

东兴轻纺&商社：竣工增速环比提升，纸企再发涨价函

——周观点

观点综述：

竣工增速环比提升，静待地产宽松政策落地；关注优质出口轻工企业。7月商品房住宅销售面积同比-24.9%，销售额同比-24.3%；竣工面积同比+38.3%；新开工面积同比-26.9%。竣工数据增速环比提升，将有望支撑短端家居需求。但地产销售端数据压力环比提升，压制未来家居需求。静待地产宽松政策逐步落地，提振家居需求预期。7月家居内销同比+0.1%，增速环比回落但仍保持正增长，静待促家居消费政策的落地，及新房竣工数据逐步转换为家居需求，下半年家居销售仍可预期。外销同比-15.2%，虽然出口整体依旧承压，但从麒盛科技、嘉益股份中报看，部分品类已环比改善。同时海外零售商库存已有改善，且成本端要素均有向好。质出口公司在估值低位下，可保持关注。整体来看，家居板块全年业绩可期，地产及家居促销政策逐步边际放松有望改善未来业绩预期。我们推荐关注业绩弹性大的定制家具板块，如**索菲亚、志邦家居、欧派家居、金牌厨柜**等；以及受益智能马桶渗透率提升的**瑞尔特**。

文化纸再发涨价函，低成本下纸企盈利改善可期。纸价方面，8月15日纸企再次发布文化纸涨价函，涨价幅度200元/吨。此前7月已有纸企发布文化纸、白卡纸涨价函，8月10日亦有多家特种纸企发布格拉辛纸涨价函。我们认为当前行业旺季临近、下游需求企稳、木浆价格回升，纸企提价具备一定支撑。供需关系较好的纸种或有望率先受益，目前来看文化纸已部分落实提价。浆价方面，7月木浆进口价格进一步下降，阔叶浆/针叶浆环比6月每吨下降49美元/72美元；下半年浆价预计总体低位震荡，随着低价木浆到库，Q3纸企成本预计将进一步降低，Q4有望维持低位。在此情况下，纸价的企稳回暖有利于纸企下半年的盈利改善。从需求具备韧性、旺季存在刚需、供给端压力较小等因素考虑，建议关注特种纸和旺季文化纸的盈利表现，若需求复苏超预期可关注前期供需矛盾较大的包装纸企。推荐关注**太阳纸业、仙鹤股份**。

市场回顾

本周纺织服装行业上涨0.70%，轻工制造上涨0.54%，商贸零售下跌2.38%，社会服务下跌2.90%，美容护理下跌0.83%，在申万31个一级行业中分别排第2、3、21、24、12名。指数方面，上证指数下跌1.80%，深证成指下跌3.24%。

重点推荐：

索菲亚、志邦家居、欧派家居、金牌厨柜、瑞尔特、顾家家居、喜临门、太阳纸业、仙鹤股份、珀莱雅、贝泰妮、华住集团-S、锦江酒店、首旅酒店、海伦司、奈雪的茶

风险提示：宏观经济下行影响购买力、政策风险

2023年8月23日

看好/维持

轻纺&商社

行业报告

未来3-6个月行业大事：

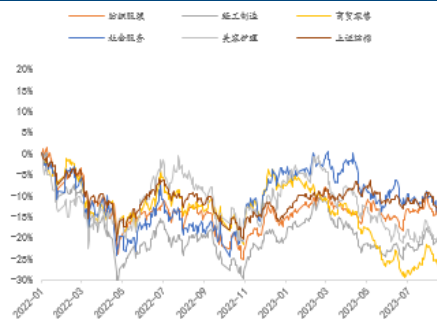
无

行业基本资料

占比%

股票家数	485	9.2%
重点公司家数	-	-
行业市值(亿元)	35963.19	3.9%
流通市值(亿元)	28159.64	4.0%
行业平均市盈率	26.57	
市场平均市盈率	13.10	

行业指数走势图



资料来源：恒生聚源、东兴证券研究所

分析师：常子杰

010-66554040

changzj@dxzq.net.cn

执业证书编号

S1480521080005

分析师：魏宇萌

010-66555446

weiyum@dxzq.net.cn

执业证书编号

S1480522090004

分析师：刘雪晴

010-66554026

liuxq@dxzq.net.cn

执业证书编号

S1480522090005

分析师：沈逸伦

010-66554044

shenyil@dxzq.net.cn

执业证书编号

S1480523060001

1. 核心观点：

竣工增速环比提升，静待地产宽松政策落地；关注优质出口轻工企业。7月商品房住宅销售面积同比-24.9%，销售额同比-24.3%；竣工面积同比+38.3%；新开工面价同比-26.9%。竣工数据增速环比提升，将有望支撑短端家居需求。但地产销售端数据压力环比提升，压制未来家居需求。静待地产宽松政策逐步落地，提振家居需求预期。7月家居内销同比+0.1%，增速环比回落但仍保持正增长，静待促家居消费政策的落地，及新房竣工数据逐步转换为家居需求，下半年家居销售仍可期。外销同比-15.2%，虽然出口整体依旧承压，但从麒盛科技、嘉益股份中报看，部分品类已环比改善。同时海外零售商库存已有改善，且成本端要素均有向好。质出口公司在估值低位下，可保持关注。整体来看，家居板块全年业绩可期，地产及家居促销政策逐步边际放松有望改善未来业绩预期。我们推荐关注业绩弹性大的定制家具板块，如**索菲亚、志邦家居、欧派家居、金牌厨柜**等；以及受益智能马桶渗透率提升的**瑞尔特**。

