行业研究

行业研究周报

申港证券股份有限公司证券研究报告

四部门发布《推进家居产业高质量发展行动方案》

——轻纺美妆行业周报

申港证券 SHENGANG SECURITIES

投资摘要：

每周一谈：四部门发布《推进家居产业高质量发展行动方案》

事件：近日，国家工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局联合发布《推进家居产业高质量发展行动方案》。本文确立了未来四年产业发展目标。到 2025 年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。

- **2021 年中国家具制造业营收同比增加近千亿元。**2018 年行业遇冷，经历疫情后，2021 年中国家具制造业营业收入总额为 8005 亿元，同比上升 13.5%。据中商产业研究院预计 2022 年中国家具制造业营业收入将达 7027 亿元。
- **目前，中国家具行业市场集中度较低，形成四个竞争梯队。**第一梯队为全球知名企业，占据高端市场。第二梯队为本土企业喜临门、欧派家居、索菲亚、顾家家居等，在中高端市场占据一定份额。第三梯队为中端地区性品牌永艺股份、大班 Daban、恒林股份等，多以 OEM/ODM 模式与外资品牌商合作。第四梯队为其他区域性中低端企业或家庭小作坊，企业数量众多，但产品质量一般。据前瞻产业研究院数据，2020 年我国家具行业 CR10 仅有 8.2%，行业集中度低。
- **我国全屋定制家居市场规模快速增长，为家具行业注入活力。**全屋定制指为消费者提供个性化的成套家具设计，一方面能够满足消费者的个性化喜好，另一方面提供一站式家具服务，更加省时省力省心。2017 年至 2020 年，我国全屋定制家居市场规模持续增长，在 2020 年达到 3112.57 亿元。
- **全屋定制能够解决较为突出的消费者痛点。**据《2021 中国家装消费行为研究报告》，有 32.71%的消费者追求个性的、打破常规的设计，定制家具能够满足这方面需求。据《2021 西南家居消费痛点数据》，有 84.22%的消费者在装修过程中遇到了家居建材选购耗时耗力的问题，而全屋定制、整家定制的一站式解决方案能够较好地帮助消费者避免麻烦。
- **家居龙头纷纷布局全屋定制及整家定制业务。**从定义上看，全屋定制最早指柜类家具的定制，而整家定制概念更广，在全屋定制的基础上覆盖木门、背景墙、软体家具等。但在实际使用过程中二者界限较为模糊，顾家家居的全屋定制套餐亦包含沙发、软床等非柜类家具。各家居龙头虽以不同家具业务起家，但通过与其他品牌合作等方式拓展产品品类，其全屋/整家定制套餐涵盖产品较为全面，套餐价格与内容较为相似。
- **欧派家居总体营收较高，顾家家居增长较快。**欧派家居营收处于行业领先，2021 年营收达 204.42 亿元。2020 年因疫情影响，除志邦家居外各企业营收同比增速有所下滑。2021 年各企业营收迅速上升，顾家家居同比增长高达 44.81%。
- **我乐家居毛利率处于行业领先。**我乐家居毛利率较高，2019 年来维持在 41%以上。志邦家居毛利率位于行业第二，总体较为稳定。20 年及 21 年因原材料价格上涨，各家居企业毛利率总体呈下降趋势，22 年 Q1 顾家家居毛利率有微弱回升。
- **政策利好家居制造业高端化发展，推荐关注行业龙头【顾家家居】、【欧派家**

评级　　增持（维持）

2022 年 08 月 14 日

孔天祎　　分析师

SAC 执业证书编号：S1660522030001

18624107608

行业基本资料

轻工行业股票家数	142
纺服行业股票家数	116
美护行业股票家数	29
轻工行业平均市盈率	25.91
纺服行业平均市盈率	20.18
美护行业平均市盈率	46.42
市场行业平均市盈率	12.15

行业表现走势图

资料来源：wind，申港证券研究所

相关报告

1、轻纺美妆周报《医美行业获政策支持 重点推荐龙头企业》2022-08-07

2、轻纺美妆周报《抗衰老护肤品前景广 国货龙头快速崛起》2022-07-17

3、轻纺美妆周报《露营市场高景气发展 行业发展空间大》2022-07-10

4、轻纺美妆周报《地产销售回升 关注弹性大的家居企业》2022-07-03

5、轻工纺服周报《锦波生物 IPO 注重组胶原蛋白行业》2022-06-26

6、轻工纺服周报《人造草坪需求增长 关注龙头企业》2022-06-19

居】、【索菲亚】。全屋定制业务较为考验公司获客渠道、门店工厂对接效率、柔性化生产能力等，龙头企业可投入资源相对较多。随着反向定制、全屋定制等个性化定制比例稳步提高，家居企业有望迎来客单价的提升以增强盈利水平。

市场回顾（8 月 8 日-8 月 12 日）：

在申万一级行业中，轻工制造行业本周上涨 3.25%，在申万 31 个一级行业中排名第 8，跑赢大盘，子板块中，文娱用品板块表现较好，上涨 5.21%，家居用品板块表现相对较差，上涨 2.84%；纺织服装行业本周上涨 3.76%，在申万 31 个一级行业中排名第 5，跑赢大盘，子板块中，纺织制造板块上涨 2.96% ，服装家纺板块上涨 2.53%，饰品板块上涨 8.72%；美容护理行业本周上涨 0.32%，在申万 31 个一级行业中排名第 27，跑输大盘，子板块中，个护用品板块上涨 4.94%，化妆品板块上涨 1.31%。

行业数据追踪：

家具：本周 TDI 价格较上周有所上涨，MDI 价格较上周有所下跌。

造纸：根据卓创资讯，纸浆方面，8 月 12 日，针叶浆市场价 7233.04 元/吨，较上周五下跌 0.12%；阔叶浆市场价 6681.82 元/吨，较上周五下跌 0.26%；本色浆市场价 6833.33 元/吨，较上周五上涨 0.74%；化机浆市场价 5445.83 元/吨，较上周五持平。包装纸方面，8 月 12 日，瓦楞纸市场价 3443.75 元/吨，较上周五上涨 0.36%；白板纸市场价 4143.75 元/吨，较上周五下跌 0.15%。文化印刷纸方面，8 月 12 日，双胶纸市场价 6200.00 元/吨，较上周五下跌 1.20%；生活用纸方面，8 月 12 日市场价 7750 元/吨，较上周五持平。

