

# 雅诗兰黛收购 Tom Ford 看国货美妆收购之路

——轻纺美妆行业周报



申港证券  
SHENGANG SECURITIES

## 投资摘要：

每周一谈：雅诗兰黛收购 Tom Ford 看国货美妆收购之路

- 事件：近日，雅诗兰黛以 28 亿美元收购时尚品牌 Tom Ford。11 月 15 日，化妆品巨头雅诗兰黛 (ESTEE LAUDER) 集团于公司官网宣布，将以约 28 亿美元（折合约 200 亿人民币）的价格收购高端时尚品牌 Tom Ford，这是雅诗兰黛自成立以来金额数目最大的一笔收购。
- 雅诗兰黛旗下品牌众多，护肤品类营收占比大。雅诗兰黛公司创立于 1946 年，是世界领先的优质护肤、化妆品、香水和护发产品的制造商、营销商和销售商，产品远销约 150 个国家和地区。公司旗下有许多知名品牌，包括：Estée Lauder、Clinique、Origins、M·A·C、Bobbi Brown, LA MER, Aveda, Jo Malone London、Too Faced, Dr.Jart+ 和 The Ordinary。2021 年，公司护肤品类营收占比高达 55.93%，为主要营收来源。
- 不同品牌针对不同细分人群，公司差异化布局巩固市场龙头地位。雅诗兰黛坚持品牌独特性建设，公司旗下品牌均有各自独特的品牌形象及代表产品。针对不同的细分市场，雅诗兰黛针对性推出了不同品类、质量、功效以及价格的产品，致力于充分挖掘市场消费需求，为公司在发展过程中打造起了突出的差异化竞争优势。
- 雅诗兰黛持续推进收购进程，品牌矩阵日益丰富。公司以自有品牌雅诗兰黛为起家，在打开并占据核心市场后，从 1993 年开始，逐步开展收购计划，不断扩充公司品牌矩阵，弥补原有缺失产品品类，与公司自建品牌形成协同效应，拓展消费市场，助力雅诗兰黛集团长期发展。
- 遵循国际品牌路径，国货护肤龙头珀莱雅加快并购步伐。目前，多家国际品牌已进入收购为主、自主孵化为辅的阶段，国内美妆护肤龙头企业珀莱雅紧跟国际品牌发展步伐，在自建品牌的同时逐步采取收购措施，不断拓展品牌矩阵，完善多元化品牌布局，提高公司竞争力。
- 行业龙头前景向好，推荐关注【珀莱雅】。目前，国内护肤和彩妆市场的龙头企业在产品、研发、渠道等方面均具备先发优势。随着收购的开展和品牌矩阵的日益完善，行业龙头企业有望获得更大的市场份额，发展空间广阔。推荐关注行业龙头企业：珀莱雅 (603605.SH)。

## 市场回顾 (11 月 21 日-11 月 25 日)：

在申万一级行业中，轻工制造行业本周下跌 0.46%，在申万 31 个一级行业中排名第 14，跑输大盘，子板块中，造纸板块表现较好，上涨 0.52%，包装印刷表现相对较差，下跌 2.29%；纺织服装行业本周下跌 1.60%，在申万 31 个一级行业中排名第 18，跑输大盘，子板块中，纺织制造板块下跌 1.70%，服装家纺板块下跌 0.98%，饰品板块下跌 3.16%；美容护理行业本周下跌 4.65%，在申万 31 个一级行业中排名第 27，跑输大盘，子板块中，个护用品板块下跌 3.40%，化妆品板块下跌 1.68%。

## 行业数据追踪：

家具：本周 TDI 价格较上周有所下降，MDI 价格较上周有所下降。

造纸：根据卓创资讯，纸浆方面，11 月 25 日，针叶浆市场价 7390.20 元/吨，较上周五下跌 0.58%；阔叶浆市场价 6621.59 元/吨，较上周五下跌 0.27%；本色敬请参阅最后一页免责声明

评级

增持 (维持)

2022 年 11 月 27 日

孔天祎

分析师

SAC 执业证书编号：S1660522030001

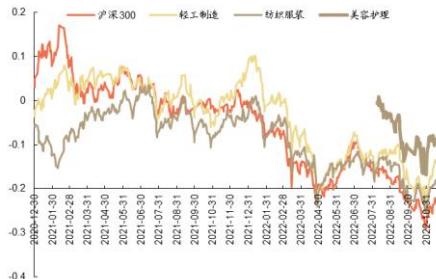
18624107608

kongtianyi@shgsec.com

## 行业基本资料

轻工行业股票家数	153
纺服行业股票家数	117
美护行业股票家数	29
轻工行业平均市盈率	29.88
纺服行业平均市盈率	22.13
美护行业平均市盈率	39.36
市场行业平均市盈率	11.08

## 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《相宜本草启动 A 股 IPO 国货美妆迎上市潮》2022-11-20
- 2、轻纺美妆周报《重组胶原蛋白赛道前景广阔 建议关注龙头企业》2022-11-13
- 3、轻纺美妆周报《双十一美容护肤品类国货排名提升》2022-11-06
- 4、轻纺美妆周报《文具业发展向好 晨光股份优势显著》2022-10-24
- 5、轻纺美妆周报《卫浴龙头箭牌家居开启申购》2022-10-16

浆市场价 6583.33 元/吨，较上周五下跌 1.00%；化机浆市场价 5406.67 元/吨，较上周五下跌 0.49%。包装纸方面，11 月 25 日，瓦楞纸市场价 3301.88 元/吨，较上周五下跌 0.19%；白板纸市场价 4106.25 元/吨，较上周五上涨 0.77%。文化印刷纸方面，11 月 25 日，双胶纸市场价 6700.00 元/吨，较上周五持平；生活用纸方面，11 月 25 日市场价 8133.33 元/吨，较上周五下跌 0.31%。