文化纸再发涨价函，低成本下纸企盈利改善可期。纸价方面，8月15日纸企再次发布文化纸涨价函，涨价幅度200元/吨。此前7月已有纸企发布文化纸、白卡纸涨价函，8月10日亦有多家特种纸企发布格拉辛纸涨价函。我们认为当前行业旺季临近、下游需求企稳、木浆价格回升，纸企提价具备一定支撑。供需关系较好的纸种或有望率先受益，目前来看文化纸已部分落实提价。浆价方面，7月木浆进口价格进一步下降，阔叶浆/针叶浆环比6月每吨下降49美元/72美元；下半年浆价预计总体低位震荡，随着低价木浆到库，Q3纸企成本预计将进一步降低，Q4有望维持低位。在此情况下，纸价的企稳回暖有利于纸企下半年的盈利改善。从需求具备韧性、旺季存在刚需、供给端压力较小等因素考虑，建议关注特种纸和旺季文化纸的盈利表现，若需求复苏超预期可关注前期供需矛盾较大的包装纸企。推荐关注**太阳纸业、仙鹤股份**。

(1) 家居：

7月地产销售端延续弱势，竣工数据增速环比提升。7月商品房住宅销售面积同比-24.9%，销售额同比-24.3%；竣工面积同比+38.3%；新开工面价同比-26.9%。住宅销售面积自4月份同比由正转负后，7月份依然保持了较大的降幅；同时住宅销售额数据也连续两月呈现较大的下滑幅度。但竣工数据得益于“保交楼”的推进以及此前较好的销售数据，7月同比增速再次实现环比加速。新开工面积数据持续回落，表明地产商信心依然未出现恢复。竣工数据较高的增长将支撑近端家居需求，我们看好全年家居需求保持较高的景气度，短期业绩仍可期。销售端的回落将会压制远端家居需求并影响地产商的投资意愿，静待地产放松政策逐步落地，提振家居需求预期。

7月家居内销增速回落；外销整体回落，但部分出口企业业绩已环比改善。7月家居零售额同比+0.1%；1-7月累计增长3.2%。家居社零7月数据增速延续6月的环比回落态势，但仍保持增长。随着促家居消费等政策的落地，以及新房竣工以及二手房销售上半年较高增速的数据逐步转换为家居需求，下半年国内家居销售额有望实现较高的增速水平。7月家具及配件出口金额同比-15.2%，1-7月累计同比-10.5%，整体出口数据依然不佳。本周以出口为主的麒盛科技、嘉益股份发布中报，Q2分别实现收入增速+19.9%、+49.8%，归母净利润增速+136.1%、+105.9%，均有优秀的业绩表现，可看出部分出口品类或已有明显改善。从海外零售商角度看，家得宝、劳氏等库存压力已有改善；从利润角度看，出口企业的成本端如原材料价格、海运费、人民币汇率均有明显向好。当前出口公司估值仍然较低，待外需边际改善。出口公司有望实现估值与业绩的双升，我们看好出口轻工板块的布局机会。

投资建议：家居板块的低估值水平已充分反映地产及家居消费的悲观预期，在政策边际改善的刺激下，有望

迎来估值持续回升的行情。同时家居板块二季度业绩增长确定性强，建议关注中报情况。家居行业当前依然高度分散，头部家居企业有望持续通过品类与渠道扩张提升市场份额，具备持续的成长空间，因此优质家居公司长期也仍具备较好的配置价值。对于出口链条，虽然整体出口承压，但部分品类也有回暖，且海外零售商库存已有改善，成本端要素均有向好。考虑到估值低位，未来若外需边际改善，行情可期。当前阶段，我们推荐关注预计受益收入低基数及成本回落，业绩弹性更大的定制家具板块，**索菲亚、志邦家居、欧派家居、金牌厨柜**；以及受益智能马桶品类渗透率提升的**瑞尔特**；同时建议关注业绩确定性强的**顾家家居、喜临门**。

本周成本数据环比：纤维板期货-1.4%，不锈钢期货+3.0%、铝期货-0.3%、聚合 MDI 现货价+0.6%、TDI 现货价+1.1%。

(2) 造纸包装：

文化纸再发涨价函，低成本下纸企盈利改善可期。纸价方面，8月15日太阳、晨鸣、亚太森博等纸企发布文化纸涨价函，涨价幅度200元/吨。此前7月已有纸企发布文化纸、白卡纸涨价函，8月10日亦有多家特种纸企发布格拉辛纸涨价函。我们认为当前行业旺季临近、下游需求企稳、木浆价格回升，纸企提价具备一定支撑。供需关系较好的纸种或有望率先受益，目前来看文化纸已部分落实提价。

浆价方面，7月底木浆外盘报价小幅上调，7月以来国内现货价格亦有所上行，但整体仍处于低位水平。7月木浆进口保持较高增速，阔叶浆/针叶浆进口量同比+25%/+36%，浆厂产能释放、海外需求疲软情况下，木浆对中国的供应仍较为充足。预计这一趋势有望延续，下半年浆价预计总体低位震荡。7月木浆进口价格进一步下降，阔叶浆/针叶浆环比6月每吨下降49美元/72美元；随着低价木浆到库，Q3纸企成本预计将进一步降低，Q4有望维持低位。在此情况下，纸价的企稳回暖有利于纸企下半年的盈利改善。

投资建议：从需求具备韧性、旺季存在刚需、供给端压力较小等因素考虑，建议关注特种纸和旺季文化纸的盈利表现，若需求复苏超预期可关注前期供需矛盾较大的包装纸企。推荐关注**太阳纸业、仙鹤股份**。

(3) 化妆品&黄金珠宝：

① **化妆品：行业上半年稳健增长，7月销售数据走弱。**2023年上半年社零总额同比+8.2%，其中化妆品类1-6月销售额同比+8.6%，上半年整体保持稳健增长。7月社会消费品零售总额同比+2.5%，除汽车外零售额同比+3%，其中化妆品类零售额同比-4.1%，增速由正转负，呈现走弱趋势。整体来看，零售端消费复苏节奏较慢，在整体消费力不足的大背景下，可选消费品的表现相对更弱。

