



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

商务部确定 24 年为“消费促进年”，多家纺服公司业绩预喜

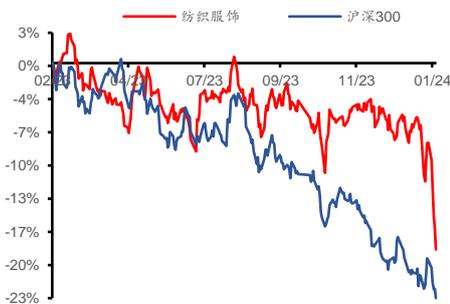
——轻工纺服行业周报（20240205-0216）

增持（维持）

行业： 纺织服饰
日期： 2024年02月18日

分析师： 杜洋
Tel: 021-53686169
E-mail: duyang@shzq.com
SAC 编号: S0870523090002

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《23 年纺织行业利润总额增长 7.2%，亚马逊 23Q4 业绩优于预期》

——2024 年 02 月 04 日

《LVMH23 年业绩创新高，家居出口企业订单排产向好》

——2024 年 01 月 28 日

《迪森特切入儿童运动赛道，始祖鸟母公司或下周登陆纽交所》

——2024 年 01 月 24 日

主要观点

行情回顾：期间（2024.02.05-2024.02.16，下同），A 股 SW 纺织服装行业指数上涨 0.66%，轻工制造行业上涨 1.19%，而沪深 300 上涨 5.83%，上证指数上涨 4.97%。纺织服装和轻工制造在申万 31 个一级行业中涨幅排名分别为第 29 位和第 25 位。

1) 纺织服装：24 年网络零售额开门红，A 股多家纺服上市公司业绩预喜。

商务部数据显示，2024 年 1 月 18 日至 2 月 6 日年货节期间，网络零售额接近 8000 亿元，比 2023 年农历同期增长 8.9%，实现 2024 年网络消费“开门红”。中国商业联合会数据显示，2024 年 2 月中国零售业景气指数为 51.2%，较上月上升 0.3 个百分点。

中国纺联流通分会景气数据显示，2024 年 1 月，全国纺织服装专业市场管理者景气指数上升，商户景气指数上升。2024 年 1 月，全国纺织服装专业市场管理者景气指数 53.39，较上月上升 3.23 个百分点；专业市场商户景气指数 50.93，较上月上升 0.13 个百分点。从数据分析来看总结以下几点：①市场经营业绩明显回升、②市场运行情况稳定向好、③商户经营业绩上升、④商户成本、库存压力仍然较大、⑤电商销售情况良好。

“国货潮品”登上年货市场 C 位，凝聚传统文化元素与现代生活消费。数据显示，年货节期间，抖音里带“#国潮”、“#新中式穿搭”话题的短视频播放量超过 5 亿。在大量优质国风短视频和直播间内容的推介下，新中式服装在抖音电商走红，同比增幅高达 2145%。在“抖音年货必买趋势金榜”上，国货的占比达到了七成，波司登在抖音商城的 GMV 环比增长达 616%（2024.01.13-01.28），其龙年限定款服饰成品牌热款。

近期，A 股纺织服装上市公司相继发布 2023 年业绩数据。东方财富 Choice 数据显示，截至 1 月 29 日，多家纺服公司发布 2023 年业绩预告。通过业绩预告可以看到，纺织服装市场需求正在逐渐增加，消费者对纺织服装行业的消费信心回升。业绩预增的企业可能在产品设计、品牌营销、渠道拓展等方面取得了较好的成绩，能够满足消费者的需求，提升了市场份额。预增的纺织服装上市公司包括报喜鸟、太平鸟、红豆股份、锦泓集团、众望布艺、七匹狼、森马服饰和乔治白等。除乔治白外，其他 7 家公司预计归母净利润增幅均超过 50%（含）。其中，锦泓集团公司预计 2023 年实现归母净利润约 2.85 亿元至 3.08 亿元，同比增加约 299%到 330%。此外，纺织服装市场的逐步回暖也带动了红蜻蜓、九牧王等 2 家企业加快业绩修复，实现扭亏为盈。

加拿大鹅公布了截至 2023 年 12 月 31 日的 2024 财年第三季度财务报告。财报显示，在截至 2023 年 12 月 31 日的第三财季内，加拿大鹅全

