

2021年09月20日

纺织服装

行业周报

8月社零低于预期，商务部发布《进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知》

投资要点

◆ **8月社零同比+2.5%，金银珠宝表现亮眼。**国内疫情多点散发、汛情等自然灾害影响下，8月社零增速低于市场一致预期，社零总额3.44万亿元/+2.5%，两年平均增速为1.5%，环比下滑2.1pct；2021年1-8月，社零总额28.1万亿元/+18.1%，两年平均增速为3.9%，较1-7月回落0.4pct。分品类看，8月必选粮油食品、日用品同比分别增长9.5%、-0.2%，两年平均增速分别为6.8%、5.4%；可选化妆品、纺织服装、金银珠宝增速分别为0.0%、-6.0%、7.4%，两年平均增速分别为9.1%、-1.0%、11.3%，金银珠宝两年平均增速环比提升0.4pct，表现亮眼。

◆ **商务部发布《进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知》。**9月16日，商务部发布《进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知》，为抓住“金九银十”、岁末年初消费旺季有利时机，扎实推进商务领域促消费重点工作，确保2021年下半年和2022年上半年消费运行在合理区间，通知提出三项重点任务，1) 加力稳住大宗消费重点消费，包括促进新车消费，扩大二手车消费，促进大家具家装消费，提振餐饮消费；2) 促进新型消费加快发展，包括发展新业态新模式新场景，促进线上消费健康发展，促进品牌品质消费，壮大绿色循环消费，扩大进口消费；3) 优化提升消费平台载体，包括加快推进国际消费中心城市培育建设，加快实施城市商业提升行动，深入实施县域商业建设行动，组织开展好重点促消费活动，开展常态化促消费活动。

◆ **本周纺织服装板块跑赢大盘0.98pct，康隆达、探路者、华利集团涨幅靠前。**本周，SW纺织服装板块下跌2.16%，沪深300下跌3.14%，纺织服装板块跑赢大盘0.98个百分点。其中SW纺织制造板块下跌2.28%，SW服装家纺下跌2.11%。从板块的估值水平看，目前SW纺织服装整体法(TTM，剔除负值)计算的行业PE为21.68倍，SW纺织服装的PE低于近1年均值。本周涨幅前5的纺织服装板块公司分别为：康隆达(+14.4%)、探路者(+14.13%)、华利集团(+9.87%)、健盛集团(+5.25%)、稳健医疗(+4.76%)；本周跌幅前5的纺织服装板块公司分别为：棒杰股份(-12.73%)、*ST环球(-12.21%)、兴业科技(-11.33%)、朗姿股份(-8.99%)、乔治白(-8.72%)。

◆ **本周家居板块落后大盘3.56pct，麒盛科技、海象新材、丰林集团涨幅靠前。**本周，SW家具板块下跌6.70%，沪深300下跌3.14%，家具板块落后大盘3.56个百分点；从板块的估值水平看，目前SW家具整体法(TTM，剔除负值)计算的行业PE为21.87倍，SW家具的PE低于近1年均值。本周涨幅前5的家具板块公司分别为：麒盛科技(+8.14%)、海象新材(+5.13%)、丰林集团(+0.87%)、亚振家居(+0.18%)、曲美家居(+0%)；本周跌幅前5的家具板块公司分别为：匠心家居(-16.25%)、江山欧派(-11.72%)、皮阿诺(-11.64%)、索菲亚(-10.81%)、

 投资评级 **领先大市-A 维持**

首选股票	评级
02020	安踏体育 买入-A
002867	周大生 买入-B
03998	波司登 买入-B
002563	森马服饰 买入-A
600398	海澜之家 增持-A
02313	申洲国际 买入-A

一年行业表现



资料来源：贝格数据

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	2.87	-1.11	-5.11
绝对收益	0.77	4.74	-1.61

分析师 **王冯**
 SAC 执业证书编号: S0910516120001
 wangfeng@huajinsec.cn
 021-20377089

报告联系人 **孙萌**
 sunmeng@huajinsec.cn

相关报告

纺织服装：8月社零同比+2.5%，金银珠宝表现亮眼 2021-09-15

纺织服装：8月服装出口延续良好势头，华孚时尚 Q3 预计实现净利润 1.3~1.8 亿元 2021-09-12

纺织服装：板块中报披露完毕，业绩符合预期，品牌线上渠道表现优异 2021-09-05

纺织服装：特步国际 21H1 归母净利润+72%，计划 2025 年主品牌收入达到 200 亿元 2021-08-29

纺织服装：7月社零+8.5%，继续关注中报绩优个股 2021-08-22

欧派家居（-9.65%）。

◆ **行业重要新闻：**

Pandora 公布最新目标：年产珠宝 8000 万件，中国销售额较 2019 年增长两倍。

2021 年 9 月 14 日，丹麦珠宝品牌 Pandora（潘多拉）公布了最新的财务增长目标。Pandora 计划在 2021~2023 年间，销售额能够以 6%~8% 的幅度增长，为实现这一目标，品牌计划生产更多前卫风格的首饰，吸引年轻一代消费者购买，同时计划进一步刺激美国和中国的销售增长。从长期来看，中国市场销售额较 2019 年增长两倍，美国市场销售额较 2019 年增长一倍。Pandora 还将 2023 年的营业利润率目标设定为 25-27%，Pandora 希望通过更新品牌形象吸引千禧一代和 Z 世代消费者、在优先发展三大主要产品系列的同时，开拓新系列产品、推出全新门店概念，建设数字化渠道等支持全渠道发展。因此，Pandora 将投资 10 亿丹麦克朗在越南建设一座产能约 6000 万件珠宝的工厂，并将泰国现有的工厂产能提升约 2000 万件。

◆ **公司重要公告：**【喜临门】关于回购公司股份比例达到 1%暨回购进展公告，【顾家家居】关于收到中国证券监督管理委员会出具的董事长结案通知书及控股股东行政处罚决定书的公告，【森马服饰】关于公司第二期员工持股计划锁定期届满的提示性公告。

◆ **投资建议：**纺织制造板块，建议继续关注订单需求确定性更高且产能持续扩张的纺织服装制造龙头申洲国际、健盛集团和色纺纱制造龙头百隆东方、华孚时尚。服装家纺板块，8 月限上纺织服装两年平均增速为-1.0%，据中华全国商业信息中心，百家重点大型零售企业 8 月服装类零售额同比下降接近 20%；据数据威，8 月女装/女士精品、男装类目天猫规模分别同比下滑 2.5%、17.4%。受疫情和汛情影响，纺织服装下半年以来表现有所承压，建议继续关注景气度更高的运动服饰龙头安踏体育、李宁和具备估值性价比的个股森马服饰、海澜之家，以及细分赛道龙头周大生、波司登、太平鸟。

◆ **风险提示：**1. 地产销售不达预期；2. 国内疫情持续出现反复；3. 品牌竞争加剧；4. 东南亚疫情或影响纺织制造行业产能释放；5. 汇率大幅波动。

内容目录

一、纺织服装板块.....	5
1.1 本周行情回顾.....	5
1.2 公司行情与重点公司估值.....	6
二、家居板块.....	8
2.1 本周行情回顾.....	8
2.2 公司行情与重点公司估值.....	9
三、行业数据跟踪.....	10
3.1 上游原材料.....	10
3.2 出口数据.....	12
3.3 社零数据.....	13
3.4 房地产数据.....	14
四、行业重要新闻.....	16
4.1 2021 年 1-8 月份消费品市场运行情况分析.....	16
4.2 Pandora 公布最新目标：年产珠宝 8000 万件，中国销售额较 2019 年增长两倍.....	17
4.3 商务部关于进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知.....	18
五、重点公司公告.....	21
六、风险提示.....	21

图表目录

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	5
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	5
图 3：纺织服装及子板块 PE 走势.....	6
图 3：家具板块本周行情.....	8
图 3：家具板块 PE 走势.....	9
图 4：棉花价格（元/吨）.....	11
图 5：华东地区 TDI 和 MDI 主流价格（元/吨）.....	11
图 6：全球皮革实际市场价格（美分/磅）.....	11
图 5：中纤板价格（元/张）.....	12
图 6：刨花板价格（元/张）.....	12
图 5：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比.....	12
图 6：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比.....	12
图 5：家具及其附件累计值（亿美元）及累计同比.....	13
图 6：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比.....	13
图 7：社零及限额以上当月.....	13
图 8：线上线下当月.....	13
图 9：粮油食品、日用品当月.....	14
图 10：化妆品、纺织服装、金银珠宝当月.....	14
图 9：家具当月.....	14
图 7：商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比.....	15
图 8：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比.....	15
图 7：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	15
图 8：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	15

