

纺织服装

行业周报

双十一体育消费热度超前，重视高端“她消费”

投资要点

- ◆ **本周纺织服装板块跑赢大盘 2.56pct，ST 柏龙、*ST 环球、凤竹纺织涨幅靠前。** 本周（11.01-11.05），SW 纺织服装板块上涨 1.2%，沪深 300 下跌 1.35%，纺织服装板块跑赢大盘 2.56 个百分点。其中 SW 纺织制造板块上涨 2.02%，SW 服装家纺上涨 0.79%。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 21.39 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：ST 柏龙（+25.73%）、*ST 环球（+18.82%）、凤竹纺织（+14.29%）、康隆达（+10.62%）、伟星股份（+9.48%）；本周跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为：九牧王（-6.86%）、爱慕股份（-6.69%）、华生科技（-6.52%）、浙江自然（-6.4%）、森马服饰（-6.13%）。
- ◆ **本周家居板块跑赢大盘 2.32pct，梦百合、好太太、尚品宅配涨幅靠前。** 本周（11.01-11.05），SW 家具板块上涨 0.97%，沪深 300 下跌 1.35%，家具板块跑赢大盘 2.32 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 20.98 倍，低于 1 年均值。本周涨幅前 5 的家具板块公司分别为：梦百合（+13.3%）、好太太（+10.08%）、尚品宅配（+5.16%）、顾家家居（+4.24%）、索菲亚（+3.55%）；本周跌幅前 5 的家具板块公司分别为：盛新锂能（-8.75%）、德尔未来（-5.63%）、我乐家居（-4.4%）、欧派家居（-3.98%）、永安林业（-3.63%）。

◆ 行业重要新闻：

1. **双十一体育消费的三大关键词。**各电商平台的双十一大促已经从 11 月 1 日凌晨 0:00 正式开始，本次双十一展现三大看点：1) 运动产品抢占主舞台。京东预售当天全品类的总金额来看，“运动鞋包”品类冲到了第四，仅落后于电脑整机、大家电和手机；魔镜市场情报数据显示，截至 10 月 27 日的第一轮预售数据，天猫平台上运动鞋品类的预售金额排名第四，位列美容护肤、大家电、女装之后，超过了彩妆、洗护用品、家具、手机等品类。2) 细分赛道成亮点。户外方面，京东运动发布的预购数据中，滑雪服、骑行、户外鞋服订单额分别同比增长了 660%、60%和 50%。滑雪品类品牌 PHENIX、骑行品牌喜德盛、户外露营品牌牧高迪暂时领先；室内方面，家庭智能健身设备，大到跑步机，小到跳绳、筋膜枪，都成为了火爆单品，佑美、Keep、小米、舒华也成为了最受欢迎的智能健身品牌。京东方面表示，在 10 月 31 日晚上 8 点正式开启的前十分钟，筋膜枪品类成交额同比增长了 2 倍；另外，智能健身镜可能是今年以来最受关注的品类，根据京东目前的数据，FITURE 智能健身镜的成交额同比增长 500%。3) 国货+专业+女性。根据天猫的数据，2020 年双十一，耐克和阿迪占据前二。而在今年的预售数据中，安踏升至第一，李宁和斐乐位居第三和第四，匹克成功冲入前十。国际品牌中，耐克排名第二依旧守住基本盘，而阿迪达斯则断崖式下跌到第七。京东平台上，国货的表现同样亮眼。安踏的预售订单额同比增长了 300%。其次，人们在运动装备的选购上更加重视专业性，不再仅限于“够用就

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	-1.37	-2.34	-2.34
绝对收益	-3.74	-5.13	-5.13

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：三季报披露完毕，关注业绩稳健的品牌公司 2021-10-31
- 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

好”的理念。在京东平台上，高端专业跑步鞋成交额同比增长 125%，高端专业足球鞋成交额同比增长 164%，高端专业篮球鞋成交额同比增长 150%。甚至连高端专业女性瑜伽服成交额都同比增长了 250%。“她经济”也继续向运动领域渗透，京东上，专业瑜伽服及运动内衣预售订单额同比增长了 12 倍。

- ◆ **2. 雅诗兰黛全球增长 23%，中国创两位数增长。**据 11 月 2 日雅诗兰黛集团 (EL.US) 公布的 2022 财年第一季度财报显示，集团 22Q1 净销售额为 43.92 亿美元（约合人民币 281.03 亿元），同比+23%。报告期内经营利润率为 5.9%，相较于往年同期的 15% 左右仍有较大差距，净利润为 6.92 亿美元（约合人民币 44.28 亿元），同比+32%。1) 品类方面，高端护肤拉动明显，香水板块增速最猛；2022 财年 Q1，雅诗兰黛护肤产品净销售额为 24.49 亿美元（约合人民币 156.70 亿元），同比+20%；化妆品净销售额为 11.74 亿美元（约合人民币 75.12 亿元），同比+20%；香水产品净销售额为 6.09 亿美元（约合人民币 38.97 亿元），同比+50%；护发用品净销售额为 1.48 亿美元（约合人民币 9.50 亿元），同比+9%。集团总裁 Fabrizio Freda 表示，集团在高端香水中看到了特别强大的香味“牵引力”，同时，在疫情期间，家居蜡烛等品类的香氛产品加速增长，且这种增长还在继续。2) 区域方面，中国市场实现两位数强劲增长；美洲地区净销售额为 11.94 亿美元（约合人民币 76.40 亿元），同比+37%；欧洲、非洲和中东地区净销售额为 18.73 亿美元（约合人民币 119.85 亿元），同比+22%；亚太地区净销售额为 13.26 亿美元（约合人民币 84.85 亿元），同比+15%，其中，在全渠道共同驱动下，中国实现了两位数的增长。
- ◆ **3. 优衣库中国首家“复合式明日生活馆”。**随着我国 GDP 迈入 100 万亿，体验消费变得愈发流行。消费者不会单一满足于产品的功能性需求，还要为了体验而消费。在新的体验消费趋势下，服饰品牌面对的是常态化的激烈市场竞争，及在技术革新、消费需求、可持续等各个层面的变化，如何突破消费周期实现长期发展成为品牌的关键。为了抓住“首店经济”效应，优衣库北京三里屯全球旗舰店即将于 11 月 6 日面世，这不仅是优衣库在北京的首家全球旗舰店，也是优衣库中国首家“复合式明日生活馆”。复合式包含两层含义：1) 以首发表品牌与消费者对话。此次优衣库准备了在北京的三大首发，包括优衣库首次与中国艺术家合作的“真善美”UT 系列、优衣库的黑科技王牌摇粒绒系列、秋冬高级羊绒系列，以首发体验激发出消费欲望，创造出新的示范效应。2) 以六大首秀回答中国乃至全球消费者在数字时代未来生活的面貌。首秀主要看点有专属联名 IP、进博会黑科技产品、苗绣作品等。
- ◆ **公司重要公告：**【健盛集团】以集合竞价方式回购公司股份进展；【百隆东方】越南子公司产能陆续恢复的进展；【安正时尚】股份回购进展情况；【欣贺股份】关于持股 5% 以上股东部分股份被司法冻结及解冻的公告；【周大生】股份回购进展情况；【李宁】先旧后新配股情况公告；【太平鸟】股东大宗交易减持股份计划公告。
- ◆ **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，截至 11 月 04 日，国际棉花价格达到 18832 元/吨，国内棉花价格达到 22312 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，10 月纺服出口保持 16.48% 的增长；今年 1-10 月，纺织品和服装出口（美元计）较 19 年同期分别-9.1%、+25.2%，纺织品出口下滑，服装出口保持良好增势。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.....	6
1.1 本周行情回顾.....	6
1.2 公司行情与重点公司估值.....	7
二、家居板块.....	9
2.1 本周行情回顾.....	9
2.2 公司行情与重点公司估值.....	10
三、行业数据跟踪.....	11
3.1 上游原材料.....	11
3.2 出口数据.....	13
3.3 社零数据.....	14
3.4 房地产数据.....	15
四、行业重要新闻.....	17
4.1 国货、专业、女性 双十一体育消费的三大关键词.....	17
4.2 雅诗兰黛全球增长 23%，中国创两位数增长.....	19
4.3 优衣库中国首家“复合式明日生活馆”.....	20
五、重点公司公告.....	22
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.....	6
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	6
图 3：纺织服装及子板块 PE 走势.....	7
图 4：家具板块本周行情.....	9
图 5：家具板块 PE 走势.....	10
图 6：棉花价格（元/吨）.....	12
图 7：华东地区 TDI 和 MDI 主流价格（元/吨）.....	12
图 8：全球皮革实际市场价格（美分/磅）.....	12
图 9：中纤板价格（元/张）.....	13
图 10：刨花板价格（元/张）.....	13
图 11：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比.....	13
图 12：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比.....	13
图 13：家具及其零件累计值（亿美元）及累计同比.....	14
图 14：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比.....	14
图 15：社零及限额以上当月.....	14
图 16：线上线下当月.....	14
图 17：粮油食品、日用品当月.....	15
图 18：化妆品、纺织服装、金银珠宝当月.....	15
图 19：家具当月.....	15
图 20：商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比.....	16
图 21：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比.....	16
图 22：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	16
图 23：商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	16

