



东兴证券
DONGXING SECURITIES

东兴时尚&轻工：市场情绪转好，关注持续性修复的可选消费及保交楼下的家居消费

——周观点

观点综述：

A股近期开启修复行情，我们建议重点关注处在持续修复趋势上的可选消费，以及保交楼政策下的家具消费。

四季度化妆品及医美消费可期。头部主播回归及多重双十一预热活动为美妆消费需求释放助力。整体来看今年双十一李佳琦美妆销售的预热节奏依旧较为紧凑，且国货美妆品牌的参与度很高，对拉动美妆消费需求释放、提振消费情绪和市场信心具有重要意义。与此同时，近期国货美妆品牌新品推出步伐加速，薇诺娜近期新推出了薇诺娜 PRO，薇诺娜 BABY 全新产品线也于 9 月份上市，珀莱雅推出小夜灯眼霜 2.0 和源力精华 2.0 升级版，超头主播的回归有望为新品牌和新产品的放量助力。看好超头复播下双十一大促以及四季度美妆消费的较好表现。下半年医美整体呈复苏态势，看好中游产品生产商龙头。9 月以来，部分地区出现疫情反弹，叠加十一期间就地过节，出行数据平淡，预计节假日期间各地医美市场主要靠本地客源带动，本地医美需求旺盛的地区，如成都、杭州等地表现较好。中长期看，医美市场内生需求坚挺，疫情逐渐缓解、防控政策精准化趋势不变，大会后防疫政策有望进一步宽松，将带动医美板块 Q4 进一步复苏。此外，下游机构端通常区域集中度较高，易受区域疫情反弹影响，而中游器械生产端通常为全国性销售，区域集中度较低，叠加持续推新和新产品放量，业绩韧性更强。

地产放松政策频出地产销售有望改善，保交楼短期提振家具行业销售额。国庆前中央层面的地产政策连出，中央对地产呵护维稳的态度明确。当前地产销售销售仍为同比下滑，后续地产销售回暖值得期待；若未能回暖，政策面仍有空间进一步放松。同时保交楼政策效果显现，短期内有望提振家具销售额，四季度行业持续向好值得期待。短期内保交楼政策提振销售，长期看地产销售有望回暖，我们看好家具头部企业未来业绩端的成长。我们继续推荐业绩确定性高的家具龙头企业顾家家居、欧派家居；智能马桶品类保持景气，有望推动公司持续增长的瑞尔特；以及经营质量高，有望复刻龙头发展路径且当前估值较低的二线定制公司志邦家居、金牌厨柜。

市场回顾

本周纺织服装行业上涨 3.04%，轻工制造上涨 1.29%，美容护理上涨 2.94%，在申万 31 个一级行业中分别排第 12、23、13 名。指数方面，上证指数上涨 1.57%，深证成指上涨 3.18%。

重点推荐：

珀莱雅、贝泰妮、波司登、李宁、安踏体育、台华新材、华利集团、志邦家居、金牌厨柜、太阳纸业

风险提示：宏观经济下行影响购买力、疫情发展超预期，政策风险

2022 年 10 月 18 日

看好/维持

纺织服装

行业报告

未来 3-6 个月行业大事：

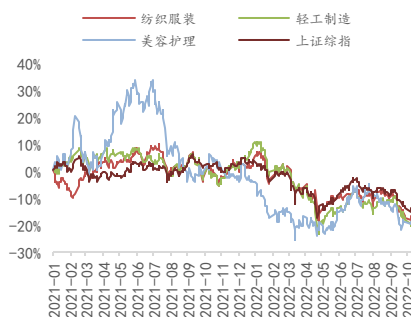
无

行业基本资料

占比%

股票家数	289	5.8%
重点公司家数	-	-
行业市值(亿元)	19883.64	2.4%
流通市值(亿元)	13845.35	2.1%
行业平均市盈率	35.40	
市场平均市盈率	16.62	

