

评级：看好

核心观点

陈梦

首席分析师

SAC 执证编号：S0110521070002

chenmeng@sczq.com.cn

电话：010-81152649

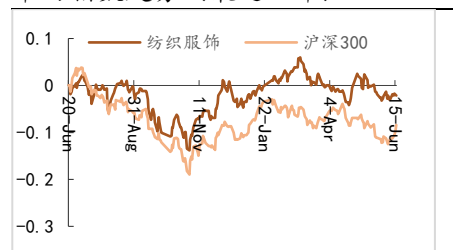
郭琦

研究助理

guoqi@sczq.com.cn

电话：010-81152647

市场指数走势（最近1年）



资料来源：聚源数据

相关研究

- 轻工制造及纺织服装行业周报：Lululemon 23Q1 存货优于预期，大中华区增速明显
- 轻工制造及纺织服装行业周报：4月服装社零环比提速，家居社零维持增长
- 轻工制造及纺织服装行业周报：4月淘系服装及家纺恢复明显，运动及户外同比下降

- 本周专题：受需求前置及基数影响，5月服装线上销售增速放缓。**根据炼丹炉数据，2023年5月，淘系平台女装销售额/销量/均价分别同增5.8%/14.4%/3.1%；男装销售额/销量/均价分别同比+1.8%/+3.1%/-1.3%；童装销售额/销量/均价分别同比+20.5%/+31.1%/-5.4%；家纺销售额/销量/均价分别同增22.5%/26.3%/7.0%；户外用品销售额/销量/均价分别同比-28.3%/-24.6%/+16.1%；运动鞋服销售额/销量/均价分别同增4.3%/4.5%/4.1%。受基数提升（2022年5月服装行业销售额较4月已有恢复）、五一假期需求前置以及消费的弱复苏影响，服装行业各板块5月线上销售额增速较4月环比降速，童装及家纺板块韧性相对较强。
- 2023年度投资策略。（1）轻工：黎明将至，周期拐点隐现。**建议把握三条投资主线：一是浆价高位回落预期背景下，纸企盈利拐点有望显现，特种纸与生活用纸细分板块有望展现较强盈利弹性，如仙鹤股份、五洲特纸、百亚股份等；二是地产政策维稳加速背景下，地产后周期属性相对较强板块估值有望修复，重点推荐自身具有α属性且有望在行业弱复苏背景下市占率逆势提升的细分赛道龙头，如欧派家居、顾家家居、江山欧派等；三是疫后消费复苏在即，积极布局智能家居相关标的有望在消费企稳回暖过程中受益，如公牛集团、好太太等。（2）纺服：消费场景恢复可期，优选运动及制造龙头。
- 建议把握两条投资主线：**一是运动及户外高景气赛道龙头企业，推荐安踏体育，积极关注特步国际、361度、波司登、牧高笛等；二是业绩确定性较强的纺织制造细分领域龙头，推荐华利集团、稳健医疗，积极关注浙江自然、伟星股份、新澳股份等。
- 本周行情回顾：**本周上证综指上涨1.3%，轻工制造行业上涨2.44%，小幅跑赢大盘；纺织服装行业上涨0.9%，小幅跑输大盘。本周轻工制造行业涨幅前三为松发股份（25.51%）、金陵体育（20.37%）、姚记科技（15.89%）；跌幅前三为鸿博股份（-7.29%）、德力股份（-6.14%）、实丰文化（-5.58%）。本周纺织服装行业涨幅前三为中胤时尚（27.86%）、康隆达（16.08%）、金发拉比（16.06%）；跌幅前三为日播时尚（-14.26%）、航民股份（-5.63%）、天创时尚（-4.19%）。
- 一周重点数据跟踪：**本周价格溶解浆内盘7100元/吨，较上周持平。白板纸/白卡纸/双胶纸/铜版纸较上周分别下跌20/51/81/56元/吨，其他纸种价格较上周持平。本周30大中城市商品房成交套数21823套，较上周下降25%；本周30大中城市商品房成交面积252万平方米，较上周下降23%。棉花现货：本周中国棉花价格指数328为17540元/吨，较上周上涨126元/吨；Cotlook:A指数:1%关税为15588元/吨，较上周下跌550元/吨；中外棉花价差为1952元/吨，较上周上涨676元/吨；棉花期货：本周郑交所棉花期货收盘价为16595元/吨，较上周下跌20元/吨；纽交所棉花期货收盘价为81.35美分/磅，较上周下跌2.64美分/磅。
- 风险提示：**原料价格大幅波动；终端需求萎靡风险；汇率波动风险。

目录

1 本周专题：受需求前置及基数影响，5 月服装线上销售增速放缓.....	1
2 投资策略：曙光微露，静待黎明破晓.....	5
2.1 轻工制造：黎明将至，周期拐点隐现.....	5
2.2 纺织服装：消费场景恢复可期，优选运动及制造龙头.....	6
3 本周行情回顾.....	7
3.1 板块行情：本周轻工制造板块上涨 2.4%，纺织服装板块上涨 0.9%.....	7
3.2 个股行情：松发股份及中胤时尚涨幅领先.....	8
4 行业基本数据.....	10
4.1 造纸.....	10
4.2 家具.....	11
4.3 纺织服装.....	12
5 本周重要公告及行业新闻.....	13
5.1 公司公告.....	13
5.2 行业新闻.....	14
6 风险提示.....	15

插图目录

图 1：淘系平台全网女装成交情况.....	1
图 2：淘系平台全网女装均价及成交量.....	1
图 3：2023 年 5 月淘系平台全网女装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	1
图 4：2022 年 5 月淘系平台全网女装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	1
图 5：淘系平台全网男装成交情况.....	2
图 6：淘系平台全网男装均价及成交量.....	2
图 7：2023 年 5 月淘系平台全网男装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	2
图 8：2022 年 5 月淘系平台全网男装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	2
图 9：淘系平台全网童装成交情况.....	2
图 10：淘系平台全网童装均价及成交量.....	2
图 11：2023 年 5 月淘系平台全网童装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	3
图 12：2022 年 5 月淘系平台全网童装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	3
图 13：淘系平台全网家纺成交情况.....	3
图 14：淘系平台全网家纺均价及成交量.....	3
图 15：2023 年 5 月淘系平台全网家纺销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	3
图 16：2022 年 5 月淘系平台全网家纺销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	3
图 17：淘系平台全网户外用品成交情况.....	4
图 18：淘系平台全网户外用品均价及成交量.....	4
图 19：2023 年 5 月淘系平台全网户外用品销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	4
图 20：2022 年 5 月淘系平台全网户外用品销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	4
图 21：淘系平台全网运动鞋服成交情况.....	4
图 22：淘系平台全网运动鞋服均价及成交量.....	4
图 23：2023 年 5 月淘系平台全网运动服销售额 TOP10 品牌(单位：百万元).....	5

图 24: 2022 年 5 月淘系平台全网运动服销售额 TOP10 品牌(单位: 百万元)	5
图 25: 2023 年 5 月淘系平台全网运动鞋销售额 TOP10 品牌(单位: 百万元)	5
图 26: 2022 年 5 月淘系平台全网运动鞋销售额 TOP10 品牌(单位: 百万元)	5
图 27: 本周市场涨跌幅 (%)	8
图 28: 年初至今市场涨跌幅 (%)	8
图 29: 本周各申万一级行业涨跌幅 (%)	8
图 30: 轻工制造行业本周涨幅榜前五名	8
图 31: 轻工制造行业本周跌幅榜前五名	8
图 32: 纺织服装行业本周涨幅榜前五名	9
图 33: 纺织服装行业本周跌幅榜前五名	9
图 34: 本周溶解浆内盘价格 (元/吨)	10
图 35: 本色浆 CFR 外盘报价 (美元/吨)	10
图 36: 漂阔叶浆与针木浆 CFR 外盘报价 (美元/吨)	10
图 37: 包装纸市场均价 (元/吨)	11
图 38: 文化纸市场均价 (元/吨)	11
图 39: 30 大中城市商品房成交套数	11
图 40: 30 大中城市商品房成交面积	11
图 41: 商品房销售面积累计值及累计同比	11
图 42: 房屋竣工面积累计值及累计同比	11
图 43: 人造板价格 (元/张)	12
图 44: TDI 与 MDI 市场价 (元/吨)	12
图 45: 棉花现货中外价格指数及价差 (元/吨)	12
图 46: 棉花期货价格指数 (元/吨, 美分/磅)	12
图 47: 中国纱线价格指数 (元/吨)	13
图 48: 坯布价格指数 (元/米)	13
图 49: 涤纶价格指数 (元/吨)	13
图 50: 粘胶价格指数 (元/吨)	13
图 51: 氨纶价格指数 (元/吨)	13
图 52: 锦纶价格指数 (元/吨)	13

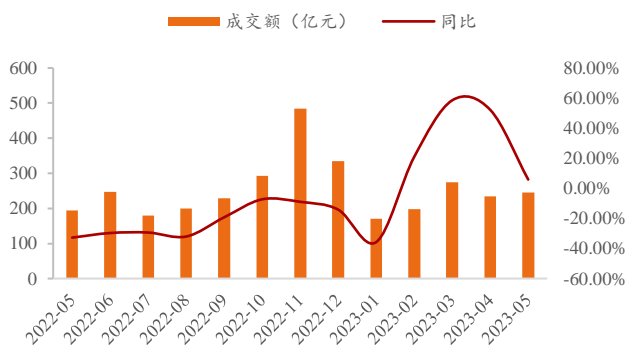
表格目录

表 1: 轻工纺服重点上市公司行情一览表	9
----------------------	---

1 本周专题：受需求前置及基数影响，5 月服装线上销售增速放缓

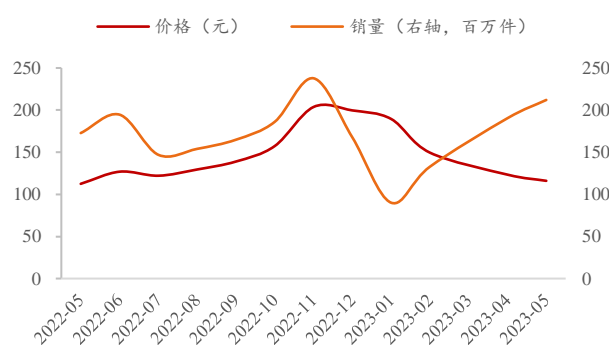
5 月女装线上销售额同比增速放缓，蕉下销售额增速亮眼。根据炼丹炉数据，2023 年 5 月，淘系平台女装成交额 246 亿元，同比增长 5.81%，环比增长 6.27%；销量 2.12 亿件，同比增长 14.36%，环比增加 11.46%；均价 116 元，同比增长 3.1%。2023 年 5 月，淘系平台女装销售额前五品牌分别为 ur、优衣库、伊芙丽、烈儿、摩安珂。

