

2017年第8期

中国家居行业研究月报

2017年8月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.



北京银联信科技股份有限公司

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.



目 录

I 宏观经济	4
一、本月宏观经济运行	4
(一) 中国制造业经理采购指数	4
(二) 工业生产者价格变动情况	6
(三) 居民消费价格变动情况	8
(四) 进出口情况分析	10
二、财政货币政策	11
(一) 财政政策	11
(二) 货币政策	13
II 本月重点关注	16
一、精度卫浴正式入驻中国家居正品查询平台 向假冒伪劣说“不”	16
二、调调科技携手红星美凯龙 共创绿色环保家居商城	16
三、上半年建材家居销售数据	17
III 本月家居行业运行分析	19
一、荣事达将打造智能家居产业园	19
二、知名扫地机器人厂商 iRobot 押注智能家居市场	19
三、浙江省 2 批次木家具抽检不合格 创美家具等公司被通报	20
四、工业 4.0 时代 柔性生产有助于定制家居企业提高产能	20
IV 行业产业链上下游分析	22
一、上游行业分析	22
(一) 木材行业	22
二、下游行业分析	23
(一) 家具行业	23
V 行业区域运行动态	25
一、江西赣州 再添“国字号” 公共技术服务平台	25
二、宜家贵阳公司正式成立 落地贵阳市场步伐逐渐加快	25
三、宜家郑州打造家居商场项目 投资总额 9 亿元	26
VI 重点企业跟踪	27
一、顾家家居拟发行 13.8 亿可转债 加码软体家具	27
二、LG 推出 5 款全新家用物联网传感器 完善智能家居	27
三、关怀生态未来 全友家居助力上海国际绿色电影周	27
VII 行业信贷机会风险分析	29
一、宏观经济波动风险	29
二、国外实施反倾销和绿色贸易壁垒的风险	29
三、房地产市场调控风险	30



四、创新和人才缺失风险30



图表目录

图表 1: 中国制造业 PMI(月度) (%)	4
图表 2: 制造业与非制造业对比	5
图表 3: 规模以上工业增加值同比增长速度	7
图表 4: 2017 年 6 月全国居民消费价格涨跌幅 (单位: %)	8
图表 5: 6 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅 (单位: %)	9
图表 6: 6 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 (单位: %)	10



I 宏观经济

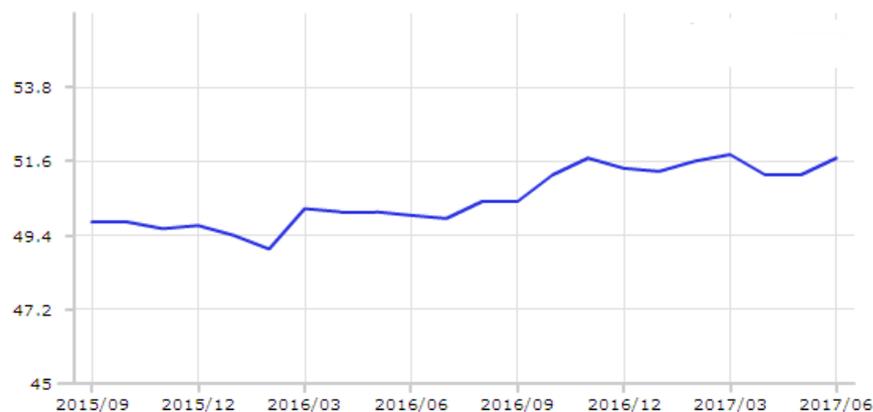
一、本月宏观经济运行

(一) 中国制造业经理采购指数

1、2017年6月中国制造业PMI为51.7%

2017年6月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%，比上月上升0.5个百分点，制造业扩张步伐有所加快。

图表 1：中国制造业 PMI(月度)(%)



分企业规模看，大型企业PMI为52.7%，比上月上升1.5个百分点，持续高于临界点；中型企业PMI为50.5%，低于上月0.8个百分点，继续位于扩张区间；小型企业PMI为50.1%，虽比上月回落0.9个百分点，但仍位于临界点之上。

从分类指数看，在构成制造业PMI的5个分类指数中，生产指数和新订单指数高于临界点，原材料库存指数、从业人员指数和供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为54.4%，高于上月1.0个百分点，处于扩张区间，表明制造业生产继续保持增长，增速有所加快。

新订单指数为53.1%，比上月上升0.8个百分点，位于临界点之上，表明制造业市场需求稳中有升。



原材料库存指数为48.6%，比上月回升0.1个百分点，仍位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量继续减少。

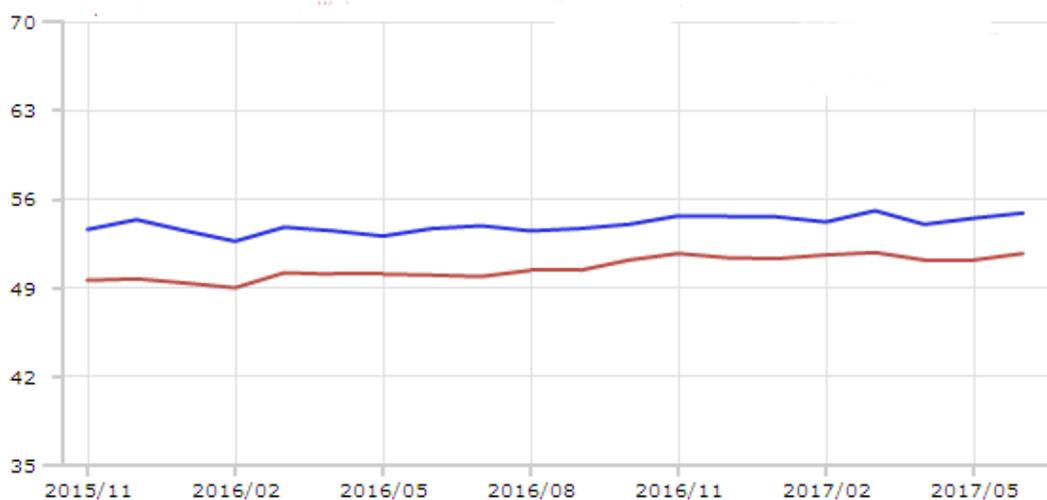
从业人员指数为49.0%，比上月回落0.4个百分点，持续低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少。

供应商配送时间指数为49.9%，比上月下降0.3个百分点，落至临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间环比略有放缓。

2. 2017年6月中国非制造业PMI为54.9%

2017年6月份，中国非制造业商务活动指数为54.9%，高于上月0.4个百分点，连续两个月上升，非制造业延续稳中有升的扩张态势。

图表 2：制造业与非制造业对比



分行业看，服务业商务活动指数为53.8%，高于上月0.3个百分点，服务业保持增长态势。从行业大类看，航空运输业、邮政业、电信广播电视和卫星传输服务、互联网及软件信息技术服务、货币金融服务、保险业等行业商务活动指数均位于60.0%以上的高位景气区间，业务总量快速增长。餐饮业、资本市场服务、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数低于临界点，业务总量有所回落。建筑业商务活动指数为61.4%，比上月上升1.0个百分点，企业生产活动有所加快。