已进入中报披露期，重点关注业绩兑现较强或边际改善较大的公司。水羊股份上半年实现营收22.9亿元，同比+4%，实现归母净利润1.42亿元，同比+72%；珀莱雅预计上半年实现营收35.45亿元，同比增长约35%，实现归母净利润4.9亿元，同比增加65%，大单品策略持续兑现业绩；上海家化预计上半年实现归母净利润2.85亿元-3.15亿元，同比增长81%-100%；上美股份预计上半年实现营收15.53-16.16亿元，同比增长23%-28%，实现归母净利润0.98-1.045亿元，同比增长50-60%，公司收入增长主要来源于抖音等线上渠道销售收入的高增。根据已披露半年报或业绩预告的数据来看，2023年上半年美妆品牌商实现了较好的业绩增长，且利润端的表现明显好于收入端，公司盈利能力得到显著改善。在消费整体弱复苏，行业竞争加剧，品牌分化持续加重的背景下，头部美妆公司仍能实现较好的业绩增长表现，重点关注业绩兑现性较强或业绩边际改善较大的公司。

投资建议：化妆品行业竞争加剧品牌分化加重，具有技术研发优势、经典产品开发能力以及能够塑造较强品

牌形象的美妆品牌将会更具竞争优势。我们持续看好优质国货美妆品牌的快速发展，尤其是聚焦功效护肤具有较高技术加持的中高端国货美妆品牌，中短期重点关注具有较强业绩兑现或有较大业绩边际改善的公司。相关标的：**珀莱雅、贝泰妮**。

② **黄金珠宝：金价上涨和线下消费场景复苏拉动上半年消费高增，但7月呈走弱趋势**。2023年上半年金银珠宝品类销售额同比+17.5%，为商品零售中表现最亮眼的品类。2023年7月金银珠宝品类销售额同比-10%，增速由正转负，呈现走弱趋势。2023年7月黄金价格整体呈现下降趋势，影响了黄金珠宝消费需求的拉升，叠加零售端消费复苏节奏较慢，黄金珠宝整体销售表现偏弱。

以黄金为主业的公司业绩呈现亮眼表现。行业内多家公司已披露上半年业绩公告或预告，中国黄金2023年上半年实现营收295.67亿元，同比+16.73%，实现归母净利润5.37亿元，同比+22.31%；菜百股份预计2023年上半年实现归母净利润3.8-4.3亿元，同比+53%-73%（追溯调整后）；明牌珠宝预计2023年上半年实现归母净利润5800-7000万元，同比+56.42%-88.78%；周大福发布截至2023年6月30日止三个月经营数据，集团24年财年Q1（对应23年Q2）实现零售额同比+29.4%，其中中国内地同比+25.2%，港澳及其他市场同比+64%。迪阿股份上半年实现营收12.26-12.44亿元，同比下降40.37%-41.22%，实现归母净利润0.43-0.55亿元，同比下降90.58%-92.52%。一方面金价持续上行，为金银珠宝销售增长提供了价格支撑，也刺激了追求黄金保值甚至投资属性的消费者消费需求的释放；另一方面消费需求扩张，黄金珠宝品类线下消费占比较高，疫情期间受影响较大，疫后放开线下消费场景恢复带动消费需求快速释放，同时由婚庆等场景带来的购买需求延期释放，共同拉动物品类消费需求增加。但分品类来看，黄金品类的销售表现远好于镶嵌类产品，钻石镶嵌行业仍处于周期性调整阶段。

投资建议：中短期看，地缘政治危机不断背景下金价呈现上行趋势，疫情影响消退带来线下消费的复苏，积压的婚庆消费需求的集中释放，黄金珠宝销售有望延续反弹增长。看好黄金业务占比高、线下门店数量较多且拓店较快的黄金珠宝品牌。长期看，居民消费水平提高，黄金工艺改进以及国潮崛起背景下国货黄金珠宝品牌增长动力十足。

（4）出行链：

① **旅游：疫后积压出游需求释放，关注暑期旺季催化，预计长线游弹性更大**。疫后旅游市场持续复苏，暑期旺季进入验证期，根据中国旅游研究院预测，今年暑期将是过去五年来最热的暑期，预计6、7、8三个月国内旅游人数达18.54亿人次，占全年国内旅游出游人数的28.11%；实现国内旅游收入1.2万亿元，约占全年国内旅游收入的27.46%。出游结构上看，下半年主要为暑期、十一等长假，叠加疫情期间周边游主导，长途游持续承压，预计下半年长线游复苏弹性更大。途牛最新预订数据也显示，今年暑期国内长线游为主导，出游人次占比达到61%。

投资建议：（1）短期关注自然景区，通常为远途山川景观，定位大众旅游，在长线游复苏、高性价比出游趋势下，受益更充分，弹性更大；（2）中长期看，人工景区更具外延增长逻辑，中长期有望持续增长。

② **酒店：疫后经营恢复带动业绩反弹，看好下半年休闲及商务差旅需求进一步释放**。根据锦江酒店上半年盈利预告，预计上半年实现归母净利润5.0-5.5亿元，实现扣非归母净利3.7-4.2亿元。一季度4/5/6月，公司境内酒店整体RevPAR分别恢复至19年同期的103%/116%/104%/108%，境外酒店整体RevPAR分别恢复至19年同期的110%/107%/115%/114%，Q2恢复率整体环比改善。根据首旅酒店上半年盈利预告，预计上半年实现归母净利润2.6-3.0亿元，同比168%-178%；实现扣非归母净利2.2-2.6亿元，同比151%-160%。上半年公司全部酒店RevPAR147元/同比+66%；不含轻管理酒店的全部酒店RevPAR163元/同比+72%，经营数据大幅

改善。华住酒店发布 Q2 经营业绩，受旅游旺季支撑和平均房价上升推动，23Q2 公司境内酒店 RevPAR 恢复至 19 年同期的 121%，境外酒店 RevPAR 恢复至 111%。亚朵酒店发布中报，23Q2 收入 10.93 亿元/+112.3%，经调净利润 2.49 亿元/+312.9%，Q2 公司门店 1023 家/+24%，并计划 2025 年开店达到 2000 家，Q2 门店 RevPAR 恢复至 2019 年同期 115%，经营恢复较好。