图 1：淘系平台全网女装成交情况



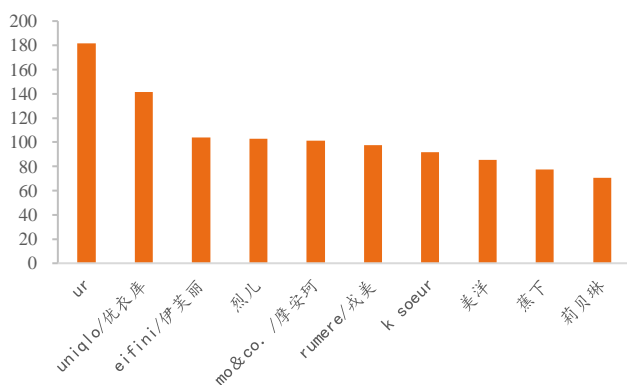
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 2：淘系平台全网女装均价及成交量



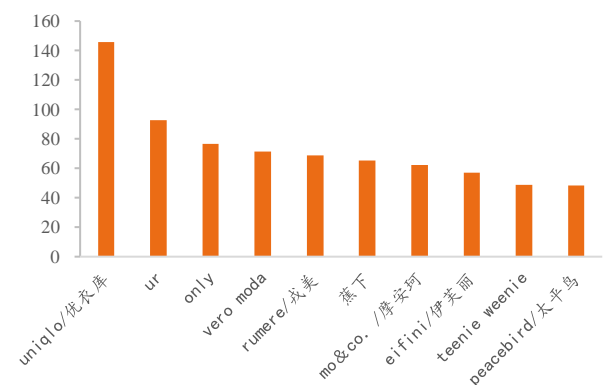
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 3：2023 年 5 月淘系平台全网女装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

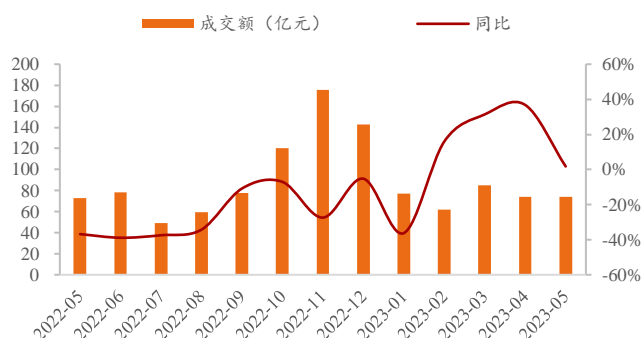
图 4：2022 年 5 月淘系平台全网女装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

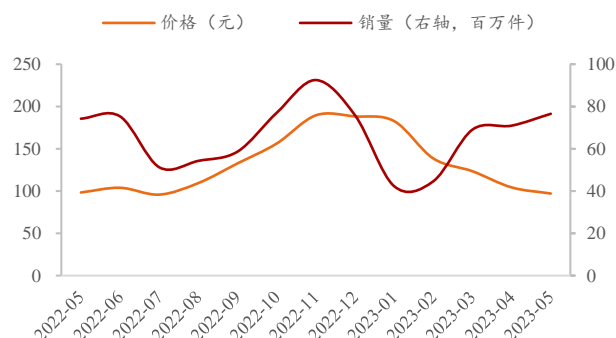
5 月男装线上销售额增速放缓，海澜之家表现亮眼。根据炼丹炉数据，2023 年 5 月，淘系平台男装成交额 74 亿元，同比增长 1.76%，环比增长 0.42%；销量 7654 万件，同比增长 3.09%，环比增长 7.72%；均价 97 元，同比下降 1.30%。2023 年 5 月，淘系平台男装销售额前五品牌分别为优衣库、罗蒙、花花公子、海澜之家、南极人。

图 5：淘系平台全网男装成交情况



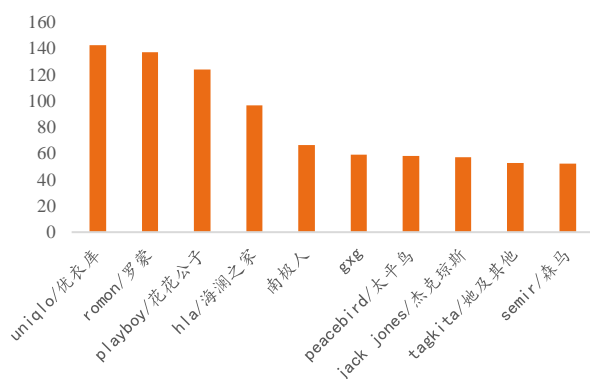
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 6：淘系平台全网男装均价及成交量



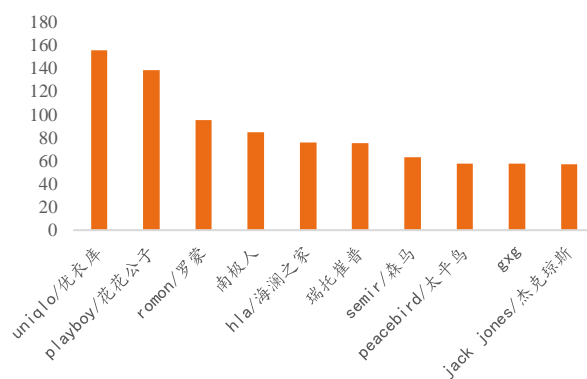
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 7：2023 年 5 月淘系平台全网男装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

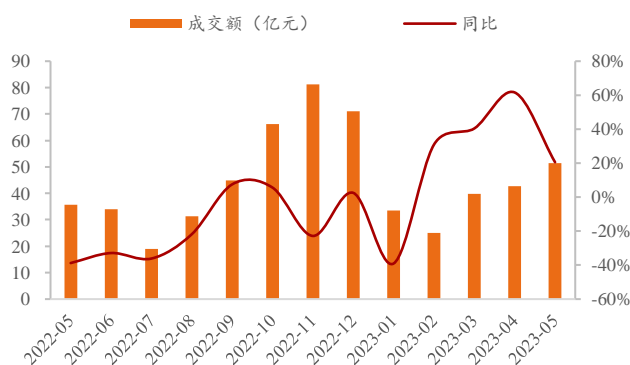
图 8：2022 年 5 月淘系平台全网男装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

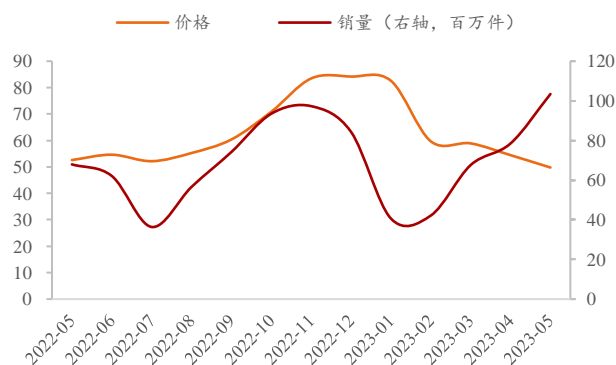
5 月童装销售额增速稳健，巴拉巴拉品牌稳居首位。根据炼丹炉数据，2023 年 5 月，淘系平台童装成交额 51 亿元，同比增长 20.54%，环比增长 22.15%；销量 1.03 亿件，同比增长 31.11%，环比增长 31.18%；均价 50 元，同比下降 5.37%。2023 年 5 月，淘系平台童装销售额前五品牌分别为巴拉巴拉、dave&bella、优衣库、安踏、南极人。

图 9：淘系平台全网童装成交情况



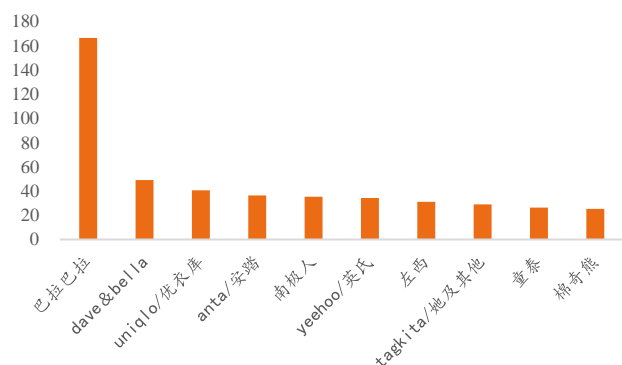
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 10：淘系平台全网童装均价及成交量



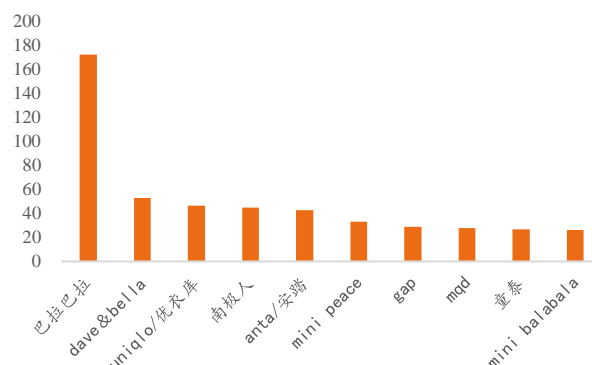
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 11：2023 年 5 月淘系平台全网童装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