图 7: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比	15
图 8: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比	15
图 7: 30 大中城市商品房当周成交套数	16
图 8: 30 大中城市商品房当周成交面积 (万平方米)	16
表 1: 纺织服装及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比	6
表 2: 本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司	6
表 3: 本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司	6
表 4: 年初至今纺织服装板块涨幅前 5 的公司	7
表 5: 年初至今纺织服装板块跌幅前 5 的公司	7
表 6: 纺织服装重点公司股价与估值	7
表 1: 家具板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比	9
表 2: 本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司	9
表 3: 本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司	9
表 4: 年初至今纺织服装板块涨幅前 5 的公司	10
表 5: 年初至今纺织服装板块跌幅前 5 的公司	10
表 12: 家具板块重点公司股价与估值	10

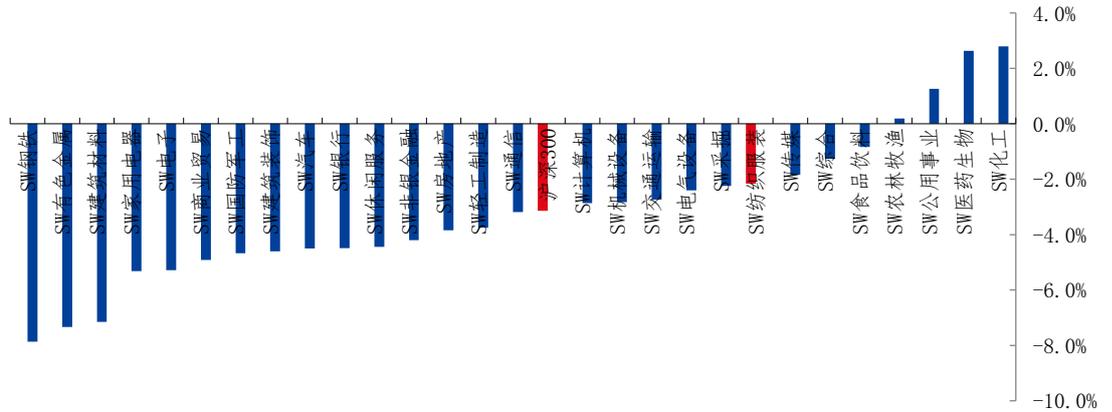
一、纺织服装板块

1.1 本周行情回顾

本周，SW 纺织服装板块下跌 2.16%，沪深 300 下跌 3.14%，纺织服装板块跑赢大盘 0.98 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 2.28%，SW 服装家纺下跌 2.11%。

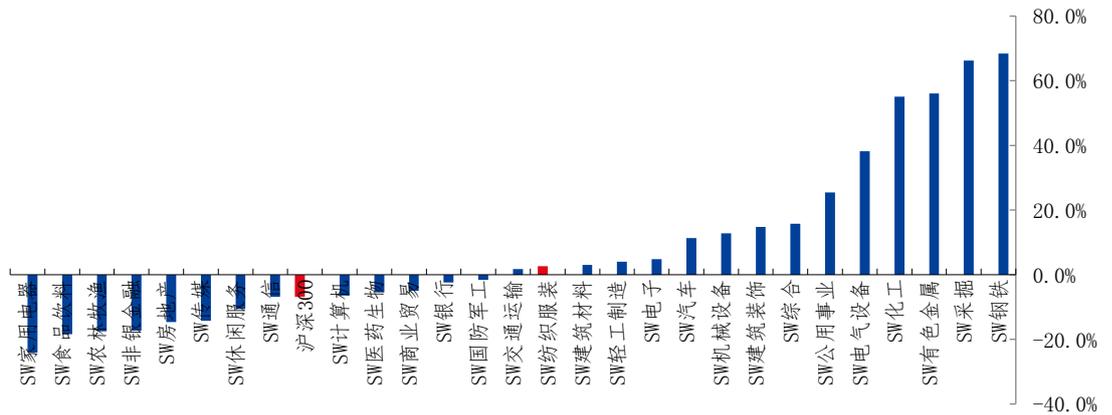
年初至今，SW 纺织服装板块上涨 2.67%，沪深 300 下跌 6.82%，纺织服装板块跑赢大盘 9.49 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 2.38%，SW 服装家纺上涨 5.66%。

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，华金证券研究所

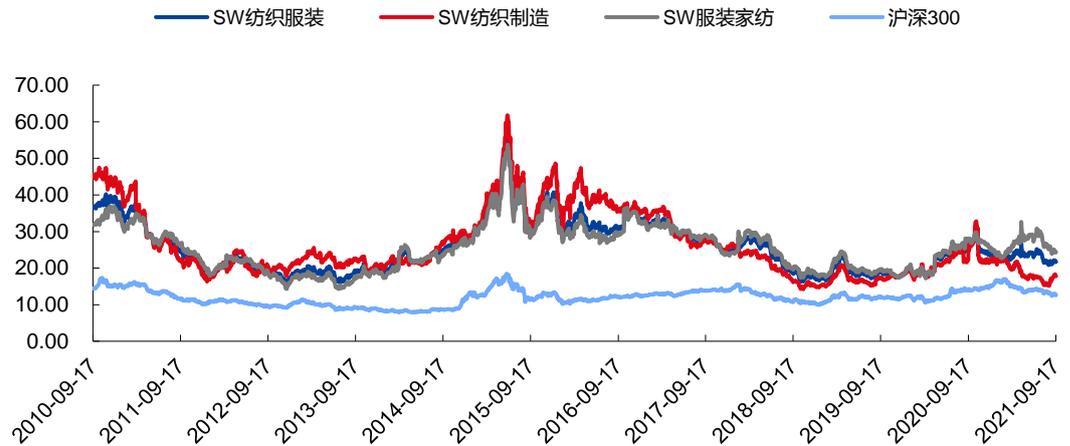
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，华金证券研究所

从板块的估值水平看，目前 SW 纺织服装整体法 (TTM，剔除负值) 计算的行业 PE 为 21.68 倍，SW 纺织制造的 PE 为 17.78 倍，SW 服装家纺的 PE 为 24.34 倍，沪深 300 的 PE 为 12.62 倍。SW 纺织服装的 PE 低于近 1 年均值。

图 3: 纺织服装及子板块 PE 走势



资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 1: 纺织服装及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比

时间	市盈率(历史 TTM_整体法)剔除负值			
	SW 纺织服装	SW 纺织制造	SW 服装家纺	沪深 300
2021/9/17	21.68	17.78	24.34	12.62
近一年均值	23.89	20.41	26.69	14.49
溢价	-2.23	-2.54	-2.44	-1.96

资料来源: Wind, 华金证券研究所

1.2 公司行情与重点公司估值

本周涨幅前 5 的纺织服装板块公司分别为: 康隆达 (+14.4%)、探路者 (+14.13%)、华利集团 (+9.87%)、健盛集团 (+5.25%)、稳健医疗 (+4.76%); 本周跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为: 棒杰股份 (-12.73%)、*ST 环球 (-12.21%)、兴业科技 (-11.33%)、朗姿股份 (-8.99%)、乔治白 (-8.72%)。

表 2: 本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603665.SH	康隆达	14.40	13.43
300005.SZ	探路者	14.13	11.71
300979.SZ	华利集团	9.87	90.13
603558.SH	健盛集团	5.25	10.22
300888.SZ	稳健医疗	4.76	83.18

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 3: 本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002634.SZ	棒杰股份	-12.73	5.28
600146.SH	*ST 环球	-12.21	1.87
002674.SZ	兴业科技	-11.33	11.82
002612.SZ	朗姿股份	-8.99	28.96

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002687.SZ	乔治白	-8.72	7.22

资料来源: Wind, 华金证券研究所

年初至今涨幅前 5 的纺织服装板块公司分别为: 锦泓集团 (+190.08%)、台华新材 (+188.19%)、中银绒业 (+150%)、*ST 环球 (+81.55%)、探路者 (+81.55%); 年初至今跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为: 中潜股份 (-62.13%)、恒辉安防 (-60.8%)、ST 柏龙 (-54.68%)、ST 起步 (-50.33%)、稳健医疗 (-49.16%)。