图 24: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比	16
图 25: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比	16
图 26: 30 大中城市商品房当周成交套数	17
图 27: 30 大中城市商品房当周成交面积 (万平方米)	17
表 1: 纺织服装及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比	7
表 2: 本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司	7
表 3: 本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司	7
表 4: 年初至今纺织服装板块涨幅前 5 的公司	8
表 5: 年初至今纺织服装板块跌幅前 5 的公司	8
表 6: 纺织服装重点公司股价与估值	8
表 7: 家具板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比	10
表 8: 本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司	10
表 9: 本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司	10
表 10: 年初至今纺织服装板块涨幅前 5 的公司	11
表 11: 年初至今纺织服装板块跌幅前 5 的公司	11
表 12: 家具板块重点公司股价与估值	11

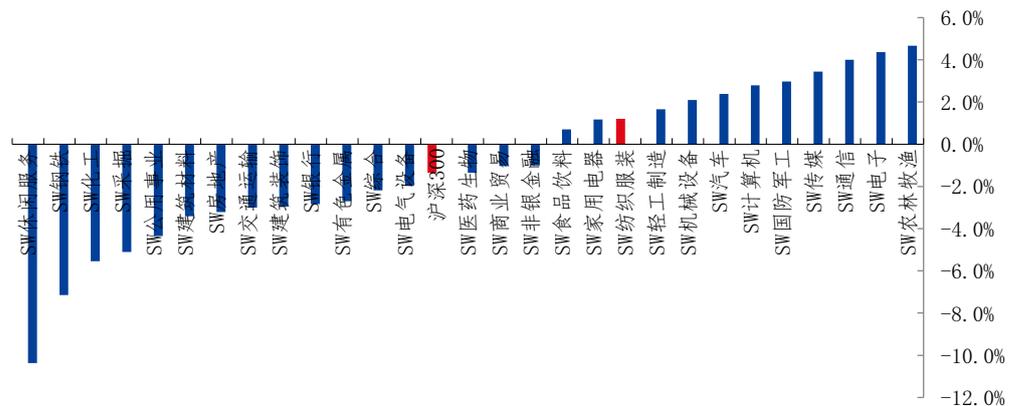
一、纺织服装板块

1.1 本周行情回顾

本周，SW 纺织服装板块上涨 1.2%，沪深 300 下跌 1.35%，纺织服装板块跑赢大盘 2.56 个百分点。其中 SW 纺织制造板块上涨 2.02%，SW 服装家纺上涨 0.79%。

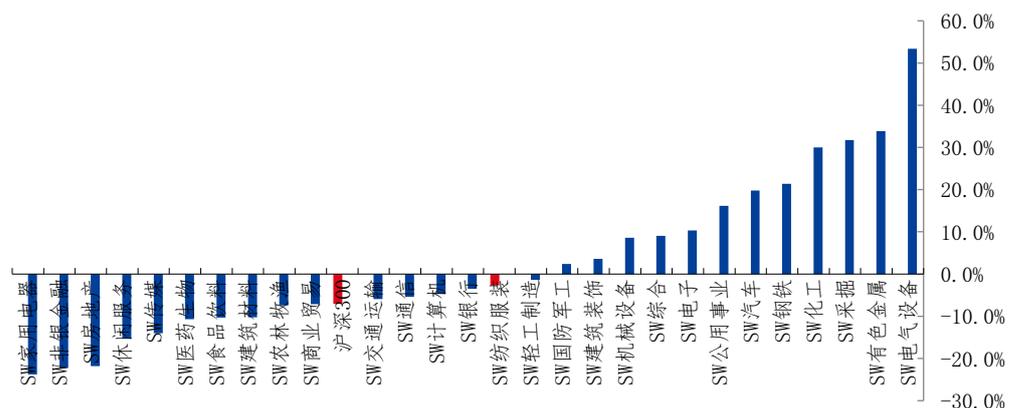
年初至今，SW 纺织服装板块下跌 2.64%，沪深 300 下跌 7.08%，纺织服装板块跑赢大盘 4.44 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 5.18%，SW 服装家纺下跌 1.01%。

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

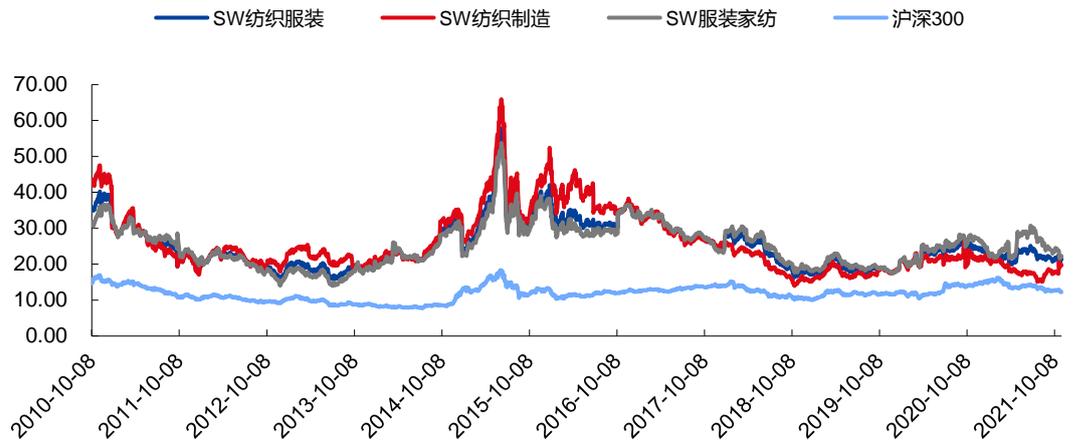
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



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 21.39 倍，SW 纺织制造的 PE 为 19.75 倍，SW 服装家纺的 PE 为 22.33 倍，沪深 300 的 PE 为 12.28 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
2021/11/5	21.39	19.75	22.33	12.28
近一年均值	22.42	18.81	25.23	13.95
溢价	-1.02	0.94	-2.90	-1.67

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: ST 柏龙 (+25.73%)、*ST 环球 (+18.82%)、凤竹纺织 (+14.29%)、康隆达 (+10.62%)、伟星股份 (+9.48%); 本周跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为: 九牧王 (-6.86%)、爱慕股份 (-6.69%)、华生科技 (-6.52%)、浙江自然 (-6.4%)、森马服饰 (-6.13%)。

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)
002776.SZ	ST 柏龙	25.73	3.86
600146.SH	*ST 环球	18.82	2.21
600493.SH	凤竹纺织	14.29	6.00
603665.SH	康隆达	10.62	26.87
002003.SZ	伟星股份	9.48	10.28

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)
601566.SH	九牧王	-6.86	13.16
603511.SH	爱慕股份	-6.69	21.75
605180.SH	华生科技	-6.52	34.15
605080.SH	浙江自然	-6.40	68.50

