

海外运动品牌上调指引，制造端企业业绩预增 ——行业周报（20240715-0719）



增持(维持)

行业： 纺织服装
日期： 2024年07月24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：

■ 行情回顾

本周，沪深300上涨1.92%，纺织服装板块整体下跌2.95%，跑输沪深300指数4.87pct，涨跌幅在申万一级31个行业中排第29位。三大子板块皆呈下跌态势，其中纺织制造、服装家纺、饰品板块分别下跌4.76%、2.15%、2.04%。

■ 核心观点

社零：6月纺织服装零售同比-1.9%，内需略有承压。6月社零4.1万亿元，同比+2.0%，低于wind一致预期，增速环比-1.7pct。可选消费有所承压，服装鞋帽针纺织品类零售额同比-1.9%，我们认为，服装品类下行主要是受年中大促线上平台取消预售，消费前置到五月等因素影响，但长期看，国货替代趋势稳定，国货品牌的崛起有望带动服装品类数据回暖向好。

服装：Adidas 24Q2业绩好于预期，上调全年业绩指引。24Q2 Adidas货币中性收入同比+11%。除Yeezy销售额，本季度货币中性收入+16%。盈利方面，公司Q2营业利润3.46亿欧元，同比+97%，其中包括出售部分Yeezy库存所带来的约5000万欧元收入。考虑到目前势头，公司上调全年指引。相比于此前中高个位数的收入增长及约7亿欧元营业利润的指引，公司预计2024年货币中性收入将以高个位数的速度增长，营业利润将达约10亿欧元水平。另外，近日Adidas赞助的西班牙和阿根廷国家队分别获得了欧洲杯和美洲杯冠军。同时，在即将开幕的巴黎奥运会上，阿迪达斯共计合作了16个国家超75位的运动员，涉及产品包括49款鞋履的运动员装备系列，涵盖41个不同项目。我们认为，Adidas品牌热度呈现回升趋势，叠加2024年各项赛事的催化，公司业绩有望回暖向好。

制造：纺织制造企业业绩超预期，经营质量稳健。本周华利集团发布业绩预告，随着运动品牌产品库存水平趋于正常，公司订单在23Q4开始逐步恢复增长，24H1随着公司新客户合作进度的持续推进及在主要客户的份额稳健提升，公司预计营收同比+20%-30%，归母净利润同比+20%-30%。富春染织也呈业绩预增，24H1预计实现归母净利润7,600-9,100万元，同比+76.16%-110.93%，这主要是由于公司荆州项目成功提升了产能，有效地降低了要素资源的成本，业务量同比上涨所致。我们认为，上半年纺织制造板块景气度整体保持平稳向上，考虑到品牌端补库带动，纺织产业供应链有望稳定运行、延续复苏态势。

■ 重点数据

社零：6月社零总额40732亿元，同比增长2.0%，服装、鞋帽、针纺织品类消费同比下降1.9%。2)出口：6月纺织服装出口274亿美元，同比增长2.3%，其中纺织品出口122.5亿美元，同比增长6.6%，服装出口151.5亿美元，同比下降0.9%。3)原材料价格：截至7月19日，国家棉花价格B指数收报15688.91元/吨，国际棉花价格M指数收报79.98美分/磅，较7月15日分别上涨0.18%/上涨0.86%。

■ 投资建议

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) 品牌集中度和忠诚度较高的男装及童装品牌：比音勒芬、海澜之家、森马服饰；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；4) 悦己叠加保值需求催化的黄金珠宝龙头：古法技艺加持定位高端客群的老铺黄金、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	11
5. 风险提示	11

图目录

图 1: 纺织服饰行业与沪深 300 走势	4
图 2: 本周申万一级行业指数涨跌幅 (%)	4
图 3: 纺织服饰 II 级子行业指数走势	5
图 4: 纺织服饰 II 级子行业指数周涨跌幅	5
图 5: A 股纺织服饰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: 纺织服饰本周上市公司重点公告	11

1. 本周核心观点

社零：6月纺服零售额同比下降1.9%，内需略有承压。据国家统计局，6月社会消费品零售总额40732亿元，同比增长2.0%，低于wind一致预期的4.0%，增速环比下降1.7pct。其中，除汽车以外的消费品零售额36364亿元，增长3.0%，增速环比下降1.7pct。从品类看，可选消费表现有所承压，限额以上单位服装鞋帽针纺织品类商品零售额同比下降1.9%，我们认为，服装品类下行主要是受年中大促线上平台取消预售，消费前置到五月等因素影响，但长期看，国货替代趋势稳定，国货品牌的崛起有望带动服装品类数据回暖向好。