表 4: 年初至今纺织服装板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603518.SH	锦泓集团	190.08	14.91
603055.SH	台华新材	188.19	17.32
000982.SZ	中银绒业	150.00	2.65
600146.SH	*ST 环球	81.55	1.87
300005.SZ	探路者	81.55	11.71

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 5: 年初至今纺织服装板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
300526.SZ	中潜股份	-62.13	24.05
300952.SZ	恒辉安防	-60.80	25.39
002776.SZ	ST 柏龙	-54.68	2.37
603557.SH	ST 起步	-50.33	4.52
300888.SZ	稳健医疗	-49.16	83.18

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 6: 纺织服装重点公司股价与估值

行业	证券代码	公司简称	最新股价	市值	EPS			PE		
					2020A	2021E	2022E	2020A	2021E	2022E
纺织制造	2313.HK	申洲国际	169.80	2,552	3.40	3.73	4.76	50	46	36
	000726.SZ	鲁泰 A	6.06	45	0.11	0.48	0.84	55	13	7
	002042.SZ	华孚时尚	5.10	77	-0.29	0.32	0.39	-17	16	13
	601339.SH	百隆东方	5.83	87	0.24	0.65	0.70	24	9	8
	300979.SZ	华利集团	90.13	1,052	1.61	2.27	2.83	56	40	32
	603558.SH	健盛集团	10.22	40	-1.34	0.62	0.81	-8	16	13
家纺	002293.SZ	罗莱生活	12.32	102	0.71	0.86	0.99	17	14	12
	002327.SZ	富安娜	8.43	70	0.62	0.76	0.88	14	11	10
	603365.SH	水星家纺	16.32	44	1.03	1.34	1.60	16	12	10
休闲服饰	002563.SZ	森马服饰	8.29	223	0.30	0.60	0.71	28	14	12
	603877.SH	太平鸟	45.30	216	1.50	2.18	2.67	30	21	17
	002154.SZ	报喜鸟	5.70	69	0.30	0.45	0.59	19	13	10
	002832.SZ	比音勒芬	27.12	149	0.87	1.10	1.39	31	25	20
	600398.SH	海澜之家	7.45	322	0.41	0.69	0.81	18	11	9
	3998.HK	波司登	6.57	713	0.16	0.20	0.25	42	33	27
女装	002612.SZ	朗姿股份	28.96	128	0.32	0.58	0.80	90	50	36
	003016.SZ	欣贺股份	12.61	54	0.41	0.89	1.11	31	14	11
	603808.SH	歌力思	14.51	54	1.21	1.00	1.18	12	15	12

	3709.HK	赢家时尚	10.98	77	0.64	0.76	0.87	17	15	13
	603518.SH	锦泓集团	14.91	42	-2.20	1.20	1.59	-7	12	9
	603839.SH	安正时尚	8.22	33	0.49	0.77	0.86	17	11	10
运动服饰	2020.HK	安踏体育	156.70	4,236	1.91	2.99	3.84	82	52	41
	2331.HK	李宁	104.90	2,618	0.68	1.45	1.84	154	72	57
	1361.HK	361度	3.99	82	0.20	0.20	0.24	20	20	17
	1368.HK	特步国际	13.80	363	0.20	0.33	0.40	71	42	34
珠宝	002867.SZ	周大生	169.80	2,552	3.40	3.73	4.76	50	46	36
	600612.SH	老凤祥	6.06	45	0.11	0.48	0.84	55	13	7
	1929.HK	周大福	5.10	77	-0.29	0.32	0.39	-17	16	13

资料来源: Wind 一致预期, 最新日期 2021/09/17, 华金证券研究所 (注: 申洲国际、波司登、赢家时尚、安踏体育、李宁、特步国际、周大福股价、市值、EPS 单位为港元, 其它为元)

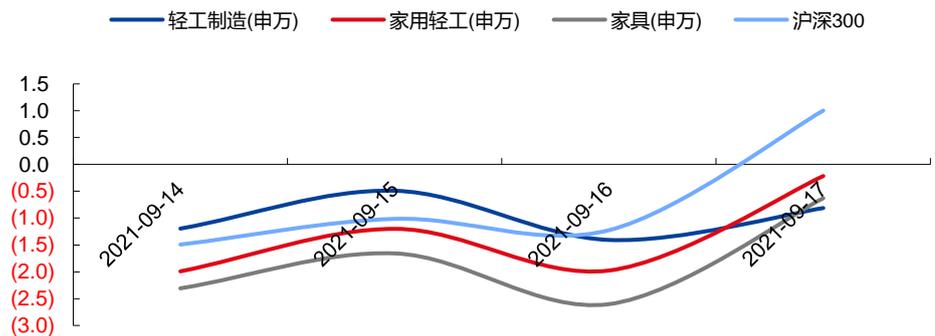
二、家居板块

2.1 本周行情回顾

本周, SW 家具板块下跌 6.70%, 沪深 300 下跌 3.14%, 家具板块落后大盘 3.56 个百分点; 年初至今, SW 家具板块上涨 4.08%, 沪深 300 下跌 6.82%, 家具板块跑赢大盘 10.90 个百分点。

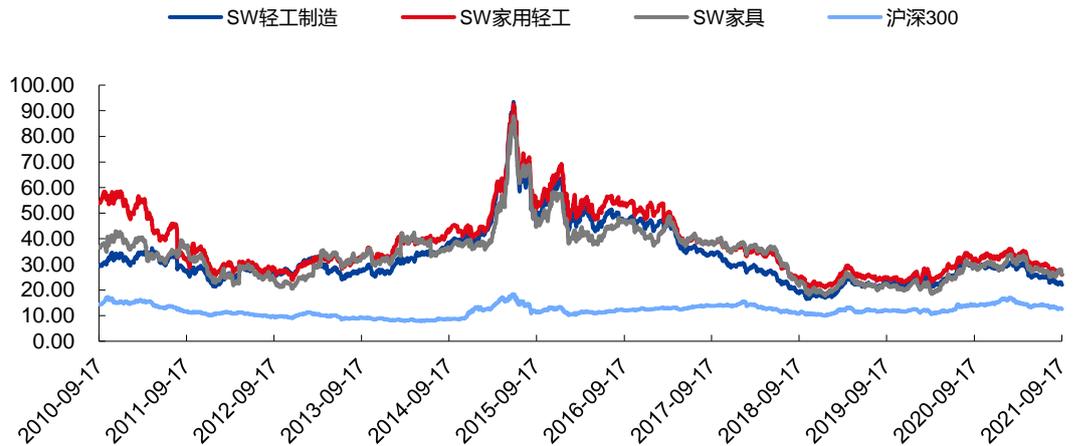
从板块的估值水平看, 目前 SW 家具整体法 (TTM, 剔除负值) 计算的行业 PE 为 21.87 倍, SW 轻工制造的 PE 为 18.01 倍, SW 家用轻工的 PE 为 24.52 倍, 沪深 300 的 PE 为 12.98 倍。SW 家具的 PE 低于近 1 年均值。

图 4: 家具板块本周行情



资料来源: Wind, 华金证券研究所

图 5: 家具板块 PE 走势



资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 7: 家具板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比

时间	市盈率(历史 TTM_整体法)剔除负值			
	SW 轻工制造	SW 家用轻工	SW 家具	沪深 300
2021/9/17	22.01	25.84	25.97	12.62
近一年均值	27.30	31.61	29.22	14.49
溢价	-5.15	-5.72	-3.03	-1.96

资料来源: Wind, 华金证券研究所

2.2 公司行情与重点公司估值

本周涨幅前 5 的家具板块公司分别为: 麒盛科技 (+8.14%)、海象新材 (+5.13%)、丰林集团 (+0.87%)、亚振家居 (+0.18%)、曲美家居 (+0%); 本周跌幅前 5 的家具板块公司分别为: 匠心家居 (-16.25%)、江山欧派 (-11.72%)、皮阿诺 (-11.64%)、索菲亚 (-10.81%)、欧派家居 (-9.65%)。

表 8: 本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603610.SH	麒盛科技	8.14	25.63
003011.SZ	海象新材	5.13	29.70
601996.SH	丰林集团	0.87	3.47
603389.SH	亚振家居	0.18	5.72
603818.SH	曲美家居	0.00	9.81