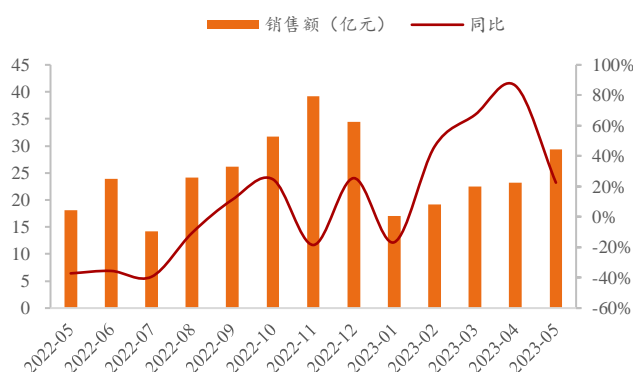
图 12：2022 年 5 月淘系平台全网童装销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

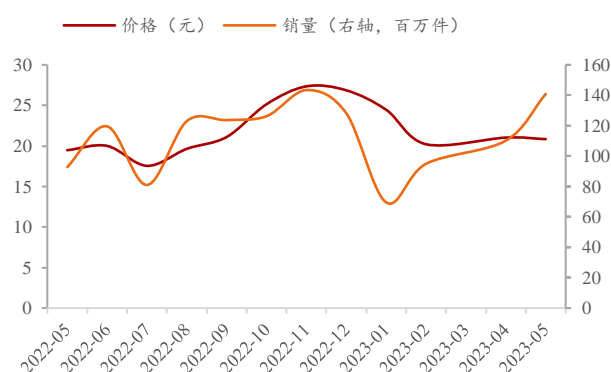
5 月家纺品类量价齐升，水星及罗莱增速明显。根据炼丹炉数据，2023 年 5 月，淘系平台床上用品成交额 29.3 亿元，同比增长 22.53%，环比增长 28.42%；销量 2641 万件，同比增长 26.34%，环比增长 27.57%；均价 111 元，同比增长 7.0%。2023 年 5 月，淘系平台床上用品销售额前五品牌分别为水星、无印良品、罗莱、南极人、博洋。

图 13：淘系平台全网家纺成交情况



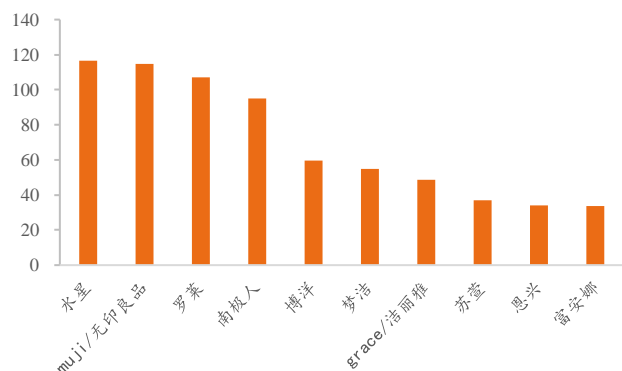
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 14：淘系平台全网家纺均价及成交量



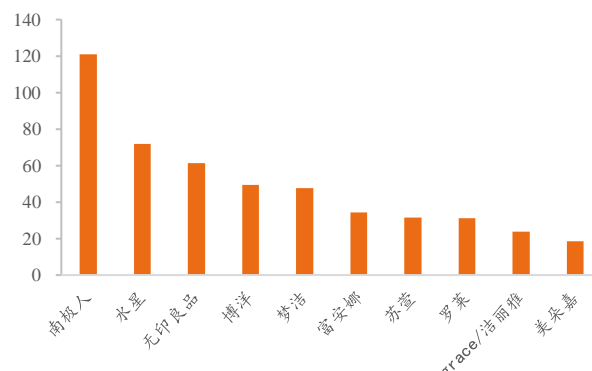
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 15：2023 年 5 月淘系平台全网家纺销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

图 16：2022 年 5 月淘系平台全网家纺销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)

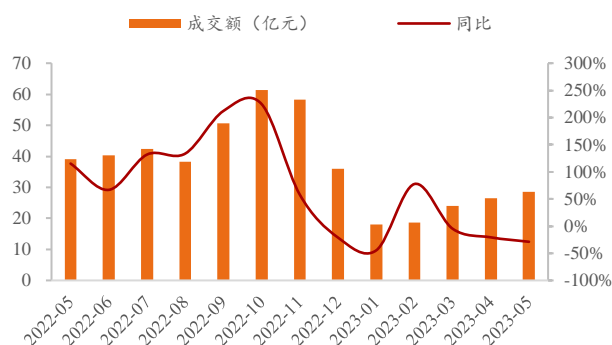


资料来源：炼丹炉，首创证券

户外用品受高基数影响，销售额增速承压。根据炼丹炉数据，2023 年 5 月，淘系平

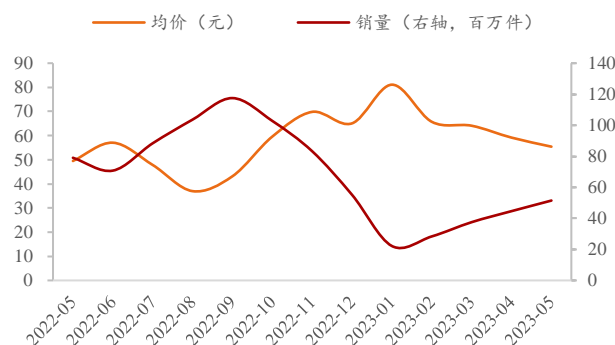
台户外用品成交额 29.0 亿元，同比下降 28.28%，环比增长 11.52%；销量 5053 万件，同比下降 24.61%，环比增长 11.68%；均价 57 元，同比增长 16.07%。2023 年 5 月，淘系平台户外用品销售额前五品牌分别为骆驼、蕉内、蕉下、北面、始祖鸟。

图 17：淘系平台全网户外用品成交情况



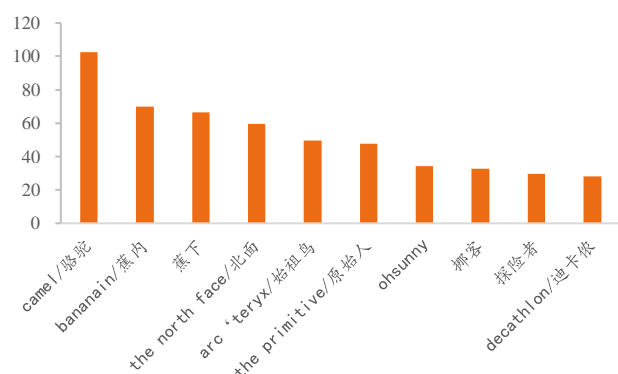
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 18：淘系平台全网户外用品均价及成交量



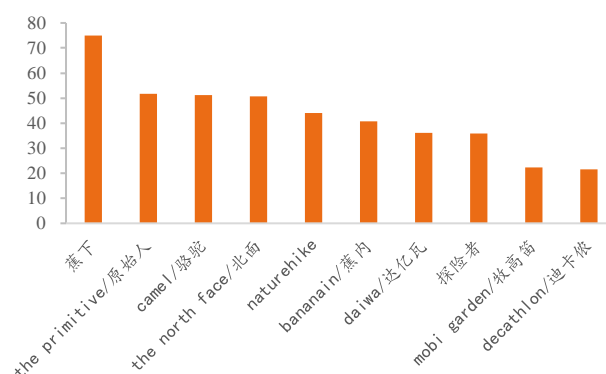
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 19：2023 年 5 月淘系平台全网户外用品销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

图 20：2022 年 5 月淘系平台全网户外用品销售额 TOP10 品牌(单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

5 月淘系运动鞋销售额增速快于运动服，耐克呈现恢复态势。根据炼丹炉数据，2023 年 5 月，淘系平台运动鞋服成交额 79.4 亿元，同比增长 4.3%，环比增长 22.41%；销量 3072 万件，同比增加 4.5%，环比增长 19.7%；均价 258 元，同比增长 4.1%。2023 年 5 月，淘系平台运动服销售额前五品牌分别为耐克、斐乐、李宁、安踏、阿迪达斯；运动鞋销售额前五品牌分别为耐克、李宁、阿迪达斯、安踏、斐乐。

图 21：淘系平台全网运动鞋服成交情况

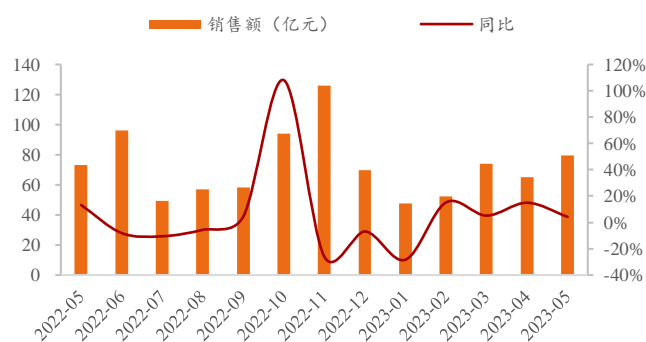
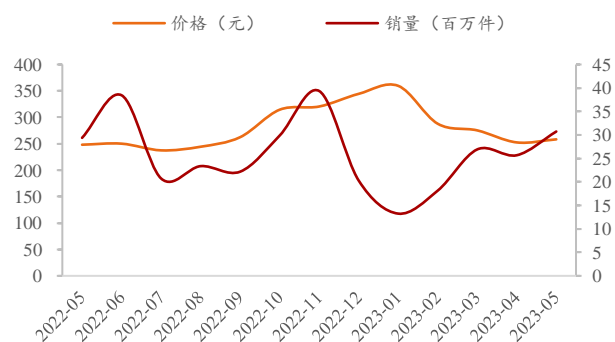
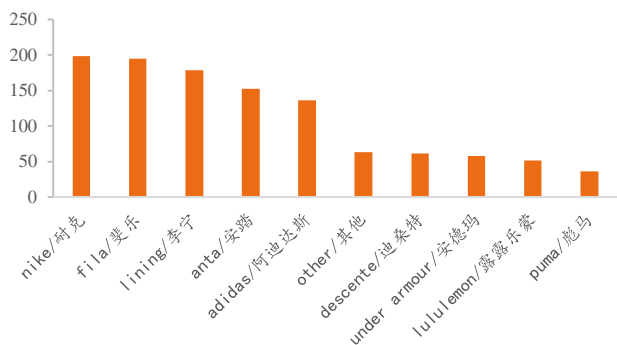