新订单指数为51.4%，比上月上升0.5个百分点，持续位于临界点以上，表明非制造业市场需求增速继续加快。分行业看，服务业新订单指数为50.7%，比上月上升0.4个百分点，连续两个月位于扩张区间。建筑业新订单指数为55.4%，比



上月上升1.3个百分点，继续高于临界点。

投入品价格指数为51.2%，高于上月0.1个百分点，位于临界点以上，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平涨幅微升。分行业看，服务业投入品价格指数为49.6%，比上月下降0.2个百分点。建筑业投入品价格指数为59.9%，比上月上升1.5个百分点。

销售价格指数为49.3%，比上月回升0.5个百分点，继续位于临界点以下，表明非制造业销售价格总体水平降幅有所收窄。分行业看，服务业销售价格指数为48.8%，比上月回升0.7个百分点。建筑业销售价格指数为52.0%，比上月回落0.9个百分点。

从业人员指数为49.6%，虽比上月回升0.6个百分点，但仍位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量有所减少，但收缩幅度收窄。分行业看，服务业从业人员指数为49.2%，比上月回升0.8个百分点。建筑业从业人员指数为51.9%，比上月回落0.5个百分点。

业务活动预期指数为61.1%，高于上月0.9个百分点，连续两个月位于高位景气区间。分行业看，服务业业务活动预期指数为60.0%，比上月上升0.8个百分点。建筑业业务活动预期指数为67.6%，比上月上升1.8个百分点。

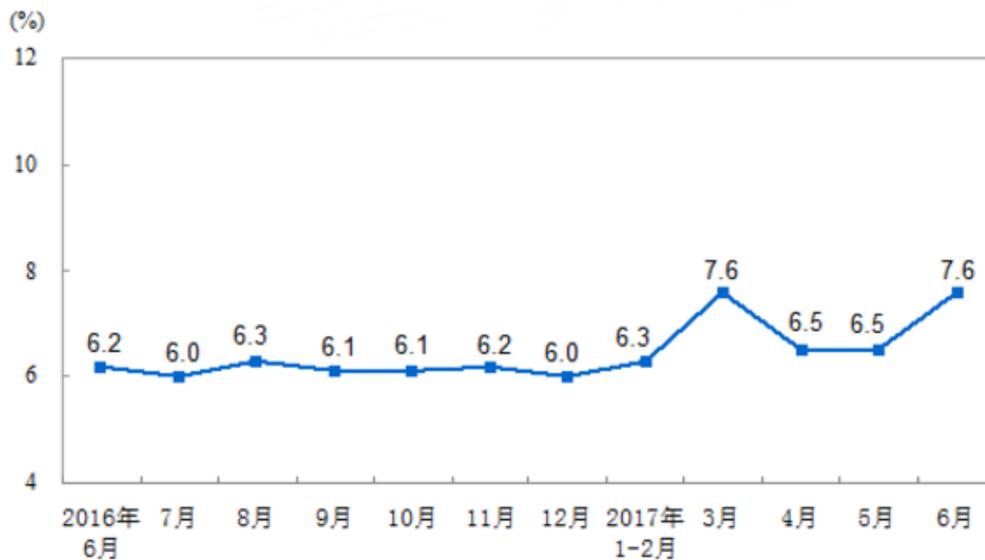
整体来看，当前制造业PMI和非制造业PMI都有显著上升，增长动能增强。

（二）工业生产者价格变动情况

2017年6月份，规模以上工业增加值同比实际增长7.6%（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比5月份加快1.1个百分点。从环比看，6月份，规模以上工业增加值比上月增长0.81%。1-6月份，规模以上工业增加值同比增长6.9%。



图表 3：规模以上工业增加值同比增长速度



分三大门类看，6月份，采矿业增加值同比下降0.1%，制造业增长8.0%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长7.3%。

分经济类型看，6月份，国有控股企业增加值同比增长6.8%；集体企业增长3.9%，股份制企业增长7.7%，外商及港澳台商投资企业增长8.0%。

分行业看，6月份，41个大类行业中有38个行业增加值保持同比增长。其中，农副食品加工业增长7.2%，纺织业增长4.9%，化学原料和化学制品制造业增长4.3%，非金属矿物制品业增长4.1%，黑色金属冶炼和压延加工业增长0.7%，有色金属冶炼和压延加工业增长3.5%，通用设备制造业增长12.3%，专用设备制造业增长12.0%，汽车制造业增长13.1%，铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业增长4.6%，电气机械和器材制造业增长12.3%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长14.6%，电力、热力生产和供应业增长6.6%。

分地区看，6月份，东部地区增加值同比增长8.2%，中部地区增长8.5%，西部地区增长7.9%，东北地区增长1.7%。

分产品看，6月份，596种产品中有441种产品同比增长。其中，钢材9757万吨，同比增长0.7%；水泥22081万吨，下降0.9%；十种有色金属485万吨，增长6.1%；乙烯135万吨，下降3.2%；汽车225.0万辆，增长6.2%；轿车90.5万辆，下降1.0%；发电量5203亿千瓦时，增长5.2%；原油加工量4608万吨，增长2.3%。

6月份，工业企业产品销售率为97.7%，比上年同期提高0.5个百分点。工业企业实现出口交货值11723亿元，同比名义增长11.7%。



（三）居民消费价格变动情况

2017年6月份，全国居民消费价格同比上涨1.5%。其中，城市上涨1.7%，农村上涨1.0%；食品价格下降1.2%，非食品价格上涨2.2%；消费品价格上涨0.6%，服务价格上涨3.0%。上半年，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨1.4%。

6月份，全国居民消费价格环比下降0.2%。其中，城市下降0.1%，农村下降0.2%；食品价格下降1.0%，非食品价格上涨0.1%；消费品价格下降0.4%，服务价格上涨0.3%。

