

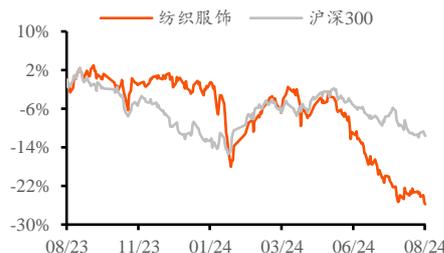
24H1 运动品牌经营稳健，越南纺织出口数据创新高 ——行业周报（20240812-0816）

增持(维持)

行业： 纺织服装
日期： 2024年08月23日

分析师： 彭毅
E-mail: pengyi@yongxingsec.com
SAC 编号： S1760523090003
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：

《7月社零同比+2.7%，消费市场平稳恢复》

——2024年08月22日

■ 行情回顾

本周，沪深 300 上涨 0.42%，纺织服装板块整体下跌 1.22%，跑输沪深 300 指数 1.64pct，涨跌幅在申万 I 级 31 个行业中排第 19 位。三大子板块中纺织制造上涨 0.28%，服装家纺、饰品板块分别下跌 1.24%、3.40%。

■ 核心观点

社零：7月服装、珠宝品类零售承压。7月社零 37757 亿元，同比+2.7%，增速环比+0.7pct。从品类看，基本生活品类增势较好，可选消费品类表现分化。其中，化妆品/服装鞋帽针纺织品/金银珠宝类商品零售额分别同比-6.1%/5.2%/10.4%。我们认为，年中大促的集中式消费使得部分可选商品进入销售淡季，考虑到后续的金九银十及双十一大促，金银珠宝、服装品类消费有望恢复。

服装：运动品牌经营稳健，电商渠道增长亮眼。李宁 24 年上半年业绩呈现韧性，收入同比+2.3%至 143.45 亿元，主要是公司持续对直营店铺布局进行调整、优化经销商渠道、以及电子商务渠道发力新媒体/新平台，使得线上客流回升等方面所致。另外，361 度 24 年中期收入实现良好增长，营收 51.4 亿元，同比+19.2%，其中，成人鞋类/成人服装/童装业务分别同比+20.1%/15.7%/24.2%，这主要由于公司在渠道拓展及市场推广等方面的持续努力促进了线上线下的全渠道运营，有效提升了产品销量和消费者粘性，上半年仅电商业务的贡献比 23 年同期+16.1%。我们认为，作为全天开放的销售渠道，电商渠道的布局为国货品牌发展提供了较为稳定的力量，叠加 24 年各大赛事对体育消费的助推，国货运动品牌业绩有望呈现稳健向上趋势。

制造：越南纺织出口数据创新高，纺织制造企业业绩有望企稳。7月越南纺织品服装出口额达 42.9 亿美元，同比+12.4%，是 22 年 8 月以来的出口额新高，展现了强劲势头。24 年前 7 个月，越南全国纺织品服装出口额 239 亿美元，同比+5.9%。其中，纺织品服装出口额 202 亿美元，同比+6.3%；各类面料出口额 4.58 亿美元，同比+18%；纺织服装、皮革鞋的原材料出口额 8.78 亿美元，同比+11.4%。我们认为，随着品牌去库逐步进入尾声，上游制造端订单需求有望提升，布局越南工厂、基本面稳定且快反能力突出的纺织制造企业有望稳定运行、延续复苏态势。

■ 重点数据

社零：7月社零总额 37757 亿元，同比增长 2.7%，服装、鞋帽、针纺织品类消费同比下降 5.2%。2) 出口：7月纺织服装出口 1906.9 亿元，同比下降 1.5%，其中纺织品出口 821.4 亿元，同比增长 3%，服装出口 1085.5 亿元，同比下降 4.6%。3) 原材料价格：截至 8 月 16 日，国家棉花价格 B 指数收报 14760.47 元/吨，国际棉花价格 M 指数收报 75.65 美分/磅，较 8 月 12 日分别-0.31%/-1.12%。

■ 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 (%)	5
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	6
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 (%)	7
图 8: 纺服品类零售额 (亿元, %)	7
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, %)	9
图 18: 鞋靴出口情况 (万美元, %)	9

