

直播电商和跨境零售助推行业发展，气温回升防晒品需求增长
——行业周报（20240408-0412）

增持(维持)

行业： 纺织服装
日期： 2024年04月16日
分析师： 汪玲
E-mail: wangling@yongxingsec.com
SAC 编号: S1760524030002
分析师： 吴昱迪
E-mail: wuyudi@yongxingsec.com
SAC 编号: S1760523020001

近一年行业与沪深 300 比较



资料来源：Wind，甬兴证券研究所

相关报告：

《运动鞋服市场加速回暖，国际品牌去库接近尾声》——行业周报（20240408-0412）

■ 行情回顾

本周，沪深 300 下跌 2.58%，纺织服装板块整体下跌 0.53%，跑赢沪深 300 指数 2.05pct，涨跌幅在申万 1 级 31 个行业中排第 4 位。三大子板块中饰品居于首位，上涨 2.06%，纺织制造和服装家纺呈下跌态势，分别下跌 1.40%和 1.15%。

■ 核心观点

服装：1) 直播电商和跨境零售有望助推服装行业发展。据《全国服装电商产业发展白皮书（2023）》，近年来，服装电子商务快速增长，尤其是以直播电商为代表的新型电商实现了快速发展，成为维持纺织服装行业平稳运行的重要板块。2023 年，我国服装网络零售额达 23000 亿元，同比增长 11.11%，我国服装企业通过专业市场渠道为线上平台服装经销商的供货额为 5560 亿元，占专业市场渠道服装总成交额的比重从 2018 年的 25%上升到 36.99%，专业市场渠道线上线下融合进程进一步加快，电商供货正在成为专业市场的重要流通渠道之一。另外，2019-2023 年，我国服装跨境电商出口额由 1455 亿元增长至 4870 亿元，实现跨越式发展，服装品类在我国跨境电商出口总额的占比也从 18.23%提高到 26.61%，服装品类影响力明显提升。在自有品牌成功的基础上、向平台化发展方向深化拓展的 SHEIN 也成了中国产业带中小企业、品牌和产品走向海外的桥梁。我们认为，当前服装电商发展表现出传统电商守正创新、新型电商快速增长、跨境平台稳步崛起的趋势，线上线下融合化以及内外贸一体化有望推动服装行业进一步发展。**2) 防晒用品需求增长，相关企业有望受益。**随着气温回升，消费者对健康生活和户外出行需求提升，防晒服、防晒服配等防晒用品的需求增长。入春以来天猫防晒用品成交金额同比增长翻倍，成交人数同比增长 140%。4 月 8 日-10 日天猫举办了超级品类日硬防晒专场，波司登、蕉下、海澜之家等多家品牌参与，截止 4 月 11 日，全渠道传播取得超出预期的效果，全网话题阅读量 9.8 亿，总互动量超 36 万。我们认为，春夏到来之际，随着消费者防晒意识的不断增强，中国防晒市场或将迎来消费高峰，防晒赛道企业有望迎来业绩增长。

制造：越南出口市场逐步恢复，纺织制造订单回暖可期。随着出口订单增加，2024 年第一季度越南进出口渐有起色，许多主要出口市场开始恢复，进出口呈现积极信号。2024 年 1-3 月，越南货物进出口总额达 1780.4 亿美元，同比增长 15.5%，出口额约达 930.6 亿美元，同比增长 17%。其中，越南纺织品、鞋类出口金额分别达 77.57、48.48 亿美元，同比增长 7.89%、11.72%。我们认为，考虑到国际品牌去库顺利以及品牌供应链全球化布局要求，布局海外的纺织制造企业有望订单回暖，获得业绩改善。

■ 重点数据

1) 社零：1-2 月社会消费品零售总额 81307 亿元，同比增长 5.5%，服装、鞋帽、针纺织品类消费同比增长 1.9%。2) 出口：1-3 月，纺织服装累计出口 4683.9 亿元，比去年同期增长 5.4%，其中纺织品出口 2280.9 亿元，增长 6.1%，服装出口 2403 亿元，增长 4.8%。3) 原材料价格：截至 4 月 12 日，国家棉花价格 B 指数收报 171051 元/吨，国际棉花价格 M 指数收报 94.93 美分/磅，较 4 月 8 日分别下跌 0.01%/下跌 2.90%。

■ 投资建议

纺织服装行业出口数据及社零数据持续回温，外需增长叠加内需回暖，我们认为行业有望步入复苏进程，建议关注：1) 受益于体育赛事催化和运动社交趋势的国潮运动鞋服企业：安踏体育、李宁、特步国际、361 度；2) 受益于防晒需求增长的企业：发力防晒赛道的波司登和蕉下控股、防晒锦纶面料龙头台华新材；3) 海外公司库存情况好转，拥有快反能力的纺织制造龙头企业：申洲国际、百隆东方、华利集团、新澳股份；3) 悦己叠加保值需求催化的黄金珠宝龙头：全渠道布局加速拓店的周大生、百年黄金品牌且经营稳健的老凤祥、产品渠道共同发展的时尚珠宝品牌潮宏基。

