

# 纺织服装

# 行业周报

## 三季度披露完毕，关注业绩稳健的品牌公司

 投资评级 **领先大市-A 维持**

### 投资要点

#### ◆ 本周纺织服装板块落后大盘 0.7pct，浙江自然、ST 起步、台华新材涨幅靠前。

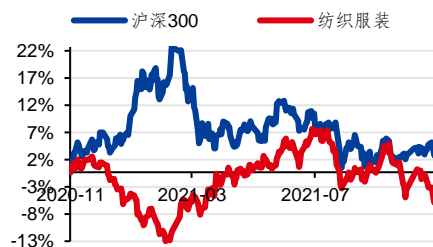
本周（10.25-10.29），SW 纺织服装板块下跌 1.73%，沪深 300 下跌 1.03%，纺织服装板块落后大盘 0.7 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 0.54%，SW 服装家纺下跌 2.32%。从板块的估值水平看，目前 SW 纺织服装整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 20.86 倍，低于 1 年均值。本周涨幅前 5 的纺织服装板块公司分别为：浙江自然（+16.21%）、ST 起步（+15.53%）、台华新材（+13.42%）、ST 柏龙（+12.45%）、康隆达（+11.94%）；本周跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为：新澳股份（-17.59%）、锦泓集团（-15.32%）、牧高笛（-14.28%）、星期六（-13.61%）、爱慕股份（-11.9%）。

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

#### ◆ 本周家居板块落后大盘 4.57pct，海象新材、喜临门、德尔未来涨幅靠前。

本周（10.25-10.29），SW 家具板块下跌 5.60%，沪深 300 下跌 1.03%，家具板块落后大盘 4.57 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 20.72 倍，低于近 1 年均值。本周涨幅前 5 的家具板块公司分别为：海象新材（+20.97%）、喜临门（+8.12%）、德尔未来（+1.53%）、顶固集创（+0.22%）、美克家居（+0.29%）；本周跌幅前 5 的家具板块公司分别为：江山欧派（-20.3%）、梦百合（-15.44%）、志邦家居（-15.15%）、金牌厨柜（-12.71%）、盛新锂能（-8.67%）。

### 一年行业表现



资料来源：贝格数据

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	-3.86	-8.02	-8.02
绝对收益	-4.89	-4.04	-4.04

### 分析师

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

### 相关报告

纺织服装：9 月社零增长 4.4%，消费市场有所回暖 2021-10-25

纺织服装：9 月社零总额同比+4.4%，消费环比有所回暖 2021-10-18

纺织服装：9 月纺服出口保持良好增势，周大福 FY22Q2 持续高增长 2021-10-17

纺织服装：周大福预计 FY2025 市占率达 13%，国庆假期周边游热度持续 2021-10-07

纺织服装：多地出台促消费举措，关注节日旺季终端消费 2021-09-27

### ◆ 行业重要新闻：

1. 欧莱雅集团推出史上最大香水信息平台，加强提升透明度举措。法国美容巨头欧莱雅集团（L' Oreal Groupe）宣布推出一个全新的香水成分信息平台 AU CŒUR DE NOS PRODUITS。此外，欧莱雅集团还与全球四大香水供应商（Firmenich、Givaudan、IFF 及 Mane）展开了合作，邀请供应商共同参与构建信息披露模式。除了简单列出产品成分清单外，在开发 AU CŒUR DE NOS PRODUITS 过程中，欧莱雅集团还进行了大量的消费者研究，根据消费者的兴趣点设置了成分来源、嗅觉特性以及如何应用在香水制作中等内容。

2. 下一个风口或是服装赛道。最近红杉中国、腾讯领投、真格基金、挑战者资本等都在布局服装赛道，B 站、泡泡玛特、米哈游等资本新玩家甚至也瞄准了无性别和汉服等领域。目前服装有四大潜力细分市场：1) 汉服。从 2019 年开始，与汉服有关的事物，在国内外掀起热浪。从销售量来看，天猫数据显示从 2018 年开始，购买汉服的人数与 2017 年相比增长 92%。2018 年，森马服饰集团即从童装着手开始布局汉服市场，当年淘宝、天猫两大平台汉服相关总销售额为 9.21 亿元。仅 2019 年天猫双十一当天，截至下午 2 点，汉服成交金额就已达到 1.8 亿元，其中 90 后消费者群体消费超 9065 万元。央视财经在 2019 年的报道就称，这个由小众玩家撑起的市场，市场规模将超十亿元。2) 她消费。无钢圈内衣、无尺码内衣一度爆红，并由此催生了 Ubras、Neiwai 内外、蕉内等一批

新兴品牌的崛起；3) 童装。服装巨头森马服饰和海澜之家近年纷纷布局童装，并在 Q3 季报表现出亮眼的业绩；4) 无性别时装。目前，Gucci、Chanel、Converse 等国际大牌都已经推出了无性别产品。国内品牌江南布衣、UR 等也开始效仿跟进，新兴品牌 NACAO PROJECT、LOST MYHEAD 等主打无性别的服装也在快速发展和布局中。

◆ **3. 海澜之家 2021 前三季度营收 141 亿元。**10 月 27 日晚，海澜之家披露的 2021 年三季度报显示，2021 年前三季度海澜之家实现营业收入 141.6 亿元，同比增长 20.19%；归母净利润 20.48 亿元，同比增长 58.70%，毛利率达到 45.24%。品牌端，海澜之家已完成“多品牌、全品类、集团化”的战略布局，但主品牌仍是海澜之家主要营收来源。渠道端，线下渠道仍然是海澜之家主要营收来源，并优化升级渠道结构，不断增加购物中心的门店占比，及直营门店占比。营销端，与多个 IP 合作，打造了多款联名系列，逐步摆脱“老气”印象，向年轻 Z 世代持续迈进，提升“国民品牌”影响力。研发端，持续加大研发力度，推出众多高科技、多功能性优质产品与优质面料辅料，满足消费者多场景的需求，改变男装“轻研发”的诟病，扩大品牌影响力和产品市占率。

◆ **公司重要公告：**健盛集团、百隆东方、水星家纺、李宁、华孚时尚、比音勒芬、周大生、富安娜、锦泓集团、安正时尚、海澜之家、华利集团、鲁泰 A 共 13 家上市公司于本周发布 2021 年第三季度报告；【海澜之家】持股 5% 以上股东比例变动超 1% 的提示性公告；【欣贺股份】持股 5% 以上股东减持预披露；【华孚时尚】全资子公司出售资产公告及前三季度利润分配预案；【周大生】发布股权激励解除限售提示；【比音勒芬】前三季度计提资产减值准备的公告；【李宁】已发行股本变动情况披露；【特步国际】发放股票股利说明；【歌力思】面向专业投资者公开发行公司债券；【罗莱生活】持股 5% 以上股东比例变动超 1% 的提示性公告。

◆ **投资建议：**纺织制造板块，由于棉花供需错配、海运紧张、产棉国天气变化等因素影响，国庆假期后，国内外棉价双双创新高，国际棉花价格 10 月 28 日达到 18975 元/吨，国内棉花价格 10 月 28 日达到 22279 元/吨，中储棉已开始国储棉投放。建议关注受益于短期棉价上涨的上游纺织制造公司百隆东方和华孚时尚。海关总署公布最新出口数据，9 月纺织出口终止连续 4 个月的增速下降，恢复增长，今年 1-9 月，纺织品和服装出口(美元计)较 19 年同期分别增长 18.0%、8.5%，纺织出口保持良好增势。建议继续关注下游赛道更优、订单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。服装家纺板块，三季度以来，服装消费表现较弱背景下，建议关注景气度更高、竞争格局更优的运动服饰龙头安踏体育、李宁和具备估值性价比的个股海澜之家，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 欧莱雅集团推出史上最大香水信息平台，加强提升透明度举措.....	16
4.2 下一个风口竟然是服装赛道？.....	17
4.3 海澜之家 2021 前三季度营收 141 亿元.....	20
五、重点公司公告.....	21
六、风险提示.....	24

## 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 4：家具板块本周行情.....	8
图 5：家具板块 PE 走势.....	9
图 6：棉花价格（元/吨）.....	11
图 7：华东地区 TDI 和 MDI 主流价格（元/吨）.....	11
图 8：全球皮革实际市场价格（美分/磅）.....	11
图 9：中纤板价格（元/张）.....	12
图 10：刨花板价格（元/张）.....	12
图 11：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比.....	12
图 12：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比.....	12
图 13：家具及其附件累计值（亿美元）及累计同比.....	13
图 14：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比.....	13
图 15：社零及限额以上当月.....	13
图 16：线上线下当月.....	13
图 17：粮油食品、日用品当月.....	14
图 18：化妆品、纺织服装、金银珠宝当月.....	14
图 19：家具当月.....	14
图 20：商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比.....	15
图 21：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比.....	15
图 22：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	15
图 23：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	15

图 24: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比 .....	15
图 25: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比 .....	15
图 26: 30 大中城市商品房当周成交套数 .....	16
图 27: 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 7: 家具板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比 .....	9
表 8: 本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司 .....	9
表 9: 本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司 .....	9
表 10: 年初至今纺织服装板块涨幅前 5 的公司 .....	10
表 11: 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