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 9: 本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
301061.SZ	匠心家居	-16.25	72.15
603208.SH	江山欧派	-11.72	62.19
002853.SZ	皮阿诺	-11.64	15.87
002572.SZ	索菲亚	-10.81	17.66

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603833.SH	欧派家居	-9.65	133.00

资料来源: Wind, 华金证券研究所

年初至今涨幅前 5 的家具板块公司分别为: 盛新锂能(+178.93%)、*ST 永林(+177.47%)、亚振家居(+65.85%)、麒盛科技(+45.87%)、喜临门(+35.86%); 年初至今跌幅前 5 的家具板块公司分别为: 梦百合(-40.83%)、尚品宅配(-40.51%)、江山欧派(-39.81%)、皮阿诺(-34.36%)、海象新材(-32.67%)。

表 10: 年初至今纺织服装板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002240.SZ	盛新锂能	178.93	68.17
000663.SZ	*ST 永林	177.47	10.96
603389.SH	亚振家居	65.85	5.72
603610.SH	麒盛科技	45.87	25.63
603008.SH	喜临门	35.86	26.00

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 11: 年初至今纺织服装板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603313.SH	梦百合	-40.83	14.58
300616.SZ	尚品宅配	-40.51	47.29
603208.SH	江山欧派	-39.81	62.19
002853.SZ	皮阿诺	-34.36	15.87
003011.SZ	海象新材	-32.67	29.70

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 12: 家具板块重点公司股价与估值

行业	证券代码	公司简称	股价	市值(亿元)	EPS			PE		
					2020A	2021E	2022E	2020A	2021E	2022E
家具	603816.SH	顾家家居	63.33	400	1.34	2.66	3.30	47	24	19
	1999.HK	敏华控股	12.88	510	0.49	0.62	0.78	26	21	17
	603008.SH	喜临门	26.00	101	0.81	1.26	1.59	32	21	16
	603313.SH	梦百合	14.58	71	0.78	0.77	1.22	19	19	12
	603833.SH	欧派家居	133.00	810	3.39	4.40	5.34	39	30	25
	002572.SZ	索菲亚	17.66	161	1.31	1.53	1.79	14	12	10
	603801.SH	志邦家居	22.24	69	1.27	1.65	2.05	18	13	11

资料来源: Wind 一致预期, 最新日期 2021/09/17, 华金证券研究所 (注: 敏华控股股价、市值、EPS 单位为港元, 其它为元)

三、行业数据跟踪

3.1 上游原材料

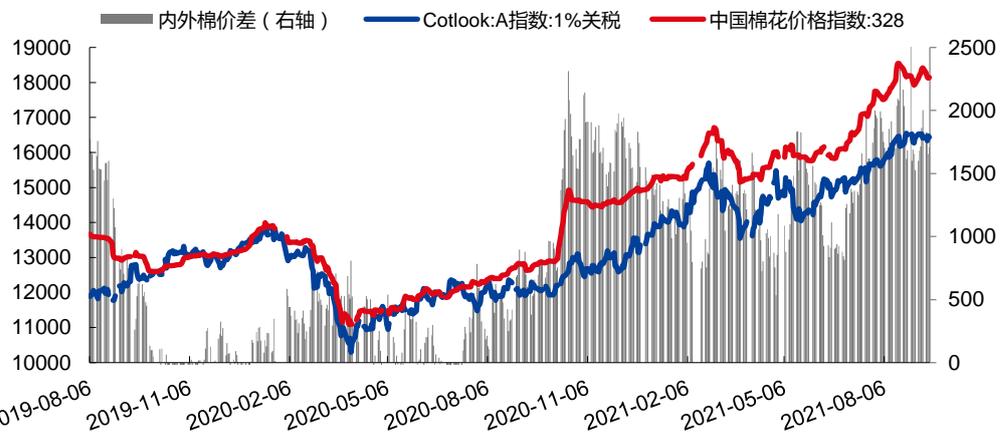
棉花价格：截至 9 月 16 日，中国棉花 328 价格指数为 18142 元/吨，较 9 月 9 日下降 249 元/吨，降幅为 1.35%；截至 9 月 16 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 16435 元/吨，较 9 月 9 日下降 95 元/吨，降幅为 0.57%。整体来看，本周内外棉价差 1707 元/吨，本周内外棉价差有所收窄。

TDI&MDI 价格：截至 9 月 17 日，华东地区 TDI 主流价格为 13900 元/吨，本周 TDI 价格环比下降 100 元/吨。华东地区纯 MDI 主流价格为 21200 元/吨，本周 MDI 价格环比上涨 400 元/吨。

皮革价格：2021 年 8 月，全球皮革实际市场价格为 57.5 美分/磅，同比上涨 115.2%，环比持平。

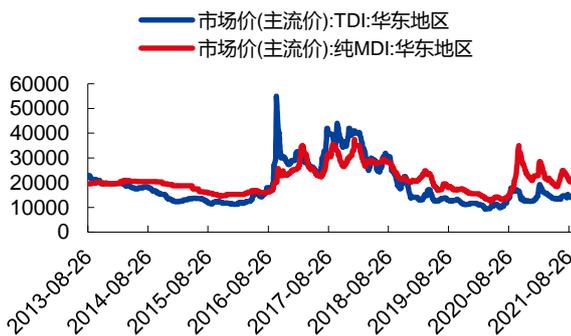
板材价格：截至 9 月 15 日，18 厘中纤板价格为 95 元/张，18 厘刨花板价格为 69 元/张。

图 6：棉花价格（元/吨）



资料来源：Wind，华金证券研究所

图 7：华东地区 TDI 和 MDI 主流价格（元/吨）



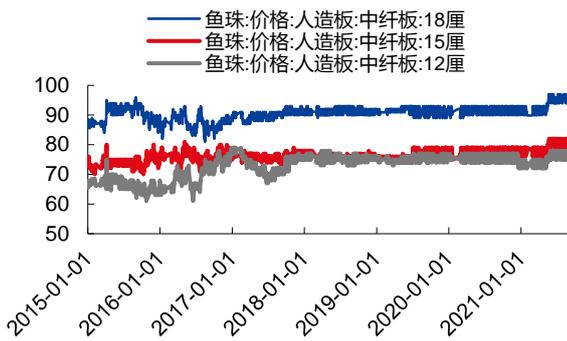
资料来源：Wind，隆众化工，华金证券研究所

图 8：全球皮革实际市场价格（美分/磅）



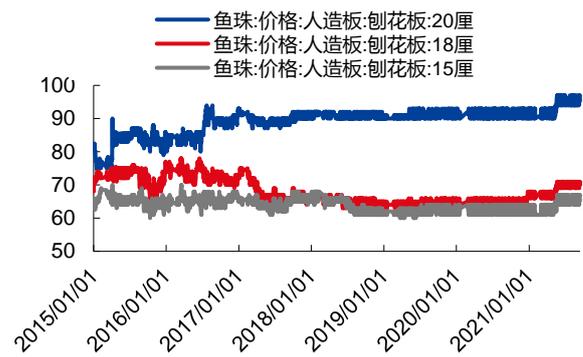
资料来源：Wind，国际货币基金组织，华金证券研究所

图 9: 中纤板价格 (元/张)



资料来源: Wind, 隆众化工, 华金证券研究所

图 10: 刨花板价格 (元/张)



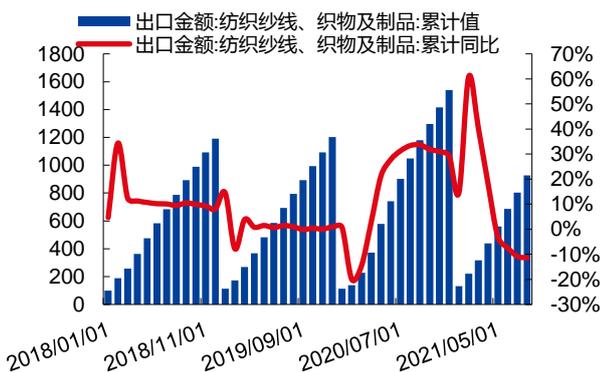
资料来源: Wind, 国际货币基金组织, 华金证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装方面: 8月当月纺织品服装出口 301.16 亿美元, 同比下降 2.6%; 今年 1-8 月, 纺织品服装累计出口 1984.68 亿美元, 同比增长 5.9%。8月当月纺织品出口 125.20 亿美元, 同比下降 15.1%, 环比增长 7.05%; 1-8 月纺织品出口 927.73 亿美元, 同比下降 11.4%, 继续受去年同期防疫类纺织品出口基数较高影响, 今年以来, 我国口罩产品对外出口总量虽然保持高位, 但单价降幅明显。8月当月服装出口 175.96 亿美元, 同比增长 8.5%, 环比增长 6.2%; 1-8 月服装出口 1056.95 亿美元, 同比增长 28.1%。20 年 8 月, 服装出口单月增速开始转正, 今年 8 月在东南亚疫情严峻影响下, 我国服装出口继续实现高单位数增长, 增速环比提升 0.2pct。

