

东兴纺服轻工：继续推荐疫情复苏下的可选消费，医美、化妆品及纺织服装

——行业周观点

重点推荐版块：

1) 化妆品&医美

医美市场长期扩容，看好填充剂成为最具活力的细分赛道；短期看，强消费黏性下看好轻医美疫后需求反弹。长期看，国内医美认知度和消费意愿提升，医美消费人群持续扩容，行业景气度有望保持较高水平。其中填充剂价格低、安全性高、恢复快、符合国内消费者年轻饱满的审美偏好，需求旺盛；商业模式高效，具有标准化复制性强、产品外延性广、审批壁垒高、消费黏性强、现金流稳定等优势；叠加填充剂产品国产化率高，本土厂商管线布局丰富、研发推新活跃，是医美市场最具发展活力的细分赛道。上半年疫情反复导致居民出行困难、机构暂时性停业，在一定程度上积压医美需求，但医美消费，尤其轻医美项目具有疗程性和消费黏性，随着国内疫情趋稳，防疫政策边际宽松，前期积压的医美需求有望得到释放，带动相关公司下半年业绩反弹。

化妆品上半年受疫情反复影响行业整体业绩表现或较弱，但部分国货美妆龙头线上销售数据表现亮眼，有望交出满意答卷。目前国货美妆品牌的分化仍在持续，部分国货美妆龙头的增长逻辑持续得到验证。整体来看，美妆行业的分化程度仍在持续，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，该观点已持续得到市场验证。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贝泰妮、珀莱雅等。

2) 纺织服装

纺织制造重点公司中报情况良好，关注制造端变化。重点公司方面，华利集团上半年预计实现收入/归母净利润 98.99/15.62 亿元，同比增长 20.79%/21.06%，百隆东方上半年收入 39.64 亿元/归母净利润 7.77 亿元，同比增长 1.11%/41.09%。中报及预告情况表明棉纺织企业及服装代工企业上半年的盈利较好。我们认为纺织制造龙头及鞋服代工龙头过去注重产能布局的优化，目前在疫情情况下产能布局优势体现，同时各公司在工厂管理及 ESG 方面的提升，在综合服务能力上得以体现，纺织制造端体现出积极的变化。

市场回顾

本周纺织服装行业上涨 0.04%，轻工制造上涨 0.73%，美容护理上涨 0.65%，在申万 31 个一级行业中分别排第 16、11、10 名。指数方面，上证指数下跌 0.51%，深证成指下跌 1.03%。

重点推荐：珀莱雅、贝泰妮、华利集团、波司登、李宁、安踏体育、台华新材、志邦家居、金牌厨柜、太阳纸业

风险提示：宏观经济下行影响购买力、疫情发展超预期，政策风险

2022 年 7 月 31 日

看好/维持

纺服轻工 | 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	289 6.0%
重点公司家数	- -
行业市值(亿元)	21639.00 2.5%
流通市值(亿元)	14711.27 2.1%
行业平均市盈率	35.08
市场平均市盈率	17.65

行业指数走势图



资料来源：wind、东兴证券研究所

分析师：刘田田

010-66554038

liutt@dxzq.net.cn

执业证书编号：

S1480521010001

分析师：常子杰

010-66554040

changzj@dxzq.net.cn

执业证书编号：

S1480521080005

研究助理：魏宇萌

010-66555446

weiy m@dxzq.net.cn

执业证书编号：

S1480120070031

研究助理：刘雪晴

010-66554026

liuxq@dxzq.net.cn

执业证书编号：

S1480120080007

研究助理：沈逸伦

010-66554044

shenyl@dxzq.net.cn

执业证书编号：

S1480121050014

目录

1. 核心观点：继续推荐疫情复苏下的可选消费，医美、化妆品及纺织服装	3
2. 市场表现：轻工、纺服、美护全部收红，跑赢大盘	7
3. 重点公告&行业追踪	10
4. 风险提示	11
相关报告汇总	12

插图目录

图 1：纺织服装子行业涨跌幅	7
图 2：纺织服装子行业市盈率	7
图 3：纺织服装行业涨跌前五的公司	8
图 4：轻工制造子行业涨跌幅	8
图 5：轻工制造子行业市盈率	8
图 6：轻工制造行业涨跌前五的公司	9
图 4：美容护理子行业涨跌幅	9
图 5：美容护理子行业市盈率	9
图 6：美容护理行业涨跌前五的公司	10

1. 核心观点：继续推荐疫情复苏下的可选消费，医美、化妆品及纺织服装

重点推荐版块

1) 化妆品&医美

医美市场长期扩容，看好填充针剂成为最具活力的细分赛道；短期看，强消费黏性下看好轻医美疫后需求反弹。长期看，国内医美认知度和消费意愿提升，医美消费人群持续扩容，行业景气度有望保持较高水平。其中填充针剂价格低、安全性高、恢复快、符合国内消费者年轻饱满的审美偏好，需求旺盛；商业模式高效，具有标准化复制性强、产品外延性广、审批壁垒高、消费黏性强、现金流稳定等优势；叠加填充针剂产品国产化率高，本土厂商管线布局丰富、研发推新活跃，是医美市场最具发展活力的细分赛道。上半年疫情反复导致居民出行困难、机构暂时性停业，在一定程度上积压医美需求，但医美消费，尤其轻医美项目具有疗程性和消费黏性，随着国内疫情趋稳，防疫政策边际宽松，前期积压的医美需求有望得到释放，带动相关公司下半年业绩反弹。