服装：Adidas 24Q2 业绩好于预期，上调全年业绩指引。据公司官网，Adidas 公布了2024年二季度的初步业绩。第二季度，公司货币中性收入同比增长11%。不包括Yeezy销售额，本季度货币中性收入增长了16%。盈利方面，公司第二季度营业利润3.46亿欧元，同比增长97%，其中包括出售部分Yeezy库存所带来的约5000万欧元收入。考虑到目前的势头，公司上调了全年指引。相比于此前中高个位数的收入增长及约7亿欧元水平营业利润的指引，公司预计2024年货币中性收入将以高个位数的速度增长，营业利润将达约10亿欧元水平。另外，据中华网，近日，Adidas 赞助的西班牙国家队获得了欧洲杯冠军，阿根廷国家队获得了美洲杯冠军。同时，在即将开幕的巴黎奥运会上，阿迪达斯共计合作了16个国家超75位的运动员，涉及的产品包括49款鞋履的运动员装备系列，涵盖41个不同项目，既包括田径、网球、篮球等传统项目，也包括霹雳舞、滑板等新设项目。我们认为，Adidas 品牌热度呈现回升趋势，叠加2024年各项赛事的催化，公司业绩有望回暖向好。

制造：纺织制造企业业绩超预期，经营质量稳健。据公司公告，本周华利集团发布业绩预告，随着运动品牌的产品库存水平趋于正常，公司订单在2023年Q4开始逐步恢复增长，24年上半年，随着公司新客户合作进度的持续推进以及在主要客户的份额稳健提升，公司预计营收同比增长20%-30%，归母净利润同比增长20%-30%。富春染织也呈现业绩预增，2024年半年度预计实现归母净利润7,600-9,100万元，同比增加76.16%-110.93%，这主要是由于公司在荆州的项目成功提升了产能，有效地降低了要素资源的成本，业务量同比上涨所致。我们认为，上半年纺织制造板块景气度整体保持平稳向上，考虑到品牌端补库带动，纺织产业供应链有望稳定运行、延续复苏态势。

投资建议：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) 品牌集中度和忠诚度较高的男装及童装品牌：比音勒芬、海澜之家、森马服饰；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；4) 悦己叠加保值需求催化的黄金珠宝类

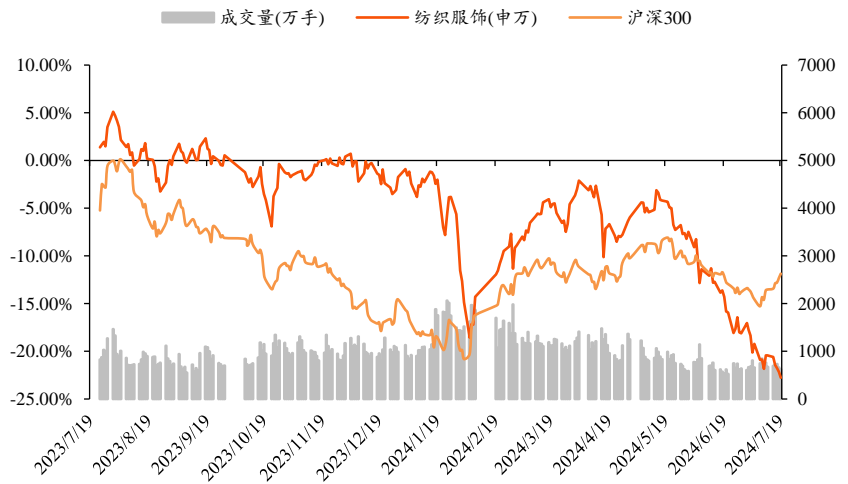
头：古法技艺加持定位高端客群的老铺黄金、全渠道布局加速拓店的周大生、百年黄金品牌且经营稳健的老凤祥、产品渠道共同发展的时尚珠宝品牌潮宏基。