图表 4：2017 年 6 月全国居民消费价格涨跌幅（单位：%）



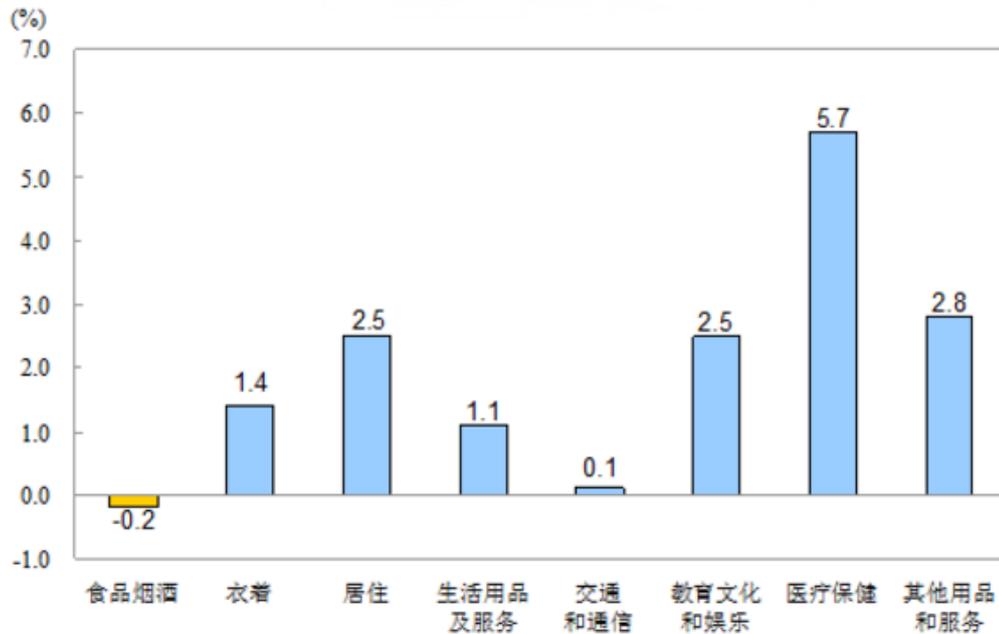
1、各类商品及服务价格同比变动情况

6月份，食品烟酒价格同比下降0.2%，影响CPI下降约0.06个百分点。其中，畜肉类价格下降10.5%，影响CPI下降约0.53个百分点（猪肉价格下降16.7%，影响CPI下降约0.51个百分点）；蛋价格下降9.3%，影响CPI下降约0.05个百分点；鲜果价格上涨9.9%，影响CPI上涨约0.16个百分点；鲜菜价格上涨5.8%，影响CPI上涨约0.12个百分点；水产品价格上涨5.1%，影响CPI上涨约0.09个百分点；粮食价格上涨1.5%，影响CPI上涨约0.03个百分点。

6月份，其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健价格上涨5.7%，其他用品和服务价格上涨2.8%，居住、教育文化和娱乐价格均上涨2.5%，衣着、生活用品及服务、交通和通信价格分别上涨1.4%、1.1%和0.1%。



图表 5：6 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅（单位：%）



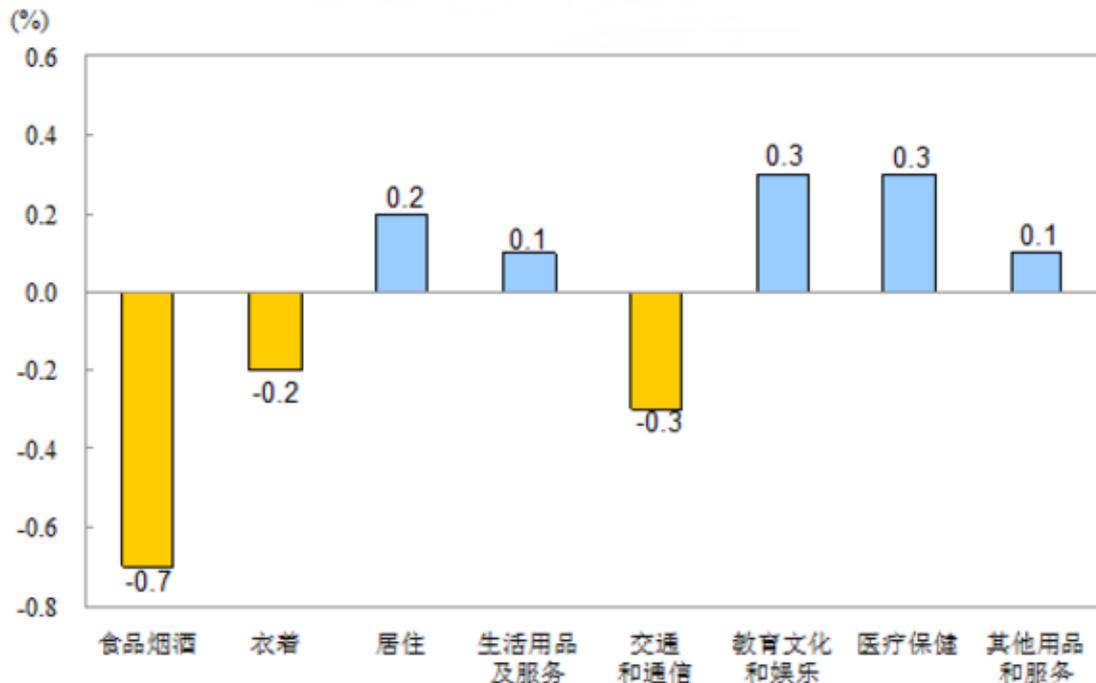
2、各类商品及服务价格环比变动情况

6月份，食品烟酒价格环比下降0.7%，影响CPI环比下降约0.19个百分点。其中，鲜果价格下降4.2%，影响CPI下降约0.08个百分点；畜肉类价格下降2.2%，影响CPI下降约0.10个百分点（猪肉价格下降3.4%，影响CPI下降约0.09个百分点）；鲜菜价格下降1.1%，影响CPI下降约0.02个百分点；水产品价格下降0.5%，影响CPI下降约0.01个百分点；蛋价格上涨4.9%，影响CPI上涨约0.02个百分点。

6月份，其他七大类价格环比五涨二降。其中，教育文化和娱乐、医疗保健价格均上涨0.3%，居住价格上涨0.2%，生活用品及服务、其他用品和服务价格均上涨0.1%；交通和通信、衣着价格分别下降0.3%、0.2%。



图表 6：6 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅（单位：%）



（四）进出口情况分析

2017年上半年，我国货物贸易进出口总值13.14万亿元人民币，比2016年同期（下同）增长19.6%。其中，出口7.21万亿元，增长15%；进口5.93万亿元，增长25.7%；贸易顺差1.28万亿元，收窄17.7%。具体情况主要有以下几个方面：

1. 一般贸易进出口增长，比重提升。上半年，我国一般贸易进出口7.46万亿元，增长20.5%，占我国进出口总值的56.7%，比2016年同期提升0.4个百分点，贸易方式结构有所优化。

2. 对传统市场进出口全面回升，对部分“一带一路”沿线国家进出口增长。上半年，我国对欧盟、美国和东盟进出口分别增长17.4%、21.3%和21.9%，三者合计占我国进出口总值的41.4%。同期，我国对俄罗斯、巴基斯坦、波兰和哈萨克斯坦等国进出口分别增长33.1%、14.5%、24.6%和46.8%。

3. 民营企业进出口占比提升。上半年，我国民营企业进出口5.02万亿元，增长20.6%，占我国进出口总值的38.2%，比2016年同期提升0.3个百分点。其中，出口3.37万亿元，增长17.8%，占出口总值的46.7%，比重提升1.1个百分点，第一大出口经营主体的地位进一步巩固；进口1.65万亿元，增长26.8%。