■ 风险提示

消费复苏不及预期；市场竞争加剧；宏观经济波动等。

正文目录

1. 本周核心观点	3
2. 本周行业动态	4
2.1. 板块行情	4
2.2. 个股行情	5
3. 行业跟踪	6
3.1. 行业数据跟踪	6
3.2. 行业资讯	9
4. 上市公司公告	10
5. 风险提示	11

图目录

图 1: 纺织服装行业与沪深 300 走势	4
图 2: 本周申万一级行业指数涨跌幅 (%)	4
图 3: 纺织服装 II 级子行业指数走势	5
图 4: 纺织服装 II 级子行业指数周涨跌幅	5
图 5: A 股纺织服装业本周涨跌幅前五情况	5
图 6: 港股零售业本周涨跌幅前五情况	6
图 7: 社零及限额以上企业商品零售总额 (%)	6
图 8: 纺服品类零售额 (亿元, %)	6
图 9: 实物商品网上零售额情况 (亿元, %)	7
图 10: 网上商品细分品类零售额情况 (%)	7
图 11: 单月实物商品网上零售额情况	7
图 12: 当月线下零售额情况	7
图 13: 棉价指数	8
图 14: 期货棉价	8
图 15: 纺织服装出口情况 (万美元, %)	8
图 16: 服装及衣着附件出口情况 (万美元, %)	8
图 17: 纺织纱线、织物及其制品出口情况 (万美元, %)	8
图 18: 鞋靴出口情况 (万美元, %)	8

表目录

表 1: 线上线下社零数据推算(亿元)	7
表 2: 纺织服装本周上市公司重点公告	10

1. 本周核心观点

服装：

1) 直播电商和跨境零售有望助推服装行业发展。据中国纺织报，由中国纺织工业联合会流通分会、中国纺织服装电子商务联盟·天门代表处、天门市服装电商行业协会联合编制的《全国服装电商产业发展白皮书（2023）》提出，近年来，服装电子商务快速增长，尤其是以直播电商为代表的新型电商实现了快速发展，成为维持纺织服装行业平稳运行的重要板块。2023年，我国服装网络零售额达23000亿元，同比增长11.11%，我国服装企业通过专业市场渠道为线上平台服装经销商的供货额为5560亿元，占专业市场渠道服装总成交额的比重从2018年的25%上升到36.99%，专业市场渠道线上线下融合进程进一步加快，电商供货正在成为专业市场的重要流通渠道之一。另外，2019-2023年，我国服装跨境电商出口额由1455亿元增长至4870亿元，实现跨越式发展，服装品类在我国跨境电商出口总额的占比也从18.23%提高到26.61%，服装品类影响力明显提升。据36氪出海，在自有品牌成功的基础上、向平台化发展方向深化拓展的SHEIN也成了中国产业带中小企业、品牌和产品走向海外的桥梁。我们认为，当前服装电商发展表现出传统电商守正创新、新型电商快速增长、跨境平台稳步崛起的趋势，线上线下融合化以及内外贸一体化有望推动服装行业进一步发展。

2) 防晒用品需求增长，相关企业有望受益。据电商报，随着气温回升，消费者对健康和户外出行需求提升，防晒服、防晒服配等防晒用品的需求增长。入春以来天猫防晒用品成交金额同比增长翻倍，成交人数同比增长140%。4月8日-10日天猫举办了超级品类日硬防晒专场，波司登、蕉下、海澜之家等多家品牌参与，截止4月11日，全渠道传播取得超出预期的效果，全网话题阅读量9.8亿，总互动量超36万。我们认为，春夏到来之际，随着消费者防晒意识的不断增强，中国防晒市场或将迎来消费高峰，防晒赛道企业有望迎来业绩增长。

制造：越南出口市场逐步恢复，纺织制造订单回暖可期。据越通社，随着出口订单增加，2024年第一季度越南进出口渐有起色，许多主要出口市场开始恢复，进出口呈现积极信号。2024年1-3月，越南货物进出口总额达1780.4亿美元，同比增长15.5%，出口额约达930.6亿美元，同比增长17%。其中，越南纺织品、鞋类出口金额分别达77.57、48.48亿美元，同比增长7.89%、11.72%。我们认为，考虑到国际品牌去库顺利以及品牌供应链全球化布局要求，布局海外的纺织制造企业有望订单回暖，获得业绩改善。

投资建议：纺织服装行业出口数据及社零数据持续回温，外需增长叠加内需回暖，我们认为行业有望步入复苏进程，建议关注：1) 受益于体育赛事催化和运动社交趋势的国潮运动鞋服企业：安踏体育、李宁、特步国际、361度；2) 受益于防晒需求增长的企业：发力防晒赛道的波司登和蕉下控股、防晒锦纶面料龙头台华新材；3) 海外公司库存情况好转，拥有快反能力的纺织制造龙头企业：申洲国际、百隆东方、华利集团、新澳股份；3) 悦己叠加保值需求催化的黄金珠宝龙头：全渠道布局加速拓店的

