

“3.8”大促进行中 推荐关注美妆板块

——轻纺美妆行业周报

申港证券
SHENGANG SECURITIES

投资摘要:

每周一谈: “3.8”大促进行中 推荐关注美妆板块

- ◆ 各电商平台积极准备“3.8”大促。随着3.8妇女节的临近,各大电商3.8大促活动正在进行中。淘宝和抖音3.8大促活动于2月20日开始招商,2月16日,快手电商已于线上召开3.8节商家大会。此外,京东3.8节大促招商期也于2月22日开启。
- ◆ 主流电商平台2023年“3.8”大促活动周期变化较小。本次“3.8”大促,淘宝&天猫预热时间为3.2,活动正式开始时间为3.4,京东活动开始时间为3.3,抖音活动开始时间为3.1。本次活动时间较去年变化较小,天猫和淘宝的活动时间均无改变,抖音活动时间缩短,京东活动时间提前。
- ◆ 电商平台不断创新优惠规则。本次活动,天猫将优惠规则改为官方立减,优惠区间在10%-15%之间(美妆类产品立减13%)。京东将开展“买贵双倍赔”的新规则。抖音较去年加大了优惠力度,由“满200减20”提升到“满150减20”。
- ◆ 电商平台为入驻商家提供丰厚活动资源。本次“3.8”大促,各平台都加大了电商扶持力度。天猫&淘宝本次将联动平台生态为此次大促提供资源宣传。京东首次引入百亿补贴。抖音此次针对不同层级的商家开展了不同类型活动,且针对特定商品,平台也提供了一定比例的补贴。
- ◆ 珀莱雅“3.8”大促各平台活动不同,赠品力度较去年双十一有所提升。珀莱雅此次参加了天猫、京东、抖音等多个电商平台的“3.8”大促活动。且其设计了三种不同的优惠方式,分别为优惠券、满赠活动和购物金超赠。从优惠力度来看,今年“3.8”大促的5项产品的赠品力度优于去年双十一。产品价格整体无变动,优惠浮动力度体现在赠品力度的变化。
- ◆ 贝泰妮“3.8”大促天猫、京东活动类似,较去年优惠力度有所加大。本次,贝泰妮参加了天猫、京东、抖音三个平台“3.8”大促活动,优惠形式以优惠券、购物金、商品折扣为主。薇诺娜优惠力度与去年“双十一”比肩,但较去年“3.8”大促,赠品数有所提升,优惠力度加大。
- ◆ 巨子生物各平台活动细节不同,参与李佳琦直播间产品更多。巨子生物旗下有两大主力品牌可复美和可丽金。可复美本次参加了天猫、京东、抖音三个平台的“3.8”大促活动,可丽金参加了天猫和京东两个平台。其主打优惠活动为优惠券满减、充值购物金和满赠。2022年,巨子生物旗下无品牌加入李佳琦直播间,2022年“双十一”,巨子生物旗下有两款产品加入李佳琦直播间,今年“3.8”大促,巨子生物旗下的主力品牌“可复美”和“可丽金”均有产品进入李佳琦直播间。
- ◆ 华熙生物在各平台活动形式相似,金额不同,优惠力度较去年有所提升。华熙生物旗下有三大主力品牌夸迪、润百颜和米蓓尔。夸迪和米蓓尔参与了天猫、京东、抖音三家平台的优惠活动。润百颜参与了天猫和京东两家平台。优惠形式以优惠券、满赠、和优惠金超赠为主。优惠力度方面,华熙生物赠品赠送力度较去年“3.8”大促有全面的提升,整体优惠力度与去年双十一持平。
- ◆ 美妆赛道为各平台“3.8”大促的热门产品,建议关注龙头公司。当下,为冬春交替之际,消费者对美妆产品的需求会有小幅上涨,恰逢“3.8”大促,商

敬请参阅最后一页免责声明

评级

增持(维持)

2023年03月05日

孔天祯

分析师

SAC执业证书编号: S1660522030001

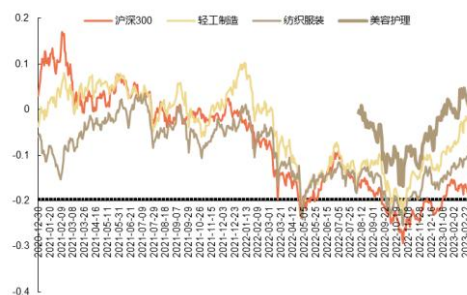
18624107608

kongtianyi@shgsec.com

行业基本资料

轻工行业股票家数	154
纺服行业股票家数	115
美妆行业股票家数	29
轻工行业平均市盈率	40.42
纺服行业平均市盈率	34.38
美妆行业平均市盈率	60.83
市场行业平均市盈率	12.19

行业表现走势图



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

相关报告

- 1、轻纺美妆周报《多品牌品类纺织服饰企业扬州金泉上市交易》 2022-02-26
- 2、轻纺美妆周报《婚庆需求释放 关注婚庆首饰相关企业》 2022-02-19
- 3、轻纺美妆周报《鲁商发展剥离房地产业务 轻装上阵 发展可期》 2022-02-12
- 4、轻纺美妆周报《轻工、纺服、美妆行业2022年业绩预告总览》 2022-02-05
- 5、轻纺美妆周报《国货美妆环亚科技冲击IPO》 2022-01-29

证券研究报告

家加大优惠力度。本次大促，天猫、京东、抖音等主流电商平台都创新了活动玩法，加大了优惠力度。此外，头部美妆公司针对不同的电商平台和价格区间都设置了不同的优惠活动，去吸引相应的消费人群，且龙头公司今年有更多产品选择加入李佳琦直播间。建议关注预售效果佳的【珀莱雅】，以及估值较低的【贝泰妮】、【华熙生物】。

市场回顾（2月27日-3月3日）：

在申万一级行业中，轻工制造行业本周下跌 0.55%，在申万 31 个一级行业中排名第 27，跑输大盘，在各子板块中，家居用品板块表现较好，上涨 0.41%，包装印刷板块表现最差，下跌 1.57%；纺织服饰行业本周上涨 1.39%，在申万 31 个一级行业中排名第 13，跑输大盘，纺织制造板块上涨 0.37%，服装家纺板块上涨 1.93%，饰品板块上涨 1.64%；美容护理行业本周下跌 0.85%，在申万 31 个一级行业中排名第 28，跑输大盘，子板块中，个护用品板块下跌 3.11%，化妆品板块上涨 0.33%。

行业数据追踪：

家具：本周 TDI 价格较上周有所下降，MDI 价格较上周有所上升。

纺织服装：3月3日，棉花价格为 15481.17 元/吨，较上周上涨 0.06%；涤纶的价格有所上升。

投资策略：建议关注业绩增长稳健的【珀莱雅】，以及估值较低的【贝泰妮】、【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. “3.8”大促进行中 推荐关注美妆板块.....	5
2. 本周行情回顾.....	12
3. 行业数据追踪.....	15
3.1 家具.....	15
3.1.1 商品房成交数据.....	15
3.1.2 原材料数据.....	16
3.1.3 家具制造业月度数据.....	17
3.2 造纸及包装.....	17
3.2.1 原材料价格.....	17
3.2.2 成品纸价格.....	17
3.3 纺织服装.....	18
4. 重要新闻及公司公告.....	18
4.1 新闻.....	18
4.2 公司公告.....	19
5. 风险提示.....	20

图表目录

图 1: 本周申万一级行业涨跌幅 (%)	12
图 2: 本周市场涨跌幅 (%)	13
图 3: 年初至今市场涨跌幅 (%)	13
图 4: 轻工制造行业本周涨幅前五 (%)	14
图 5: 轻工制造行业本周跌幅前五 (%)	14
图 6: 纺织服装行业本周涨幅前五 (%)	14
图 7: 纺织服装行业本周跌幅前五 (%)	14
图 8: 美容护理行业本周涨幅前五 (%)	14
图 9: 美容护理行业本周跌幅前五 (%)	14
图 10: 30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速	16
图 11: 30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速.....	16
图 12: 商品价格指数:木材 (去年同月=100)	16
图 13: 国内 TDI 市场价 (元/吨)	16
图 14: 国内 MDI 市场价 (元/吨)	16
图 15: 全国家具制造业累计营业收入 (万元)	17
图 16: 全国家具制造业累计利润总额 (万元)	17
图 17: 国内纸浆现货价格 (元/吨)	17
图 18: 国际纸浆外盘价格 (美元/吨)	17
图 19: 包装纸市场价格 (元/吨)	17
图 20: 文化印刷纸市场价格 (元/吨)	17
图 21: 国内棉花市场价格 (元/吨)	18
图 22: 国内纱线市场价格 (元/吨)	18
图 23: 国内涤纶市场价格 (元/吨)	18
图 24: 国内氨纶锦纶市场价格 (元/吨)	18