行业指数走势图



资料来源：wind、东兴证券研究所

分析师：刘田田

010-66554038

liutt@dxzq.net.cn

执业证书编号：

S1480521010001

分析师：常子杰

010-66554040

changzj@dxzq.net.cn

执业证书编号

S1480521080005

分析师：魏宇萌

010-66555446

weiy m@dxzq.net.cn

执业证书编号

S1480522090004

分析师：刘雪晴

010-66554026

liuxq@dxzq.net.cn

执业证书编号

S1480522090005

研究助理：沈逸伦

010-66554044

shenyl@dxzq.net.cn

执业证书编号

S1480121050014

目录

1. 核心观点：市场情绪转好，关注持续性修复的可选消费及保交楼下的家居消费	3
2. 市场表现：大盘普涨，纺服、美护涨幅涨幅较高	7
3. 重点公告&行业追踪.....	10
4. 风险提示.....	11
相关报告汇总	12

插图目录

图 1：纺织服装子行业涨跌幅.....	7
图 2：纺织服装子行业市盈率.....	7
图 3：纺织服装行业涨跌前五的公司.....	8
图 4：轻工制造子行业涨跌幅.....	8
图 5：轻工制造子行业市盈率.....	8
图 6：轻工制造行业涨跌前五的公司.....	9
图 7：美容护理子行业涨跌幅.....	9
图 8：美容护理子行业市盈率.....	9
图 9：美容护理行业涨跌前五的公司.....	10

1. 核心观点：市场情绪转好，关注持续性修复的可选消费及保交楼下的家居消费

A股近期开启修复行情，我们建议重点关注处在持续修复趋势上的可选消费，以及保交楼政策下的家具消费。

四季度化妆品及医美消费可期。头部主播回归及多重双十一预热活动为美妆消费需求释放助力。整体来看今年双十一李佳琦美妆销售的预热节奏依旧较为紧凑，且国货美妆品牌的参与度很高，对拉动美妆消费需求释放、提振消费情绪和市场信心具有重要意义。与此同时，近期国货美妆品牌新品推出步伐加速，薇诺娜近期新推出了薇诺娜 PRO，薇诺娜 BABY 全新产品线也于 9 月份上市，珀莱雅推出小夜灯眼霜 2.0 和源力精华 2.0 升级版，超头主播的回归有望为新品牌和新产品的放量助力。看好超头复播下双十一大促以及四季度美妆消费的较好表现。下半年医美整体呈复苏态势，看好中游产品生产商龙头。9 月以来，部分地区出现疫情反弹，叠加十一期间就地过节，出行数据平淡，预计节假日期间各地医美市场主要靠本地客源带动，本地医美需求旺盛的地区，如成都、杭州等地表现较好。中长期看，医美市场内生需求坚挺，疫情逐渐缓解、防控政策精准化趋势不变，大会后防疫政策有望进一步宽松，将带动医美板块 Q4 进一步复苏。此外，下游机构端通常区域集中度较高，易受区域疫情反弹影响，而中游器械生产端通常为全国性销售，区域集中度较低，叠加持续推新和新产品放量，业绩韧性更强。

地产放松政策频出地产销售有望改善，保交楼短期提振家具行业销售额。国庆前中央层面的地产政策连出，中央对地产呵护维稳的态度明确。当前地产销售销售仍为同比下滑，后续地产销售回暖值得期待；若未能回暖，政策面仍有空间进一步放松。同时保交楼政策效果显现，短期内有望提振家具销售额，四季度行业持续向好值得期待。短期内保交楼政策提振销售，长期看地产销售有望回暖，我们看好家具头部企业未来业绩端的成长。我们继续推荐业绩确定性高的家具龙头企业顾家家居、欧派家居；智能马桶品类保持景气，有望推动公司持续增长的瑞尔特；以及经营质量高，有望复刻龙头发展路径且当前估值较低的二线定制公司志邦家居、金牌厨柜。