图 22：淘系平台全网运动鞋服均价及成交量



资料来源：炼丹炉，首创证券

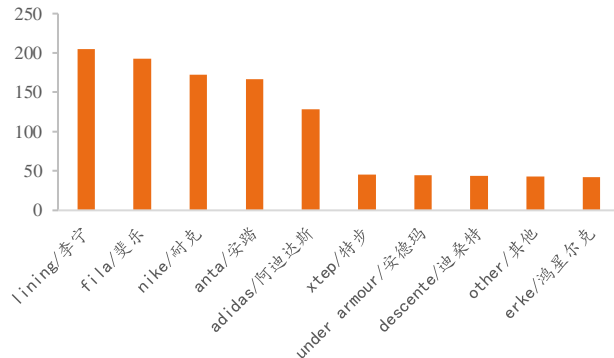
图 23：2023 年 5 月淘系平台全网运动服销售额 TOP10 品牌 (单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

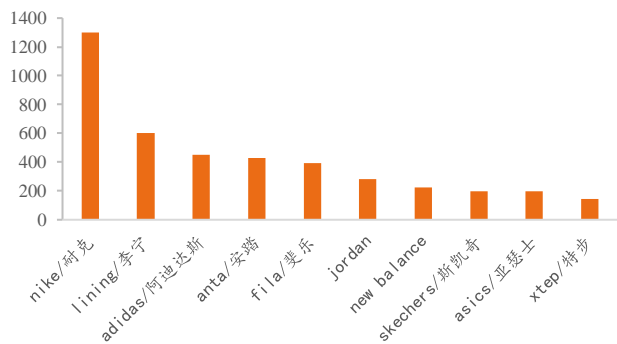
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 24：2022 年 5 月淘系平台全网运动服销售额 TOP10 品牌 (单位：百万元)



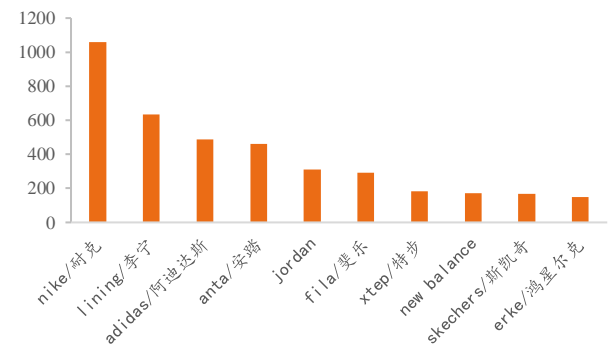
资料来源：炼丹炉，首创证券

图 25：2023 年 5 月淘系平台全网运动鞋销售额 TOP10 品牌 (单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

图 26：2022 年 5 月淘系平台全网运动鞋销售额 TOP10 品牌 (单位：百万元)



资料来源：炼丹炉，首创证券

2 投资策略：曙光微露，静待黎明破晓

2022 年 12 月 9 日与 12 月 10 日，我们先后发布报告《轻工制造行业 2023 年度投资策略：黎明将至，周期拐点隐现》与《纺织服装行业 2023 年度投资策略：消费场景恢复可期，优选运动及制造龙头》。聚焦后疫情时代积极变革寻求高质量发展企业价值。

2.1 轻工制造：黎明将至，周期拐点隐现

展望 2023 年，在疫情边际缓和假设前提下，建议把握三条投资主线：一是浆价高位回落预期背景下，纸企盈利拐点有望显现，其中特种纸与生活用纸细分板块有望展现较强盈利弹性，如仙鹤股份、五洲特纸、百亚股份等；二是地产政策维稳加速背景下，地产后周期属性相对较强的细分板块估值有望修复，重点推荐自身具有 α 属性且有望在行业弱复苏背景下市占率逆势提升的细分赛道龙头，如欧派家居、顾家家居、江山欧派等；三是疫后消费复苏在即，积极布局智能家居相关标的有望在消费企稳回暖过程中受益，如公牛集团、好太太等。

家具：重点关注内销市场疫后复苏，龙头市占率提升。（1）估值筑底回升趋势明确：政策放松→地产销售增速转正→地产链后周期个股估值提升；（2）疫情后需求有望强势回补：新房销售以期房为主，期房销售后平均 18-24 个月交房→2022 年全年交房有

望维持快速增长→疫情扰动之下，家装需求延后→疫情缓和之后，家具、厨电、照明电工等需求加速释放→龙头企业有望实现收入与市占率双提升。我们认为当前时点地产政策持续放松，地产链后周期板块估值筑底，叠加“保交付”相关政策推进落地，2023年潜在地产引致需求不弱，后续家具板块有望实现估值与业绩双修复。其中，定制家具疫后需求回补预期强劲，渠道变革领先尤其是在流量入口方面率先布局的龙头企业有望穿越周期，实现集中度快速提升，重点推荐欧派家居，积极关注索菲亚、志邦家居、金牌厨柜、江山欧派等。成品家具2023年内销需求预计好于外销，重点推荐顾家家居，积极关注喜临门、慕思股份、曲美家居等。

造纸与包装印刷：细分赛道格局优化，强者恒强。（1）木浆系：受全球商品浆供给紧张、人民币汇率贬值、能源和海运成本上涨等因素，当前木浆系纸企成本端短期承压。随后续需求回暖，叠加能源和海运成本逐步回落，纸企盈利有望反转。推荐竞争格局优异，附加值较高的特种纸龙头仙鹤股份、五洲特纸，以及原料木浆自给率高，规模优势深厚的浆纸龙头太阳纸业。（2）废纸系：原料废纸资源稀缺属性持续凸显，但下游库存水平较高且需求疲弱，致使箱板瓦楞纸价上行动力不足。预计随行业需求回暖，箱板瓦楞纸价格有望温和上涨，推动行业吨毛利回升。龙头纸企凭借海外及国内原料布局，在原料获取端更具成本优势。建议关注规模及成本优势领先，盈利弹性有望随纸价复苏释放的包装纸龙头山鹰国际。（3）生活用纸及个护：消费升级背景下生活用纸行业市场规模不断扩大且品质升级趋势明显，市场集中度相对分散，环保政策持续加码推动行业加速洗牌，推荐个护领域自主品牌精耕细作&渠道优化升级的百亚股份。

办公及近视防控：消费升级持续，韧性犹在。（1）文具：疫情扰动下，文具消费需求的刚性属性及韧性得到有效凸显，看好随疫情边际好转前期滞后需求的快速释放。推荐传统业务发展稳固，科力普与精品文创逐步发力的晨光股份。（2）近视防控：我国儿童青少年近视防控工作仍任重道远，政策不断加码，行业需求景气繁荣。离焦镜凭借良好近视效果、副作用及并发症少、突出的性价比和较低的渠道推广门槛渗透率有望快速提升。明月镜片等龙头镜片企业有望受益于行业的快速扩容。

照明电工与智能家居：盈利“剪刀差”有望显现，行业竞争渠道为王。短期地产宽松政策陆续发布利好板块估值抬升，细分龙头有望凭借原有强渠道力、智能家居生态拓展及TO B业务等拓展集中度持续提升。重点推荐渠道与产品精耕细作的公牛集团与家居照明数字化转型升级&商照业务快速发展的欧普照明。此外，智能家居风口再起，智能晾晒与智能安防相关优质标的投资价值显现，推荐关注智能晾晒领域市占率领先，并积极拓展智能安防领域的好太太。

家居建材零售：专业家居建材卖场仍主导，数字化及高频消费赋能成主流。我国室内家居产品销售渠道结构中，家居装饰装修等专业渠道占比较高。我们认为在标准化程度低、交付对人工依赖度较高的家居行业，单品类厂商或零售商在数据积累与应用方面具有一定局限，而线下专业渠道商尤其是大型连锁类家居卖场凭借一站式多品类覆盖与海量数据支撑将持续占据家居零售主导。关注数字化转型领先的居然之家、美凯龙等。

2.2 纺织服装：消费场景恢复可期，优选运动及制造龙头

展望2023年，我们认为疫情形势的缓和将推动出行及消费场景修复，从而带动前期压制的服装消费需求释放。从竞争格局来看，疫情的冲击将进一步推动行业竞争格局分化，细分龙头韧性更强，有望在消费复苏阶段强化领先优势，建议把握两条投资主线：一是运动及户外高景气赛道龙头企业，运动及户外板块有望优先受益于疫后出行及消费场景的修复，在近期陆续出台的政策支持及居民户外运动需求释放的刺激下，运动户外行业快速成长具备确定性，重点推荐品牌力向上&品牌矩阵丰富的细分赛道龙头，如安踏体育、特步国际、牧高笛等；二是业绩确定性较强的纺织制造细分领域龙头，从国内情况看，伴随出行场景恢复，消费者将更加注重个人防护，同时，医疗场景的恢复预计推动医用防护及耗材需求量显著提升，重点推荐医疗消费双驱动&渠道优势突出的稳健医疗。从出口情况看，欧美运动及户外品牌清库存周期预计将持续到2023年下半年，

