和预付款订单同样在此次调价中。

跟随原纸涨价的脚步，下游纸板市场“涨声”四起，天津、河南、福建、湖南等省市的纸板价格普遍上调 3% 左右，同时不接受加急订单、等通知生产订单，欠款和逾期客户需结清货款后方可下单，部分纸板制造企业还不允许加数，承兑汇票收取 1.5% 的贴息。

1) 新乡航瑞包装有限公司: 12 月 18 号早上 8 点起，三层上调 0.03 元/平方，四层上调 0.04 元/平方，五层上调 0.05 元/平方。

2) 永盛纸制品包装有限公司: 12 月 18 日上午 8 点起，三层上调 0.03 元/平方，四层上调 0.05 元/平方，五层上调 0.05 元/平方。

3) 郑州中之垦纸制品有限公司: 12 月 18 日上午 8 时起，两层纸板每平方上调 0.02 元，三层纸板每平方上调 0.03 元，四层纸板每平方上调 0.05 元，五层纸板每平方上调 0.05 元。

4) 河南国为包装制品有限公司: 12 月 18 日 8 时起，三层纸板上调 0.03 元/平方，四层、五层纸板上调 0.05 元/平方，七层纸板上调 0.08 元/平方。

5) 河南林都包装新材料有限公司: 12 月 18 日 8 点起，三层上调 0.03 元/平方米，四层上调 0.04 元/平方米，五层上调 0.05 元/平方米。

6) 漯河元泰包装材料有限公司: 自 12 月 17 日 8 点起，三层上调 0.03 元/平方，四层、五层上调 0.05 元/平方。

7) 河南裕宏新型环保包装有限公司: 自 12 月 17 日 8 点起，三层每平方上调 0.03 元，四层每平方上调 0.04 元，五层每平方上调 0.05 元。

8) 许昌展骏包装制品有限责任公司: 12 月 17 日起，在原价格基础上每平方上调 0.02 元。

9) 玖龙智能包装(泉州)有限公司: 12 月 16 日 20 点起，承接的纸板价格在现有价格基础上上调 3%。

10) 醴陵市湘兴纸制品包装有限公司: 12 月 16 日 17:30 接单起，产品价格原有折扣的基础上上调折扣 3 个点。

11) 宏丰达(天津)纸制品包装有限公司: 12 月 16 日早 8 点开始价格上调，具体价格请咨询业务。

12) 浏阳市新亮包装纸业有限公司: 12 月 16 日 17 点 30 起，价格同比上调 3%。

(3) 纸业网：《印刷业管理条例》部分条款修改将于 2025 年 1 月 20 日起正式施行（2024-12-20）

《国务院关于修改和废止部分行政法规的决定》在 2024 年 11 月 22 日国务院第 46 次常务会议上通过并于近日公布。根据决定，对 21 部行政法规的部分条款予

以修改，对 4 部行政法规予以废止。其中，在“附件 1 国务院决定修改的行政法规”部分中涉及对《印刷业管理条例》的条款修改，新规将于 2025 年 1 月 20 日起正式施行。

将《印刷业管理条例》第三十六条中的“违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款”修改为“违法所得 5 万元以上的，并处违法所得 5 倍以上 10 倍以下的罚款，没有违法所得或者违法所得不足 5 万元的，并处 25 万元以下的罚款”。

第三十七条中的“责令停业整顿，没收印刷品和违法所得，违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款；情节严重的，由原发证机关吊销许可证”修改为“限制开展相关生产经营活动或者责令停业整顿，没收印刷品和违法所得，违法所得 5 万元以上的，并处违法所得 5 倍以上 10 倍以下的罚款，没有违法所得或者违法所得不足 5 万元的，并处 25 万元以下的罚款；情节严重的，由原发证机关降低相关资质等级直至吊销许可证”。

第四十条中的“违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿或者由原发证机关吊销许可证”修改为“违法所得 5 万元以上的，并处违法所得 5 倍以上 10 倍以下的罚款，没有违法所得或者违法所得不足 5 万元的，并处 25 万元以下的罚款；情节严重的，视情形限制开展相关生产经营活动、责令停业整顿，或者由原发证机关降低相关资质等级直至吊销许可证”。删去第二、三、四、六项，原第五项改为第二项、原第七项改为第三项。增加一款，作为第二款：“从事出版物印刷经营活动的企业有下列行为之一的，由县级以上地方人民政府出版行政部门给予警告，没收违法所得，违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款，违法经营额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款；情节严重的，视情形限制开展相关生产经营活动、责令停业整顿，或者由原发证机关降低相关资质等级直至吊销许可证；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