2. 本周行业动态

2.1. 板块行情

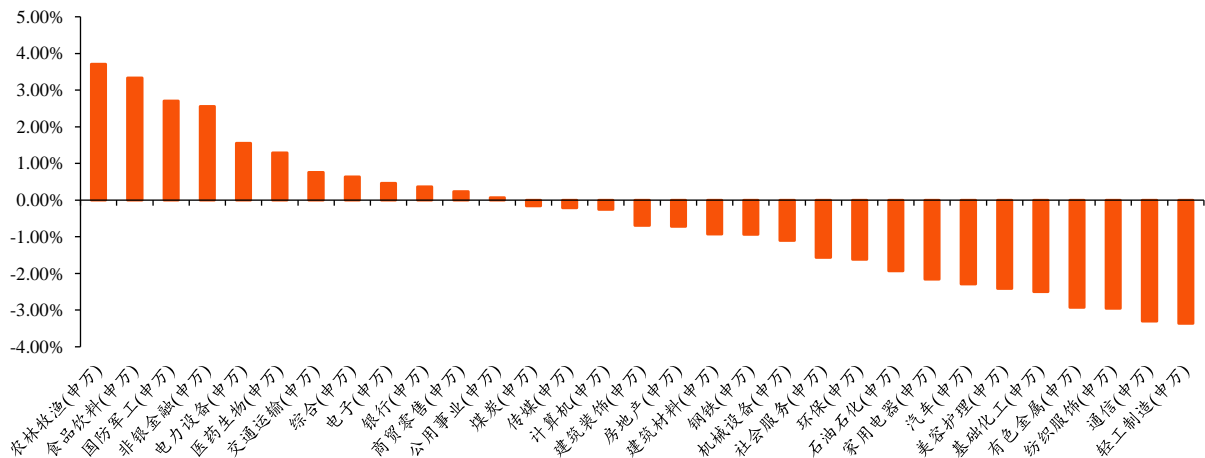
2024/07/15-2024/07/19 期间，沪深 300 上涨 1.92%，纺织服装板块整体下跌 2.95%，跑输沪深 300 指数 4.87pct，涨跌幅在申万 1 级 31 个行业中排第 29 位。

图1:纺织服装行业与沪深300走势



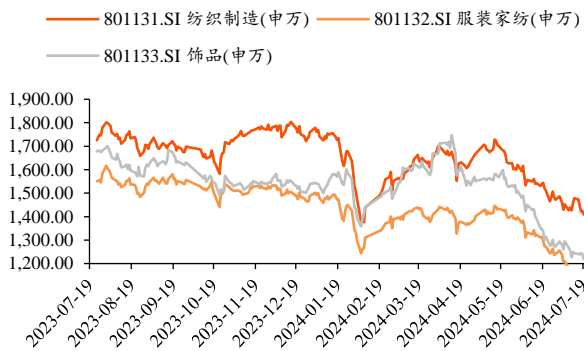
资料来源：Wind，甬兴证券研究所

图2:本周申万一级行业指数涨跌幅（%）

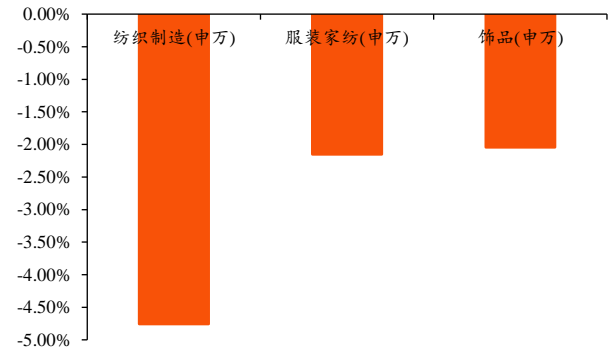


资料来源：Wind，甬兴证券研究所

纺织服装二级子板块表现：三大板块皆呈下跌态势，其中纺织制造、服装家纺、饰品板块分别下跌 4.76%、2.15%、2.04%。

图3:纺织服饰II级子行业指数走势


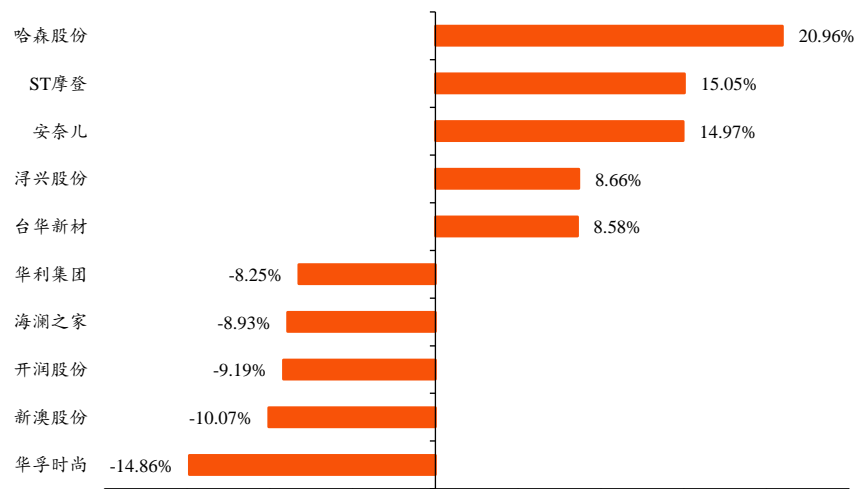
资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