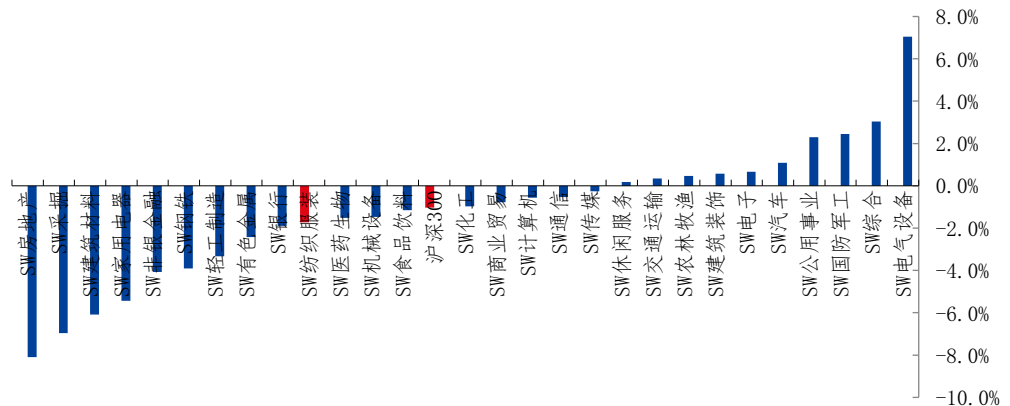
## 一、纺织服装板块

### 1.1 本周行情回顾

本周，SW 纺织服装板块下跌 1.73%，沪深 300 下跌 1.03%，纺织服装板块落后大盘 0.7 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 0.54%，SW 服装家纺下跌 2.32%。

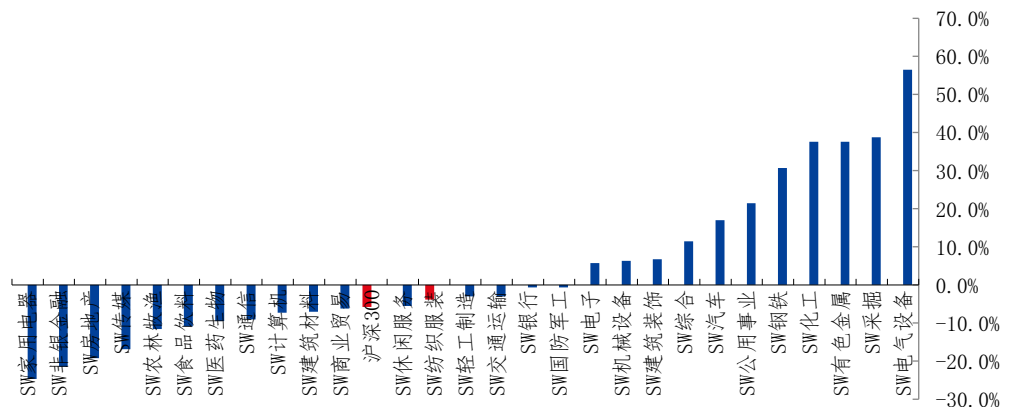
年初至今，SW 纺织服装板块下跌 3.8%，沪深 300 下跌 5.81%，纺织服装板块跑赢大盘 2.01 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 7.05%，SW 服装家纺下跌 1.78%。

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：同花顺，华金证券研究所

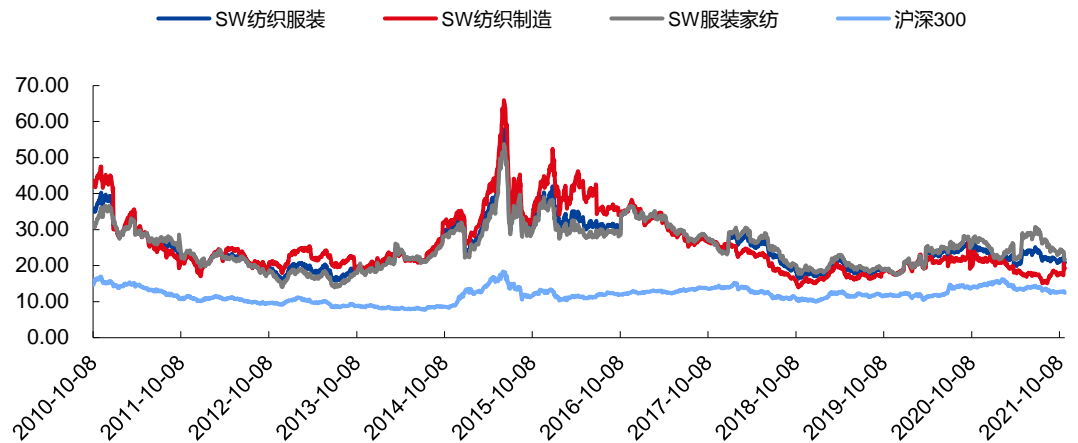
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：同花顺，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 20.86 倍，SW 纺织制造的 PE 为 19.37 倍，SW 服装家纺的 PE 为 21.72 倍，沪深 300 的 PE 为 12.48 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: 同花顺, 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

	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
2021/10/29	20.86	19.37	21.72	12.48
近一年均值	22.51	18.87	25.37	14.00
溢价	-1.65	0.50	-3.65	-1.53

资料来源: 同花顺, 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: 浙江自然 (+16.21%)、ST 起步 (+15.53%)、台华新材 (+13.42%)、ST 柏龙 (+12.45%)、康隆达 (+11.94%); 本周跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为: 新澳股份 (-17.59%)、锦泓集团 (-15.32%)、牧高笛 (-14.28%)、星期六 (-13.61%)、爱慕股份 (-11.9%)。

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)
605080.SH	浙江自然	16.21	73.18
603557.SH	ST 起步	15.53	5.43
603055.SH	台华新材	13.42	18.00
002776.SZ	ST 柏龙	12.45	3.07
603665.SH	康隆达	11.94	24.29

资料来源: 同花顺, 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)
603889.SH	新澳股份	-17.59	5.95
603518.SH	锦泓集团	-15.32	12.27
603908.SH	牧高笛	-14.28	30.86
002291.SZ	星期六	-13.61	20.13



证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603511.SH	爱慕股份	-11.90	23.31

资料来源：同花顺，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：台华新材 (+199.52%)、中银绒业 (+145.28%)、锦泓集团 (+138.72%)、金发拉比 (+130.3%)、ST 摩登 (+87.67%)；年初至今跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为：中潜股份 (-67.53%)、恒辉安防 (-64.22%)、金春股份 (-55.19%)、稳健医疗 (-54.04%)、延江股份 (-50.21%)。

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)
603055.SH	台华新材	199.52	18.00
000982.SZ	中银绒业	145.28	2.60
603518.SH	锦泓集团	138.72	12.27
002762.SZ	金发拉比	130.30	0.00
002656.SZ	ST 摩登	87.67	0.00

资料来源：同花顺，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	-67.53	20.62
300952.SZ	恒辉安防	-64.22	23.18
300877.SZ	金春股份	-55.19	23.30
300888.SZ	稳健医疗	-54.04	75.20
300658.SZ	延江股份	-50.21	9.55

资料来源：同花顺，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	167.80	2,522	3.40	3.67	4.60	49	46	37
	000726.SZ	鲁泰 A	5.97	44	0.11	0.48	0.83	54	12	7
	002042.SZ	华孚时尚	4.42	79	-0.25	0.30	0.36	-18	15	12
	601339.SH	百隆东方	5.24	79	0.24	0.67	0.74	21	8	7
	300979.SZ	华利集团	85.40	997	1.61	2.32	2.87	53	37	30
	603558.SH	健盛集团	11.06	43	-1.34	0.62	0.81	-8	18	14
家纺	002293.SZ	罗莱生活	13.05	109	0.70	0.86	0.99	19	15	13
	002327.SZ	富安娜	8.12	67	0.62	0.75	0.88	13	11	9
	603365.SH	水星家纺	15.26	41	1.03	1.37	1.60	15	11	10
休闲服饰	002563.SZ	森马服饰	7.50	202	0.30	0.60	0.71	25	13	11
	603877.SH	太平鸟	35.75	170	1.50	2.17	2.64	24	16	14
	002154.SZ	报喜鸟	4.51	55	0.30	0.45	0.57	15	10	8
	002832.SZ	比音勒芬	24.62	135	0.87	1.11	1.41	28	22	17
	600398.SH	海澜之家	6.54	283	0.41	0.69	0.80	16	10	8
	3998.HK	波司登	6.04	657	0.11	0.16	0.20	55	38	30
女装	002612.SZ	朗姿股份	39.55	175	0.32	0.57	0.80	123	69	49
	003016.SZ	欣贺股份	9.99	43	0.41	0.79	1.01	24	13	10
	603808.SH	歌力思	14.29	53	1.21	0.99	1.16	12	14	12

	3709.HK	赢家时尚	12.08	85	0.64	1.08	1.24	19	11	10
	603518.SH	锦泓集团	12.27	36	-2.10	1.22	1.61	-6	10	8
	603839.SH	安正时尚	8.26	33	0.49	/	/	17	/	/
运动服饰	2020.HK	安踏体育	121.60	3,287	1.91	2.88	3.68	64	42	33
	2331.HK	李宁	86.50	2,159	0.68	1.46	1.85	127	59	47
	1361.HK	361度	3.80	79	0.20	0.26	0.32	19	14	12
	1368.HK	特步国际	10.24	269	0.20	0.33	0.43	53	31	24
珠宝	002867.SZ	周大生	18.90	207	0.92	1.20	1.45	20	16	13
	600612.SH	老凤祥	48.01	199	3.03	3.59	3.91	16	13	12
	1929.HK	周大福	15.92	1,592	0.29	0.49	0.72	55	33	22