纺织服装：8 月 12 日，棉花价格为 15633.85 元/吨，较上周下跌 0.17%；纱线的价格持平，涤纶的价格持平。

投资策略：

政策利好家居制造业高端化发展，推荐关注行业龙头【顾家家居】、【欧派家居】、【索菲亚】。

风险提示：疫情反复风险，行业竞争加剧风险。

内容目录

1. 四部门发布《推进家居产业高质量发展行动方案》 5
2. 本周行情回顾 8
3. 行业数据追踪 10
3.1 家具 10
3.1.1 商品房成交数据 10
3.1.2 原材料数据 11
3.1.3 家具制造业月度数据 11
3.2 造纸及包装 11
3.2.1 原材料价格 11
3.2.2 成品纸价格 12
3.3 纺织服装 12
4. 重要新闻及公司公告 13
4.1 新闻 13
4.1.1 多部门联合推进家居产业高质量发展 13
4.1.2 天津市拟引导促进家电及住家家居消费 14
4.2 公司公告 14

图表目录

图 1： 2016-2022 中国家具制造业营业收入及同比（亿元，%） 5
图 2： 国内家具行业竞争梯队划分 6
图 3： 2017-2020 我国全屋定制家居市场规模及同比增速（亿元，%） 6
图 4： 消费者装修中亟待解决的需求 6
图 5： 装修中消费者痛点统计 6
图 6： 头部家居企业营收及同比（亿元，%） 7
图 7： 头部家居企业毛利率（%） 8
图 8： 本周申万一级行业涨跌幅（%） 8
图 9： 本周市场涨跌幅（%） 9
图 10： 年初至今市场涨跌幅（%） 9
图 11： 轻工制造行业本周涨幅前五（%） 9
图 12： 轻工制造行业本周跌幅前五（%） 9
图 13： 纺织服装行业本周涨幅前五（%） 10
图 14： 纺织服装行业本周跌幅前五（%） 10
图 15： 美容护理行业本周涨幅前五（%） 10
图 16： 美容护理行业本周跌幅前五（%） 10
图 17： 30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速 10
图 18： 30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速 10
图 19： 中国主要市场木材价格（元/张） 11
图 20： 国内 MDI、TDI、软泡聚醚市场价（元/吨） 11
图 21： 全国家具制造业累计营业收入（亿元） 11
图 22： 全国家具制造业累计利润总额（万元） 11
图 23： 国内纸浆现货价格（元/吨） 11
图 24： 国际纸浆外盘价格（美元/吨） 11

图 25： 包装纸市场价格（元/吨） 12
图 26： 文化印刷纸市场价格（元/吨） 12
图 27： 生活用纸市场价格（元/吨） 12
图 28： 国内棉花市场价格（元/吨） 12
图 29： 国内纱线市场价格（元/吨） 12
图 30： 国内涤纶市场价格（元/吨） 13
图 31： 国内氨纶锦纶市场价格（元/吨） 13

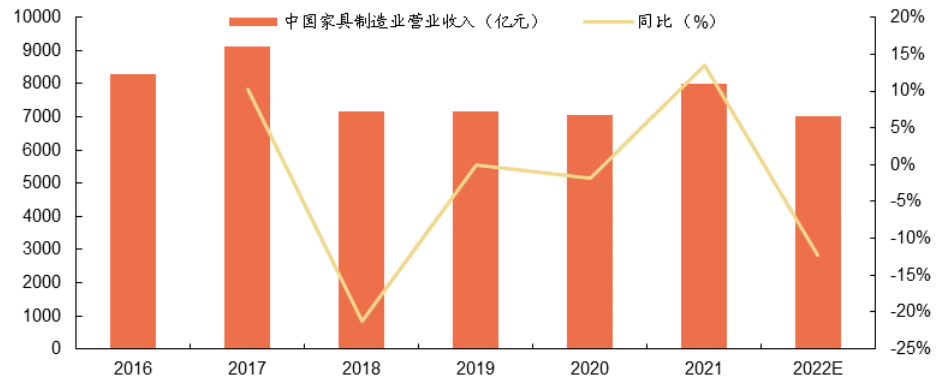
表 1： 主要公司全屋定制 / 整家定制套餐价格 7

1. 四部门发布《推进家居产业高质量发展行动方案》

近日，国家工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局联合发布《推进家居产业高质量发展行动方案》。本文确立了未来四年产业发展目标。到2025年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。具体目标为：在家电、照明电器等行业培育制造业创新中心、数字化转型促进中心等创新平台，重点行业两化融合水平达到65%，培育一批5G全连接工厂、智能制造示范工厂和优秀应用场景。反向定制、全屋定制、场景化集成定制等个性化定制比例稳步提高，绿色、智能、健康产品供给明显增加，智能家居等新业态加快发展。在家居产业培育50个左右知名品牌、10个家居生态品牌，推广一批优秀产品，建立500家智能家居体验中心，培育15个高水平特色产业集群，以高质量供给促进家居品牌品质消费。

2021年中国家具制造业营收同比增加近千亿元。2018年行业遇冷，经历疫情后，2021年中国家具制造业营业收入总额为8005亿元，同比上升13.5%。据中商产业研究院预计2022年中国家具制造业营业收入将达7027亿元。

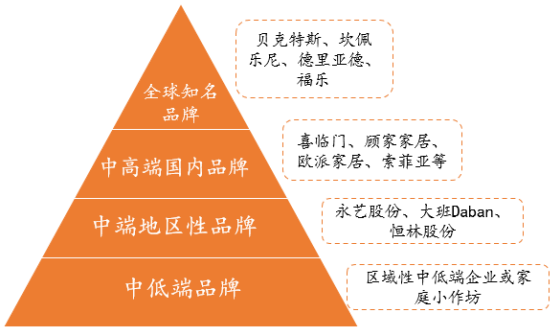
图1：2016-2022中国家具制造业营业收入及同比（亿元，%）



资料来源：统计局、中商产业研究院，申港证券研究所

目前，中国家具行业市场集中度较低，形成四个竞争梯队。第一梯队为全球知名企业，占据高端市场。第二梯队为本土企业喜临门、欧派家居、索菲亚、顾家家居等，在中高端市场占据一定份额。第三梯队为中端地区性品牌永艺股份、大班Daban、恒林股份等，多以OEM/ODM模式与外资品牌商合作。第四梯队为其他区域性中低端企业或家庭小作坊，企业数量众多，但产品质量一般。据前瞻产业研究院数据，2020年我国家具行业CR10仅有8.2%，行业集中度低。