中长期看好产品升级结构性机会，以及供给出清带动集中度提升。一方面，我国中高端结构性机会仍存，酒店行业结构有望从 1:3:6 过渡至 1:4:5，中高端酒店未来高速增长期至少还有 2-7 年，客房量仍有近翻倍空间。头部酒店集团推动门店升级，迎合消费升级趋势，中高端门店占比提升带动 ADR 和 RevPAR 提升。另一方面，疫情加速行业供给端出清，龙头保持逆势拓店，行业连锁化率加速提升，看好龙头享受行业集中度提升红利，以及供需差带动 RevPAR 进一步提升。

投资建议：（1）短期看，复苏节奏预期仍是影响酒店板块走势的主要因素，关注高频数据的边际变化。当前市场对宏观经济及消费的后续预期调整至偏谨慎状态，重点公司估值处于历史低位，关注高频数据拐点及暑期、十一旅游旺季催化。（2）中长期看，中高端结构性机会仍存，龙头公司产品结构持续升级，有望带动 RevPAR 提升，关注头部酒店集团中高端门店占比及高端品牌孵化进展。（3）中长期看，疫情后行业供给端持续出清，龙头保持逆势快速拓店，看好市场集中度加速提升，关注头部酒店集团拓店速度。标的层面，关注酒店龙头 华住集团-S、锦江酒店、首旅酒店，其中加盟门店占比较高的华住集团-S、锦江酒店业绩更稳健，高直营占比、逸扉等中高端门店逐渐爬坡的首旅酒店有望展现出更强弹性。

③ 餐饮：疫后餐饮市场快速复苏，连锁餐饮恢复更强劲。2023 年 1-7 月，我国社零餐饮收入约 2.86 万亿元，恢复至 2019 年同期的 115%，7 月恢复率 117%，恢复率与 6 月持平。1-6 月我国限额以上餐饮收入月 7365 亿元，恢复至 2019 年同期的 141%，较行业整体+26pct.，规模较大的连锁餐饮恢复更强劲。

茶百道拟赴港上市，关注现制饮品赛道热度提升。港交所披露百茶百道招股书，根据公司招股书数据，我国新式茶饮行业市场规模从 2017 年的 668 亿元快速增长至 2022 年的 2029 亿元，CAGR+24.9%，预计 2027 年将达到 4845 亿元，新式茶饮行业保持快速扩容趋势。茶百道定位中端新式茶饮，凭借较强的产品力和品牌力、高效的供应链和完善的加盟体系，市占率达到 6.6%，位居行业第三。

投资建议：餐饮板块单个品牌表现相对分化，主要取决于品类生命周期和品牌成长阶段下的拓店速度与单店表现，大空间、成长期品牌势能更强。（1）短期看，复苏节奏仍是影响股价走势的主要因素，考虑到疫后消费能力和信心仍需进一步恢复，且餐饮品牌表现相对分化，建议关注高性价比品类，短期内销售表现预计相对占优。如高性价比小酒馆 海伦司，单店模型优秀、标准化复制性强、客流快速修复，加盟模式有望逐渐落地验证。（2）中长期看，疫后经营回归稳态后，行业将回归开店逻辑，关注各餐饮企业现有门店距离赛道天花板之间的剩余空间。其中，以新茶饮、小酒馆、酸菜鱼等为代表的新餐饮，现有门店密度较低，叠加个性化、社交化属性，是目前快速增长的赛道；西式快餐、火锅口味普适性强、制作标准化程度高，赛道空间广阔。（3）此外，产品和服务质量、单店盈利仍是决定餐饮行业长期竞争力的关键要素，关注模型优化、供应链体系和数字化运营能力提升对企业利润的释放，如店型优化、人力优化带动盈利边际改善的高端茶饮 奈雪的茶。

【重点推荐】索菲亚、志邦家居、欧派家居、金牌厨柜、瑞尔特、顾家家居、喜临门、太阳纸业、仙鹤股份、珀莱雅、贝泰妮、华住集团-S、锦江酒店、首旅酒店、海伦司、奈雪的茶

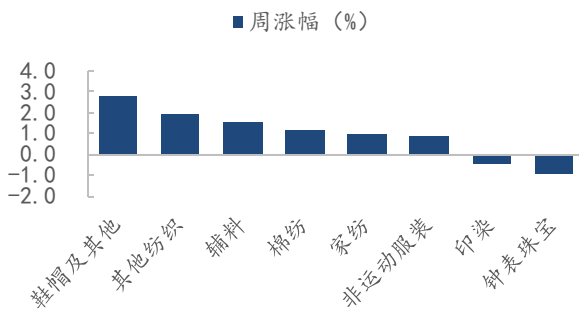
风险提示：宏观经济下行影响购买力、政策风险

2. 周市场表现：大盘普跌，纺服、轻工板块逆势上涨

本周纺织服装行业上涨 0.70%，轻工制造上涨 0.54%，商贸零售下跌 2.38%，社会服务下跌 2.90%，美容护理下跌 0.83%，在申万 31 个一级行业中分别排第 2、3、21、24、12 名。指数方面，上证指数下跌 1.80%，深证成指下跌 3.24%。

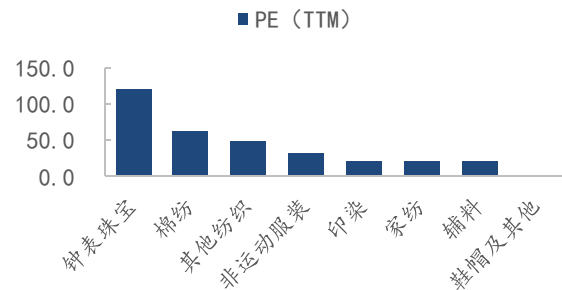
本周纺织服装各子板块涨跌幅依次为鞋帽及其他 2.83%、其他纺织 1.91%、辅料 1.54%、棉纺 1.18%、家纺 0.93%、非运动服装 0.86%、印染-0.46%、钟表珠宝-0.90%。