资料来源：同花顺一致预期，最新日期 2021/10/29，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）

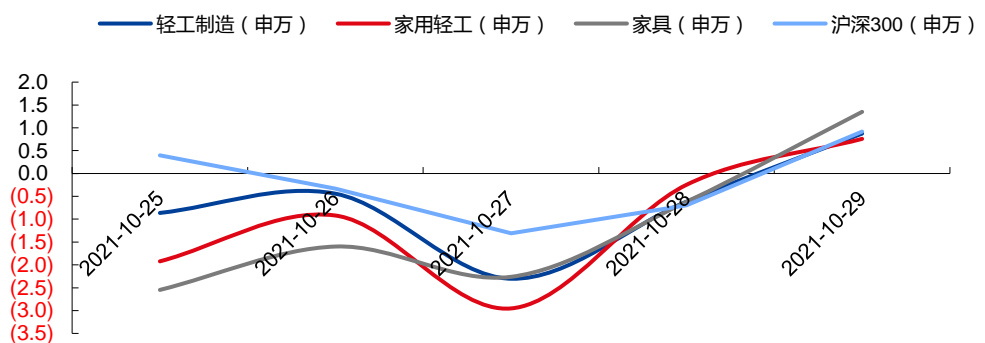
## 二、家居板块

### 2.1 本周行情回顾

本周，SW 家具板块下跌 5.60%，沪深 300 下跌 1.03%，家具板块落后大盘 4.57 个百分点；年初至今，SW 家具板块下跌 0.07%，沪深 300 下跌 5.81%，家具板块跑赢大盘 5.74 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 20.72 倍，SW 轻工制造的 PE 为 23.71 倍，SW 家用轻工的 PE 为 24.10 倍，沪深 300 的 PE 为 12.48 倍。SW 家具的 PE 低于近 1 年均值。

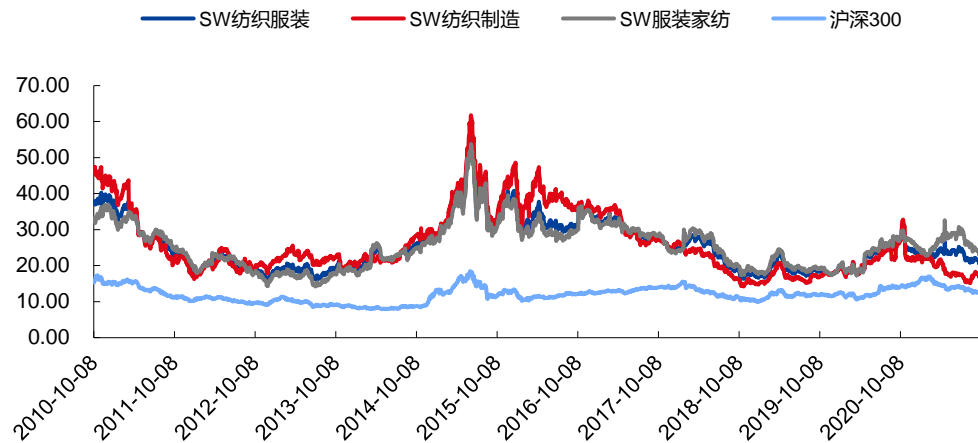
图 4：家具板块本周行情



资料来源：同花顺，华金证券研究所



图 5: 家具板块 PE 走势



资料来源: 同花顺, 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
2021/10/29	20.72	23.71	24.10	12.48
近一年均值	25.63	30.56	28.83	14.00
溢价	-4.91	-6.84	-4.73	-1.53

资料来源: 同花顺, 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: 海象新材 (+20.97%)、喜临门 (+8.12%)、德尔未来 (+1.53%)、顶固集创 (+0.22%)、美克家居 (+0.29%); 本周跌幅前 5 的家具板块公司分别为: 江山欧派 (-20.3%)、梦百合 (-15.44%)、志邦家居 (-15.15%)、金牌厨柜 (-12.71%)、盛新锂能 (-8.67%)。

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)
003011.SZ	海象新材	20.97	30.52
603008.SH	喜临门	8.12	26.36
002631.SZ	德尔未来	1.53	7.28
300749.SZ	顶固集创	-0.22	8.88
600337.SH	美克家居	-0.29	3.39

资料来源: 同花顺, 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)
603208.SH	江山欧派	-20.30	51.90
603313.SH	梦百合	-15.44	15.34
603801.SH	志邦家居	-15.15	19.71
603180.SH	金牌厨柜	-12.71	29.94

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	-8.67	57.86

资料来源: 同花顺, 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: 永安林业(+157.97%)、盛新锂能(+136.74%)、麒盛科技(+71.84%)、喜临门(+37.73%)、亚振家居(+33.08%); 年初至今跌幅前 5 的家具板块公司分别为: 江山欧派(-49.76%)、尚品宅配(-45.11%)、皮阿诺(-38.38%)、梦百合(-37.74%)、爱丽家居(-34.87%)。

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)
000663.SZ	永安林业	157.97	10.19
002240.SZ	盛新锂能	136.74	57.86
603610.SH	麒盛科技	71.84	30.20
603008.SH	喜临门	37.73	0.00
603389.SH	亚振家居	33.08	0.00

资料来源: 同花顺, 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)
603208.SH	江山欧派	-49.76	51.90
300616.SZ	尚品宅配	-45.11	43.63
002853.SZ	皮阿诺	-38.38	14.90
603313.SH	梦百合	-37.74	15.34
603221.SH	爱丽家居	-34.87	8.40

资料来源: 同花顺, 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	62.24	394	1.34	2.67	3.32	47	23	19
	1999.HK	敏华控股	12.10	479	0.41	0.51	0.62	29	24	19
	603008.SH	喜临门	26.36	102	0.81	1.33	1.62	33	20	16
	603313.SH	梦百合	15.34	75	0.78	0.80	1.64	20	19	9
	603833.SH	欧派家居	127.29	775	3.39	4.51	5.44	38	28	23
	002572.SZ	索菲亚	16.92	154	1.31	1.52	1.78	13	11	10
	603801.SH	志邦家居	19.71	62	1.27	1.62	2.02	16	12	10

资料来源: 同花顺一致预期, 最新日期 2021/10/29, 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 10 月 28 日, 中国棉花 328 价格指数为 22279 元/吨, 较 10 月 22 日上涨 137 元/吨, 涨幅为 0.62%; 截至 10 月 28 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 18975 元/

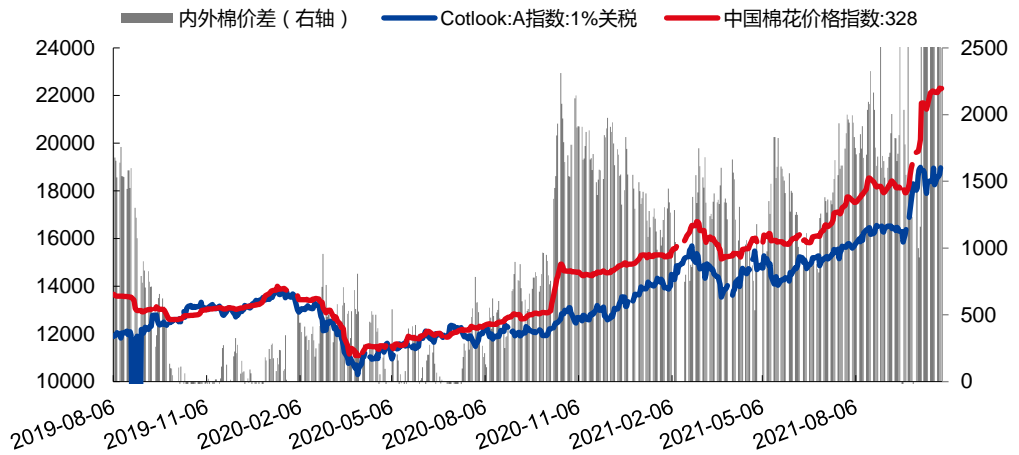
吨，较 10 月 22 日上涨 720 元/吨，涨幅为 3.94%。整体来看，本周内外棉价差 3304 元/吨，本周内外棉价差有所缩小。

**TDI&MDI 价格：**截至 10 月 29 日，华东地区 TDI 主流价格为 15100 元/吨，本周 TDI 价格环比上涨 300 元/吨。华东地区纯 MDI 主流价格为 23500 元/吨，于上周持平。

**皮革价格：**2021 年 9 月，全球皮革实际市场价格为 58.26 美分/磅，同比上涨 95.39%，环比上涨 1.33%。

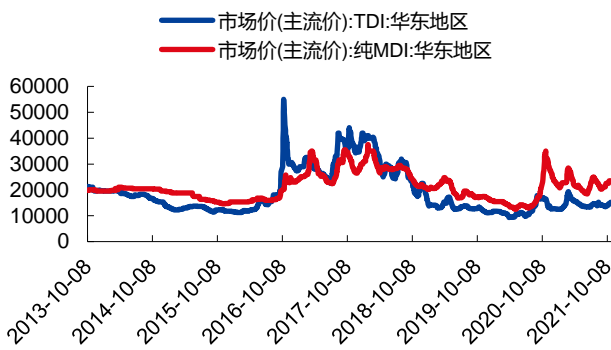
**板材价格：**截至 10 月 29 日，18 厘中纤板价格为 97 元/张，18 厘刨花板价格为 71 元/张。