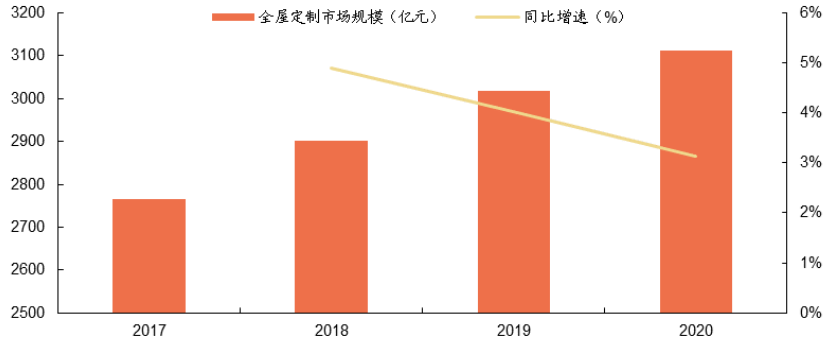
图2：国内家具行业竞争梯队划分



资料来源：前瞻产业研究院，申港证券研究所

我国全屋定制家居市场规模快速增长，为家具行业注入活力。全屋定制指为消费者提供个性化的成套家具设计，一方面能够满足消费者的个性化喜好，另一方面提供一站式家具服务，更加省时省力省心。2017 年至 2020 年，我国全屋定制家居市场规模持续增长，在 2020 年达到 3112.57 亿元。

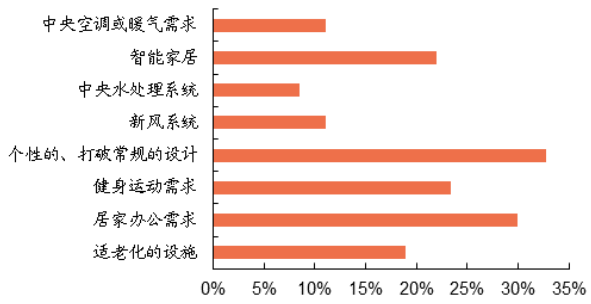
图3：2017-2020 我国全屋定制家居市场规模及同比增速（亿元，%）



资料来源：观研天下，申港证券研究所

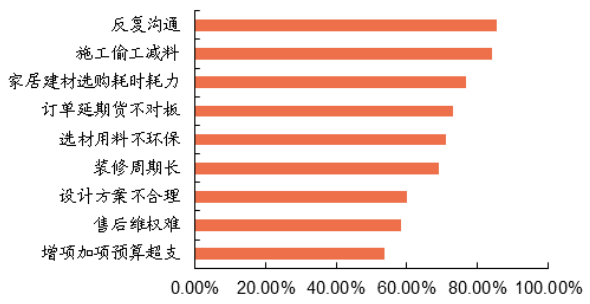
全屋定制能够解决较为突出的消费者痛点。据《2021 中国家装消费行为研究报告》，有 32.71%的消费者追求个性的、打破常规的设计，定制家具能够较好地满足这方面需求。据《2021 西南家居消费痛点数据》，有 84.22%的消费者在装修过程中遇到了家居建材选购耗时耗力的问题，而全屋定制、整家定制的一站式解决方案能够较好地帮助消费者避免麻烦。

图4：消费者装修中亟待解决的需求



资料来源：中国建筑装饰协会，申港证券研究所

图5：装修中消费者痛点统计



资料来源：《2021 西南家居消费痛点数据》，申港证券研究所

家居龙头纷纷布局全屋定制及整家定制业务。从定义上看，全屋定制最早指柜类家具的定制，而整家定制概念更广，在全屋定制的基础上覆盖木门、背景墙、软体家具等。但在实际使用过程中二者界限较为模糊，顾家家居的全屋定制套餐亦包含沙发、软床等非柜类家具。各家居龙头虽以不同家具业务起家，但通过与其他品牌合作等方式拓展产品品类，其全屋/整家定制套餐涵盖产品较为全面，套餐价格与内容较为相似。

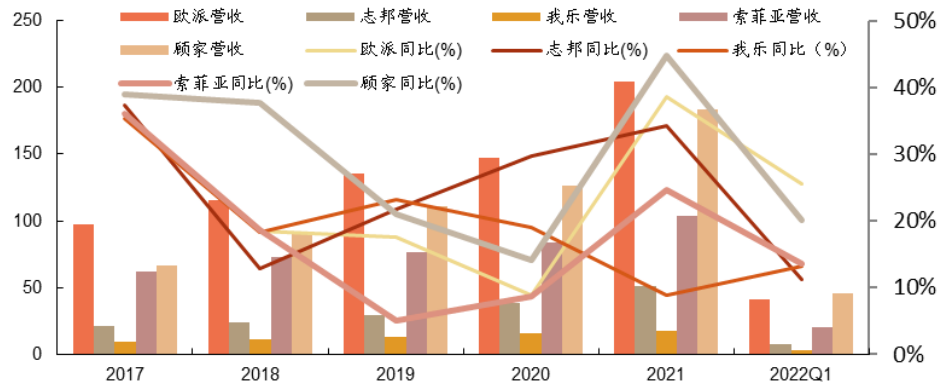
表1：主要公司全屋定制 / 整家定制套餐价格

套餐类型	公司名称	价格（元）	全屋定制柜类	全屋定制成品家具类	其他
全屋定制	顾家家居	29800	电视柜、餐边柜、衣柜、入户柜、书柜、榻榻米、阳台柜	真皮沙发三人位+凳、时尚茶几、实木餐桌、餐椅*4、1.5 米软床、防水抗污床垫等	
	我乐家居	29800	16 ㎡ 全屋定制家具＋沙发＋床＋床垫＋桌椅		
整家定制	欧派家居	29800	20 ㎡全屋柜类定制(18 种轻奢花色)	10 件全屋家具(含沙发、茶几、餐桌椅、床和床垫等)	3 ㎡轻奢背景墙(18 种花色任选)三大品类
	索菲亚	39800	20 ㎡ 柜类定制，7 米橱柜（3 米地柜+3 米台面+1 米吊柜）	真皮沙发+岩板茶几+岩板餐桌＋餐椅共 8 件+真皮床及乳胶床垫	3 ㎡ 轻奢背景墙
	卡诺亚	29800	26 ㎡ 整家康醛定制柜，柜体/柜门康醛板（6 色可选）	2 樘木门（3 色可选）	8 ㎡ 康醛护墙板（6 色可选）
	志邦家居	19700	22 ㎡ 自由定制		加 999 元送 4 ㎡轻奢墙板

资料来源：各公司公众号，申港证券研究所

欧派家居总体营收较高，顾家家居增长较快。欧派家居营收处于行业领先，2021 年营收达 204.42 亿元。2020 年因疫情影响，除志邦家居外各企业营收同比增速有所下滑。2021 年各企业营收迅速上升，顾家家居同比增长高达 44.81%。