“（一）假冒或者盗用他人名义，印刷出版物的；

“（二）盗印他人出版物的；

“（三）非法加印或者销售受委托印刷的出版物的；

“（四）擅自将出版单位委托印刷的出版物纸型及印刷底片等出售、出租、出借或者以其他形式转让的。”

第四十一条第一款中的“违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿或者由原发证机关吊销许可证”修改为“违法所得 5 万元以上的，并处违法所得 5 倍以上 10 倍以下的罚款，没有违法所得或者违法所得不足 5 万元的，并处 25 万元以下的罚款；情节严重的，视情形限制开展相关生产经营活动、责令停业整顿，或者由原发证机关降低相关资质等级直至吊销许可证”。第二款中的“违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款”修改为“违法所得 5 万元以上的，并处违法所得 5 倍以上 10 倍以下的罚款，没有违法所得或者违法所得不足 5 万元的，并处 25 万元以下的罚款”。

第四十二条中的“违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款；违法经营额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿或者由原发证机关吊销许可证”修改为“违法所得 5 万元以上的，

并处违法所得 5 倍以上 10 倍以下的罚款，没有违法所得或者违法所得不足 5 万元的，并处 25 万元以下的罚款；情节严重的，视情形限制开展相关生产经营活动、责令停业整顿，或者由原发证机关降低相关资质等级直至吊销许可证”。删去第四项，原第五项改为第四项、原第六项改为第五项、原第七项改为第六项。增加一款，作为第二款：“伪造、变造学位证书、学历证书等国家机关公文、证件或者企业事业单位、人民团体公文、证件的，或者盗印他人的其他印刷品的，由县级以上地方人民政府出版行政部门给予警告，没收印刷品和违法所得，违法经营额 1 万元以上的，并处违法经营额 5 倍以上 10 倍以下的罚款，违法经营额不足 1 万元的，并处 1 万元以上 5 万元以下的罚款；情节严重的，视情形限制开展相关生产经营活动、责令停业整顿，或者由原发证机关降低相关资质等级直至吊销许可证；构成犯罪的，依法追究刑事责任。”

第四十六条增加一款，作为第二款：“本条例所称违法所得，是指实施违法行为扣除成本后的获利数额，没有成本或者成本难以计算的，实施违法行为所取得的款项即为违法所得。”

（4）腾讯网：家居行业 ESG 观察：披露率不到五成（2024-12-18）

12 月 16 日，国家统计局数据显示，以旧换新政策进一步显效，今年 11 月，限额以上单位家具类、建筑及装潢材料类商品零售额分别增长 10.5%、2.9%。南都湾财社记者注意到，11 月，家具零售增速比 10 月提速了 3.1%。

据同花顺 iFinD 数据，我国 A 股“家居用品”板块现有 70 家上市企业，截至目前，30 家公布了 2023 年 ESG 报告，披露率不到一半。未披露 ESG 报告的上市企业，不乏金牌家居、江山欧派、皮阿诺、我乐家居、曲美家居、帝欧家居、梦天家居、中源家居、大亚圣象、王力安防等较知名企业。

在“温室气体排放总量”、“污染物排放量”、“能耗总量/强度”、“总耗水量/强度”以及“废弃物循环利用”等 7 项环境指标上，有 13 家企业未披露其中任何一项，包括蒙娜丽莎、尚品宅配、顶固集创、志邦家居、惠达卫浴、美克家居等。对于二氧化碳总排放量这一关键性指标，也仅有 13 家企业予以准确披露。未披露的有蒙娜丽莎、顶固集创、梦百合、公牛集团、顾家家居、美克家居、尚品宅配等企业。部分企业仅披露部分项目的气体排放数值，如索菲亚、东鹏控股。

仅有三分之一企业，完整披露了温室气体排放总量、范围一和范围二排放量数值。（注：据国际排放核算工具温室气体(GHG)核算体系，范围一温室气体排放量指企业拥有或控制的排放源所产生的直接排放量，与企业生产环节直接相关，涵盖消耗烟煤、柴油、天然气、汽油产生的排放，及水泥生产等的制程排放等；范围二指公司消耗的外购电力、热力或冷源产生的间接排放。）相较而言，喜临门、联翔股份、建霖家居、欧派家居、好太太、好莱客、慕斯家居、乐歌股份家联科技、森鹰窗业、顾家家居等 11 家披露或部分披露了 3 项以上的环境定量指标。