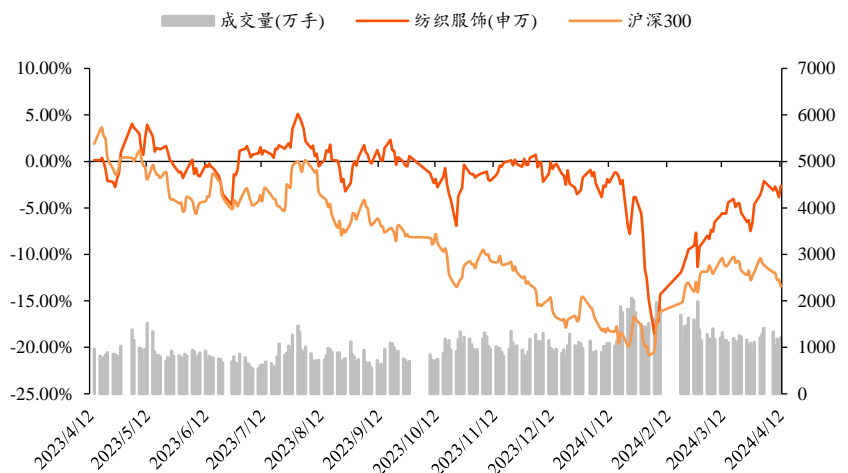
周大生、百年黄金品牌且经营稳健的老凤祥、产品渠道共同发展的时尚珠宝品牌潮宏基。

2. 本周行业动态

2.1. 板块行情

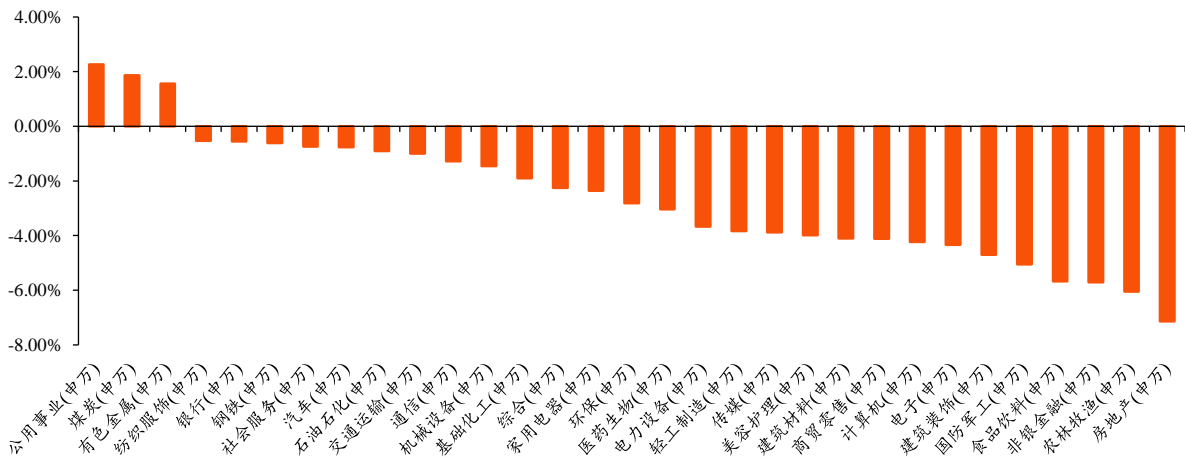
2024/04/08-2024/04/12 期间，沪深 300 下跌 2.58%；纺织服饰板块整体下跌 0.53%，跑赢沪深 300 指数 2.05pct，涨跌幅在申万 I 级 31 个行业中排第 4 位。

图1:纺织服饰行业与沪深 300 走势



资料来源：Wind，甬兴证券研究所

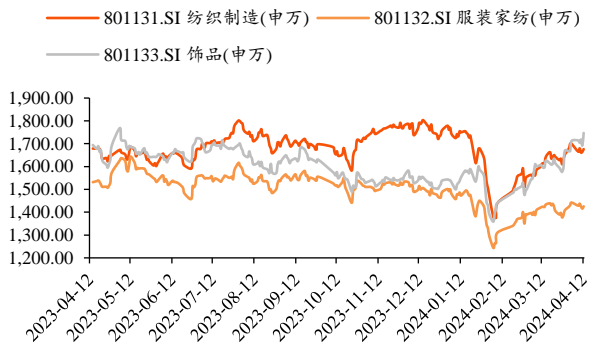
图2:本周申万一级行业指数涨跌幅 (%)



资料来源：Wind，甬兴证券研究所

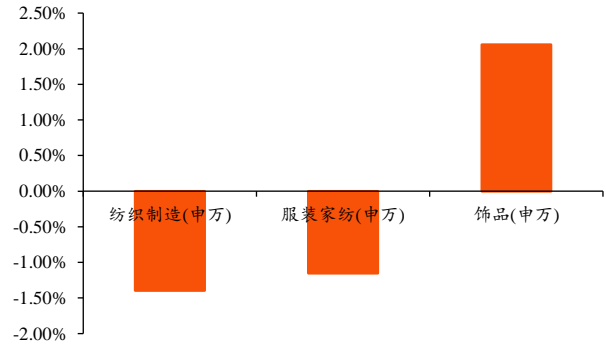
纺织服饰二级子板块表现：三大子板块中饰品居于首位，上涨 2.06%，纺织制造和服装家纺呈下跌态势，分别下跌 1.40%和 1.15%。