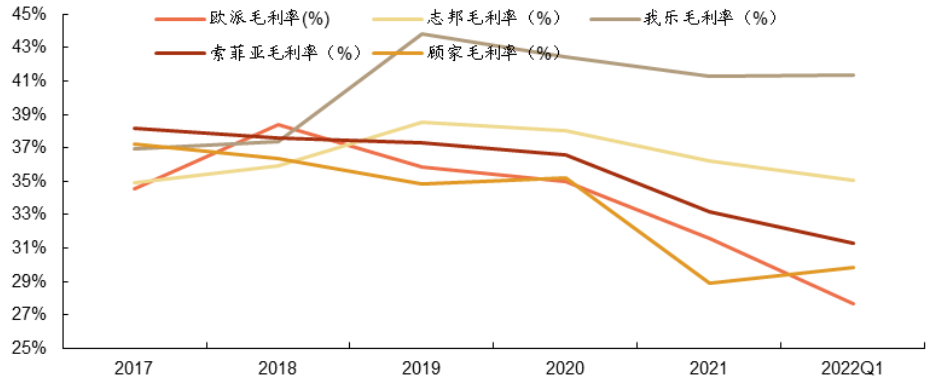
图6：头部家居企业营收及同比（亿元，%）



资料来源：wind，申港证券研究所

我乐家居毛利率处于行业领先。我乐家居毛利率较高，2019 年来维持在 41%以上。志邦家居毛利率位于行业第二，总体较为稳定。20 年及 21 年因原材料价格上涨，各家居企业毛利率总体呈下降趋势，22 年 Q1 顾家家居毛利率有微弱回升。

图7：头部家居企业毛利率（%）



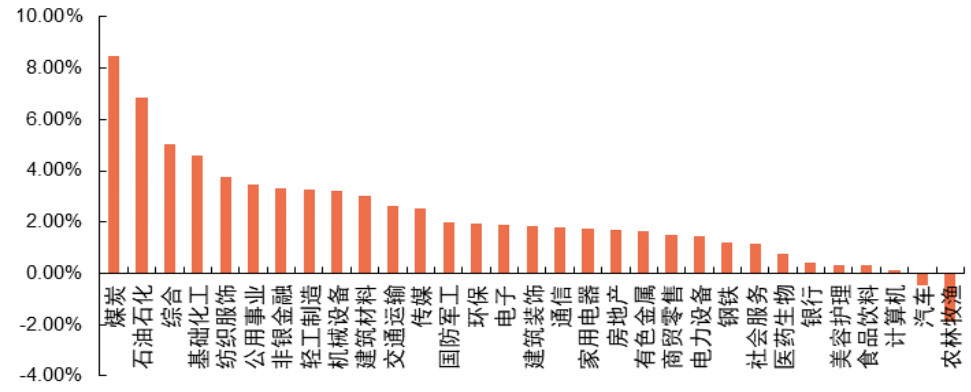
资料来源：wind，申港证券研究所

政策利好家居制造业高端化发展，推荐关注行业龙头【顾家家居】、【欧派家居】、【索菲亚】。全屋定制业务较为考验公司获客渠道、门店工厂对接效率、柔性化生产能力等，龙头企业可投入资源相对较多。随着反向定制、全屋定制等个性化定制比例稳步提高，家居企业有望迎来客单价的提升以增强盈利水平。

2. 本周行情回顾

在申万一级行业中，轻工制造行业本周上涨 3.25%，在申万 31 个一级行业中排名第 8；纺织服饰行业本周上涨 3.76%，在申万 31 个一级行业中排名第 5；美容护理行业本周上涨 0.32%，在申万 31 个一级行业中排名第 27。

图8：本周申万一级行业涨跌幅（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

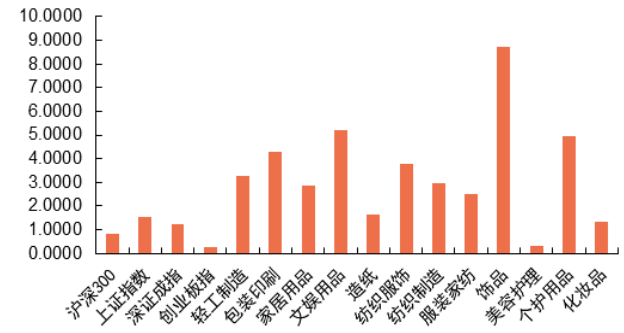
本周轻工制造行业指数上涨 3.25%，上证指数上涨 1.55%，轻工制造行业跑赢大盘。在各子板块中，文娱用品板块表现较好，上涨 5.21%，家居用品板块表现相对较差，上涨 2.84%。年初至今，轻工制造行业下跌 19.19%，上证指数下跌 9.97%，轻工制造行业跑输大盘。在各子板块中，文娱用品板块表现较好，下跌 9.06%，家居用品板块表现较差，下跌 22.92%。

本周纺织服装行业指数上涨 3.76%，上证指数上涨 1.55%，纺织服装行业跑赢大盘。

在各子板块中，纺织制造板块上涨 2.96% ，服装家纺板块上涨 2.53%，饰品板块上涨 8.72%。年初至今，纺织服装行业下跌 11.21%，上证指数下跌 9.97%，纺织服装行业跑输大盘。在各子板块中，饰品制造板块表现较好，下跌 3.73%。

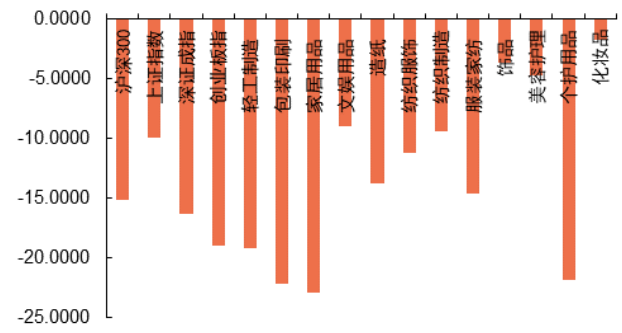
本周美容护理行业指数上涨 0.32%，上证指数上涨 1.55%，美容护理行业跑输大盘。在各子板块中，个护用品板块上涨 4.94%，化妆品板块上涨 1.31%。年初至今，美容护理行业下跌 4.77%，上证指数下跌 9.97%，美容护理行业跑赢大盘。在各子板块中，化妆品板块表现较好，下跌 1.82%，个护用品板块表现较差，下跌 21.93%

图9：本周市场涨跌幅（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

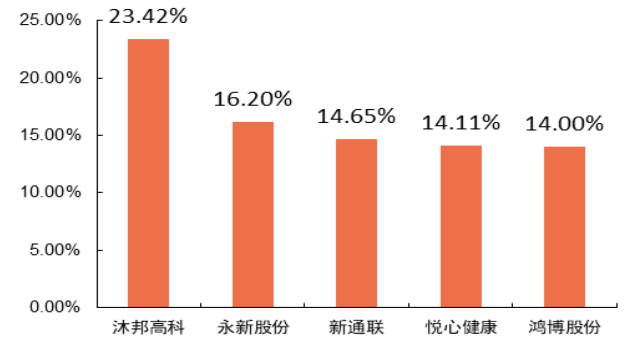
图10：年初至今市场涨跌幅（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