化妆品上半年业绩集中披露期即将来临，受疫情反复影响行业整体业绩表现或较弱，但部分国货美妆龙头线上销售数据表现亮眼，有望交出满意答卷。受疫情反复影响，Q2 淘系+抖音护肤销售额仅同比+4.3%，彩妆销售额同比-14%，美妆行业线上渠道整体表现较弱，同时考虑到疫情影响下部分线下门店无法开放，美妆行业Q2 业绩承压，上半年整个行业的业绩表现或较弱。但国货美妆品牌的分化仍在持续，部分国货美妆龙头的增长逻辑持续得到验证。整体来看，美妆行业的分化程度仍在持续，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，该观点已持续得到市场验证。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贝泰妮、珀莱雅等。

投资建议：我们认为国货美妆品牌将极大受益于消费升级和新生代消费群体的崛起，获得长足发展空间。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，有望在政策指引下获得加速成长，相关标的：贝泰妮、珀莱雅。医美方面，关注格局清晰，技术、资质、渠道壁垒深厚的中游医美产品生产商龙头，如爱美客、华熙生物、巨子生物等有望受益。

2) 纺织服装

纺织制造重点公司中报情况良好，关注制造端变化。上周华利集团发布中报快报，百隆东方披露中报，华利集团上半年预计实现收入/归母净利润 98.99/15.62 亿元，同比增长 20.79%/21.06%，百隆东方上半年收入 39.64 亿元/归母净利润 7.77 亿元，同比增长 1.11%/41.09%。重点公司的中报预告方面，棉纺织龙头鲁泰 A 业绩增速预计为 122%-161%，棉袜及无缝内衣龙头健盛集团利润增速预计为 53%-80%。以上中报及预告情况表明棉纺织企业及服装代工企业上半年的盈利较好。我们认为纺织制造龙头及鞋服代工龙头过去注重产能布局的优化，目前在疫情情况下产能布局优势体现，同时各公司在工厂管理及 ESG 方面的提升，在综合服务能力上得以体现，纺织制造端体现出积极的变化。

投资建议：纺织制造体现出良好的业绩韧性，龙头竞争优势突出下未来行业集中度提升可期，推荐华利集团、台华新材，建议关注健盛集团。运动品牌从短期业绩韧性到长期景气度方面仍具备优势，推荐国产运动龙头李宁、安踏，及羽绒服专家波司登。

(1) 化妆品&医美

国内外美妆品牌均加强线上渠道布局，以兴趣电商为代表的新线上渠道重要性凸显。7月13-19日，珀莱雅抖音电商超级品牌日再度开启，通过线上线下全链路的传播途径、抖音平台双账号并行、邀请明星做客品牌直播间以及携手头部达人等方式，获得总GMV超7000万，全渠道曝光量破亿。公司今年3月份成功培育抖音平台第二个账号，主推经典大单品，随着新账号运营成熟度的提高，预计将持续带来销量和毛利率的提升。7月26日，欧莱雅旗下美妆品牌美宝莲将陆续关闭中国所有线下门店，除屈臣氏内设专柜线下销售外，将转为在抖音、拼多多、淘宝、微信小程序等线上渠道销售。

国际美妆集团的上半年业绩陆续披露，欧洲品牌表现相对较好，韩系品牌市场竞争力下降。近期部分国际品牌陆续披露了上半年业绩，其中欧莱雅集团上半年销售额183.66亿欧元，同比增长20.9%，实现营业利润37.46亿欧元，同比增长25.3%，在包含中国市场的北亚地区增幅为20.3%，位居第四，业绩表现较为良好。韩国美妆集团LG生活健康上半年销售额达182.4亿元，同比下降13.56%，实现营业利润20.39亿元，同比下降44.47%。爱茉莉太平洋集团实现总销售额119.04亿元，同比下降14.9%，实现营业利润8.34亿元，同比下降46.9%。整体来看，国际美妆品牌的表现也有所分化，欧洲品牌的市场表现相对较好，韩系美妆品牌的表现较为疲软。

上半年业绩集中披露期即将来临，受疫情反复影响行业整体业绩表现或较弱，但部分国货美妆龙头线上销售数据表现亮眼，有望交出满意答卷。受疫情反复影响，Q2淘系+抖音护肤销售额仅同比+4.3%，彩妆销售额同比-14%，美妆行业线上渠道整体表现较弱，同时考虑到疫情影响下部分线下门店无法开放，美妆行业Q2业绩承压，上半年整个行业的业绩表现或较弱。但国货美妆品牌的分化仍在持续，部分国货美妆龙头的增长逻辑持续得到验证。珀莱雅发布2022年二季度经营数据，实现营业总收入12.7-13.7亿元，同比+25%-35%；实现归母净利润1.3-1.4亿元，同比+15%-22%。薇诺娜Q2淘系销售额同比+28%，抖音销售额同比+283%，品牌线上销售占比超过80%，通过其Q2线上多平台较为亮眼的销售表现，可以预计其上半年有望实现良好的业绩表现，有望交出满意答卷。整体来看，美妆行业的分化程度仍在持续，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，该观点已持续得到市场验证。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贝泰妮、珀莱雅等。