出口制造订单预计将逐步恢复，推荐在品质、交期、客户关系等方面优势凸显、核心壁垒深厚的细分领域龙头，如华利集团等。

运动户外：黄金赛道高景气，关注户外运动市场新机遇。近年来，国家出台了一系列政策支持体育产业的发展，全民健身热潮助推我国运动鞋服行业高景气，产品功能性及营销资源稀缺性使行业集中度更高。国内运动鞋服行业增速可观，人均花费和渗透率提升下空间可期，行业细分化背景下户外运动及女性运动成为新兴增长驱动力。随品牌竞争和疫情加速行业洗牌，头部品牌不断加深壁垒，“单聚焦、多品牌、全球化”模式运营的**安踏体育**优先受益，同时建议关注受益大众健身热潮持续的**特步国际、361度**。

精致露营：疫情催化顺势而起，产业协同驱动长期成长。露营的重社交和重体验属性使其消费连带率更高，露营装备细分化助力行业扩容。长期来看，需求推动产业链布局逐步完善，“露营+”的产业协同模式提升营地综合效益并使得露营本身更具活力和可持续性。具备先发优势、品牌美誉度及自主研发能力并积极布局产业链的龙头有望伴随行业增长红利提高市场占有率，建议关注自主品牌加速成长，产品力持续升级的**牧高笛**。

医用耗材：随着我国老龄化趋势的加深、医保体制的日益健全以及人民生活水平的不断提升，低值医用耗材市场增速可观。医疗用品对产品质量要求严格，生产商与客户间的合作稳定，粘性较高。拥有稳定生产线和可靠产品质量的大企业有望继续保持领先优势。随着国家监管体制和行业标准进一步完善，龙头企业在规模效应和资本加持下持续加大研发投入，形成技术壁垒，行业集中度有望进一步提升。重点推荐**稳健医疗**投资机会，公司在渠道力及品牌力强，医疗&消费协同发展下长期高质量增长可期。

运动及户外用品制造：挖掘代工产业链隐形王者，优选业绩确定性强优质标的。目前运动户外产业链专业化分工趋势明显，品牌运营与制造分离模式成为行业主流。头部运动品牌订单向核心供应商倾斜趋势明显，上游制造端集中度提升。研发设计能力、产能扩张速度和稳定性以及与品牌方的合作关系构筑龙头核心壁垒。推荐核心客户关系稳固&产能有序扩张的运动鞋代工龙头**华利集团**，积极关注技术壁垒深厚&产品丰富度提升的户外代工龙头**浙江自然**、宽带化战略打开成长空间的**新澳股份**。

服装辅料：服装辅料市场空间广阔，国内龙头市占率有望持续提升。根据我们测算，2021年中国辅料市场规模预计超千亿，消费升级背景下，服装辅料市场规模增速预计超过服装行业整体。其中，2021年我国纽扣行业市场规模约为219亿元，拉链行业市场规模约为533亿元，占据服装辅料市场的半壁江山。服装辅料生产企业参与者众多，行业出清促使集中度进一步提升。近年来，我国辅料龙头凭借更灵活的快反接单以及更优的客户服务加快扩张市场份额。建议关注国产化替代步伐推进的服装辅料龙头**伟星股份**。

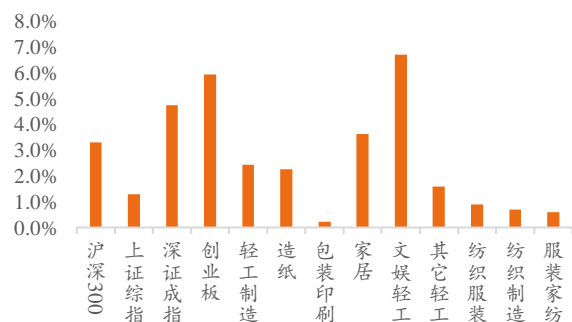
3 本周行情回顾

3.1 板块行情：本周轻工制造板块上涨 2.4%，纺织服装板块上涨 0.9%

本周（20230612-20230618）上证综指上涨 1.3%，轻工制造行业上涨 2.44%，小幅跑赢大盘。其中，造纸板块上涨 2.27%，包装印刷板块上涨 0.21%，家居板块上涨 3.63%，文娱轻工板块上涨 6.71%，其他轻工板块上涨 1.58%。年初至今，上证综指上涨 5.96%，轻工制造行业下跌 1.05%，大幅跑输大盘。其中，造纸板块下跌 2.32%，包装印刷板块上涨 1.29%，家居板块下跌 1.24%，文娱轻工板块上涨 8.95%，其他轻工板块上涨 1.12%。

本周纺织服装行业上涨 0.9%，小幅跑输大盘。其中，纺织制造板块上涨 0.69%，服装家纺板块上涨 0.6%。年初至今，纺织服装行业上涨 1.39%，跑输大盘。其中，纺织制造板块下跌 4.1%，服装家纺板块上涨 2.66%。

图 27：本周市场涨跌幅（%）



资料来源：Wind，首创证券

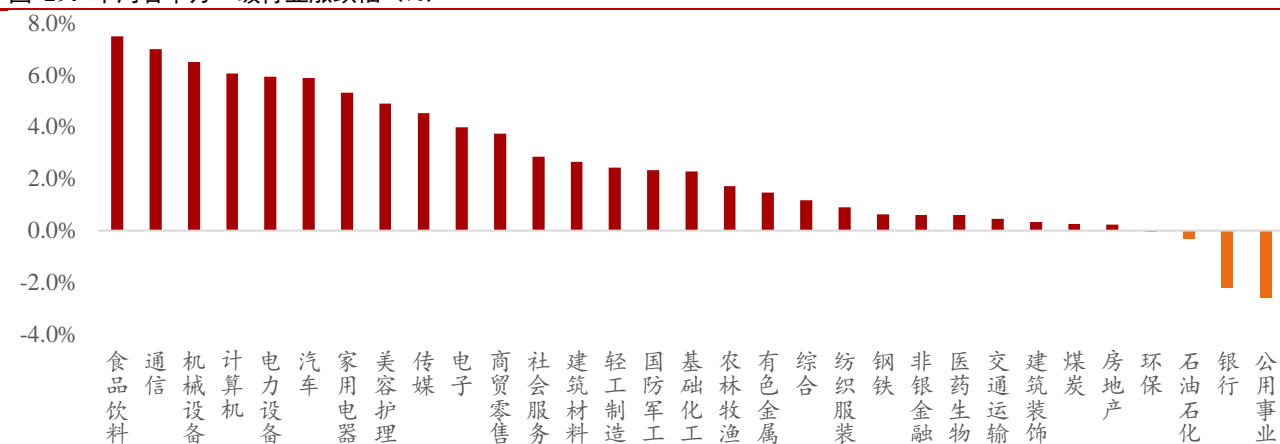
图 28：年初至今市场涨跌幅（%）



资料来源：Wind，首创证券

本周纺织服装上涨 0.9%，在申万 31 个子行业中排名第 20。本周轻工制造上涨 2.44%，在申万 31 个子行业中排名第 14。

图 29：本周各申万一级行业涨跌幅（%）

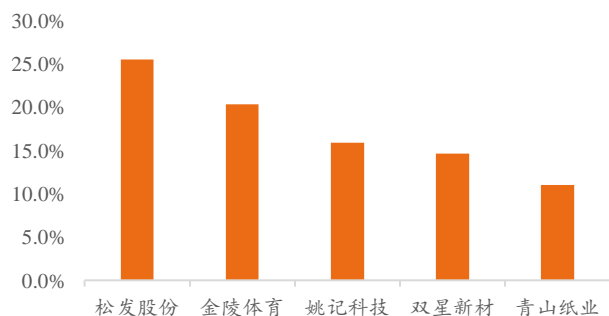


资料来源：Wind，首创证券

3.2 个股行情：松发股份及中胤时尚涨幅领先

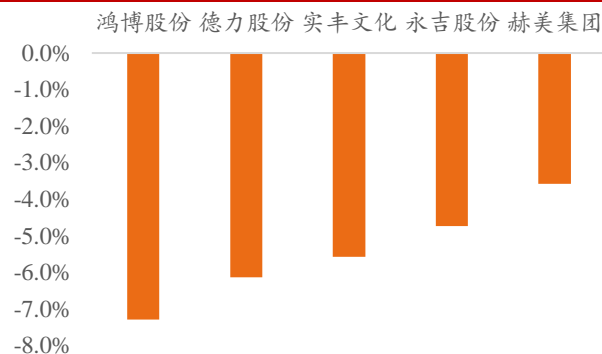
本周轻工制造行业涨幅前五为松发股份（25.51%）、金陵体育（20.37%）、姚记科技（15.89%）、双星新材（14.61%）、青山纸业（10.98%）；跌幅前五为鸿博股份（-7.29%）、德力股份（-6.14%）、实丰文化（-5.58%）、永吉股份（-4.73%）、赫美集团（-3.57%）。