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002563.SZ	森马服饰	-6.13	7.04

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: 台华新材 (+190.02%)、中银绒业 (+166.98%)、锦泓集团 (+131.32%)、金发拉比 (+120.05%)、*ST 环球 (+114.56%); 年初至今跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为: 中潜股份 (-67.64%)、恒辉安防 (-66.35%)、金春股份 (-54.27%)、稳健医疗 (-50.01%)、延江股份 (-46.84%)。

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	190.02	17.43
000982.SZ	中银绒业	166.98	2.83
603518.SH	锦泓集团	131.32	11.89
002762.SZ	金发拉比	120.05	12.68
600146.SH	*ST 环球	114.56	2.21

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	-67.64	20.55
300952.SZ	恒辉安防	-66.35	21.80
300877.SZ	金春股份	-54.27	23.78
300888.SZ	稳健医疗	-50.01	81.78
300658.SZ	延江股份	-46.84	10.20

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	159.70	2,401	3.40	3.67	4.56	47	43	35
	000726.SZ	鲁泰 A	6.15	45	0.11	0.48	0.83	56	13	7
	002042.SZ	华孚时尚	4.43	79	-0.25	0.30	0.36	-18	15	12
	601339.SH	百隆东方	5.13	77	0.24	0.67	0.74	21	8	7
	300979.SZ	华利集团	92.92	1,084	1.61	2.33	2.90	58	40	32
	603558.SH	健盛集团	10.77	42	-1.34	0.61	0.79	-8	18	14
家纺	002293.SZ	罗莱生活	13.75	115	0.70	0.85	0.98	20	16	14
	002327.SZ	富安娜	8.30	69	0.62	0.74	0.89	13	11	9
	603365.SH	水星家纺	15.66	42	1.03	1.38	1.59	15	11	10
休闲服饰	002563.SZ	森马服饰	7.04	190	0.30	0.58	0.69	24	12	10
	603877.SH	太平鸟	37.24	178	1.50	2.17	2.63	25	17	14
	002154.SZ	报喜鸟	4.54	55	0.30	0.42	0.54	15	11	8
	002832.SZ	比音勒芬	25.03	138	0.87	1.11	1.41	29	23	18
	600398.SH	海澜之家	6.53	282	0.41	0.68	0.79	16	10	8
	3998.HK	波司登	5.82	633	0.16	0.20	0.25	37	30	24
女装	002612.SZ	朗姿股份	38.30	169	0.32	0.57	0.80	119	67	48
	003016.SZ	欣贺股份	10.02	43	0.41	0.80	1.01	24	12	10
	603808.SH	歌力思	15.14	56	1.21	0.98	1.16	13	15	13

	3709.HK	赢家时尚	11.00	77	0.64	/	/	17	/	/
	603518.SH	锦泓集团	11.89	35	-2.10	1.14	1.52	-6	10	8
	603839.SH	安正时尚	7.98	32	0.49	/	/	16	/	/
	2020.HK	安踏体育	125.10	3,382	1.91	2.88	3.65	66	44	34
运动服饰	2331.HK	李宁	93.00	2,433	0.65	1.39	1.76	143	67	53
	1361.HK	361度	3.61	75	0.20	/	/	18	/	/
	1368.HK	特步国际	10.36	273	0.20	0.33	0.42	53	31	24
	002867.SZ	周大生	18.48	203	0.92	1.23	1.51	20	15	12
珠宝	600612.SH	老凤祥	45.66	190	3.03	3.50	3.88	15	13	12
	1929.HK	周大福	16.68	1,668	0.60	0.69	0.81	28	24	21

资料来源: Wind 一致预期, 最新日期 2021/11/5, 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)

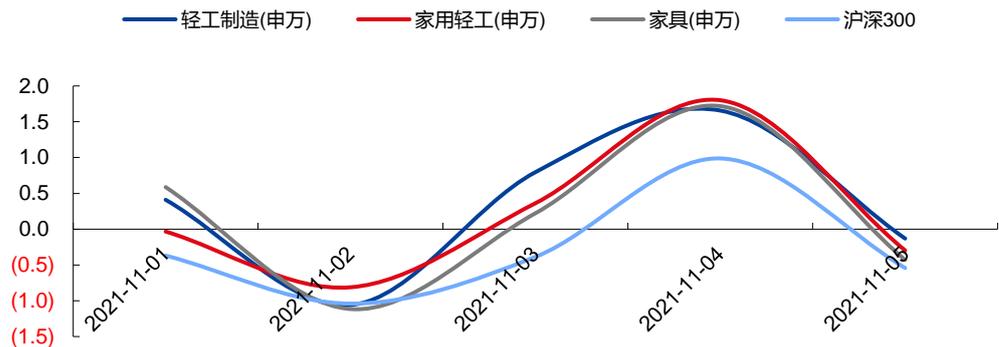
二、家居板块

2.1 本周行情回顾

本周, SW 家具板块上涨 0.97%, 沪深 300 下跌 1.35%, 家具板块跑赢大盘 2.32 个百分点; 年初至今, SW 家具板块上涨 0.90%, 沪深 300 下跌 7.08%, 家具板块跑赢大盘 7.98 个百分点。

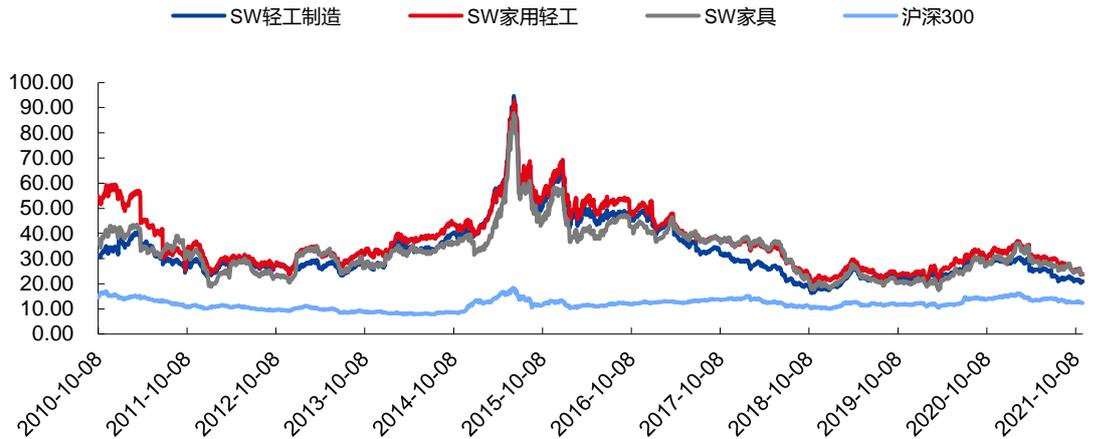
从板块的估值水平看, 目前 SW 家具整体法 (TTM, 剔除负值) 计算的行业 PE 为 20.98 倍, SW 轻工制造的 PE 为 23.65 倍, SW 家用轻工的 PE 为 23.76 倍, 沪深 300 的 PE 为 12.28 倍。SW 家具的 PE 低于近 1 年均值。

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: 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
2021/11/5	20.98	23.65	23.76	12.28
近一年均值	25.40	30.28	28.66	13.95
溢价	-4.42	-6.63	-4.90	-1.67

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: 梦百合 (+13.3%)、好太太 (+10.08%)、尚品宅配 (+5.16%)、顾家家居 (+4.24%)、索菲亚 (+3.55%); 本周跌幅前 5 的家具板块公司分别为: 盛新锂能 (-8.75%)、德尔未来 (-5.63%)、我乐家居 (-4.4%)、欧派家居 (-3.98%)、永安林业 (-3.63%)。

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)
603313.SH	梦百合	13.30	17.38
603848.SH	好太太	10.08	13.21
300616.SZ	尚品宅配	5.16	45.88
603816.SH	顾家家居	4.24	64.88
002572.SZ	索菲亚	3.55	17.52

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)
002240.SZ	盛新锂能	-8.75	52.80
002631.SZ	德尔未来	-5.63	6.87
603326.SH	我乐家居	-4.40	8.90
603833.SH	欧派家居	-3.98	122.22