4. 中西部和东北三省进出口增速较快。上半年，中西部18省市外贸整体增速



为27.1%，超过全国整体增速7.5个百分点；东北三省外贸整体增速为23.1%，超过全国整体增速3.5个百分点；东部10省市外贸整体增速为18.3%。

5. 机电产品、传统劳动密集型产品仍为出口主力。上半年，我国机电产品出口4.13万亿元，增长14.6%，占我国出口总值的57.2%。其中，汽车出口增长32.5%、船舶出口增长25.1%、手机出口增长13.5%。同期，传统劳动密集型产品合计出口1.48万亿元，增长12.9%，占出口总值的20.5%。

6. 铁矿砂、原油和天然气等大宗商品进口量价齐升。上半年，我国进口铁矿砂5.39亿吨，增加9.3%；原油2.12亿吨，增加13.8%；大豆4481万吨，增加14.2%；天然气3109万吨，增加15.9%；成品油1503万吨，减少2.8%；铜223万吨，减少18.4%。同期，我国进口价格总体上涨12.7%。其中，铁矿砂进口均价上涨55%，原油上涨47.9%，大豆上涨18%，天然气上涨10%，成品油上涨35.6%，铜上涨29.5%。

7. 中国外贸出口先导指数环比上升，连续第8个月稳中向好。6月，中国外贸出口先导指数为41.5，较上月上升0.4，其中，根据网络问卷调查数据显示，当月，我国出口经理人指数为44.7，较上月下滑0.5；新增出口订单指数、出口经理人信心指数分别下滑0.3、1.1至48.5、49.8，出口企业综合成本指数回升0.1至23。

二、财政货币政策

（一）财政政策

1、一般公共预算收入情况

6月份，全国一般公共预算收入17082亿元，同比增长8.9%。其中，中央一般公共预算收入7568亿元，同比增长10.7%；地方一般公共预算本级收入9514亿元，同比增长7.4%。全国一般公共预算收入中的税收收入13720亿元，同比增长12%；非税收入3362亿元，同比下降2.4%。

1-6月累计，全国一般公共预算收入94306亿元，同比增长9.8%。其中，中央一般公共预算收入43891亿元，同比增长9.6%，为年初预算的55.8%；地方一般公共预算本级收入50415亿元，同比增长10%，为年初代编预算的56%。全国一般公共预算收入中的税收收入80074亿元，同比增长10.9%；非税收入14232亿元，同比增长4.4%。

主要收入项目情况如下：



(1) 国内增值税28815亿元，同比增长2.2%。其中，受全面推开营改增试点翘尾减收以及去年同期各地清缴营业税导致的高基数等影响，改征增值税下降19.4%；受相关产品价格上涨、部分行业销售收入快速增长等影响，工业增值税、商业增值税分别增长21.9%、30.4%。

(2) 国内消费税5849亿元，同比增长7.1%。

(3) 企业所得税21210亿元，同比增长15.6%。主要受企业利润较快增长带动。

(4) 个人所得税6753亿元，同比增长18.6%。主要是居民收入增长、财产转让所得增加等带动。

(5) 进口货物增值税、消费税7701亿元，同比增长34%；关税1458亿元，同比增长21.2%。

(6) 出口退税7141亿元，同比增长23.1%。主要是出口增长较快以及上年基数较低。

(7) 城市维护建设税2187亿元，同比增长0.6%。

(8) 车辆购置税1552亿元，同比增长22.8%。

(9) 印花税1197亿元，同比增长1.6%。其中，证券交易印花税618亿元，同比下降8.8%。

(10) 资源税699亿元，同比增长58.2%。主要是部分矿产品价格上涨，以及去年7月1日起全面推开资源税改革、对绝大多数矿产品实行从价计征带来翘尾增收。

(11) 土地和房地产相关税收中，契税2564亿元，同比增长18.5%；土地增值税2920亿元，同比增长23.9%；房产税1389亿元，同比增长18.8%；耕地占用税1173亿元，同比增长8%；城镇土地使用税1312亿元，同比增长14.2%。

(12) 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入436亿元，同比增长8.7%。

总体上看，上半年全国财政收入较快增长，是我国经济运行总体平稳、稳中向好的综合反映，也是工业品价格上涨、企业盈利状况改善、进口价量齐升等多重因素共同作用的结果。

2、一般公共预算支出情况

6月份，全国一般公共预算支出27016亿元，同比增长19.1%。其中，中央一



般公共预算本级支出3030亿元，同比增长10.2%；地方一般公共预算支出23986亿元，同比增长20.3%。

1-6月累计，全国一般公共预算支出103483亿元，同比增长15.8%。其中，中央一般公共预算本级支出14196亿元，同比增长9.5%；地方一般公共预算支出89287亿元，同比增长16.9%。财政支出进度加快，中央财政支出为年初预算的48%，地方财政支出为年初代编预算的54.2%，分别比去年同期进度提高0.6个和4.4个百分点。

今年以来，各级财政部门认真落实党中央、国务院决策部署，实施更加积极有效的财政政策，推进财政资金统筹使用，及时拨付下达财政资金，切实保障各项重点支出需要。从主要支出项目情况看：教育支出15346亿元，增长17.2%；科学技术支出2905亿元，增长22.7%；文化体育与传媒支出1272亿元，增长10.3%；社会保障和就业支出14803亿元，增长24.6%；医疗卫生与计划生育支出8623亿元，增长18.2%；城乡社区支出11892亿元，增长20.1%；农林水支出8060亿元，增长10%；交通运输支出5507亿元，增长4.4%；住房保障支出2967亿元，增长8.7%；债务付息支出3075亿元，增长31%。

（二）货币政策

1、广义货币增长9.4%，狭义货币增长15%

6月末，广义货币(M2)余额163.13万亿元，同比增长9.4%，增速分别比上月末和上年同期低0.2个和2.4个百分点；狭义货币(M1)余额51.02万亿元，同比增长15%，增速分别比上月末和上年同期低2个和9.6个百分点；流通中货币(M0)余额6.7万亿元，同比增长6.6%。上半年净回笼现金1326亿元。

2、上半年人民币贷款增加7.97万亿元，外币贷款增加469亿美元

6月末，本外币贷款余额120.21万亿元，同比增长12.7%。月末人民币贷款余额114.57万亿元，同比增长12.9%，增速与上月末持平，比上年同期低1.4个百分点。

上半年人民币贷款增加7.97万亿元，同比多增4362亿元。分部门看，住户部门贷款增加3.77万亿元，其中，短期贷款增加9527亿元，中长期贷款增加2.82万亿元；非金融企业及机关团体贷款增加4.43万亿元，其中，短期贷款增加1.64万亿元，中长期贷款增加4.21万亿元，票据融资减少1.59万亿元；非银行业金融机构贷款减少2487亿元。6月份，人民币贷款增加1.54万亿元，同比多增1533亿元。



6月末，外币贷款余额8327亿美元，同比增长6.1%。上半年外币贷款增加469亿美元，同比多增921亿美元。6月份，外币贷款增加126亿美元，同比多增76亿美元。

