

线下消费场景复苏 关注男装龙头企业

——轻纺美妆行业周报

申港证券
SHENGANG SECURITIES

投资摘要:

每周一谈: 线下消费场景复苏 关注男装龙头企业

- ◆ 预计中国男装市场规模 2023 年大幅增长。根据萝卜投资数据库, 2021 年我国男装市场零售额 850 亿美元, 2022 年预期下降至 793 亿美元, 2023 年随着国内疫情政策放开, 预期我国男装市场零售额 995 亿美元, 较 2022 年大幅上涨 25%。而后 2024-2026 年期间预期市场规模增速均在 3% 以上, 高于疫情前复合增速。
- ◆ 男装行业集中度稳步提升, 但仍有空间。根据前瞻产业研究院数据, 2011-2020 年中国男装行业集中度稳步提升。根据观研报告网数据, 历年来, 我国男装市场 CR5 集中度在美国 CR5 集中度一半左右, 2021 年我国男装市场 CR5 集中度 12%, 美国男装市场 CR5 集中度 25.9%, 集中度有较大提升空间。
- ◆ 美国解封后的男装 CPI 指数达到 8 年来高位。2021 年 4 月, 美国就开始逐步对疫情放开了。在放开一年后, 到了 2022 年 3 月 2 日, 美国白宫发布了一项称为“National COVID-19 Preparedness Plan”(国家 COVID-19 准备计划)的新冠战略, 旨在引导美国进入“New Normal”(新常态), 宣布与病毒共存。根据美国男装 CPI 指数来看, 2021 年起就呈现波动回升趋势, 而在 2022 年 3-4 月份也达到了疫情以来乃至近 8 年来的最高值。
- ◆ 商务出行修复将促进男装消费。根据国家统计局, 出行类相关服务消费加快恢复。今年春节假期期间(1 月 21 日至 27 日), 全国铁路、公路、水路、民航共发送旅客约 2.3 亿人次, 比上年春节假期增长 71.2%; 国内旅游出游达 3 亿人次, 增长 23.1%, 已恢复至 2019 年同期的近九成。出行中占比最大的两类即为旅游出行和商务出行, 由此男装消费在沉寂了三年之久后有强烈迸发的趋势。根据天猫淘宝的男装销售额月度数据来看, 每年 2 月份是销售额低谷, 但 2023 年 2 月份销售额较 2022 年 2 月同比增加 17.88%, 较 2021 年 2 月同比增加 15%, 较疫情前的 2019 年 2 月同比增加 51.18%。
- ◆ 疫情后居民消费行为更趋理性。凯度消费者指数的每周快报分析表明, 12 月经历大规模感染冲击后, 全国主要城市的消费均在感染达峰后快速呈现反弹趋势。随着人们的生活回归常态, 跨省市和区域的流动性增加, 家外消费和线下客流也在逐步恢复。凯度消费者指数和贝恩公司之前联合发布的 2022 中国购物者报告认为, 疫情和全球经济动荡导致的不确定性仍然存在, 消费者对价格的敏感度不断提高, 更注重性价比, 与此同时消费信心仍有待进一步修复。
- ◆ 优衣库在日本九十年代经济泡沫后仍快速发展。上个世纪九十年代, 日本经济泡沫破灭, 陷入了漫长的经济低谷。1995-2012 年, 日本名义 GDP 不升反降。在此经济背景下, 日本的人均鞋服支出下降, 但优衣库销售额和店铺数量均快速上涨, 除了得益于优衣库产品的质量把控, 优衣库的高性价比定位也促进公司逆势发展。
- ◆ 建议关注男装行业龙头企业。后疫情时代, 线下消费回暖, 商务出行大增, 男装行业弹性更强。疫情期间出清很多小企业, 行业集中度提升, 利好龙头企业。参看国外疫情后消费水平及日本历史上优衣库的发展路径, 和国内疫情三年居民消费习惯的变化, 建议关注男装行业具有规模优势及性价比的【海澜之家】。

市场回顾(3 月 13 日-3 月 17 日):

在申万一级行业中, 轻工制造行业本周下跌 1.70%, 在申万 31 个一级行业中排名第 21, 跑输大盘, 在各子板块中, 造纸板块表现较好, 上涨 0.15%, 家居用品板块表现最差, 下跌 3.43%; 纺织服饰行业本周下跌 0.63%, 在申万 31 个一级行业中排名第 16, 跑输大盘, 纺织制造板块下跌 1.28%, 服装家纺板块下跌 1.18%, 饰品板块上涨 2.10%; 美容护理行业本周下跌 2.12%, 在申万 31 个一级行业中排名第 25, 跑输大盘, 子板块中, 个护用品板块下跌 2.63%, 化妆品板块下跌 1.64%。

行业数据追踪:

敬请参阅最后一页免责声明

评级

增持(维持)

2023 年 03 月 19 日

孔天祯

分析师

SAC 执业证书编号: S1660522030001

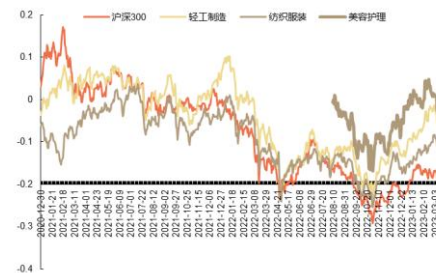
18624107608

kongtiany@shgsec.com

行业基本资料

轻工行业股票家数	155
纺织行业股票家数	115
美妆行业股票家数	29
轻工行业平均市盈率	37.34
纺织行业平均市盈率	32.95
美妆行业平均市盈率	55.96
市场行业平均市盈率	11.96

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《知名彩妆护肤企业毛戈平再次申报上市》2023-03-12
- 2、轻纺美妆周报《“3.8”大促进行中 推荐关注美妆板块》2023-03-05
- 3、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》2023-02-26
- 4、轻纺美妆周报《婚庆需求释放 关注婚庆首饰相关企业》2023-02-19
- 5、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》2023-02-12
- 6、轻纺美妆周报《轻工、纺织、美妆行业 2022 年业绩预告总览》2023-02-05