图3:纺织服饰 II 级子行业指数走势



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图4:纺织服饰 II 级子行业指数周涨跌幅

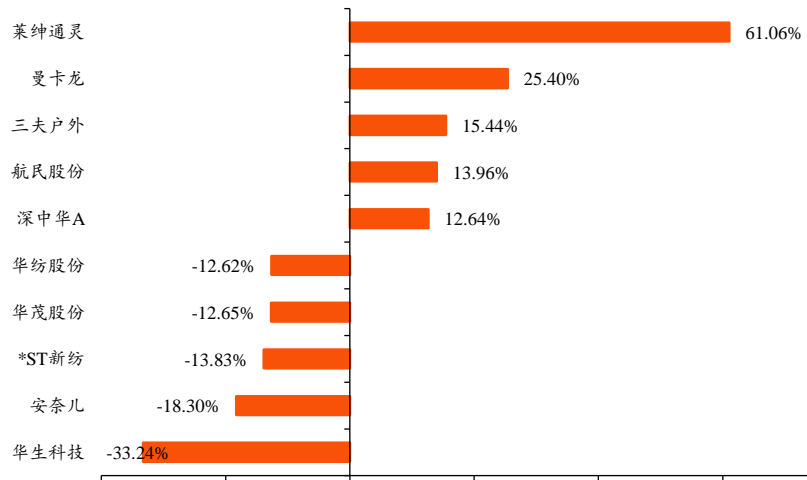


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

2.2. 个股行情

A 股申万商贸零售业 113 家企业中, 本周上涨的个股为 44 支 (占比 38.94%), 下跌的个股 69 支 (占比 61.06%)。涨幅前五的个股有莱绅通灵 (61.06%)、曼卡龙 (25.40%)、三夫户外 (15.44%)、航民股份 (13.96%)、深中华 A (12.64%); 跌幅前五的为华生科技 (-33.24%)、安奈儿 (-18.30%)、*ST 新纺 (-13.83%)、华茂股份 (-12.65%)、华纺股份 (-12.62%)。

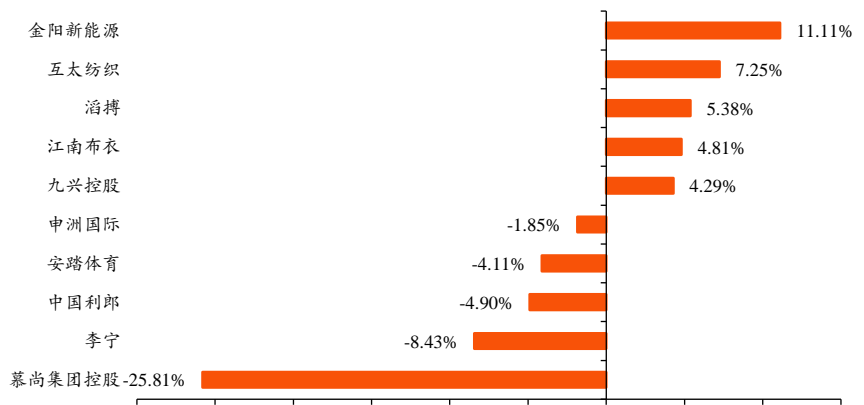
图5:A 股纺织服饰业本周涨跌幅前五情况



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

中信港股纺织服饰业 19 家企业中, 本周上涨的个股为 11 支 (占比 57.89%), 下跌的个股 8 支 (占比 42.11%)。涨幅前五的个股有金阳新能源 (11.11%)、互太纺织 (7.25%)、滔搏 (5.38%)、江南布衣 (4.81%)、九兴控股 (4.29%); 跌幅前五的为慕尚集团控股 (-25.81%)、李宁 (-8.43%)、中国利郎 (-4.90%)、安踏体育 (-4.11%)、申洲国际 (-1.85%)。

图6:港股零售业本周涨跌幅前五情况



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

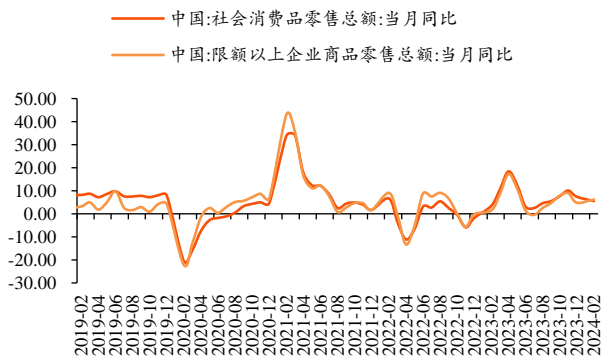
3. 行业跟踪

3.1. 行业数据跟踪

3.1.1 社零数据

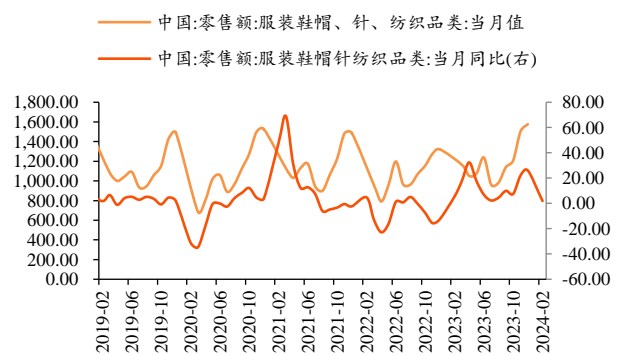
国民经济延续复苏态势, 消费市场持续向好。据国家统计局发布, 1-2 月份, 社会消费品零售总额 81307 亿元, 同比增长 5.5%。其中, 除汽车以外的消费品零售额 74194 亿元, 增长 5.2%。按消费类型拆分来看, 1—2 月份, 商品零售 71826 亿元, 同比增长 4.6%; 餐饮收入 9481 亿元, 增长 12.5%。限额以上企业商品零售总额 27545 亿元, 同比增长 6.2%, 其中, 通讯器材类、烟酒类、体育/娱乐用品类涨幅居前, 分别上涨 16.2%、13.7%、11.3%。服装、鞋帽、针纺织品类受基数影响零售总额为 2521 亿元, 同比增长 1.9%。