3、上半年人民币存款增加9.07万亿元，外币存款增加801亿美元

6月末，本外币存款余额165.04万亿元，同比增长9.6%。月末人民币存款余额159.66万亿元，同比增长9.2%，增速与上月末持平，比上年同期低1.7个百分点。

上半年人民币存款增加9.07万亿元，同比少增1.46万亿元。其中，住户存款增加3.94万亿元，非金融企业存款增加1.45万亿元，财政性存款增加4164亿元，非银行业金融机构存款增加1.03万亿元。6月份，人民币存款增加2.64万亿元，同比多增1856亿元。

6月末，外币存款余额7931亿美元，同比增长20.9%。上半年外币存款增加801亿美元，同比多增513亿美元。6月份，外币存款增加141亿美元，同比多增159亿美元。

4、6月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为2.94%，质押式债券回购月加权平均利率为3.03%

上半年银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交359.11万亿元，日均成交2.92万亿元，日均成交比上年同期下降8.2%。其中，同业拆借日均成交同比下降14.1%，现券日均成交同比下降21.9%，质押式回购日均成交同比下降2.8%。

6月份同业拆借加权平均利率为2.94%，分别比上月和上年同期高0.06个和0.8个百分点；质押式回购加权平均利率为3.03%，分别比上月和上年同期高0.1个和0.92个百分点。

5、国家外汇储备余额3.06万亿美元

6月末，国家外汇储备余额为3.06万亿美元。6月末，人民币汇率为1美元兑6.7744元人民币。

6、上半年跨境贸易人民币结算业务发生2.15万亿元，直接投资人民币结算业务发生5700亿元

2017年上半年，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生1.65万亿元、5058亿元、1514亿元、



4186亿元。



II 本月重点关注

一、精度卫浴正式入驻中国家居正品查询平台 向假冒伪劣说“不”

为响应国家号召，保障消费者权益，精度卫浴正式加入了“中国家居正品查询平台”与来自世界各地近300家全球知名品牌一起，从根本上杜绝制假售假，净化市场环境，推动行业和国家经济健康持续发展。

中国家居正品查询平台，简称正品搜，是由中国质量认证中心发起，中国标准化研究院研发，红星美凯龙负责实施的第三方防伪验证平台。

该平台综合了NFC及二维码识别技术，对加入平台的每一件家居商品都会生成独立的编号。消费者在红星美凯龙家居卖场购买商品时，通过编号用微信扫描防伪标签二维码，就能实时辨别出产品的真假，彻底杜绝买到假冒伪劣产品的隐患。

精度卫浴强势入驻中国家居正品查询平台，不仅实现了产品的防伪功能，助力消费者安心消费，同时接受平台不定期随机抽检的方式进行质量监控，这是对自身品牌的产品品质和服务的强大信心，同时确保消费者能够买到货真价实的绿色家居产品。

二、调调科技携手红星美凯龙 共创绿色环保家居商城

2017年进入下半场，调调科技可谓是喜事连连，先是与恒大集团、中房等国内一线房地产商建立了合作伙伴关系。近日，又与有着中国“家居领袖品牌”美誉的红星美凯龙达成了战略合作。由此，调调科技将为红星美凯龙在国内80多个城市几百家连锁家居商城提供商业LED照明产品及服务，未来，双方更将在智能照明系统领域展开深度的合作。

LED被公认为21世纪“绿色照明”，在使用寿命、低耗节能、稳定性等方面都有着显著优势，国家政策方面也大力提倡使用LED灯具替换传统照明产品。根据全球第二大市场调研机构发布的报告显示，到2020年，LED将取代传统照明市场超80%的市场份额，整体市场将超5000亿。。



由于对LED领域趋势的预判,调调科技早早便布局了LED照明,从中上游出发,打通整个产业链,用互联网技术+互联网思维的模式,去除了中间环节成本,联手全球知名供应商,用高准备的元器件打造每一款产品,推动LED照明行业创新和绿色节能环保。

同样,红星美凯龙一直以打造绿色环保家居商场为目标,努力为消费者健康、环保的生活提供更多的保障,是中国家居业中仅有被授予“中国绿色生态家居示范商场”称号的企业,这与调调科技低碳环保的理念相一致,相信此次的合作,必定能为双方奠定良好的基础。

据悉,红星美凯龙将通过自建和合作经营两种方式打造1000座家居MALL。从原先的一二线城市,垂直往下开到三四线城市和重点的县城。互联网越发达,所有有限的资源就会越稀缺,不可复制的线下商业资源就更具备了稀缺性。在“新零售”概念下,阿里、京东、小米这些互联网企业都在补实体店的缺口的逻辑也是如此,红星美凯龙遍布全国的商城将是其最优质的资源。

未来,红星美凯龙将通过互联网技术将“家居MALL”升级为“家庭MALL”,全方面提升顾客的体验,成为街区和社群的公共客厅。调调科技推出的商业LED照明解决方案,可以让商业体内部空间的响应能力迈上一个新的台阶,将一流的照明灯具、人性化的照明控制器、及成熟的照明系统结合起来,让商城运营者可以集中控制不同环境中的每一个灯位,并且,凭借对顾客活动和偏好的更深入了解,还可以通过定制照明来营造出温馨又难忘的进店体验,同时也能实现品牌基石的高能效和可持续性。

三、上半年建材家居销售数据

1、上半年建材家居市场销售额4071.2亿元 同比下降25.34%

近日,由商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布的全国建材家居景气指数BHI6月份数据公布。6月全国建材家居景气指数为91.63,环比下降5.40点,同比下降15.52点。全国规模以上建材家居卖场6月销售额为773.4亿元,环比下降7.02%,同比下降27.57%。1-6月累计销售额为4071.2亿元,同比下降25.34%。

国家统计局近日发布的数据显示,2017年1-5月,家具制造业产销率98%,同比下降0.1%;出口交货值740.7亿元,累计同比增长5.8%。家具制造业主营业务收入3517.4亿元,累计同比增长13.4%;利润总额206.3亿元,累计同比增长8.5%。



中国净水器市场容量年增长率达到50%。预计到2019年全国家用净水器市场普及率将达到20%~30%，约1亿家庭的拥有量，年平均增长率为30%，我国净水器保有量超过9000万台，每年增长速度近30%。

中国上半年钢材出口降低28%，进口增长5.3%。据中国海关总署统计：今年1-6月份，出口钢材4099万吨，同比减少1593万吨，下降28%；进口钢材680万吨，同比增加34万吨，增长5.3%。

到目前为止，亚太地区占全球木器漆市场的60%，是最大的木材漆市场。以奥尔公司的数字为基础，52.5亿欧元占全球木器漆总价值的61%，大约17亿升，相当于总容积的65%。



III 本月家居行业运行分析

一、荣事达将打造智能家居产业园

合肥荣事达电子电器集团有限公司跻身全国第二批“双创”示范基地，目前，荣事达正在建设“中国（长丰）智能家居产业园”。未来，荣事达将打造全屋智能化解决方案，构建“社交客厅”、“智膳厨房”、“健康卧室”、“聪明阳台”、“超级卫生间”、“智慧书房”、“智爱餐厅”、“智尚衣帽间”、“智能车库”、“智美花园”十大智能家居生态圈。