（1）化妆品&医美

消费淡季下 Q3 美妆消费疲软，行业整体业绩表现或较为平淡，国货美妆龙头的线上销售增速下降但韧性仍在。7、8 月份社零限额以上化妆品类销售额分别同比+0.7%和-6.4%，表现相对较弱。线上平台方面，9 月淘系美妆销售额同比-7.8%，其中护肤品类销售额同比-2.9%，彩妆品类销售额同比-19%，增速环比 8 月略有回暖但仍旧为负增长，7-9 月平台美妆销售额同比-8.85%。抖音平台仍旧延续高增态势，但 9 月销售额环比 8 月有所回落。整体看，受虹吸效应、消费淡季、超头缺失以及疫情下消费信心较弱等因素影响，Q3 美妆消费疲软。分品牌来看，Q3 贝泰妮旗下薇诺娜淘系和抖音销售额分别同比+8.7%和+60.4%；Q3 珀莱雅淘系和抖音销售额分别同比-0.7%和 59.3%，彩棠淘系和抖音销售额分别同比+73.7%和+540.4%；Q3 华熙生物旗下的润百颜、肌活、米蓓儿和夸迪淘系销售额分别同比-31.6%、+20.2%、+42.1%和-6.8%，在抖音平台取得 50%-200% 的同比增长；上海家化旗下的佰草集和玉泽淘系和抖音销售额分别同比+30.9%/+556.8%和-49.8%/-13.1%。整体来看，主要国货美妆品牌 Q3 的销售表现较弱，增速环比上半年有所下降，或一定程度影响公司三季度业绩表现。但龙头公司的销售表现明显优于大盘韧性仍在，且品牌矩阵不断完善的情况下部分新品牌增速较快，对公司业绩拉动贡献较大。

李佳琦持续推出多重双十一预热活动为消费需求释放助力，叠加多品牌推新步伐加快，销售表现值得期待。继李佳琦 9 月 20 日晚于淘宝直播间复播后，《所有女生的 OFFER》于 10 月 9 日-11 日持续播出，国货品牌珀莱雅、薇诺娜、夸迪、米蓓儿、花西子、逐本、自然堂、韩束等均登录该综艺与李佳琦达成较深度合作。10 月 15 日晚李佳琦直播间第一波加购开启，薇诺娜保湿特护霜、保湿特护精华液、珀莱雅早 C 晚 A 精华、双

抗精华、米蓓儿乳液面膜、夸迪战痘绿次抛、焕颜蓝次抛等国货美妆产品均为预热加购产品，17日小课堂预计开课，24日为李佳琦超级美妆节直播，也是双十一预售开启的第一天。2021年双十一预售首日，李佳琦直播间GMV销售额达106亿元，为核心国货美妆品牌贡献了超1亿元的GMV增量，超头主播对美妆消费的拉动作用显著。整体来看今年双十一李佳琦美妆销售的预热节奏依旧较为紧凑，且国货美妆品牌的参与度很高，对拉动美妆消费需求释放、提振消费情绪和市场信心具有重要意义。与此同时，近期国货美妆品牌新品推出步伐加速，薇诺娜近期新推出了薇诺娜PRO，薇诺娜BABY全新产品线也于9月份上市，珀莱雅推出小夜灯眼霜2.0和源力精华2.0升级版，超头主播的回归有望为新品牌和新产品的放量助力。看好超头复播下双十一大促以及四季度美妆消费的较好表现。

下半年医美整体呈复苏态势，看好中游产品生产商龙头。上半年疫情大规模反复导致居民出行困难、机构暂时性停业，在一定程度上积压医美需求，轻医美项目具有疗程性和消费黏性，下半年将快速反弹。7-8月国内疫情趋稳，叠加暑期医美旺季，医美市场恢复较好；9月以来，部分地区出现疫情反弹，叠加十一期间就地过节，出行数据平淡，预计节假日期间各地医美市场主要靠本地客源带动，本地医美需求旺盛的地区，如成都、杭州等地表现较好。中长期看，医美市场内生需求坚挺，疫情逐渐缓解、防控政策精准化趋势不变，大会后防疫政策有望进一步宽松，将带动医美板块Q4进一步复苏。此外，下游机构端通常区域集中度较高，易受区域疫情反弹影响，而中游器械生产端通常为全国性销售，区域集中度较低，叠加持续推新和新产品放量，业绩韧性更强。

投资建议：我们认为国货美妆品牌将极大受益于消费升级和新生代消费群体的崛起，获得长足发展空间。国货美妆品牌的分化仍在持续，部分国货美妆龙头的增长逻辑持续得到验证。我们持续看好优质国货美妆品牌的快速发展，尤其是聚焦功效护肤具有较高技术加持的中高端国货美妆品牌，有望在政策指引下获得加速成长，相关标的：贝泰妮、珀莱雅。医美中格局清晰，技术、资质、渠道壁垒深厚的中游医美产品生产商龙头，如爱美客、华熙生物、巨子生物等有望持续享受行业红利。