家具方面: 8月当月家具及其附件出口 62.36 亿美元, 同比增长 16.52%; 今年 1-8 月, 家具及其附件累计出口 471.58 亿美元, 同比增长 41.56%。

图 11: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比



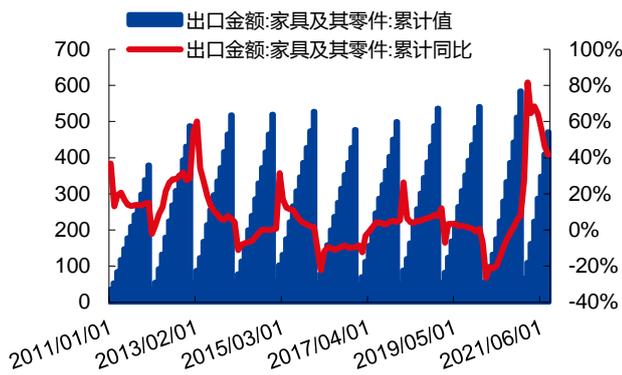
资料来源: Wind, 海关总署, 华金证券研究所

图 12: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比



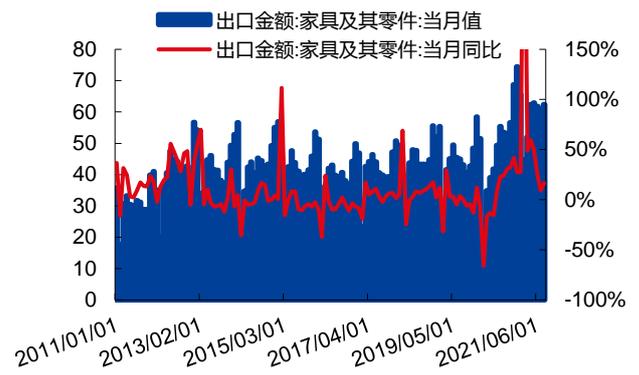
资料来源: Wind, 海关总署, 华金证券研究所

图 13: 家具及其附件累计值 (亿美元) 及累计同比



资料来源: Wind, 海关总署, 华金证券研究所

图 14: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比



资料来源: Wind, 海关总署, 华金证券研究所

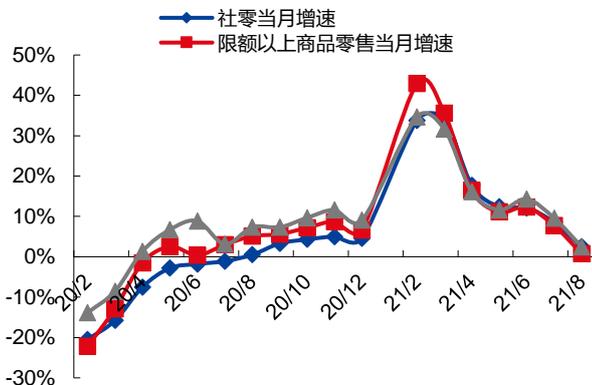
3.3 社零数据

8 月实现社零 3.44 万亿元/+2.5%，低于市场一致预期，两年平均增速约 1.5%，环比下滑 2.1pct。1~2 月、3 月、4 月、5 月、6 月、7 月的两年平均增速分别约 3.2%、6.3%、4.3%、4.5%、4.9%、3.6%、1.5%。国内疫情多点散发、汛情等自然灾害对国内消费市场冲击显现，叠加低基数效应渐退（2020 年 8 月社零同比开始转正），8 月消费市场整体表现平淡。

分渠道看，1) 线上，8 月实物商品网上零售额同比增长约 5.1%，两年平均增速约 10.7%；2021 年 1-8 月，实物商品网上零售额同比增长 15.9%，占社零比重 23.6%，与 1-7 月份基本持平；2) 线下，测算 8 月实物商品线下零售额同比增长约 2.1%，两年平均增速约 -0.1%。

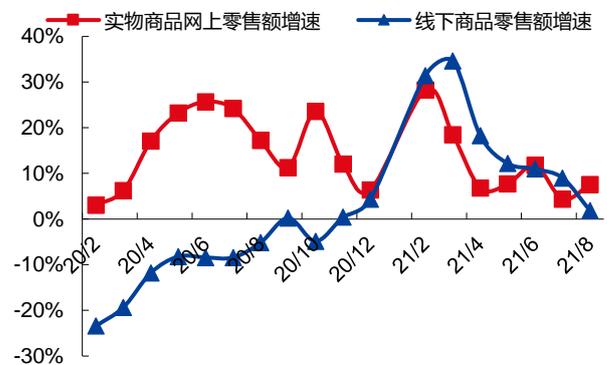
分品类看，1) 限上粮油食品、日用品 8 月分别增长 9.5%、同比下滑 0.2%，两年平均增长分别约 6.8%、5.4%。2) 限上化妆品、纺服、金银珠宝 8 月同比增长约 0.0%、-6.0%、7.4%，两年平均增速分别约 9.1%、-1.0%、11.3%。3) 限上家具类 8 月同比增长 6.7%，两年平均增速为 1.1%。

图 15: 社零及限额以上当月



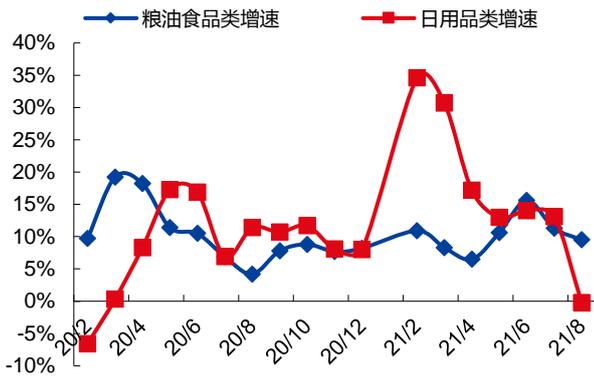
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 16: 线上线下当月



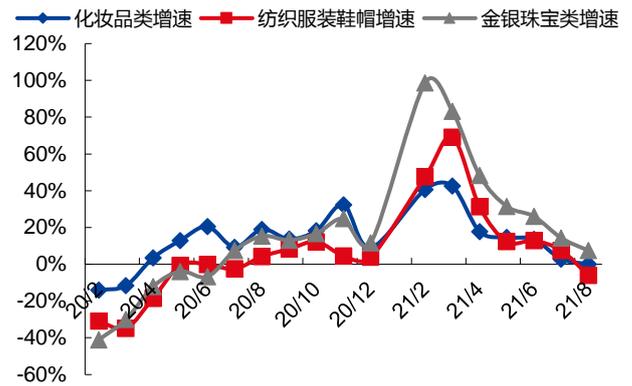
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 17: 粮油食品、日用品当月



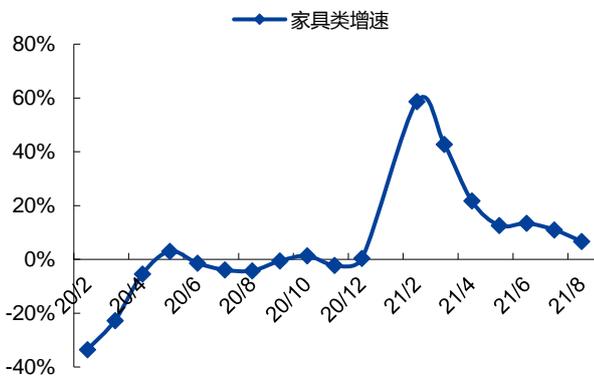
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 18: 化妆品、纺织服装、金银珠宝当月