图7:社零及限额以上企业商品零售总额 (%)



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图8:纺服品类零售额 (亿元, %)



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

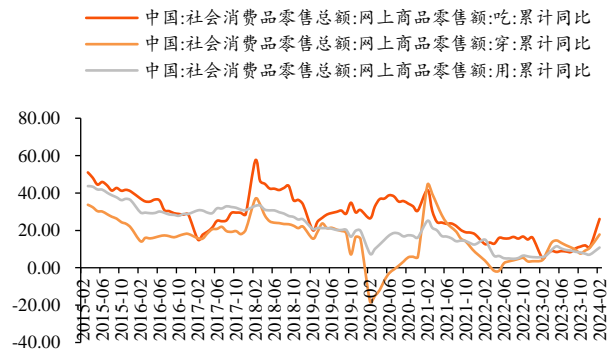
网上零售额延续增长, 线上线下同时发力。1-2 月全国网上零售额 21535 亿元, 同比增长 15.3%。其中, 实物商品网上零售额 18206 亿元, 增长 14.4%, 占社会消费品零售总额的比重为 22.4%。据推算, 线下零售同比增长 5.89%。在实物商品网上零售额中, 吃类、穿类、用类商品分别增长 26.1%、17.8%、10.8%。另外, 1-2 月限额以上零售业单位中专业店、便利店、品牌专卖店、超市零售额同比分别增长 7.8%、5.8%、4.2%、0.9%, 百货店下降 3.0%。

图9:实物商品网上零售额情况 (亿元, %)



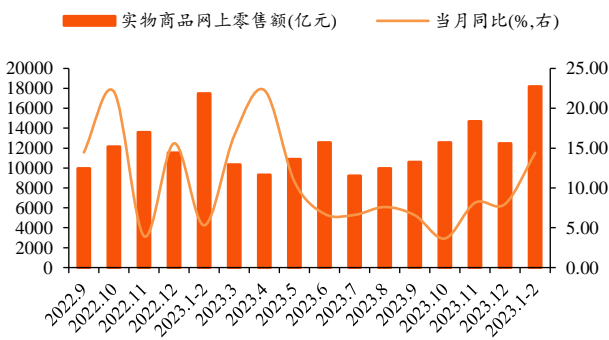
资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图10:网上商品细分品类零售额情况 (%)



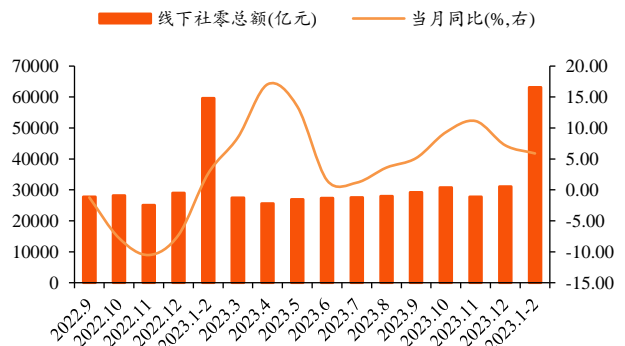
资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图11:单月实物商品网上零售额情况



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图12:当月线下零售额情况



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

注: 线下零售总额=社零总额-实物商品网上零售额

表1:线上线下载零数据推算(亿元)

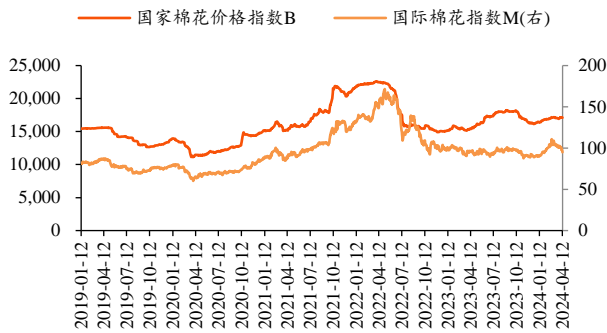
指标	2023. 10		2023. 11		2023. 12		2024. 1-2	
	当月值(亿元)	同比(%)	当月值(亿元)	同比(%)	当月值(亿元)	同比(%)	当月值(亿元)	同比(%)
社会消费品零售总额	43,333.00	7.60	42,505.00	10.10	43,550.00	7.40	81307.00	5.50
实物商品网上零售额	12,575.00	3.65	14,699.00	8.14	12,465.00	7.98	18206.00	14.40
推算线下零售额	30,758.00	9.31	27,805.70	11.12	31,085.00	7.20	63,101.00	5.89