(2) 纺织服装：

三季度服装家纺弱复苏，四季度降温预计提振冬装销售。下半年服装家纺，预计需求反弹较为缓慢，但是户外运动仍然坚挺。8月国内社会消费品零售总额同比增长5.4%，增速环比7月有所改善，其中服装鞋帽同比增长5.1%，表现较为平淡。9月电商，运动鞋、运动服、童装、女装、男装的销售增速分别为0.94%、4.74%、5.88%、-8.62%、-7.02%，户外代表品牌牧高笛三季度线上增速约有93%，较前两季度有所回落，但仍然有明显的增长优势。进入十月份，随冷空气快速南下全国各地降温明显，方多地最低气温将创入秋以来新低，东部及南方地区也受到冷空气影响，大幅降温天气将提振冬装销售。

出口订单偏弱，但原材料价格回落及人民币走贬，纺织制造企业业绩预计乐观。2022年8月，我国纺织品服装出口额为309.76亿美元，同比增长2.88%。其中，纺织品出口额为124.90亿美元，同比下降0.23%；服装出口额为184.86亿美元，同比增长5.10%。三季度以来的纺织服装出口的景气度较上半年有明显回落，出口企业收入端预计承压。原材料价格方面，棉花及化纤的价格持续回落，棉花、锦纶切片等价格较年中继续回落明显，而人民币继续贬值6个点左右。预计随着主要原材料价格的回落纺织企业毛利率将有所改善，人民币对美元汇率在7.2附近，将对出口企业形成明显的业绩增厚。

四季度十一假期及电商大促叠加，预计服装家纺业绩有所恢复，其中户外最为乐观。国庆节假期7天，全国国内旅游出游4.22亿人次，周边游趋势带动下，露营经济继续红火。携程数据显示，国庆期间，露营旅游订单量同比增长超10倍，其中本地订单占比近八成，市外周边订单占比15%。人均露营花费为650元左右，

相较中秋露营人均花费贵 30%左右。其中，83%的用户选择过夜型露营产品，更有利于帐篷及周边用品的需求。牧高笛受益今年国内露营火爆的发展，自主品牌业务持续高增长。

投资建议：建议关注优秀的纺织制造龙头公司，台华新材、华利集团等。服装家纺关注景气赛道内的公司，兼顾疫情后复苏节奏较好的公司。运动户外公司将继续享受运动行业的景气增长，同时各公司也更加注重差异化的品牌矩阵及产品矩阵的打造，继续推荐龙头运动品牌公司。

（3）社服

人服板块：疫情企稳带动交付端改善，叠加业务结构优化，Q3 有望保持经营韧性。

业务恢复方面，上半年疫情导致部分招聘岗位无法按时入职，随着下半年疫情企稳，企业需求逐渐恢复，且延后入职的岗位逐渐交付，9 月以来人服市场回暖明显。业务结构方面，头部公司把握高端制造、新能源等高景气行业机会，推动交付岗位向高附加值的技术研发类、短期类项目升级，业务结构持续优化，Q3 头部人服公司有望保持较强经营韧性。

中长期看，疫情强化企业降本增效动机，催化人服市场渗透率提升，中高端人才服务机构迎来结构性机会，灵活用工行业有望保持高速增长。一方面，我国人口受教育程度持续提高，同时经济结构转型与产业升级，对高素质、高技能人才提出了更高要求，人才市场正由人口红利向人才红利转变，这将对聚焦中高端人才服务的机构带来更多机会。另一方面，灵活用工、招聘流程外包、业务流程外包已经成为许多企业用工模式中重要选择，我国灵活用工渗透率仍显著低于欧美国家，疫情将加速企业对于灵活用工模式的认知，叠加我国财税、工伤保险等相关政策的不断完善，这些新型用工模式在我国未来有望保持高速增长。此外，企业数字化转型是我国企业发展趋势，而经济增速降档也使企业更加注重降本增效，给 HR SaaS 发展带来机遇。重点推荐在灵活用工、中高端人才服务领域深耕多年，业务布局完善、优势显著的头部企业：科锐国际、同道猎聘。