**纺织服装：**11 月 25 日，棉花价格为 15030.00 元/吨，较上周下跌 0.58%；纱线的价格有所下跌，涤纶的价格有所下跌。

**投资策略：**疫情态势逐渐稳定，建议关注双十一势头下美护板块龙头企业【贝泰妮】、【珀莱雅】、【爱美客】、【华熙生物】。

**风险提示：**疫情反复风险，行业竞争加剧风险。

## 内容目录

1. 每周一谈：雅诗兰黛收购 Tom Ford 看国货美妆收购之路.....	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 国货逆袭抢占“C位”！助力消费持续恢复.....	13
4.1.2 我国纺粘和熔喷非织造布行业首个能耗行业标准正式发布.....	13
4.2 公司公告.....	13
5. 风险提示.....	14

## 图表目录

图 1：雅诗兰黛品牌矩阵.....	5
图 2：雅诗兰黛主营构成——按产品.....	5
图 3：本周申万一级行业涨跌幅（%）.....	8
图 4：本周市场涨跌幅（%）.....	9
图 5：年初至今市场涨跌幅（%）.....	9
图 6：轻工制造行业本周涨幅前五（%）.....	9
图 7：轻工制造行业本周跌幅前五（%）.....	9
图 8：纺织服装行业本周涨幅前五（%）.....	10
图 9：纺织服装行业本周跌幅前五（%）.....	10
图 10：美容护理行业本周涨幅前五（%）.....	10
图 11：美容护理行业本周跌幅前五（%）.....	10
图 12：30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速.....	10
图 13：30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速.....	10
图 14：中国主要市场木材价格（元/张）.....	11
图 15：国内 MDI、TDI、软泡聚醚市场价（元/吨）.....	11
图 16：全国家具制造业累计营业收入（亿元）.....	11
图 17：全国家具制造业累计利润总额（万元）.....	11
图 18：国内纸浆现货价格（元/吨）.....	11
图 19：国际纸浆外盘价格（美元/吨）.....	11
图 20：包装纸市场价格（元/吨）.....	12
图 21：文化印刷纸市场价格（元/吨）.....	12
图 22：生活用纸市场价格（元/吨）.....	12

图 23: 国内棉花市场价格 (元/吨) .....	12
图 24: 国内纱线市场价格 (元/吨) .....	12
图 25: 国内涤纶市场价格 (元/吨) .....	13
图 26: 国内氨纶锦纶市场价格 (元/吨) .....	13

表 1: 雅诗兰黛主要品牌及产品.....	5
表 2: 雅诗兰黛收购品牌 .....	6
表 3: 2018-2022 年收购/合资/自建的护肤品牌 .....	7
表 4: 珀莱雅收购品牌 .....	8

## 1. 每周一谈：雅诗兰黛收购 Tom Ford 看国货美妆收购之路

近日，雅诗兰黛以 28 亿美元收购时尚品牌 Tom Ford。11 月 15 日，化妆品巨头雅诗兰黛 (ESTEE LAUDER) 集团于公司官网宣布，将以约 28 亿美元 (折合约 200 亿人民币) 的价格收购高端时尚品牌 Tom Ford，这是雅诗兰黛自成立以来金额数目最大的一笔收购。

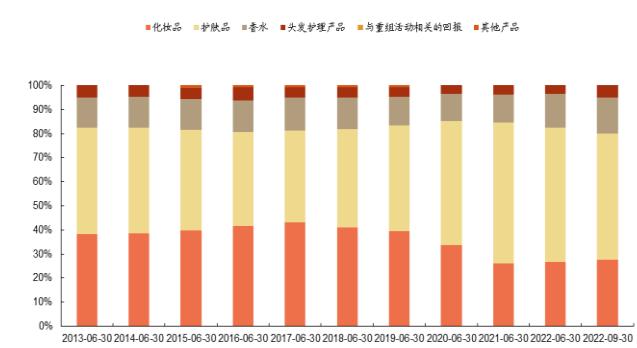
雅诗兰黛旗下品牌众多，护肤品类营收占比大。雅诗兰黛公司创立于1946年，是世界领先的优质护肤、化妆品、香水和护发产品的制造商、营销商和销售商，产品远销约150个国家和地区。公司旗下有许多知名品牌，包括：Estée Lauder、Clinique、Origins、M·A·C、Bobbi Brown、LA MER、Aveda、Jo Malone London、Too Faced、Dr.Jart+和The Ordinary。2021年，公司护肤品类营收占比高达55.93%，为主要营收来源。

图1：雅诗兰黛品牌矩阵



资料来源：雅诗兰黛公司年报，申港证券研究所

图2：雅诗兰黛主营构成——按产品



资料来源：wind，申港证券研究所

不同品牌针对不同细分人群，公司差异化布局巩固市场龙头地位。雅诗兰黛坚持品牌独特性建设，公司旗下品牌均有各自独特的品牌形象及代表产品。针对不同的细分市场，雅诗兰黛针对性推出了不同品类、质量、功效以及价格的产品，致力于充分挖掘市场消费需求，为公司在发展过程中打造起了突出的差异化竞争优势。