荣事达的三个关键业务，家电、新能源、建材都和‘家’有关系，所以当众多不同阵营的厂商都不约而同看上并布局智能家居市场的时候，荣事达已经把自己转型升级的战略目标定位于‘智能家居’，成为‘智能家居全屋系统解决方案’供应商。其推进路径是以若干单品为突破口，逐步打造为全屋智能化解决方案商。

通过体感交互、无线通信、云存储、智能传感、大数据技术和人工智能技术，让客厅、厨房、卫生间、阳台等所有家场景全部智能化。目前，荣事达正在建设“中国（长丰）智能家居产业园”。

据悉，改造一期253亩18.1万m²已建成的起步区，建设二期1000亩的中国（长丰）智能家居产业园核心区，规划三期2000亩的中国（长丰）智能家居产业园拓展区。

此外，荣事达还将进一步补充高端技术拔尖人才队伍，“三年内整合投资400个创客项目，以荣事达智能家居全价值链双创中心为平台，向社会广泛吸引创客团队到合肥长丰创业；每年吸引创客团队100个左右，三年吸引400个。

二、知名扫地机器人厂商 iRobot 押注智能家居市场

美国知名扫地机器人公司iRobot旗下的Roomba扫地机器人对于许多用户来说或许已经非常熟悉，但这家公司的未来可不仅仅依靠这些收集灰尘的扫地机器人，而是会更多的依赖于用户家庭数据的收集。

不过，iRobot计划收集的数据类型同其他科技公司都存在巨大不同，因为



iRobot想要收集的是诸如房间内沙发之间的间距、桌椅同其他装饰用品之间的距离等空间数据，该公司相信包括这些精确的空间数据对于未来“智能家居”时代将起到至关重要的作用。

从目前的消息来看，不少投资人以及包括苹果、亚马逊和谷歌(微博)这些公司都对iRobot的这一项目非常感兴趣。而根据HS Markit给出的市场调研数据来看，2016年的智能家居市场规模已经达到98亿美元，今年更是有望迎来60%的同比涨幅。

iRobot已经在今年三月让旗下Roomba扫地机器人兼容亚马逊的Alexa语音助手，公司也对将这些空间数据出售给上述科技企业持开放态度。对此，苹果、亚马逊和谷歌均未就此发表置评。

事实上，由于安吉尔对公司定下的这一长期发展战略，iRobot股价已经从去年的每股35美元上涨至如今的102美元，公司市值也达到了25亿美元。然而，现阶段的iRobot也不是没有任何隐忧。因为密集的收集用户家庭空间数据会引发用户对于隐私问题的担忧，而且现在市面上还出现了不少价格更便宜的扫地机器人产品，就比如售价300美元的BissellSmartClean以及售价270美元的Hoover Quest600扫地机器人。

三、浙江省2批次木家具抽检不合格 创美家具等公司被通报

浙江省质量技术监督局近日发布2016年浙江省木家具产品监督抽查结果信息，根据《中华人民共和国产品质量法》、《浙江省产品质量监督条例》的规定，该局组织开展了全省木家具产品监督抽查，抽查了杭州、宁波、嘉兴、湖州、绍兴、金华、舟山、台州等8个地区32家企业的32批次木家具产品，不合格2批次，批次不合格率为6.25%，产品不合格项目主要集中在漆膜(耐香烟灼烧)等项目。

四、工业4.0时代 柔性生产有助于定制家居企业提高产能

定制家居给消费者带来了布局个性化、空间高效化的体验感，使消费者充分体会到“家文化”的乐趣。伴随着工业4.0时代的来临，定制家居市场的个性化需求的实现要依靠的是智能化柔性生产。从宏观层面来看，全球已经经历了三次工业革命，并来到了如今的第四次革命：工业4.0。即21世纪初，德国所提出的以智能制造为核心，以高度灵活的个性化和数字化的产品与服务为特点的生产模



式。纵观这次革命，很重要一点是生产力的解放和发展。也就是产能问题。对于方兴未艾的定制家居行业来说，产能也是个无法绕过的问题。

所谓柔性化生产是指，在品质、交期、成本保持一致的条件下，生产线在大批量生产和小批量生产之间任意切换。业界谈论更多的“大规模个性化定制”只是柔性生产的一种形式。柔性生产的本质，是使生产过程由厂家主导，转型为消费者主导。运用大数据技术和思维，把消费者与生产者一体化。

定制家居行业快速成长，品牌企业市场占有率提升空间大：在城镇化、收入水平提高等因素推动下，我国定制家具行业快速发展，目前家具占比重仅20%，仍有较大提高空间。柔性生产针对大规模刚性生产的弊端，通过系统结构、人员组织、运作方式和市场营销等方面的改革，使生产系统能对市场需求变化作出快速的适应，消除冗余无用的损耗，力求企业获得更大的效益。



IV 行业产业链上下游分析

一、上游行业分析

(一) 木材行业

2017年的5、6月木材市场，原木、板枋材市场销售价格都呈现下降趋势。原木和板枋材按当前国外报价到货基本是倒挂的，从进口量统计：1-4月原木进口量增加12.8%；板枋材进口量增加23.2%，其中增加最大的进口量，铁杉&花旗松进口量环比增加63.78%。

现在国外供应商都在下调木材的采购价格，俄罗斯原木从133美元/m³下调到125-127美元/m³。其中，俄罗斯桦木、白松、樟子松原木市场价格下降幅度在100-150元/m³；樟子松板枋材SF1-4价格从250美元/m³降到245美元/m³；加拿大供应商SPF7月供应价格下调5-20美元/m³。

1、从市场当前的木材材种看

俄罗斯原木白桦、白松下降超过120元/m³以上，樟子松原木下降了80-100元/m³，辐射松价格稳定；

北美木材价格稳中向上大约30元/m³，SPF2*6，3#、4#降价幅度最大，从5月初到6月初下调180元/m³以上；SPF2#、J#依然短缺，近期到货量增加，2#价格下调了80元/m³。

2、从国内市场来看

俄罗斯口料、SPF2*4销售较好，价格向上；欧洲板枋材当前到货为250美元/m³大约倒挂20元/m³；相对北美材原木市场相对较好，主要因为北美铁杉&花旗松，当前到货都是4月的采购价930美元/千板尺，辐射松大约倒挂50元/m³；

俄罗斯樟子松板枋材主要陆路口岸从1730元/m³下降到1670元/m³；太仓樟子松SF1-4在2000-2030元/m³。

加拿大主要供应商随着美国对加拿大木材供应商的关税制裁减少对美国的出口，加拿大对中国SPF的出口开始增加，但中国主要市场已接受俄罗斯板枋材



的规格、价格和供应量，SPF重回中国市场将是长远的过程。现在满洲里、绥芬河、二连浩特到货量较大，满洲里原木、板枋材价格均下调。

近日满洲里木材大火牵动每个木材供应商、经销商的视线，通过木材大火上调价格预期，从国数源专家的市场分析来看，这应该对市场价格影响较小，木材价格大幅上涨预期难以实现，主要原因：