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

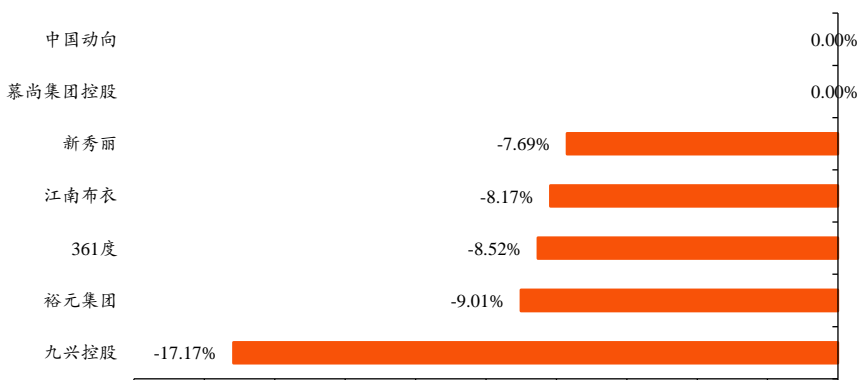
A股申万商贸零售业113家企业中,本周上涨的个股为32支(占比28.32%),下跌的个股81支(占比71.68%)。涨幅前五的个股有哈森股份(20.96%)、ST摩登(15.05%)、安奈儿(14.97%)、浔兴股份(8.66%)、台华新材(8.58%);跌幅前五的为华孚时尚(-14.86%)、新澳股份(-10.07%)、开润股份(-9.19%)、海澜之家(-8.93%)、华利集团(-8.25%)。

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,本周上涨或持平的个股为2支(占比10.53%),下跌的个股17支(占比89.47%)。涨幅居前的个股有中国动向(0.00%)、慕尚集团控股(0.00%);跌幅前五的个股有九兴控股(-17.17%)、裕元集团(-9.01%)、361度(-8.52%)、江南布衣(-8.17%)、新秀丽(-7.69%)。

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

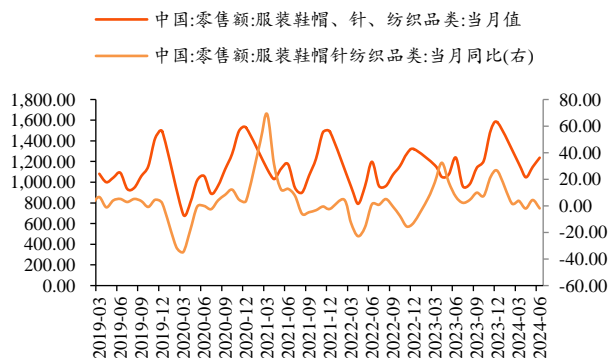
国民经济整体回升向好，但稍有承压。据国家统计局发布，6月份，社会消费品零售总额40732亿元，同比增长2.0%。其中，除汽车以外的消费品零售额36364亿元，增长3.0%。按消费类型拆分来看，6月份商品零售额36123亿元，增长1.5%；餐饮收入4609亿元，增长5.4%。限额以上企业商品零售总额15708亿元，同比下降1.0%，其中，粮油食品类、烟酒类、石油及制品类涨幅居前，分别上涨10.8%、5.2%、4.6%。服装、鞋帽、针纺织品类零售总额为1237亿元，同比下降1.9%。

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, %)