图 30：轻工制造行业本周涨幅榜前五名



资料来源：Wind，首创证券

图 31：轻工制造行业本周跌幅榜前五名

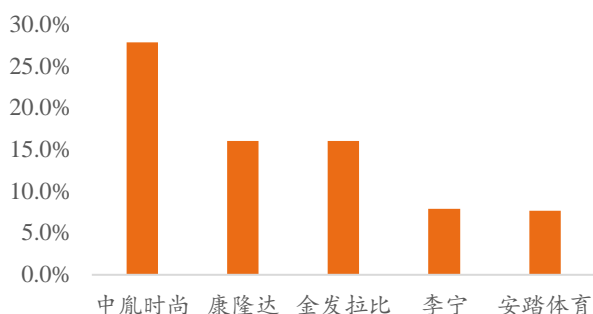


资料来源：Wind，首创证券

本周纺织服装行业涨幅前五为中胤时尚（27.86%）、康隆达（16.08%）、金发拉比

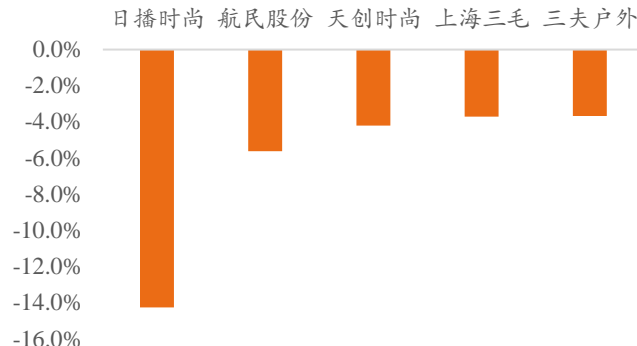
(16.06%)、李宁(7.88%)、安踏体育(7.71%)；跌幅前五为日播时尚(-14.26%)、航民股份(-5.63%)、天创时尚(-4.19%)、上海三毛(-3.72%)、三夫户外(-3.68%)。

图 32：纺织服装行业本周涨幅榜前五名



资料来源：Wind，首创证券

图 33：纺织服装行业本周跌幅榜前五名



资料来源：Wind，首创证券

表 1：轻工纺服重点上市公司行情一览表

公司名称	市值 2023/06/16	周涨幅	年初至今 涨幅	归母净利润（亿元）			PE		
				2022A	2023E	2024E	2022A	2023E	2024E
欧派家居	629	7.71%	-15.08%	26.88	31.57	36.97	23	20	17
索菲亚	166	6.39%	3.94%	10.64	13.30	15.63	16	12	11
江山欧派	73	6.64%	-12.64%	-2.99	4.22	5.23	-25	17	14
志邦家居	104	4.62%	23.88%	5.37	6.40	7.55	19	16	14
金牌厨柜	51	3.69%	18.24%	2.77	3.96	4.81	18	13	11
顾家家居	328	4.23%	-6.51%	18.12	20.97	24.65	18	16	13
喜临门	100	7.25%	-8.99%	2.38	6.83	8.54	42	15	12
慕思股份	144	6.88%	11.73%	7.09	8.33	9.85	20	17	15
太阳纸业	298	1.91%	-7.29%	28.09	30.84	35.94	11	10	8
仙鹤股份	153	-0.32%	-28.95%	7.10	11.79	15.41	22	13	10
五洲特纸	58	3.38%	-22.06%	2.05	5.55	7.41	28	10	8
豪悦护理	76	0.08%	-3.12%	4.23	5.27	6.28	18	14	12
百亚股份	74	1.79%	25.81%	1.87	2.49	3.10	39	30	24
欧普照明	152	-0.98%	30.30%	7.84	9.20	10.44	19	17	15
公牛集团	922	4.85%	9.49%	31.89	37.18	43.32	29	25	21
晨光股份	419	6.95%	-16.79%	12.82	17.66	21.33	33	24	20
稳健医疗	254	-2.71%	-14.13%	16.51	17.31	19.84	15	15	13
华利集团	558	2.58%	-14.07%	32.28	33.76	40.69	17	17	14
森马服饰	167	-1.12%	22.06%	6.37	10.58	13.18	26	16	13
朗姿股份	106	7.27%	-13.87%	0.16	1.88	2.69	658	56	39
海澜之家	286	1.69%	33.11%	21.55	27.62	32.31	13	10	9

资料来源：Wind，首创证券

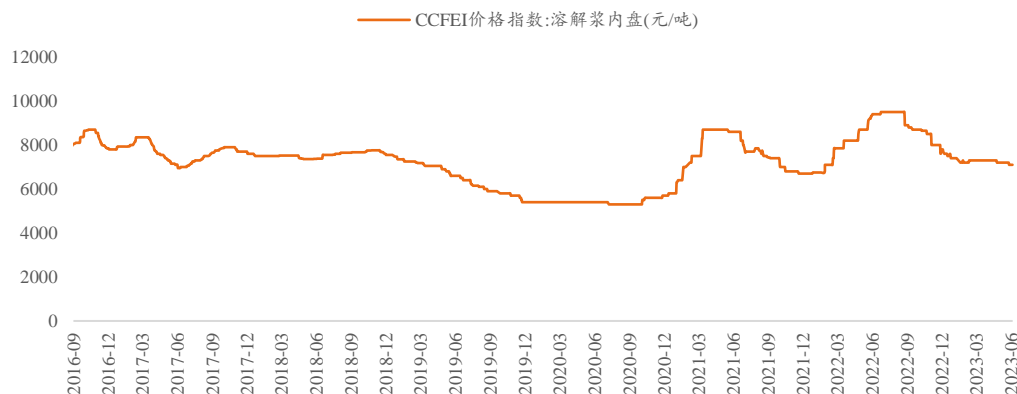
注：2023-2024 年盈利预测为 wind 一致预期

4 行业基本数据

4.1 造纸

本周价格溶解浆内盘 7100 元/吨，较上周持平。

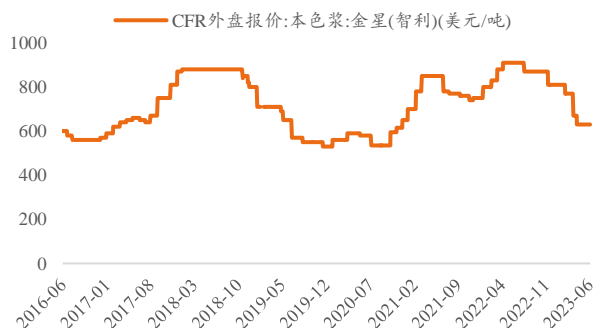
图 34：本周溶解浆内盘价格（元/吨）



资料来源：Wind，首创证券

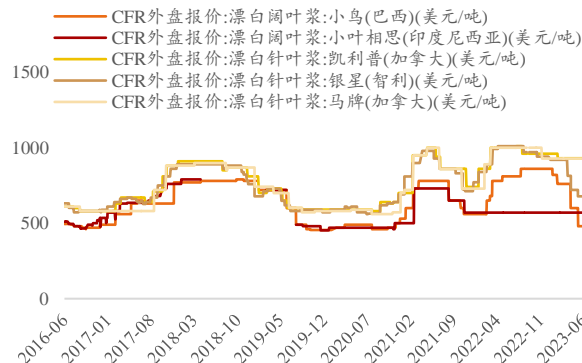
本周价格本色浆:金星(智利)630 美元/吨，较上周持平；本周价格漂白阔叶浆:小鸟(巴西)480 美元/吨，较上周持平；漂白阔叶浆:小叶相思(印度尼西亚)570 美元/吨，较上周持平；本周价格漂白针叶浆:凯利普(加拿大)930 美元/吨，较上周持平；漂白针叶浆:银星(智利)680 美元/吨，较上周持平；漂白针叶浆:马牌(加拿大)930 美元/吨，较上周持平。

图 35：本色浆 CFR 外盘报价（美元/吨）



资料来源：百川盈孚 BAIINFO，首创证券

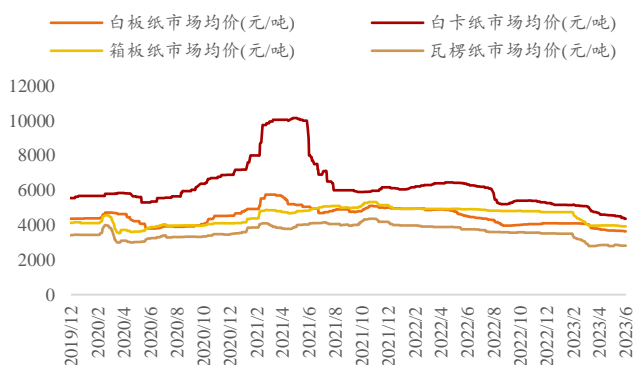
图 36：漂阔叶浆与针木浆 CFR 外盘报价（美元/吨）



资料来源：百川盈孚 BAIINFO，首创证券

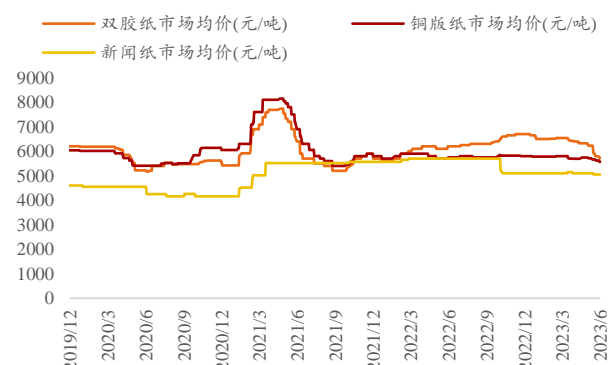
本周价格白板纸市场均价 3640 元/吨，较上周下跌 20 元/吨；本周价格白卡纸市场均价 4362 元/吨，较上周下跌 51 元/吨；本周价格箱板纸市场均价 3927 元/吨，较上周持平；本周价格瓦楞纸市场均价 2815 元/吨，较上周持平；本周价格双胶纸市场均价 5719 元/吨，较上周下跌 81 元/吨；本周价格铜版纸市场均价 5563 元/吨，较上周下跌 56 元/吨；本周价格新闻纸市场均价 5050 元/吨，较上周持平。