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 19: 家具当月



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

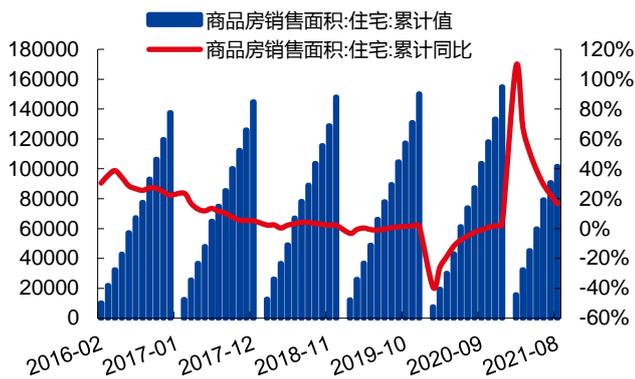
3.4 房地产数据

销售数据:2021 年 1-8 月,住宅商品房累计销售面积为 10.16 亿平方米,同比增长 16.52%,涨幅较 1-7 月收窄 6.18pct;8 月当月,住宅商品房销售面积为 1.10 亿平方米,同比下降 17.61%,降幅环比扩大 8.16pct。

新开工数据:2021 年 1-8 月,住宅商品房累计新开工面积为 10.08 亿平方米,同比下降 1.7%,前七个月累计同比增长 0.4%; 8 月当月,住宅商品房新开工面积为 1.23 亿平方米,同比下降 14.63%,降幅环比收窄 6.86pct。

竣工数据:2021 年 1-8 月,住宅商品房累计竣工面积为 3.38 亿平方米,同比增长 27.45%,涨幅较 1-7 月扩大 0.26pct;8 月当月,住宅商品房竣工面积为 3645.8 万平方米,同比增长 29.60%,涨幅环比扩大 0.76pct。

图 20: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 21: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



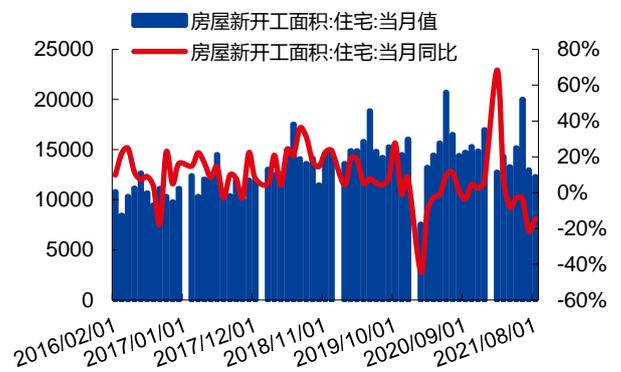
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 22: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 23: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



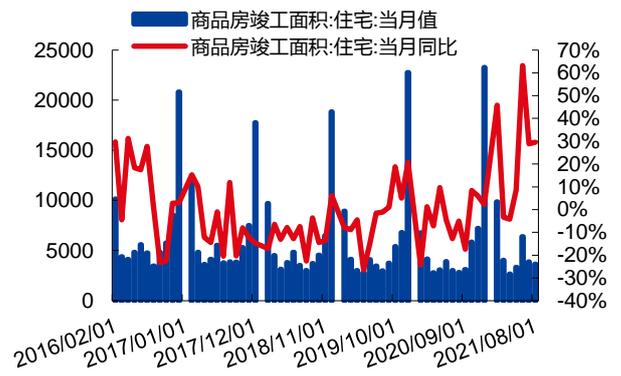
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 24: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

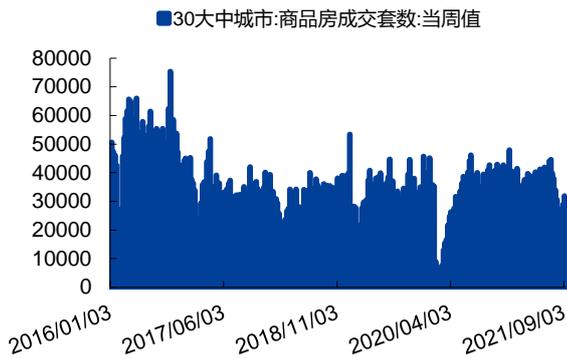
图 25: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

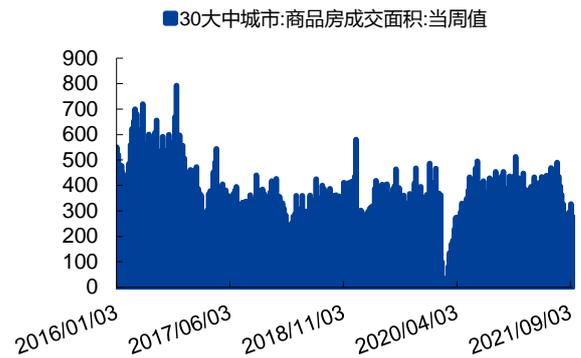
截至 9.18, 本周 30 大中城市商品房成交套数为 25766 套, 成交面积为 269.94 万平方米, 较上周同期分别增长和 4.7%和 6.8%。

图 26: 30 大中城市商品房当周成交套数



资料来源: Wind, 华金证券研究所

图 27: 30 大中城市商品房当周成交面积 (万平方米)



资料来源: Wind, 华金证券研究所

四、行业重要新闻

4.1 2021 年 1-8 月份消费品市场运行情况分析

[中华全国商业信息 2021-09-15]

前 8 月社会消费品零售总额同比增长 18.1%: 1-8 月份, 我国社会消费品零售总额实现 281224 亿元, 较上年同期增长 18.1%, 两年平均增长 3.9%, 两年平均增速较 1-7 月份放缓 0.4 个百分点。其中, 除汽车以外的消费品零售额 252739 亿元, 增长 17.8%, 增速较 1-7 月份放缓 2.4 个百分点。8 月份, 我国社会消费品零售额 34395 亿元, 同比增长 2.5%, 两年平均增长 1.5%, 比 7 月份回落 2.1 个百分点。

前 8 月实物商品网上零售同比增长 15.9%: 1-8 月份, 实物商品网上零售额实现 66340 亿元, 同比增长 15.9%, 增速较 1-7 月份放缓 1.7 个百分点。1-8 月份, 实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为 23.6%, 占比与上月持平。其中, 吃类、穿类和用类商品分别增长 22.4%、19.4%和 14.2%。经测算, 8 月份实物商品网上零售额实现 8210 亿元, 同比增长 5.1%, 增速环比放缓 5.9 个百分点。

前 8 月实体店消费同比增长 18.8%: 根据测算, 1-8 月份实体店消费品零售额 214884 亿元, 同比增长 18.8%, 增速较 1-7 月份放缓 2.9 个百分点。8 月份实体店消费品零售额 26185 亿元, 同比增长 1.7%, 增速环比放缓 6.1 个百分点。

前 8 月商品零售同比增长 16.5%, 餐饮收入同比增长 34.4%: 1-8 月份, 商品零售 252305 亿元, 同比增长 16.5%, 增速较 1-7 月份放缓 2.2 个百分点。其中, 限额以上单位商品零售 96937 亿元, 同比增长 19.2%, 增速较 1-7 月份放缓 3 个百分点。其中, 8 月份商品零售同比增长 3.3%, 增速环比放缓 4.5 个百分点。8 月份限额以上单位商品零售中的饮料类、烟酒类、中西药品类、文化办公用品类、石油及制品类、建筑及装潢材料类商品零售额均取得两位数增长。1-8 月份, 餐饮收入 28919 亿元, 同比增长 34.4%, 增速较 1-7 月份放缓 7.9 个百分点。其中, 限额以上单位餐饮收入 6632 亿元, 同比增长 40.2%, 增速较 1-7 月份放缓 9.3 个百分点。其中, 8 月份餐饮收入 3456 亿元, 同比下降 4.5%, 增速环比放缓 18.8 个百分点。

前8月城镇消费品零售额增长18.3%，乡村消费品零售额增长17.2%：1-8月份，城镇消费品零售额244426亿元，同比增长18.3%，增速较1-7月份放缓2.6个百分点。乡村消费品零售额36798亿元，增长17.2%，增速较1-7月份放缓2.2个百分点。

前8月百家重点大型零售企业（以百货为主）零售额同比增长16.3%：2021年1-8月，全国百家重点大型零售企业零售额同比增长16.3%。其中，由于部分地区的零售企业受到灾害天气和疫情反弹影响，8月份零售额同比下降6.8%，为今年以来首次月度负增长。从各品类情况来看，8月份，除金银珠宝类商品同比增长11.5%，其余品类均表现为零售额同比下降，其中，粮油食品类、化妆品类、日用品类和家用电器类分别同比下降5.5%、6.4%、8.7%和3.9%，服装类零售额同比下降接近20%。