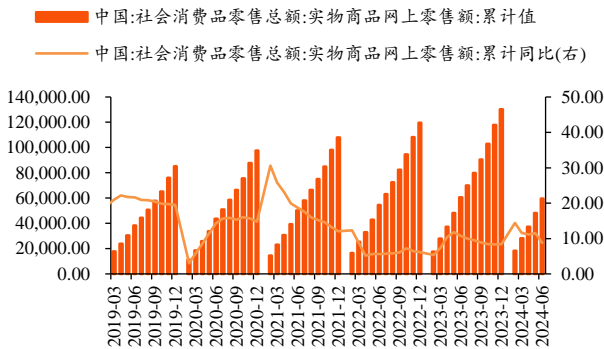


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

网上零售额延续增长，线上消费呈现韧性。据推算，6月实物商品网上零售额11315.6亿元，占社零总额的27.8%，线下零售总额29416.4亿元，占比72.2%。1-6月份，全国网上零售额70991亿元，同比增长9.8%。其中，实物商品网上零售额59596亿元，增长8.8%，占社会消费品零售总额的比重为25.3%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长17.8%、7.0%、7.8%。另外，1-6月份，限额以上零售业单位中便利店、专业店、超市零售额同比分别增长5.8%、4.5%、2.2%；百货店、品牌专卖

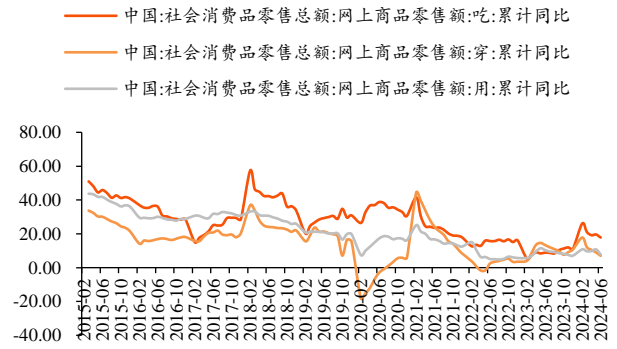
店零售额分别下降 3.0%、1.8%。

图9:实物商品网上零售额情况(亿元, %)



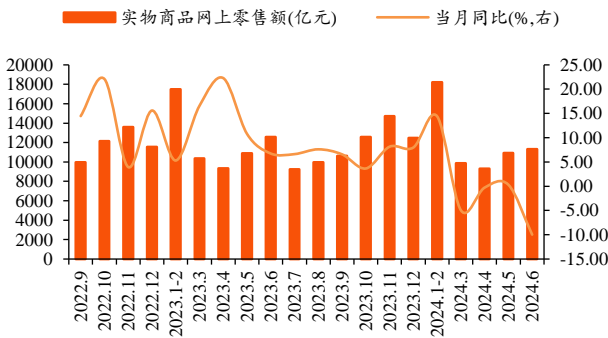
资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图10:网上商品细分品类零售额情况(%)



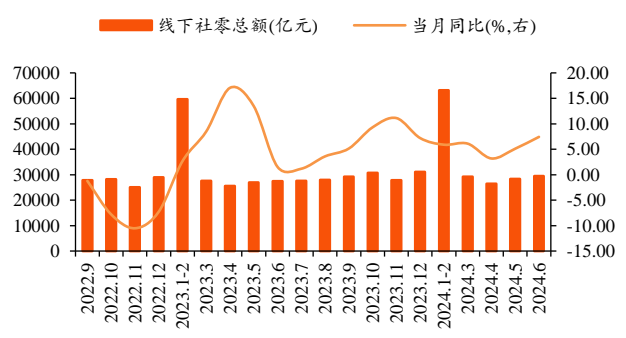
资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

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:线上线下载零售数据推算(亿元)

指标	2024.3		2024.4		2024.5		2024.6	
	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	39020	3.1	35699	2.3	39211	3.7	40732	2
实物商品网上零售额	9847	-5.0	9303	-0.3	10924	0.3	11316	-10.0
推算线下零售额	29173	6.1	26396	3.2	28287	5.1	29416	7.4

资料来源: Wind, 国家统计局, 甬兴证券研究所

3.1.2 棉价数据

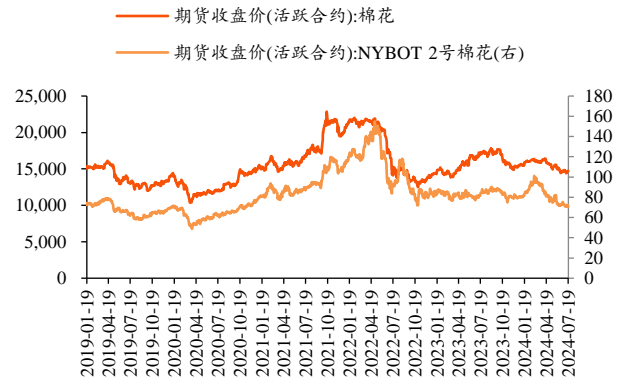
国内棉和海外棉价格回升。截至7月19日, 国家棉花价格B指数收报15688.91元/吨, 国际棉花价格M指数收报79.98美分/磅, 较7月15日分别上涨0.18%/上涨0.86%。期货方面, 郑州商品交易所棉花收盘价收报14715元/吨, NYBOT2号棉花收报70.78美分/磅, 较7月15日分别上涨0.38%/下跌2.24%。