图 1：纺织服装子行业涨跌幅



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

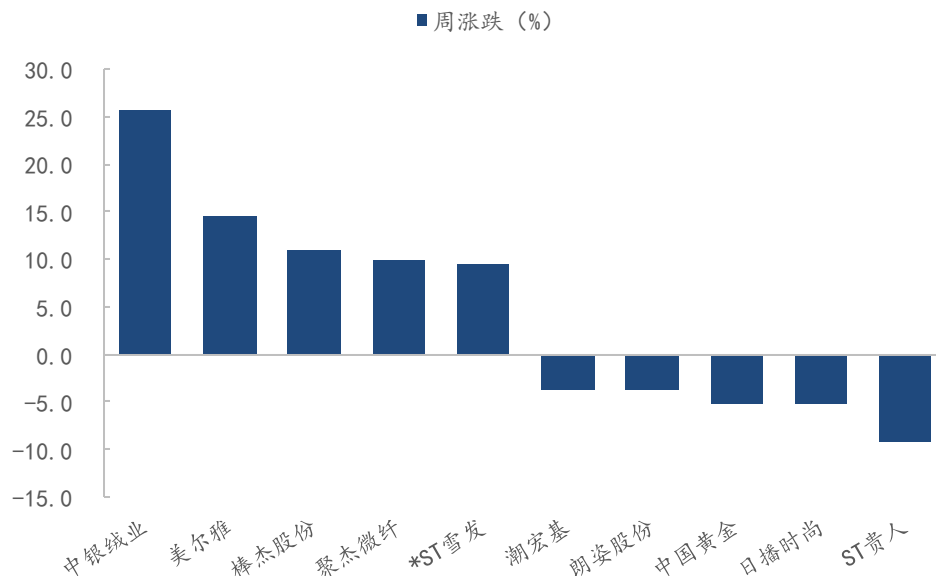
图 1：纺织服装子行业市盈率



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

本周纺织服装涨幅前五的公司为中银绒业 25.77%、美尔雅 14.58%、棒杰股份 10.97%、聚杰微纤 9.96%、*ST 雪发 9.50%。排名后五位的公司为潮宏基-3.71%、朗姿股份-3.81%、中国黄金-5.25%、日播时尚-5.31%、ST 贵人-9.18%。

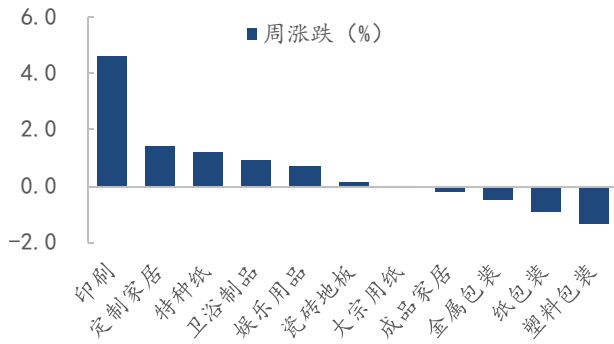
图 2：纺织服装行业涨跌前五的公司



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

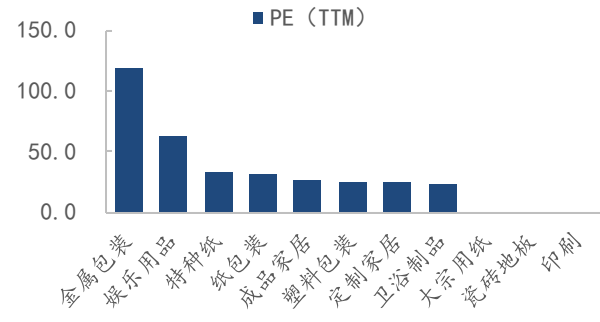
本周轻工制造各子板块涨跌幅依次为：印刷 4.63%、定制家居 1.40%、特种纸 1.21%、卫浴制品 0.93%、娱乐用品 0.73%、瓷砖地板 0.15%、大宗用纸-0.08%、成品家居-0.19%、金属包装-0.46%、纸包装-0.93%、塑料包装-1.32%。

图 3：轻工制造子行业涨跌幅



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

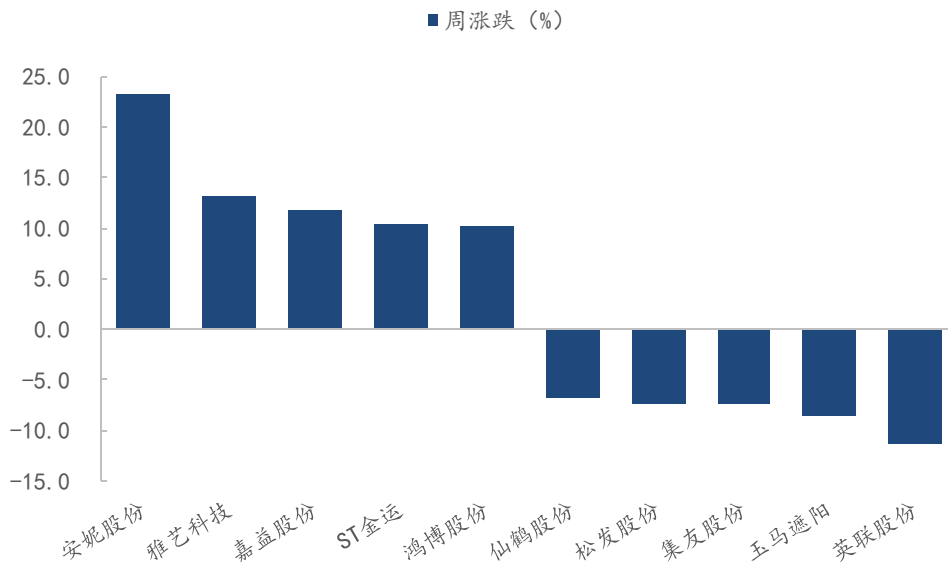
图 4：轻工制造子行业市盈率



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

本周轻工制造涨幅前五的公司为安妮股份 23.20%、雅艺科技 13.24%、嘉益股份 11.88%、ST 金运 10.43%、鸿博股份 10.25%。排名后五位的为仙鹤股份-6.77%、松发股份-7.31%、集友股份-7.43%、玉马遮阳-8.59%、英联股份-11.41%。