图 37：包装纸市场均价（元/吨）



资料来源：百川盈孚BAIINFO，首创证券

图 38：文化纸市场均价（元/吨）

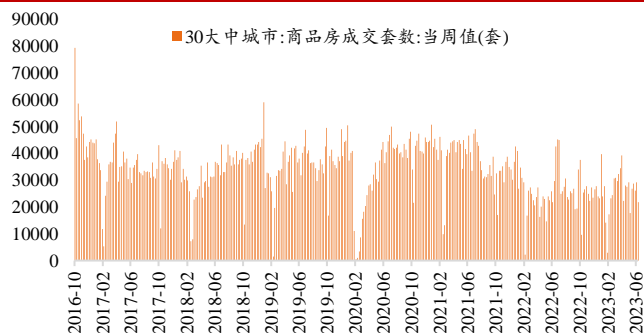


资料来源：百川盈孚BAIINFO，首创证券

4.2 家具

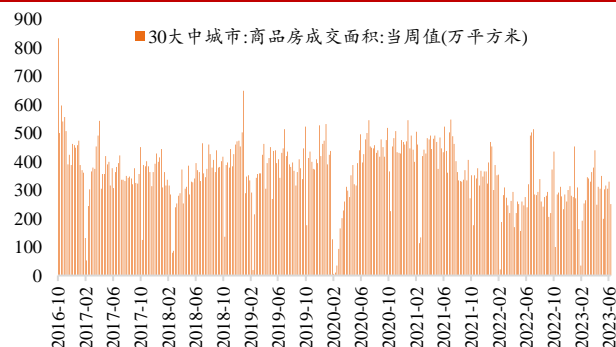
本周 30 大中城市商品房成交套数 21823 套，较上周下降 25%；本周 30 大中城市商品房成交面积 252 万平方米，较上周下降 23%。

图 39：30 大中城市商品房成交套数



资料来源：Wind，首创证券

图 40：30 大中城市商品房成交面积



资料来源：Wind，首创证券

2023 年 1-5 月，商品房销售面积累计值 46440 万平方米，累计同比-0.9%；5 月商品房销售面积当月值 8804 万平方米，同比下降 3%；1-5 月份住宅商品房销售面积累计值 40663 万平方米，累计同比增长 2.3%；5 月住宅商品房销售面积当月值 7697 万平方米，同比增长 0.6%；1-5 月份房屋竣工面积累计值 27826 万平方米，累计同比增长 19.6%；5 月房屋竣工面积当月值 4148 万平方米，同比增长 24%；1-5 月份住宅竣工面积累计值 20194 万平方米，累计同比增长 19%；5 月住宅竣工面积当月值 2798 万平方米，同比增长 17%。

图 41：商品房销售面积累计值及累计同比

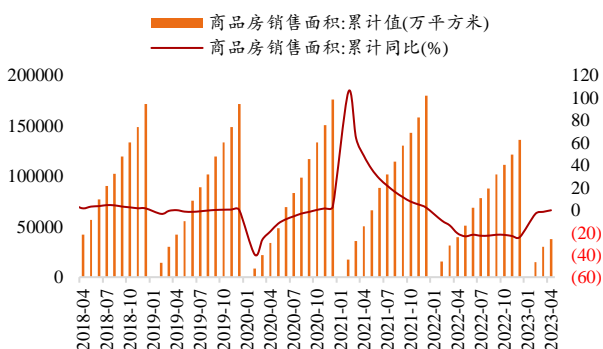
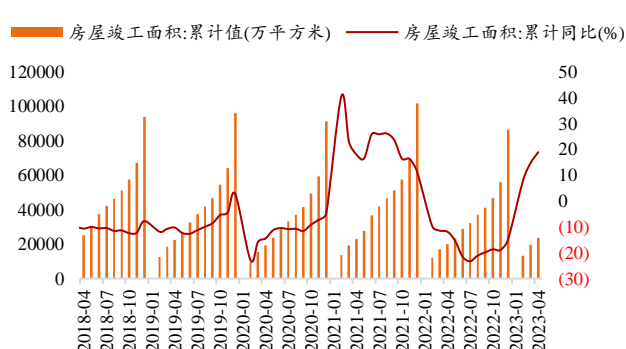


图 42：房屋竣工面积累计值及累计同比

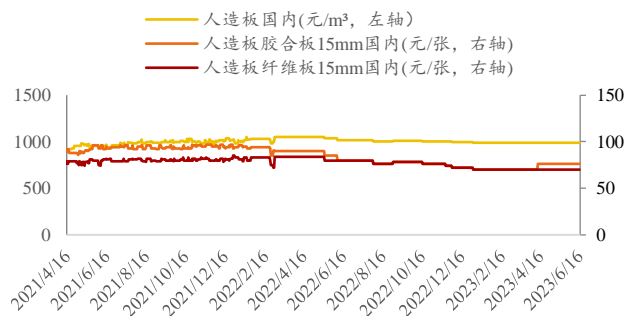


资料来源: Wind, 首创证券

资料来源: Wind, 首创证券

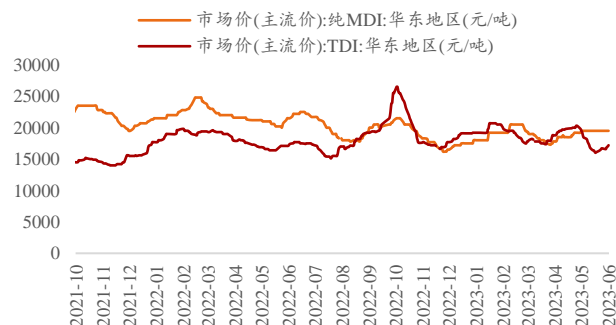
人造板国内本周价格 990 元/m³, 较上周持平; 胶合板(15mm)本周价格 76 元/张, 较上周持平; 纤维板(15mm)本周价格 70 元/张, 较上周持平。本周价格纯 MDI 主流市场价(华东地区) 19500 元/吨, 较上周持平 0%; 本周价格 TDI 主流市场价(华东地区) 17200 元/吨, 较上周上涨 4%。

图 43: 人造板价格(元/张)



资料来源: Wind, 首创证券

图 44: TDI 与 MDI 市场价(元/吨)

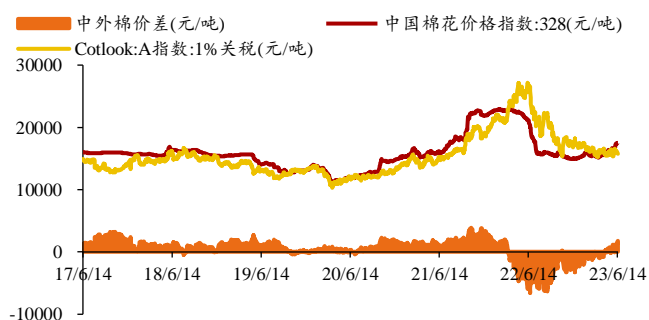


资料来源: Wind, 首创证券

4.3 纺织服装

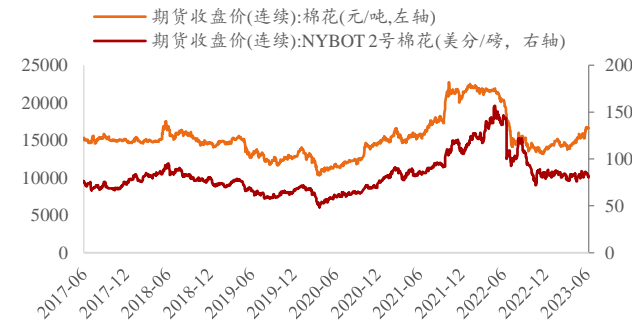
棉花现货: 本周中国棉花价格指数:328 为 17540 元/吨, 较上周上涨 126 元/吨; Cotlook:A 指数:1%关税为 15588 元/吨, 较上周下跌 550 元/吨; 中外棉花价差为 1952 元/吨, 较上周上涨 676 元/吨; 棉花期货: 本周郑交所棉花期货收盘价为 16595 元/吨, 较上周下跌 20 元/吨; 纽交所棉花期货收盘价为 81.35 美分/磅, 较上周下跌 2.64 美分/磅。

图 45: 棉花现货中外价格指数及价差(元/吨)



资料来源: Wind, 首创证券

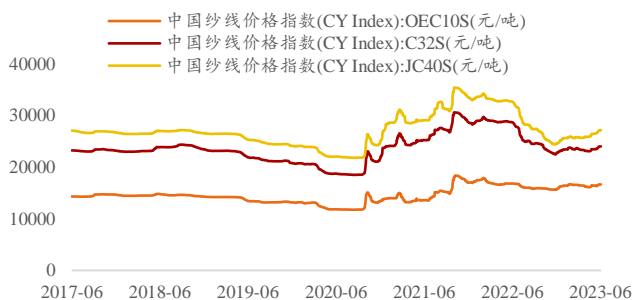
图 46: 棉花期货价格指数(元/吨, 美分/磅)



资料来源: Wind, 首创证券

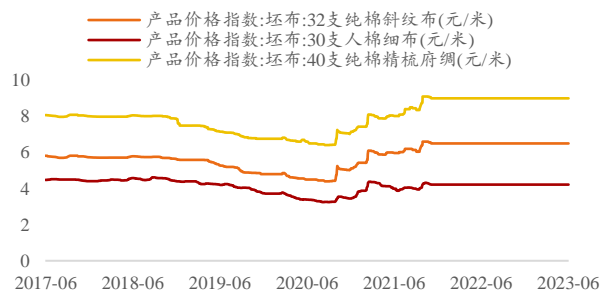
纱线: 本周 32 支纯棉纱为 24000 元/吨, 较上周上涨 25 元/吨; 40 支精梳纯棉纱为 27150 元/吨, 较上周上涨 60 元/吨; 坯布: 本周 32 支纯棉斜纹布为 4.22 元/米, 较上周持平; 40 支纯棉精梳府绸为 9.00 元/米, 较上周持平。