球收入增长 6% 至逾 6 亿加元，其中中国市场表现强劲，推动亚太地区收入大涨 62%，较上一季度的 13% 增幅进一步提升。财报显示，加拿大鹅在中国市场的全渠道销售额均实现增长，店铺客流量与 2022 年同期相比实现翻倍。在 12 月的寒冷天气推动下，派克大衣品类实现显著增长，“双 11” 销售额创下历史新高。加拿大鹅于 2018 年年底进入中国市场，至今已开设了 20 家线下门店，远远超过加拿大本土市场和美国地区的门店数量，2023 年还在北京开设了全球最大的旗舰店。对于加拿大鹅这类高端羽绒产品，因为兼具社交属性和功能属性，过去几年一直被中国消费者所追捧。中国服装协会数据显示，2022 年中国羽绒服市场规模达 1692 亿元左右。中研普华产业院研究数据显示，预计到 2028 年中国羽绒服整体市场有望突破 3300 亿元规模。作为世界上最大的羽绒服消费国，我国羽绒服销量长期坚挺。

2) 轻工制造：23 年品质生活品类良好增长，商务部确定 24 年为“消费促进年”。

商务部确定 2024 年为“消费促进年”。在 2 月 6 日国新办举行的保障春节市场供应、促进节日消费新闻发布会上，商务部副部长盛秋平对消费促进工作进行介绍。指导各地组织开展各具特色的消费促进活动，优化消费供给、创新消费场景，充分满足居民多样化消费需求。稳定和扩大传统消费，汽车、家电、家居是传统消费的重点。扩大家居消费，商务部将聚焦绿色、智能、适老等重点方向，落实好促进家居消费的政策措施，发展智能家居，鼓励旧房装修和局部改造

2023 年品质生活的品类良好增长（例如干衣机、洗碗机等），其中智能坐便器的增速虽有放缓，但仍有两位数增长。奥维云网（AVC）线上推总数据显示，2023 年智能坐便器零售额为 68.4 亿元，同比增长 10.0%；零售量为 308 万台，同比增长 19.7%。其中，2023 年智能一体机、智能马桶盖的销额占比分别为 85%、15%，销量占比分别为 75%、25%。2023 年，智能一体机、智能马桶盖的均价分别为 2505 元、1383 元（vs 2018 年 4060 元/2052 元）。从产品端来看，功能迭代非常快，且具备广度大、纵深长的特征。广度上，绿色、健康、智能、舒适不断延展；纵深上，清洗水位档位更加丰富、抗菌模式多样、过滤器不断升级。

当前智能坐便器仍处于持续放量阶段。2023 年智能一体机市场中抖音电商销额占比为 20%，比上增长了 8 个百分点。与主流电商相比，抖音电商的智能一体机均价明显更低。此外，2023 年平台电商中智能一体机的均价有明显下探，这背后主要是由于一些主销产品在 2000 元左右的品牌进入了行业头部。抖音电商中智能一体机均价的上涨主要是传统头部卫浴品牌加大了对应的布局导致。无论是智能一体机还是智能马桶盖，价格分布上均以中腰部产品为主，根据奥维云网数据，2023 年低端价位段有明显增长。

志邦家居（603801.SH）：近日，志邦品牌专卖店在印度尼西亚、科威特两国相继开业，高端生活方式落地海外，标志着品牌“出海”进程取得又一里程碑。印尼店位于泗水市中心繁华的主干道 Jl. Mayjen HR. Muhammad，周边聚集各类高端家居卖场，高端酒店和购物商场；科威特店位于城区 LOT 90 Mall, Plot 29 Street 28, Shuwaikh, Kuwait，周边建材家居销售门店集聚，是当地家居建材市场的不二之选。

3) 跨境电商：阿里速卖通 24 财年 Q3 订单增长 60%，华凯易佰拟建设华南总部。

2 月 7 日，阿里巴巴发布 2024 财年 Q3 业绩，速卖通订单增长 60%，表现亮眼。财报显示：本季度，阿里国际数字商业集团收入同比增长 44% 至 285.16 亿元，整体订单同比增长 24%，其中速卖通 AliExpress 订单强劲增长 60%，主要由跨境业务 Choice 带动。阿里国际数字商业集团 CEO 蒋凡表示，未来将是阿里国际数字商业集团大规模的投入期，要优先做大增长规模。相比此前模式，在 Choice 模式下，用户体验和留存都有明显上升。