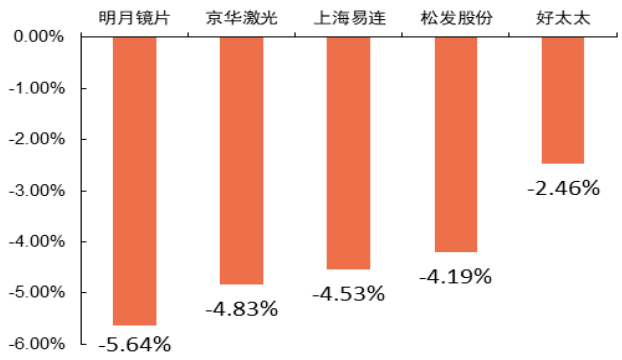
具体个股方面，本周轻工制造行业涨幅前五个股分别为沐邦高科（23.42%）、永新股份（16.20%）、新通联（14.65%）、悦心健康（14.11%）、鸿博股份（14.00%），跌幅前五个股分别为明月镜片（-5.64%）、京华激光（-4.83 %）、上海易连（-4.53%）、松发股份（-4.19%）、好太太（-2.46%）。

图11：轻工制造行业本周涨幅前五（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

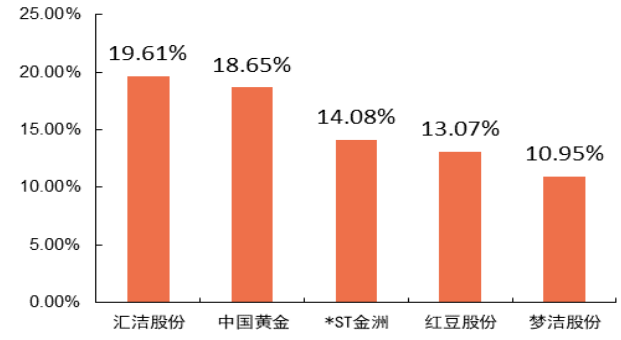
图12：轻工制造行业本周跌幅前五（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

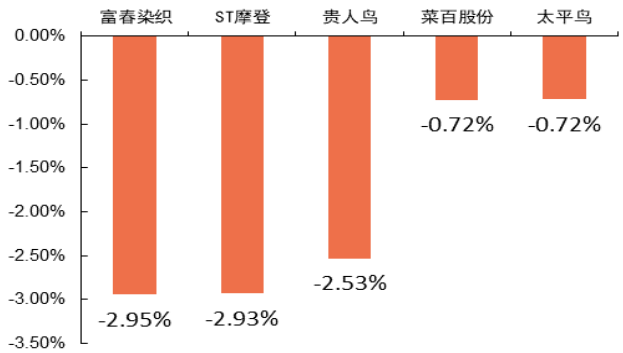
本周纺织服装行业涨幅前五个股分别为汇洁股份（19.61%）、中国黄金（18.65%）、*ST 金洲（14.08%）、红豆股份（13.07%）、梦洁股份（10.95%），跌幅前五个股分别为富春染织（-2.95%）、ST 摩登（-2.93%）、贵人鸟（-2.53%）、莱百股份（-0.72%）、太平鸟（-0.72%）。

图13：纺织服装行业本周涨幅前五（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

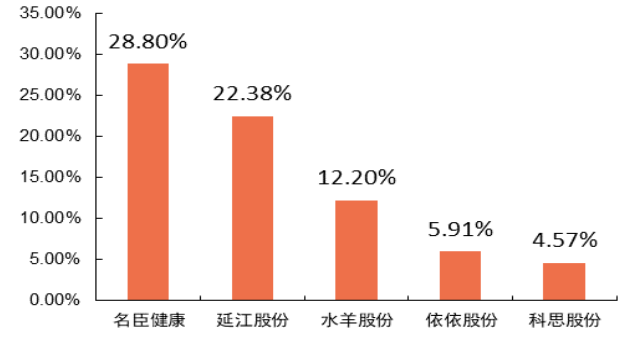
图14：纺织服装行业本周跌幅前五（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

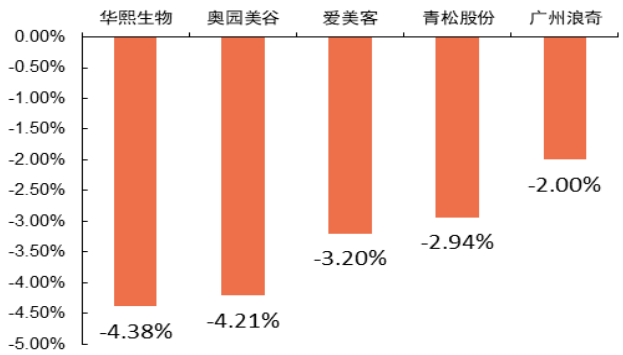
本周美容护理行业涨幅前五个股分别为名臣健康（28.80%）、延江股份（22.38%）、水羊股份（12.20%）、依依股份（5.91%）、科思股份（4.57%），跌幅前五个股分别为华熙生物（-4.38%）、奥园美谷（-4.21%）、爱美客（-3.20%）、青松股份（-2.94%）、广州浪奇（-2.00%）。