证券研究报告

家具：本周 TDI 价格较上周有所下降，MDI 价格较上周有所下降。

纺织服装：3 月 17 日，棉花价格为 15268 元/吨，较上周上涨 1.84%；涤纶的价格有所下降。

投资策略：线下消费场景复苏，商务出行大增，建议关注男装龙头企业【比音勒芬】、【报喜鸟】及【海澜之家】。

风险提示：疫情反复风险，行业竞争加剧风险。

内容目录

1. 线下消费场景复苏 关注男装龙头企业.....	4
1.1 预计 23 年男装增速快 行业集中度提升	4
1.2 商务出行修复带动男装市场消费.....	5
1.3 疫情后“物美价廉”或成为消费主流	6
2. 本周行情回顾	7
3. 行业数据追踪	9
3.1 家具	9
3.1.1 商品房成交数据	9
3.1.2 原材料数据.....	9
3.1.3 家具制造业月度数据	10
3.2 造纸及包装	10
3.2.1 原材料价格.....	10
3.2.2 成品纸价格.....	11
3.3 纺织服装	11
4. 重要新闻及公司公告	12
4.1 新闻	12
4.1.1 近一年新低 纸浆价格加速回落 Q2 纸企利润有望修复	12
4.1.2 墨西哥对巴西铜版纸启动反倾销日落复审调查	12
4.2 公司公告	13
5. 风险提示	13

图表目录

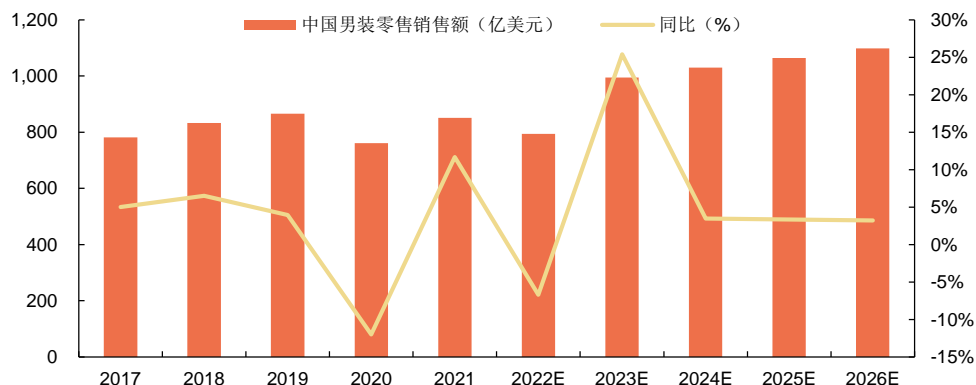
图 1: 中国男装市场规模及预测	4
图 2: 中国男装市场 CR10 和 CR5 历年上升	4
图 3: 中国 vs 美国男装市场 CR5 集中度	4
图 4: 2021 年中国男装公司市占率	5
图 5: 美国 CPI: 男装	5
图 6: 淘系平台男装销售额当月值 (亿元)	6
图 7: 1995-2001 年优衣库销售额 (亿日元)	6
图 8: 1995-2001 年优衣库店铺数量	6
图 9: 本周申万一级行业涨跌幅 (%)	7
图 10: 本周市场涨跌幅 (%)	7
图 11: 年初至今市场涨跌幅 (%)	7
图 12: 轻工制造行业本周涨幅前五 (%)	8
图 13: 轻工制造行业本周跌幅前五 (%)	8
图 14: 纺织服装行业本周涨幅前五 (%)	8
图 15: 纺织服装行业本周跌幅前五 (%)	8
图 16: 美容护理行业本周涨幅前五 (%)	9
图 17: 美容护理行业本周跌幅前五 (%)	9
图 18: 30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速	9
图 19: 30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速	9
图 20: 商品价格指数:木材 (去年同月=100)	9
图 21: 国内 TDI 市场价 (元/吨)	10
图 22: 国内 MDI 市场价 (元/吨)	10
图 23: 全国家具制造业累计营业收入 (万元)	10
图 24: 全国家具制造业累计利润总额 (万元)	10
图 25: 国内纸浆现货价格 (元/吨)	10
图 26: 国际纸浆外盘价格 (美元/吨)	10
图 27: 包装纸市场价格 (元/吨)	11
图 28: 文化印刷纸市场价格 (元/吨)	11
图 29: 国内棉花市场价格 (元/吨)	11
图 30: 国内纱线市场价格 (元/吨)	11
图 31: 国内涤纶市场价格 (元/吨)	11
图 32: 国内氨纶锦纶市场价格 (元/吨)	11

1. 线下消费场景复苏 关注男装龙头企业

1.1 预计 23 年男装增速快 行业集中度提升

预计中国男装市场规模 2023 年大幅增长。根据萝卜投资数据库，2021 年我国男装市场零售额 850 亿美元，2022 年预期下降至 793 亿美元，2023 年随着国内疫情政策放开，预期我国男装市场零售额 995 亿美元，较 2022 年大幅上涨 25%。而后 2024-2026 年期间预期市场规模增速均在 3% 以上，高于疫情前复合增速。