前8月限额以下商品零售额同比增长14.9%，餐饮收入同比增长32.8%：据测算，1-8月份，限额以下商品零售额155368亿元，同比增长14.9%，增速较1-7月份放缓1.7个百分点，对商品零售额增长贡献率为56.3%，占商品零售额比重为61.6%。其中，8月份限额以下商品零售额19382亿元，同比增长4.9%，对商品零售额增长贡献率为90.7%，占商品零售额比重为62.6%。据测算，1-8月份，限额以下餐饮收入22287亿元，同比增长32.8%，增速较1-7月份放缓7.5个百分点，对餐饮收入增长贡献率为74.3%，占餐饮收入比重为77.1%。其中，8月份限额以下餐饮收入2671亿元，同比下降4.6%，对餐饮收入增长贡献率为78.9%，占餐饮收入比重为77.3%。

前8月汽车零售额同比增长20.1%，石油及制品零售额同比增长20.7%：1-8月份，限额以上单位汽车类零售额实现28486亿元，同比增长20.1%，增速较1-7月份放缓4.9个百分点。8月份，限额以上单位汽车类零售额同比下降7.4%，降幅环比扩大5.6个百分点。1-8月份，限额以上单位石油及制品类零售额实现13066亿元，同比增长20.7%，增速较1-7月份放缓1.2个百分点。8月份，限额以上单位石油及制品类零售额同比增长13.1%，增速环比放缓9.6个百分点。

前8月居民消费价格同比上涨0.6%：1-8月份，全国居民消费价格同比上涨0.6%，涨幅较上年放缓2.9个百分点，与1-7月份持平。其中食品价格同比下降1.1%，增速较上年同期回落16.3个百分点，较1-7月份下降0.4个百分点；非食品价格同比上涨1%，涨幅较上年同期提高0.5个百分点，较1-7月份提高0.1个百分点。消费品价格同比上涨0.6%，涨幅较上年同期回落4.6个百分点，与1-7月份持平；服务价格同比增长0.6%，涨幅较上年同期回落0.1个百分点，较1-7月份提高0.1个百分点。

4.2 Pandora 公布最新目标：年产珠宝 8000 万件，中国销售额较 2019 年增长两倍

[华丽志 2021-09-15]

2021年9月14日，丹麦珠宝品牌 Pandora（潘多拉）公布了最新的财务增长目标。Pandora 计划在 2021~2023 年间，销售额能够以 6%~8% 的幅度增长，为实现这一目标，品牌计划生产更多前卫风格的首饰，吸引年轻一代消费者购买，同时计划进一步刺激美国和中国的销售增长。从长期来看：中国市场销售额较 2019 年增长两倍，美国市场销售额较 2019 年增长一倍。Pandora

还将 2023 年的营业利润率目标设定为 25-27%，目前，集团正在加大股票回购力度，促使其股价涨幅超过 4%。Pandora 总裁兼首席执行官 Alexander Lacik 在官方公告中表示：“我们很高兴 Pandora 重回增长轨道，但是我们意识到，现有的核心业务中还有大量待开发空间，这些待开发空间将推动品牌实现长期可持续增长和盈利增长，我们的目标是成为可负担起的珠宝市场（affordable jewellery market）中规模最大且最受欢迎的品牌，我们拥有实现这一目标的坚实基础”。

Pandora 希望通过更新品牌形象来吸引千禧一代和 Z 世代消费者，“到 2025 年，千禧一代和 Z 世代消费者预计将占全球奢侈品消费市场 60% 以上，我们得针对这一趋势有所准备”，Alexander Lacik 在接受路透社采访时说道。目前，Pandora 拥有三大主要产品系列：Moments 系列、Pandora Brilliance 系列和 Pandora ME 系列，其中，品牌 70% 的销售额都来自 Moments 系列，未来，Pandora 将在优先发展三大主要产品系列的同时，开拓新系列产品。为进一步向客户提供个性化购物体验，Pandora 制定了一系列全渠道发展措施，包括推出全新门店概念、建设数字化渠道等等。目前，品牌 75% 的销售都来自 DTC（直面消费者）渠道，充分利用好 DTC 渠道的客户数据将推动销售的进一步增长。为满足不断增长的市场需求和抵抗风险能力，Pandora 计划将其珠宝产能提升 60%，或者说，将每年的珠宝产能提升至 8000 万件。因此，Pandora 将投资 10 亿丹麦克朗在越南建设一座产能约 6000 万件珠宝的工厂，并将泰国现有的工厂产能提升约 2000 万件。此外，Pandora 表示将继续提升品牌在可持续发展方面的领导地位，在新的包容性和多元化战略中，Pandora 承诺：到 2030 年，将自身运营和价值链过程中的温室气体排放量减少 50%（与 2019 年相比）；到 2040 年实现净零排放。

8 月中旬，Pandora 曾公布了 2021 财年第二季度的关键财务数据，销售额录得 51.55 亿丹麦克朗，与 2019 年相比，有机增长 13%，增长主要受美国市场的强劲表现推动，在中国市场的表现仍然疲软。

4.3 商务部关于进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知

[商务部 2021-09-16]

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：

消费是经济增长的重要引擎，是人民对美好生活需要的直接体现。2021 年以来，消费市场总体呈现稳步恢复态势，但恢复不均衡、基础不稳固，7 月下旬以来国内疫情多点散发，对消费市场又带来新的影响。为抓住“金九银十”、岁末年初消费旺季有利时机，在落实落细各项常态化疫情防控措施的基础上，扎实推进商务领域促消费重点工作，确保 2021 年下半年和 2022 年上半年消费运行在合理区间，更好服务构建新发展格局，现就有关事项通知如下：

一、重点任务

（一）加力稳住大宗消费重点消费。

1.促进新车消费。加快推动汽车由购买管理向使用管理转变，破除制约汽车购买使用障碍，释放汽车消费潜力。支持新能源汽车加快发展，会同相关部门深入开展新能源汽车下乡活动。

2.扩大二手车消费。鼓励二手车经销企业品牌化、连锁化经营，推动流通模式创新。加快推进二手车异地交易登记跨省通办。推动落实取消二手车限迁政策。积极协调配合相关部门依法加强二手车市场监管，规范市场秩序。支持符合条件的企业开展二手车出口业务，有序扩大二手车出口规模。

3.促进家电家具家装消费。会同相关部门，加快健全废旧家电回收处理体系，健全回收网络，优化回收渠道，促进家电更新消费；引导消费者增强家电安全使用和节能环保意识、及时更换超过安全使用年限的老旧家电；鼓励居民小区利用闲置房屋设置周转住房、家电家具临时存放场所，方便居民开展家庭装修。

4.提振餐饮消费。推动餐饮服务提质升级，鼓励餐饮企业丰富提升菜品、提高服务水平、创新经营模式。鼓励品牌餐饮企业连锁化、标准化、集约化发展，加快餐饮企业数字化赋能。鼓励各地深入挖掘传统烹饪技艺，加强对地方传统美食的宣传推广，打造特色品牌。推动餐饮业绿色低碳发展。

（二）促进新型消费加快发展。

5.发展新业态新模式新场景。支持传统商业企业加快数字化、智能化改造和跨界融合，鼓励发展智慧商店、无接触配送、到家服务等，推进线上线下更广更深融合。支持鼓励传统商业场所、闲置厂房、体育场馆等改造为多功能、综合性新型消费载体，打造沉浸式、体验式、互动式消费场景。因地制宜建设夜间消费集聚区，丰富夜间消费场景和供给。

6.促进线上消费健康发展。推动直播电商、社交电商等新业态新模式规范健康持续发展，引导企业运用大数据等技术，开展个性化定制、柔性化生产，培育更多“小而美”网络品牌。实施生活服务数字化赋能行动，加快促进生活服务业上线上云。

7.促进品牌品质消费。鼓励商圈、步行街、大型商贸流通企业引进国内外品牌首店、旗舰店、体验店，开展新品首发首秀、时尚周、品牌秀、创意展等活动。鼓励老字号传承和创新传统技艺，推出更多富含时尚元素、符合消费者需求的产品和服务，积极拓展线上销售渠道，不断提升市场竞争力。落实好海南离岛旅客免税购物政策。