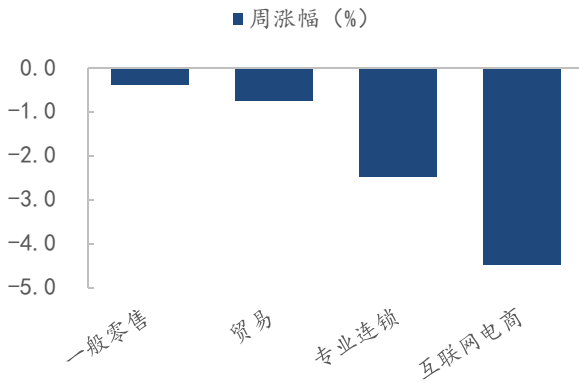
图 5：轻工制造行业涨跌幅前五的公司



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

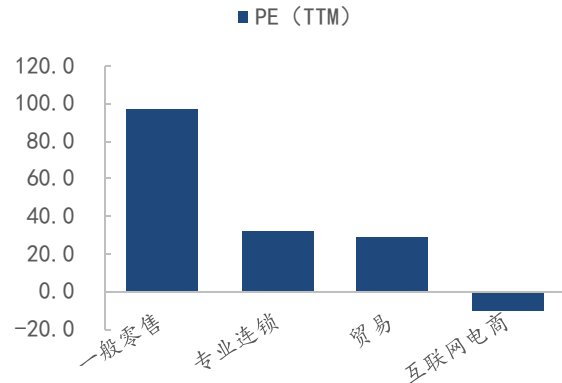
本周商贸零售各子板块涨跌幅依次为一般零售-0.40%、贸易-0.77%、专业连锁-2.49%、互联网电商-4.47%。

图 6：商贸零售子行业涨跌幅



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

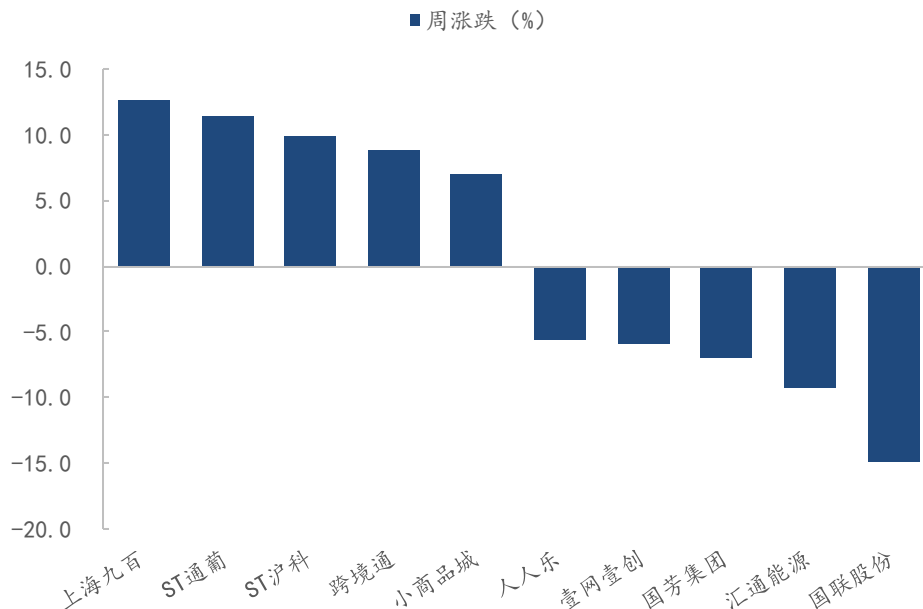
图 7：商贸零售子行业市盈率



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

本周商贸零售涨幅前五的公司为上海九百 12.57%、ST 通葡 11.35%、ST 沪科 9.93%、跨境通 8.82%、小商品城 7.00%。排名后五位的公司为人人乐-5.71%、壹网壹创-5.88%、国芳集团-6.94%、汇通能源-9.36%、国联股份-14.98%。

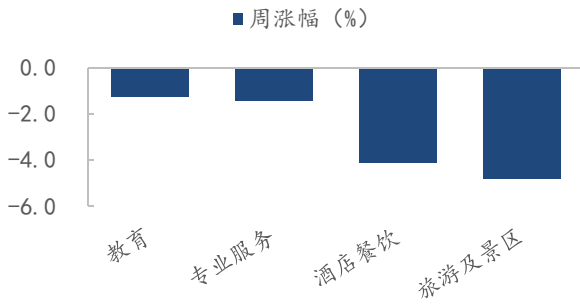
图 8：商贸零售行业涨跌前五的公司



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

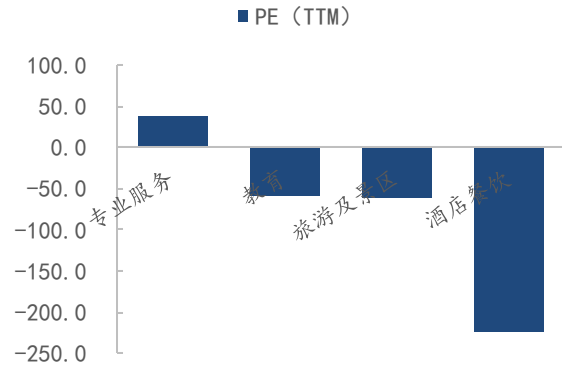
本周社会服务各子板块涨跌幅依次为：教育-1.24%、专业服务-1.44%、酒店餐饮-4.12%、旅游及景区-4.80%。