当前已进入传统销售淡季，蓝变期、农忙季节，从主要市场来看市场需求都在减少；满洲里5、6月每天到货量在高货量运行6-7列大约440车皮，二连浩特每日到货量从往年30-40车增加到100-120车，绥芬河每日到货量在300车左右，三个主要陆路口岸到货量都在持续增加。

从主要港口地区来看，太仓地区大部分货场都处于饱和状态，岚山地区货场也是处于库存量较高状态。由于太仓、岚山出货进一步减慢，木材价格上升动力不足。

满洲里当前到货60%为板枋材，遭受火灾的3-6家企业库存量每家不足1万立方米，实际损失木材不会超过8万立方米，对于满洲里每天到货量在4万立方米左右不会产生大的影响。

3、从库存量来看

截止到5月30日，太仓五港原木库存量146.8万立方米，与4月相比有所下降，其中北美材53.2万立方米、辐射松35.3万立方米、澳松38.9万立方米、俄罗斯木材17.3万立方米、日本木材6.1万立方米，北美木材到货量持续增加。岚山地区库存量62.8万立方米，其中北美材14.5万立方米、辐射松42.2万立方米，其他6.1万立方米。板枋材库存量太仓83.7万立方米，其中SPF24.3万立方米；天津21.8万立方米，其中SPF6.8万立方米；青岛15万立方米，其中SPF5.2万立方米。

二、下游行业分析

（一）家具行业

我国家具业正处于一个充满机遇和挑战的阶段。随着供给侧结构改革不断深入，国内家具行业加速推进技术、产品、规模等方面的革新，行业发展日益成熟；同时，由于环保政策、行业规范日益明晰，家具行业正从中低端向中高端全面转型，部分企业通过多年积累，在上游资源、生产能力、销售渠道等环节，已取得阶段性成果，家具细分行业市场集中度提升。在行业平稳增长趋势下，部分企业



把握机遇，转型升级成效显著，特别是品牌家具企业，利用互联网、大数据、现代技术改造生产和服务模式，增强产品竞争力。

据中国家具业协会的数据统计，2016年全年中国家具行业规模以上企业累计完成主营业务收入8,559.46亿元，同比增长8.57%；累计完成利润总额537.48亿元，同比增长7.88%；累计完成产量79,464.15万件，同比增长1.27%。家具出口方面受人民币贬值等因素影响，出口规模有所回落，全行业累计出口491.89亿美元，同比下降9.38%。

我国家具行业规模以上（年产值2000万元以上）企业工业总产值逐年增大。随着我国国民经济的快速增长，家具作为大宗消费品，在人民生活水平迅速提高、城镇化建设快速发展的情况下，市场容量不断扩大，家具行业已形成了一定的产业规模。近年来，我国家具行业规模以上企业工业总产值大幅增长，从2011年度的4,992.3亿元上升至2016年度的8,559.46亿元，年复合增长率高达11.39%。



V 行业区域运行动态

一、江西赣州再添“国字号”公共技术服务平台

日前质检总局、国家认监委联合发布通知，国家家具产品质量监督检验中心（江西）通过国家认监委“三合一”评审和授权，经质检总局组织的专家组验收合格，获批正式成立。

该通知的发布标志着国家家具产品质量监督检验中心（江西）已经全面完成“国家质检中心”筹建任务，正式成为服务南康家具产业集群乃至全国家具产业的“国字号”公共技术服务平台，对促进赣州市家具产业转型升级，进一步提升南康家具在全国家具行业，特别是实木家具行业的话语权，推动形成全国“实木家具看南康”的示范效应具有重要意义。

该中心自筹建以来，在质检总局和国家认监委的监督和指导下，在省、市质检局的关心支持下，坚持以服务产业转型升级为目标，以业务拓展为抓手，以提升能力为重点，以科研提效为核心，紧紧围绕“建设全球一流家具及材料检测与研发公共服务平台”任务要求，通过全方位拓展业务，不断提升能力和业务扩项，在技术能力、团队建设、科研能力、运行状况、影响力和权威性等方面都取得较大突破，不断开创中心发展新格局。目前，该中心已具备94个家具及相关产品、1200个参数的检验能力，覆盖国内标准近200项，国际标准及国外先进标准18项。

二、宜家贵阳公司正式成立 落地贵阳市场步伐逐渐加快

根据工商注册网公开信息，宜家（中国）投资有限公司全资子公司贵阳宜家家居有限公司正式在贵阳市工商部门登记成立，宜家落地贵阳市场的步伐开始逐渐加快。

按照工商注册网公开信息显示，贵阳宜家家居有限公司，注册资本：27500万人民币元，成立日期：2017年7月26日，住所登记地址为贵州省贵阳市观山湖区人民政府行政办公楼第26层673号。

其主要的经营范围包括家具、家居用品、化妆品、器具、玩具、家用电器、



家用电子产品、文教及体育用品、日用百货、纺织品、服装、厨用刀具、家用五金工具、家用消防器材、自行车及电动自行车、以及上述所有产品的零部件、绿色植物及其袋装种子、肥料、培养基材（泥土及石料）、预包装食品、散装食品、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）、饮料、冷饮、酒类和农产品的零售及咨询服务；餐饮服务；上述所有产品的安装、提货搬运、维修及售后服务；国内货物运输代理；停车服务；自有物业租赁；房地产开发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

贵阳宜家家居有限公司系宜家（中国）投资有限公司全资子公司，宜家集团所属母公司INGKA Holding B.V（英格卡控股有限公司），100%控股宜家（中国）投资有限公司。

IKEA(宜家家居)，来自瑞典，为目前全球知名家具和家居用品的零售商，始建于1943年，目前已经在中国多个省份注册分公司开设多家商场。

三、宜家郑州打造家居商场项目 投资总额 9 亿元

客来福全屋定制是国内知名定制品牌之一，和很多本土的定制品牌不同的是，该品牌来自安徽，是徽商的一个知名代表。该公司拥有华东、华南两个生产基地，品牌进入华南一年多，已在广东开设了20多家门店，仅佛山就有5-6家。此次广州店的开业，更能增强其在广佛圈内的竞争力。

客来福注重全屋健康定制，作为一个有责任感的企业，客来福始终秉承“客户是天，产品是命”的八字方针，采用进口E0级板材、亚寒带生态原木、福离子健康板等优质环保板材，产品获得了国家十环认证。例如客来福的“福离子”健康衣柜，采用天然“森林负氧离子”原理，原创天然负氧离子健康板，每立方厘米含人体所需1600多个健康负氧离子，可以洁净空气，令家居清新自然，符合人们对健康生活的需求。而作为简欧定制衣柜的开创者和推动者，客来福在全球范围内一直以简欧系列产品著称。在设计概念上，客来福汲取了意大利家具文化的精髓，并与现代时尚生活方式相结合，融古汇今。