表目录

表 1: 线上线下社零数据推算(亿元)	8
表 2: 纺织服饰本周上市公司重点公告	11

1. 本周核心观点

社零：7月社零同比增长 2.7%，服装、珠宝品类承压。据国家统计局，7月份，社会消费品零售总额 37757 亿元，同比增长 2.7%，低于 wind 一致预期的 3.06%，增速环比增加 0.7pct。我们认为，7月消费市场总体呈现平稳恢复态势，考虑到暑期旅游需求释放及以旧换新等政策支持，居民消费潜力有望持续向好。从品类看，基本生活品类增势较好，可选消费品类表现分化。其中，限额以上单位通讯器材类、体育/娱乐用品类分别增长 12.7%、10.7%，位列所有品类前二，而化妆品类、服装鞋帽针纺织品类、金银珠宝类商品零售额分别同比下降 6.1%、5.2%、10.4%。我们认为，以旧换新政策及奥运赛事推动了通讯器材及体育娱乐用品的需求释放，而年中大促的集中式消费使得部分可选商品进入销售淡季，考虑到后续的金九银十及双十一大促，金银珠宝、服装品类消费有望恢复。

服装：运动品牌经营稳健，电商渠道增长亮眼。据公司官网，李宁 24 年上半年业绩呈现韧性，收入同比增长 2.3%至人民币 143.45 亿元，主要是公司持续对直营店铺布局进行调整、优化经销商渠道、以及电子商务渠道发力新媒体、新平台，使得线上客流回升等方面所致；公司毛利率也提升了 1.6pct 至 50.4%，主要是本期新品折扣改善、毛利率较高的直营渠道收入占比同比上升、以及存货拨备计提较 23 年同期减少所致。另外，361 度 2024 年中期收入实现良好增长，上半年营收 51.4 亿人民币，同比增长 19.2%，其中，成人鞋类/成人服装/童装业务分别同比增长 20.1%/15.7%/24.2%，这主要由于公司在渠道拓展及市场推广等方面的持续努力促进了线上线下的全渠道运营，有效提升了产品销量和消费者粘性，上半年仅电商业务的贡献比 23 年同期增长 16.1%；公司毛利率同比略微下降 0.4pct 至 41.3%，拆分看，成人鞋类/成人服装/童装毛利率分别为 42.8%/40.2%/41.7%，分别同比-0.7/+0.1/-0.7pct，其中童装毛利率下降主要是由于上半年品牌推出多款价格具有竞争力的新品促使产品组合产生变动。我们认为，作为全天开放的销售渠道，电商渠道的布局为国货品牌发展提供了较为稳定的力量，叠加 24 年各大赛事对体育消费的助推，国货运动品牌业绩有望呈现稳健向上趋势。

制造：越南纺织出口数据创新高，纺织制造企业业绩有望企稳。据越通社，7月越南纺织品服装出口额达 42.9 亿美元，同比增长 12.4%，是自 2022 年 8 月以来纺织品服装出口额创下的新高，展现了强劲势头。24 年前 7 个月，越南全国纺织品服装出口额达到 239 亿美元，同比增长 5.9%。其中，纺织纤维出口额达 25.3 亿美元，同比增长 3.5%；纺织品服装出口额为 202 亿美元，同比增长 6.3%；各类面料出口额达 4.58 亿美元，同比增长 18%；纺织服装、皮革鞋的原材料出口额达 8.78 亿美元，同比增长 11.4%。目前，越南向 113 个国家和地区出口纺织品服装，其中美国、欧盟、日本、韩国和中国是主要出口市场。我们认为，随着品牌去库逐步进入尾声，上游制造端订单需求有望提升，布局越南工厂、基本面稳定且快反能力突出的纺织制造企业有望稳定运行、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。