2 月 12 日晚间，Wish 官方发布通告，母公司 ContextLogic Inc. 刚刚宣布计划将 Wish 电子商务平台出售给 Qoo10。据雨果跨境了解，Qoo10 是一个电子商务平台，其总部位于新加坡，在亚洲各地有着本地化的在线市场。Wish 方面表示，一旦 Qoo10 完成对 Wish 的收购，Wish 正式成为 Qoo10 业务系列的一部分，预计这个综合平台将为 Wish 商家带来许多新的跨境电子商务机会。在此之前，卖家所熟悉的 Wish 品牌和平台将如常运营。根据一些必要的成交条件，该交易预计将于 2024 年第二季度完成。

华凯易佰 (300592.SZ)：华凯易佰拟建设华南总部，总投资额 15 亿。华凯易佰发布一则关于对外投资拟设立全资子公司及购买土地使用权的公告。公告称，华凯易佰拟计划在中山市投资设立全资子公司并购买土地使用权建设华凯易佰华南总部。华凯易佰已于 2024 年 2 月 4 日与中山火炬开发区临海工业园开发有限公司签署《中山翠亨新区项目投资协议》，投资项目拟选址用地位于中山市翠亨新区南朗街道翠亨村平顶片区，计划项目总投资额为 15 亿元。

■ 投资建议

建议关注：纺织服装 (A 股)：报喜鸟、比音勒芬、海澜之家、伟星股份、华利集团、锦泓集团、台华新材、歌力思、三夫户外等；纺织服装 (港股)：安踏、李宁、波司登等。轻工制造：欧派家居、志邦家居、匠心家居、顾家家居、慕思股份、公牛集团、太阳纸业、浙江自然等。跨境电商：拼多多 (美股)、华凯易佰、赛维时代、致欧科技等。

■ 风险提示

原材料价格波动；终端消费疲软；行业政策变动风险；市场竞争加剧风险等。

目 录

1 本周观点：商务部确定 24 年为“消费促进年”，多家纺服公司业绩预喜.....	5
1.1 纺织服装：2024 年网络零售额开门红，A 股多家纺服上市公司业绩预喜。.....	5
1.2 轻工制造：23 年品质生活品类良好增长，商务部确定 24 年为“消费促进年”。.....	6
1.3 跨境电商：阿里速卖通 24 财年 Q3 订单增长 60%，华凯易佰拟建设华南总部。.....	7
2 市场回顾.....	8
2.1 板块行情回顾.....	8
2.2 本周轻工纺服股资金流向.....	9
3 解禁情况.....	10
4 行业新闻.....	10
5 风险提示：.....	11

图

图 1：期间 A 股大盘指数和各申万一级行业涨跌幅情况.....	8
图 2：期间 A 股申万纺织服装板块子行业涨跌幅情况.....	9
图 3：期间 A 股申万轻工制造板块子行业涨跌幅情况.....	9

表

表 1：本周轻工纺服及家电行业北上资金持股比例变化前十名.....	10
表 2：近期及下周轻工纺服及跨境电商行业股票解禁信息... ..	10

1 本周观点：商务部确定 24 年为“消费促进年”，多家纺服公司业绩预喜

1.1 纺织服装：2024 年网络零售额开门红，A 股多家纺服上市公司业绩预喜。

商务部数据显示，2024 年 1 月 18 日至 2 月 6 日年货节期间，网络零售额接近 8000 亿元，比 2023 年农历同期增长 8.9%，实现 2024 年网络消费“开门红”。中国商业联合会数据显示，2024 年 2 月中国零售业景气指数为 51.2%，较上月上升 0.3 个百分点。

中国纺联流通分会景气数据显示，2024 年 1 月，全国纺织服装专业市场管理者景气指数上升，商户景气指数上升。2024 年 1 月，全国纺织服装专业市场管理者景气指数 53.39，较上月上升 3.23 个百分点；专业市场商户景气指数 50.93，较上月上升 0.13 个百分点。从数据分析来看总结以下几点：①市场经营业绩明显回升、②市场运行情况稳定向好、③商户经营业绩上升、④商户成本、库存压力仍然较大、⑤电商销售情况良好。