图15：美容护理行业本周涨幅前五（%）



资料来源：wind，申港证券研究所

图16：美容护理行业本周跌幅前五（%）



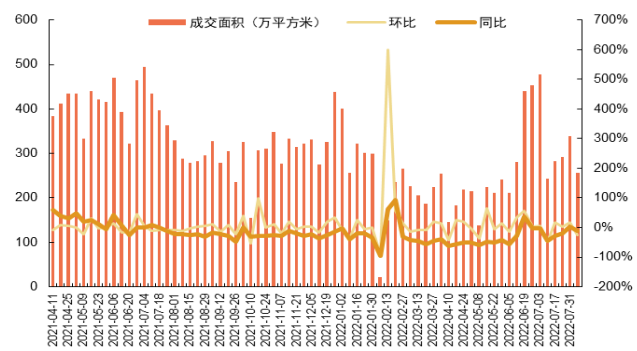
资料来源：wind，申港证券研究所

3. 行业数据追踪

3.1 家具

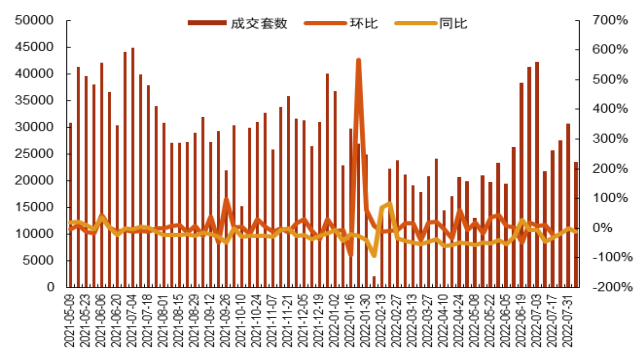
3.1.1 商品房成交数据

图17：30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速



资料来源：wind，申港证券研究所

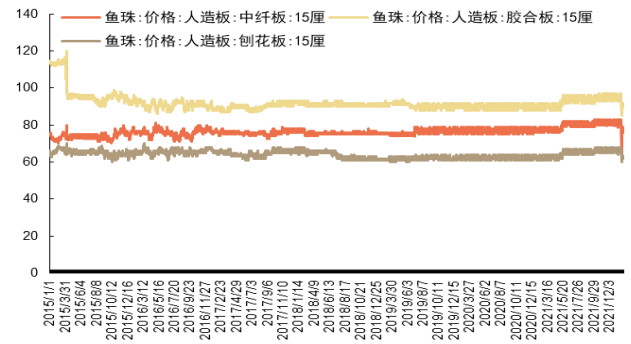
图18：30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速