表1：雅诗兰黛主要品牌及产品

主要品牌	代表产品	产品图片	主要功效	产品价格
ESTEE LAUDER	雅诗兰黛小棕瓶		紧致补水、淡化细纹黑眼圈	540 元/15ml
CLINIQUE	倩碧黄油		补水保湿、修护舒缓	298 元/125ml
ORIGINS	悦木之源灵芝水		控油祛痘、修护舒缓	360 元/200ml
MAC	魅可无暇粉底液		控油、遮瑕、保湿	340 元/30ml

主要品牌	代表产品	产品图片	主要功效	产品价格
BOBBI BROWN	芭比波朗妆前橘子霜		服帖底妆、锁水保湿	195 元/15ml
LA MER	海蓝之谜修护精粹水		补水保湿、紧致、抗初老、修护	930 元/100ml
AVEDA	艾梵达固发洗发水		丰盈、强韧、固发	300 元/200ml
JO MALONE LONDON	祖玛珑英国梨与小苍兰香水		芳醇、清爽	1350 元/100ml
Dr.Jart+	蒂佳婷蓝丸面膜		补水保湿	435 元/5 片
THE ABNORMAL BEAUTY COMPANY. DECIEM	The Ordinary 果酸面膜		控油、淡化痘印、去除闭口粉刺黑头	99 元/30ml

资料来源: Estée Lauder, Clinique, Origins, M·A·C, Bobbi Brown, LA MER, Aveda, Jo Malone London, Too Faced, Dr.Jart+, The Ordinary 官网, 天猫官方旗舰店, 雅诗兰黛公司年报, 申港证券研究所

雅诗兰黛持续推进收购进程, 品牌矩阵日益丰富。公司以自有品牌雅诗兰黛为起家, 在打开并占据核心市场后, 从 1993 年开始, 逐步开展收购计划, 不断扩充公司品牌矩阵, 弥补原有缺失产品品类, 与公司自建品牌形成协同效应, 拓展消费市场, 助力雅诗兰黛集团长期发展。

表2: 雅诗兰黛收购品牌

品类	定位市场	收购品牌	品牌特点	创立时间	收购时间
	高端	LA MER	全球领先的护肤奢侈品牌	1946	1995
	高端	Bobbi Brown	全球知名的美容品牌	1991	1995
	中端	M·A·C	专业彩妆品牌	1985	1998
	高端	DARPHIN	知名护肤品牌, 以高性能植物护肤闻名	1958	2003
	中端	Smashbox	彩妆品牌, 以工作室为灵感	1996	2010
护肤彩妆	中端	Too Faced	彩妆品牌, 以高质量配方、放肆的产品名称和独特的包装而深受喜爱	1998	2016
	中端	Dr.Jart+	护肤品牌, 以创新配方和独特皮肤科学与艺术的结合而闻名	2004	2019
	中端	The Ordinary	护肤品牌, 以专注成分而闻名	2013	2021
	高端	Tom Ford	时尚奢侈品牌, 产品涵盖服饰、配饰、彩妆等多个领域	2005	2022
	高端	Jo Malone	香水品牌, 以典雅香氛闻名全球	1983	1999
		Les Editions de Parfums Frédéric Malle	香水品牌, 以奢华香氛闻名	2000	2014
香水	高端	LE LABO	香水品牌, 提供手工制作和个性化的香水	2006	2015
	高端	Kilian	香水品牌, 以高端沙龙香水闻名	2007	2016

护发	高端	AVEDA	护发品牌，销售高性能的天然护发产品，以及护肤、化妆和香水	1978	1997
	中端	Bumble and bumble	护发品牌，销售高品质的护发和造型产品	1977	2006

资料来源：C2CC 传媒，M·A·C 官网，新浪财经，36 意，雅诗兰黛公司官网，界面新闻，联商网，百度百科，Tappear，雅诗兰黛公司年报，申港证券研究所

**遵循国际品牌路径，珀莱雅持续打造护肤新品牌，进军中高端市场。**纵向看，珀莱雅最早定位大众市场，但近年正通过合资、自建等方式完善品牌布局，提升市场定位。2018 年珀莱雅自建新护肤品牌缇芝，完善品牌矩阵。2019 年，珀莱雅与西班牙化妆品公司 Prima-Derm 合资，在中国推广、销售抗衰老护肤品牌圣歌兰的产品，此举有助于公司加码抗衰老护肤赛道布局。2020 年，珀莱雅自主孵化功能性护肤品牌“科瑞肤”，定位中高端市场。

**对标国际品牌，打造“国货之光”。**横向对比而言，珀莱雅与国际品牌在护肤品牌功能打造上有相似之处，在品牌拓展上尚不及国际大牌，但正趋于成熟，成为“国货之光”。

- **护肤品牌功能打造上，珀莱雅与国际知名品牌有两点相似之处。**其一，均强调天然护肤理念、关注年轻消费群体。珀莱雅 2018 年建立缇芝，打造纯植物护肤品，关注年轻消费者。宝洁 2018 年收购的 Snowberry、雅诗兰黛 2022 年收购的 Haeckels、资生堂 2019 年收购的醉象、欧莱雅 2021 年收购的 Youth to the people 均强调配方天然。醉象、宝洁 2021 年自建的“好皮肤医师”、雅诗兰黛 2019 年收购的 Have&Be 均体现对年轻消费者的关注。其二，均向功能性护肤、抗衰老等热门细分赛道发力。从 2018 年宝洁收购功能性护肤品牌 First Aid Beauty、2021 年雅诗兰黛收购 The Ordinary 都可见一斑。