表 1: 2023 年与 2022 年主流电商平台“3.8”大促活动周期	5
--	---

表 2: 2023 年与 2022 年主流电商平台“3.8”大促优惠活动规则	5
表 3: 2023 年与 2022 年主流电商平台为入驻商家提供的资源	6
表 4: 珀莱雅 2023 年“3.8”大促优惠活动详情	7
表 5: 李佳琦“3.1”美妆直播——珀莱雅预售概览	7
表 6: 贝泰妮 2023 年“3.8”大促优惠活动详情	8
表 7: 李佳琦“3.1”美妆直播间——贝泰妮预售概览	9
表 8: 巨子生物 2023 年“3.8”大促优惠活动详情	9
表 9: 李佳琦“3.1”美妆直播间——巨子生物预售概览	10
表 10: 华熙生物 2023 年“3.8”大促优惠活动详情	11
表 11: 超头“3.1”美妆直播间——华熙物预售概览	11

1. “3.8”大促进行中 推荐关注美妆板块

各电商平台积极准备“3.8”大促。随着3.8妇女节的临近，各大电商3.8大促活动正在进行中。淘宝和抖音3.8大促活动于2月20日开始招商，2月16日，快手电商已于线上召开3.8节商家大会。此外，京东3.8节大促招商期也于2月22日开启。

主流电商平台2023年“3.8”大促活动时间变化较小。本次“3.8”大促，淘宝&天猫预热时间为3.2，活动正式开始时间为3.4，京东活动开始时间为3.3，抖音活动开始时间为3.1。本次活动时间较去年变化较小，天猫和淘宝的活动时间均无改变，抖音活动时间缩短，京东活动时间提前。

表1：2023年与2022年主流电商平台“3.8”大促活动周期

电商平台	2023年“3.8”大促活动时间周期	2022年“3.8”大促活动时间周期
天猫&淘宝	活动预热：3.2（0：00）-3.4（19:59） 活动时间：3.4（20:00）-3.8（23:59）	活动预热：3.2（0:00）-3.4（19:59） 活动时间：3.4（20:00）-3.8（23:59）
京东	活动预热：无 活动时间：3.3（0:00）-3.8（23:59）	活动预热：3.2（0：00）-3.4（19:59） 活动时间：3.4（20:00）-3.8（23:59）
抖音	活动时间：3.1-3.8	活动时间：2.26（0:00）-3.8（23:59）

资料来源：电易，站长之家，申港证券研究所

电商平台积极创新玩法，以吸引流量促进转化。本次活动，天猫将优惠规则改为官方立减，优惠区间在10%-15%之间（美妆类产品立减13%）。京东将开展“买贵双倍赔”的新规则，实时监控其他平台的价格，一旦价格高于其他平台，将赔付双倍价格，并且其首次将“百亿补贴”活动引入了平台。抖音较去年加大了优惠力度，由“满200减20”提升到“满150减20”。此外，各大电商平台都在将黄金时段展开“限时红包雨”活动，以帮助电商更好地将流量转化，促其大售。

表2：2023年与2022年主流电商平台“3.8”大促优惠活动规则

电商平台	2023年“3.8”大促优惠活动规则	2022年“3.8”大促优惠活动规则
天猫&淘宝	1) 天猫：官方立减10%-15%，部分新品立减5%+（彩妆护肤品：立减13%）、会场领红包 2) 淘宝：跨店满减（200减20）、会场领红包	1) 天猫：跨店满减活动：具体满减活动力度为跨店消费可享受每满200减20，上不封顶。无需领券，支付时自动抵扣。跨店满减不可凑单、叠加使用。 2) 淘宝：每满150元减10元或每满1000元减50元
京东	1) “买贵双倍赔”活动：京东将在后台设置全网比价系统，也会安排采购实时进行跟价，商品价格一旦高于外网，将实行双倍赔付。 2) 限时红包雨 3) 百亿补贴：百亿补贴将覆盖全品类，并不只局限于3C等京东传统优势品类，且自营和POP商家都将参与其中。	1) 页面直接领券：活动期间用户可领取限品类券、店铺券，数量有限，领完为止 2) 头号京贴：全品类满减优惠券，主推每满200元减20元的头号京贴，活动期间每位用户一天可领取一次，单次领取三张。
抖音	1) 跨店满减（满150减20） 2) 重点货品专项玩法（平台为重点货品提供一定价格补贴） 3) 限时红包雨	1) 心愿好礼：用户使用参与活动品牌的道具拍摄短视频，并@品牌官方抖音号，有机会被抽取该品牌的活动奖励 2) 跨店满减：需购买指定商品，享“满200元减20元”优惠，每笔订单仅享受一次优惠

3) **翻牌互动游戏**: 用户可每日进入游戏界面并拥有一次无条件翻牌机会, 有机会获得一分钱商品、店铺券等奖励。

资料来源: 电易, 站长之家, 申港证券研究所

电商平台为入驻商家提供丰厚活动资源。本次“3.8”大促, 各平台都加大了电商扶持力度。天猫&淘宝本次将联动平台生态为此次大促提供资源宣传。京东首次引入百亿补贴, 平台补贴力度加大, 将更好地吸引流量。抖音此次针对不同层级的商家开展了不同类型动, 满足各种各层次商家的需求, 且针对特定商品, 平台也提供了一定比例的补贴, 全面布局本次活动。

表3: 2023 年与 2022 年主流电商平台为入驻商家提供的资源

电商平台	2023 年“3.8”大促为入驻商家提供的资源	2022 年“3.8”大促为入驻商家提供的资源
天猫&淘宝	1) 基础资源: 活动期间免费获得店铺相关页面活动氛围布置、官方立减工具支持、活动商品的多链路打标、活动商品详情页官方氛围布置等免费资源。 2) 在基础资源以外, 天猫将提供、联动阿里集团生态用于活动宣传推广, 吸引广大消费者关注天猫 38 活动, 从而为参与活动的商家达到引流的效果, 赋能商家大促表现。	1) 基础资源 (店面布置、视觉效果元素、页面布置、跨店满减工具支持等) 2) 官方推荐性推广资源 (平台组织的淘宝 3.8 节各类活动会场、优惠福利支持、其他流量资源)
京东	1) 流量扶持: 满足招商规则并成功报名【2022 年京东 3.8 节主题活动】的商品将打上活动标签, 并有机会获得专属流量倾斜, 具体位置包括搜索列表页、首页大促 tab、大促会场等。 2) 成功报名【2022 年京东 3.8 节主题活动】的商品享有 3.8 活动大促全时期专属氛围包装, 标签覆盖 APP、PC、WQ 的搜索、推荐、商详、购物车等场景。	1) 所有成功报名京东 3.8 主题活动的商品都将自动获得专属视觉氛围包装和搜索、推荐、大促会场等公域流量支持, 商家还可一键获取报名促销商品、智能搭建专属大促承接页, 进行模块化和个性化的装修。 2) 在用户端, 京东 3.8 节核心会场将在流量和销量高峰时段开启限时红包雨, 以平台通用型红包为主要奖品, 为商家打通的销售链路。
抖音	1) 本次抖音 38 好物节的「好物直播间」, 平台将给予千万级流量扶持, 配套品牌宣传资源。值得关注的是, 平台建议达人利用优质内容向商城引流, 与货架场景联动, 激发成交。 2) 平台还带来了「38 好物节品牌心动礼」、「38 好物节品牌传播共创」、「精选联盟品类日」等针对不同类型商家、满足不同诉求的玩法。	1) 平台给各行业符合门槛的头部达人/自播商家提供运营支持或货品补贴, 助力其在大促期间冲刺目标, 实现跃迁。 2) 成功报名短视频任务的作者通过在任务周期内发布带“抖音 38 女王节”话题的短视频, 完成任务等级的曝光目标、互动目标, 即有机会获取获得流量奖励, 奖励以小店随心推优惠券形式发放。

资料来源: 电易, 站长之家, 申港证券研究所

珀莱雅“3.8”大促各平台活动不同。珀莱雅旗下有两大主力品牌珀莱雅和彩棠, 珀莱雅面向护肤领域, 彩棠专注于彩妆邻域。珀莱雅此次参加了天猫、京东、抖音等多个电商平台的“3.8”大促活动。且其设计了三种不同的优惠方式, 分别为优惠券、满赠活动和购物金超赠。在不同的金额区间。珀莱雅提供了相应的优惠券, 且满足一定金额的订单, 珀莱雅准备了特定的礼品回馈消费者, 全面布局本次“3.8”大促优惠活动。