出行板块：随着疫情缓解，Q3 整体保持复苏态势，低基数下同比有望小幅改善。

Q3 正处暑期旺季，7 月在国内大规模疫情得到控制、防控趋于精准化背景下，出行相关交通及经营数据较疫情前恢复显著，交通部数据显示，7 月全国客运量同比-26%，恢复至 2019 年同期的 40%，锦江/华住/首旅 7 月境内整体 RevPAR 分别恢复至 19 年同期的 85%/90%/75%；8 月以来，海南、四川、内蒙古、天津等地疫情反弹，出行恢复率略有下降，8 月全国客运量低基数下同比+9%，较 2019 年恢复率下降至 38%。考虑到去年 8-9 月低基数以及头部公司的业务复制拓展，预计今年 Q3 出行板块相关公司收入和利润端有望同比小幅改善。

国庆出游数据整体承压，结构上短途周边游仍是主流。根据文旅部数据，2022 年清明/五一/端午/中秋/国庆期间，国内出游人次分别恢复至 2019 年同期的 67%/67%/83%/70%/54%，国内旅游收入分别恢复至 2019 年同期的 39%/45%/66%/61%/44%。十一期间多地疫情反弹，本土病例增加，叠加大会前夕北京等地防疫政策偏紧，国庆旅游数据恢复较弱，处于全年节假日较低水平。从出游结构看，短途周边游仍为主流出游方式，使得收入端恢复率整体弱于人次恢复率。

短期看，疫情形势及防控政策仍是影响出行景气度的关键因素；中长期看，市场整体复苏趋势不变，看好外延逻辑清晰的细分业态。建议关注 1) 头部酒店集团：疫情加速供给端出清，龙头享受集中度提升红利，如华住集团-S、锦江酒店、首旅酒店；2) 人工景区：看好量价逻辑兼备、具有强复制能力的优质景区公司，如宋城演艺等，此外天目湖有望受益；3) 餐饮：看好标准化复制能力强、拓店空间广、单店模型高效的高性价比品牌，如海伦司。

（4）家具：

地产放松政策频出地产销售有望改善，保交楼短期提振家具行业销售额。国庆前国家层面的地产政策连出，包括放款部分城市贷款利率下限、降低首套公积金贷款利率、减免个人所得税三项。对地产呵护维稳的态度较为明确。广州等地积极响应上述政策，对当地地产贷款政策进行不同程度的放松。截至目前，十月已过去的两周地产销售面积仍为同比下滑，后续地产销售回暖值得期待；若未能回暖，政策面仍有空间进一步放松。**同时保交楼政策效果显现，8月竣工数据在推动下已实现明显的环比收窄，短期内有望提振家具销售额。**从主要家具公司订单来看，9月确实已实现环比回暖，四季度行业持续向好值得期待。短期内保交楼政策提振销售，长期看地产销售有望回暖，我们看好家具头部企业未来业绩端的成长。本周成本数据方面，相比于9月30日，皮革海宁指数+1.2%（10月7日价），纤维板期货+2.0%、铝期货+1.8%，不锈钢期货+1.2%，波罗的海货柜运价指数-12.82%，原材料价格目前看有所反弹，海运费持续下滑。

定制公司方面，品类拓展推动收入逆势增长，占有率持续提升。定制公司通过品类拓展在行业压力下实现收入增长，一线公司欧派、索菲亚品类相对全面；二线公司如志邦、金牌衣柜木门收入占比仍低，依托橱柜连带销售新品类将继续高增。同时整装业务进入高速发展期，头部公司借助整装拓展品类，提升市场占有率。随着行业逐步进入存量房时代，获客成本提高，多品类布局提高客单价是行业主要发展方向。大家居对公司供应链提出更高的要求，已实现大家居布局的龙头公司的竞争优势进一步凸显。当前需关注原材料价格变化，若持续回落家居公司盈利能力有望走出低谷。推荐业绩确定性强的欧派家居，以及经营质量高、有望复刻龙头发展路径且当前估值较低的志邦家居、金牌厨柜。

软体公司方面，当前利润端变现较好，长期发展空间充足。短期来看，主要原材料价格、海运费持续回落，叠加海外工厂投产，软体公司利润率保持优势。同时当前内销床垫受疫情居家时间延长影响，仍保持景气，收入端保持较好增长。长期来看，我国沙发和床垫行业相比美国集中度提升空间大，龙头品牌、渠道布局优势俱佳，下沉市场有开店空间，在软体行业集中度提升的趋势中将持续受益。此外顾家、敏华也已买入大家居时代，将品类边界拓展至定制家具，打开长期增长空间。推荐关注软体龙头公司顾家家居、敏华控股。