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	-3.63	9.82

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: 永安林业(+148.61%)、盛新锂能(+116.04%)、麒盛科技(+69.71%)、喜临门(+39.36%)、亚振家居(+33.95%); 年初至今跌幅前 5 的家具板块公司分别为: 江山欧派(-49.93%)、尚品宅配(-42.29%)、皮阿诺(-38.09%)、爱丽家居(-34.87%)、好莱客(-32.02%)。

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	148.61	9.82
002240.SZ	盛新锂能	116.04	52.80
603610.SH	麒盛科技	69.71	29.82
603008.SH	喜临门	39.36	26.67
603389.SH	亚振家居	33.95	4.62

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)
603208.SH	江山欧派	-49.93	51.73
300616.SZ	尚品宅配	-42.29	45.88
002853.SZ	皮阿诺	-38.09	14.97
603221.SH	爱丽家居	-34.87	8.40
603898.SH	好莱客	-32.02	10.86

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	64.88	410	1.34	2.67	3.33	49	24	19
	1999.HK	敏华控股	12.08	477	0.49	0.62	0.78	25	20	16
	603008.SH	喜临门	26.67	103	0.81	1.34	1.63	33	20	16
	603313.SH	梦百合	17.38	85	0.78	0.47	1.12	22	37	15
	603833.SH	欧派家居	122.22	745	3.39	4.52	5.48	36	27	22
	002572.SZ	索菲亚	17.52	160	1.31	1.50	1.77	13	12	10
	603801.SH	志邦家居	20.26	63	1.27	1.62	2.02	16	13	10

资料来源: Wind 一致预期, 最新日期 2021/11/05, 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 11 月 04 日, 中国棉花 328 价格指数为 22312 元/吨, 较 10 月 28 日上涨 33 元/吨, 涨幅为 0.15%; 截至 11 月 04 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 18832 元/吨,

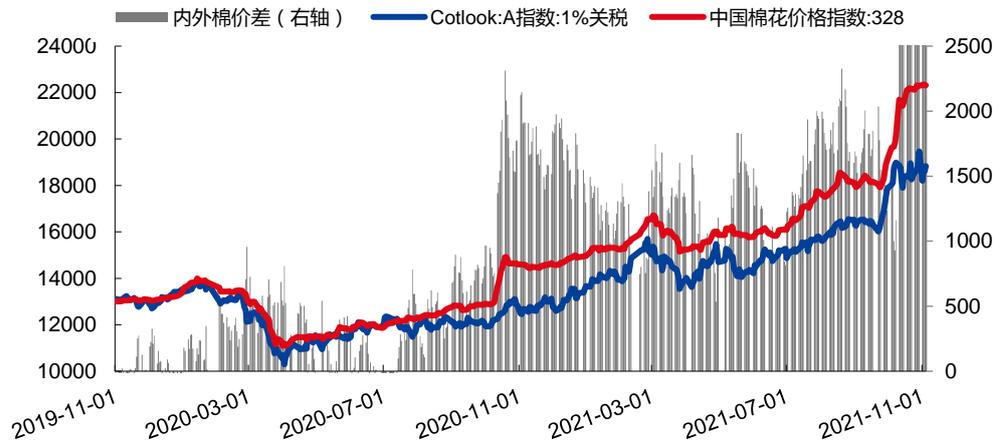
较 10 月 28 日下跌 143 元/吨，跌幅为 0.75%。整体来看，本周内外棉价差 3480 元/吨，本周内外棉价差有所扩大。

TDI&MDI 价格：截至 11 月 05 日，华东地区 TDI 主流价格为 14900 元/吨，本周 TDI 价格环比下降 200 元/吨。华东地区纯 MDI 主流价格为 23500 元/吨，与上周持平。

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 11 月 01 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）



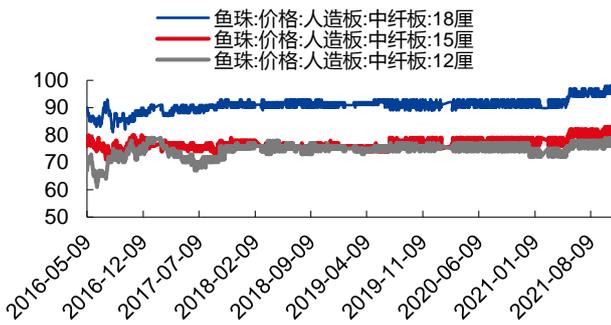
资料来源：Wind，隆众化工，华金证券研究所

图 8：全球皮革实际市场价格（美分/磅）



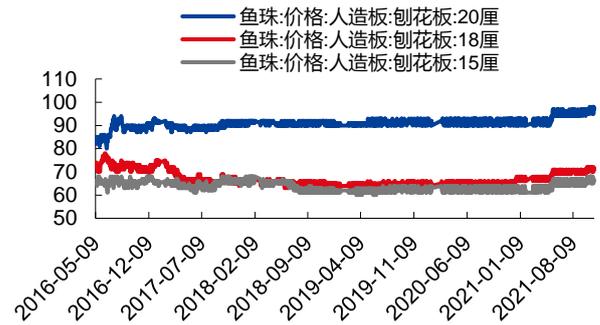
资料来源：Wind，IMF，华金证券研究所

图 9：中纤板价格（元/张）



资料来源：Wind，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：Wind，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：10月当月纺织品服装出口 289.39 亿美元，同比增长 16.48%；今年 1-10 月，纺织品服装累计出口 2565.33 亿美元，同比增长 6.6%。10月当月纺织品出口 125.03 亿美元，同比增长 7.0%，环比增长 0.78%；1-10 月纺织品出口 1176.83 亿美元，同比下降 9.1%。10月当月服装出口 164.35 亿美元，同比增长 24.5%，环比下降 1.70%；1-10 月服装出口 1388.50 亿美元，同比增长 25.2%。

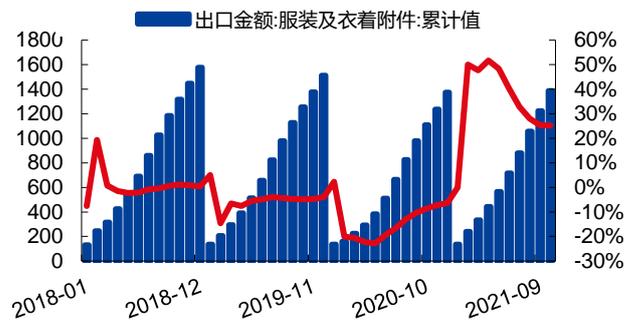
家具方面：10月当月家具及其附件出口 64.67 亿美元，同比增长 14.36%；今年 1-10 月，家具及其附件累计出口 597.68 亿美元，同比增长 34.97%。