2. 本周行业动态

2.1. 板块行情

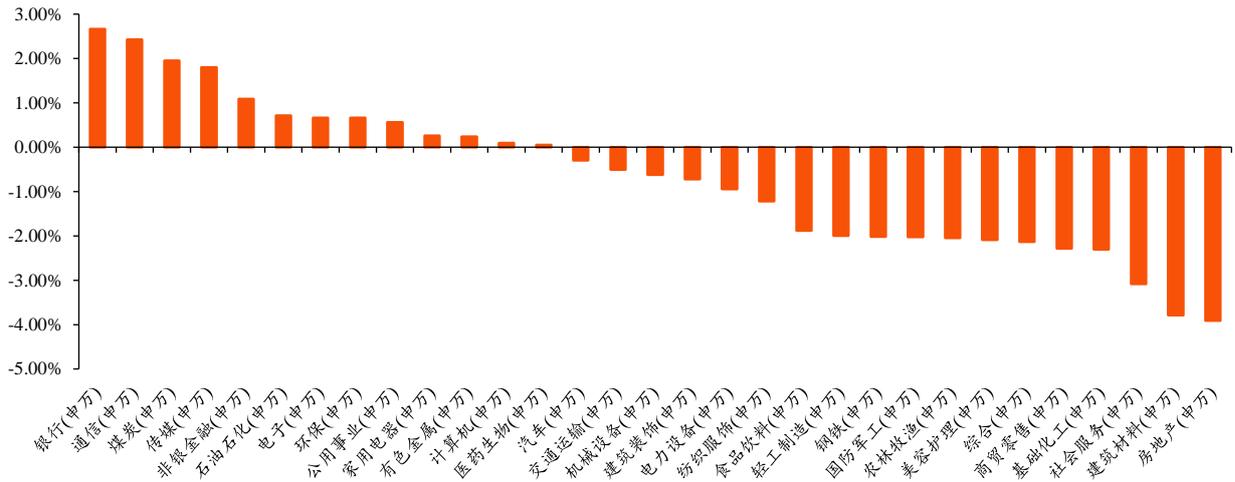
2024/08/12-2024/08/16 期间，沪深 300 上涨 0.42%，纺织服装板块整体下跌 1.22%，跑输沪深 300 指数 1.64pct，涨跌幅在申万一级 31 个行业中排第 19 位。

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

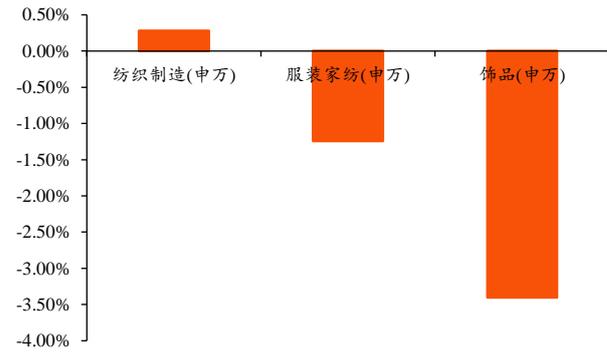
纺织服饰二级子板块表现: 三大板块中纺织制造上涨 0.28%, 服装家纺、饰品板块分别下跌 1.24%、3.40%。

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

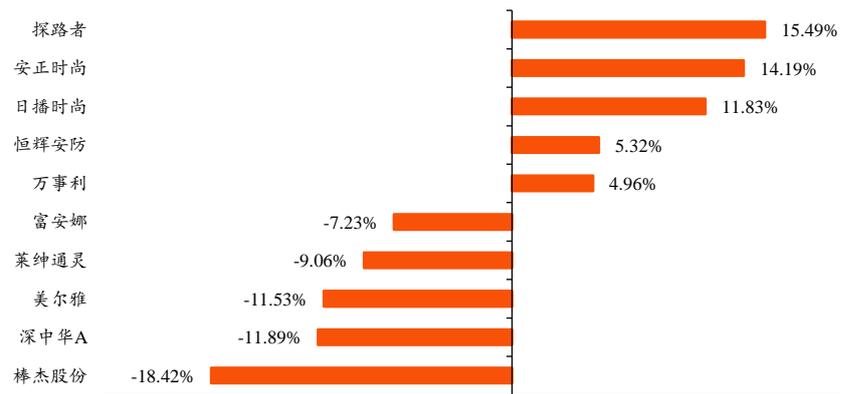


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

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 37 支(占比 32.74%), 下跌的个股 76 支(占比 67.26%)。涨幅前五的个股有探路者(15.49%)、安正时尚(14.19%)、日播时尚(11.83%)、恒辉安防(5.32%)、万事利(4.96%); 跌幅前五的为棒杰股份(-18.42%)、深中华 A(-11.89%)、美尔雅(-11.53%)、莱绅通灵(-9.06%)、富安娜(-7.23%)。