表4：珀莱雅 2023 年“3.8”大促优惠活动详情

上市公司	主力品牌	天猫平台优惠活动	京东平台优惠活动	抖音平台优惠活动
珀莱雅	珀莱雅	1) 优惠券: 满 599 元减 40 元*3 2) 买一件打 8.7 折 3) 充购物金 780 元得 80 元、充购物金 1400 元得 1500 元 4) 购源力面霜正装前, 拍下 0.01 元赠品加赠源力面霜 5g	1) 优惠券: 满 399 元减 30 元、满 520 元减 40 元 2) 累计实付满 229 元享加赠[双抗眼霜 4ml] 3) 累计实付满 600 元享加赠[双抗精华 7.5ml+[红宝石轻盈霜 5g+水屏障面膜 5 片+红宝石水 20ml] 4) 充值 950 元得购物金 1000 元, 充值 1400 元购物金得 1500 元	1) 优惠券: 满 520 元减 40 元, 满 1000 元减 90 元 2) 会员好价试用: 9.9 元抢爆款精华 3) 1 元体验早 A 晚 C
	彩棠	1) 优惠券: 满 300 减 30 2) 会员购正装单笔实付满 318 加赠正装睫毛膏*1、陇漫丹桂香挂*1 3) 充购物金 500 得 515, 充购物金 1000 得 1050	无官方店	1) 优惠券: 满 300 至高减 30 2) 会员购正装单笔实付满 318 加赠 2 件彩香礼 (正装睫毛膏*1+陇漫丹桂香挂*1) 满 388 加赠 3 件彩香随行礼 (正装睫毛膏*1+陇漫丹桂香挂*1+化妆包)

资料来源：珀莱雅天猫旗舰店，珀莱雅京东自营店，珀莱雅抖音官方旗舰店，彩棠天猫旗舰店，彩棠抖音官方旗舰店，申港证券研究所

珀莱雅“3.8”大促赠品力度较去年双十一有所提升。珀莱雅今年有 8 项产品新入围李佳琦“3.1”美妆预售榜单，较去年新增 6 款产品。从优惠力度来看，今年“3.8”大促的 5 项产品（红宝石面霜 2.0、双抗小夜灯眼霜、红宝石水乳、双抗精华 2.0 和双抗面膜 2.0）的赠品力度优于去年双十一。产品价格整体无变动，优惠浮动力度体现在赠品力度的变化。

表5：李佳琦“3.1”美妆直播——珀莱雅预售概览

公司	品牌	产品	2023 年三八节预售		2022 年三八节预售		2022 年双十一预售	
			赠品	到手价 (元)	赠品	到手价 (元)	赠品	到手价 (元)
珀莱雅	珀莱雅	红宝石精华	同款红宝石精	389	同款精华 75ml*8+红宝石面膜 2 片	389	同款一红宝石精华 7.5ml*8+红宝石水 20ml*1+红宝石乳 20ml*1+水屏障面膜*7 片	389
		2.0 50ml	7.5ml*8+水屏障面膜 5 片		片红宝石水+20ml 红宝石乳			
		红宝石面霜 2.0(50g 滋润版/轻盈版)	同款红宝石度 15g*3+	279	红宝石乳 20ml*2+红宝石面膜 三片	279	同款红宝石面霜 15g*4+红宝石水 20ml*1+ 红宝石水乳小样 20ml*1+水屏障面膜(5 片/盒)*1	279
		双核小夜灯眼 霜 2.0 20ml	同款双抗小夜灯眼霜 2.0 4ml*5+红宝石眼膜 *5 片+正装水屏障面膜 (5 片/盒)*1 盒	249	无	无	同款小夜灯眼霜 2.0 4ml*5+第二代定制眼 部按摩棒*1+双抗面膜 2.0*2 片+水屏障面膜 *3 片	
		红宝石水乳	同款红宝石水 2.0 20ml*6+同款红宝石乳 2.0 20ml*6+红宝石面霜 2.0 15g*1(滋润 or 轻盈	408	无	无	同款小样水 20ml*6+同款小样乳 20ml*6+红 宝石精华水 7.5ml*1+红宝石霜 2.0 15g*1+水 屏障面膜正装 10 片*1+眼霜正装 30g*1	408

	随机发出)+水正装屏障面膜(5片/盒)*2盒+氨基酸洁面 50g*1					
源力精华 2.0 50ml	同款源力精华 2.0 7.5ml*7+源力面膜*3片	319	无		同款源力精华 2.0 7.5ml*7+源力面膜 3片	319
珀莱雅双抗精华 2.0 50ml	同款双抗精华 2.0 7.5m*4+同款红宝石精华 2.0 7.5ml*4+正装双抗面膜 2.0(5片/盒)*1盒+正装红宝石面膜 2.0(5片/盒)*1盒	319	同款精华 7.5ml*8	319	同款小样 7.5ml*8+双抗面膜 2.0*7片+红宝石石面霜 5g*1	319
珀莱雅早 C 晚 A 精华组合 (双抗精华 2030ml+红宝石精华 2.030ml)	同款双抗精华 2.0 7.5ml*4+同款红宝石精华 2.07.5ml*4+正装双抗面膜 2.0(5片/盒)+正装红宝石面膜 2.0(5片/盒)	463	无	无	双抗精华小样*5+红宝石精华小样*5+红宝石石水小样*2+保湿乳小样*2+水屏障面膜*2盒+正装面霜 30g	463
彩棠 妆前乳 40g	同款妆前乳 10g*4 彩棠大师妆前乳+卸妆膏 3ml 四联包*1	159	无	无	无	无
双抗面膜 2.0	拍两盒赠同款双抗面膜 2.0(5片/盒)*2盒+拍四盒赠同款双抗面膜 2.0(5片/盒)*5+正装源力面膜(5片/盒)*1盒	两盒: 198 四盒: 396	无	无	拍一得 45+水屏障面膜 10片	396

资料来源：李佳琦公众号，申港证券研究所（注：标红区域为优惠力度大于双十一的产品）

贝泰妮“3.8”大促天猫、京东活动类似。贝泰妮旗下有主力品牌薇诺娜，专注敏感肌修复领域。本次，贝泰妮参加了天猫、京东、抖音三个平台的“3.8”大促活动，优惠形式以优惠券、购物金、商品折扣为主。针对不同的价格区间，薇诺娜设计了不同的优惠额度。且薇诺娜在不同平台的优惠内容不同，优惠覆盖区间较为完整。

表6：贝泰妮 2023 年“3.8”大促优惠活动详情

上市公司	主力品牌	天猫平台优惠活动	京东平台优惠活动	抖音平台优惠活动
贝泰妮	薇诺娜	1) 优惠券：满 499 减 10*5，满 700 减 20*5，满 1099 减 40*5 满 376 减 30*5 2) 买一件打 8.7 折 3) 充购物金 1000 元得 1050 元 4) 实付满 999 元赠 403 元 奕采防护大礼包	1) 优惠券：满 499 减 10*5，满 700 减 20*5，满 1099 减 40*5 满 376 减 30*5 2) 买一件打 8.7 折 3) 充购物金 1000 元得 1050 元 4) 限时秒杀	1) 优惠券：满 300 减 30.满 400 减 40.满 600 减 60 2) 满赠：满 299 元送 1 件赠品（舒敏保湿防晒随性套装）、满 399 元送 1 件赠品（50ml 马齿喷雾）、满 499 元送 1 件赠品（舒护焕肤多效分区面膜）

资料来源：薇诺娜旗舰店，薇诺娜京东自营店，薇诺娜抖音官方旗舰店，申港证券研究所

贝泰妮“3.8”大促较去年优惠力度有所加大。薇诺娜今年有 5 款产品选入了李佳琦直播间，较去年“3.8”大促，新增了 2 款产品。薇诺娜优惠力度与去年“双十一”比肩，但较去年“3.8”大促，赠品数有所提升，优惠力度加大。其中优惠变化最大的两款产品为薇诺娜保湿特护精华和舒缓修护冻干面膜。总体观之，贝泰妮“3.8”大促整体优惠力度大于去年大促。