表3：2018-2022 年收购/合资/自建的护肤品牌

公司	品牌	获得时间	获得途径	品牌特点
珀莱雅	科瑞肤	2020	自建	中高端功能性护肤品牌
	圣歌兰 (SingulaDerm)	2019	合资	高浓度活性胜肽和脂质体渗透技术帮助肌肤抗老
	缇芝 (TZZ)	2018	自建	打造纯植物护肤品，年轻化、轻奢品牌
	好皮肤医师 (GoodSkin MD)	2021	自建	专注敏感肌护肤、面向千禧一代、性别包容
宝洁	皮肤科极客 (DermaGeek)	2021	自建	零残忍、纯素、产品为活性成分、性别包容
	Farmacy	2021	收购	天然护肤
	First Aid Beauty	2018	收购	主打修复和功能性护肤的美国医学护肤品牌
	Snowberry	2018	收购	新西兰天然品类护肤品牌
雅诗兰黛	Haeckels	2022	收购	以海藻等海洋植物为核心原料
	The Ordinary	2021	收购	功能性护肤
	Have&Be	2019	收购	针对年轻女性的小众韩国品牌
	醉象 (Drunk Elephant)	2019	收购	天然配方、面向 Z 世代
欧莱雅	Youth to the people	2021	收购	纯素护肤产品，原料包括羽衣甘蓝、菠菜、绿茶、苜蓿等天然食物
	Takami	2020	收购	专注于亚洲女性的医用护肤品
	津尔氏	2020	收购	美国天然有机护肤品牌

资料来源：公司公告，搜狐网，华丽志，雪球，贤集网，申港证券研究所

- **护肤品牌拓展方式上，珀莱雅处于国际品牌早期阶段。**国际品牌已进入收购为主、自主孵化为辅的阶段，珀莱雅主要仍采取自建的方式。但随着公司资金实力的积

累和战略等方面持续升级，有望遵循国际品牌路径，成为“国货之光”。

表4：珀莱雅收购品牌

类型	收购品牌	品牌特点	收购时间
护肤	圣歌兰 (Singuladerm)	抗衰老护肤品牌	2019
彩妆	优妮蜜 (YNM)	韩系平价美妆护肤品牌	2019
	彩棠 (Timage)	新国风化妆师专业彩妆品牌	2019
洗护	Off & Relax	日本研发生产，专注头皮养护的洗护品牌	2021

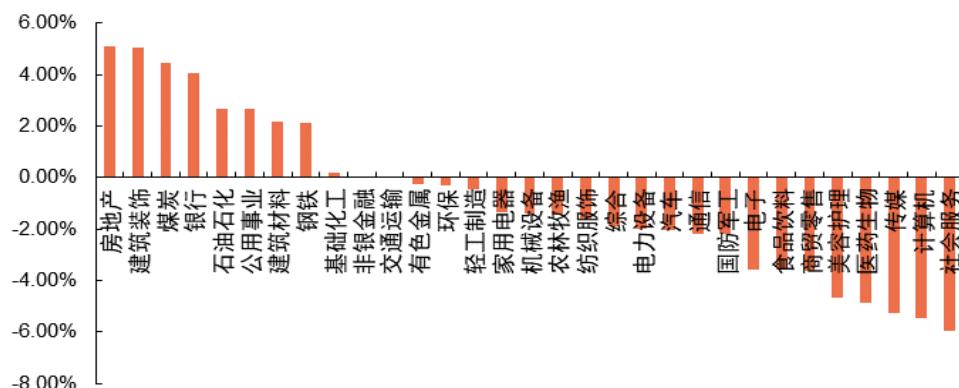
资料来源：wind，珀莱雅公司公告，申港证券研究所

行业龙头前景向好，推荐关注【珀莱雅】。目前，国内护肤和彩妆市场的龙头企业在产品、研发、渠道等方面均具备先发优势。随着收购的开展和品牌矩阵的日益完善，行业龙头企业有望获得更大的市场份额，发展空间广阔。推荐关注行业龙头企业：珀莱雅 (603605.SH)。

## 2. 本周行情回顾

在申万一级行业中，轻工制造行业本周下跌 0.46%，在申万 31 个一级行业中排名第 14；纺织服饰行业本周下跌 1.60%，在申万 31 个一级行业中排名第 18；美容护理行业本周下跌 4.65%，在申万 31 个一级行业中排名第 27。

图3：本周申万一级行业涨跌幅（%）

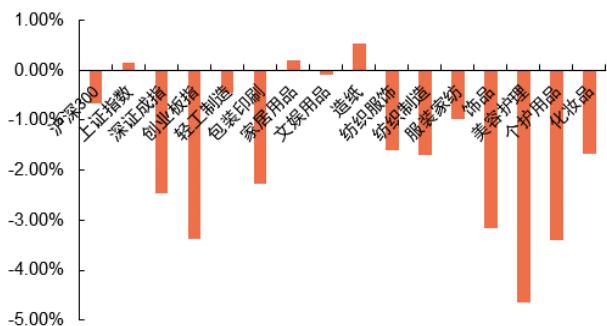


资料来源：wind，申港证券研究所

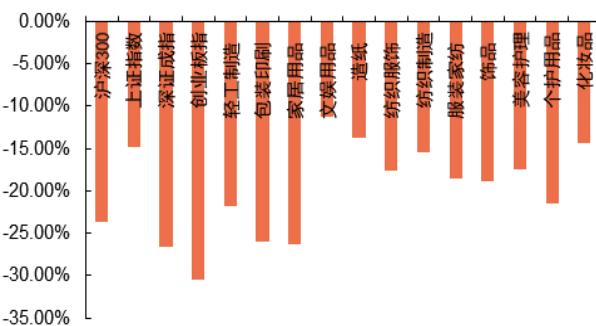
本周轻工制造行业指数下跌 0.46%，上证指数上涨 0.14%，轻工制造行业跑输大盘。在各子板块中，造纸板块表现较好，上涨 0.52%，包装印刷板块表现相对较差，下跌 2.29%。年初至今，轻工制造行业下跌 21.77%，上证指数下跌 14.78%，轻工制造行业跑输大盘。在各子板块中，文娱用品板块表现较好，下跌 11.17%，家居用品板块表现较差，下跌 26.30%。