资料来源: 国家统计局, 甬兴证券研究所

3.1.2 棉价数据

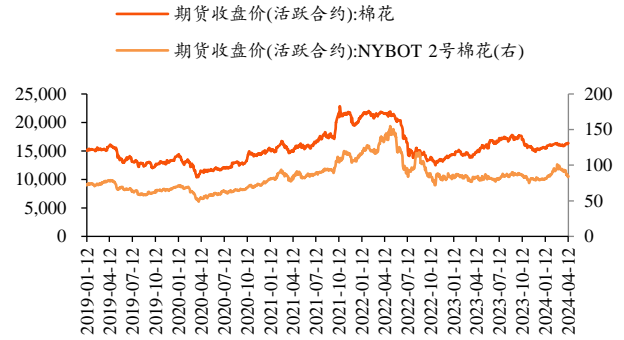
国内棉和海外棉价差增大。截至4月12日, 国家棉花价格B指数收报17105元/吨, 国际棉花价格M指数收报94.93美分/磅, 较4月8日分别下跌0.01%/下跌2.90%。期货方面, 郑州商品交易所棉花收盘价收报16355元/吨, NYBOT2号棉花收报84.57美分/磅, 较4月8日分别上涨1.05%/下跌2.54%。

图13:棉价指数



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图14:期货棉价

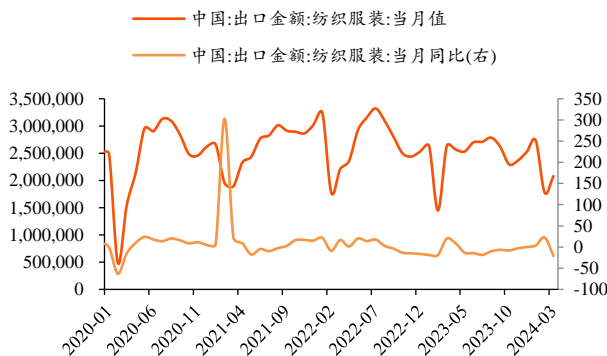


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

3.1.3 纺织品进出口数据

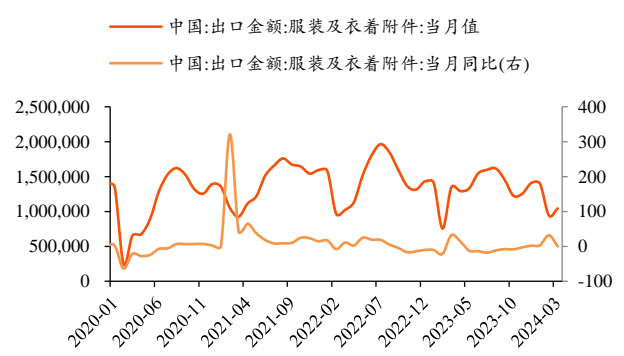
一季度我国纺织服装出口呈弱复苏态势。据中国纺织品进出口商会,海关总署公布 2024 年 1-3 月,纺织服装累计出口 4683.9 亿元,比去年同期增长 5.4%,其中纺织品出口 2280.9 亿元,增长 6.1%,服装出口 2403 亿元,增长 4.8%。受国际航运物流不畅、贸易摩擦和关税壁垒增多、主要贸易伙伴经济复苏不及预期、需求未出现大规模反弹,以及去年 3 月高基数的影响,3 月纺织服装出口未延续 1-2 月的增长,出口 1478.9 亿元,同比下降 14.9%,环比增长 15.7%,其中纺织品出口 737.7 亿元,下降 14.4%,环比增长 22.9%,服装出口 741.2 亿元,下降 15.4%,环比增长 9.3%。

图15:纺织服装出口情况(万美元,%)



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图16:服装及衣着附件出口情况(万美元,%)



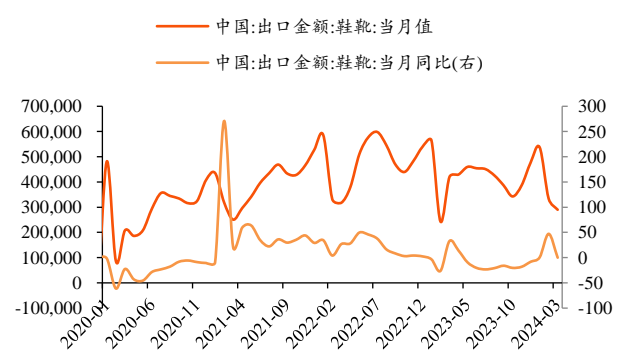
资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图17:纺织纱线、织物及其制品出口情况(万美元,%)



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图18:鞋靴出口情况(万美元,%)



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

3.2. 行业资讯

【ZARA：撤出中国市场系不实消息】

4月9日，西班牙品牌 ZARA 多城大面积闭店的消息在网络上流传，引发众多消费者紧急“扫货”。对于“ZARA 将逐步撤出中国市场”的传闻，品牌方对新京报贝壳财经记者回应称：“网传 ZARA 撤出中国为不实消息。两个多月关闭 9 家店的数字也不准确，ZARA 在过去两个多月里共关闭惠州、东莞、上海宝山这三家店铺。” ZARA 还称：“中国市场是 ZARA 以及爱特思集团（Inditex）重要的战略市场。”（贝壳财经）