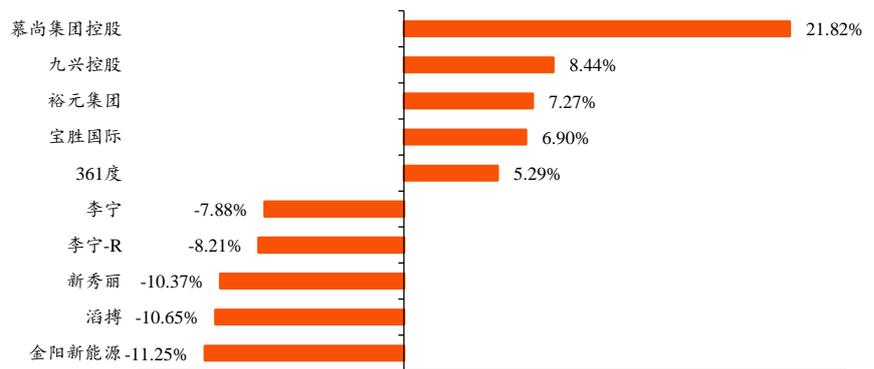
图5:A 股纺织服饰业本周涨跌幅前五情况



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 11 支 (占比 57.89%), 下跌的个股 8 支 (占比 42.11%)。涨幅前五的个股有慕尚集团控股 (21.82%)、九兴控股 (8.44%)、裕元集团 (7.27%)、宝胜集团 (6.90%)、361 度 (5.29%); 跌幅前五的个股有金阳新能源 (-11.25%)、滔搏(-10.65%)、新秀丽 (-10.37%)、李宁-R (-8.21%)、李宁(-7.88%)。

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

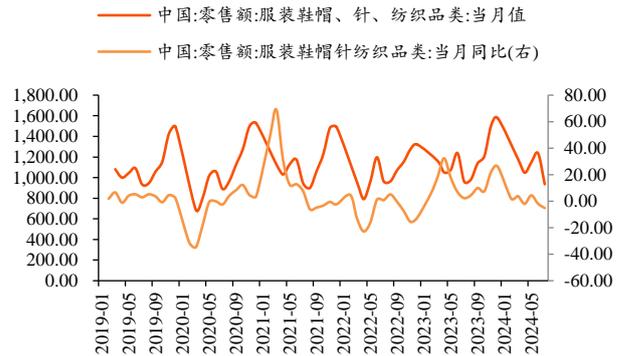
国民经济整体回升向好, 消费市场平稳恢复。据国家统计局发布, 7 月份, 社会消费品零售总额 37757 亿元, 同比增长 2.7%。其中, 除汽车以外的消费品零售额 33959 亿元, 增长 3.6%。按消费类型拆分来看, 7 月份, 商品零售额 33354 亿元, 同比增长 2.7%; 餐饮收入 4403 亿元, 增长 3.0%。限额以上企业商品零售总额 13066 亿元, 同比持平, 其中, 通讯器材类、体育娱乐用品类、粮油食品类涨幅居前, 分别上涨 12.7%、10.7%、9.9%。服装、鞋帽、针纺织品类和金银珠宝品类零售总额分别为 936 亿元和 200 亿元, 分别同比下降 5.2%和 10.4%。

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

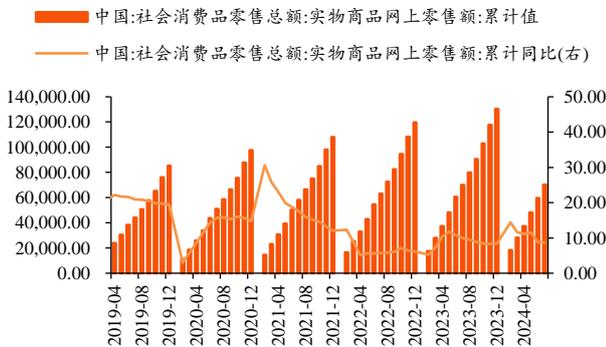
图8:纺服品类零售额 (亿元, %)



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

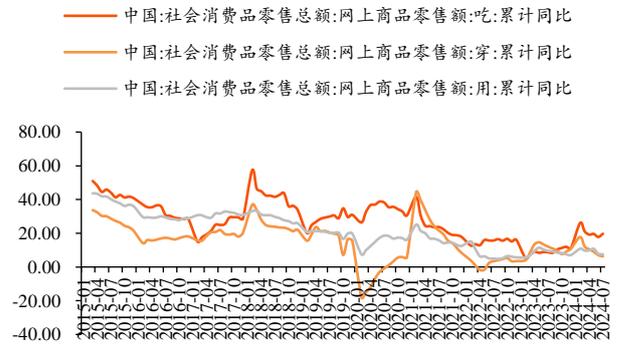
网上零售额延续增长, 线上消费呈现韧性。据推算, 7月实物商品网上零售额 10497 亿元, 占社零总额的 27.8%, 线下零售总额 27260 亿元, 占比 72.2%。1-7 月份, 全国网上零售额 83784 亿元, 同比增长 9.5%。其中, 实物商品网上零售额 70093 亿元, 增长 8.7%, 占社会消费品零售总额的比重为 25.6%; 在实物商品网上零售额中, 吃类、穿类、用类商品分别增长 19.7%、6.3%、7.5%。另外, 1-7 月份, 限额以上零售业单位中便利店、专业店、超市零售额同比分别增长 5.2%、4.5%、2.0%; 百货店、品牌专卖店零售额分别下降 3.8%、1.6%。