医美市场长期扩容，看好填充针剂成为最具活力的细分赛道。长期看，国内医美认知度和消费意愿提升，医美消费人群持续扩容，行业景气度有望保持较高水平。其中填充针剂价格低、安全性高、恢复快、符合国内消费者年轻饱满的审美偏好，需求旺盛；商业模式高效，具有标准化复制性强、产品外延性广、审批壁垒高、消费黏性强、现金流稳定等优势；叠加填充针剂产品国产化率高，本土厂商管线布局丰富、研发推新活跃，是医美市场最具发展活力的细分赛道。

强消费黏性下，看好轻医美疫后需求反弹。上半年疫情反复导致居民出行困难、机构暂时性停业，在一定程度上积压医美需求，但医美消费，尤其轻医美项目具有疗程性和消费黏性，随着国内疫情趋稳，防疫政策边际宽松，前期积压的医美需求有望得到释放，带动相关公司下半年业绩反弹。

政策释放积极信号，促进医美产业合规发展。2022年7月26日，深圳印发《深圳市促进大健康产业集群高质量发展的若干措施》，提出鼓励发展医疗美容产业。2021年下半年以来医美市场持续受到严监管，涉及非法医疗美容服务专项整治、医美贷、医美广告、水光针III类医疗器械等一系列举措，使市场情绪承压。我们认为，监管的目的在于引导医美市场合规发展，而非遏制市场需求，此次《措施》将医美纳入大健康产业集群，明确提出鼓励医美产业发展，是一次重要的政策信号，有望强化市场信心，提振板块情绪。此外，医美行业的监管举措主要影响中小型非合规机构，有望加速行业供给端出清，带动市场集中度提升，利好存量大

型合规机构。长期看，监管规范化的过程，也是对消费者进行合规产品教育的过程，健康有序、信息透明的医美市场将激发群众的消费信心，有望推动行业实现长期良性扩容。

投资建议：我们认为国货美妆品牌将极大受益于消费升级和新生代消费群体的崛起，获得长足发展空间。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，有望在政策指引下获得加速成长，相关标的：贝泰妮、珀莱雅。医美方面，关注格局清晰，技术、资质、渠道壁垒深厚的中游医美产品生产商龙头，如爱美客、华熙生物、巨子生物等有望受益。

（2）纺织服装：

上半年，服装家纺受疫情影响大，纺织制造具备一定韧性。

纺织制造重点公司中报情况良好。上周华利集团发布中报快报，百隆东方披露中报，华利集团上半年预计实现收入/归母净利润 98.99/15.62 亿元，同比增长 20.79%/21.06%，百隆东方上半年收入 39.64 亿元/归母净利润 7.77 亿元，同比增长 1.11%/41.09%。重点公司的中报预告方面，棉纺织龙头鲁泰 A 业绩增速预计为 122%-161%，棉袜及无缝内衣龙头健盛集团利润增速预计为 53%-80%。以上中报及预告情况表明棉纺织企业及服装代工企业上半年的盈利较好。户外用品制造龙头牧高笛业绩增速 112%，验证了户外露营的高景气。从出口增速看，2022 年 1-6 月，纺织服装累计出口 10071.5 亿元，比去年同期增长 10.8%。其中，6 月，中国纺织服装出口 2104.7 亿元，同比增长 18.1%，环比增长 12.4%。纺织服装出口在 2021 年高基数的基础上继续保持稳步增长，表明了外需的景气度良好，及国内生产韧性强、潜力大。我们认为纺织制造龙头及鞋服代工龙头过去注重产能布局的优化，目前在疫情情况下产能布局优势体现，同时各公司在工厂管理及 ESG 方面的提升，在综合服务能力上得以体现，纺织制造端体现出积极的变化。

服装家纺业绩受损明显，关注恢复能力较好的公司。纺织服装行业共计 50 家公司披露中报预告，其中业绩增长的有 14 家，业绩下滑的有 40 家。服装家纺，31 家公司里仅有 6 家业绩上涨公司；纺织制造，19 家公司里有 8 家公司业绩有正增长。已发布的服装公司中报业绩看，服装上半年销售压力较大，库存减值压力下，业绩压力更甚于收入端压力。同时，疫情影响了短期收入及期末库存，大部分公司期末存货减值同比增加明显，直营占比较高的公司受到门店租金刚性的影响业绩压力更大。展望下半年，服装家纺疫情后的销售恢复可期，关注运营良好业绩具备韧性及恢复能力较好的龙头公司。