表7：李佳琦“3.1”美妆直播间——贝泰妮预售概览

公司	品牌	产品	2023 年三八节预售		2022 年三八节预售		2022 年双十一预售	
			赠品	到手价（元）	赠品	到手价（元）	赠品	到手价（元）
贝泰妮	薇诺娜	薇诺娜舒	同款面膜 6 片*1 盒+	368	无	无	加正装共到手 60 片	420
		缓保湿丝	极深呈面膜 5 片*2					
		滑面膜	盒					
		(6 片/盒)3						
		盒						
		薇诺娜舒	同款正装——特护精	298	无	无	极润水柔隐形面膜*6 片	269/60ml
		缓保湿特	华 30ml*1+正装极润					
		护精华液	水柔隐形面膜 (6/					
		30ml	盒)*1 盒					
		薇诺娜舒	同款正装薇诺娜舒缓	268	冻干面膜*6 片+海蝶液 6 个	268	加正装共到手 36 片	299
		缓修护冻	修护冻干面膜+溶媒					
		干面膜+溶	液 (6 片/盒)*1 盒+同					
		媒液 (6 片/	款薇诺娜舒缓修护冻					
		盒)2 盒	干面膜+溶媒液(单					
			贴)*2 片					
		薇诺娜清	同款 15g 清透防晒乳	168	同款 60g	168	加正装共到手 130g	168
		透防晒乳	*4					
		50g						
		薇诺娜舒	1、同款薇诺娜舒敏保	248	1、同款薇诺娜舒敏保湿特护	248	特护精华小样 5ml+修护精华小样	262
		缓保湿特	湿特护霜 5g*4		霜 5g*4		5ml*1+防晒乳小样 5g*1	
		护霜 50g	2、正装极润水柔隐形		2、正装极润水柔隐形面膜(6			
			面膜(6 片/盒)*1 盒		片/盒)*1 盒			

资料来源：李佳琦公众号，申港证券研究所（注：标红区域为优惠力度大于双十一的产品）

巨子生物各平台活动细节不同。巨子生物旗下有两大主力品牌可复美和可丽金，集中关注敏感肌修复领域。可复美本次参加了天猫、京东、抖音三个平台的“3.8”大促活动，可丽金参加了天猫和京东两个平台。其主打优惠活动为优惠券满减、充值购物金和满赠。在不同平台，针对不同价位区间，其设计了不同的优惠方式。

表8：巨子生物 2023 年“3.8”大促优惠活动详情

上市公司	主力品牌	天猫平台优惠活动	京东平台优惠活动	抖音平台优惠活动
巨子生物	可复美	1) 优惠券：满 469 减 29*3 满 938 减 58*3	1) 优惠券：满 300 减 20， 满 500 元减 50 元，满 900 减 100	1) 满 999 元减 60 元 2) 满 529 元送 4 件赠品（保湿精华乳 14ml*1、保湿精华水 15ml*1、可复美小水 50ml*1、可复美吨吨霜 10g*1
		2) 官方立减 13%，无使用门槛	2) 充购物金 650 元得 700 元、充购物金 1000 元得 1100 元，充 2000 元得到 2500 元	3) 满 799 元送 3 件赠品（专属清肌黑膜 5 片/盒*1、正装特润精华 15ml*1、专属柔肤
		3) 充购物金 650 元得 700 元，购物金 1000 元得 1100		

上市公司	主力品牌	天猫平台优惠活动	京东平台优惠活动	抖音平台优惠活动
		元 4) 实付金额满 339 元享可 复美胶原棒*3+净痘凝胶 5g*1	3) 9.9 元秒舒舒贴 1 片 (限 量 500)	水 50ml*1)
	可丽金	1、付 0.01 元再赠预售 3 件 礼小奶杯 7g*3 2、官方立减 13%, 无使用门 槛 3、充购物金 800 元得 840 元, 充购物金 1200 元得到 1280 元	1) 优惠券: 满 99 减 10, 满 500 元减 40 元, 满 1000 减 110 2) 实付满赠 399 赠保龄霜 5g、实付满赠 599 赠次抛 3 支+大膜王 3 颗+次抛 1 支, 实付满赠 799 赠健肤修水润 面膜 1 盒 (满赠不叠加)	除平台活动外无店铺活动

资料来源: 可复美天猫旗舰店, 可复美京东自营店, 可复美抖音官方旗舰店, 可丽金天猫旗舰店, 可丽金抖音官方旗舰店, 可丽金京东自营店, 申港证券研究所

巨子生物今年“3.8”参与李佳琦直播间产品更多。2022 年, 巨子生物旗下无品牌加入李佳琦直播间, 2022 年“双十一”, 巨子生物旗下有两款产品加入李佳琦直播间, 今年“3.8”大促, 巨子生物旗下的主力品牌“可复美”和“可丽金”均有产品进入李佳琦直播间, 其中可复美胶原蛋白机次抛精华优惠力度大于去年双十一。

表9: 李佳琦“3.1”美妆直播间——巨子生物预售概览

公司	品牌	产品	2023 年三八节预售		2022 年三八节预售		2022 年双十一预售	
			赠品	到手价 (元)	赠品	到手价 (元)	赠品	到手价 (元)
巨子生物	可复美	可复美胶原	透明质酸钠水润修护贴	276	无	无	透质纳脸水润修护贴 10 片+Humanlike 比原	276
		蛋白修护贴	(5 片/盒)*2 盒				用白亮港面膜 7g*1	
		(5 片/盒)*2 盒						
		可复美重组	同款次抛精华 1.5ml*15	358	无	无	同款一红宝石面霜 15g*4+红宝石 20ml+红	358
		胶原蛋白肌	支+透明质酸钠水润修				宝石乳 20ml+水屏障面膜(5 片/盒)*1	
		御修护次抛	贴(5 片/盒)*2 盒+透					
		精	明质酸钠水润修护贴单					
		华	(1.5ml*30	片*2 片				
		支)*盒						
可丽金	可丽金	胶原	同款一胶原蛋白面膜	拍一盒: 169	无	无	无	无
		蛋白赋能珍	(3g*3 颗)*4 盒	拍两盒: 279				
		萃紧致驻颜	拍 2 赠+同款胶原蛋白					
		面膜 (3g*20	面膜(3g*3 颗)*5 盒+清					
		颗)	洁面膜 10g*3					

资料来源: 李佳琦公众号, 申港证券研究所 (注: 标红区域为优惠力度大于双十一的产品)

华熙生物在各平台活动形式相似, 金额不同。华熙生物旗下有三大主力品牌夸迪、润百颜和米蓓尔。夸迪和米蓓尔参与了天猫、京东、抖音三家平台的优惠活动。润百颜参与了天猫和京东两家平台。优惠形式以优惠券、满赠、和优惠金超赠为主。在不同平台, 活动形式类似, 设定的金额细节不同。

表10：华熙生物 2023 年“3.8”大促优惠活动详情

上市公司	主力品牌	天猫平台优惠活动	京东平台优惠活动	抖音平台优惠活动
华熙生物	夸迪	1) 优惠券：满 400 元减 30 元（邀请 3 人），满 574 减 41*5，满 1148 减 82*5 2) 官方立减 13%，无使用门槛折 3) 充购物金 780 元得 800 元、充购物金 1400 元得 1500 元 4) 单笔实付满 699 元享（冻干面膜 2 片），单笔实付满 999 元享（焕颜次抛 1m1*5 支+薰衣草护手霜 50ml）	1) 优惠券：，满 300 减 30，满 500 元减 50 元，满 900 减 100 、满 520 元减 40 元 2) 充购物金 650 元得 700 元、充购物金 1000 元得 1100 元，充 2000 元得到 2500 元 3) 9.9 元秒舒舒贴 1 片（限量 500）	1) 满 699 元送 1 件赠品（冻+焕颜单支*2） 2) 满 999 元送 1 件赠品（冻于 2+焕颜单支*3）
	润百颜	1) 优惠券：满 459 元减 70 元，满 918 减 20 2) 官方立减 13%，无使用门槛折 3) 充购物金 1000 元得 1030 元、充购物金 1500 元得 1560 元	1) 单笔实付金额 699 赠净肤平衡水小样+净肤面膜 1 片+屏障霜小样 2) 单笔实付金额满 1099 赠水润洁面慕斯正装	除平台活动外无店铺活动
	米蓓尔	1) 优惠券：满 399 元减 40 元*3 2) 官方立减 13%，无使用门槛折扣	1) 优惠券：满 199 元减 20 2) 赠：米蓓尔专用面膜刷*1 3) 赠：轻龄紧致修护面膜蓝绷带 6g 单片 6g*1 片	1) 优惠券：满 459 元减 70 元，满 918 减 20 2) 满 274 元送 1 件赠品（帆布袋） 3) 满 399 元送 1 件赠品（1 号霜小样*10）