本周纺织服装行业指数下跌 1.60%，上证指数上涨 0.14%，纺织服装行业跑输大盘。在各子板块中，纺织制造板块下跌 1.70%，服装家纺板块下跌 0.98%，饰品板块下跌 3.16%。年初至今，纺织服装行业下跌 17.66%，上证指数下跌 14.78%，纺织服装行业跑输大盘。在各子板块中，纺织制造板块表现较好，下跌 15.48%。

本周美容护理行业指数下跌 4.65%，上证指数上涨 0.14%，美容护理行业跑输大盘。在各子板块中，个护用品板块下跌 3.40%，化妆品板块下跌 1.68%。年初至今，美容护理行业下跌 17.51%，上证指数下跌 14.78%，美容护理行业跑输大盘。在各子板块中，化妆品板块表现较好，下跌 14.32%，个护用品板块表现较差，下跌 21.43%。

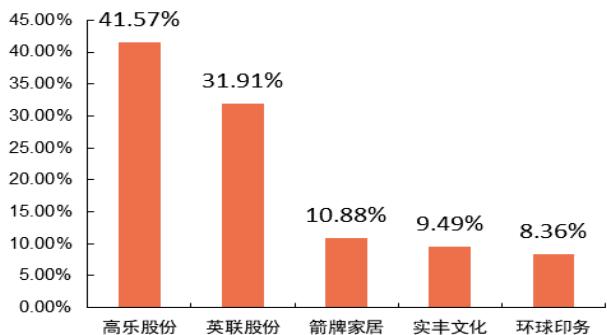
**图4：本周市场涨跌幅（%）**


资料来源：wind，申港证券研究所

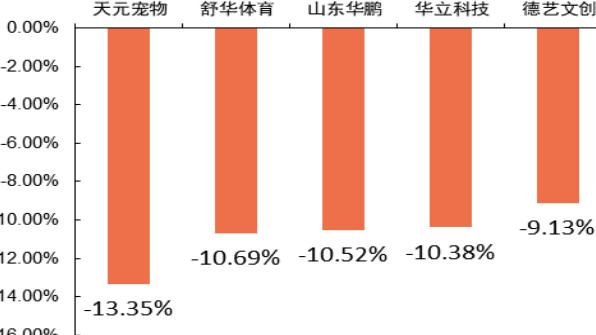
**图5：年初至今市场涨跌幅（%）**


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高乐股份（41.57%）、英联股份（31.91%）、箭牌家居（10.88%）、实丰文化（9.49%）、环球印务（8.36%），跌幅前五个股分别为天元宠物（-13.35%）、舒华体育（-10.69%）、山东华鹏（-10.52%）、华立科技（-10.38%）、德艺文创（-9.13%）。

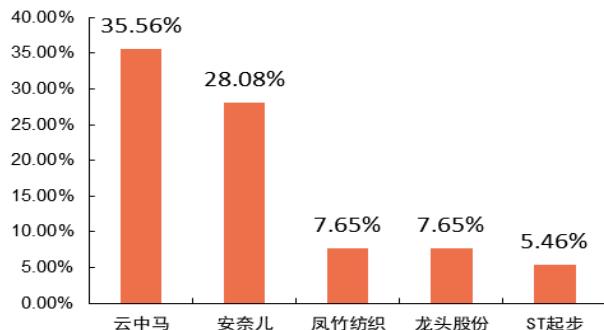
**图6：轻工制造行业本周涨幅前五（%）**


资料来源：wind，申港证券研究所

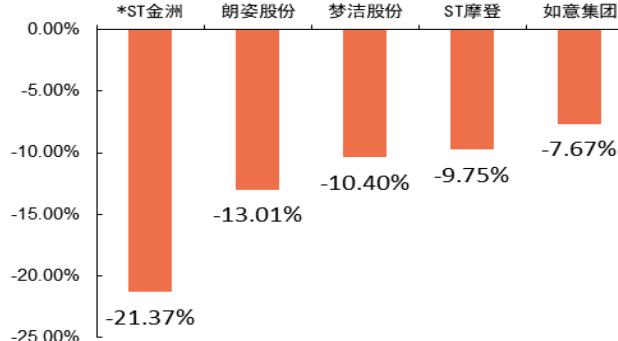
**图7：轻工制造行业本周跌幅前五（%）**


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云中马（35.56%）、安奈儿（28.08%）、凤竹纺织（7.65%）、龙头股份（7.65%）、ST 起步（5.46%），跌幅前五个股分别为\*ST 金洲（-21.37%）、朗姿股份（-13.01%）、梦洁股份（-10.40%）、ST 摩登（-9.75%）、如意集团（-7.67%）。