图9:实物商品网上零售额情况 (亿元, %)



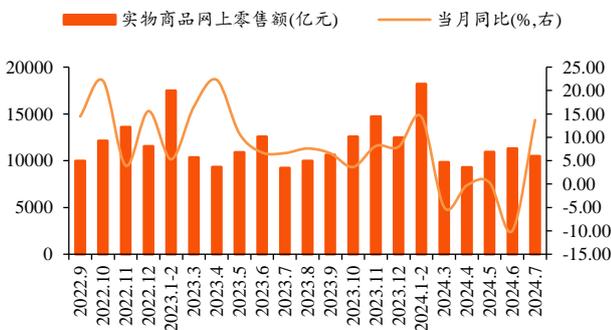
资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

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:线上线下社零数据推算(亿元)

指标	2024.4		2024.5		2024.6		2024.7	
	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	35699	2.3	39211	3.7	40732	2.0	37757	2.7
实物商品网上零售额	9303	-0.3	10924	0.3	11316	-10.0	10497	13.7
推算线下零售额	26396	3.2	28287	5.1	29416	7.4	27260	-1.0

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落。截至8月16日, 国家棉花价格B指数收报14760.47元/吨, 国际棉花价格M指数收报75.65美分/磅, 较8月12日分别-0.31%/-1.12%。期货方面, 郑州商品交易所棉花收盘价收报13380元/吨, NYBOT2号棉花收报67.24美分/磅, 较8月12日分别-1.80%/-2.54%。

图13:棉价指数

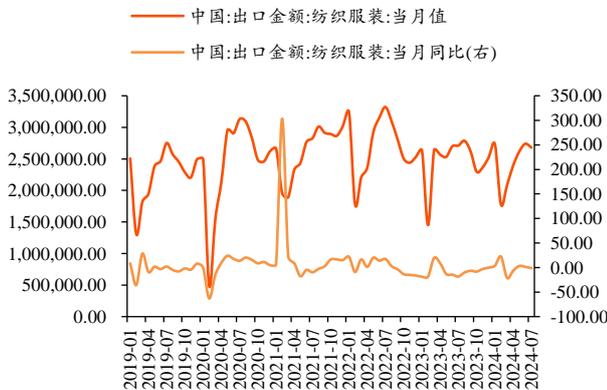

资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

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

7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, 7月, 纺织服装出口1906.9亿元, 同比下降1.5%, 环比下降2%, 其中纺织品出口821.4亿元, 同比增长3%, 环比下降5.6%, 服装出口1085.5亿元, 同比下降4.6%, 环比增长0.9%。

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, %)