“国货潮品”登上年货市场 C 位，凝聚传统文化元素与现代生活消费。数据显示，年货节期间，抖音里带“#国潮”、“#新中式穿搭”话题的短视频播放量超过 5 亿。在大量优质国风短视频和直播间内容的推介下，新中式服装在抖音电商走红，同比增幅高达 2145%。在“抖 in 年货必买趋势金榜”上，国货的占比达到了七成，波司登在抖音商城的 GMV 环比增长达 616% (2024.01.13-01.28)，其龙年限定款服饰成品牌热款。

近期，A 股纺织服装上市公司相继发布 2023 年业绩数据。东方财富 Choice 数据显示，截至 1 月 29 日，多家纺服公司发布 2023 年业绩预告。通过业绩预告可以看到，纺织服装市场需求正在逐渐增加，消费者对纺织服装行业的消费信心回升。业绩预增的企业可能在产品设计、品牌营销、渠道拓展等方面取得了较好的成绩，能够满足消费者的需求，提升了市场份额。预增的纺织服装上市公司包括报喜鸟、太平鸟、红豆股份、锦泓集团、众望布艺、七匹狼、森马服饰和乔治白等。除乔治白外，其他 7 家公司预计归

请务必阅读尾页重要声明

母净利润增幅均超过 50% (含)。其中，锦泓集团公司预计 2023 年实现归母净利润约 2.85 亿元至 3.08 亿元，同比增加约 299% 到 330%。此外，纺织服装市场的逐步回暖也带动了红蜻蜓、九牧王等 2 家企业加快业绩修复，实现扭亏为盈。

加拿大鹅公布了截至 2023 年 12 月 31 日的 2024 财年第三季度财务报告。财报显示，在截至 2023 年 12 月 31 日的第三财季内，加拿大鹅全球收入增长 6% 至逾 6 亿加元，其中中国市场表现强劲，推动亚太地区收入大涨 62%，较上一季度的 13% 增幅进一步提升。财报显示，加拿大鹅在中国市场的全渠道销售额均实现增长，店铺客流量与 2022 年同期相比实现翻倍。在 12 月的寒冷天气推动下，派克大衣品类实现显著增长，“双 11”销售额创下历史新高。加拿大鹅于 2018 年年底进入中国市场，至今已开设了 20 家线下门店，远远超过加拿大本土市场和美国地区的门店数量，2023 年还在北京开设了全球最大的旗舰店。对于加拿大鹅这类高端羽绒产品，因为兼具社交属性和功能属性，过去几年一直被中国消费者所追捧。中国服装协会数据显示，2022 年中国羽绒服市场规模达 1692 亿元左右。中研普华产业院研究数据显示，预计到 2028 年中国羽绒服整体市场有望突破 3300 亿元规模。作为世界上最大的羽绒服消费国，我国羽绒服销量长期坚挺。

1.2 轻工制造：23 年品质生活品类良好增长，商务部确定 24 年为“消费促进年”。

商务部确定 2024 年为“消费促进年”。在 2 月 6 日国新办举行的保障春节市场供应、促进节日消费新闻发布会上，商务部副部长盛秋平对消费促进工作进行介绍。指导各地组织开展各具特色的消费促进活动，优化消费供给、创新消费场景，充分满足居民多样化消费需求。稳定和扩大传统消费，汽车、家电、家居是传统消费的重点。扩大家居消费，商务部将聚焦绿色、智能、适老等重点方向，落实好促进家居消费的政策措施，发展智能家居，鼓励旧房装修和局部改造

2023 年品质生活的品类良好增长（例如干衣机、洗碗机等），其中智能坐便器的增速虽有放缓，但仍有两位数增长。奥维云网（AVC）线上推总数据显示，2023 年智能坐便器零售额为 68.4 亿元，同比增长 10.0%；零售量为 308 万台，同比增长 19.7%。其

中，2023 年智能一体机、智能马桶盖的销额占比分别为 85%、15%，销量占比分别为 75%、25%。2023 年，智能一体机、智能马桶盖的均价分别为 2505 元、1383 元（vs 2018 年 4060 元/2052 元）。从产品端来看，功能迭代非常快，且具备广度大、纵深长的特征。广度上，绿色、健康、智能、舒适不断延展；纵深上，清洗水位档位更加丰富、抗菌模式多样、过滤器不断升级。