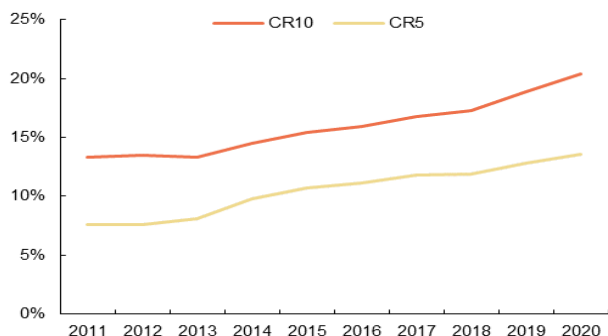
图1：中国男装市场规模及预测



资料来源：萝卜投资，申港证券研究所

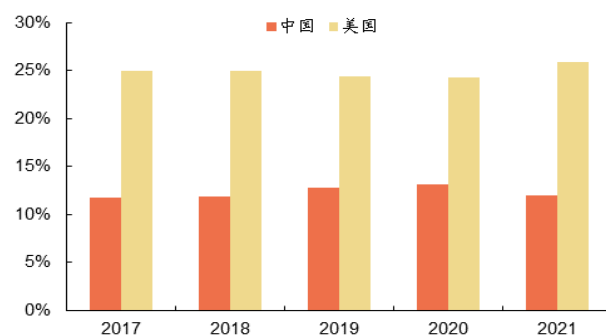
男装行业集中度稳步提升，但仍有空间。根据前瞻产业研究院数据，2011-2020 年中国男装行业集中度稳步提升。根据观研报告网数据，历年来，我国男装市场 CR5 集中度在美国 CR5 集中度一半左右，2021 年我国男装市场 CR5 集中度 12%，美国男装市场 CR5 集中度 25.9%，集中度有较大提升空间。

图2：中国男装市场 CR10 和 CR5 历年上升



资料来源：前瞻产业研究院，申港证券研究所

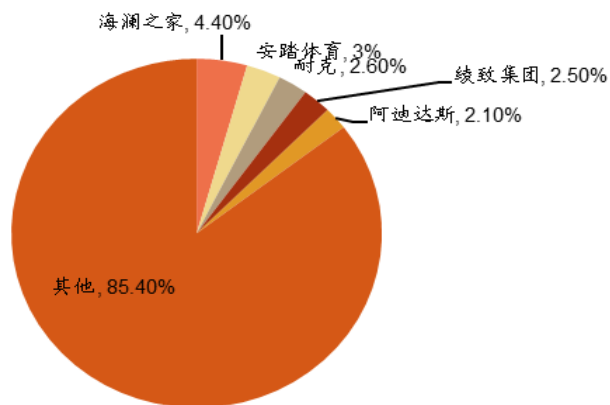
图3：中国 vs 美国男装市场 CR5 集中度



资料来源：观研报告网，申港证券研究所

海澜之家是国内男装绝对龙头，2021 年市占率 4.4%。根据华经产业研究院数据，2021 年，我国男装市场占有率最高的公司就是海澜之家，市占率 4.4%。其次是安踏体育占比 3%，耐克占比 2.6%，绫致集团（旗下拥有 VERO MODA，ONLY，JACK & JONES，selected 等品牌）占比 2.5%，阿迪达斯占比 2.1%。

图4：2021 年中国男装公司市占率

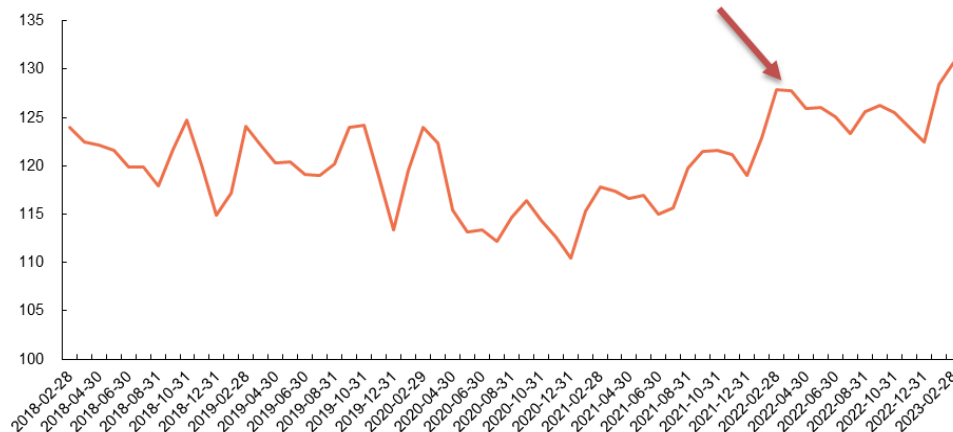


资料来源：华经产业研究院，申港证券研究所

1.2 商务出行修复带动男装市场消费

美国解封后的男装 CPI 指数达到 8 年来高位。2021 年 4 月，美国就开始逐步对疫情放开了。在放开一年后，到了 2022 年 3 月 2 日，美国白宫发布了一项称为“National COVID-19 Preparedness Plan”（国家 COVID-19 准备计划）的新冠战略，旨在引导美国进入“New Normal”（新常态），宣布与病毒共存。根据美国男装 CPI 指数来看，2021 年起就呈现波动回升趋势，而在 2022 年 3-4 月份也达到了疫情以来乃至近 8 年来的最高值。

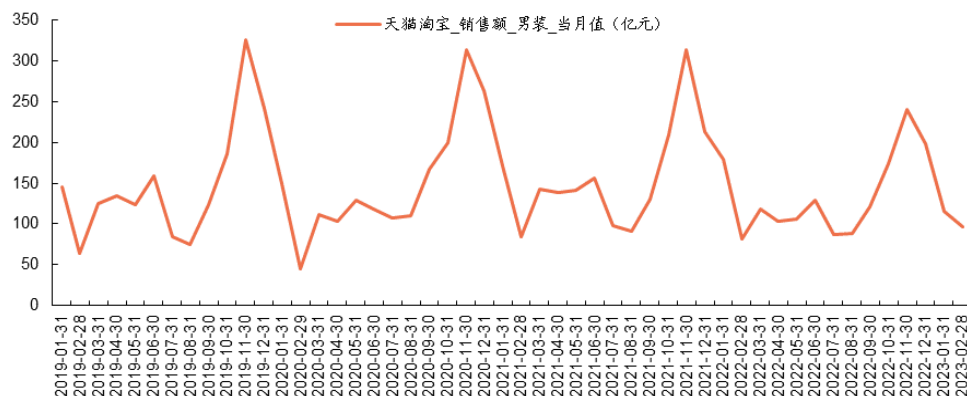
图5：美国 CPI：男装



资料来源：萝卜投资，申港证券研究所

商务出行修复将促进男装消费。根据国家统计局，出行类相关服务消费加快恢复。今年春节假期期间（1 月 21 日至 27 日），全国铁路、公路、水路、民航共发送旅客约 2.3 亿人次，比上年春节假期增长 71.2%；国内旅游出游达 3 亿人次，增长 23.1%，已恢复至 2019 年同期的近九成。出行中占比最大的两类即为旅游出行和商务出行，由此男装消费在沉寂了三年之久后有强烈迸发的趋势。根据天猫淘宝的男装销售额月度数据来看，每年 2 月份是销售额低谷，但 2023 年 2 月份销售额较 2022 年 2 月同比增加 17.88%，较 2021 年 2 月同比增加 15%，较疫情前的 2019 年 2 月同比增加 51.18%。