资料来源：夸迪天猫旗舰店，夸迪京东自营店，夸迪抖音官方旗舰店，润百颜天猫旗舰店，润百颜京东自营店，米蓓尔天猫旗舰店，米蓓尔抖音官方旗舰店，米蓓尔京东自营店，申港证券研究所

华熙生物今年“3.8”大促较去年优惠力度加大。此次，华熙生物旗下有 7 款产品选入李佳琦直播间，2022 年“3.8”大促仅有 3 款。优惠力度方面，华熙生物赠品赠送力度较去年“3.8”大促有全面的提升，整体优惠力度与去年双十一持平。旗下有两款产品（夸迪熬夜嫩盈透面膜和米蓓尔轻龄紧致修护面膜）优惠力度优于双十一，较去年“3.8”大促力度全面提升。

表11：超头“3.1”美妆直播间——华熙物预售概览

公司	品牌	产品	2023 年三八节预售		2022 年三八节预售		2022 年双十一预售	
			赠品	到手价（元）	赠品	到手价（元）	赠品	到手价（元）
华熙生物	夸迪	夸迪恶油次抛 30ml	同款恶油次抛(1.5ml*5 支)*3+正装高光面膜(5 片/盒)*1 盒+正装-水活 喷 150ml*1 瓶	368	无	无	冻干面膜 5 片*1 盒+恶油次抛 1.5ml*5+3 支 装*3 盒+水活喷雾 150ml*1 瓶	368
		夸迪动能支撑面霜 50g	同款正装动能支撑面膜 + 同款动能支撑面霜	398	同款面霜 50g、恶油次抛 2ml	398	同款正装 50g*1+同款小样 1g*10 片+战痘面膜 3 片+恶油次抛 1ml*2	398

1g*10 片							
50g	夸迪熬夜弹嫩盈透面膜	同款正装-熬夜弹嫩盈透面膜	228	无	无	高光膜面膜*5 片	228/100g
		送面 50g1 热+正装-高					
		光面膜(5 片/盒)*1 盒					
	夸迪水油双锁花萃润透面	同款正装一双仓面(5	268	无	无	无	无
	膜(5 片/盒)*3 盒	片/盒)*1 盒+同款双仓					
		面膜*4 片					
米蓓尔	米蓓尔多元修护润养水	同款粉水 30ml+正装多	240	多重紧致精华 20g	160/200ml	同款中样 30ml*3+4D 玻尿酸原液 18ml*1+	240
	[2.0]300ml	重紧致精华眼霜 20g*1				精华眼霜 20g*1	
		修护润养水[2.0]300ml					
		+正装米蓓尔复合肌精					
		华液 30ml*1					
110g	米蓓尔轻龄紧致修护面膜	同款-蓝绷带面膜 6g*1	128	同款 60g 二裂酵母修护液 18ml+	118	前: 同款正装*1+ 正装原液 18ml+正装水杨	236/110g
		+正装米蓓尔多效玻尿酸		面膜刷		酸原液 18ml 同款 6g*5+ 面膜刷	
		酸精华 30ml*1+紧致修					
		护面膜 110g+面膜刷*1					
	米蓓尔乳液面膜玻尿酸高	无	158	无	无	加上原装共 5 盒	158
	保湿乳液面膜(蓝)5 片*3						
	盒+靓润焕采乳液面膜						
	(粉)5 片*2 盒						

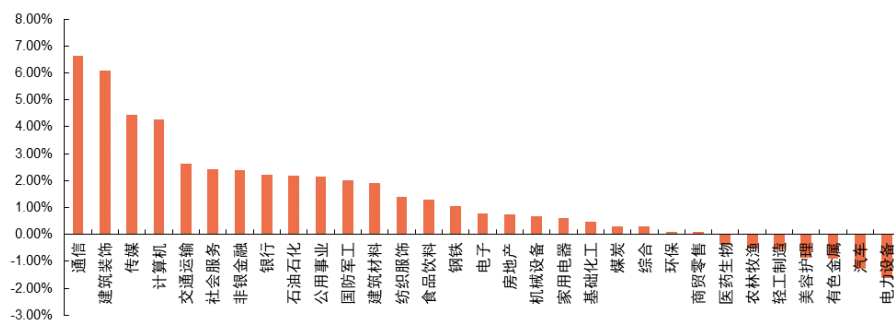
资料来源：李佳琦公众号，申港证券研究所（注：标红区域为优惠力度大于双十一的产品）

美妆赛道为各平台“3.8”大促的热门产品，建议关注龙头公司。当下，为冬春交替之际，消费者对美妆产品的需求会有小幅上涨，恰逢“3.8”大促，商家加大优惠力度。本次大促，天猫、京东、抖音等主流电商平台都创新了活动玩法，加大了优惠力度。此外，头部美妆公司针对不同的电商平台和价格区间都设置了不同的优惠活动，去吸引相应的消费人群，且龙头公司今年有更多产品选择加入李佳琦直播间。建议关注预售效果佳的【珀莱雅】，以及估值较低的【贝泰妮】、【华熙生物】。

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-0.55%，在申万 31 个一级行业中排名第 27，纺织服饰行业本周上涨 1.39%，在申万 31 个一级行业中排名第 13，美容护理行业本周下跌-0.85%，在申万 31 个一级行业中排名第 28。

图1：本周申万一级行业涨跌幅（%）



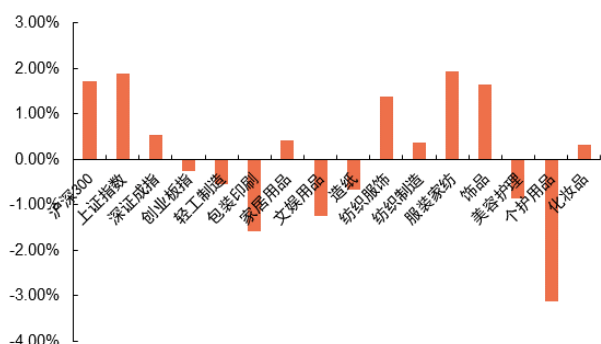
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

本周轻工制造行业指数下跌 0.55%，沪深 300 指数上涨 1.71%，轻工制造行业跑输大盘。在各子板块中，家居用品板块表现较好，上涨 0.41%，包装印刷板块表现相对较差，下跌 1.57%。年初至今，轻工制造行业指数上涨 11.73%，沪深 300 指数上涨 6.69%，轻工制造行业跑赢大盘。在各子板块中，家居用品板块表现较好，上涨 17.86%，文娱用品板块表现相对较差，上涨 3.64%。

本周纺织服饰行业指数上涨 1.39%，沪深 300 指数上涨 1.71%，纺织服饰行业跑输大盘。在各子板块中，服装家纺板块表现较好，上涨 1.93%，纺织制造板块表现相对较差，上涨 0.37%。年初至今，纺织服饰行业指数上涨 9.12%，沪深 300 指数上涨 6.69%，纺织服饰行业跑赢大盘。在各子板块中，服装家纺板块表现较好，上涨 10.45%，饰品板块表现相对较差，上涨 7.28%。

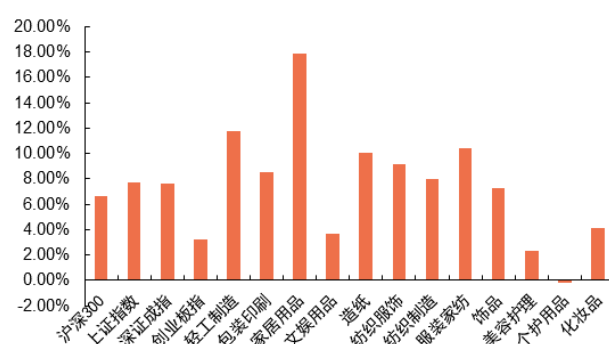
本周美容护理行业指数下跌 0.85%，沪深 300 指数上涨 1.71%，美容护理行业跑输大盘。在各子板块中，化妆品板块表现较好，上涨 0.33%，个护用品板块表现相对较差，下跌 3.11%。年初至今，美容护理行业指数上涨 2.30%，沪深 300 指数上涨 6.69%，美容护理行业跑输大盘。在各子板块中，化妆品板块表现较好，上涨 4.08%，个护用品板块表现相对较差，下跌 0.22%。