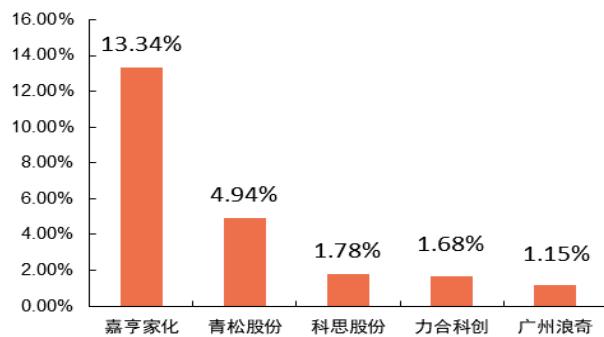
**图8: 纺织服装行业本周涨幅前五 (%)**


资料来源: wind, 申港证券研究所

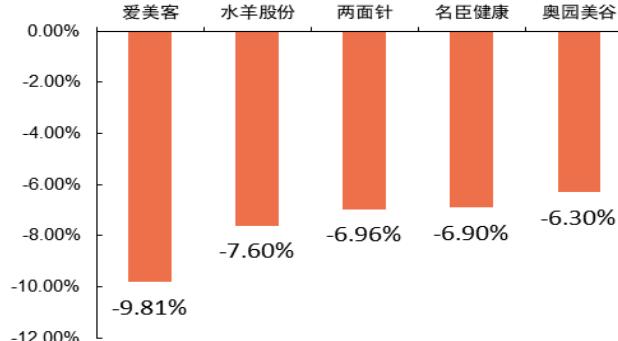
**图9: 纺织服装行业本周跌幅前五 (%)**


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嘉亨家化 (13.34%)、青松股份 (4.94%)、科思股份 (1.78%)、力合科创 (1.68%)、广州浪奇 (1.15%)，跌幅前五个股分别为爱美客 (-9.81%)、水羊股份 (-7.60%)、两面针 (-6.96%)、名臣健康 (-6.90%)、奥园美谷 (-6.30%)。

**图10: 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11: 美容护理行业本周跌幅前五 (%)**


资料来源: wind 申港证券研究所

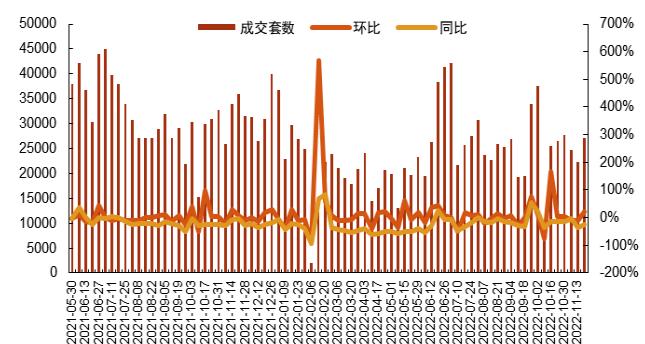
### 3. 行业数据追踪

#### 3.1 家具

##### 3.1.1 商品房成交数据

**图12: 30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速**

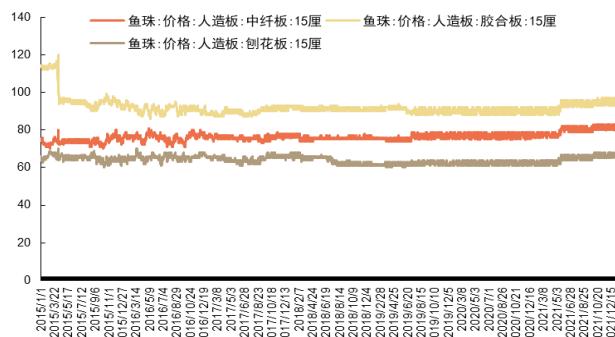

资料来源: wind, 申港证券研究所

**图13: 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14: 中国主要市场木材价格 (元/张)



资料来源: wind, 申港证券研究所

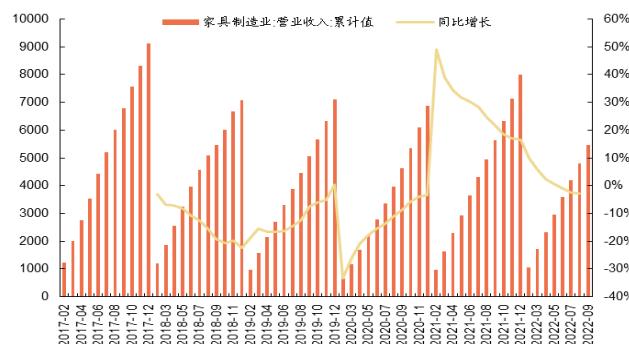
图15: 国内 MDI、TDI、软泡聚醚市场价 (元/吨)



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16: 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17: 全国家具制造业累计利润总额 (万元)