当前智能坐便器仍处于持续放量阶段。2023 年智能一体机市场中抖音电商销额占比为 20%，比上增长了 8 个百分点。与主流电商相比，抖音电商的智能一体机均价明显更低。此外，2023 年平台电商中智能一体机的均价有明显下探，这背后主要是由于一些主销产品在 2000 元左右的品牌进入了行业头部。抖音电商中智能一体机均价的上涨主要是传统头部卫浴品牌加大了对应的布局导致。无论是智能一体机还是智能马桶盖，价格分布上均以中腰部产品为主，根据奥维云网数据，2023 年低端价位段有明显增长。

志邦家居 (603801.SH): 近日，志邦品牌专卖店在印度尼西亚、科威特两国相继开业，高端生活方式落地海外，标志着品牌“出海”进程取得又一里程碑。印尼店位于泗水市中心繁华的主干道 Jl. Mayjen HR. Muhammad，周边聚集各类高端家居卖场，高端酒店和购物商场；科威特店位于城区 LOT 90 Mall, Plot 29 Street 28, Shuwaikh, Kuwait，周边建材家居销售门店集聚，是当地家居建材市场的不二之选。

1.3 跨境电商：阿里速卖通 24 财年 Q3 订单增长 60%， 华凯易佰拟建设华南总部。

2 月 7 日，阿里巴巴发布 2024 财年 Q3 业绩，速卖通订单增长 60%，表现亮眼。财报显示：本季度，阿里国际数字商业集团收入同比增长 44% 至 285.16 亿元，整体订单同比增长 24%，其中速卖通 AliExpress 订单强劲增长 60%，主要由跨境业务 Choice 带动。阿里国际数字商业集团 CEO 蒋凡表示，未来将是阿里国际数字商业集团大规模的投入期，要优先做大增长规模。相比此前模式，在 Choice 模式下，用户体验和留存都有明显上升。

2 月 12 日晚间，Wish 官方发布通告，母公司 ContextLogic Inc. 刚刚宣布计划将 Wish 电子商务平台出售给 Qoo10。据雨果

跨境了解，Qoo10 是一个电子商务平台，其总部位于新加坡，在亚洲各地有着本地化的在线市场。Wish 方面表示，一旦 Qoo10 完成对 Wish 的收购，Wish 正式成为 Qoo10 业务系列的一部分，预计这个综合平台将为 Wish 商家带来许多新的跨境电子商务机会。在此之前，卖家所熟悉的 Wish 品牌和平台将如常运营。根据一些必要的成交条件，该交易预计将于 2024 年第二季度完成。

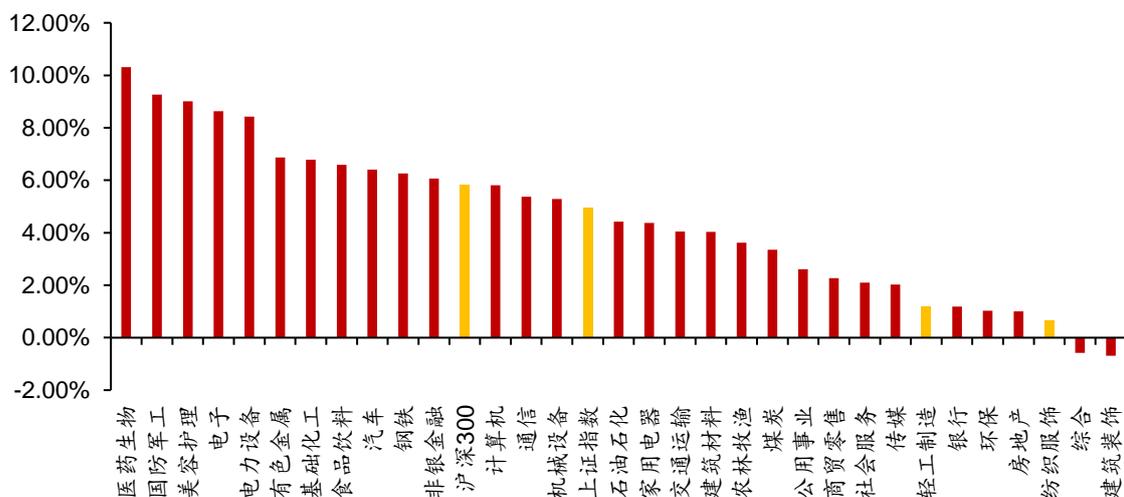
华凯易佰 (300592.SZ): 华凯易佰拟建设华南总部，总投资额 15 亿。华凯易佰发布一则关于对外投资拟设立全资子公司及购买土地使用权的公告。公告称，华凯易佰拟计划在中山市投资设立全资子公司并购买土地使用权建设华凯易佰华南总部。华凯易佰已于 2024 年 2 月 4 日与中山火炬开发区临海工业园开发有限公司签署《中山翠亨新区项目投资协议》，投资项目拟选址用地位于中山市翠亨新区南朗街道翠亨村平顶片区，计划项目总投资额为 15 亿元。