8.壮大绿色循环消费。推动绿色商场创建，鼓励发展“互联网+旧货”、“互联网+回收”等新业态新模式。鼓励有条件的地区对居民淘汰国三及以下排放标准汽车并购买新车,淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴。

9.扩大进口消费。促进跨境电商进口健康持续创新发展。充分发挥中国国际进口博览会、中国进出口商品交易会等重要展会平台作用，扩大优质消费品进口。鼓励大型商贸流通企业、电商平台设置进口产品销售专柜、专区，促进进口商品销售。

（三）优化提升消费平台载体。

10.加快推进国际消费中心城市培育建设。首批培育城市要按照总体方案和实施方案要求，准确把握政府引导、市场运作，问题导向、突出特色，科学布局、循序渐进基本原则，围绕聚集优质消费资源、建设新型消费商圈、推动消费融合创新、打造消费时尚地标、加强消费环境建设、完善消费促进机制等重点任务，扎实推进培育建设工作，充分发挥示范引领和辐射带动作用。

11.加快实施城市商业提升行动。鼓励各地打造一批人气旺、特色强、有文化底蕴的特色商圈、特色街区。加快建设一刻钟便民生活圈，推动便利店、菜市场、早餐店、维修点等便民商业设施进社区，支持有条件的社区改造提升商业中心、邻里中心等综合服务设施。

12.深入实施县域商业建设行动。建立完善县域统筹、以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系，完善县城商业设施，推动建设改造一批乡镇商贸中心，改造提升农村传统商业网点。进一步扩大农村电商覆盖面，完善县乡村三级物流配送体系，大力发展共同配送。完善农产品流通骨干网，加快补齐冷链设施短板。结合农村传统节日，组织开展丰收节、民俗节、采摘节、赏花园、美食节等乡村特色促消费活动，吸引城市居民下乡消费。

13.组织开展好重点促消费活动。组织开展品牌商品产销对接活动，引导特色品牌进街区、进商超、进平台，促进品牌消费。继续办好“中华美食荟”活动，打造餐饮消费新热点。持续办好“老字号嘉年华”活动，线上线下联动，营造老字号消费氛围。

14.开展常态化促消费活动。在做好疫情防控前提下，抓住中秋、国庆、元旦、春节等消费旺季，聚焦汽车、家电、家居、餐饮等重点领域，组织开展商旅文体融合、线上线下结合、城乡区域联动的各类促消费活动，以节聚势，以节兴市，以节兴商，进一步提升市场人气，释放消费潜力。

二、保障措施

(一) 加强组织领导。各地要牢固树立以人民为中心的发展思想，坚定实施扩大内需战略，坚持系统观念，坚持问题导向，统筹做好疫情防控和消费促进工作，推动消费持续稳定恢复。抓住消费市场进入传统旺季的有利时机，制定促消费工作专项方案，明确重点任务，压实工作责任，加强督促检查，确保各项举措落到实处。加强典型经验总结提炼和复制推广，充分发挥示范引领作用。加强宣传引导，及时对消费市场运行情况、促消费工作举措及成效等进行宣传报道，营造良好舆论氛围。

(二) 强化政策支撑。加强部门沟通协调，抓好提振大宗消费重点消费、促进释放农村消费潜力等已出台政策措施贯彻落实，聚焦难点堵点，研究出台新的促消费工作举措。落实好《商务部等6部门关于支持线下零售、住宿餐饮、外资外贸等市场主体纾困发展有关工作的通知》（商财函〔2021〕442号）要求，推动相关行业持续恢复。积极协调财政部门，加大对批发零售、住宿餐饮等受疫情影响较大行业的支持力度。优化服务业发展资金支持方向，加大对农产品供应链、统计监测、应急保供等工作支持力度。推动落实商务部与相关金融机构签署的一系列合作协议，积极协调金融机构加大对经营困难商贸流通企业特别是小微企业信贷支持力度，推出适合行业特点的小额度、短期限、多频次、快放贷、轻担保的专项融资产品。

(三) 抓好疫情防控。统筹发展和安全，树牢底线思维，建立健全常态化疫情防控机制，营造安全放心消费环境。指导督促各类商贸流通企业按照疫情防控要求和相关行业防控指南，落实好各项防控措施，加强经营场所通风、消毒和清洁卫生，严格执行入场体温检测、健康码查验、佩戴口罩等要求，控制客流密度，把好疫情防控关。切实做好各类促消费活动疫情防控工作，制定专项预案，抓好组织实施，确保活动安全顺利举行。抓好商贸领域安全生产工作，压紧压实安全生产责任，落实落细安全防范措施。

（四）夯实工作基础。深入开展调查研究，全面掌握消费市场新情况、新问题、新需求、新动向，准确研判消费发展趋势。完善统计监测体系，统一样本企业及数据应用口径，充分运用大数据等手段，加强市场监测和预警预测，及时发现报告市场异常波动并妥善处置，提升应急响应速度。完善应急保供体系，优化储备品类、规模和结构，健全部门协作、联保联供等工作机制，统筹做好防疫保供、节日市场保供、重要商品保供等工作，确保生活必需品不脱销、不断档。完善商务信用体系，组织开展好“诚信兴商宣传月”活动。完善流通标准体系，加强地方标准制修订，抓好标准宣贯实施。

五、重点公司公告

【喜临门】关于回购公司股份比例达到 1%暨回购进展公告

[2021-09-16] 9月1日，公司审议决定拟使用资金总额为不低于人民币 15,000 万元（含）且不超过人民币 20,000 万元（含）的自有资金，以不超过 40.77 元/股（含）的回购价格回购公司股份，用于实施员工持股计划。

截至 2021 年 9 月 15 日，公司通过集中竞价交易方式已累计回购股份 4,571,300 股，占公司总股本的比例为 1.18%，与截至 2021 年 9 月 8 日披露数相比增加 1.17%，购买的最高成交价格为 30.98 元/股，最低成交价格为 25.95 元/股，已支付资金总额为 137,112,491.47 元（不含交易费用）。

【顾家家居】关于收到中国证券监督管理委员会出具的董事长结案通知书及控股股东行政处罚决定书的公告

[2021-09-16] 2021 年 9 月 15 日，2020 年 12 月，证监会对顾江生涉嫌内幕交易股票行为立案稽查。经审理，顾江生的涉案违法事实不成立，证监会决定本案结案。2021 年 9 月 15 日，证监会对顾家集团非法利用他人账户从事证券交易行为进行了立案调查、审理，顾家集团违反 2005 年《证券法》第八十条“禁止法人非法利用他人账户从事证券交易”的规定，构成 2005 年《证券法》第二百零八条第一款所述法人利用他人账户买卖证券的行为，依据 2005 年《证券法》第二百零八条的规定，证监会决定：对顾家集团有限公司处以二十万元罚款。

【森马服饰】关于公司第二期员工持股计划锁定期届满的提示性公告

[2021-09-16] 公司于 2020 年 3 月 3 日审议通过了《浙江森马服饰股份有限公司第二期员工持股计划（草案）及其摘要》、《提请股东大会授权董事会办理本公司第二期员工持股计划有关事项》。本员工持股计划所购买的股票锁定期为自购买完成公告之日起 12 个月，即自 2020 年 9 月 17 日至 2021 年 9 月 16 日。截至本公告日，本员工持股计划持有公司股份 13,854,163 股，占公司现有总股本的 0.51%；本员工持股计划锁定期届满后对公司股本结构无影响。

六、风险提示

1. 部分终端销售或不达预期；2. 国内疫情持续出现反复；3. 品牌竞争加剧；4. 东南亚疫情或影响纺织制造行业产能释放；5. 汇率大幅波动。

行业评级体系

收益评级：

领先大市—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 10%以上；

同步大市—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-10%至 10%；

落后大市—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 10%以上；

风险评级：

A —正常风险，未来 6 个月投资收益率的波动小于等于沪深 300 指数波动；

B —较高风险，未来 6 个月投资收益率的波动大于沪深 300 指数波动；

分析师声明

王冯声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准，如有需要，客户可以向本公司投资顾问进一步咨询。

在法律许可的情况下，本公司及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或期权并进行证券或期权交易，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，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦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。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示：

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。投资者对其投资行为负完全责任，我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

华金证券股份有限公司

地址：上海市浦东新区锦康路 258 号（陆家嘴世纪金融广场）13 层

电话：021-20655588

网址：www.huajinsec.cn