图 11：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比



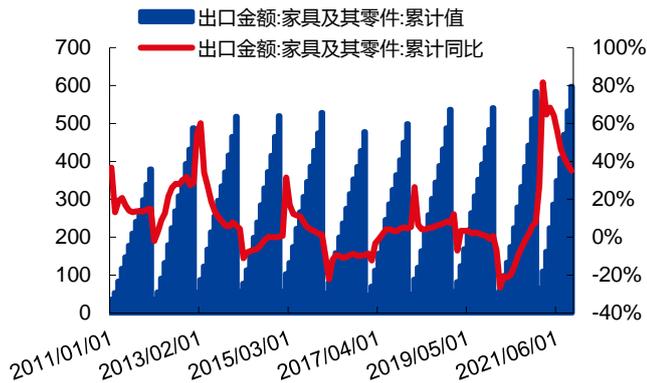
资料来源：Wind，海关总署，华金证券研究所

图 12：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比



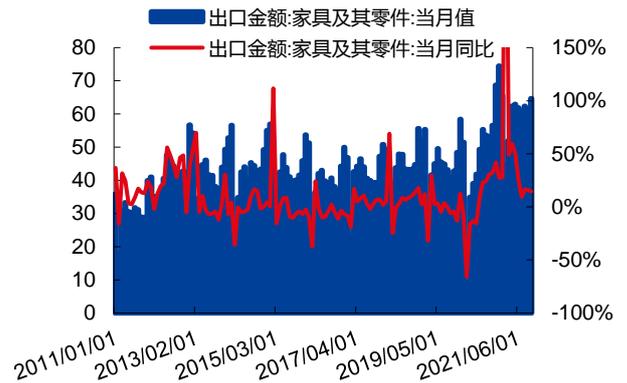
资料来源：Wind，海关总署，华金证券研究所

图 13: 家具及其零件累计值 (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

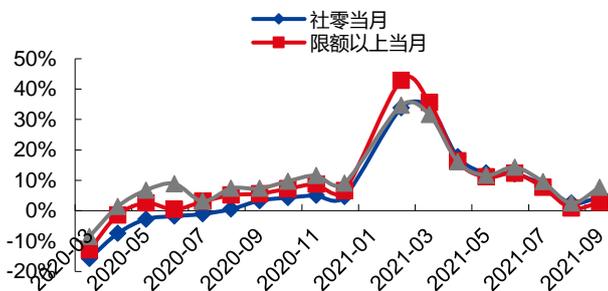
3.3 社零数据

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。

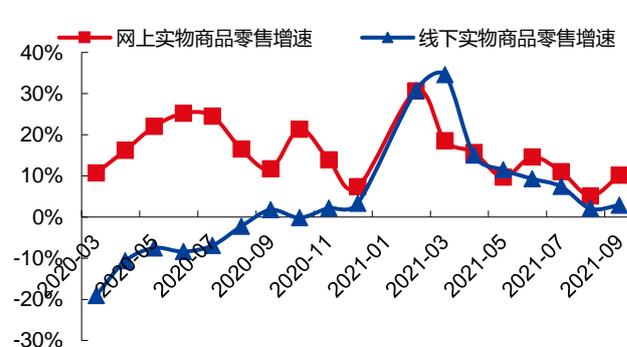
分品类看，1) 限额以上粮油食品、日用品 9 月分别增长 9.2%、0.5%，两年平均增长分别约 8.5%、5.5%。2) 限额以上化妆品、纺服、金银珠宝 9 月同比增长约 3.9%、-4.8%、20.1%；前三季度总体同比分别增长 17.9%、20.6%、41.6%，较 2019 年同期分别增长 29.4%、1.7%、15.9%。3) 家具当期社零实现 150.80 亿元，同比缩减 3.9pct。

图 15: 社零及限额以上当月



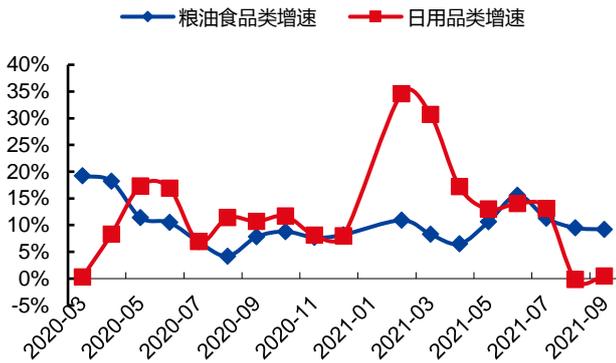
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 16: 线上线下当月



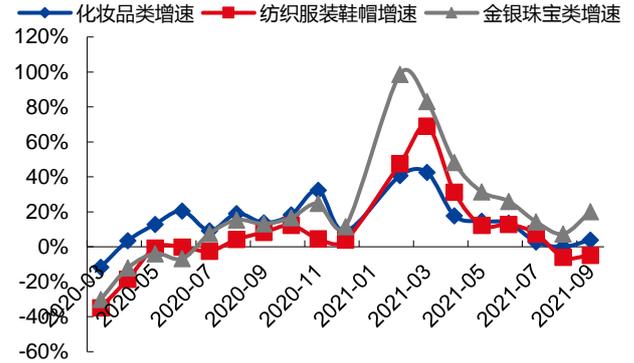
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 17: 粮油食品、日用品当月



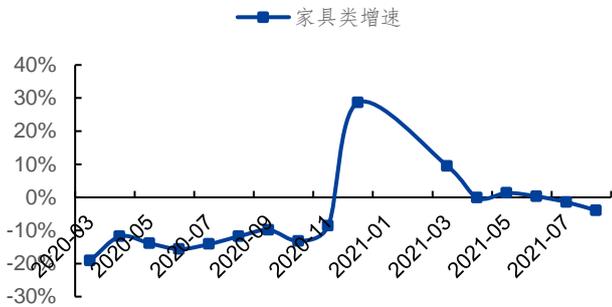
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

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

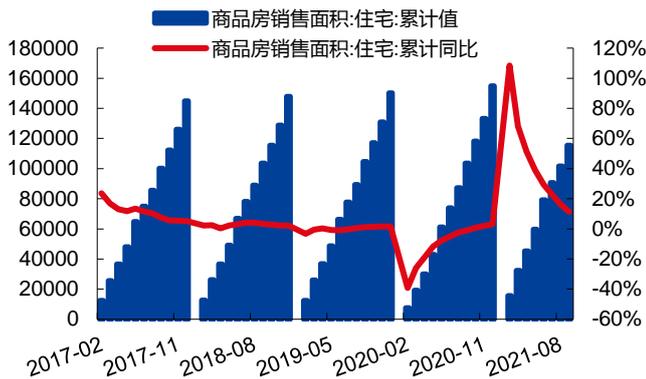
3.4 房地产数据

销售数据: 2021 年 1-9 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



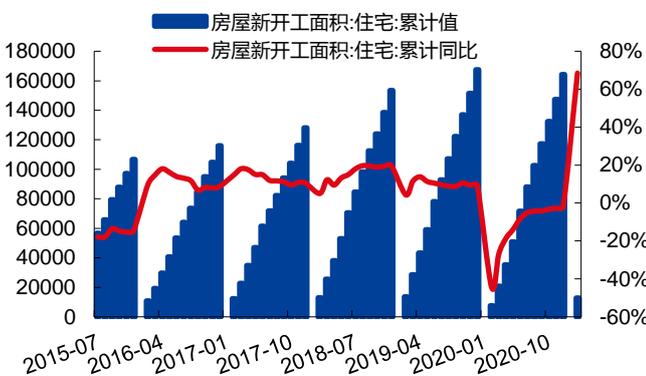
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 21: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



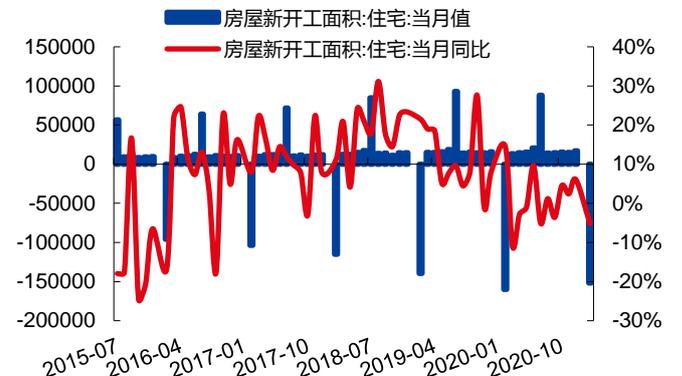
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

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



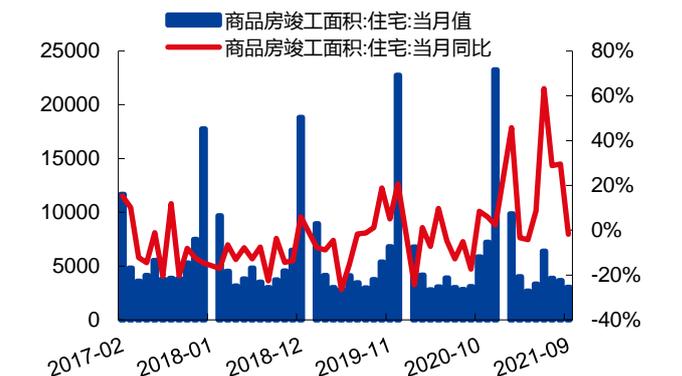
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