另一方面，废弃物循环利用量的公开情况也较低。30 家企业中，仅松霖科技、家联科技准确披露或部分披露了废弃物循环利用数据。污染物排放总量的披露率也偏低，仅公牛集团、顾家家居对此作了部分披露。此两项指标披露率仅有 6.7%。在企业社会责任维度，共有 7 项定量指标，包括“研发投入金额”、“乡村振兴总投入金额”、“发明专利数量”、“吸纳就业情况”、“社会保险覆盖率”、“员工流失率”、“员工培训次数”，和“客户隐私保护”、“产品和服务相关的安全与质量重大责任事故”2 项定性指标。具体来看，研发投入金额、发明专利数量、社会保险覆盖率和员工培训次数的披露程度相对较高，乡村振兴总投入金额、吸纳就业情况、客户隐私保护

的披露程度偏低。其中，乡村振兴总投入金额未披露程度高达 93.67%，仅好太太、欧派家居和蒙娜丽莎公布了具体金额。在客户隐私保护的工作上，仅 7 家企业报告涉及此内容。在治理层面，对于接受反商业贿赂及反贪污培训的董事的数据，29 家企业未做披露，仅公牛集团做了“平均 1 小时/人”的简要披露。在 ESG 治理框架上，仅 12 家企业进行了披露，森鹰窗业、索菲亚等未予披露。在可持续发展目标上，披露程度仅三分之一，未予披露的企业包括了志邦家居、顾家家居、好太太、顶固集创、森鹰窗业和尚品宅配等企业。美克家居、菲林格尔、茶花股份、海鸥住工、悦心健康和尚品宅配在“接受反商业贿赂及反贪污培训的董事总数”“可持续发展治理架构/ESG 治理架构”“可持续发展目标及其进展”和“治理实质性议题”4 项指标上的信息披露度为零。30 家企业中，仅有不到两成公布了 2023 年环保总投入金额。

5 公司重要公告

(1) 金牌家居：金牌橱柜家居科技股份有限公司关于不向下修正“金 23 转债”转股价格的公告（2024-12-21）

自 2024 年 12 月 2 日至 2024 年 12 月 20 日，金牌橱柜家居科技股份有限公司（以下简称“公司”）股票在连续 30 个交易日中已有 15 个交易日的收盘价低于当期转股价格的 80%（30.61 元/股），触发了“金 23 转债”转股价格向下修正条款。经公司第五届董事会第十二次会议决议，公司董事会决定不向下修正“金 23 转债”的转股价格。下一触发转股价格修正条款的期间从 2024 年 12 月 23 日重新起算，若再次触发“金 23 转债”的转股价格向下修正条款，公司董事会将按规定召开会议决定是否向下修正“金 23 转债”的转股价格。

(2) 山鹰国际：山鹰国际控股股份公司关于 SVP 拟要约收购子公司北欧纸业的进展公告（2024-12-20）

Strategic Value Partners, LLC（以下简称“SVP”）通过其子公司 Coniferous Bidco AB 向 Nordic Paper Holding AB (publ)（以下简称“北欧纸业”）的股东发出公开现金要约，以每股 50.00 瑞典克朗的现金报价收购其全部股权。山鹰国际控股股份公司（以下简称“公司”）通过子公司 SUTRIV Holding AB（以下简称“瑞典控股”）间接持有北欧纸业 32,220,312 股股份，占北欧纸业总股本的 48.16%。瑞典控股于 2024 年 9 月 2 日与 SVP 完成签署《不可撤销承诺》，承诺将接受有关股份的要约，并不得撤销该接受。截至 2024 年 12 月 4 日，SVP 子公司 Coniferous Bidco AB 已就本次要约收购获得了所有必要监管批准，包括瑞典金融监管机构的批准、欧盟和加拿大的合并控制批准以及瑞典外国直接投资的审查和批准。具体内容详见公司于 2024 年 10 月 14 日和 2024 年 12 月 6 日在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）披露的《关于 SVP 拟要约收购子公司北欧纸业的公告》和《关于 SVP 拟要约收购子公司北欧纸业的进展公告》（公告编号：临 2024-127 和临 2024-153）。截至 2024 年 12 月 11 日，本次要约已获得北欧纸业 50,768,304 股股东的接受，约占北欧纸业总股本和投票权的 75.88%，因此完成本次要约的所有条件均已满足。截至 2024 年 12 月 18 日，公司下属子公司瑞典控股持有的 32,220,312 股北欧纸业股份已完成相应的结算，Coniferous Bidco AB 已支付瑞典控成本次要约对应的交易对价 16.11 亿瑞典克朗（以 2024 年 12 月 18 日汇率计算约合人民币 10.63 亿元）。

(3) 奥瑞金：奥瑞金科技股份有限公司关于重大资产重组的进展公告 (2024-12-20)