图6：淘系平台男装销售额当月值（亿元）



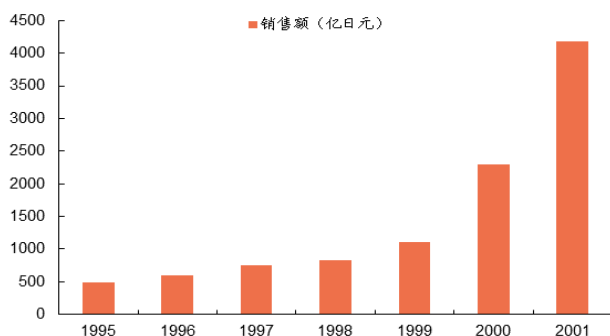
资料来源：萝卜投资，申港证券研究所

1.3 疫情后“物美价廉”或成为消费主流

疫情后居民消费行为更趋理性。凯度消费者指数的每周快报分析表明，12 月经历大规模感染冲击后，全国主要城市的消费均在感染达峰后快速呈现反弹趋势。随着人们的生活回归常态，跨省市和区域的流动性增加，家外消费和线下客流也在逐步恢复。凯度消费者指数和贝恩公司之前联合发布的 2022 中国购物者报告认为，疫情和全球经济动荡导致的不确定性仍然存在，消费者对价格的敏感度不断提高，更注重性价比，与此同时消费信心仍有待进一步修复。

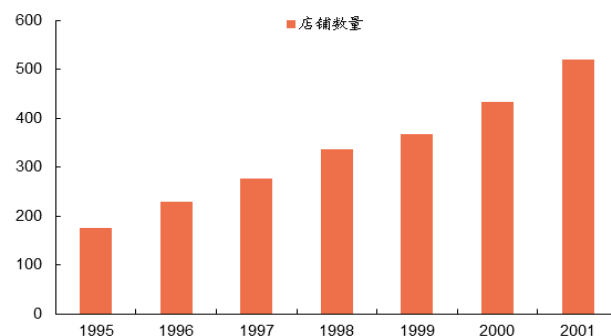
优衣库在日本九十年代经济泡沫后仍快速发展。上个世纪九十年代，日本经济泡沫破灭，陷入了漫长的经济低谷。1995-2012 年，日本名义 GDP 不升反降。在此经济背景下，日本的人均鞋服支出下降，但优衣库销售额和店铺数量均快速上涨，除了得益于优衣库产品的质量把控，优衣库的高性价比定位也促进公司逆势发展。

图7：1995-2001 年优衣库销售额（亿日元）



资料来源：百度文库，申港证券研究所

图8：1995-2001 年优衣库店铺数量



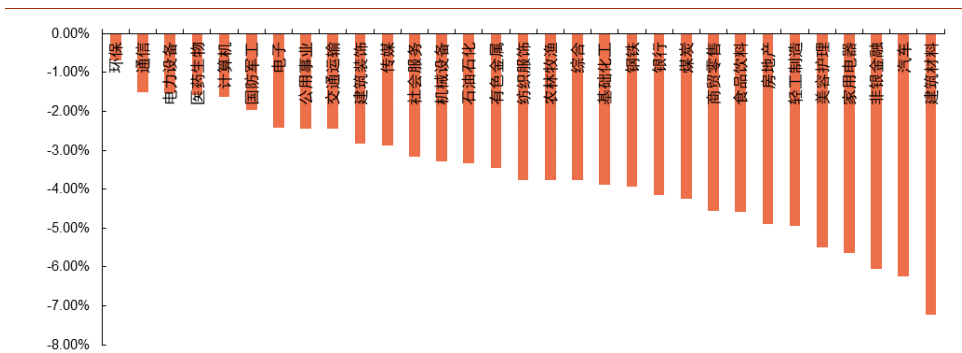
资料来源：百度文库，申港证券研究所

建议关注男装行业龙头企业。后疫情时代，线下消费回暖，商务出行大增，男装行业弹性更强。疫情期间出清很多小企业，行业集中度提升，利好龙头企业。参看国外疫情后消费水平及日本历史上优衣库的发展路径，和国内疫情三年居民消费习惯的变化，建议关注男装行业具有规模优势及性价比的【海澜之家】。

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-1.70%，在申万 31 个一级行业中排名第 21，纺织服饰行业本周下跌-0.63%，在申万 31 个一级行业中排名第 16，美容护理行业本周下跌-2.12%，在申万 31 个一级行业中排名第 25。

图9: 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 1.70%，沪深 300 指数下跌 0.21%，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 0.15%，家居用品板块表现相对较差，下跌 3.43%。年初至今，轻工制造行业指数上涨 4.39%，沪深 300 指数上涨 2.25%，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 6.03%，文娱用品板块表现相对较差，下跌 0.53%。

本周纺织服饰行业指数下跌 0.63%，沪深 300 指数下跌 0.21%，纺织服饰行业跑输大盘。在各子板块中，饰品板块表现较好，上涨 2.10%，纺织制造板块表现相对较差，下跌 1.28%。年初至今，纺织服饰行业指数上涨 4.36%，沪深 300 指数上涨 2.25%，纺织服饰行业跑赢大盘。在各子板块中，饰品板块表现较好，上涨 7.21%，纺织制造板块表现相对较差，上涨 1.94%。