图 9：社会服务子行业涨跌幅



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

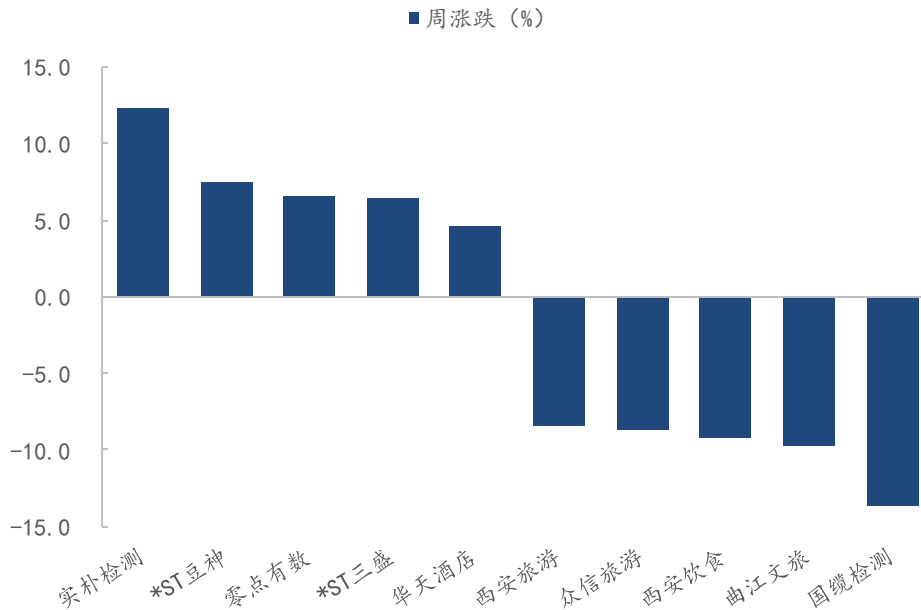
图 10：社会服务子行业市盈率



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

本周社会服务涨幅前五的公司为实朴检测 12.30%、*ST 豆神 7.56%、零点有数 6.62%、*ST 三盛 6.42%、华天酒店 4.69%。排名后五位的为西安旅游-8.47%、众信旅游-8.76%、西安饮食-9.19%、曲江文旅-9.79%、国缆检测-13.68%。

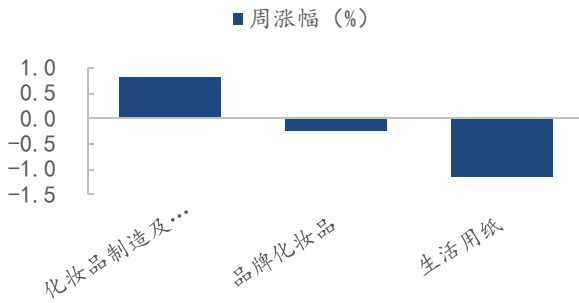
图 11：社会服务行业涨跌前五的公司



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

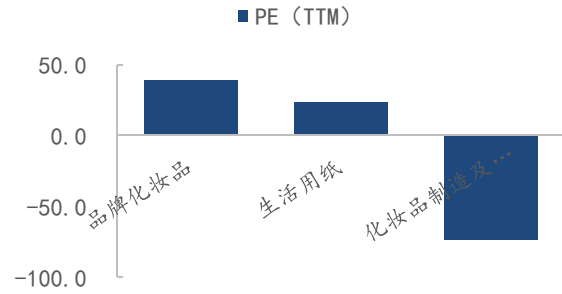
本周美容护理各子板块涨跌幅依次为：化妆品制造及其他 0.82%、品牌化妆品-0.26%、生活用纸-1.17%。

图 12：美容护理子行业涨跌幅



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

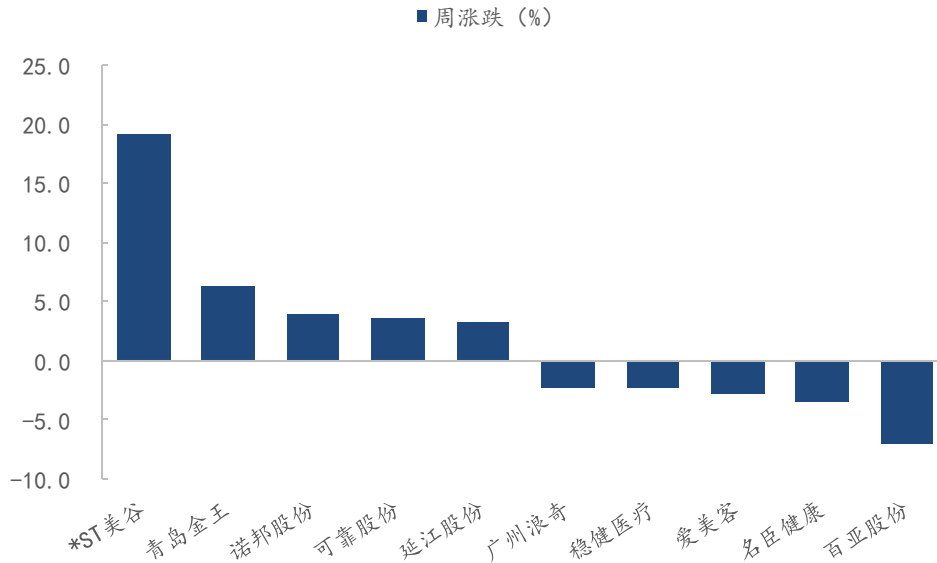
图 13：美容护理子行业市盈率



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

本周美容护理涨幅前五的公司*ST美谷 19.12%、青岛金王 6.33%、诺邦股份 3.97%、可靠股份 3.62%、延江股份 3.25%。排名后五位的为广州浪奇-2.33%、稳健医疗-2.35%、爱美客-2.77%、名臣健康-3.60%、百亚股份-7.07%。