资料来源：wind，申港证券研究所

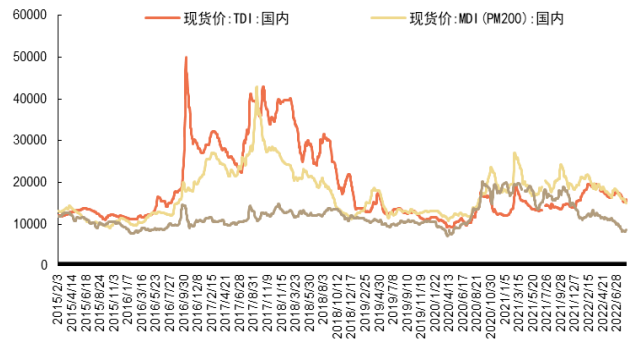
3.1.2 原材料数据

图19：中国主要市场木材价格（元/张）



资料来源：wind，申港证券研究所

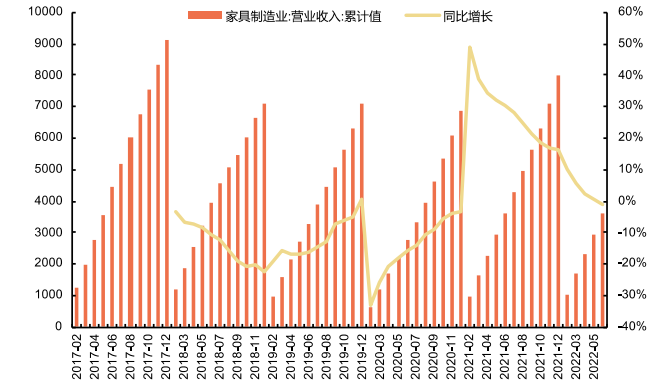
图20：国内 MDI、TDI、软泡聚醚市场价（元/吨）



资料来源：wind，申港证券研究所

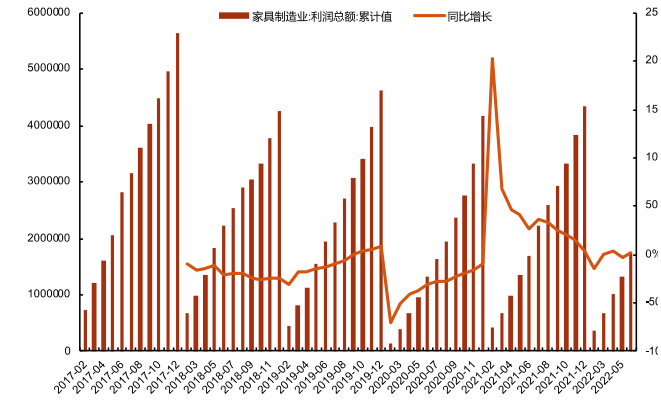
3.1.3 家具制造业月度数据

图21：全国家具制造业累计营业收入（亿元）



资料来源：wind，申港证券研究所

图22：全国家具制造业累计利润总额（万元）

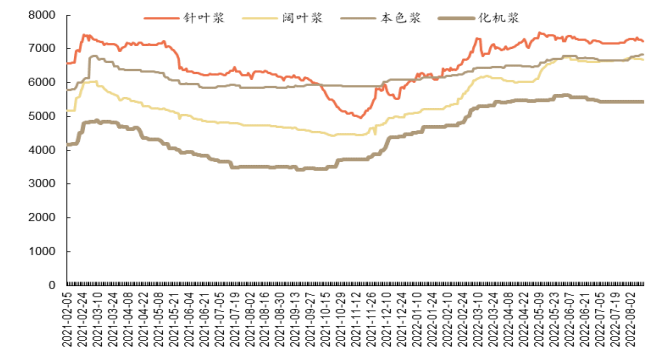


资料来源：wind，申港证券研究所

3.2 造纸及包装

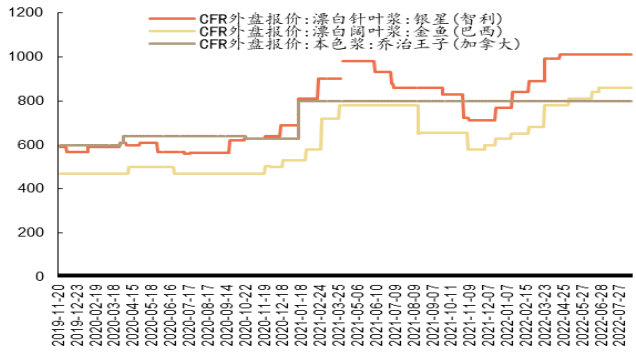
3.2.1 原材料价格

图23：国内纸浆现货价格（元/吨）



资料来源：卓创资讯，申港证券研究所

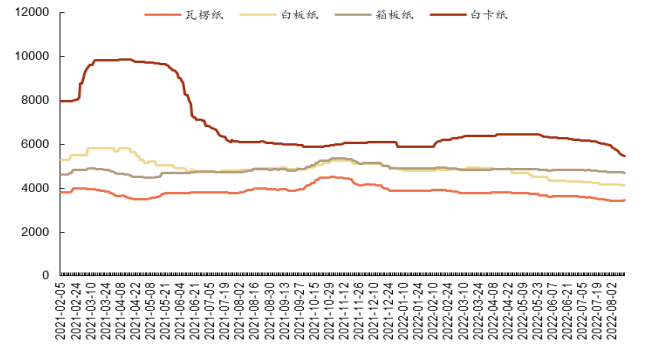
图24：国际纸浆外盘价格（美元/吨）



资料来源：卓创资讯，申港证券研究所

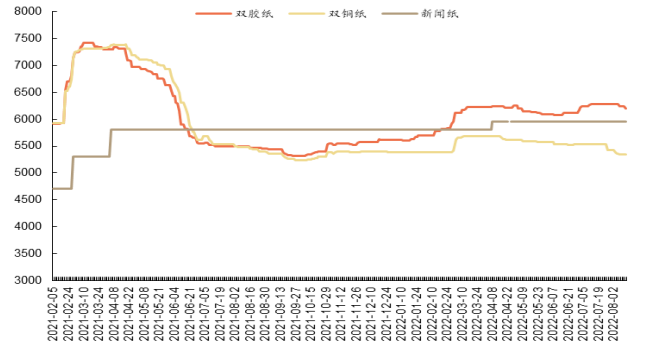
3.2.2 成品纸价格

图25：包装纸市场价格（元/吨）



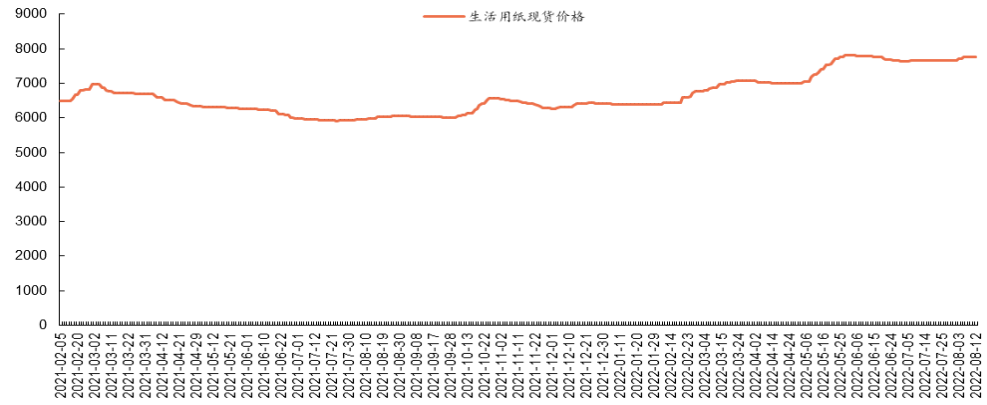
资料来源：卓创资讯，申港证券研究所

图26：文化印刷纸市场价格（元/吨）



资料来源：卓创资讯，申港证券研究所

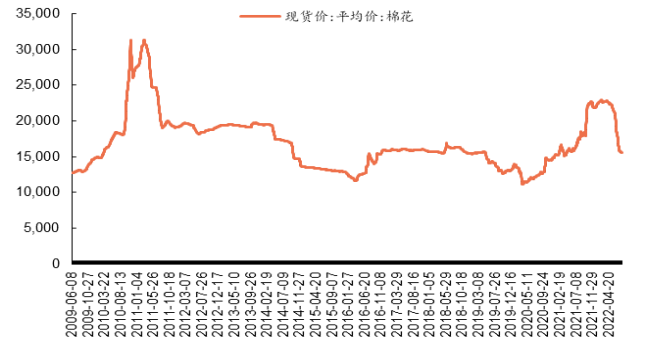
图27：生活用纸市场价格（元/吨）



资料来源：卓创资讯，申港证券研究所

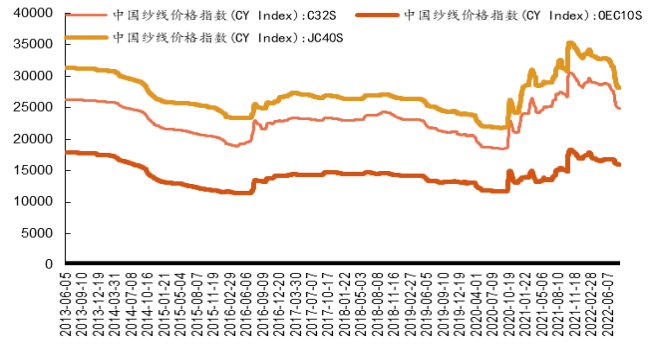
3.3 纺织服装

图28：国内棉花市场价格（元/吨）



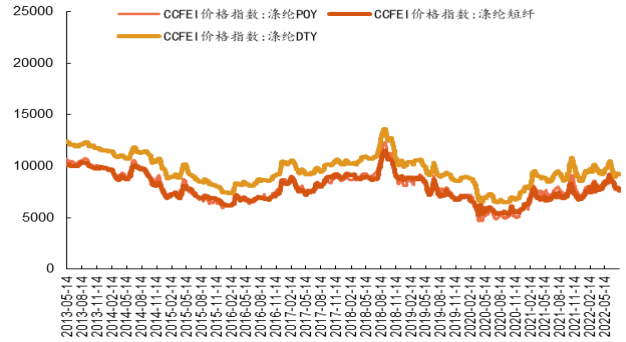
资料来源：Wind，申港证券研究所

图29：国内纱线市场价格（元/吨）



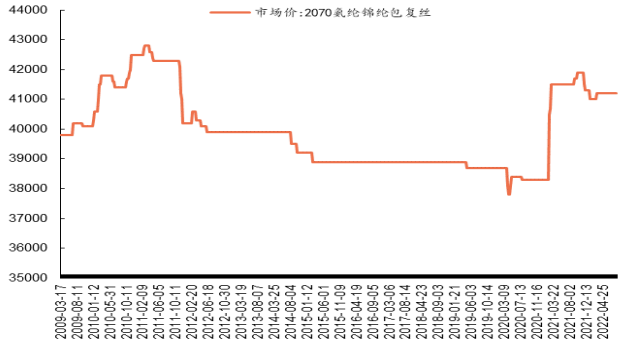
资料来源：Wind，申港证券研究所

图30：国内涤纶市场价格（元/吨）



资料来源：Wind，申港证券研究所

图31：国内氨纶锦纶市场价格（元/吨）



资料来源：Wind，申港证券研究所

4. 重要新闻及公司公告

4.1 新闻

4.1.1 多部门联合推进家居产业高质量发展

据中国质量报消息，8 月 8 日，工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部和市场监管总局 4 部门联合发布了《推进家居产业高质量发展行动方案》（以下简称《行动方案》）。近年来，在消费升级和技术进步推动下，家居产业发展质量效益稳步提升，呈现融合化、智能化、健康化、绿色化发展趋势，但也面临重点行业创新引领不足、质量精细化水平不高、智能化发展不充分等问题，家居消费需求仍待进一步激发和释放。