本周美容护理行业指数下跌 2.12%，沪深 300 指数下跌 0.21%，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 1.64%，个护用品板块表现相对较差，下跌 2.63%。年初至今，美容护理行业指数下跌 5.37%，沪深 300 指数上涨 2.25%，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 2.26%，个护用品板块表现相对较差，下跌 6.85%。

图10: 本周市场涨跌幅 (%)

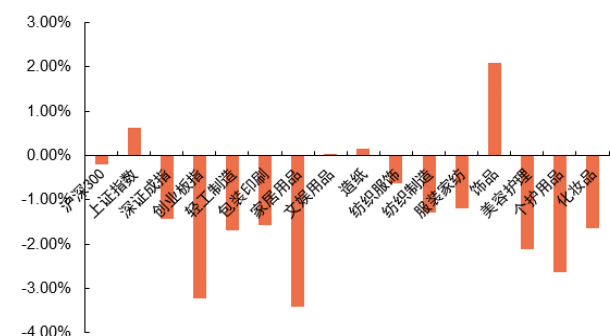
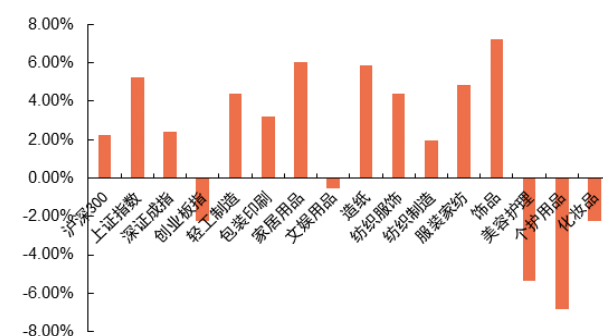


图11: 年初至今市场涨跌幅 (%)

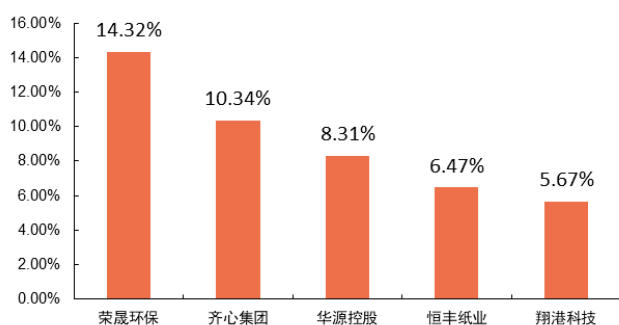


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

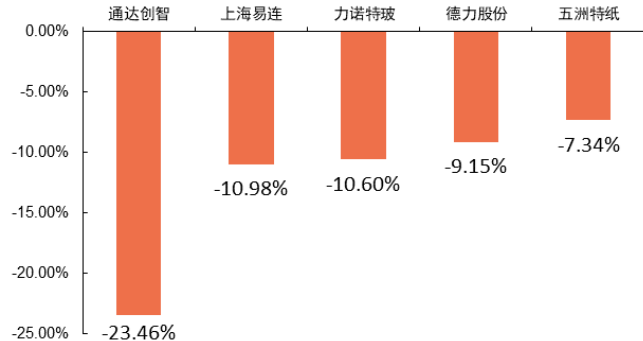
具体个股方面，本周轻工制造行业涨幅前五个股分别为荣晟环保（14.32%）、齐心集团（10.34%）、华源控股（8.31%）、恒丰纸业（6.47%）、翔港科技（5.67%），跌幅前五个股分别为通达创智（-23.46%）、上海易连（-10.98%）、力诺特玻（-10.60%）、德力股份（-9.15%）、五洲特纸（-7.34%）。

图12：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

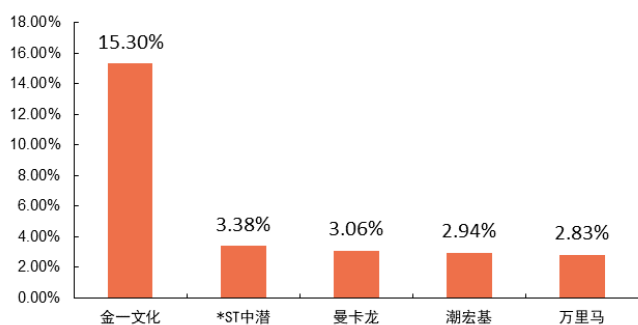
图13：轻工制造行业本周跌幅前五（%）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

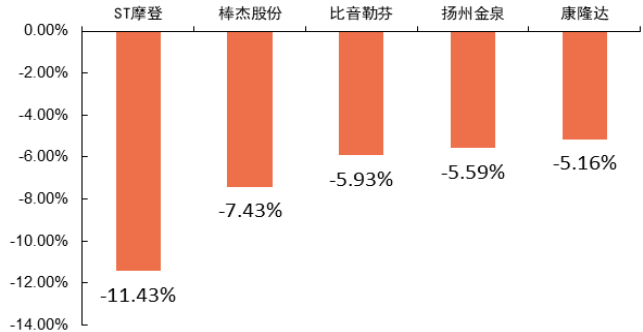
本周纺织服饰行业涨幅前五个股分别为金一文化（15.30%）、*ST 中潜（3.38%）、曼卡龙（3.06%）、潮宏基（2.94%）、万里马（2.83%），跌幅前五个股分别为 ST 摩登（-11.43%）、棒杰股份（-7.43%）、比音勒芬（-5.93%）、扬州金泉（-5.59%）、康隆达（-5.16%）。

图14：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

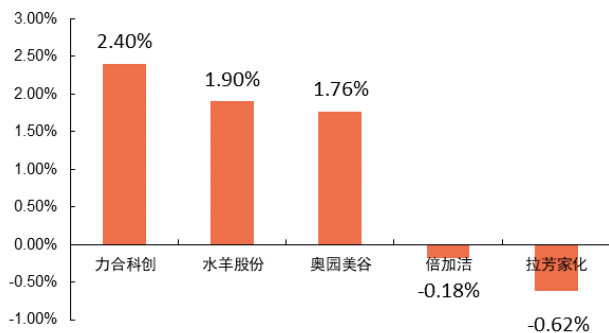
图15：纺织服装行业本周跌幅前五（%）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