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）



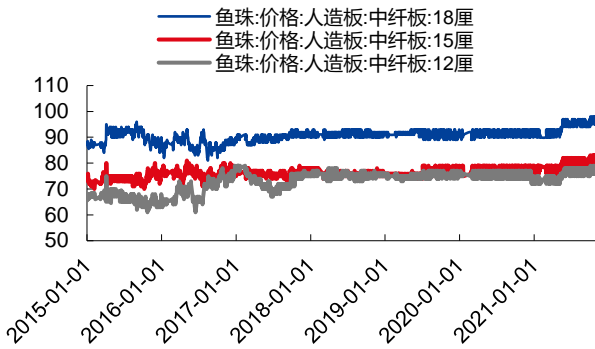
资料来源：Wind，隆众化工，华金证券研究所

图 8：全球皮革实际市场价格（美分/磅）



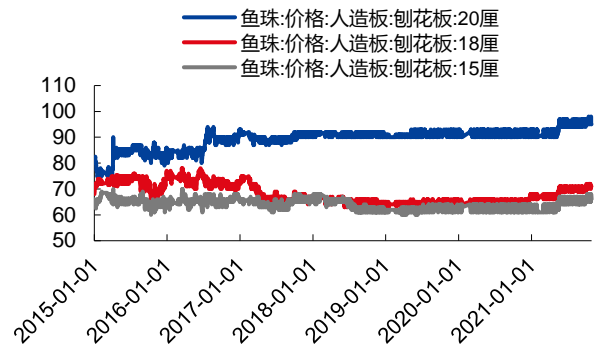
资料来源：Wind，IMF，华金证券研究所

图 9: 中纤板价格 (元/张)



资料来源: 同花顺, 鱼珠国际木材市场, 华金证券研究所

图 10: 刨花板价格 (元/张)



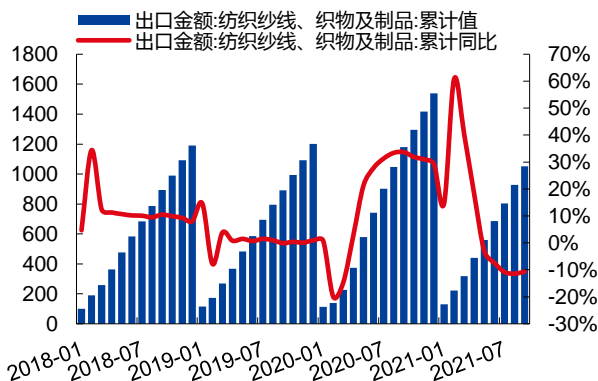
资料来源: 同花顺, 鱼珠国际木材市场, 华金证券研究所

### 3.2 出口数据

**纺织品服装方面:** 9月当月纺织品服装出口 291.26 亿美元, 同比增长 2.6%; 今年 1-9 月, 纺织品服装累计出口 2275.94 亿美元, 同比增长 5.5%。9月当月纺织品出口 124.07 亿美元, 同比下降 5.1%, 环比下降 0.90%; 1-9 月纺织品出口 1051.79 亿美元, 同比下降 10.7%。9月当月服装出口 167.2 亿美元, 同比增长 10.1%, 环比下降 4.98%; 1-9 月服装出口 1224.15 亿美元, 同比增长 25.2%。

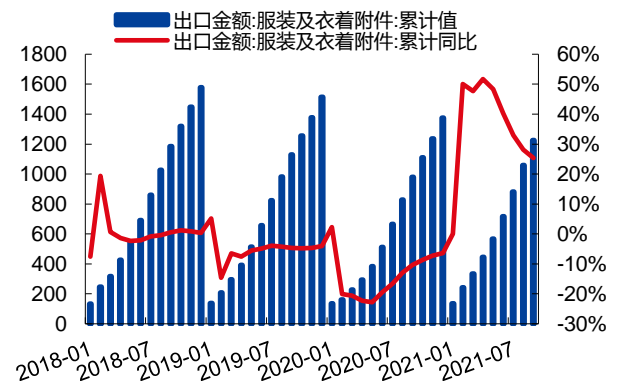
**家具方面:** 9月当月家具及其附件出口 61.56 亿美元, 同比增长 15.81%; 今年 1-9 月, 家具及其附件累计出口 533.04 亿美元, 同比增长 37.99%。

图 11: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比



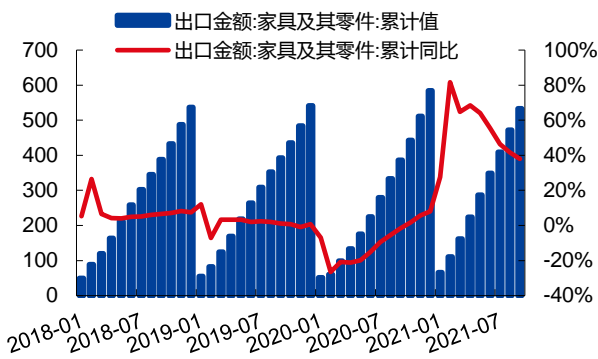
资料来源: 同花顺, 海关总署, 华金证券研究所

图 12: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比



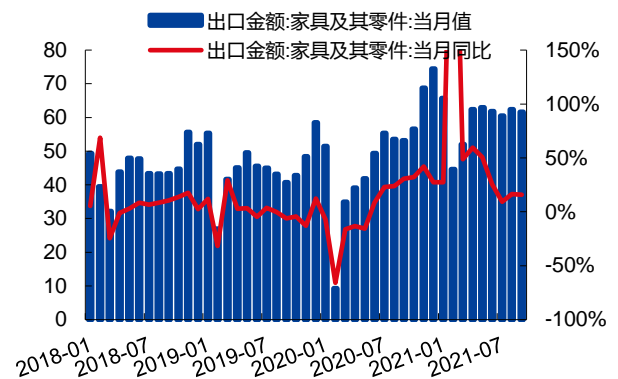
资料来源: 同花顺, 海关总署, 华金证券研究所

图 13: 家具及其附件累计值 (亿美元) 及累计同比



资料来源: 同花顺, 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: 同花顺, 海关总署, 华金证券研究所

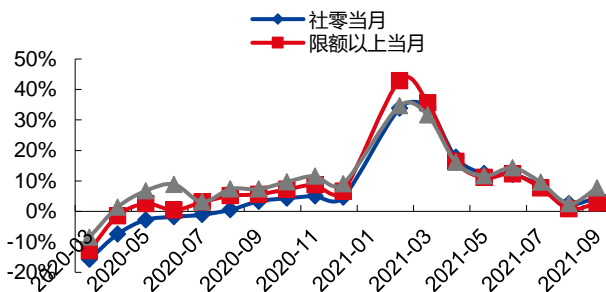
### 3.3 社零数据

9 月实现社零 3.68 万亿元/+4.4%，消费市场环比有所回暖，较 2019 年同期增长 7.8%，两年平均增速为 3.8%，环比加快 2.3pct。2021 年前三季度，国内实现社会消费品零售总额 31.8 万亿元，同比增长 16.4%。随着年末将至，双十一及年终大促等线上为主的活动蓄势待发；同时，疫情及极端天气影响减弱，线下适逢九月中秋小长假，带动旅行消费。

分渠道看，1) 线上 1-9 月，实物商品网上零售额同比增长 15.2%，占社零比重 23.6%，与 1-8 月份持平；其中 9 月实物商品网上零售额同比增长约 10.1%，两年平均增速约为 10.9%，环比提升 0.2pct； 2) 线下，测算 9 月实物商品线下零售额同比增长约 2.9%，线下消费较 8 月同样有所改善。

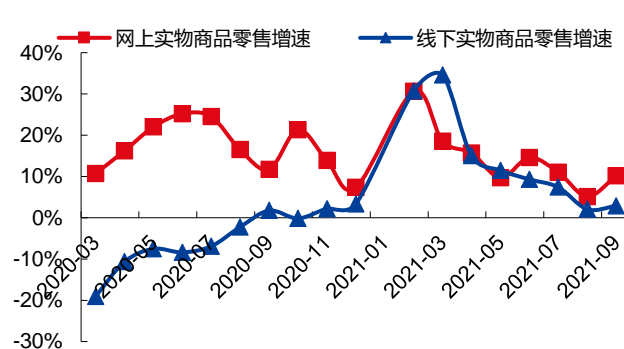
分品类看，1) 限额以上粮油食品、日用品 9 月分别增长 9.2%、0.5%，两年平均增长分别约 8.5%、5.5%。2) 限额以上化妆品、纺服、金银珠宝 9 月同比增长约 3.9%、-4.8%、20.1%；前三季度总体同比分别增长 17.9%、20.6%、41.6%，较 2019 年同期分别增长 29.4%、1.7%、15.9%。3) 家具当期社零实现 150.80 亿元，同比缩减 3.9pct。