【七部门发文推动工业领域设备更新，明确纺织行业更新设备】

工业和信息化部等七部门近日联合印发《推动工业领域设备更新实施方案》。其中明确，纺织行业更新转杯纺纱机等短流程纺织设备，细纱机、自动络筒机等棉纺设备；消费品制造业推广面向柔性生产、个性化定制等新模式智能装备；面向石化化工、钢铁、建材、纺织、造纸、皮革、食品等已出台取水定额国家标准和行业，推进工业节水和废水循环利用，改造工业冷却循环系统和废水处理回用等系统，更新一批冷却塔等设备。（中国服装协会网）

【AI 生成新衣，月产数十万新款】

2023 年，数智设计新品 Fashion 3D 正式亮相，对标解决服装产业下游数智化难题。据致景科技联合创始人兼高级副总裁李亚平介绍，Fashion 3D 可链接海量款式库、版型库、参数库，满足多样设计需求，实现数字样衣、3D 线上打版，通过云端协同即可以联动设计、版师、服装厂随时随地线上查看，参与审版，提升推款速度和效率，设计出来的虚拟服装效果达到国际领先水平，并有多个相关算法申请了发明专利。引入 AIGC 服装大模型后，服装上新成本大幅降低，单月可出数十万新款，爆款率提升。（南方都市报）

【春夏女装面料成交局部增加，针织创意面料下单小增】

近期，中国轻纺城春夏女装面料挂样上市局部增加，时装型针织面料局部下单有增，针织内衣面料下单有增，近期现货成交品种局部增加，下单品种亦相对较多。近期轻纺城市场，针织棉涤弹力双面斜、针织丝光棉、针织全棉卫衣布深兰、草绿、麻灰、藏青色泽面料局部成交小增，活性染色面料局部动销增加。针织奥黛棉斜纹卫衣布门幅 185CM、285 克/平方米活性黑、花灰洗水、中国红、米白、深灰、深兰色泽面料局部中小批量发货。（全球纺织网）

【“国潮风”劲吹 浙江市场拥抱新商机】

浙江省市场监管局 8 日发布数据显示，今年一季度，“国潮风”劲吹之下，浙江相关市场迎来“火热开局”，73 家服装鞋帽市场成交额达 220.76 亿元，同比增长 38.22%。“新中式”服装市场需求快速增长，带火了从面料到成衣的产业链各个环节。在柯桥轻纺城、杭州服装批发市场，许多布商、服装档口将“新中式”视为“流量密码”。据浙江省市场监管局统计，今年一季度，浙江省 2455 家消费品市场实现成交总额 4208.26 亿元，同比增长 7.25%。（中国新闻网）

【浙江海宁中国皮革城向全品类、大时装全面迈进】

日前举行的 2024 海宁中国国际皮革毛皮时装面辅料展暨中国·马桥经编时尚面料展（以下简称“2024 海宁面辅料展”）上，海宁皮革、马桥经编、许村纺织面料三大产业联袂亮相，在全面彰显强大产业链效应的同时，融合聚势推动时尚海宁影响力的持续“破圈”。海宁中国皮革城已逐渐将产业辐射力延伸至面辅料供应、时尚创业园、设计研发、时尚发布、时装批发、会展外贸、电子商务等多领域。（中国网商务）

【纺织行业新宠莱赛尔纤维，有望带来一场“新质革命”】

近两年来，随着国产技术的成功研发，莱赛尔纤维以更加亲民的价格应用到了针织、梭织、牛仔及家纺领域，提升了纺织制品的竞争力，让更多的消费者感受到了这一绿色纤维的优良特性。2023 年莱赛尔纤维产量同比增长 138.3%，达 33.6 万吨。我国莱赛尔纤维产业在产能释放方面取得了量的突破，产业规模已从“小而精”逐步发展成主流化纤产品之一。（全球纺织网）