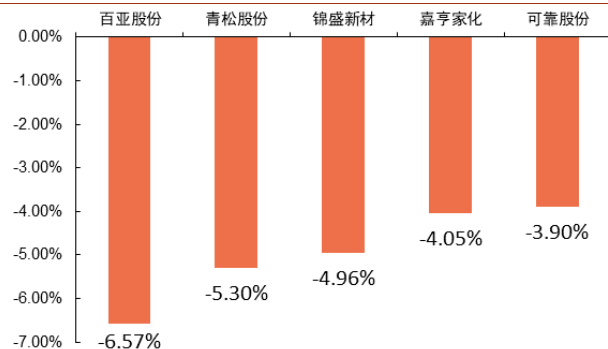
本周美容护理行业涨幅前五个股分别为力合科创（2.40%）、水羊股份（1.90%）、奥园美谷（1.76%）、倍加洁（-0.18%）、拉芳家化（-0.62%），跌幅前五个股分别为百亚股份（-6.57%）、青松股份（-5.30%）、锦盛新材（-4.96%）、嘉亨家化（-4.05%）、可靠股份（-3.90%）。

图16: 美容护理行业本周涨幅前五(%)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

图17: 美容护理行业本周跌幅前五(%)



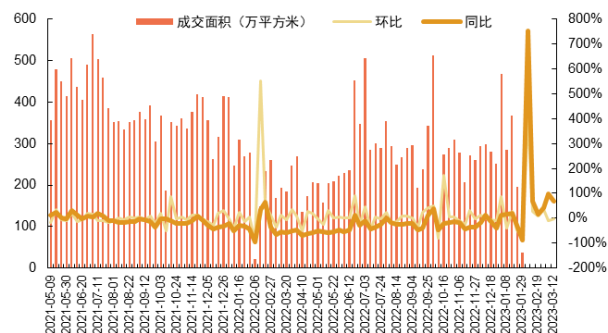
资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

3. 行业数据追踪

3.1 家具

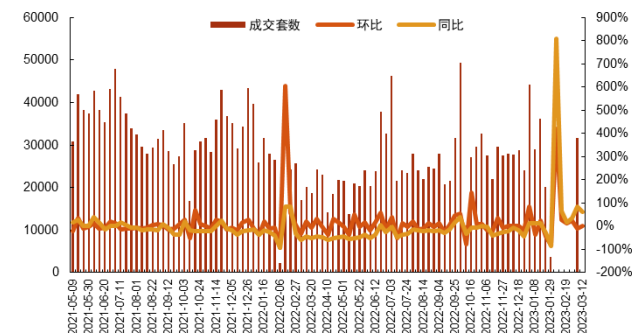
3.1.1 商品房成交数据

图18: 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

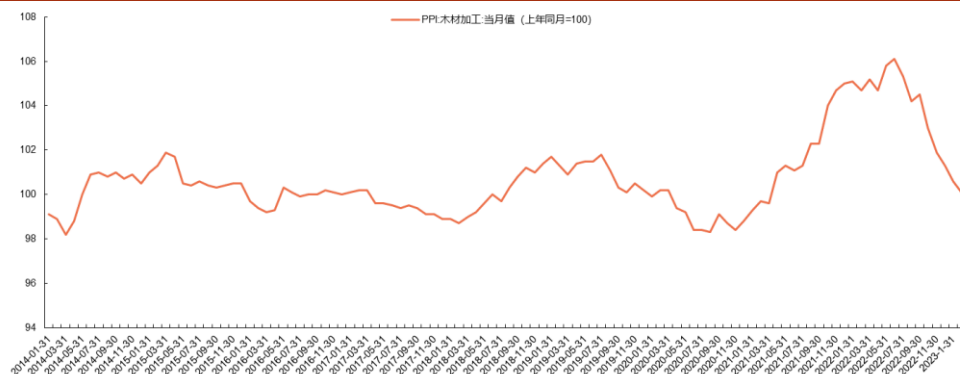
图19: 30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

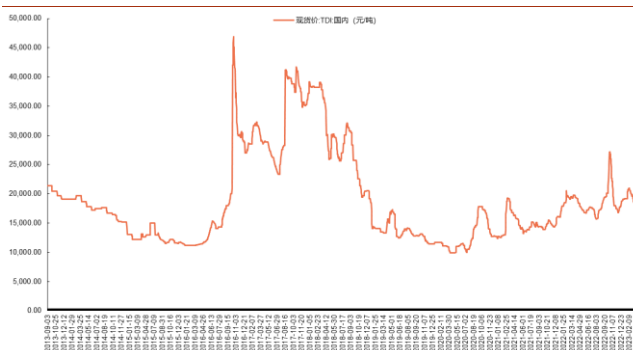
3.1.2 原材料数据

图20: 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21: 国内 TDI 市场价 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

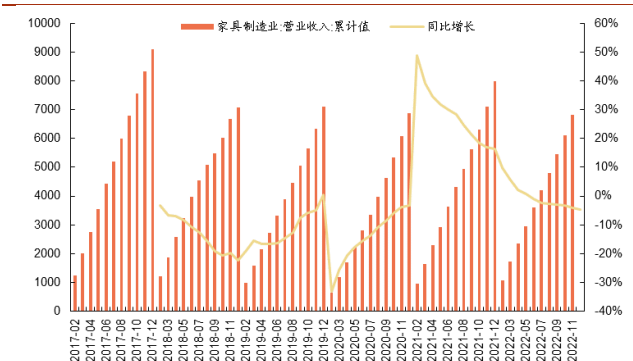
图22: 国内 MDI 市场价 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