图 15: 社零及限额以上当月



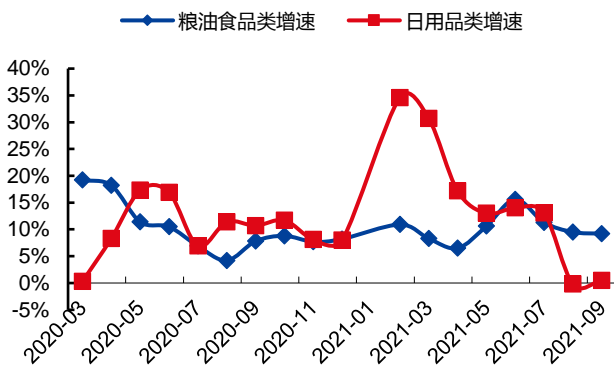
资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

图 16: 线上线下当月



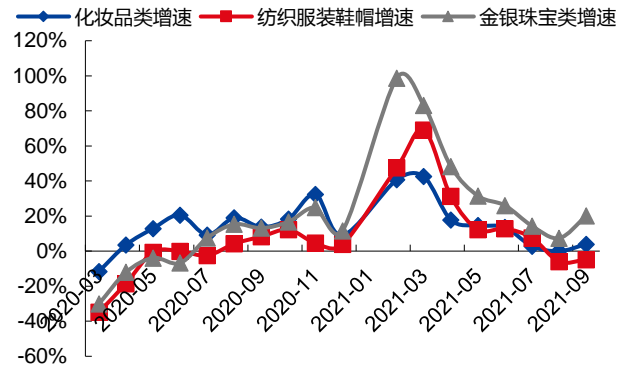
资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

图 17: 粮油食品、日用品当月



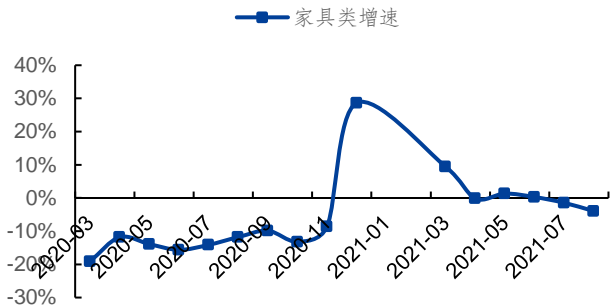
资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

图 18: 化妆品、纺织服装、金银珠宝当月



资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

图 19: 家具当月



资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

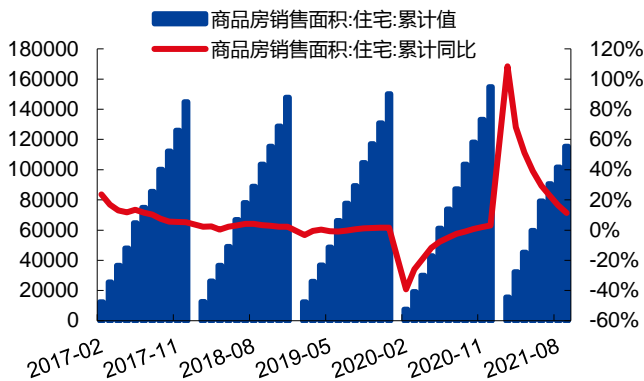
### 3.4 房地产数据

**销售数据:** 2021 年 1-9 月, 住宅商品房累计销售面积为 11.54 亿平方米, 同比增长 11.41%, 涨幅较 1-8 月收窄 5.12pct; 9 月当月, 住宅商品房销售面积为 1.38 亿平方米, 同比下降 15.77%, 降幅环比收窄 1.84pct。

**新开工数据:** 2021 年 1-9 月, 住宅商品房累计新开工面积为 11.34 亿平方米, 同比下降 3.3%, 前八个月累计同比降低 1.7%; 9 月当月, 住宅商品房新开工面积为 1.26 亿平方米, 同比下降 14.27%, 降幅环比收窄 0.36pct。

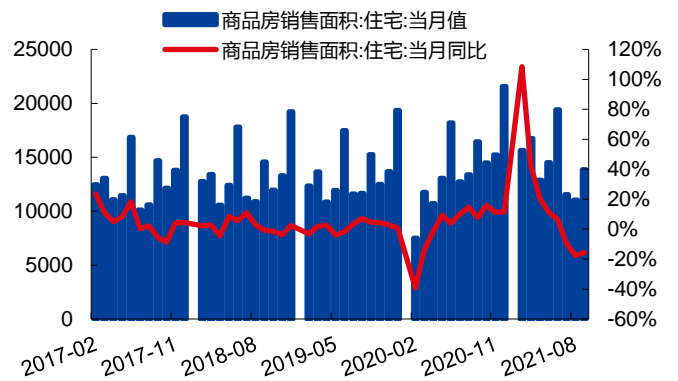
**竣工数据:** 2021 年 1-9 月, 住宅商品房累计竣工面积为 3.68 亿平方米, 同比增长 24.39%, 涨幅较 1-8 月收窄 3.06pct; 9 月当月, 住宅商品房竣工面积为 3045.1 万平方米, 同比减少 1.74%, 涨幅环比收紧 31.33pct。

图 20: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比



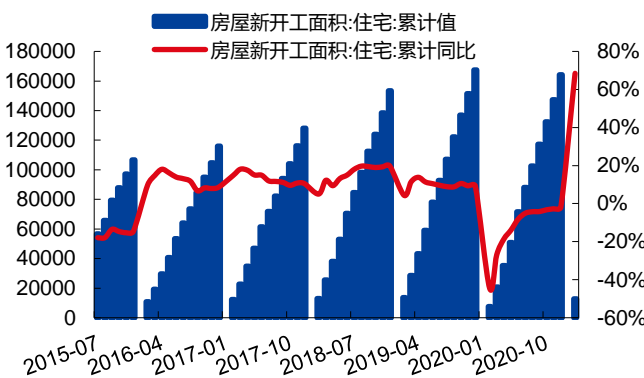
资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

图 21: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



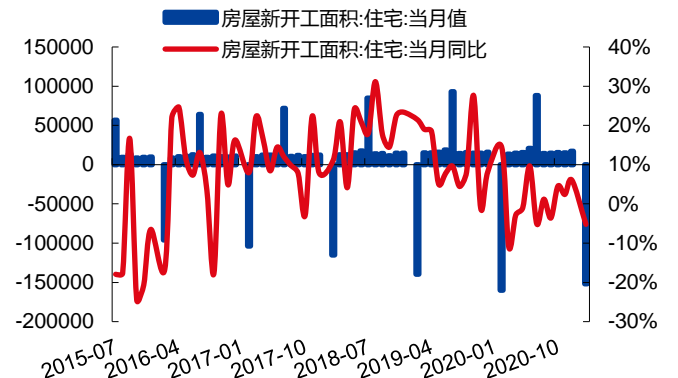
资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

图 22: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比



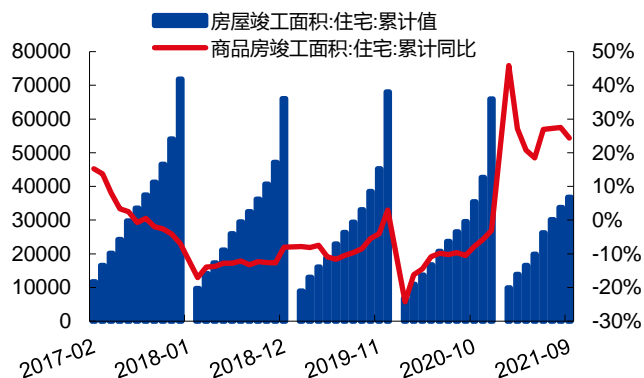
资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

图 23: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



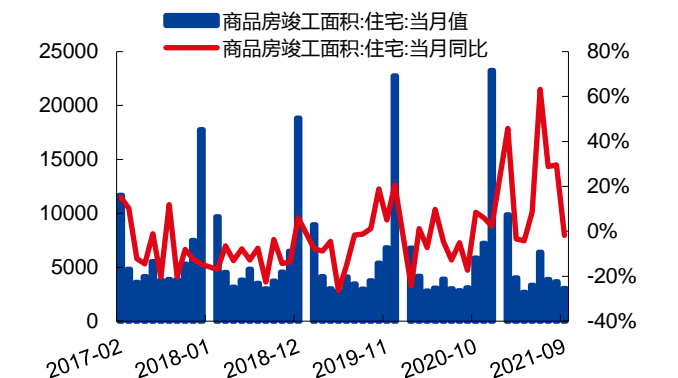
资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

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: 同花顺, 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

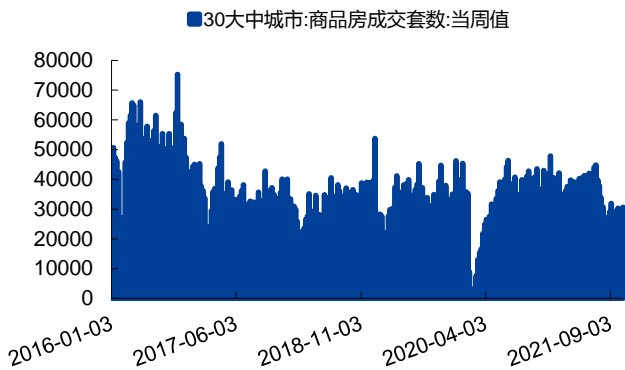


资料来源: 同花顺, 国家统计局, 华金证券研究所

截至 10 月 24 日, 30 大中城市商品房成交套数为 30,636 套, 成交面积为 310.16 万平方米, 较上周分别变动 2.24% 和 0.88%。