图2：本周市场涨跌幅（%）



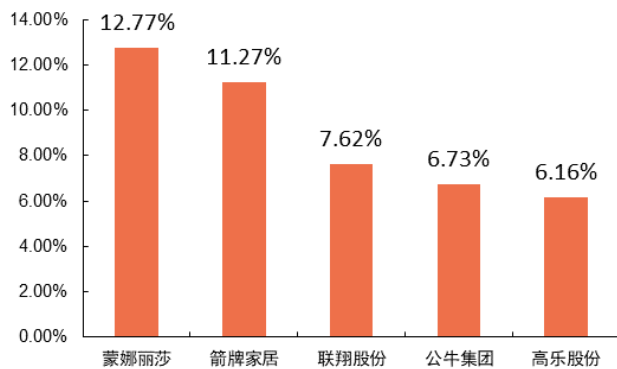
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图3：年初至今市场涨跌幅（%）

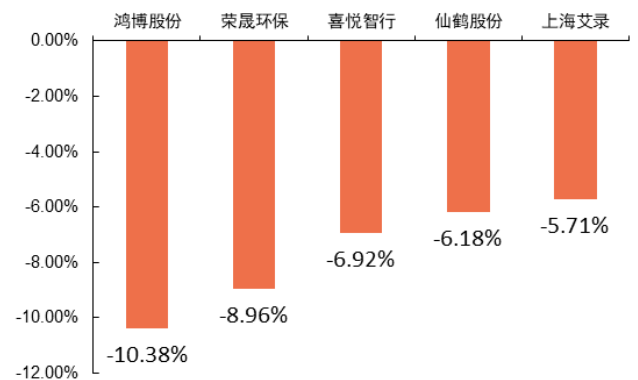


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

具体个股方面，本周轻工制造行业涨幅前五个股分别为蒙娜丽莎（12.77%）、箭牌家居（11.27%）、联翔股份（7.62%）、公牛集团（6.73%）、高乐股份（6.16%），跌幅前五个股分别为鸿博股份（-10.38%）、荣晟环保（-8.96%）、喜悦智行（-6.92%）、仙鹤股份（-6.18%）、上海艾录（-5.71%）。

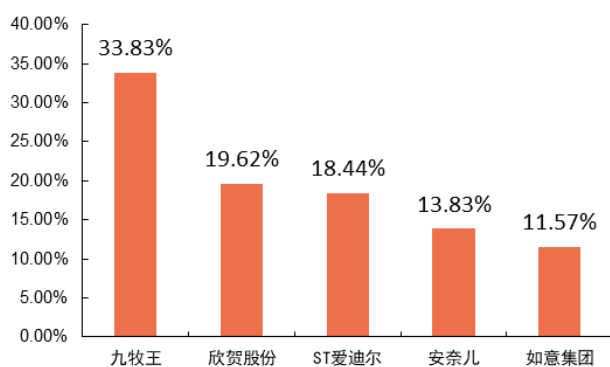
图4：轻工制造行业本周涨幅前五（%）


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

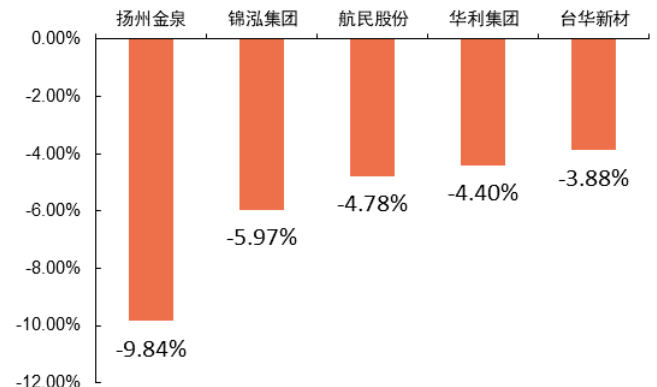
图5：轻工制造行业本周跌幅前五（%）


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

本周纺织服饰行业涨幅前五个股分别为九牧王（33.83%）、欣贺股份（19.62%）、ST爱迪尔（18.44%）、安奈儿（13.83%）、如意集团（11.57%），跌幅前五个股分别为扬州金泉（-9.84%）、锦泓集团（-5.97%）、航民股份（-4.78%）、华利集团（-4.40%）、台华新材（-3.88%）。

图6：纺织服装行业本周涨幅前五（%）


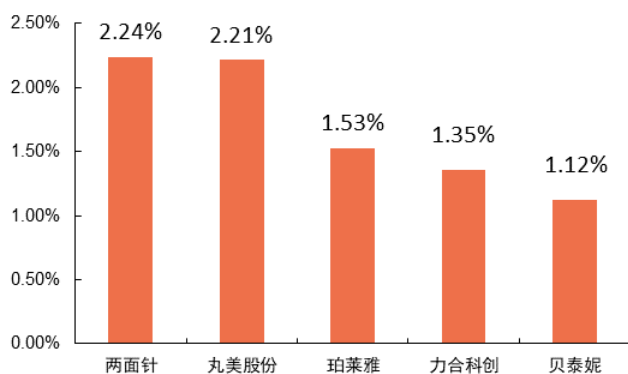
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图7：纺织服装行业本周跌幅前五（%）


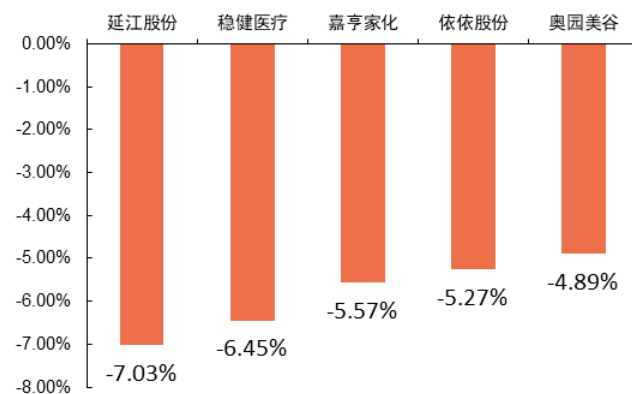
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

本周美容护理行业涨幅前五个股分别为两面针（2.24%）、丸美股份（2.21%）、珀莱雅（1.53%）、力合科创（1.35%）、贝泰妮（1.12%），跌幅前五个股分别为延江股份（-7.03%）、稳健医疗（-6.45%）、嘉亨家化（-5.57%）、依依股份（-5.27%）、奥园美谷（-4.89%）。

图8：美容护理行业本周涨幅前五（%）
图9：美容护理行业本周跌幅前五（%）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所



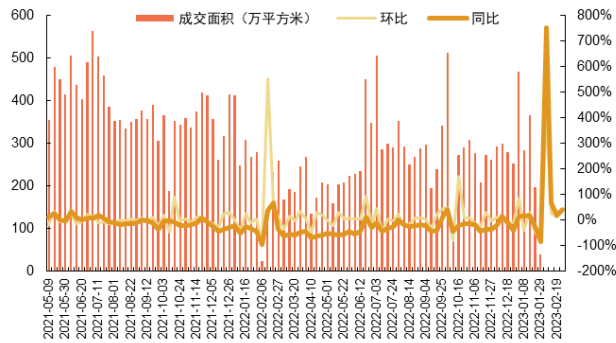
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

3. 行业数据追踪

3.1 家具

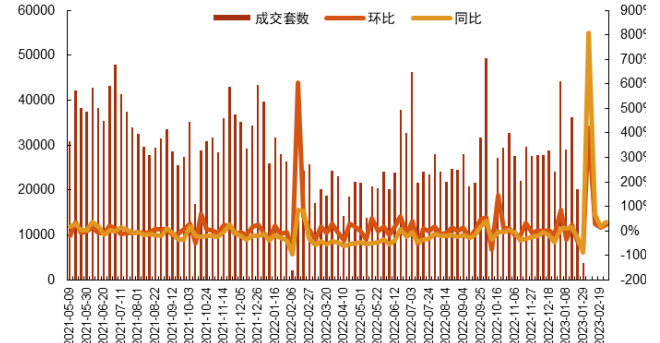
3.1.1 商品房成交数据

图10: 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: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

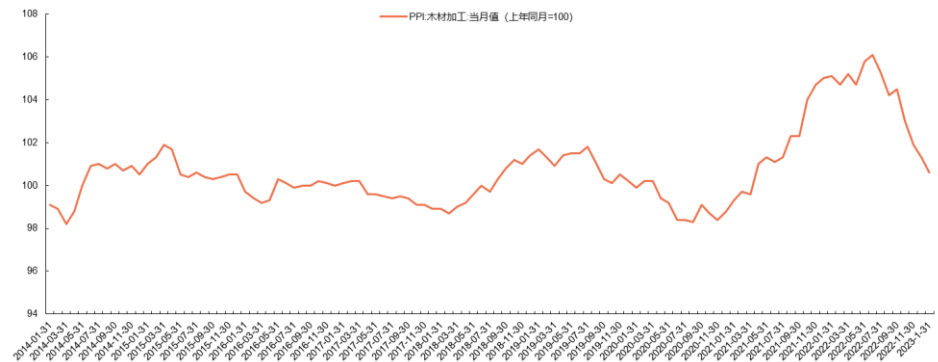
图11: 30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