2 市场回顾

2.1 板块行情回顾

期间 (2024.02.05-2024.02.16, 下同)，A 股 SW 纺织服装行业指数上涨 0.66%，轻工制造行业上涨 1.19%，而沪深 300 上涨 5.83%，上证指数上涨 4.97%。纺织服装和轻工制造在申万 31 个一级行业中涨幅排名分别为第 29 位和第 25 位。

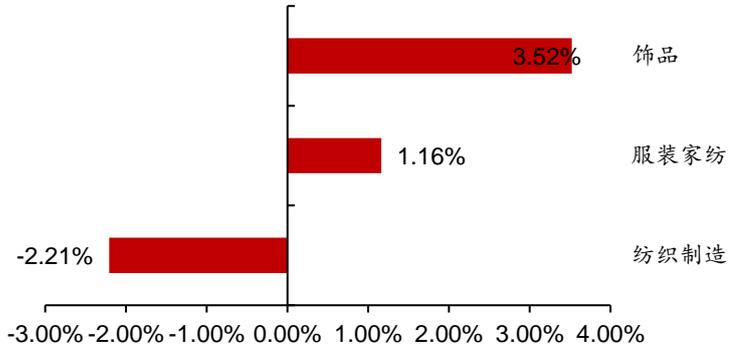
图 1：期间 A 股大盘指数和各申万一级行业涨跌幅情况



资料来源：iFind，上海证券研究所

期间 SW 纺织服装二级行业中，子行业表现分化，上涨幅度最大的是饰品，上涨 3.52%；其次是服装家纺，上涨 1.16%；另外纺织制造行业下跌 2.21%。

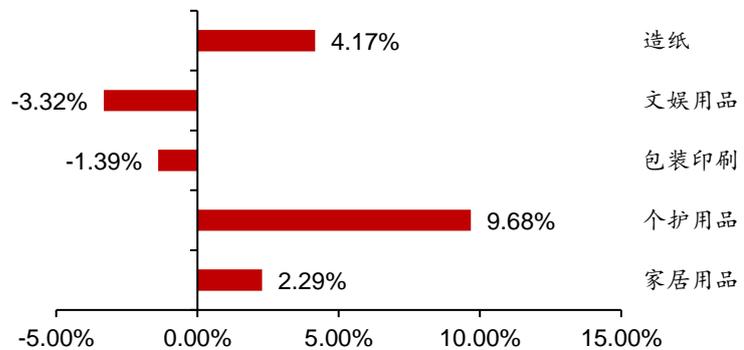
图 2：期间 A 股申万纺织服装板块子行业涨跌幅情况



资料来源：iFind，上海证券研究所

期间 SW 轻工制造二级行业中，子行业表现分化。上涨幅度最大的是个护用品，上涨 9.68%；其次是造纸，上涨 4.17%。下跌幅度最大的是文娱用品板块，下跌 3.32%。

图 3：期间 A 股申万轻工制造板块子行业涨跌幅情况



资料来源：iFind，上海证券研究所

2.2 本周轻工纺服股资金流向

本周北上资金增持幅度较大的有迪阿股份、石头科技、康隆达、美盈森、九牧王、美利云、东港股份、天振股份、青山纸业、金牌厨柜。

表 1: 本周轻工纺服及家电行业北上资金持股比例变化前十名

证券简称	沪(深)股通持股占流通 A 股比例% (最新收盘日)	沪(深)股通持股占流通 A 股比例% (1 周前)	比例差 (%)	证券简称	沪(深)股通持股占流通 A 股比例% (最新收盘日)	沪(深)股通持股占流通 A 股比例% (1 周前)	比例差 (%)
迪阿股份	2.8490	1.7793	1.0697	美利云	1.3733	0.8962	0.4772
石头科技	7.6273	6.8835	0.7438	东港股份	0.8122	0.4833	0.3289
康隆达	0.8754	0.2430	0.6324	天振股份	0.6675	0.3409	0.3267
美盈森	1.9303	1.3976	0.5327	青山纸业	0.4598	0.1648	0.2950
九牧王	0.8903	0.3754	0.5149	金牌厨柜	0.9167	0.6297	0.2871