户外运动上半年高基数下实现较好增长，羽绒服品类全年业绩受疫情影响小建议关注波司登。主要运动品牌发布的二季度经营情况看，运动在上半年仍然表现最好。从各品牌流水看，安踏品牌增长中单位数、Fila 负低单、其他品牌增 30%-35%；特步增长 20-25%，特步儿童+50%；361 度增长中双位数，儿童增 20-25%。综合来看，儿童、低线城市、电商是增长点。波司登的品牌转变是产品扬长补短的结果，扬长即保暖专业性，补短即时尚性，品牌势能的抬升具备持续性。今年冬天公司计划主推的轻薄羽绒服，将改变以往主推产品销量薄弱的局面，真正实现量价齐升保证业绩增长。

投资建议：纺织制造体现出良好的业绩韧性，龙头竞争优势突出下未来行业集中度提升可期，推荐华利集团、台华新材，建议关注健盛集团。运动品牌从短期业绩韧性到长期景气度方面仍具备优势，推荐国产运动龙头李宁、安踏，及羽绒服专家波司登。

（3）家具：

政策对房地产以支持为主，家具需求有望得到支撑。7月28日，中共中央政治局会议对房地产提出“要全方位守住安全底线。要稳定房地产市场，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，压实地方政府责任，保交楼、稳民生”。会议对房地产的表述仍以支持为主，对比4月会议，着重强调要“因城施策用足用好政策工具箱”，并首次提出“保交楼”。因城施策措施有望进一步强化，低线城市销售复苏较弱，当地地产政策有望得到进一步放松，需求维稳。从30城商品房成交面积来看，7月数据虽同比、环比仍下滑，但相比5月有约30%的增长。考虑到7月通常是销售淡季且是供应低谷，我们认为6月地产销售已触底，在政策支持下有望继续保持回暖态势，家具需求得到支撑。

定制公司方面，品类拓展推动收入增长，关注低估值稳健发展标的。品类拓展仍将推动收入增长，定制公司品类向软体、门窗等拓展，一线公司欧派、索菲亚品类全面；二线公司如志邦、金牌衣柜木门收入占比仍低，依托橱柜连带销售新品类将继续高增。整装业务进入高速发展期，欧派持续推进整家定制，有望作为整装引领者带动行业顺利发展。数字化系统的逐步上线，对经销商更加精细化管理，助力上市公司顺利实现大家居战略，提升市场占有率。纤维板期货本周下跌3%左右，但板材价格仍在相对高位；不锈钢、铝本周分别上涨4%、0.7%，但未改下跌趋势，距离高点回落显著。推荐关注经营质量高、有望复刻龙头发展路径且当前估值较低的志邦家居、金牌厨柜，以及业绩确定性强的欧派家居。

软体公司方面，成本压力小，短期关注利润弹性，长期空间充足。软体家具主要原材料皮革、海绵等价格波动较小，公司成本压力相对较小。本周海运费继续回落，波罗的海货柜运价指数下跌1%左右，其中亚洲至美国线回落明显。短期来看，新店店效的提升将为内销带来利润弹性，海运费持续回落将提升外销利润率。长期来看，沙发和床垫相比美国集中度提升空间大，龙头品牌、渠道布局优势俱佳，下沉市场有开店空间，在软体行业集中度提升的趋势中将持续受益。此外顾家、敏华已将品类边界拓展至定制家具，大家居布局打开长期增长空间。推荐关注软体龙头公司顾家家居、敏华控股。

（4）造纸：

本周文化纸与特种纸迎来行业提价。文化纸方面，APP、太阳、晨鸣、亚太森博等头部纸企宣布将自8月1日起上调产品价格200元/吨；特种纸方面，仙鹤、五洲、江河等头部纸企陆续宣布，将自8月1日起上调格拉辛纸价格500元/吨。浆价持续高位运行仍然对于行业造成较大的成本压力，提价有利于纸企传导成本，浆纸一体化程度更高的企业受益更为明显。包装纸方面本周迎来停机消息，当前纸价较为疲软表明下游需求仍有待恢复，玖龙、山鹰、理文、金洲等头部纸企发布停机检修计划，有利于缓解供需矛盾，支撑纸价。

纸浆价格目前仍处于高位波动趋势中，主要受到外盘报价高企和供给仍然紧张的影响。预期后续季度随着供给端扰动改善，以及海外宏观经济走弱对需求的影响，供需压力缓解仍有望带动浆价回落。产品价格更具韧性、成本受木浆价格影响更大的特种纸企或受益更为明显。建议关注太阳纸业与特种纸头部企业。

（5）电子烟：

全球最大烟草公司之一的英美烟草（BAT）本周公布中期业绩，其在新型烟草方面整体延续了销售的快速增长与份额的不断提升，同时新品的发布有望成为持续增长的动力。（1）电子烟Vuse方面，公司2022H1实现烟弹销售数量2.92亿颗，同比+18.6%；销售收入6.17亿英镑，固定汇率下同比+48.2%。Vuse在五大市场（美加英法德）的市场份额从2021年的33.5%进一步上升至2022年截至前五个月的34.7%。（2）在美国市场，Vuse的销售量同比+19.4%，高于行业增速（略高于+3%），市场份额从2021年的32.5%提升至目前的36.3%。（3）在英法德等欧洲国家市场，Vuse在同品类中保持领先地位，份额仍有提升；不过由于一次性电子烟的兴起，Vuse在电子烟整体市场上份额有所回落。公司于5月在英国发布了一次性电子烟产品Vuse Go，市场