《行动方案》确立了未来 3 年家居产业的发展目标：到 2025 年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。具体目标为：在家用电器、照明电器等行业培育制造业创新中心、数字化转型促进中心等创新平台，重点行业两化融合水平达到 65%，培育一批 5G 全连接工厂、智能制造示范工厂和优秀应用场景；反向定制、全屋定制、场景化集成定制等个性化定制比例稳步提高，绿色、智能、健康产品供给明显增加，智能家居等新业态加快发展；在家居产业培育 50 个左右知名品牌、10 个家居生态品牌，推广一批优秀产品，建立 500 家智能家居体验中心，培育 15 个高水平特色产业集群，以高质量供给促进家居品牌品质消费。

《行动方案》提出，建立部门、地方、行业组织等多方参与的工作机制，充分调动各方积极性，共同推进家居产业高质量发展。相关部门要加强沟通协作，充分发挥各自在质量监管、跨界融合、示范推广、消费应用等方面的职责作用，用足用好相关政策资源，形成有效工作合力。加强对地方和行业协会组织指导，总结推广家居产业高质量发展典型经验和案例，解决发展中遇到的问题，推动形成促进产业发展的良好市场环境。各地要结合自身条件和特点研究提出具体工作方案，明确目标、任务及措施，抓实抓好方案落实。定期跟踪评估政策落实效果，加强经验总结和成果报送。相关行业组织要围绕消费升级需求，加强产业发展趋势研究，组织开展技术成果交流、品牌评价和产品推广等活动，及时发布行业发展报告。加强运行监测调度，及时掌握行业发展动态，收集企业困难和诉求，提出促进行业发展的意见建议。

4.1.2 天津市拟引导促进家电及住家家居消费

据中国产业经济信息网消息，天津市发展改革委会同有关单位在认真研究基础上形成了《天津市关于促进消费恢复提振的若干措施》(征求意见稿)并向社会各界公开征求意见，拟推出 20 条措施提振消费，涉及汽车消费、家电消费等。

在促进家电消费方面，《天津市关于促进消费恢复提振的若干措施》(征求意见稿)中提出要强化家电消费扶持。用好县域商业建设行动专项资金，针对滨海新区、武清区、宝坻区、宁河区、静海区、蓟州区等县域六区，对改造提升家电销售网络、仓储配送中心、售后维修和家电回收等服务网点给予财政资金支持。鼓励有条件的区对消费者购置节能、智能型家电产品给予适当支持，引导消费者更新淘汰能耗高、安全性差的电冰箱、空调、电视机、洗衣机等家电产品。（市商务局、市财政局、各区人民政府按职责分工负责）。

鼓励开展家电促销活动。积极举办“惠民补贴消费月”“家电购物节”“暖心家装节”等活动，鼓励大型商场、家电生产企业、电商平台等企业以打折、补贴等方式开展家电以旧换新、绿色智能家电和电子消费产品促销。（市商务局、各区人民政府按职责分工负责）。

在扩大住家家居消费方面，《天津市关于促进消费恢复提振的若干措施》(征求意见稿)中提出要扩大家居消费。鼓励举办线上线下相结合的房地产暨家装展示交易会，引导房地产开发企业开展卖房加赠家装、家具、家电等活动，释放消费潜力。（市住房城乡建设委、各区人民政府按职责分工负责）。

4.2 公司公告

【ST 步森】浙江步森服饰股份有限公司发布《2022 年半年度报告》。公告指出，公司半年度营业总收入 79,764,056.96 元，同比下降 39.52%；归属于上市公司股东的净利润-33,119,267.37 元，同比下降 189.78%。

【牧高笛】牧高笛户外用品股份有限公司发布《2022 年半年度报告》。公告指出，本报告期 （1-6 月）营业收入较上年同期增长 61.34%，归属于上市公司股东的净利润较上年同期增长 111.80%，归属于上市公司股东的扣除非经常性 损益的净利润较上年同期增长 138.02%。

【欧派家居】欧派家居集团股份有限公司发布《2022 年半年度业绩快报公告》。公告指出，报告期内，欧派家居实现营业总收入 96.93 亿元，同比增长 18.21%；实现归属于上市公司股东的净利润 10.18 亿元，同比增长 0.58%；实现总资产 260.11 亿元，较本报告期初增长 11.19%；实现归属于上市公司股东的所有者权益 144.90 亿元，较本报告期初增长 0.57%。其中 2022 年单二季度实现营业收入 55.49 亿元，同比增长 13.23%，实现归属于上市公司股东的净利润 7.65 亿元，同比下降 0.46%。

【浙江自然】浙江大自然户外用品股份有限公司发布《关于投资建设户外用品智能化生产基地项目（二期）的公告》。公告指出，为拓展新的产品品类，提高公司竞争力，开发新的利润增长点，实现公司战略布局及长远规则，公司拟在天台县经济开发区投资建设“户外用品智能化生产基地项目（二期）”，占地约 125 亩，总投资约 4.35 亿元，固定资产投资约 4.25 亿元，建筑面积约 120,000 平方米。达产

后预计实现产值 5.2 亿元，实现销售收入 5 亿元，创税 3500 万元。

【丸美股份】广东丸美生物技术股份有限公司发布《关于首次公开发行部分限售股上市流通公告》。公告指出，本次上市流通的限售股为公司首次公开发行限售股，涉及的股东为孙怀庆、王晓蒲，锁定期为公司股票上市之日起 36 个月。现锁定期届满，该部分限售股共计 324,000,000 股，占公司当前总股本的 80.71%，将于 2022 年 8 月 18 日起上市流通。

分析师介绍

孔天祎，上海财经大学学士，美国东北大学硕士，曾有美国股票市场和国内债券市场研究经验，善于挖掘消费行业投资机会，2021年加入申港证券，现任轻工纺服行业分析师。

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独立研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处，不受任何第三方的影响和授意。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，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。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

申港证券股份有限公司（简称“本公司”）是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。
本报告所载资料的来源被认为是可靠的，但本公司不保证其准确性和完整性，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。申港证券研究所已力求报告内容的客观、公正，但报告中的观点、结论和建议仅供参考，不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者不应单纯依靠本报告而取代自身独立判断，应自主作出投资决策并自行承担投资风险，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。本公司并不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此相关的其他任何损失承担任何责任。本报告所载资料、意见及推测仅反映申港证券研究所于发布本报告当日的判断，本报告所指证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会产生波动，在不同时期，申港证券研究所可能会对相关的分析意见及推测做出更改。本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。
本报告仅面向申港证券客户中的专业投资者，本公司不会因接收人收到本报告而视其为当然客户。本报告版权归本公司所有，未经事先许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如转载或引用，需注明出处为申港证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改，否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、发布、转载和引用者承担。

行业评价体系

申港证券行业评级体系：增持、中性、减持	
增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5%以上
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于-5%～+5%之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5%以上

市场基准指数为沪深 300 指数

申港证券公司评级体系：买入、增持、中性、减持	
买入	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 15%以上
增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5%～15%之间
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于-5%～+5%之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5%以上