图13:棉价指数



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图14:期货棉价

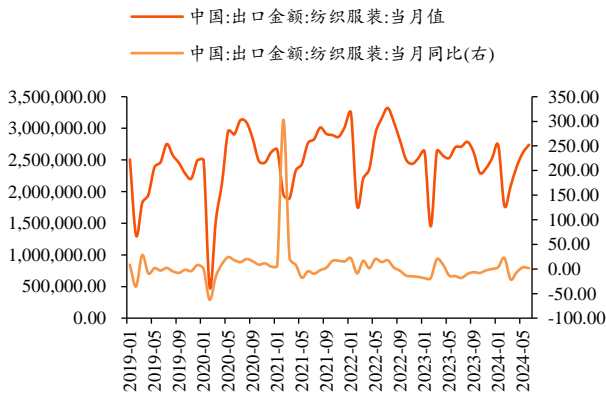


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

3.1.3 纺织品进出口数据

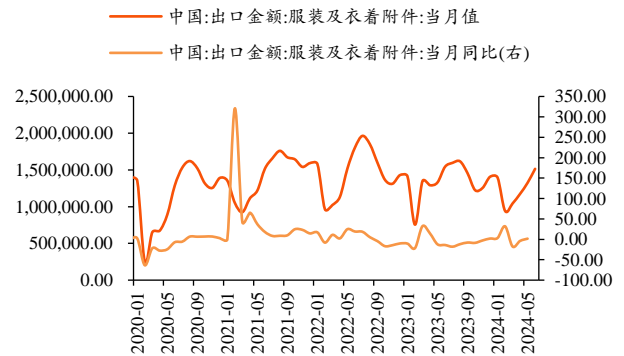
6月纺织服装出口同比增速放缓。据中国纺织品进出口商会,海关总署统计,6月,纺织服装出口274亿美元,同比增长2.3%,环比增长4.8%,其中纺织品出口122.5亿美元,同比增长6.6%,环比下降4.9%,服装出口151.5亿美元,同比下降0.9%,环比增长14.3%。

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

【奢侈品行业仍然低迷 Burberry 换掉 CEO 并发出盈利预警】

由于经济前景不佳打击了消费者的购买欲望，过去一年，全球奢侈品行业遭遇“逆风”。如今，这股“逆风”仍在持续。英国奢侈品巨头巴宝莉（Burberry）周一发布了盈利预警，并取消了今年的股息支付计划。与此同时，该公司宣布，任命美国轻奢品牌 Michael Kors (MK) 的前 CEO 约书亚·舒尔曼（Joshua Schulman）为新任 CEO，以期扭转销售额下滑的局面。Burberry 警告称，今年第一季度，除日本外，其它地区的销售额都在下滑，并表示今年上半年将出现经营亏损。Burberry 还表示，其所面临的市场疲软已经加深，在截至 6 月 29 日的三个月里，公司基本销售额下降了 21%，因此公司将调整产品，以使其更符合“核心客户”的胃口。作为英国最大的奢侈品牌，Burberry 表示，如果目前的趋势继续下去，该公司全年营业利润将低于市场预期。（财联社）

【贵价腕表上半年在中国销量不佳】

瑞士斯沃琪集团（Swatch Group）日前公布 2024 上半年业绩报告。截至 2024 年 6 月 30 日的六个月内，斯沃琪集团的净销售额录得 34.5 亿瑞士法郎，按当前汇率计算同比下滑 14.3%。这是该集团自 2021 年以来首次出现收入下滑。斯沃琪集团在 2020 年曾受疫情影响，净销售额一度暴跌，并出现 40 年来首次亏损。而此番业绩虽好于 2020 年的市场表现，但又跌至差过疫情前的 2019 年水平。斯沃琪集团 2024 上半年净利润甚至同比大跌了 70.5%，仅录得 1.47 亿瑞郎，低于 2021 上半年 2.7 亿瑞郎的净利润。斯沃琪集团业绩的波动与大中华区市场表现正相关，该集团在财报中表示，销售额下降的原因是大中华区（包括港澳地区）奢侈品需求大幅下降。该集团还提到，东南亚市场在报告期内的高端腕表需求也大幅下滑，而该地区市场高度依赖中国游客的消费。根据瑞士钟表工业联合会数据，2024 年 1 至 5 月期间，瑞士腕表总出口额较 2023 年同期下滑 2.5%。其中，中国内地和香港特区市场较 2023 年同期分别录得下滑 18.2% 和 19.2%。整个大中华区腕表消费极为疲软。斯沃琪集团在财报中进一步指出，高端消费放缓对旗下 Omega 欧米茄、Breguet 宝玑和 Blancpain 宝珀三个高端品牌的影响尤为巨大。业绩报告显示，欧米茄、宝玑和宝珀所在的腕表和珠宝业务板块在 2024 上半年销售额大幅下滑，这其中欧米茄品牌业绩疲软造成的影响更为深刻。（界面新闻）