份额仅有 3 个月已达到第三名并在冲击第二名，预计下半年将加大出货力度。Vuse Go 的成功有利于 BAT 抓住一次性电子烟发展机遇，巩固市场地位，保持增长动力。

BAT 是思摩尔国际的第一大客户，双方绑定较深，Vuse 的主力产品由思摩尔制造并使用其核心技术，其稳定增长有利于思摩尔海外业务保持坚挺增速。国内业务方面，本周国内知名电子烟品牌 YOOZ 取得烟草生产许可证，至此思摩尔的主要国内客户均成功取得牌照。预计短期内公司国内业务增长仍然受到总量控制与国标产品风味的制约，但长期仍将受益于国内电子烟市场在减害替烟驱动下持续扩张。

【重点推荐】珀莱雅、贝泰妮、华利集团、波司登、李宁、安踏体育、台华新材、志邦家居、金牌厨柜、太阳纸

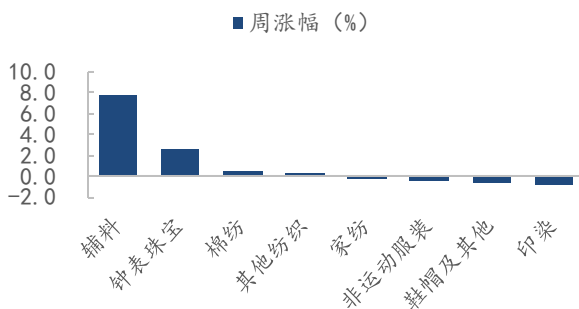
风险提示：宏观经济下行影响购买力、疫情发展超预期，政策风险

2. 市场表现：轻工、纺服、美护全部收红，跑赢大盘

本周纺织服装行业上涨 0.04%，轻工制造上涨 0.73%，美容护理上涨 0.65%，在申万 31 个一级行业中分别排第 16、11、10 名。指数方面，上证指数下跌 0.51%，深证成指下跌 1.03%。

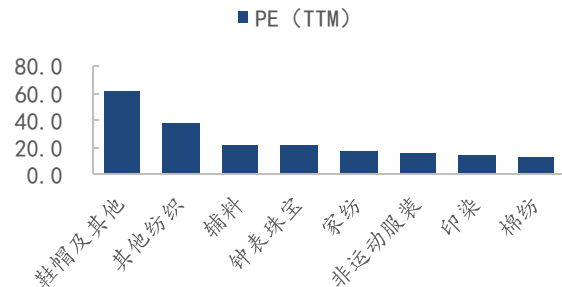
本周纺织服装各子板块涨跌幅依次为辅料 7.71%、钟表珠宝 2.60%、棉纺 0.57%、其他纺织 0.31%、家纺-0.32%、非运动服装-0.43%、鞋帽及其他-0.74%、印染-0.74%。

图 1：纺织服装子行业涨跌幅



资料来源：Wind、东兴证券研究所

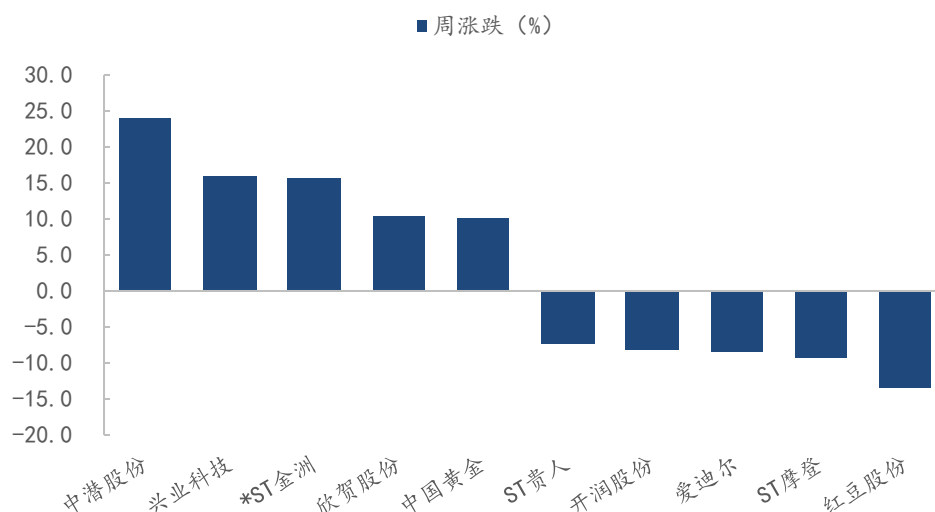
图 2：纺织服装子行业市盈率



资料来源：Wind、东兴证券研究所

本周纺织服装涨幅前五的公司为中潜股份 23.93%、兴业科技 16.06%、*ST 金洲 15.83%、欣贺股份 10.53%、中国黄金 10.29%。排名后五位的公司为 ST 贵人-7.26%、开润股份-8.12%、爱迪尔-8.52%、ST 摩登-9.22%、红豆股份-13.46%。