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

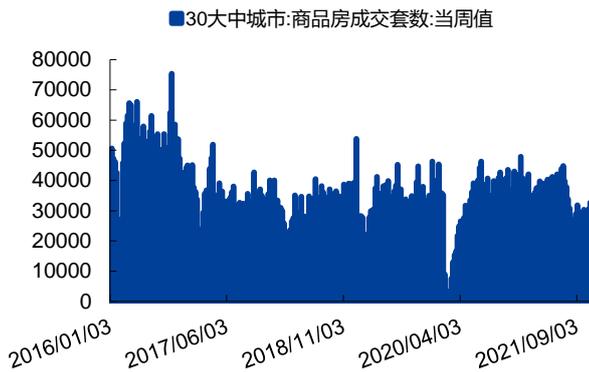
图 25: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

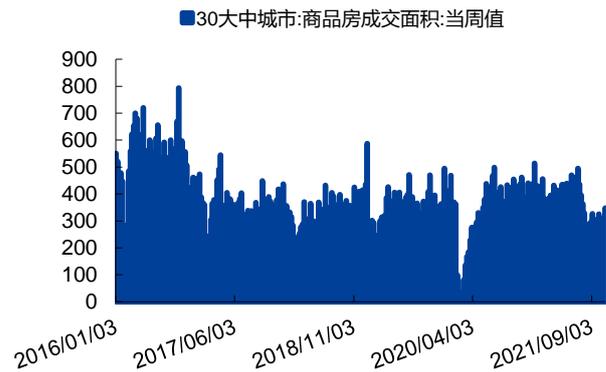
截至 10 月 31 日,30 大中城市商品房成交套数为 32,700 套,成交面积为 348.34 万平方米,较上周分别变动 6.74%和 12.31%。

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 国货、专业、女性 | 双十一体育消费的三大关键词

[体育大生意/中服网转载 2021-11-02]

各电商平台的双十一大促已经从 11 月 1 日凌晨 0:00 正式开始。在体育相关的消费领域，综合各方数据可以看到，经过了约半个月的预售期，2021 年双十一有了一些不一样的情况。

随着人们对体育运动越来越重视，这种热情也充分体现到了相关产品和运动装备的消费上。同时，国内消费者对国产运动品牌的追捧，在本次双十一也很可能得到再一次确认。

1) 运动产品抢占主舞台。2021 年双十一，各大平台早在 10 月 20 日就启动了预售。这两天，相关数据也陆续得到披露，体育相关的消费领域成绩亮眼。

京东发布了预售开启当天全品类的数据，以总金额相比，“运动鞋包”品类冲到了第四，仅落后于电脑整机、大家电和手机。而据魔镜市场情报数据显示，截至 10 月 27 日的第一轮预售数据，天猫平台上，运动鞋品类的预售金额排名第四，位列美容护肤、大家电、女装之后，超过了彩妆、洗护用品、家具、手机等品类。

在预售期，运动品类能冲到这么高的位置，还是让市场感到有些许惊喜。2019 年双十一，根据中国银河证券研究院的数据，运动户外产品排名第十。而今年的 618 购物节，天猫平台运动鞋品类销售额则排名第十三。尽管以上各类数据的统计口径有差别，但整体来看应该可以得出结论，即消费者对运动产品的关注越来越高。

2) 细分赛道成亮点。在大趋势之下，体育消费也有诸多新气象，一些细分赛道引人注目。京东运动发布的预购数据中，滑雪服、骑行、户外鞋服实现了大幅度的增长。一场新冠疫情，让很多人深刻的体会到大自然的美好，进而把目标投向了户外活动和相关装备。

某种程度上，冰雪、骑行和户外等活动具有相似的属性，都成为了这股趋势的受益者，在京东平台上，它们的订单额分别同比增长了 660%、60%和 50%。这其中，滑雪品类品牌 PHENIX、骑行品牌喜德盛、户外露营品牌牧高迪暂时是所在品类的领先者，均收获了超大幅度的同比增长。

而从户外回到室内，家庭智能健身设备则是另一大亮点。大到跑步机，小到跳绳、筋膜枪，都成为了火爆单品，佑美、Keep、小米、舒华也成为了最受欢迎的智能健身品牌。京东方面表示，在 10 月 31 日晚上 8 点正式开启的前十分钟，筋膜枪品类成交额同比增长了 2 倍。

另外，智能健身镜可能是今年以来最受关注的品类，已经涌现出了包括 FITURE、咕咚 FITMORE、悦动圈、万达康、亿健等在内的 20 余个品牌，本次双十一的表现值得期待。根据京东目前的数据，FITURE 智能健身镜的成交额同比增长 500%。当然，这次是该品类首次迎接“双十一”去年同期，该品类尚处于非常早期的萌芽阶段，后续发展仍需长线观察。

3) 三大关键词：国货、专业、女性。纵观整个体育消费领域，还有一些和以往不同的变化。

首先是国货崛起得到再次确认。年初“新疆棉”事件后，618 大促国产品牌已经全面反超了国际品牌。等到这次双十一，国内品牌有可能建立更大的优势。运动服饰作为风向标，这种趋势体现的最明显。

根据天猫的数据，2020 年双十一，耐克和阿迪占据前二。而在今年的预售数据中，安踏升至第一，李宁和斐乐位居第三和第四，匹克成功冲入前十。国际品牌中，耐克排名第二依旧守住基本盘，而阿迪达斯则断崖式下跌到第七。京东平台上，国货的表现同样亮眼。安踏的预售订单额同比增长了 300%。当然，双十一运动品牌的激烈竞争还远未结束，未来十天，他们之间的排位仍有可能继续发生变化。

其次，人们在运动装备的选购上更加重视专业性，不再仅限于“够用就好”的理念。在京东平台上，高端专业跑步鞋成交额同比增长 125%，高端专业足球鞋成交额同比增长 164%，高端专业篮球鞋成交额同比增长 150%。甚至连高端专业女性瑜伽服成交额都同比增长了 250%。

另外，“她经济”继续向运动领域渗透，京东上，专业瑜伽服及运动内衣预售订单额同比增长了 12 倍。

这里补充一点，由于国家对于反垄断工作的强力推进，今年双十一大促，二选一现象应该大大减少。这或许也是造成京东平台上体育相关消费井喷的一个重要原因。

4) 双十一迎拐点体育消费成必争之地？实际上，由于短视频平台、直播电商等新玩家新形式的发展，电商市场格局也出现了很大的变化，因此市场对今年双十一的预期并不高。

当然，对于整个消费市场和中国经济来说，双十一大促是创造了新的需求，还是只是转移了别的时间段的消费，一直有争议。但是，可以先把这个问题留给经济学家，在如今社会消费数据欠佳的大背景下，如果今年双十一的数据未及预期，显然会更加印证宏观经济的困难。

而对于体育消费来说，近年来由于我国经济开始转型，对于体育产业及其拉动作用越来越重视。随着全民健身的观念不断深入，对国产品牌的认知也越来越正面，尽管宏观环境不佳，但国内体育相关的消费行业和制造行业反倒处于风口。体育相关的消费已经成为了各大电商平台主要

发力的赛场之一，上文列举了很多数据也展现了体育消费的潜力。未来，在国民经济生活中，体育消费必然会承担越来越重要的角色。

当然，今年双十一才刚刚开始，体育消费的后劲仍待观望。

4.2 雅诗兰黛全球增长 23%，中国创两位数增长

[化妆品财经在线 2021-11-03]

11月2日(周二)，雅诗兰黛集团(EL.US)公布了截至2021年9月30日的2022财年第一季度财报。财报数据显示，雅诗兰黛2022财年Q1净销售额为43.92亿美元(约合人民币281.03亿元)，同比增长23%。

报告期内，雅诗兰黛集团经营利润率为5.9%，相较于往年同期的15%左右仍有较大差距。但凭借强大的产品力和营销渠道，利润率回到疫情前水平概率较大。净利润为6.92亿美元(约合人民币44.28亿元)，同比增长32%。