图 14：美容护理行业涨跌前五的公司



资料来源：iFinD、东兴证券研究所

3. 风险提示

宏观经济下行影响购买力、政策风险。

相关报告汇总

报告类型	标题	日期
公司	李宁 (02331): 中期业绩亮眼, 专业驱动增长	2023-08-19
公司	喜临门 (603008): 线上延续高增、线下稳健发展, 业绩表现平稳	2023-08-10
行业普通报告	轻工制造行业: 政策向暖, 家居板块估值提升可期	2023-07-27
行业深度报告	商社行业 2023 年中期策略: 关注确定性与复苏的弹性	2023-07-10
行业深度报告	轻工纺服中期策略: 内需复苏与外需拐点, 关注估值修复	2023-07-04
行业深度报告	零售&美护行业: 疫情扰动已过, 复苏通道开启	2023-05-16
行业深度报告	轻工制造行业: 底部已至, 关注家居业绩确定性增长与造纸盈利修复——2022 年报及 2023 年一季报总结	2023-05-10
行业深度报告	环保包装: 替塑空间广阔, 关注纸浆模塑与可降解塑料制品龙头	2023-04-19
行业深度报告	社会服务行业: 疫后出行持续修复, 优选主线和标的	2023-04-14
行业普通报告	东兴商社: 一季度前瞻, 线下复苏较好, 可选呈现分化	2023-04-06
公司普通报告	中国中免 (601888): 22 年受疫情扰动业绩筑底, 23 年增长可期	2023-03-31
行业普通报告	商贸零售行业: 1-2 月社零消费回暖, 线下消费的复苏通道已开启	2023-03-16
行业普通报告	东兴证券时尚&轻工周观点: 化妆品大促催化来临, 家居消费趋势良好	2023-02-27
行业普通报告	东兴时尚&轻工: 国际消费品公司业绩观察, 化妆品公司业绩分化, 运动服饰业绩压力仍在	2023-02-13
行业普通报告	【东兴商社】商社行业业绩预告总结: 22 年底部已现, 23 年恢复与成长兼具	2023-02-07
行业普通报告	东兴证券时尚&轻工周观点: 春节各消费场景转好, 继续稳固消费复苏主线	2023-01-31
行业深度报告	化妆品行业: 从研发和核心成分出发, 探寻国货美妆的星辰大海	2023-01-04
行业普通报告	东兴证券时尚&轻工周观点: 11 月社零数据承压, 国家出台扩大内需纲要看好明年消费复苏	2022-12-20
行业深度报告	【东兴轻工】轻工制造行业 2023 年策略报告: 需求的回暖, 盈利的修复	2022-12-02
行业深度报告	【东兴商社】商贸零售&社会服务行业 2023 年度投资策略: 把握确定性, 关注复苏弹性	2022-12-01
行业普通报告	东兴时尚&轻工: 防疫政策边际宽松, 关注可选消费品类复苏	2022-11-14
行业普通报告	东兴时尚&轻工: 防控措施有所放宽, 消费复苏有望加速	2022-11-07
行业普通报告	电子烟行业: 消费税落地, 短期影响行业盈利, 长期有利集中度提升	2022-10-28
行业深度报告	医美行业专题二: 再生针剂——打开轻医美新空间, 关注渠道策略及产品功效、安全验证	2022-10-10
公司普通报告	周大生 (002867): 黄金品类韧性较强, 展销模式持续推进	2022-09-05
公司普通报告	中国中免 (601888): 疫情影响下经营韧性强, 盈利能力边际改善	2022-08-31
行业深度报告	医美行业专题一: 医美填充剂, 从发展路径和生命周期看投资机会	2022-07-22

资料来源: 东兴证券研究所

分析师简介

常子杰

中央财经大学金融学硕士。2019年7月加入东兴证券研究所，轻工制造行业分析师，主要负责造纸、包装、电子烟等研究方向。

魏宇萌

中国人民大学经济学学士，金融硕士。2020年7月加入东兴证券研究所，商贸零售行业分析师，主要负责化妆品、免税、电商、传统零售、珠宝等研究方向。

刘雪晴

中央财经大学经济学硕士。2020年8月加入东兴证券研究所，商贸零售与社会服务行业分析师，主要负责旅游酒店、餐饮、教育人服、本地生活、医美等研究方向。

沈逸伦

新加坡国立大学理学硕士。2021年4月加入东兴证券研究所，轻工制造行业分析师，主要负责家居和其他消费轻工研究方向。

分析师承诺

负责本研究报告全部或部分内容的每一位证券分析师，在此申明，本报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。本报告依据公开的信息来源，力求清晰、准确地反映分析师本人的研究观点。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也将不会与本报告中的具体推荐或观点直接或间接相关。

风险提示

本证券研究报告所载的信息、观点、结论等内容仅供投资者决策参考。在任何情况下，本公司证券研究报告均不构成对任何机构和个人的投资建议，市场有风险，投资者在决定投资前，务必要审慎。投资者应自主作出投资决策，自行承担投资风险。

免责声明

本研究报告由东兴证券股份有限公司研究所撰写，东兴证券股份有限公司是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。本研究报告中所引用信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

我公司及报告作者在自身所知情的范围内，与本报告所评价或推荐的证券或投资标的的存在法律禁止的利害关系。在法律许可的情况下，我公司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头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为东兴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本研究报告仅供东兴证券股份有限公司客户和经本公司授权刊载机构的客户使用，未经授权私自刊载研究报告的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告、防止被误导，本公司不承担由于非授权机构私自刊发和非授权客户使用该报告所产生的相关风险和责任。

行业评级体系

公司投资评级（A股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数）：

以报告日后的 6 个月内，公司股价相对于同期市场基准指数的表现为标准定义：

强烈推荐：相对强于市场基准指数收益率 15% 以上；

推荐：相对强于市场基准指数收益率 5%~15% 之间；

中性：相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5% 之间；

回避：相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上。

行业投资评级（A 股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数）：

以报告日后的 6 个月内，行业指数相对于同期市场基准指数的表现为标准定义：

看好：相对强于市场基准指数收益率 5% 以上；

中性：相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5% 之间；

看淡：相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上。

东兴证券研究所

北京

西城区金融大街 5 号新盛大厦 B 座 16 层

邮编：100033

电话：010-66554070

传真：010-66554008

上海

虹口区杨树浦路 248 号瑞丰国际大厦 5 层

邮编：200082

电话：021-25102800

传真：021-25102881

深圳

福田区益田路 6009 号新世界中心 46F

邮编：518038

电话：0755-83239601

传真：0755-23824526