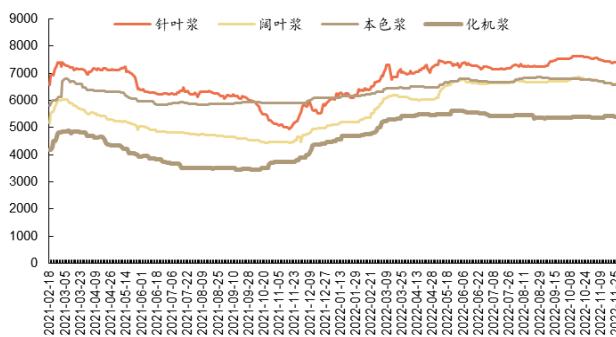


资料来源: wind, 申港证券研究所

## 3.2 造纸及包装

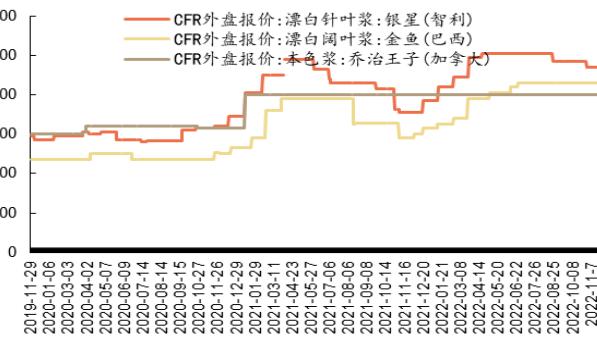
### 3.2.1 原材料价格

图18: 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

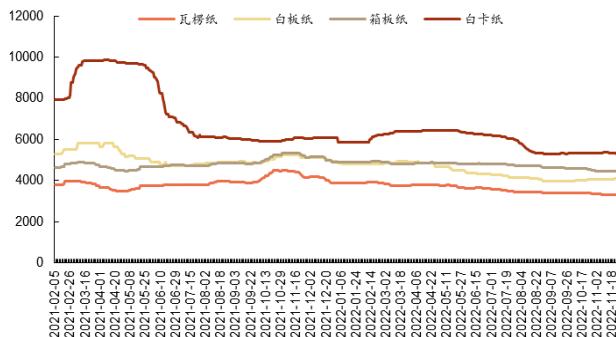
图19: 国际纸浆外盘价格 (美元/吨)



资料来源: wind, 申港证券研究所

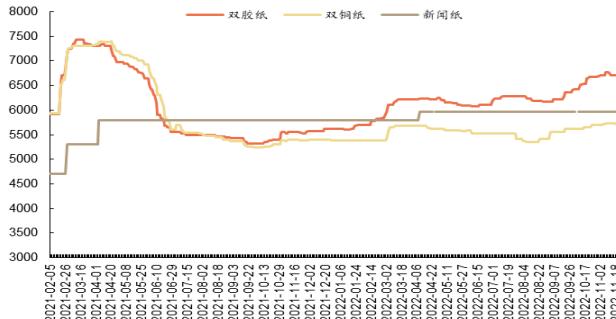
### 3.2.2 成品纸价格

图20: 包装纸市场价格 (元/吨)



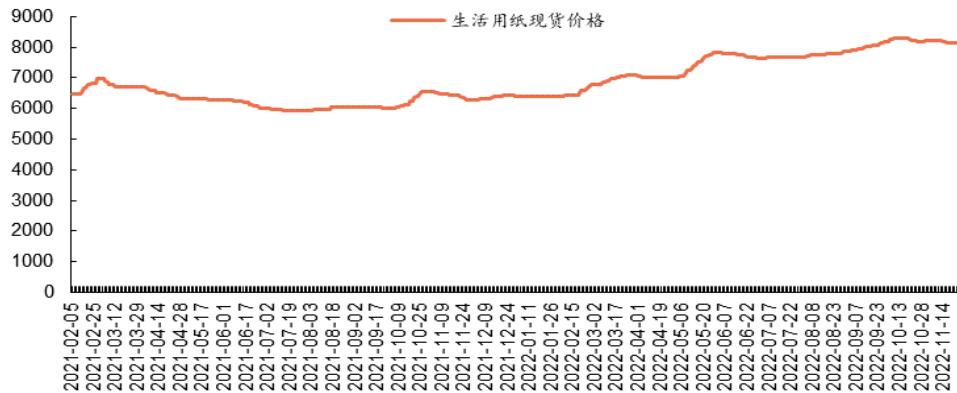
资料来源：卓创资讯，申港证券研究所

图21: 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

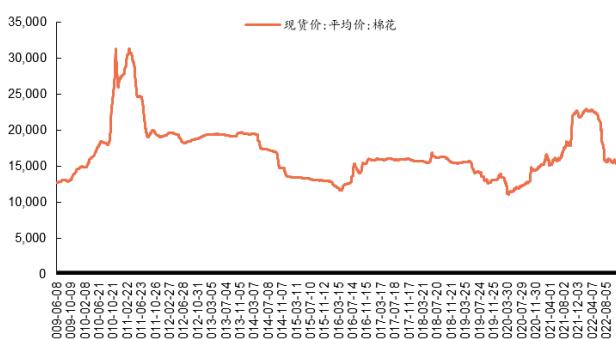
图22: 生活用纸市场价格 (元/吨)



资料来源：卓创资讯，申港证券研究所

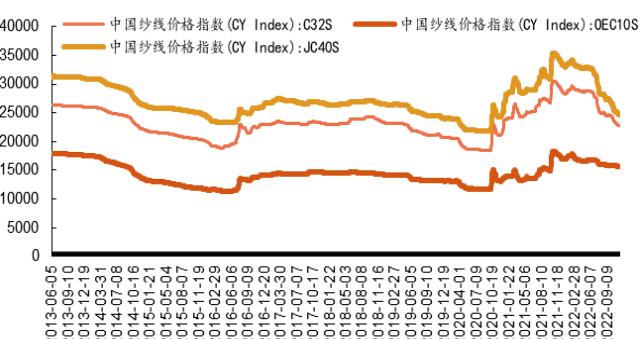
### 3.3 纺织服装

图23: 国内棉花市场价格 (元/吨)