3.1.2 原材料数据

图12: 商品价格指数:木材 (去年同月=100)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

图13: 国内 TDI 市场价 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

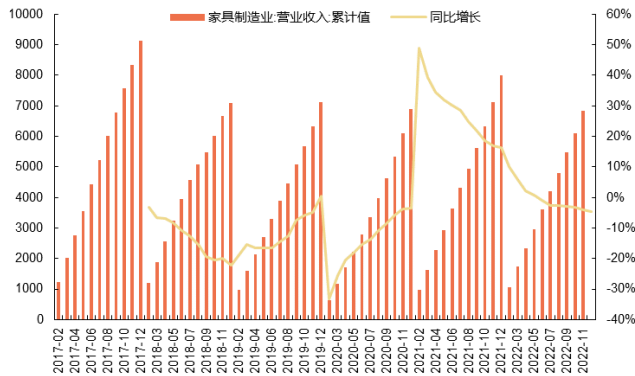
图14: 国内 MDI 市场价 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

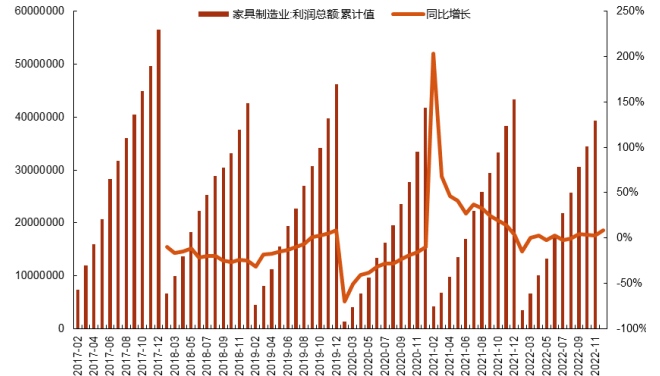
3.1.3 家具制造业月度数据

图15：全国家具制造业累计营业收入（万元）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图16：全国家具制造业累计利润总额（万元）

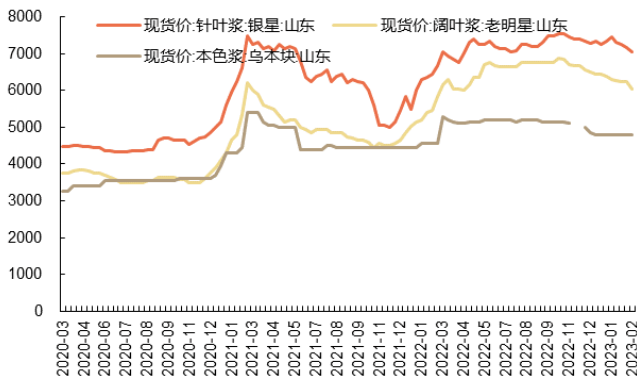


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

3.2 造纸及包装

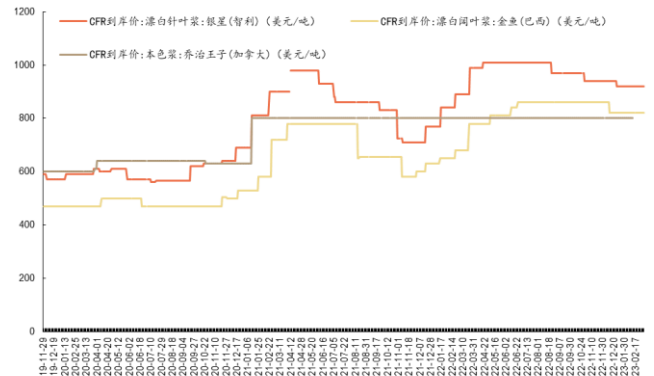
3.2.1 原材料价格

图17：国内纸浆现货价格（元/吨）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

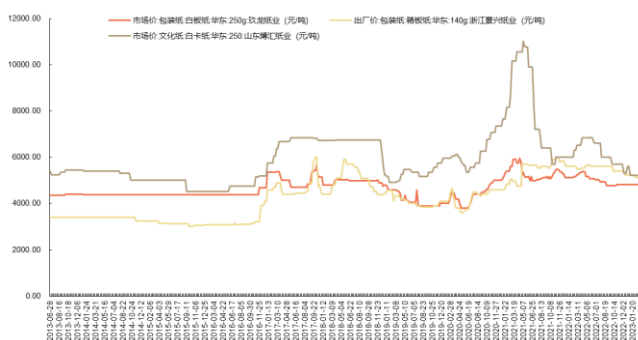
图18：国际纸浆外盘价格（美元/吨）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

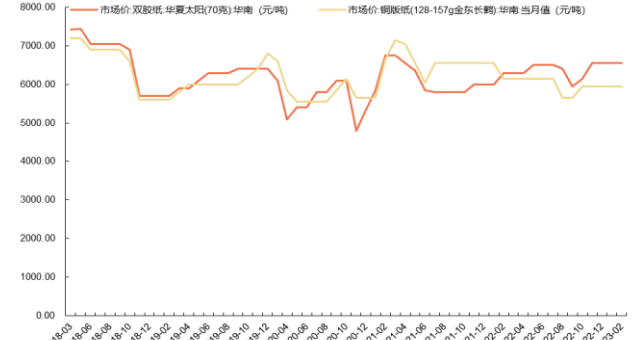
3.2.2 成品纸价格

图19：包装纸市场价格（元/吨）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

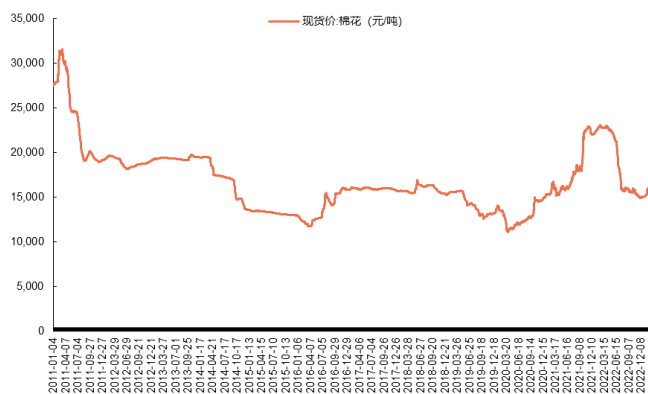
图20：文化印刷纸市场价格（元/吨）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

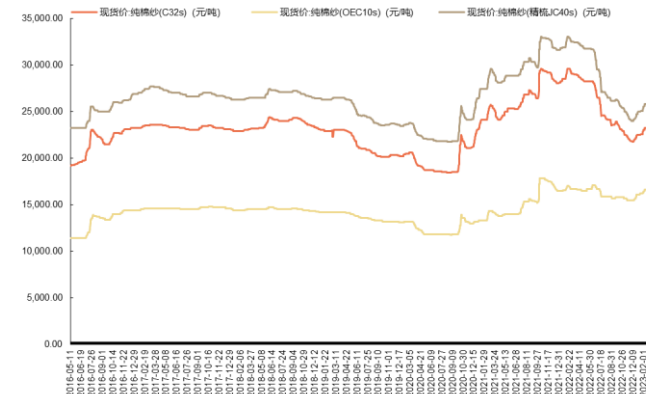
3.3 纺织服装

图21：国内棉花市场价格（元/吨）



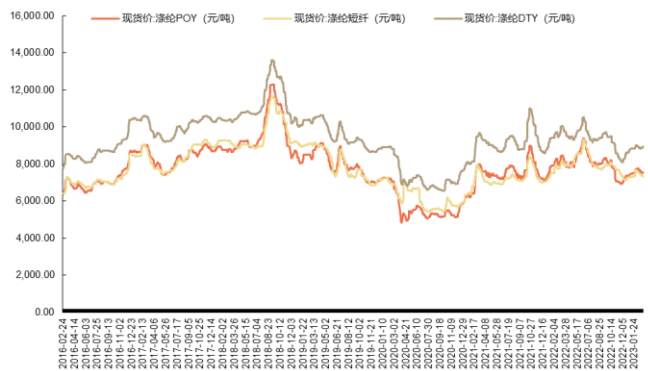
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图22：国内纱线市场价格（元/吨）