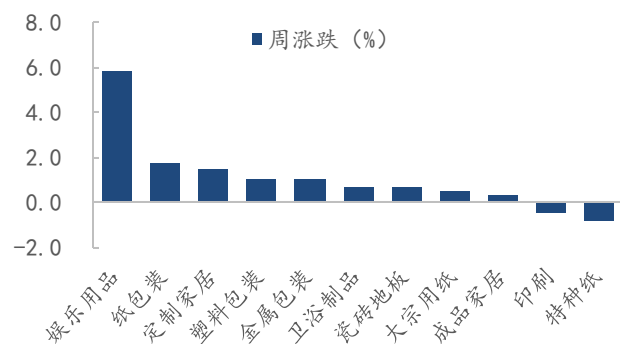
图 3：纺织服装行业涨跌前五的公司



资料来源：Wind、东兴证券研究所

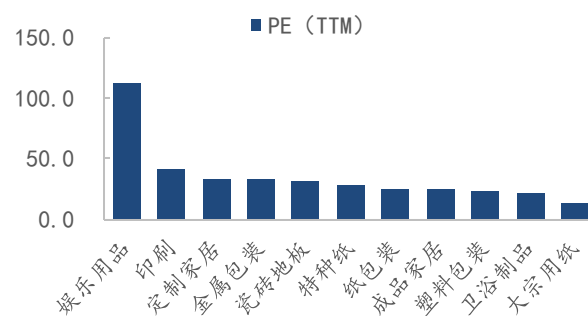
本周轻工制造各子板块涨跌幅依次为：娱乐用品 5.79%、纸包装 1.74%、定制家居 1.43%、塑料包装 1.03%、金属包装 1.01%、卫浴制品 0.72%、瓷砖地板 0.71%、大宗用纸 0.46%、成品家居 0.36%、印刷-0.43%、特种纸-0.84%。

图 4：轻工制造子行业涨跌幅



资料来源：Wind、东兴证券研究所

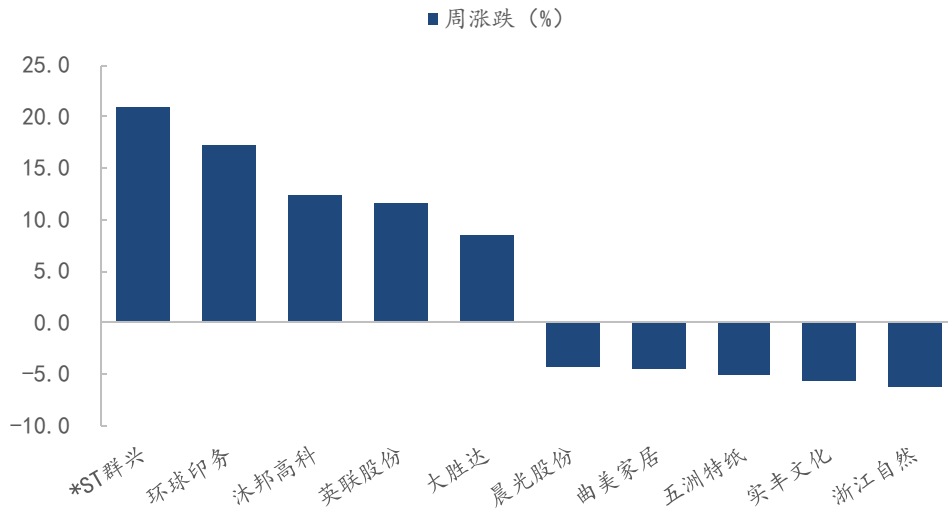
图 5：轻工制造子行业市盈率



资料来源：Wind、东兴证券研究所

本周轻工制造涨幅前五的公司为*ST 群兴 20.87%、环球印务 17.35%、沐邦高科 12.44%、英联股份 11.69%、大胜达 8.50%。排名后五位的为晨光股份-4.36%、曲美家居-4.55%、五洲特纸-5.17%、实丰文化-5.59%、浙江自然-6.31%。