【业绩突然下滑 优衣库大中华区 CEO：中国消费者心态变了】

近期，优衣库母公司迅销集团的财报揭示了 2024 财年前三个季度的情况：大中华区贡献了约 240 亿元人民币的营收，占总营收的 22.1%。然而，第三季度中，中国内地与香港市场的业绩并不乐观，营收下滑，经营利润显著减少，同店销售亦呈现收缩态势。优衣库大中华区 CEO 潘宁在业绩简报中特别强调了“平替”现象，即年轻消费者倾向于选择性价比高的非品牌产品，而非仅仅追求品牌本身，只要质量相仿。潘宁相信，凭借其性价比优势，优衣库能成为中国市场消费者的首选。尽管优衣库试图在“平替”潮流中寻求机遇，它自身也面临着被其他更低价的替代品所取代的问题。有消费者反映，在供应链强大的中国，找到与优衣库品质相近但价格更低

的替代品并非难事。(中华网)

【巴西棉花收割率达到 12% 2023/24 年度迄今出口量创历史新高】

据巴西棉花种植者协会 (Abrapa) 发布的月度报告显示, 7 月期间巴西棉花收割将加速, 到月初时收割率为 12%, 马托格罗索州棉花收割全面展开。目前 2024 年作物的轧棉率为 4%。Abrapa 更新对 2024 年作物的预测, 巴西棉花种植面积预测为 190 万公顷, 产量将达到 367 万吨。如果实现, 将较上年增长 13%。单产预计为 1841 公斤/公顷, 同比降 5.1%。6 月巴西出口棉花 16.04 万吨, 出口收入 3.038 亿美元。出口量较去年同期增加 166%, 但较 5 月减少 30%。2023/24 年度 (始于 8 月) 1-6 月出口 251 万吨, 同比增加 82.6%, 创历史新高, 总收入 480 亿美元。(锦桥纺织网)

【海澜之家: 订单碎片化对供应链管理提出更高要求】

近日, 海澜之家有关负责人介绍, 公司在产品研发、供应链管理等方面强化数字技术的运用与创新, 如: 不断完善会员生态运营体系, 布局电商、自媒体等渠道平台, 从官网互动转向社群运营等。上述负责人认为, 这不仅提升消费者购物体验, 还减少了获客成本。在工信部公示的 2023 年新一代信息技术与制造业融合发展示范名单中, 海澜之家申报的“服装行业数字化供应链协同运营能力”在列, 其通过原材料采购、生产制造、物流配送等全流程数字化监控和智能化管理, 实现供应链快速响应、高效协同。伴随中国经济的高质量发展, 消费者对于高品质、高性能、高附加值、绿色环保纺织服装产品的需求日益增长。这就需要纺织服装企业夯实现代化产业体系建设基础, 不断深化供给侧结构性改革, 构建增品种、提品质、创品牌的产品创新实力, 持续提升中国制造和中国品牌竞争力, 适应新时期的市场发展新需求。未来通过智慧服装体系衍生产品、服务和体验等迭代创新, 将进一步重塑品牌与消费者关系。(全球纺织网)