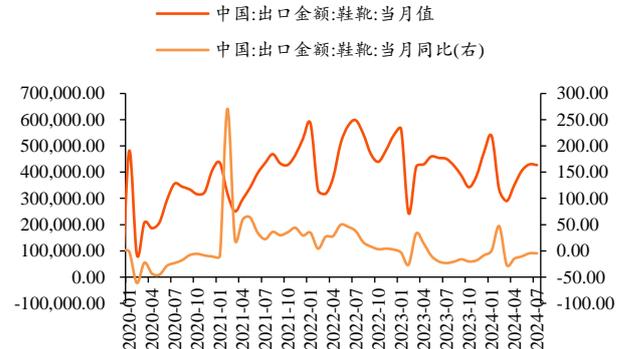

资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

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

【户外运动童装成市场新宠，特步儿童未来3-5年加大科研合作力度】

特步集团表示，继联合清华大学体育与健康科学研究中心等院校机构进行儿童运动健康的研究，未来3年-5年，特步儿童将持续加大与科研机构的合作力度，致力于打造儿童成长数据库。特步儿童提出“测准穿对运动追高”的核心成长理论。一方面，携手倚澜科技团队为儿童健康成长打造AI智能检测仪，帮助家长们准确了解孩子的足部发育状况，并提供科学的选鞋建议；同时通过对群体数据的深入分析，建立更为完善精准的儿童运动健康数据库。另一方面，根据3岁-6岁协调平衡、7岁-9岁足弓发育、10岁-12岁挺拔身姿等分阶年龄段儿童的不同成长需求，研发出适配中国儿童脚型的运动鞋——A+成长运动鞋以及6点位成长鞋垫。随着户外运动热潮的兴起和亲子活动的普及，户外运动童装逐渐成为市场新宠，将童装业务与户外运动结合也成为众多品牌近年来的增长点。（新京报）

【纱布观望气氛浓郁，“金九银十”推迟到来】

据广东、江苏、浙江、山东等地部分棉纺织厂、棉纱贸易商反馈，虽7月下旬以来沿海地区床上用品、家纺及劳保用品、牛仔等内销订单回暖迹象，各方对“金九银十”有所期待，一些织布、面料、服装厂询价、打样热情升高，但截至目前，订单仍没有落地，整个终端消费市场观望气氛仍很浓重；棉纱外销订单表现继续好于内需，尤其采用美棉、巴西棉、澳棉、其它产地棉花配棉的国产纱，订货、出货要明显强于新疆纱、内地纱。虽“金九银十”即将到来，但新增内销订单表现疲软。（中国棉花网）

【SHEIN 跨交会获评赋能产业带创新案例，和亚马逊、乐天等发出跨境电商五项倡议】

8月16-18日中国（广州）跨境电商交易会举办，参展的有来自20多个省市的1000多家优质供应链企业和综试区，SHEIN、TikTok、亚马逊全球开店等近40家跨境电商平台参展。在“跨境电商+产业带”成2024年出海最热聚焦点的背景下，广东省商务厅在跨交会上发布了“跨境电商赋能产业发展”创新案例，SHEIN 凭借“自主品牌+平台”双引擎模式不断推动产业

带升级与国际化发展，被评为跨境电商与产业带融合发展的标杆创新案例。另外，为更好推动行业健康、可持续的发展，跨交会上，SHEIN 与亚马逊、乐天、coupang 等行业优秀企业共同发出跨境电商五项倡议，呼吁全行业共同努力、不断提升服务质量增强消费者信任、加快品牌出海、推动技术创新提高行业竞争力、加强行业自律维护市场秩序；深化国际合作拓展市场空间，呼吁全行业加强规范、保护知识产权、抵制不正当竞争，共促行业健康有序成长、持续规范发展。（中国基金报）

【On 昂跑毛利率超阿迪、耐克，二季度净利润暴增超 800%】

瑞士运动鞋品牌 On 昂跑宣布了 2024 年第二季度的财务业绩。二季度 On 昂跑获得营收 5.677 亿瑞士法郎，同比增长 27.8%，按固定汇率计算增幅达 29.4%；公司二季度净利润从 2023 年同期的 330 万瑞士法郎增至 3080 万瑞士法郎，涨幅超 800%。在销售额渠道方面，虽然上半年 On 昂跑的主力依然是美洲，但是亚太地区的销售额增速超过 70%。根据 On 昂跑的天猫旗舰店数据，成人款跑鞋的最低售价为 990 元，On 昂跑正快步跑入“中产圈层”。另外，On 昂跑重申了其全年目标，预计全年净销售额按固定汇率计算增长至少 30%，对应当前汇率下的净销售额至少为 22.6 亿瑞士法郎。公司还预计全年毛利率将保持在约 60%，调整后的 EBITDA 利润率将在 16.0% 至 16.5% 之间。从与始祖鸟、Lululemon 并称为“中产三件套”起，On 昂跑逐渐在中国市场崭露头角。据财经网援引的美国热门球鞋、潮流服饰、奢侈品配件转售平台 StockX 基于 2024 年前 6 个月与 2023 年同期的全球销售数据，在运动鞋市场中，Asics、Adidas 和 On 昂跑成为收入增速最快的运动鞋品牌。（每日经济新闻）