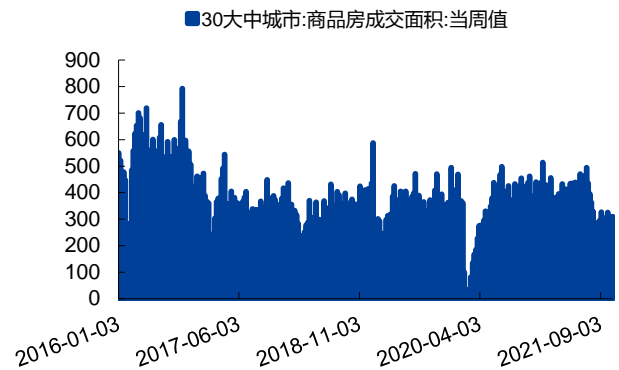


图 26: 30 大中城市商品房当周成交套数



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 欧莱雅集团推出史上最大香水信息平台，加强提升透明度举措

[华丽志 2021-10-26]

面对消费者日益强烈的希望了解更多美容产品成分信息的需求，法国美容巨头欧莱雅集团 (L’Oreal Groupe) 宣布推出一个全新的香水成分信息平台 AU CŒUR DE NOS PRODUITS，让消费者能够更加清晰地了解产品信息，从而做出明智的购物选择。

作为美容行业唯一一家在所有分销渠道运营全品类产品的企业，欧莱雅集团希望建立一个既适用于旗下大众消费品，又适用于其奢华香水产品的信息披露模式。AU CŒUR DE NOS PRODUITS 将成为欧莱雅史上最大的成分信息查询平台，囊括了旗下所有香水的成分信息。

为了开发出更好的信息披露模式，使平台能够最大程度提高信息透明度的同时保持每款香水制造工艺的机密性，欧莱雅集团历时三年，分析了超过 2 万种香水配方，且每个分析样本都是由专业调香师创造的独一无二的、成分高度复杂的香水。此外，欧莱雅集团还与全球四大香水供应商 (Firmenich、Givaudan、IFF 及 Mane) 展开了合作，邀请供应商共同参与构建信息披露模式。

除了简单列出产品成分清单外，在开发 AU CŒUR DE NOS PRODUITS 过程中，欧莱雅集团还进行了大量的消费者研究，根据消费者的兴趣点设置了成分来源、嗅觉特性以及如何应用在香水制作中等内容。

欧莱雅集团研究、创新和技术部副总经理 Barbara Lavernos 表示：“欧莱雅集团承诺按照严格的科学标准进行研究，这使消费者与集团之间建立起了信任关系。通过这个全新的香水信息平台，欧莱雅向那些希望通过简单方式深入了解产品信息的人提供了一种解决方案”。

AU CŒUR DE NOS PRODUITS 平台的信息披露模式将分阶段部署至集团旗下所有品牌 and 所有市场中，目前，Atelier Cologne、Garnier 和 Yves Saint Laurent (圣罗兰) 三个品牌的美国线上官网已采用了这一信息披露模式。

## 4.2 下一个风口竟然是服装赛道？

[中服网 2021-10-26]

服装是一个刚需行业，但此前由于电商和快时尚的崛起，冲击了国内传统的服装企业，无法满足消费需求的服装行业由此一直不被资本看好。

然而，最近的投资方 VC 队伍里，却出现了越来越多的知名机构，红杉中国、腾讯领投、真格基金、挑战者资本等都在布局服装赛道。B 站、泡泡玛特、米哈游等资本新玩家甚至也瞄准了无性别和汉服等领域。资本为何突然看好服装行业？

### 1) 汉服热的兴起。2019 年，汉服火了。

社交媒体的推波助澜是重要原因之一。在抖音、B 站等社交媒体中经常可以看见如李子柒般的汉服女子，抖音上仅仅#汉服#一个话题的视频播放量就达到了超 585 亿次。从 2019 年开始，与汉服有关的事物，如李子柒的视频，还有田园牧歌式的生活，不仅引起海外的一片惊呼和叫好，还在国内掀起了一股热浪。

2019 年 3 月，淘宝新势力周发布了《2019 中国时尚趋势报告》就显示，在时尚搜索关键词趋势 TOP 10 中，汉服位列女装排行榜第三。#汉服#搜索量同比增长翻 2 倍，连续数月搜索人数超过了衬衫。

从销售量来看，天猫数据显示从 2018 年开始，购买汉服的人数与 2017 年相比增长 92%。2018 年，淘宝、天猫两大平台汉服相关总销售额为 9.21 亿元。仅 2019 年天猫双十一当天，截至下午 2 点，汉服成交金额就已达 1.8 亿元，其中 90 后消费者群体消费超 9065 万元。央视财经在 2019 年的报道就称，这个由小众玩家撑起的市场，市场规模将超十亿元。

随着汉服热度上升，不同消费者的需求扩大，越来越多人投入到汉服销售市场。VC 机构也在汉服上有所布局。2018 年由著名影视明星徐娇和武汉载艺星辉文化创意有限公司联手成立的汉服新品牌——织羽集，随后该品牌母公司获得 K2VC 领投、辰海资本、东湖天使基金和 AC 资本跟投的 2000 万元天使投资。常年专注古风摄影的著名摄影机构——盘子女人坊，也在 2018 年获得了由元创资本投资的 C 轮融资。在 2018 年，森马服饰集团就从童装着手开始布局汉服市场。

有分析认为，汉服逐渐升温，不仅源于汉服本身的古韵之美，背后更多的是国人文化自信的回归，是年轻人对于传统文化的热爱。但以汉服热为代表的古风产业，离规模化持续性发展，还有一条很长的路要走，VC 的入场，或许正是助力汉服正规化发展的一个帮手。

### 2) 疯狂的内衣。她消费，正走红。

在悦己消费的趋势下，越来越多的女性消费者开始追求多元化的审美和消费需求。对于内衣这个单品，由以往单一追求性感进而转变为越发关注舒适。在这样的背景下，无钢圈内衣、无尺码内衣一度爆红，并由此催生了 Ubras、Neiwai 内外、蕉内等一批新兴品牌的崛起。

随着消费需求多元化、个性化、定制化，针对不同的消费群体，消费市场则要进行更高阶的细分。以“舒适”一词为切入口的内衣品牌，这时则通过差异化的品牌策略吸引到了一批消费者，争夺了市场份额。

当面对消费者的身型差异大、产品挑选难等问题时，Ubras 顺势研发了无尺码无钢圈的内衣，缩短了消费者的选择时间；当面对大胸女孩难以找到适合的大码内衣时，奶糖派则凭借细分赛道成功突围，脱颖而出……对多元消费需求的洞察和市场空白的发现，成就了这些内衣市场的新明星。

以 Ubras 为例，成立于 2016 年，高管团队及历史投资人均为女性。团队从女性的视角出发，围绕女性用户需求创立了贴身衣物品牌。仅仅 4 年的发展，Ubras 在 2020 年的 618 就实现了单品销售额破亿的成绩，在无尺码内衣品类排名第一。2020 年 9 月，Ubras 品牌就完成了数亿元的 B+轮融资，由红杉资本中国基金领投，老股东今日资本跟投。

Ubras 让无尺码内衣一举成名后，无论是同期的新品牌内外、蕉内，还是传统内衣品牌爱慕，都开始来抢蛋糕。爱慕旗下主打舒适无钢圈内衣产品的子品牌乎兮，就推出了通码背心式插杯文胸。所以到了当下，即便是偏好无尺码或舒适性内衣的消费者，现在能够选择的品牌已经不止 Ubras 一家了。

2021 年，无尺码内衣作为内衣行业的新品类，销售额增速约为 30%，行业集中度约为 50%。但随着传统内衣巨头下场，新兴的这些内衣品牌都加速了“被内卷”，无尺码内衣赛道竞争只会更加激烈。

### 3) 童装新赛道。童装市场，将成新蓝海。

近日，森马服饰公布了 2021 年前三季度业绩预告。根据报告显示可得知，森马服饰归属的上市公司股东的净利润为 9.0 亿元-9.8 亿元，与上年同期净利润 2.16 亿元相比，同比增长 316.82%-353.87%。如此抢眼的数字，是因为和森马旗下的休闲服饰与儿童服饰迎来了一定的涨幅相关。

很多人对森马的印象还停留在以前那句“穿森马就是森马”的广告词，但是现在的森马已经不止是一家休闲服饰公司，更是一家儿童服饰公司，童装业务的收入已经占了总销售额的 65%。森马目前有 2 大品牌，一是成年休闲服饰的森马，二是著名的童装品牌巴拉巴拉，尤其是巴拉巴拉是童装中的绝对龙头。

仅 2019 年，巴拉巴拉在全国门店就已经超过 5500 家。除了线下品牌专卖店之外，在淘宝拥有多个官方店铺，在抖音、快手平台同样拥有多个直播间。不得不说，巴拉巴拉在面对年轻一代消费需求变化的市场竞争中，把多数童装品牌都甩在了身后，占据了较高的市场份额。

童装是森马发展的重心，除了自主品牌巴拉巴拉和卡乐，森马在 2018 年和北美最大的童装品牌 The Children's Place 达成长期合作，同年 6 月收购了 COCOTREE 童装，同年 11 月再次收购了法国知名品牌 Kidiliz，Kidiliz 旗下有超过 15 个童装品牌。