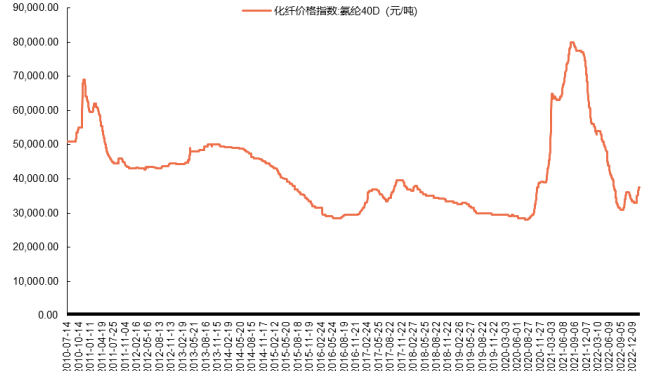
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图23：国内涤纶市场价格（元/吨）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图24：国内氨纶锦纶市场价格（元/吨）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

4. 重要新闻及公司公告

4.1 新闻

4.1.1 印度纸厂期待订单出口中国

据纸业网消息，鉴于中国疫情好转，其可再次从印度进口牛皮纸。近期，印度制造商和废纸供应商受到牛皮纸出口大幅下降的影响。2022 年，回收的纸张成本降至最低，每公斤 17 卢比至 19 卢比不等。

印度废纸贸易协会（IRPTA）主席 Naresh Singhal 先生表示，“随着天气条件的改善，成品牛皮纸和废纸需求的市场趋势表明了 2 月 6 日之后牛皮纸的销售方向。”

Singhal 先生还表示，与 2022 年 12 月的订单相比，印度牛皮纸厂，尤其是来自古吉拉特邦和印度南部的牛皮纸厂，预计以更高的价格出口到中国。

根据 Fastmarkets 的纸浆和造纸周 (P&PW) 1 月 18 日的价格调查和市场报告显示, 由于东南亚的再生纸浆厂在年初寻求更多造纸纤维, 一月份废旧瓦楞纸箱 (OCC) 的需求增加, 但再生棕浆 (RBP) 的净到岸价连续三个月保持在 340 美元/吨。供应满足市场需求。

一些卖家称, 一月份再生棕浆交易价格较高, 对中国的到岸价格小幅上涨至 360-340 美元/吨。然而, 大多数卖家表示, 对中国的到岸价格不变, 依旧保持 340 美元/吨。

1 月 1 日, 中国下调了 1020 种商品的进口税, 包含 67 种纸张和纸加工产品。其中包括瓦楞纸、再生箱板纸、原生和再生纸箱, 以及涂布和非涂布化学浆纸。中国已决定在今年年底之前免除对这些等级的进口产品征收 5-6% 的标准最惠国 (MFN) 关税。

牛皮纸厂已于 2023 年 1 月 31 日再次宣布每公斤上涨 1 卢比的消息。班加罗尔及周边地区的造纸厂回收的牛皮纸废纸的价格目前为每千克 17 卢比。

4.1.2 进口纱：船货成交较冷清 混纺纱出货有起色

据中国棉花网消息, 据广东、江浙等地部分棉纺贸易企业反馈, 2 月下旬以来沿海地区织布厂及消费终端对远月船货印度纱、巴基斯坦纱、越南纱、乌兹别克斯坦纱等的询价/订货持续清淡, 只有少量 OE 纱成交; 而目前港口现货除 OE8S-OE16S 等粗支纱的出货相对较快外, C21-C40S 环锭纺及精梳纱表现都不理想, 尤其印度产 JC40-JC60S 棉纱几乎“门可罗雀”, 部分专营印度中高支棉纱的中间商甚至一周多没有开张。

杭州某轻纺进出口公司表示, 一方面近期印度国内棉纱消费需求反弹, 纱厂降库存明显, 因此要求国外买家提前 2 个月左右下单; 而巴基斯坦外汇危机的警报并没有解除, 银行大多仍拒接信用证业务, 不利于进口, 因此国内布厂、贸易商对印巴纱并不十分感冒; 另一方面 2 月份以来人民币持续贬值对棉花、棉纱进口业务的影响也不容低估。据统计, 整个 2 月份人民币对美元即期汇率合计下跌了 1821 个基点, 跌幅达到了 2.69%, 人民币对美元中间价累计下跌了 1915 个基点, 跌幅达到了 2.83%。对于中国采购商而言, 棉纱进口成本上升比较明显。另外, 春节以来, 新增出口纺服订单仍以短单、散单、补库居多, 预期中的溯源大单、长单比较稀少, 织造、服装企业迅速下调棉纱等原料补库力度, 随用随买、看单采购又成操作主流。

从调查来看, 自 2023 年 1 月份以来, 国内布厂、贸易商等买家对进口混纺纱的询价、采购热情要明显高于纯棉纱线 (主要是印尼、越南等产地的涤棉纱、涤粘纱及棉粘纱), 对棉纱的替代性不断增强。近日, 由于内销订单回暖, 进口纱到港量低, 导致棉粘纱供应偏紧, 江浙市场成交比较火爆, 价格也连续走高, 引发棉纱进口企业、国外纱厂的高度关注。据纸业网消息, 2023 年 1 月份, 全国工业生产者出厂价格同比下降 0.8%, 环比下降 0.4%; 工业生产者购进价格同比上涨 0.1%, 环比下降 0.7%。

4.2 公司公告

【锦泓集团】锦泓时装集团股份有限公司发布《关于变更回购股份使用比例的公告》

公司通过集中竞价交易方式累计回购公司股份数量 9,018,700 股,占公司总股本比例的 3.57%。成交的最低价格为 4.86 元/股,最高价格为 5.88 元/股,使用资金总额 49,831,420.34 元(不含交易费用)。

【奥瑞金】奥瑞金科技股份有限公司发布《关于投资建设新能源电池精密结构件项目的公告》。2022 年,公司与北京卫蓝新能源科技有限公司共同出资设立合资控股公司北京市蓝鹏瑞驰科技有限公司并签署合作协议。基于双方的合作意向,公司拟自筹资金在山东枣庄市投资建设新能源精密电池结构件项目,项目总投资额为人民币 20,037 万元,产品主要用于新能源汽车动力电池/储能电池。

【鸿博股份】鸿博股份有限公司发布《关于全资子公司为母公司提供担保的公告》。为满足公司经营发展需要,鸿博股份有限公司拟向华夏银行股份有限公司福州金融街支行申请综合授信额度不超过 12,000 万元,其中敞口额度 6,000 万元由公司全资子公司重庆市鸿海印务有限公司为公司提供连带责任保证担保,担保期限三年。

【锦盛新材】浙江锦盛新材料股份有限公司发布《离任董监高持股及减持承诺事项的说明》。段刘滨先生原定任期为 2022 年 11 月 23 日至第三届董事会任期届满之日止。截至本公告披露日,段刘滨先生未直接持有公司股份,通过绍兴锦盛企业管理咨询合伙企业(有限合伙)间接持有公司股份 112,500 股,占公司总股本的 0.075%,其配偶及其他直系家属未持有公司股份,不存在应当履行而未履行的承诺事项。

【东鹏控股】广东东鹏控股股份有限公司发布《关于取得发明专利证书的公告》。广东东鹏控股股份有限公司及控股子公司于近日取得由国家知识产权局颁发的 4 项发明专利证书。截至本公告日,公司及控股子公司、孙公司现有各类型有效专利 1499 项,其中包括发明专利 314 项。

【开润股份】安徽开润股份有限公司发布《关于全资子公司与专业投资机构合作投资的公告》。安徽开润股份有限公司全资子公司宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)于 2023 年 3 月 1 日与上海尊鸿资产管理有限公司、深圳云沐投资合伙企业(有限合伙)签署了《深圳云沐投资合伙企业(有限合伙)入伙协议》,与上海尊鸿签署了《深圳云沐投资合伙企业(有限合伙)之认购协议书》,使用自有资金 200 万元认缴深圳云沐合伙企业的合伙份额。

【丰林集团】广西丰林木业集团股份有限公司发布《关于调整组织架构的公告》。为全面协调公司各子公司的机电业务,进一步提升机电、安环等重要生产保障环节的运营效率,公司在原安环部的职能基础上,增设机电业务的组织管理与服务功能,调整公司原“安环部”为“机电安环部”,以满足各子公司的生产保障需求。本次组织架构调整是对公司内部机构的调整,不会对公司生产经营活动产生重大影响。

5. 风险提示

疫情反复风险,行业竞争加剧风险。

分析师介绍

孔天祚，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