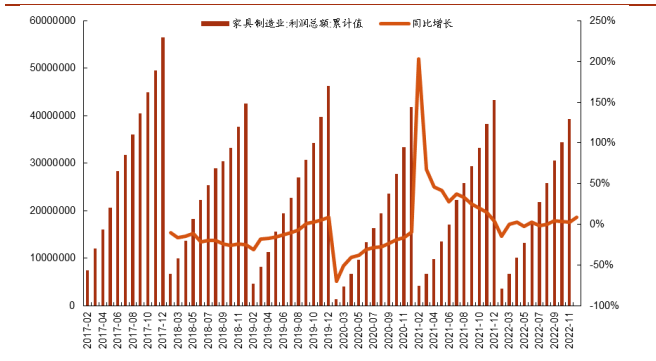
3.1.3 家具制造业月度数据

图23: 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24: 全国家具制造业累计利润总额 (万元)

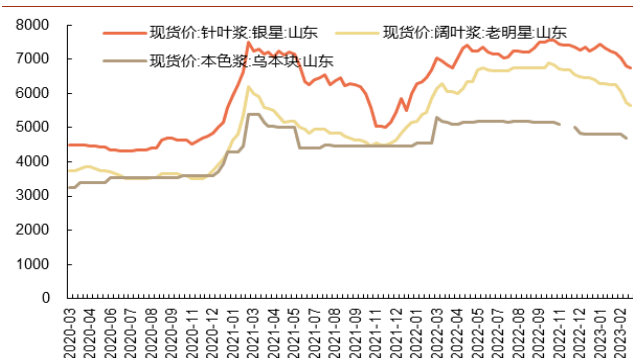


资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

3.2 造纸及包装

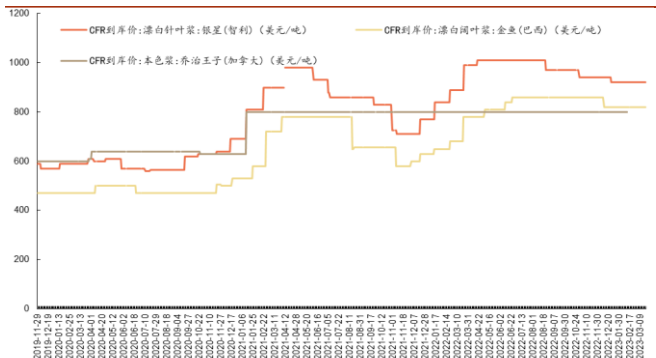
3.2.1 原材料价格

图25: 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

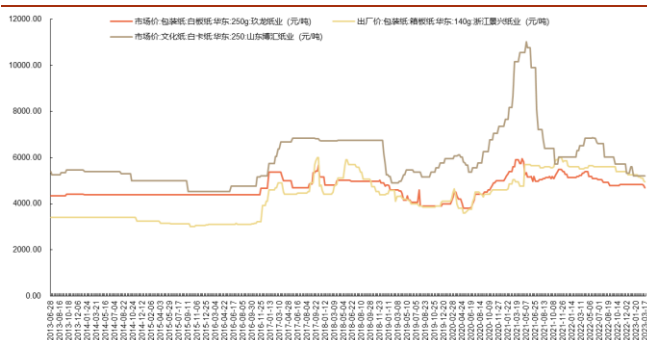
图26: 国际纸浆外盘价格 (美元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

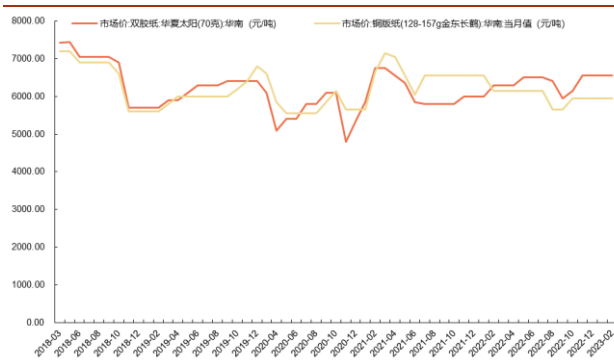
3.2.2 成品纸价格

图27：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28：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

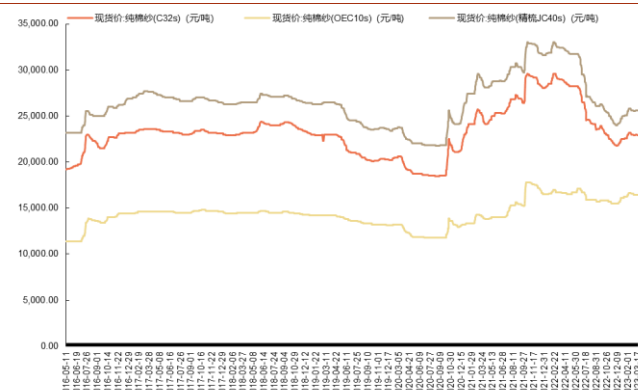
3.3 纺织服装

图29：国内棉花市场价格（元/吨）



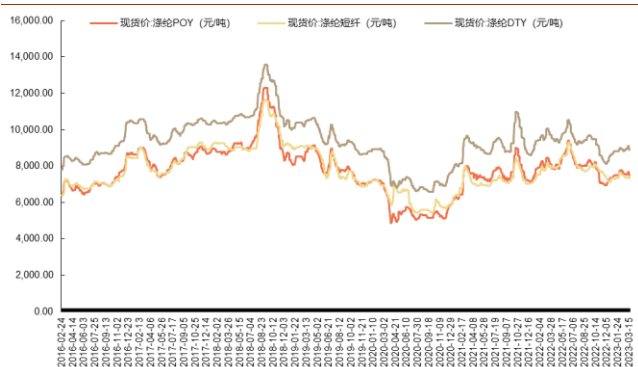
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图30：国内纱线市场价格（元/吨）