【中国利郎转战高尔夫市场】

中国利郎通过子公司与株式会社迪桑特及其旗下的上海迪桑特商业有限公司签订协议，成立合资公司万星威（中国）有限责任公司。从出资情况来看，中国利郎出资 1.5 亿元，持股 54%，合资公司主要负责 Munsingwear 品牌在中国市场的产品的设计、销售及分销业务。Munsingwear 创立于 1886 年，是日本迪桑特旗下高尔夫运动服饰品牌。近年来，为寻求增长，中国利郎一直都在不断进行变革转型。譬如在多品类层面，利郎品牌以防水作为切入点推出的拒水羽绒服；推出耐洗衬衫等。此外，中国利郎近两年进行年轻化转型，大力布局青年商务品牌 LESS IS MORE，吸引年轻消费者。此次布局高尔夫运动服饰品牌，能否实现业绩改善还需要看中利郎后期布局情况。（北京商报）

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
2024-08-16	002154.SZ	报喜鸟	半年度报告。 报告期内，公司实现营业收入 247,942.48 万元，较上年同期增长 0.36%，实现归属于上市公司股东的净利润为 34,399.16 万元，较上年同期下降 15.60%，实现扣非归属于上市公司股东的净利润 30,372.14 万元，较上年同期下降 11.48%，主要系报告期内终端零售较预期疲软，叠加天气和高基数的影响，服装零售整体承压，公司通过严格控制终端折扣、拓展渠道并升级渠道结构、加强品牌推广等方式积极应对对外部环境影响，实现营业收入正增长，但报告期内公司加大市场开拓力度、品牌推广投入及人力成本增加导致营销费用增加，且收到的政府补助及实现的投资收益较上年同期减少导致利润下降。
2024-08-13	002003.SZ	伟星股份	半年度报告。 2024 年上半年，公司实现营业收入 22.96 亿元，同比增长 25.57%；归属于上市公司股东的净利润 4.16 亿元，同比增长 37.79%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4.01 亿元，同比增长 33.65%。目前公司产品主要用于全球各类中高档品牌服装及服饰。公司辅料品类丰富，个性化明显，为非标准化消费品。日常采取以单定产的经营方式，产品通过销售分/子公司、办事处等分支机构以及综合性的贸易公司销售给全球的品牌服装、服饰企业或其加工厂。报告期，公司主营的服饰辅料业务及其经营模式未发生明显变化。
2024-08-12	603001.SH	奥康国际	利润分配预案公告。 截至 2024 年 6 月 30 日，母公司期末可供分配利润为人民币 1,379,161,363.27 元。依据公司财务状况，在符合公司利润分配政策，保障公司日常经营与长远发展的前提下，综合考虑对投资者的合理回报，与股东积极分享经营成果。经董事会决议，公司 2024 年半年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 1.2 元（含税）。截至 2024 年 6 月 30 日，公司总股本 400,980,000 股，以此计算合计拟派发现金红利 48,117,600 元（含税），占 2024 年半年度归属于上市公司股东的净利润绝对值的 242.71%。本次分配不派发红股，也不进行资本公积转增股本，剩余未分配利润结转至下一年度。
2024-08-12	600400.SH	红豆股份	董事长变更公告。 公司董事会于近日收到公司董事长戴敏君女士的书面辞职报告。戴敏君女士因工作调整原因，申请辞去其担任的公司董事长及董事会战略委员会委员的职务。辞去上述职务后，戴敏君女士继续担任公司董事和董事会提名委员会委员职务。2024 年 8 月 12 日，公司召开第九届董事会第十五次临时会议，与会董事一致同意选聘周宏江先生为公司董事长，同时免去其副董事长职务，任期与第九届董事会一致。另，经本次董事会会议审议通过，周宏江先生担任董事会战略委员会主任委员，任期与第九届董事会一致。
2024-08-12	605189.SH	富春染织	对外担保公告。 为满足全资子公司安徽天外天的经营周转需要，近日，公司分别与芜湖扬子农村商业银行股份有限公司和中国光大银行股份有限公司荆州分行签署了《最高额保证合同》，公司分别为安徽天外天以及湖北富春提供 1,000 万元和 5,000 万元的连带责任保证担保。截至本公告披露日，公司实际为安徽天外天提供的担保余额为 8,000 万元（含本次担保金额），为湖北富春提供的担保余额为 85,000 万元（含本次担保金额）。截至本公告日，公司及控股子公司实际对外担保总额 161,800 万元（含本次担保金额），占公司最近一期经审计净资产（不包含少数股东权益）的 89.88%。

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。