资料来源: iFind, 上海证券研究所

3 解禁情况

表 2: 近期及下周轻工纺服及跨境电商行业股票解禁信息

行业	代码	简称	解禁				变动前(万股)			变动后(万股)		
			日期	数量	市值	股份类型	总股本	流通 A 股	占比 (%)	总股本	流通 A 股	占比 (%)
				(万股)	(万元)							
纺织	000726.SZ	鲁泰 A	2024-02-19	291.90	1,824.38	股权激励限售股份	86,360.76	57,989.49	67.15	86,360.76	58,281.39	67.49
	603307.SH	扬州金泉	2024-02-19	17.50	617.23	首发原股东限售股份	6,700.00	1,682.50	25.11	6,700.00	1,700.00	
零售	300945.SZ	曼卡龙	2024-02-19	10388.53	80,822.78	首发原股东限售股份	26,195.10	13,430.42	51.27	26,195.10	23,818.95	90.93
	603900.SH	莱绅通灵	2024-02-19	154.00	599.06	股权激励限售股份	34,512.38	34,047.38	98.65	34,512.38	34,201.38	99.10
轻工	603687.SH	大胜达	2024-02-19	7263.53	61,594.73	定向增发机构配售股份	55,003.19	47,386.72	86.15	55,003.19	54,650.25	99.36
	837174.BJ	宏裕包材	2024-02-19	406.67	4,156.13	首发战略配售股份	8,133.33	1,626.69	20.00	8,133.33	2,033.35	25.00
	600963.SH	岳阳林纸	2024-02-21	36.00	171.36	股权激励限售股份	180,301.01	177,847.22	98.64	180,301.01	177,883.22	98.66
	831445.BJ	龙竹科技	2024-02-21	42.54	232.27	股权激励限售股份	14,905.70	9,245.65	62.03	14,905.70	9,288.19	62.31
	301469.SZ	恒达新材	2024-02-22	119.00	2,790.63	首发一般股份	8,948.00	2,076.99	23.21	8,948.00	2,195.99	24.54

资料来源: iFind, 上海证券研究所

*备注: 具体解禁市值由解禁日期的股票收盘价格为准, 表中解禁市值=解禁日期收盘价*解禁数量

4 行业新闻

1. 亚马逊 2023 年 GMV 破 7000 亿美元, 第三方卖家贡献超一半

据 Marketplace Pulse 的最新数据显示，随着三方卖家市场规模不断壮大，亚马逊全球 GMV 总额在 2023 年创下历史新高。根据 2023 年亚马逊全球 GMV 总额为 7000 亿美元，同比增长 11%。其中第一方市场销售额达到 2200 亿美元，同比增长 6%；第三方市场销售额达到 4800 亿美元，同比增长 13%。（来源：亿恩网）

2. 华凯易佰拟 15 亿元投建华南总部

2 月 4 日，华凯易佰与中山火炬开发区临海工业园开发有限公司签署《中山翠亨新区项目投资协议》，计划在中山市翠亨新区投资设立中山项目公司，并购买土地使用权建设华凯易佰华南总部，投资项目拟选址用地位于中山市翠亨新区南朗街道翠亨村平顶片区，计划项目总投资额为 15 亿元。

华凯易佰表示，华南总部项目的建设将助力公司拓展业务领域，使公司更好地从原有的泛品业务向精品业务和跨境电商综合服务业务延伸。通过打造精品品牌和拓展家电等品类销售，覆盖更多的消费群体，扩大营收规模。同时，跨境电商综合服务业务的布局可以为公司带来新的增长点，提高公司的综合竞争力。（来源：湖北长江商报）

5 风险提示：

原材料价格波动；终端消费疲软；行业政策变动风险；市场竞争加剧风险等。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

投资评级体系与评级定义

股票投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
行业投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

免责声明

本报告仅供上海证券有限责任公司(以下简称“本公司”)的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己的判断。