4. 上市公司公告

表2: 纺织服装本周上市公司重点公告

时间	股票代码	公司名称	公告内容
2024-07-19	603055.SH	台华新材	对外担保进展公告。 公司本次为全资子公司福华织造担保金额为人民币8,000万元,自2024年6月1日起至2026年6月1日止。截至公告披露日,公司对福华织造担保余额为13,000万元(含本次担保)。本次担保系为满足公司全资子公司福华织造资金需求,有利于其持续稳健发展,符合公司整体利益和发展战略。福华织造偿还债务的能力良好,不存在影响偿债能力的重大或有事项,担保风险总体可控,不存在损害公司及中小股东利益的情形,具有必要性和合理性。截至公告披露日,公司为下属子公司及下属子公司之间的担保余额为552,000万元,占公司2023年度经审计净资产的124.04%,全部为公司对下属子公司及下属子公司之间的担保,公司及子公司对上市主体外未发生担保,上述担保无逾期情况。
2024-07-19	002029.SZ	七匹狼	首次回购股份公告。 公司于2024年7月18日以集中竞价方式首次实施回购股份,首次回购股份20万股,占公司总股本0.03%。最高成交价为5.05元/股,最低成交价为4.98元/股,交易金额为1,005,336.89元(不含交易费用)。公司决定使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司发行的人民币普通股(A股),用于实施股权激励或员工持股计划。回购股份资金总额不低于人民币1.5亿元且不超过3亿元(含),回购价格不超过人民币5.50元/股(含),若按回购价格上限人民币5.50元/股进行测算,本次回购股份数量下限至上限为:27,272,727股至54,545,454股,占公司目前总股本比例下限至上限为:3.87%至7.74%。
2024-07-19	000850.SZ	华茂股份	分红派息实施公告。 公司通过回购专用证券账户持有公司A股股份21,588,550.00股,该部分A股股票不享有参与利润分配的权利。本次A股利润分配以公司现有A股股本943,665,009.00股剔除已回购A股股份21,588,550.00股后的922,076,459.00股为基数,向全体股东每10股派1.0元(含税),不送红股,不以公积金转增股本。因公司回购专户的股份不享有参与利润分配的权利,公司本次A股实际现金分红总额=(943,665,009.00股-21,588,550.00股)×0.1元/股=92,207,645.90元;本次A股权益分派实施后,除息价格计算时,每股现金红利应以0.0977122元/股计算,即每10股现金红利人民币0.977122元。
2024-07-18	300979.SZ	华利集团	半年度业绩预告公告。 公司预计2024年1月1日至2024年6月30日,业绩情况经财务部门初步测算,预计净利润为正值且同向上升。归属于上市公司股东的净利润盈利:174,680.22万元-189,236.90万元,比上年同期增长:20%-30%。扣除非经常性损益后的净利润盈利:172,372.48万元-186,736.86万元,比上年同期增长:20%-30%。2023年下半年,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。今年上半年,随着公司新客户合作进度的持续推进以及在主要客户的份额稳健提升,公司营业收入预计比上年同期增长20%-30%。在加强客户拓展、扩展产能的同时,公司持续改善运营能力,保持了净利润的稳健增长。
2024-07-18	603557.SH	ST起步	半年度业绩预告公告。 公司预计2024年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为-650万元至-950万元,上年同期为-18,683.79万元;预计实现归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润为-700万元至-1,000万元,上年同期为-13,052.15万元。本期业绩仍预亏的主要原因是纺织服装行业竞争激烈,市场恢复缓慢,公司营业收入较上年同期出现下滑,报告期内收入未能覆盖成本费用支出,导致利润亏损。
2024-07-16	002494.SZ	华斯股份	半年度业绩预告公告。 公司预计2024年1月1日至2024年6月30日,业绩经公司初步估算,预计2024年半年度将实现扭亏为盈。归属于上市公司股东的净利润为600万元-900万元,比上年同期增长252.07%-328.10%。扣除非经常性损益后的净利润为600万元-900万元,比上年同期增长181.58%-222.36%。基本每股收益为0.0160元/股-0.0240元/股。2024年上半年,公司归属于上市公司股东的净利润较上年同期增长,主要原因是一方面公司上半年销售收入和毛利率较同期有所增长。另一方面,公司裘皮小镇配套项目部分完成交付增加了上半年的收入。
2024-07-15	605180.SH	华生科技	半年度业绩预告公告。 公司预计2024年1月1日至2024年6月30日,业绩情况经公司初步测算,预计公司2024年半年度实现归属于母公司所有者的净利润3,100.00万元到3,700.00万元,同比上升50.54%到79.67%。实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润3,070.00万元到3,670.00万元,同比上升53.88%到83.95%。报告期内,下游市场的去库存压力已经逐步缓解,市场需求持续好转,市场开始逐步恢复活力,2024年上半年公司主营产品产销量、销售收入均同比上升,利润也随之增加。

资料来源: iFind, 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。