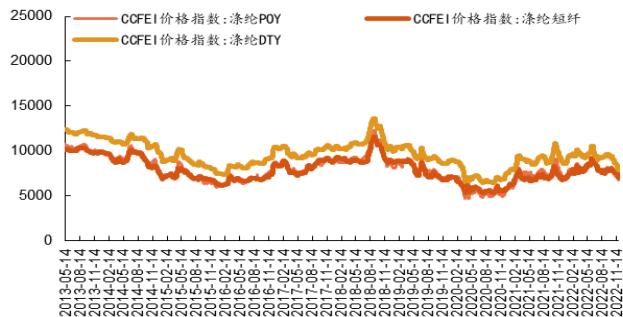


资料来源：Wind，申港证券研究所

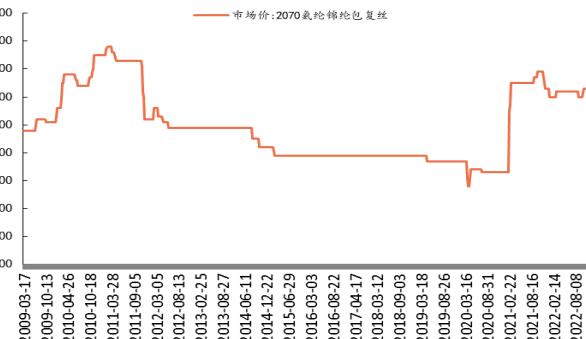
图24: 国内纱线市场价格 (元/吨)



资料来源：Wind，申港证券研究所

**图25：国内涤纶市场价格（元/吨）**


资料来源：Wind，申港证券研究所

**图26：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 国货逆袭抢占“C位”！助力消费持续恢复

据中国证券报消息，抖音电商数据显示，抖音电商“双11”热卖商品榜前100中，国产商品的占比超过90%。在天猫平台，10月31日102个首小时成交额过亿元的品牌中，国货品牌占比过半。在京东平台，珀莱雅、百雀羚等253个美妆国货品牌成交额同比增长超100%。

专家指出，伴随着中国消费市场的增质扩容，兼具高品质、高颜值、个性化、性价比的新国货品牌迅速崛起，成为近年来消费市场的最大亮点，也将为我国消费恢复持续提供助力。

#### 4.1.2 我国纺粘和熔喷非织造布行业首个能耗行业标准正式发布

据全球纺织网消息，2022年10月20日，工业和信息化部批准1036项行业标准并予以公布，其中包含由中国产业用纺织品行业协会组织编制的FZ/T 07026—2022《纺熔非织造布企业综合能耗计算办法及基本定额》。该标准将于2023年4月1日正式实施，对于完善我国非织造布绿色标准体系，和推动行业绿色高质量发展有着积极意义。

### 4.2 公司公告

**【雅戈尔】**雅戈尔集团股份有限公司发布《关于控股子公司互保的公告》。公告指出，公司控股子公司新昊农科的全资子公司安徽新材料向中国银行巢湖分行申请流动资金贷款，授信金额2,000万元，期限一年。新昊农科与中国银行巢湖分行签署《最高额保证合同》，为上述借款提供连带责任保证，保证期间为主债务届满之日起三年。公司控股子公司新昊农科的全资子公司阿克苏纺织向中国银行阿克苏地区分行申请流动资金贷款，借款金额5,000万元，借款期限一年。新昊农科与中国银行阿克苏地区分行签署《最高额保证合同》，为上述借款提供连带责任保证，保证期间为保证合同生效之日起至主合同项下债务履行期届满之日起三年止。

**【ST起步】**起步股份有限公司发布《关于公司为全资子公司提供担保的公告》。公告指出，公司全资子公司起步斑马根据其资金需求情况，为满足日常经营资金的需

要，拟向湖州湖融供应链科技有限公司融资借款 300 万元。2022 年 11 月 18 日，公司与起步班马、湖州湖融签署《最高额保证合同》，为起步班马提供最高额连带责任保证担保，担保金额为 300 万元。本次担保不存在反担保。

**【珠海中富】**珠海中富实业股份有限公司发布《关于申请抵押贷款展期的公告》。公告指出，公司于 2015 年 9 月 24 日与鞍山银行股份有限公司签署了《流动资金借款合同》，贷款额度为 2 亿元人民币，公司以珠海中富实业股份有限公司和珠海保税区中富聚酯啤酒瓶有限公司的土地所有权及地上建筑物为该项贷款提供抵押担保。该贷款将于 2022 年 12 月 22 日到期，目前该《借款合同》项下贷款余额不高于 1.39 亿元，现公司拟向鞍山银行申请展期至 2023 年 9 月 22 日，公司对该项贷款的担保相应延期。

**【惠达卫浴】**惠达卫浴股份有限公司发布《关于吸收合并全资子公司的公告》。公告指出，为降低管理成本，整合和优化现有资源配置，聚焦主营业务，提高整体经济效益，公司拟吸收合并下属全资子公司唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司。本次吸收合并后，建筑公司将注销其法人资格，公司作为合并完成后的存续公司将依法承继建筑公司的所有资产、债权债务、人员及其他一切权利与义务。本次吸收合并不构成关联交易及《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组情形。

**【华孚时尚】**华孚时尚股份有限公司发布《关于控股子公司增资扩股引入战略投资者的公告》。公告指出，公司于 2022 年 11 月 21 日召开第八届董事会 2022 年第五次临时会议，审议通过《关于控股子公司增资扩股引入战略投资者的议案》。为促进公司控股子公司发展，公司拟对控股子公司浙江鲲驰互联科技有限公司进行增资扩股，引入战略投资者浙江诸暨转型升级产业基金有限公司，产业基金将以货币资金 22,000.00 万元对鲲驰互联进行增资，其中 980.78 万元计入注册资本，21,019.22 万元计入资本公积。本次增资完成后，鲲驰互联注册资本将由 3,566.49 万元增加至 4,547.27 万元，公司持有鲲驰互联股份比例由 64.95% 下降至 50.94%，鲲驰互联仍为公司控股子公司。

## 5. 风险提示

疫情反复风险，行业竞争加剧风险。

## 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、意见及推測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測做出更改。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