1) 高端护肤拉动明显，香水板块增速最猛

就类别而言，雅诗兰黛旗下有护肤、彩妆和其他。从过往数据来看，护肤品销售占比有提升的趋势，雅诗兰黛以及海蓝之谜强力渗透中高端市场。

2022财年Q1，雅诗兰黛护肤产品净销售额为24.49亿美元(约合人民币156.70亿元)，同比增长20%；化妆品净销售额为11.74亿美元(约合人民币75.12亿元)，同比增长20%；香水产品净销售额为6.09亿美元(约合人民币38.97亿元)，同比增长50%；护发用品净销售额为1.48亿美元(约合人民币9.50亿元)，同比增长9%。

而在周二的电话会议上，雅诗兰黛集团总裁Fabrizio Freda表示，集团在高端香水中看到了特别强大的香味“牵引力”，目前，雅诗兰黛集团拥有Jo Malone祖·玛珑、Tom Ford、Le Labo、Kilian、Frederic Malle馥马尔等品牌。

同时，雅诗兰黛集团也发现，在疫情期间，如家居蜡烛等品类的香氛产品在加速增长，而且这种增长还在继续。此外，Fabrizio Freda透露，集团将在刚收购的“原料桶”品牌The Ordinary之外，孵化和创建新的品牌。

2) 中国市场实现两位数增长

按地区划分，美洲地区净销售额为11.94亿美元(约合人民币76.40亿元)，同比增长37%；欧洲、非洲和中东地区净销售额为18.73亿美元(约合人民币119.85亿元)，同比增长22%；亚太地区净销售额为13.26亿美元(约合人民币84.85亿元)，同比增长15%。

Fabrizio Freda同时强调，集团本季度在中国实现了两位数的增长：“中国市场消费力非常强劲，在每个渠道中，我们都能看到全线增长。”

雅诗兰黛中国不仅在实体零售店获得增长，在海南的免税业务也实现增长。Fabrizio Freda表示，集团的经营理念是为中国消费者提供服务，因此，雅诗兰黛集团也正在根据中国出现的商业模式进行灵活管理。

就渠道而言，旅游渠道一直助力雅诗兰黛集团业绩。Fabrizio Freda 也表示，随着疫情向好打破限制和社交场合的增加，集团将继续期待化妆品类别的复兴。

近期，雅诗兰黛集团也发生了人事变动。不久前，现任欧洲、中东和非洲(EMEA)总裁 Peter Jueptner 将接替于明年 6 月退休的 Cedric Prouvé，担任国际总裁一职，该任命将于 2022 年 2 月 1 日正式生效。据悉，Peter Jueptner 将负责监督集团在全球的地区总裁和子公司总经理管理组织架构，以及负责推动公司国际业务的战略增长，其中包括监督创新渠道以及管理与零售商和商业合作伙伴的战略第三方关系。

展望未来，雅诗兰黛预计 2022 财年第二季度净销售额将同比增长 11%-13%，低于预测统计平台 FactSet 普遍预计的 15%。

4.3 优衣库中国首家“复合式明日生活馆”

[中服圈 2021-11-03]

随着我国 GDP 迈入 100 万亿，消费已然改头换面，尤其是体验消费开始变得愈发流行。消费者不会单一满足于产品的功能性需求，还要为了体验而消费。

在新的体验消费趋势下，服饰品牌面对的是常态化的激烈市场竞争，面对的是在技术革新、消费需求、可持续等各个层面的变化。如何从容应对，突破消费周期实现长期发展成为品牌的关键。

说到关键，不得不提到的一个热词叫“首店经济”。“首店经济”已经形成从点到面的涟漪效应，极大促进了新时代下的消费内循环，可以预见的是，在未来较长时间内，首店的争夺战将愈演愈烈。从品牌角度来看，这不仅仅是拉动品牌销售的新动能，更是品牌整体形象及运营品质能力等级的重要表现。

深得中国消费者青睐的优衣库，在今年 8 月份就已经宣布了将开设优衣库北京三里屯全球旗舰店的消息。这家全新店铺不仅是优衣库在北京的首家全球旗舰店，也是优衣库中国首家复合式明日生活馆。

近年来，北京消费商业的运营调改呈现新风貌，核心商圈品牌升级成为关注焦点，首店的引入无疑是品牌调改升级的有力举措。可以看到的是，在北京已有 60 多家门店的优衣库，布局北京三里屯全球旗舰店的意义非凡。

随着三里屯商圈的进一步升级，优衣库此次聚焦于完全不同以往的未来店铺形态体验，通过来自全球的生活灵感和品质商品，让中国消费者体验到 LifeWear 全球最先进的商品和零售体验，通过“共同创造、共同分享美好”让全世界看到中国市场快速创新和成长的力量，引领未来美好生活改变；同时将“首店”力量作为消费升级的重要抓手，提升北京和三里屯的城市商业活力，提振优衣库全国品牌影响力和生意。

此次全球旗舰店选址的另外一层意义，是得益于三里屯在年轻群体中的领先地位。在这个汇聚人文与人才的潮流地标，优衣库将通过北京全球旗舰店平台，与更多中国年轻人携手共创未来服装与生活方式可能性，造服于人。

可以说在对中国消费者的生活价值探索方向，优衣库一直充满着激情且保持谨慎，这次的北京三里屯全球旗舰店到底有何看点，一起来解锁 11 月 6 日即将面世的优衣库中国首家复合式明日生活馆。

1) 一馆三大首发回归生活内核。这次优衣库北京三里屯全球旗舰店是优衣库时隔 8 年在中国大陆开出的第 3 家全球旗舰店，也是融合科技·艺术·文创·可持续等元素的优衣库中国首家复合式明日生活馆。

据悉，在门店开幕期，优衣库准备了限量版的“新人文品茗杯”、“云朵围巾”等五重好礼相送。而作为优衣库首次提出的“复合式明日生活馆”概念，最先值得我们关注的是什么叫“首家复合式”，复合式又分为几层含义。

带着问题，我们观看了优衣库中国首家复合式明日生活馆的开业预告片，通过视频我们看到了复合式的第一层含义：就是以首发表代表品牌与消费者对话。

此次优衣库准备了在北京的三大首发，排在第一位的就是优衣库首次与中国艺术家的合作系列，也是首个艺术“真善美”UT 系列在北京首发上市。优衣库 x 老树 UT 系列作为“中国年度新锐榜”年度艺术家大奖获得者，“老树”的画风极具国风特色，优衣库携手“老树”共创的“真之情”、“善之爱”、“美之物”三幅作品融入到产品中，打造“新人文”UT 系列。

第二大首发是优衣库的黑科技王牌摇粒绒系列，11 个新色在北京三里屯全球旗舰店首发。通过优衣库摇粒绒 27 年的发展历史，已经打造成为拥有四大绒系列、7 大款式的畅销爆品，这次又将摇粒绒设计革新，带来 11 个新色北京首发，优衣库是用摇粒绒让这个北京的冬季穿搭拥有了更多可能性。

另外还有秋冬高级羊绒系列在北京首发，优衣库采用有“纤维宝石”之称的羊绒打造秋冬系列，势必会让羊绒单品拥有超级的性价比。

我们认为，优衣库三大首发系列，除了以诚意与消费者对话以外，其实更多围绕的是一种创新，是一种用创新产品聚焦当下中国消费者生活的新探索。相信独特的首发体验更能激发出消费欲望，而更重要的是优衣库通过中国首家复合式明日生活馆创造出新的示范效应。

2) 一店六大首秀看到未来生活。优衣库中国首家复合式明日生活馆的第二层含义是围绕中国乃至全球消费者未来生活的，在数字时代未来生活到底是什么样子，未来科技创新又会出现在何处？

通过优衣库中国首家复合式明日生活馆的六大首秀可以得到答复，优衣库认为科技改变生活是从日常穿着开始的，未来品牌要为消费者提供更美好的生活、更具科技感的产品、以及可持续的价值理念。