不止森马看到了童装市场的潜力，海澜之家集团也开始发力童装，旗下目前拥有两个童装子品牌：男生女生和英氏。2018 年海澜之家通过对男生女生增资实现控股，2019 年再次控股了英氏童装品牌。2020 年，在海澜之家的操盘之下，英氏全年营收达 6.29 亿元，男生女生营收则达

4.48 亿元。英氏品牌为了拓展业绩，在今年初，甚至大力推出了新品牌 YeeHoO Rainbow，将新生儿级别的呵护延伸至 3 岁以上。

童装越来越赚钱，其中不乏因为优生优育意识增强的原因。尤其 90、95 后父母，他们更看重童装的质量，更相信品牌，还要看是否符合时尚潮流，愿意为童装品牌买单，这也刺激了童装行业要走向品牌化、专业化、个性化。

并且随着我国三孩的生育政策以及配套支持措施的落地实施，未来将进一步刺激童装市场的增长。据统计，未来五年我国童装市场将保持较快增长，预计到 2025 年，童装市场规模将超 4700 亿元。所以，童装市场将是一块更大的蛋糕。

#### 4) 无性别时装。时尚无边界，穿搭无性别。

Vogue 杂志的评论员 Anders Christian Madsen 曾说,2019 年将会是“性别服饰的结束年”。2021 年《京东 618, Z 世代时尚潮流消费 9 大趋势》报告也显示了, Z 世代网购男女同款服饰成交额同比增长了 4.3 倍。Z 世代占据消费话语权的当下, 时尚和潮流成为了主流, “无性别”成为新的投资风口自然也不奇怪。

目前, Gucci、Chanel、Converse 等国际大牌都已经推出了无性别产品。国内品牌江南布衣、UR 等也开始效仿跟进, 新兴品牌 NACAO PROJECT、LOST MYHEAD 等主打无性别的服装也在快速发展和布局中。

在国内, 无性别服装表现尤为抢眼的当属 Bosie。三年总共融资了六次, 在服装这一传统赛道上, 这是非常亮眼的融资能力。它的天使轮投资者包括了嘉程资本、天使湾创投、唯猎资本, 而后更有真格基金、金沙江创投等明星机构纷纷进场, 这一次 B+轮融资金额过亿, B 站与五源资本更是变成了领投方。

2018 年 1 月才成立的 Bosie, 5 月开设了天猫旗舰店后, 单月销售额就破了百万, 成为了淘宝天猫男装单月销售额最快破千万元的新品牌。2019 年, Bosie 的店铺粉丝突破 100 万人, 2020 年销售额更突破 3 亿。

成立仅 3 年, 它就实现了 200% 的销售增长。目前, Bosie 天猫官方旗舰店目前拥有超 366 万的粉丝, 大多数服装款式均为无性别单品, 具有很强的实穿性。更有业内人士预计, 2021 年全年销售额或将超 7 亿元。

资本看好 Bosie, 不仅是因为它的吸金能力, 更在意的是背后追逐这个概念的人群。无性别服饰的背后, 性别与时尚的平等是它的核心, 正是这样的前卫理念才吸引了 Z 世代年轻消费者。Bosie 的快速增长, 表明了它确实抓住了市场和消费者的一些核心需求。

长期以来服装行业的不稳定性, 一直是投资人望而却步的主要原因。单一服装品牌的生命周期历来是很难把握的, 库存问题自始至终存在; 较长的产业链, 也使得每个环节高效配合难度较高; 而能够解决这些问题的数字化、信息化, 只在部分品牌中践行, 还未重塑整个行业生态。

但从近期的表现看来, 当房地产暴利时代过去, 社会资金继续寻找其他投资机会, 某种程度上促使了部分资金流入了私募股权投资行业。这是今年 VC 投资圈的一抹独特景象。



有鞋服行业资深投资人直接透露到，近期起码有 3 个基金公司跟我说开始研究鞋服。同样看好服装赛道的泰合资本副总裁石松源也认为，今年可以算作服装赛道的一个融资小高峰。

### 4.3 海澜之家 2021 前三季度营收 141 亿元

[中服网 2021-10-27]

10 月 27 日晚，海澜之家披露 2021 年三季报。财报显示，2021 年前三季度海澜之家实现营业收入 141.6 亿元，同比增长 20.19%；归母净利润 20.48 亿元，同比增长 58.70%，毛利率达到 45.24%。

海澜之家实现营收净利双增长，得益于近年来的不断转型升级，尤其是在产品研发、渠道调优化线下门店、加码线上销售和创新营销模式等方面展开的一系列措施。

目前，海澜之家已完成“多品牌、全品类、集团化”的战略布局，但主品牌仍是海澜之家主要营收来源。报告期内，主品牌实现营收 108.21 亿元，同比增长 19.51%，占总营收的 79.59%；圣凯诺为第二大营收品牌，营收 14.84 亿元，同比增长 6.04%；其余品牌（OVV 女装、英式、男生女生、黑鲸等）共营收 12.91 亿元，同比增加 30.26%。

在渠道方面，线下渠道仍然是海澜之家主要营收来源，前三季度营收 116.45 亿元，占比 85.66%。同时，线上渠道也已成为海澜之家的第二增长曲线，2021 年三季度实现营收 19.50 亿元，同比增长 47.07%，占比已从 2020 年的 11.75 增长至 14.34%。

并且，随着购物中心在年轻消费群体中的迅速崛起，海澜之家优化升级渠道结构，不断增加购物中心的门店占比，及直营门店占比。报告期内，旗下所有品牌门店数量达 7537 家，直营店 991 家，比去年同期的 743 家门店净增 33.38%，并且门店占比实现从 10.24% 升至 13.15%。

其中，海澜之家主品牌在报告期内直营门店净增 164 家，是直营比例调整力度的主力品牌。而在购物中心渠道方面，据赢商大数据显示，24 城 5 万方以上的购物中心内，海澜之家主品牌在 2021 年前三季度净增 25 家门店，与去年的拓展速度基本持平，主要集中在第二季度开店。

另外，在营销方面，海澜之家与多个 IP 合作，打造了多款联名系列，逐步摆脱“老气”印象，向年轻 Z 世代持续迈进，提升“国民品牌”影响力，例如：“牛年贺岁”、“十二生肖”、“太空创想”等联名款。

同时，海澜之家持续加大研发力度，改变男装“轻研发”的诟病，前三季度，海澜之家研发费用同比增长 84.42%，推出众多高科技、多功能性优质产品与优质面料辅料，满足消费者多场景的需求，扩大品牌影响力和产品市占率。

而据欧睿国际数据显示，海澜之家在中国男装市场 CR10 的市占率中，连续 7 年排名第一；并在 A 股服饰品牌板块内，截至 2021 年 9 月 30 日，海澜之家是唯一进入 300 亿元市值俱乐部的成员。

就第三季度财报来看，海澜之家的多元营销和渠道优化等措施为其拓宽了营收增长空间，但本期财报并未透露库存等情况。众所周知，营收高的服装企业同时也面临着高库存压力，库存周

转天数也相对较高，这对以联营方式为主的海澜之家而言，仍是其风险之一。因而，海澜之家的未来仍有进步空间。

## 五、重点公司公告

### 【健盛集团】2021 年第三季度报告

[2021-10-25] 公司发布三季报：21Q3 营业收入 6.10 亿元/+45%，比 19Q3 增长 26%，归母净利润 7286 万，环比增长 20%；21Q3 公司毛利率 27.59%/+9.04pct，系棉袜在订单饱满的支撑下，于年初以来全面提价，而今年 Q1-Q3 所用纱线均为去年年底前备货，尚未采购高价纱线，因此棉袜毛利率大幅提升。Q3 净利率 11.94%，管理费用率、财务费用率、销售费用率同比-0.82 pct /-2.13 pct/+0.68pct，系期间销售业务员增加以及薪资调整所致。

### 【李宁】发布 2021 年第三季度最新运营状况

[2021-10-25] 公司发布三季度运营情况，Q3 整体零售流水实现 40%-50%低段增长，其中线下渠道流水实现 30%-40%高段增长，电商实现 50%-60%中段增长。线下再拆分来看，直营渠道实现 30%-40%中段增长，批发实现 30%-40%高段增长。因运动鞋服行业受到疫情，洪水，天气等多方不利因素的影响较大，行业整体的增速均有明显调整，公司流水环比 Q2 有所放缓，但整体表现仍领先于行业。Q3 终端折扣售罄率同比去年有所改善，2021 年 9 月末的库存水平相比于 2021 年 6 月末有所提升，库存紧张问题缓解。

### 【百隆东方】发布 2021 年第三季度报告

[2021-10-26] 前三季度，公司收入/归母净利/扣非归母净利分别为 55.57/7.92/7.55 亿元，同比+32.95%/+342.21%/+459.23%，其中 Q3 营业收入/归母净利/扣非归母净利分别为 16.36/2.41/2.27 亿元，同比+5.7%/+464.13%/+652.13%；毛利率 25.22%/+15.24pct，销售/管理/研发/财务费用率分别为 0.34%/5.60%/1.76%/0.61%、同比-1.5/0.8/-0.3/-1.9PCT。

### 【海澜之家】持股 5%以上股东比例变动超 1%的提示性公告

[2021-10-26] 腾讯普和持有本公司无限售流通股 238,549,618 股，占公司总股本的 5.5224901%。本次变动后，腾讯普和持有本公司无限售流通股 215,980,118 股，占公司总股本的 4.99999999%。