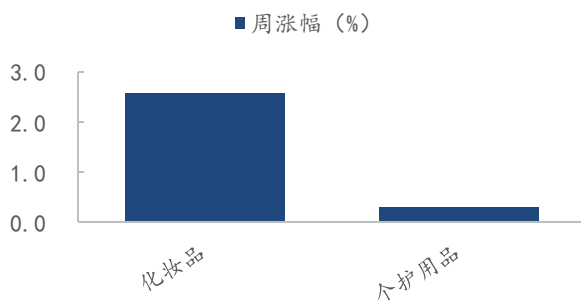
图 6：轻工制造行业涨跌前五的公司



资料来源：Wind、东兴证券研究所

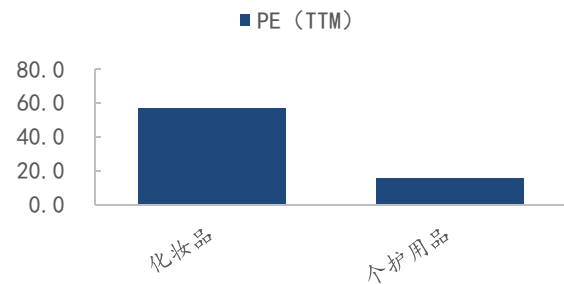
本周美容护理各子板块涨跌幅依次为：化妆品 2.60%、个护用品 0.31%。

图 7：美容护理子行业涨跌幅



资料来源：Wind、东兴证券研究所

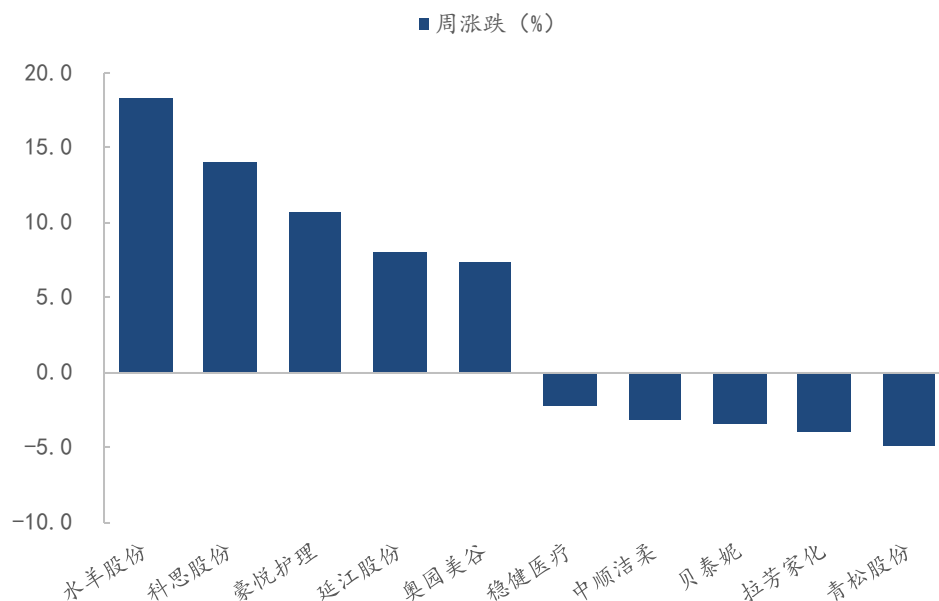
图 8：美容护理子行业市盈率



资料来源：Wind、东兴证券研究所

本周美容护理涨幅前五的公司为水羊股份 18.39%、科思股份 14.06%、豪悦护理 10.66%、延江股份 8.11%、奥园美谷 7.42%。排名后五位的为稳健医疗-2.23%、中顺洁柔-3.20%、贝泰妮-3.49%、拉芳家化-3.97%、青松股份-4.93%。

图 9：美容护理行业涨跌前五的公司



资料来源：Wind、东兴证券研究所

3. 重点公告&行业追踪

【百隆东方|半年报】

上半年公司实现营收 39.64 亿元，较上年同期增长 1.11%，归属于上市公司股东的净利润 7.77 亿元，较上年同期增长 41.09%。其中第二季度收入 19.89 亿元，同比微降 2.81%，归母净利润 4.32 亿元，同比增长 31.91 亿元。

【南山智尚|半年报】

公司主营收入 7.8 亿元，同比上升 18.6%；归母净利润 6970 万元，同比上升 16.27%；扣非净利润 6412 万元，同比上升 7.19%；其中第二季度，公司单季度主营收入 4.59 亿元，同比上升 27.34%；单季度归母净利润 4143 万元，同比上升 15.31%；单季度扣非净利润 3749.76 万元，同比上升 4.27%。

【周大生|业绩快报】

公司发布业绩快报，2022 年半年度营业收入为 50.98 亿元，同比增长 82.79%；归母净利润 5.85 亿元，同比下滑 4.07%。

【理文造纸|业绩预告】

2022 年 H1 普通股股东应占盈利同比下降约 59%。

【珀莱雅|股权激励】

公司 2022 年限制性股票激励计划(草案)规定的授予条件已经成就,同意确定以 2022 年 7 月 25 日为授予日,

向激励对象授予 210. 万股限制性股票。为授予日，向激励对象授予 210.00 万股限制性股票。

【晨鸣纸业|融资】

公司拟引进交银投资和交汇晨鸣基金对子公司湛江晨鸣进行增资，增资金额为 10 亿元，增资后持股比例为 9.92%，公司持股比例由 84.95%降至 76.52%。

【敏华控股|增持】

公司董事会主席黄敏利先生于 2022 年 7 月 25 日透过 Man Wah Investments Limited 自公开市场购入公司 200 万股普通股，7 月 18 日至 7 月 25 日合计购入 1500 万股。

【敏华控股|增持】

公司董事会主席黄敏利先生于 2022 年 7 月 28 日透过 Man Wah Investments Limited 自公开市场购入公司 500 万股普通股，7 月 18 日至 7 月 28 日合计购入 2000 万股。