4. 上市公司公告

表2:纺织服饰本周上市公司重点公告

时间	股票代码	公司名称	公告内容
24/04/12	000726.SZ	鲁泰 A	公司年报。 报告期内，公司实现营业总收入 59.61 亿元，营业利润 4.33 亿元，归属于母公司的净利润 4.03 亿元，归属于母公司的扣除非经常性损益的净利润 3.86 亿元，较上年同期分别降低 14.08%，59.99%，58.14%，51.46%。报告期内公司主要业务、主要产品、经营模式、主要业绩驱动因素未发生变化。2023 年度研发费用支出 2.40 亿元，同比降低 13.26%；经营活动产生的现金流量净额为 8.55 亿元，同比降低 39.90%。
24/04/12	300979.SZ	华利集团	公司年报。 本报告期，消费者对于运动鞋的消费需求稳健，但是由于部分运动鞋品牌客户仍处于去库存周期以及国际经济形势的不确定性，在短期内对公司的订单产生一定的影响。随着运动品牌的产品库存水平趋于正常，公司订单在 2023 年第四季度开始逐步恢复增长。2023 年全年，公司销售运动鞋 1.90 亿双，同比减少 13.85%；实现营业收入人民币 201.14 亿元，同比减少 2.21%，实现归属于上市公司股东的净利润人民币 32.00 亿元，同比减少 0.86%。
24/04/12	002154.SZ	报喜鸟	公司年报。 公司坚持服装为主业，成功实施多品牌发展战略，建立了良好的多品牌矩阵，旗下已有三个超 10 亿营收规模的品牌。其中成熟品牌报喜鸟、哈吉斯、宝鸟、所罗稳健发展，成长品牌乐飞叶、恺米切等快速发展，培育品牌东博利尼小步快走。2023 年，公司实现营业收入 525,362.52 万元，较上年同期上升 21.82%，实现归属于母公司所有者净利润为 69,785.21 万元，同比增长 52.11%，实现快速发展，经营业绩再创历史新高。
24/04/12	002083.SZ	孚日股份	公司年报。 报告期内，公司深入推进“家纺+新材料”双主业发展战略，家纺业务作为公司的基本盘，在行业整体承压的背景下，依托优质的产品品质、良好的信誉、高效的运营机制、完备的产业链优势以及均衡的全球化市场布局，实现稳健发展，为公司新材料业务的稳步推进提供了坚实的支持。同时，公司新材料业务顺利开局，第二增长曲线初步形成。报告期内，公司实现营业收入 53.40 亿元，同比增长 1.75%；实现归属于上市公司股东净利润 2.87 亿元，同比增长 40.84%；实现扣除非经常性损益后净利润 2.75 亿元，同比增长 70.39%。
24/04/11	603130.SH	云中马	公司年报。 报告期内公司专注于人造革合成革基层材料——革基布的研发、生产和销售。2023 年度，公司全年经营业绩稳中有升，实现营业收入 232,470.77 万元，较上年同期增长 23.07%；实现净利润 11,946.57 万元，较上年同期增长 18.44%，实现归属于母公司所有者的净利润 11,946.57 万元，较上年同期增长 18.44%。
24/04/10	002404.SZ	嘉欣丝绸	公司年报。 2023 年，公司实现营业收入 42.91 亿元，同比下降 0.69%，实现出口总额 3.29 亿美元，同比下降 7.25%，公司营业收入和出口总额等经营指标优于行业平均水平，在 2022 年大幅增长，基数较高的情况下，2023 年保持了总体经营业绩稳定。报告期内，公司实现营业收入 42.91 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润 2.17 亿元。
24/04/10	600156.SH	华升股份	公司年报。 2023 年，公司制定改革发展三年行动方案，谋定脱困发展方向，形成了主业发展的良好局面。全年实现营业收入 58,115.71 万元，归属于上市公司股东的净利润为 2,102.31 万元，实现扭亏为盈。本期营业收入 58,115.71 万元，与上年同期 91,052.07 万元相比减少 32,936.36 万元，下降幅度为 36.17%。本期营业成本 52,302.45 万元，与上年同期 87,216.82 万元相比减 34,914.38 万元，下降幅度为 40.03%。
24/04/09	603055.SH	台华新材	公司年报。 公司及下属子公司分别主要生产锦纶长丝、坯布和功能性成品面料。报告期内，公司实现营业收入 509,385.20 万元，同比增长 27.07%；归属于上市公司股东的净利润 44,911.45 万元，同比增长 67.16%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 36,372.97 万元，较上年同期上升 88.93%。

资料来源：Wind，甬兴证券研究所

5. 风险提示

- 1) 消费复苏不及预期：若复苏偏弱，可能导致需求低于预期等影响；
- 2) 市场竞争加剧：若竞争加剧可能影响盈利；
- 3) 宏观经济波动等：经济收缩、政策趋严可能会影响企业经营。

分析师声明

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度，专业审慎的研究方法，独立、客观地出具本报告，保证报告采用的信息均来自合规渠道，并对本报告的内容和观点负责。负责准备以及撰写本报告的所有研究人员在此保证，本报告所发表的任何观点均清晰、准确、如实地反映了研究人员的观点和结论，并不受任何第三方的授意或影响。此外，所有研究人员薪酬的任何部分不曾、不与、也将不会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

甬兴证券有限公司经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可，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
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；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准指数。

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。

特别声明

在法律许可的情况下，甬兴证券有限公司（以下简称“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投资银行、财务顾问以及金融产品等各种服务。因此，投资者应当考虑到本公司或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。也不应当认为本报告可以取代自己的判断。

版权声明

本报告版权属于本公司所有，属于非公开资料。本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、转载、刊登和引用本报告中的任何内容。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、转载、刊登和引用者承担。

重要声明

本报告由本公司发布，仅供本公司的客户使用，且对于接收人而言具有保密义务。本公司并不因相关人员通过其他途径收到或阅读本报告而视其为本公司的客户。客户应当认识到有关本报告的短信提示、电话推荐及其他交流方式等只是研究观点的简要沟通，需以本公司发布的完整报告为准，本公司接受客户的后续问询。本报告首页列示的联系人，除非另有说明，仅作为本公司就本报告与客户的联络人，承担联络工作，不从事任何证券投资咨询服务业务。

本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，本公司对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时思量各自的投资目的、财务状况以及特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。客户应自主作出投资决策并自行承担投资风险。本公司特别提示，本公司不会与任何客户以任何形式分享证券投资收益或分担证券投资损失，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，投资须谨慎。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司和关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，本公司可发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。投资者应当自行关注相应的更新或修改。