图 47：中国纱线价格指数（元/吨）



资料来源：Wind，首创证券

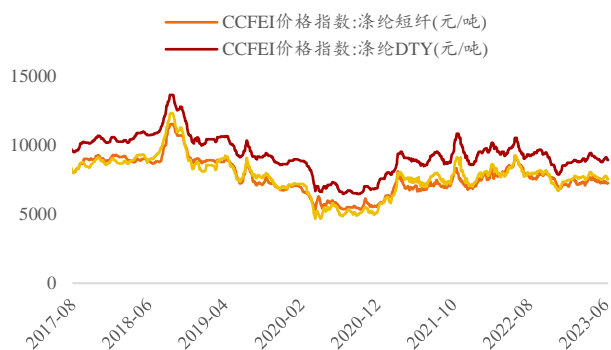
图 48：坯布价格指数（元/米）



资料来源：Wind，首创证券

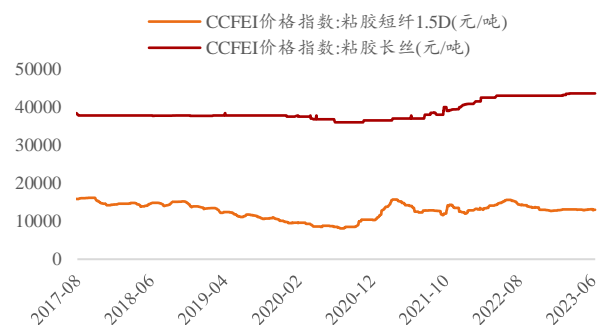
涤纶：本周涤纶短纤为 7233.33 元/吨，较上周下跌 16.67 元/吨；涤纶 DTY 为 8900 元/吨，较上周下跌 200 元/吨；涤纶 POY 为 7530 元/吨，较上周下跌 195 元/吨。粘胶：本周粘胶短纤 1.5D 为 13000 元/吨，较上周持平；粘胶长丝为 43600 元/吨，较上周持平。

图 49：涤纶价格指数（元/吨）



资料来源：Wind，首创证券

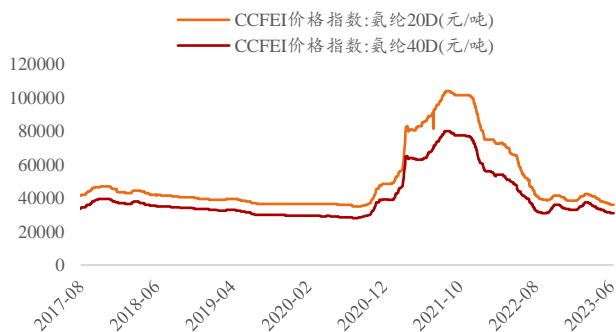
图 50：粘胶价格指数（元/吨）



资料来源：Wind，首创证券

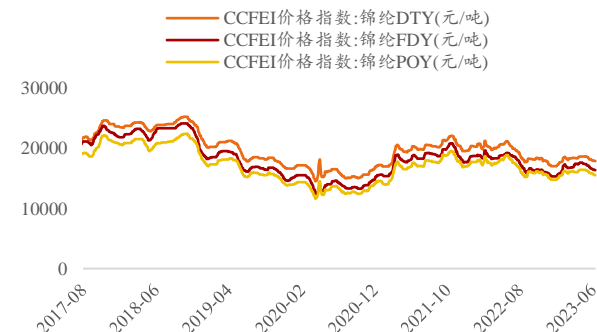
氨纶：本周氨纶 20D 为 36000 元/吨，较上周持平；氨纶 40D 为 31000 元/吨，较上周持平。锦纶：本周锦纶 FDY 为 16350 元/吨，较上周下跌 100 元/吨；锦纶 POY 为 15500 元/吨，较上周下跌 150 元/吨。

图 51：氨纶价格指数（元/吨）



资料来源：Wind，首创证券

图 52：锦纶价格指数（元/吨）



资料来源：Wind，首创证券

5 本周重要公告及行业新闻

5.1 公司公告

1. 【百隆东方】公司 2021 年第一期和第二期股票期权激励计划的第二个行权期

行权条件已达成，对应行权股份数量 120 万份和 643 万份，因公司进行权益分配，行权价格分别调整为 2.73 元/股和 3.13 元/股。

2. 【红豆股份】公司控股股东红豆集团通过大宗交易方式减持公司股份 3000 万股，占公司总股本的 1.3%；本次减持完成后，红豆集团累计持有公司股份 13.53 亿股，占公司总股本比例为 58.7%。
3. 【稳健医疗】公司拟与星达公司签署稳健工业园城市更新搬迁补偿安置相关协议，搬迁标的是公司总部和深圳制造分公司的原有经营场所，收取的货币补偿及过渡安置补偿合计 4.15 亿元，回迁物业建筑面积共计 50660 平方米。
4. 【伟星股份】公司本次向特定对象发行股票预计募集资金总额不超过 11.95 亿元，主要用于“年产 9.7 亿米高档拉链配套织带搬迁及服饰辅料技改项目（一期）”、“年产 2.2 亿米高档拉链扩建项目”、“越南服装辅料生产项目”和“补充流动资金”。
5. 【健盛集团】截至 2023 年 6 月 14 日，公司通过集中竞价方式累计回购公司股份数量为 1166 万股，占公司目前总股本的比例为 3.1%，成交价格为 7.7-8.91 元/股，累计支付资金总额为 9572 万元。

5.2 行业新闻

1、H&M 第二季度收入增长 6%

H&M 在截至 5 月底的 2023 年第二季度业绩显示，销售额同比增长 6%至 576 亿瑞典克朗，该集团表示，与去年同期相比，H&M 集团几个大型市场的第二季度销售额受到不利天气条件的影响，但强调 6 月已恢复积极表现。随着全球旅游的复苏，第三季度欧洲旅游支出将激增，H&M 销售额有望实现更大的增长。值得注意的是，H&M x Mugler 合作系列于今年 5 月对外发售，发售当日多款产品售罄，获得了年轻群体较高的关注度。（来源：时尚无国界）

2、Nike 中国 5 月线上销售增长 69%

5 月中国传统电商平台的运动服饰销售额同比增长 1%，不及 4 月 12%的增幅，且国外品牌明显跑赢本土品牌，Nike 线上销售额同比增长 69%，主要与去年的低基数以及 618 促销预售强劲、产品供应及中国到货率更高有关。Nike 在 2023 财年第三季度内，营收同比增长 14%至 124 亿美元，Nike 首席执行官兼总裁 John Donahoe 曾表示，业绩增长主要得益其消费者直接加速(CDA)计划，该计划包括瞄准 DTC 和数字渠道，并退出一些批发渠道。（来源：时尚无国界）

3、5 月家具类零售额增长 5%，建筑及装潢材料类下降 14.6%

6 月 15 日，国家统计局发布 2023 年 5 月社会消费品零售总额。5 月，家具类零售总额为 115 亿元，同比增长 5%；建筑及装潢材料类零售总额为 121 亿元，同比下降 14.6%。1-5 月，家具类零售总额为 538 亿元，同比增长 4.5%；建筑及装潢材料类零售总额为 583 亿元，同比下降 6.6%。（来源：今日家居 FurnitureToday）

4、北美橱柜巨头 Artisan Custom Closets 收购 Carolina Closets 及其姐妹品牌

近日，北美最大的橱柜公司之一 Artisan Custom Closets 宣布收购 Carolina Closets 及其姐妹品牌 Spacemakers Closets。该公司在一份声明中表示：此次收购将推动公司成为美国东南部定制存储解决方案的领导者。Artisan Custom Closets（工匠定制衣柜）于 2023 年 1 月被投资公司 Georgia Oak Partners 收购。Carolina Closets 成立于 1997 年，专注于为住宅提供设计，制造和安装定制存储解决方案，包括壁橱，厨房，车库，食品室，办公室，洗衣房和墨菲床等。2013 年，Carolina Closets 收购了 Spacemakers——美国亚特兰大地区的家居品牌，主要提供豪华定制衣柜等。（来源：今日家居 FurnitureToday）

6 风险提示

原材料价格大幅波动风险;终端需求萎靡风险;汇率波动风险;全国疫情反复风险;
房地产市场大幅波动风险。

分析师简介

陈梦，轻工纺服与家电行业首席分析师，北京大学硕士，曾就职民生证券、华创证券，2021年7月加入首创证券。十三届卖方分析师水晶球入围；十四届卖方分析师水晶球第五名；十八届新财富最佳分析师入围。

郭琦，纺织服装行业研究助理，美国波士顿大学金融数学硕士，天津大学学士，2021年6月加入首创证券。

分析师声明

本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，作者将对报告的内容和观点负责。

免责声明

本报告由首创证券股份有限公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）制作。本报告所在资料的来源及观点的出处皆被首创证券认为可靠，但首创证券不保证其准确性或完整性。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业财务顾问的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，首创证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。投资者需自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告所载的信息、材料或分析工具仅提供给阁下作参考用，不是也不应被视为出售、购买或认购证券或其他金融工具的要约或要约邀请。该等信息、材料及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，首创证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

首创证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。首创证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。首创证券的自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

在法律许可的情况下，首创证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行业务服务。因此，投资者应当考虑到首创证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一信赖依据。

本报告的版权仅为首创证券所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式转发、翻版、复制、刊登、发表或引用。

评级说明

1. 投资建议的比较标准

投资评级分为股票评级和行业评级

以报告发布后的6个月内的市场表现为比较标准，报告发布日后的6个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期的沪深300指数的涨跌幅为基准

2. 投资建议的评级标准

报告发布日后的6个月内的公司股价（或行业指数）的涨跌幅相对同期的沪深300指数的涨跌幅为基准

	评级	说明
股票投资评级	买入	相对沪深300指数涨幅15%以上
	增持	相对沪深300指数涨幅5%-15%之间
	中性	相对沪深300指数涨幅-5%-5%之间
	减持	相对沪深300指数跌幅5%以上
行业投资评级	看好	行业超越整体市场表现
	中性	行业与整体市场表现基本持平
	看淡	行业弱于整体市场表现