



# 轻工制造行业研究周报：轻工 行业各公司 2021 年度业绩 预告梳理



## 内销家居板块

持续看好“内需+2C”为主的软体家居赛道。渠道力方面，软体家居具有“线上无法取代线下”“大宗无法取代零售”的天然壁垒，头部企业在KA卖场逐步占据核心位置，以多品类模式在同一卖场开设系列店，把握线下流量入口，地方性及中小品牌或将逐步失去成交场景，从而退出核心市场竞争；产品力方面，过去几年国内软体企业依托收购海外品牌、和海外设计师合作开发等方式，产品力得到显著提升，叠加“国潮崛起”消费思潮，消费者对国产家居品牌的接受度提升；软体大宗影响小，软体家居消费属于个性化消费，精装房不配套，因此大宗业务收入占比很低，个别地产企业的波动对公司账期及短期业绩几乎不产生影响。结合估值性价比，持续看好“内需+2C”为主的软体龙头【喜临门】、【顾家家居】、【敏华控股】；定制板块优选业务结构良好且管理能力强的【欧派家居】、【志邦家居】。

## 铝塑膜板块：

铝塑膜行业整体来看，目前处于供不应求状态，铝塑膜需求目前核心驱动力是软包电池出货量快速增长，未来增量或源于两轮电动车、储能电池、固态电池等领域。据EVTank及利元亨招股说明书数据，全球软包电池出货量占比由2012年的23.93%提升至2020年的55.83%，2020年出货量107.7GWh，YOY+28.1%；竞争格局来看，全球铝塑膜主要被日本企业垄断，其中大日本印刷（DNP）占据全球50%市场份额，昭和电工占

据 20% 市场份额。目前国内铝塑膜技术取得进展,产品性能和可靠性提升,供应体系逐步完善,形成上下游良性循环反馈,处于国产替代化的前夜。推荐【紫江企业】,核心逻辑是国产替代,本质原因是技术进步及上下游供应体系逐步完善,21Q3 公司铝塑膜单价 16.8 元/平米,21H1 均价 16.0 元/平米,20 年均价 15.5 元/平米,单价持续环比提升,行业竞争格局良好。

### 金属包装板块:

金属包装:行业受益二片罐提价,竞争格局改善,预计 21 年普遍实现较高增长。1) 昇兴股份:预计 21 年实现归母净利润 1.66 亿元-1.82 亿元,同比增加 1116.9%~1232.73%,公司主要产品市场需求和订单同比大增,尤其新增能量饮料客户订单增长态势显著,带动制罐与灌装业务双增,此外,高端铝瓶已成为公司新核心利润增长点之一;2) 嘉美包装:预计 21 年实现归母净利润 1.57 亿元-1.74 亿元,同比增加 355.82%~403.8%,公司在传统植物蛋白饮料、含乳饮料等领域老客户所占市场份额持续扩张,并且新拓展功能饮料头部品牌客户,此外,2021 年新开发果冻汽水、燕麦奶、厚椰乳、椰奶、豆奶、咖啡等细分领域里的一批市场领先品牌客户,纸易拉罐、ABC、SBC 等创新产品商业化运用于多个强势品牌。

### 林业碳汇:

中国有望成为全球最大的碳交易市场,林业碳汇为 CCER 项目中的“黄金”。

全球碳市场覆盖全球 16%温室气体排放、全球 54%GDP 值、近三分之一人口，预计 2021 年全球碳市场配额总量超过 75 亿吨；2019 年中国二氧化碳排放量全球占比 28.8%，有望成为全球最大的碳交易市场！林业碳汇作为“碳中和”进程中的“负碳”途径，具备碳汇量大、成本低、生态附加值高等特点，是 CCER 项目中的“黄金”。

《造纸行业“十四五”及中长期高质量发展纲要》发布，提出积累碳汇和生物质资源。2021 年 12 月 10 日，中央经济工作会议通稿中强调“要科学考核，新增可再生能源和原料用能不纳入能源消费总量控制，创造条件尽早实现能耗“双控”向碳排放总量和强度“双控”转变，加快形成减污降碳的激励约束机制，防止简单层层分解”；2021 年 12 月 17 日，北京绿色交易所恢复收取 CCER 交易相关所有费用；2021 年 12 月 24 日，《造纸行业“十四五”及中长期高质量发展纲要》提出五大发展目标，其中包括积累碳汇和生物质资源等。建议关注【岳阳林纸】。

新型烟草板块：

近期电子烟政策密集出台，政策规范促进行业有序发展。2021 年 11

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_37596](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37596)