【山鹰国际|回购】

截至 2022 年 7 月 26 日，公司累计回购约 5579 万股，约占总股本 1.21%，最高成交价为 2.81 元/股，最低成交价为 2.64 元/股，成交总金额为 1.52 亿元，其中 1.42 亿元为 7 月至今所回购。

【稳健医疗|减持进展】

截至 2022 年 7 月 25 日，红杉信远减持股份计划时间已过半，其尚未减持股份。

【欣贺股份|回购】

截至 2022 年 7 月 22 日，公司累计回购公司股份 868 万股，占公司目前总股本的 2.01%，最高成交价为 9.69 元/股，最低成交价为 7.86 元/股，累计成交总金额为 7624.29 万元。

【珀莱雅第二个抖音电商超品日结束】

7 月 13—19 日，珀莱雅抖音电商超级品牌日再度开启，凭借明星联手 KOL 的直播阵容、线上线下全链路的传播途径、站内站外投放的硬核曝光方式，珀莱雅再次成功出圈，GMV 超 7000 万。

4. 风险提示

风险提示：宏观经济下行影响购买力、疫情发展超预期，政策风险。

相关报告汇总

报告类型	标题	日期
行业	东兴证券医美行业报告：深圳释放利好政策，助力医美合规发展，提振市场信心	2022-07-28
公司	华利集团（300979.SZ）：业绩快报点评，二季度生产、盈利恢复顺利，订单良好全年业绩无虞	2022-07-28
公司	中国中免（601888.SH）：2022 年半年度业绩快报点评，疫情影响下经营韧性强，盈利能力边际改善	2022-07-28
行业	东兴证券医美行业专题一：医美填充剂，从发展路径和生命周期看投资机会	2022-07-26
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：重点推荐兼具长期景气及短期复苏的化妆品、医美	2022-07-25
公司	珀莱雅（603605.SH）：大单品策略成效显著，短期利润扰动不改长期向好预期	2022-07-22
行业	东兴证券医美行业专题一：医美填充剂，从发展路径和生命周期看投资机会	2022-07-22
公司	思摩尔国际（6969.HK）：国内暂时承压叠加费用增加，关注业绩修复与中长期发展	2022-07-19
行业	东兴证券轻工周观点：家具 6 月零售改善，服装等可选消费中报业绩预计承压	2022-07-17
公司	索菲亚（002572.SZ）：进军门窗赛道，进一步拓展品类边界	2022-07-12
公司	珀莱雅（603605.SH）：推出新一期股权激励计划，多元化激励机制持续落实	2022-07-12
公司	志邦家居（603801.SH）：勤修内功，大家居战略发展可期	2022-07-11
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：看好龙头家居业绩韧性，可选消费继续关注复苏主线	2022-07-10
公司	波司登（3998.HK）：羽绒服专家，重回主业再创辉煌	2022-07-08
公司	珀莱雅（603605.SH）：正确战略指引国货美妆龙头一往无前	2022-07-07
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：地产销售数据回暖利好家居，服装&化妆品可选消费持续复苏	2022-07-03
公司	中国中免（601888.SH）：赴港 IPO 重启拓展海外市场，巩固免税龙头地位	2022-07-02
行业	轻工制造：Juul 电子烟 PMTA 申请遭否，利好思摩尔国际大客户市占率提升	2022-06-27
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：地产销售数据回暖利好家居，电子烟海外格局起变化	2022-06-27
行业	东兴证券轻工纺织服装行业周观点：疫后消费逐步修复，地产销售环比改善利好家居	2022-06-19
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：6 月份消费复苏预计明显提速，看好疫情修复主线	2022-06-13
行业	东兴证券轻工纺织服装行业中期策略：坚守景气赛道，关注机遇与挑战	2022-05-31
公司	太阳纸业（002078.SZ）：产业链与区位优势之下，再论公司成本优势	2022-05-24
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：重点推荐景气度高、受益于汇率变动的户外用品行业	2022-05-23
公司	金牌厨柜（603180.SH）：立足定制拓展品类空间广阔，成长路径清晰	2022-05-18
公司	敏华控股（1999.HK）：内销渠道高速拓展，未来业绩增长可期	2022-05-18
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：人民币贬值对出口企业短期业绩影响测算	2022-05-16
公司	中顺洁柔（002511.SZ）：收入稳增盈利承压，立足优势主业探索多元化品类	2022-05-09
公司	公牛集团（603195.SH）：业务基本盘稳健发展，新品类打开增长空间	2022-05-05
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周专题：2021A 及 2022Q1 总结，静待否极泰来	2022-05-05
公司	台华新材（603055.SH）：PA66 产能释放顺利，垂直一体化助力客户开拓	2022-05-01
公司	欧派家居（603833.SH）：一季度收入超预期，零售业务优势尽显	2022-04-30

资料来源：东兴证券研究所

分析师简介

刘田田

对外经济贸易大学金融硕士，2019年1月加入东兴证券研究所，现任大消费组组长、纺织&轻工行业首席分析师。2年买方经验，覆盖大消费行业研究，具备买方研究思维。

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。

研究助理简介

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，商贸零售行业研究助理，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研究助理，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，轻工制造行业研究助理，主要负责家居和其他销售轻工研究方向。

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不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）：

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）：

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