### 【海澜之家】发布 2021 年第三季度报告

[2021-10-27] 2021 年前三季度营收 141.56 亿元/+20.19%，归母净利润 20.48 亿元/+58.70%，其中 Q3 收入 40.2 亿元/+9.4%，系低基数加成线上增长弥补线下增速回撤影响。前三季度毛利率 43.9%/+3.8pct，期间费用率同比下降 1.2pct，其中销售费用率提升 1.4pct。截至 2021Q3，存货为 92.52 亿元/+7.1%，经营性净现金流 29.8 亿元/+146 倍。

按品牌看，主品牌收入 108.21 亿元/+19.5%，圣凯诺收入 14.84 亿元/+7.61%，其他品牌增收 12.91 亿元/+16.51%，其中海澜优选/OVV/英氏/男生女生分别同比+10%/+66%/+7%/+28%。21Q3 主品牌/圣凯诺/其他品牌增长 4%/14%/20%至 28.3/5.3/4.3 亿元；毛利率分别为 44.6%/51.9%/42.9%，同比+5.2pct/-0.7pct/+6.7pct。按渠道看，前三季度线上实现收入 19.5 亿

元/+47.1%，毛利率为 37.3%/-7.3pct；线下收入 116.45 亿元/+15.1%，其中 Q3 线上收入为 6.6 亿元/+14.68%。

**【水星家纺】发布 2021 年第三季度报告**

[2021-10-27]公司发布 2021 年三季报，2021 年 1-9 月实现营业收入 24.56 亿元，同比增长 28.23%，归属于上市公司股东的净利润为 2.50 亿元，同比增长 44.43%，每股收益为 0.94 元。

**【华利集团】发布 2021 年第三季度报告**

[2021-10-27] 公司公布三季报，前三季度收入 126 亿/+23%，归母净利 20 亿/+52%，单三季度收入 44 亿/+32%，归母净利 7.1 亿/+30%。

**【锦泓集团】发布 2021 年第三季度报告**

[2021-10-27] 公司发布 2021 年三季报，公司 2021 年 1-9 月实现营业收入 28.19 亿元，同比增长 57.35%，归属于上市公司股东的净利润为 1.41 亿元，同比扭亏为盈，去年同期亏损 9.18 亿元，每股收益为 0.52 元。

**【安正时尚】发布 2021 年第三季度报告**

[2021-10-27] 发布 2021 年三季报，公司 2021 年 1-9 月实现营业收入 22.10 亿元，同比增长 3.13%，归属于上市公司股东的净利润为 1.19 亿元，同比下降 10.39%，每股收益为 0.30 元。

**【欣贺股份】持股 5%以上股东减持预披露**

[2021-10-27] 持有欣贺股份有限公司股份 26,538,880 股（占公司总股本比例 6.15%）的股东厦门市骏胜投资合伙企业计划通过集中竞价交易或大宗交易方式合计减持其持有的股份不超过 2,208,880 股（占公司总股本的 0.51%，占其持有公司总股份的 8.32%）。其中，通过集中竞价方式减持的，减持期间为本公告披露之日起 15 个交易日后的 6 个月内，通过大宗交易方式减持的，减持期间为本公告披露之日起 3 个交易日后的 6 个月内。

**【华孚时尚】全资子公司出售资产公告、三季度报告及前三季度利润分配预案**

[2021-10-27] 公司发布的三季报显示，公司营业收入 127.15 亿元，同比增长 46.84%；实现归属于上市公司股东净利润 4.45 亿元，同比扭亏为盈，去年同期为-2.44 亿元；基本每股收益盈利 0.25 元，去年同期为-0.16 元；其中，Q3 收入 41.6 亿/+34.1%，较 19Q3 增长 12.1%，归母净利润 1.44 亿。

同日，发布前三季度权益分配方案内容如下：以总股本 170068.14 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.80 元，合计派发现金红利人民币 3.06 亿元，占同期归母净利润的比例为 68.74%，不送红股，不进行资本公积转增股本。

华孚时尚股份有限公司的全资子公司深圳市华孚进出口有限公司，近日与深圳市华淼光通讯科技有限公司签署了《资产买卖合同》，华孚进出口向深圳市华淼光通讯科技有限公司出售其位于深圳市龙岗区的房屋建筑物及土地使用权，交易价格为人民币 1.15 亿元。



### 【富安娜】发布 2021 年第三季度报告

[2021-10-27] 公司发布三季报显示,前三季度营业收入 19.9 亿元/+17%,归母净利 3.2 亿元/+15%;单 Q3 收入 6.8 亿元/+14%,归母净利 1.1 亿元与去年同期持平。Q3 期间费用率同比下滑 3.96pct 至 32.79%,较 Q1 下滑 6.26pct,其中,销售/管理/研发/财务费用率分别为 26.53%/4.36%/1.67%/0.25%,同比-1.71/-0.10/-2.48/+0.33pct。综合影响下,公司 Q3 净利率 15.78%,同比下滑 2.16pct。

### 【周大生】发布 2021 年第三季度报告及股权激励解除限售提示

[2021-10-28] 2021 年 10 月 28 日晚,公司发布 2021 年三季报,21Q1-Q3 实现营业收入 64.73 亿元/+93.30%;归母净利 10.06 亿元/+41.20%。Q3 实现营收 36.8 亿元/+119.9%;归母净利润 3.96 亿元/+3.68%,毛利率 21.0%/-21.9pct,销售费用率 5.7%/-6pct,管理费用率 0.6%/-0.7pct,归母净利率 10.7%/-12pct。分业务来看,2021 前三季度自营线下业务收入 9.2 亿元/+79.7%,其中黄金产品收入 7.3 亿元/+112.0%;加盟业务收入 46.4 亿元/+132.7%,其中黄金产品批发销售收入 24.6 亿元/+848.2%。Q3 自营收入 2.7 亿元/+52.1%,电商业务 3.04 亿元/-3.46%,加盟业务 30.6 亿元/+169.1%。

收入大幅增长系省代模式下黄金收入确认大幅增加。2021 年三季度末周大生品牌终端门店数量 4357 家,其中加盟门店 4119 家,自营门店 238 家,门店数量较 2020 年同期末净增加 337 家,较 2021 年初净增加 168 家,2021 年前三季度累计新增门店 436 家,拓店力度有所加大。

截至 2021 年 10 月 29 日,公司历史解禁共 6 次,解禁数量共 50470.732 万股,还剩 1.64% 的流通 A 股未解禁。

### 【比音勒芬】2021 年第三季度报告及前三季度计提资产减值准备的公告

[2021-10-28] 10 月 28 日晚披露了 2021 年三季报,今年以来共实现营业收入 17.15 亿元/+24.55%;实现归母净利润 4.59 亿元/+31.66%;基本每股收益 0.85 元/+26.87%;Q3 业绩增长迅速,归母净利润较 2019 年第三季度增长达 55.52%,经营活动现金流净额达到 6.87 亿元/+79.04%。延续高增长势头。快速增长主源于公司 19Q3 以来门店数量增加了 200 多家,规模效益扩大,叠加老店业绩快速增长。同日,公司公布 2021 年前三季度应收款项、存货计提资产减值准备共计约 6,519.65 万元。

### 【鲁泰 A】2021 年第三季度报告

[2021-10-28] 10 月 28 日晚间发布三季度业绩公告称,第三季度公司实现营业收入约 13.46 亿元,同比增长 24.26%。实现归属于上市公司股东的净利润约 9367 万元,同比增长 293.31%。实现基本每股收益 0.11 元,同比增长 283.33%。

### 【李宁】已发行股本变动情况披露

[2021-10-29] 公司当日批露股本变动情况,发行 284,000 份新股,发行后 2021 年 10 月 29 日当日共结存 2,496,285,825 股,占发行前股数的 0.011%,每股发行价为 6.12KHD。

### 【特步国际】发放股票股利说明

[2021-10-29] 公司计划发放股票股利 1,475,677 股，发行后当日共结存 2,630,318,746 股，占发行前股数的 0.06%，每股发行价为 13.847KHD。

#### 【歌力思】面向专业投资者公开发行公司债券

[2021-10-29] 公司披露面向专业投资者公开发行债券的说明书，此次主承销商为中信建投证券，债信评估机构为中证鹏元资信评估股份，给与公司主体 AA、本次债券 AAA 评级；本次债券将于上交所上市，券票面总额不超过人民币 5 亿元(含 5 亿元)，期限为不超过 3 年(含 3 年)，面值 100 元平价发行，按年单利计息，到期一次偿还本金；募集资金扣除发行费用后拟用于偿还公司债务、补充流动资金等。

#### 【罗莱生活】持股 5%以上股东比例变动超 1%的提示性公告

[2021-10-29] 罗莱生活科技股份有限公司于近日收到持股 5%以上股东薛骏腾先生出具的告知函。薛骏腾先生于 2020 年 10 月 23 日至 2021 年 10 月 26 日期间，通过大宗交易的方式合计减持罗莱生活股票 825.00 万股，占公司公告日总股本 838,997,881 股的 0.98%。薛骏腾先生持股比例由 2020 年 10 月 23 日前的 7.79%降至 6.72%，持股比例变动为-1.07%。

## 六、风险提示

1.地产销售或不达预期；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