VI 重点企业跟踪

一、顾家家居拟发行 13.8 亿可转债 加码软体家具

近日顾家家居与居然之家双方签署战略合作协议，现场达成1520战略合作。1520战略意为计划截止2020年顾家家居将在居然之家全国连锁系统中新开专卖店1500家，在居然之家系统门店总数超过2000家，每年联合营销活动不低于200场。顾家家居副总裁刘宏现场表示：“居然之家一直以来都是顾家家居非常重要的合作伙伴，早在2003年，顾家品牌专卖店就已经入驻到居然之家，现在，平均每家居然之家店都有两家以上顾家品牌专卖店。但这些合作还远远不够，这次的1520战略，就是双方开展深入合作的第一步。”

双方正在合力打造“爱空间国美店”，该项目面积达1700平方米，计划7月底在北京国美马甸鹏润店进行试运营。正式营业后，预计单店年销售规模可达10亿元。

二、LG 推出 5 款全新家用物联网传感器 完善智能家居

LG电子公司日前公布了五款最新家用物联网传感器，可以分别检测水泄露、烟、一氧化碳、门禁和日常活动。这些传感器需要连接到SmartThinQ(一款由LG开发的移动应用程序)上来控制家用电器。同时，这些传感器能够向智能手机发送数据，在漏水等的紧急情况下及时通知用户。

该公司表示，这种一氧化碳传感器有助于保护用户，因为其气体是无色无味的。而门禁传感器将向智能手机发出警报，完善家用防盗系统。

这些产品由LG商业合作伙伴制造，可以在韩国当地的零售店购买，价格从3.2万韩元(约合人民币189元)到6.6万韩元(约合人民币390元)不等。

三、关怀生态未来 全友家居助力上海国际绿色电影周

首届上海国际绿色电影周将于2017年7月27日至8月2日在上海举办。届时，



将会有包括《一条没有变成蓝色的鱼》、《忠犬情缘》以及《Dream》等超过40部国内外绿色环保主题的电影，在电影周期间展映。

上海国际绿色电影周是由国家新闻出版广电总局电影局于2017年正式批复，由中国电影资料馆(中国电影艺术研究中心)、上海市文化广播影视管理局主办，北京伊迪传媒承办的绿色主题电影活动。旨在扩大世界和中国绿色生态主题电影的影响力，唤醒更多人的生态环保意识。

为了宣传推广电影周的核心价值理念，上海国际绿色电影周携手国际爱护动物基金会推行明星公益海报计划《你的世界有我》，特邀众明星为野生动物发声，保护栖息地，拒绝消费野生动物制品，拒绝观看动物表演，留住他们的美好。



VII 行业信贷机会风险分析

一、宏观经济波动风险

总体来说，家具行业与宏观经济景气程度及居民人均可支配收入呈正相关，家具产品用于民用生活性消费，虽然一定程度的受宏观经济景气程度影响，但相对来说传导过程较长，对宏观经济波动的相关度为中等水平，与工业消费品相比，不会因宏观经济的影响而出现大幅波动。从家具行业对宏观经济波动的敏感性判断，未来家具行业的发展不会因为宏观经济增长的减速而直接对应减速。但是，若宏观经济的波动引起原材料价格上涨及房地产市场的衰退，则一定程度上会直接影响到家具产品的销售。

二、国外实施反倾销和绿色贸易壁垒的风险

我国家具出口过分依赖于OEM（贴牌生产），较少实行ODM（自主设计制造）和OBM（自创品牌）经营模式，绝大部分出口家具价格仅为欧美发达国家同类产品的1/3至1/2，成为欧美等发达国家对我国出口家具实施反倾销的把柄。如2012年美国对中国板式家具的反倾销申诉，欧盟家具制造商向欧盟委员会提交的对中国软垫沙发、坐椅等家具反倾销申诉等。

此外，欧美发达国家还出台了一系列针对家具产品绿色贸易壁垒措施，如2011年7月1日，《复合木制品甲醛标准法案》在美国全面实施，严格限制复合木制品甲醛释放量；2012年4月30日实施的《输美木制工艺品最终法案》，修订的“特定条件”大幅提高了我国输美木制工艺品的准入门槛；2013年，欧盟禁止非法木材进口和交易的法案实施，要求进口商自述木材来源的合法性，部分经销商要求出口企业提供具有森林认证（FSC）的家具产品。层出不穷的反倾销和绿色贸易壁垒措施提高了我国家具企业的运营成本，一定程度的抑制了我国家具出口。



三、房地产市场调控风险

近年来，为抑制房地产市场过热，遏制投机需求，房地产销售价格，国家先后出台了一系列房地产调控政策。2014年4月，国务院下发《关于坚决遏制部分城市房价过快上涨的通知》（国发[2010]10号）；为进一步贯彻落实国发[2010]10号文件的有关精神，巩固房地产市场调控成果，中国人民银行于2010年9月份下发《关于完善差别化住房信贷政策有关问题的通知》（银发[2010]275号），要求商业银行严格执行贷款购买商品住房的首付款比例及贷款利率等相关政策，明确暂停发放三套及以上住房贷款，坚决遏制房地产市场投机行为；2013年2月，国务院颁布“国五条”，提出继续抑制投机投资性购房、增加普通商品住房及用地供应。虽然家具消费的目标客户是刚性和改善性住房需求群体，但房地产调控政策引起的房价波动会使得刚性和改善性住房需求者对房价走势持观望态度，不利于房地产的正常销售，从而一定程度的影响到家具消费。

四、创新和人才缺失风险

家具市场普遍的“克隆”现象一方面反映了我国家具行业自律不足、竞争无序的现状，如果公司热卖的产品受到竞争对手模仿，则会对公司营业收入造成影响；另一方面，“克隆”现象高也反映了国内家具制造业缺乏成熟的设计人才，许多家具设计师只是从事简单图纸绘制工作的制图师，缺乏独特的设计理念，行业内知名品牌寥寥无几。多数家具企业尤其是中小型家具企业只是粗放的发展加工生产能力，忽视对品牌塑造和研发设计的投入，品牌溢价和产品附加值占比不高，行业利润率偏低。设计人才的匮乏和创新能力的缺失已经成为制约我国家具行业转型升级的瓶颈。



免责声明

本报告采用公开、合法的信息，由北京银联信科技股份有限公司（简称银联信）的研究人员运用相应的研究方法，对所研究的对象做出相应的评判，代表银联信观点，仅供用户参考，并不构成任何投资建议。投资者须根据情况自行判断，银联信对投资者的投资行为不负任何责任。

银联信力求信息的完整和准确，但是并不保证信息的完整性和准确性；报告中提供的包括但不限于数据、观点、文字等信息不构成任何法律证据。如果报告中的研究对象发生变化，我们将不另行通知。

未获得银联信的书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需要致电本公司并获得书面授权，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。