这次优衣库就推出了中国大陆地区首家 UNIQLOFLOWER 生机花店，拥有丰富品种鲜花的精致空间布置于店铺一楼入口，为消费者提供了服装与鲜花随心搭配的明日生活概念体验。将高性价比的鲜花当作与服装一样的日常商品售卖，为繁忙的都市消费人群提供“生机品质”之美与服装，打造除了“家”和“公司”之外的另一处“城市灵感空间”，这也正是优衣库所传达的未来全新 LifeWear 生活方式。

另外还有优衣库北京首家 UTme! 定制工坊, 一键定制专属 UT。将环球影城、国风迪士尼、国潮书法图案等 IP 元素融入其中, 通过创意渲染的设计, 为消费者带来更好玩的审美体验。

随着年轻人的偏好变化, IP 联名款成为年轻消费者对情感表达的通道, 也是展现自我的一种方式。优衣库 UT 世界文创“博物馆”同步首次登陆北京, 共集结了 16 款全球畅销人气 IP 联名款, 让消费者将世界艺术穿上身, 同时让消费者触及对品牌的情感链接。

特别值得注意的是, 11 月优衣库即将再度参展进博会, 这次优衣库中国首家复合式明日生活馆也带来了进博会的联动黑科技商品。

优衣库首次将“科技艺术沉浸展”落户门店, 其中有入选《财富》杂志“100 个伟大的现代设计”榜单的轻羽绒、一体成型的 3D 巨型针织裙、和滑雪运动员平野步梦共同打造的新世代“智暖衣”、“智”造热力的“HEATTECH”等进博会同款科技艺术装置。

还有携手清华学子共创的“生生不息”苗绣门店首展, 1 平米的苗绣作品首次亮相, 寓意人与自然生生不息、造福未来的可持续力量; 还有最新的 WhiteMountaineering2021 秋冬联名和 UniqloU2021 秋冬系列等重量级新品都会完整亮相。

优衣库北京三里屯全球旗舰店, 即优衣库中国首家复合式明日生活馆即将亮相。开业期间也正值优衣库双 11 狂欢季, 据官方介绍, 此次优衣库将黑科技三大王牌系列轻羽绒、保暖衣、摇粒绒参与“全家狂欢购”活动。

正如以上所述, 优衣库正在用科技改变未来生活。进入这个新阶段, 更多的新科技、新舒适、新理念始终围绕消费者的未来生活与日常, 优衣库品牌也因此凸显出不同的商业价值。

优衣库中国首家复合式明日生活馆的更深层次的含义也充分体现, 这是一家首店, 但不仅仅是一家店, 这背后是优衣库围绕产品全维度打造的未来生活, 这是一个企业一个品牌始终为消费者提供的品质生活。

五、重点公司公告

【健盛集团】集合竞价方式回购公司股份进展

[2021-11-01] 经公司 2021 年 6 月 3 日召开的 2021 年第二次临时股东大会审议通过, 同意公司使用自有资金以集中竞价方式回购公司股份, 回购股份资金总额不低于人民币 1 亿元, 不超过 2 亿元, 回购股份价格不超过人民币 12.82 元/股, 回购期限为自股东大会审议通过回购方案之日起不超过 12 个月。截至 2021 年 10 月 31 日, 公司通过集中竞价方式累计回购公司股份数量为 5,684,900 股, 占公司总股本的比例为 1.45%, 成交的最高价为 11.575 元/股, 成交的最低价为 8.490 元/股, 累计支付的资金总额为 54,430,927.45 元 (含交易费用)。

【百隆东方】越南子公司产能陆续恢复的进展

[2021-11-02] 百隆东方股份有限公司 (以下简称“公司”、“本公司”) 之全资子公司百隆 (越南) 有限公司 (以下简称“越南百隆”) 根据越南国内防控 2019 新型冠状病毒 (COVID-19) 要求, 自 8 月 2 日 0 时起, 实施“三就地”政策。根据越南国内最新调整的疫情防控政策, 自 2021 年 10 月 30 日起, 越南国内逐步放开“三就地”政策。越南百隆现有 100 万纱锭生产能力, 产

能约占本公司全部产能的 60%。截至本公告发布之日，越南百隆员工到岗率 90%左右；实际产能已恢复接近 90%，员工新冠疫苗接种率已达 90%。因受越南国内疫情影响，越南百隆实施“三就地”政策以来，减少的产量约占本公司全年产量的 8%左右。

【安正时尚】股份回购进展情况

[2021-11-02] 截至 2021 年 10 月 31 日，本公司通过集中竞价交易方式已累计回购股份 5,136,160 股，占本公司总股本的比例为 1.28%，与上期披露数相比增加 476,360 股，购买的最高价为 10.98 元/股，最低价为 7.73 元/股，已支付的总金额为 47,993,649.15 元（不含交易费用）。2021 年 10 月，公司通过集中竞价交易方式回购股份数量为 476,360 股，占公司目前总股本的比例为 0.12%，成交的最高价为 8.04 元/股，成交的最低价为 7.73 元/股，支付的金额为 3,771,091.20 元（不含交易费用）。

【欣贺股份】关于持股 5%以上股东部分股份被司法冻结及解冻的公告

[2021-11-03] 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部分股份被司法冻结及解冻，截至本公告披露日，骏胜投资本次被司法冻结 13,292,093 股，占其持有公司股份总数 50.09%，占公司总股本的 3.08%；本次解除司法冻结 2,630,000 股，占其持有公司股份总数 9.91%，占公司总股本的 0.61%；累计被司法冻结 10,662,093 股，占其持有公司股份总数 40.18%，占公司总股本的 2.47%。骏胜投资为公司 5%以上股东，不属于公司控股股东、实际控制人，其持有的公司部分股份本次被司法冻结不会导致公司控制权发生变更，不会对公司的日常生产经营产生影响。

【周大生】股份回购进展情况

[2021-11-03] 周大生珠宝股份有限公司于 2021 年 6 月 24 日召开的第四届董事会第二次会议审议通过了《关于公司回购部分社会公众股份的议案》，公司拟使用自有资金以集中竞价方式回购公司部分社会公众股份用于股权激励或员工持股计划，本次回购的资金总额为 15,000 万元-30,000 万元，回购价格不超过 27.68 元/股（含），回购实施期限为自董事会审议通过本次回购方案之日起 12 个月内；截至 2021 年 10 月 31 日，公司通过回购专用证券账户，以集中竞价方式累计回购了 3,920,055 股，占公司截至当前总股本的 0.36%，最高成交价为 20.64 元/股，最低成交价为 17.67 元/股，支付的总金额为 74,053,654.93 元（不含交易费用）。

【李宁】先旧后新配股情况公告

[2021-11-03] 公司于 11 月 03 日落实以先旧后新方式配售 1.2 亿股，相关股份占公司扩大后股本的 4.59%，配售价 87.5 港元（较前一日收市价折让约 8.09%），所得款项净额约 104.3 亿港元。配售及认购完成后，大股东非凡中国持股从 10.87%降至 10.37%。李宁拟将所得款项净额用作投资于 1) 新推出品类；2) 国际扩张；3) 投资于重组基础设施及进一步提升供应链系统；4) 机会出现时作未来业务投资；5) 品牌建设及一般营运资金。

【太平鸟】股东大宗交易减持股份的计划公告

[2021-11-04] 公司收到股东宁波禾乐投资股份有限公司的减持告知函，拟通过大宗交易方式减持其持有的部分公司股份。禾乐投资系控股股东太平鸟集团有限公司与管理层共同设立的为激励管理层的持股公司。截止本公告披露之日，禾乐投资持有公司 20,982,481 股无限售条件

流通股，占公司总股本的 4.40%（禾乐投资及其一致行动人太平鸟集团有限公司、宁波鹏灏投资合伙企业（有限合伙）、宁波泛美投资管理有限公司、宁波鹏源资产管理有限公司及实际控制人张江平先生、张江波先生共计持有公司股票 329,444,481 股无限售条件流通股，约占公司总股本的 69.11%）。自本公告披露之日起 3 个交易日后的 3 个月内，禾乐投资计划通过大宗交易方式减持公司股份不超过 493 万股，即减持比例不超过公司总股本的 1.03%。

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