本公司拟通过下属北京市华瑞凤泉管理咨询有限公司（下称“华瑞凤泉有限公司”）的境外下属公司（作为“要约人”）向香港联交所上市公司中粮包装控股有限公司（下称“中粮包装”或“标的公司”）的全体股东发起自愿有条件全面要约，以现金方式收购中粮包装全部已发行股份（要约人及其一致行动人持有的股份除外，下称“本次交易”）。截至本公告披露之日，本公司间接持有标的公司 24.40% 的股份，标的公司为本公司参股公司。本次交易完成后，本公司预计将取得标的公司控制权。本次交易构成重大资产重组，但不构成关联交易和重组上市。

(4) 安徽开润股份有限公司关于可转换公司债券 2024 年付息的公告 (2024-12-19)

- 1、“开润转债”将于 2024 年 12 月 26 日按面值支付第五年利息，每 10 张“开润转债”（面值 1,000 元）利息为 23.00 元（含税）
- 2、债权登记日：2024 年 12 月 25 日（星期三）
- 3、除息日：2024 年 12 月 26 日（星期四）
- 4、付息日：2024 年 12 月 26 日（星期四）
- 5、本次付息期间及票面利率：本次计息期间为 2023 年 12 月 26 日至 2024 年 12 月 25 日，票面利率为 2.3%
- 6、“开润转债”本次付息的债权登记日为 2024 年 12 月 25 日，凡在 2024 年 12 月 25 日（含）前买入并持有本期债券的投资者享有本次派发的利息。2024 年 12 月 25 日卖出本期债券的投资者不享有本次派发的利息。在债权登记日前（包括付息债权登记日）申请转换成公司股票的可转换公司债券，公司不再向其持有人支付本计息年度及以后计息年度的利息。
- 7、下一付息期起息日：2024 年 12 月 26 日

(5) 好太太：广东好太太科技集团股份有限公司 2023 年限制性股票激励计划部分限制性股票回购注销实施公告 (2024-12-21)

广东好太太科技集团股份有限公司（以下简称“公司”）2023 年限制性股票激励计划（以下简称“本次激励计划”）中 1 名激励对象离职，不再具备激励对象资格，根据《上市公司股权激励管理办法》、公司《2023 年限制性股票激励计划（草案）》（以下简称“《激励计划（草案）》”）的规定，公司对其已获授但尚未解除限售的 3.00 万股限制性股票进行回购注销。本次回购注销完成后，剩余股权激励限制性股票 160.3489 万股。预计本次限制性股票于 2024 年 12 月 25 日完成注销。

6 风险提示

宏观经济增长不及预期风险；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。

分析师与研究助理简介

分析师：徐偲，南洋理工大学工学博士，CFA 持证人。曾在宝洁（中国）任职多年，兼具实体企业和二级市场经验，对消费品行业有着独到的见解。曾就职于中泰证券、国元证券、德邦证券，负责轻工，大消费，中小市值研究。2023 年 10 月加入华安证券。擅长深度产业研究和市场机会挖掘，多空观点鲜明。在快速消费品、新型烟草、跨境电商、造纸、新兴消费方向有丰富的产业资源和深度的研究经验。

分析师：余倩莹，复旦大学金融学硕士、经济学学士。曾先后就职于开源证券、国元证券、德邦证券，研究传媒、轻工、中小市值行业。2024 年 4 月加入华安证券。

重要声明

分析师声明

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的执业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，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，本人对这些信息的准确性或完整性不做任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。报告中的信息和意见仅供参考。本人过去不曾与、现在不与、未来也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接接收任何形式的补偿，分析结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

华安证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。本报告由华安证券股份有限公司在中华人民共和国（不包括香港、澳门、台湾）提供。本报告中的信息均来源于合规渠道，华安证券研究所力求准确、可靠，但对这些信息的准确性及完整性均不做任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构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中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。华安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，未经华安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。如欲引用或转载本文内容，务必联络华安证券研究所并获得许可，并需注明出处为华安证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。如未经本公司授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司并保留追究其法律责任的权利。

投资评级说明

以本报告发布之日起 6 个月内，证券（或行业指数）相对于同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准，A 股以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以纳斯达克指数或标普 500 指数为基准。定义如下：

行业评级体系

- 增持—未来 6 个月的投资收益率领先市场基准指数 5% 以上；
- 中性—未来 6 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差 -5% 至 5%；
- 减持—未来 6 个月的投资收益率落后市场基准指数 5% 以上；

公司评级体系

- 买入—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 15% 以上；
- 增持—未来 6-12 个月的投资收益率领先市场基准指数 5% 至 15%；
- 中性—未来 6-12 个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差 -5% 至 5%；
- 减持—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 5% 至 15%；
- 卖出—未来 6-12 个月的投资收益率落后市场基准指数 15% 以上；
- 无评级—因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使无法给出明确的投资评级。