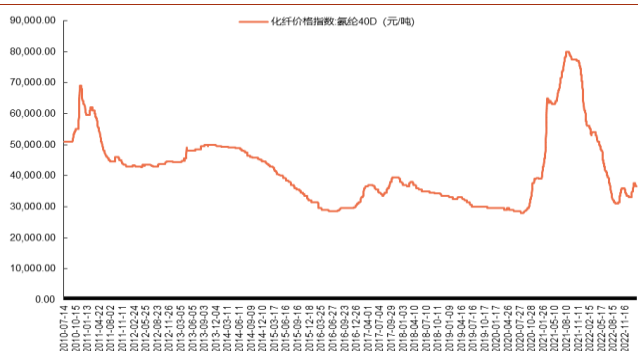
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图31：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32：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 近一年新低 纸浆价格加速回落 Q2 纸企利润有望修复

据纸业网消息，近日，纸浆加速下行，阔叶浆价格创近一年新低，为 Q2 造纸业利润修复提供了有力支撑。

阔叶浆现货价格自年后开始加速下滑，最新均价在 5500 元/吨左右，已经跌破去年同期价格，逼近 2022 年初 5000 元/吨关口。同期，针叶浆也有明显跌幅。考虑到纸企一般备有 1-3 个月纸浆库存，Q1 浆价下滑意味着纸企 Q2 成本端压力减轻。

库存方面，全球纸浆库存天数明显增长，已经超出供应平衡点，显示出出货速度明显减缓。消费端，北美、欧洲和国内市场都无明显回暖迹象，产能发运比数据继续下降。展望后市，在新产能陆续释放的共识下，市场普遍认为纸浆价格将继续下跌，因此提前备货的动力有限。

即将到来的 Q2 是国内造纸业传统淡季。卓创资讯方面表示，通过当前市场进行预判，4-6 月份整体偏淡，可能不会出现单边上扬纸种。财联社记者此前从一家大型纸企处了解到，当前需求比较疲弱，公司 2 月进行的提价落地难言顺利，需求端明显回暖可能要等 Q3。主要纸种中，白卡纸和生活用纸供需矛盾突出，文化纸相对平稳。

值得注意的是，“纸浆下跌改善造纸利润”的预期自 2022 年下半年浮现，已经演绎了较长时间。在此期间造纸板块主要个股亦有所表现。但受制于浆企停产、运力紧缺等突发情况频发，纸浆下跌拐点一再推后，纸企利润改善预期兑现节点也从今年 Q1 延至 Q2。

4.1.2 墨西哥对巴西铜版纸启动反倾销日落复审调查

据纸业网消息，2023 年 3 月 9 日，墨西哥经济部在官方公报发布公告，应墨西哥企业 Bio Pappel Scribe, S.A. de C.V. 申请，对原产于或进口自巴西的铜版纸（西班牙语：papel bond cortado）启动第二次反倾销日落复审调查。本案倾销调查期为 2022 年 1 月 1 日~2022 年 12 月 31 日，损害调查期为 2018 年 1 月 1 日~2022 年 12 月 31 日。涉案产品的 TIGIE 税号为 4802.55.99、4802.56.99 和 4823.90.99。公告自发布次日起生效，案件调查期间，现行反倾销税持续有效。

2011 年 10 月 11 日，墨西哥对巴西铜版纸启动反倾销调查。2013 年 3 月 11 日，墨西哥对该案作出肯定性终裁，正式对巴西铜版纸征收 37.78% 的反倾销税。2017 年 12 月 18 日，墨西哥对该案启动反规避调查。2019 年 1 月 28 日，墨西哥裁定原产于巴西的铜版纸通过改变形状以规避反倾销税，决定对铜版纸卷征收 37.78% 的反倾销税，涉案产品的 TIGIE 税号为 4802.55.01。

2018 年 3 月 5 日，墨西哥对巴西铜版纸反倾销案启动第一次日落复审调查。2019 年 3 月 25 日，墨西哥对该案作出第一次日落复审肯定性终裁，继续对涉案产品征收 37.78% 的反倾销税，自 2018 年 3 月 12 日起，有效期为五年，涉案产品的 TIGIE 税号为 4802.56.01 和 4823.90.99。据天章纸品消息，今年年初至今，随着

复工复产的节奏加快，多家造纸企业宣布涨价。

4.2 公司公告

【飞亚达】飞亚达精密科技股份有限公司发布《关于回购注销 2018 年 A 股限制性股票激励计划（第二期）部分限制性股票的公告》。因激励计划的 4 名原激励对象离职，已不符合激励条件，公司拟对 4 名原激励对象合计持有的、已获授但尚未解除限售的 146,740 股 A 股限制性股票进行回购注销。

【东风股份】汕头东风印刷股份有限公司发布《股东集中竞价减持股份计划公告》。东捷控股拟自公告披露之日起 15 个交易日后的 3 个月内，通过上海证券交易所集中竞价方式减持公司股份不超过 1,842.95 万股（约占公司总股本的 1%），以满足资产管理及投资需求。若减持计划期间内公司有送股、资本公积金转增股本、配股等股份变动事项，上述减持数量将相应进行调整。

【天创时尚】天创时尚股份有限公司发布《股东减持股份计划公告》。公司股东平潭尚拟于减持计划公告披露之日起 15 个交易日后的 3 个月内采用集中竞价交易方式减持不超过 4,196,900 股股份，即不超过公司总股本的 1%；拟于减持计划公告披露之日起 3 个交易日后的 3 个月内采用大宗交易方式减持不超过 8,393,900 股股份，即不超过公司总股本的 2%。

【悦心健康】上海悦心健康集团股份有限公司发布《关于 2022 年度计提资产减值准备及核销资产的公告》。上海悦心健康集团股份有限公司对 2022 年 12 月 31 日合并会计报表范围内的各类资产进行了全面清查、分析和评估，基于谨慎性原则，对可能发生资产减值损失的相关资产计提减值准备并核销部分资产。

【英联股份】广东英联包装股份有限公司发布《关于控股子公司取得高新技术企业证书的公告》。广东英联包装股份有限公司之控股子公司英联金属科技（扬州）有限公司于近日收到了江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》。

5. 风险提示

疫情反复风险，行业竞争加剧风险。

分析师介绍

孔天祯，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