关注仍保持景气的细分家具品类，如智能马桶。疫情延长居家时间，部分具有消费升级属性的家居品类渗透率实现加速增长。智能马桶渗透率和发达国家相比空间巨大，疫情后行业销售额保持双位数增长。瑞尔特智能马桶相关产品上半年增速近50%，在地产和疫情压力下保持快速增长，反映出行业的景气。景气的智能马桶品类在当前环境下具备稀缺性，建议关注瑞尔特。

（5）造纸包装：

国庆节后文化纸价格提涨落地，包装纸价格仍未出现显著上涨。文化纸旺季下游出版印刷需求有一定刚性，木浆、木片价格持续高位的情况下纸企积极提价，有利于支撑盈利能力。包装纸旺季不旺，需求较为疲软，白卡纸与箱板瓦楞纸价格承压，短期或将延续弱势。

原材料方面，木浆价格仍然保持高位坚挺，主要由于进口量恢复有限，进口价格居高不下，人民币相对美元贬值，行业产能释放仍有不确定性。后续关注木浆产能释放时点（Arauco与UPM新建阔叶浆产能），以及海外需求随经济回落带来的供需矛盾缓解。

当前相对看好需求韧性较强、竞争格局较好的特种纸，以及旺季具备刚需基础的文化纸，有望在旺季通过提价对冲成本压力；头部纸企产能释放有望带来销售增量。纸浆、溶解浆价格高位水平下，浆纸一体化对外销售浆类产品有望获得较好收益。推荐太阳纸业和头部特种纸企。

（6）电子烟：

思摩尔国际本周公布三季报业绩情况,Q3 公司实现经调整净利润 7.21 亿元,同比下降 42.3%,环比下降 18.3%。国内短期承压、海外对客户降价、费用投放增加估计仍是业绩环比下滑的主要原因。具体来看:(1)海外市场方面,一次性雾化产品销售有较大增长;国内市场受监管过渡期影响,预计仍然承压。(2)对客户销售价格同比下降,但环比 Q2 保持稳定;销售结构上一次性产品占比增加、国内换弹式产品承压,或对毛利率有一定影响;(3)研发费用按既定策略向雾化技术基础研究、医疗、健康领域投入,打造长期竞争力、培育新的增长领域;(4)管理费用、销售费用同比增加,但环比 Q2 保持稳定。

建议关注公司,后续业绩或有边际改善,主要看好:(1)一次性雾化产品发展势头强劲,有望继续放量;(2)大客户在美国市占率持续提升,竞品中一次性产品有望随 FDA 加强监管而受到抑制;(3)国内 10 月 1 日之后,国标电子烟产品开始全面在终端进行销售,行业出货或有边际改善(但仍需关注新产品的市场接受度);(4)公司在医疗、美容等领域的布局有望实现产品商业化。

【重点推荐】珀莱雅、贝泰妮、波司登、李宁、安踏体育、台华新材、华利集团、志邦家居、金牌厨柜、太阳纸业

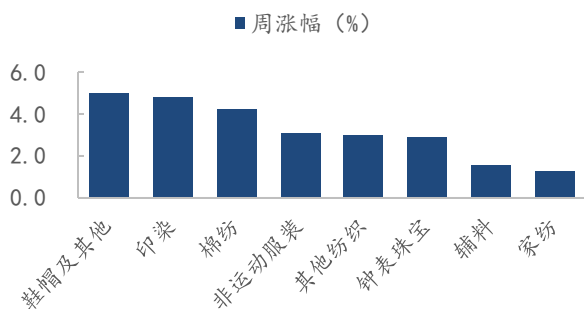
风险提示：宏观经济下行影响购买力、疫情发展超预期，政策风险

2. 市场表现：大盘普涨，纺服、美护涨幅较高

本周纺织服装行业上涨 3.04%，轻工制造上涨 1.29%，美容护理上涨 2.94%，在申万 31 个一级行业中分别排第 12、23、13 名。指数方面，上证指数上涨 1.57%，深证成指上涨 3.18%。

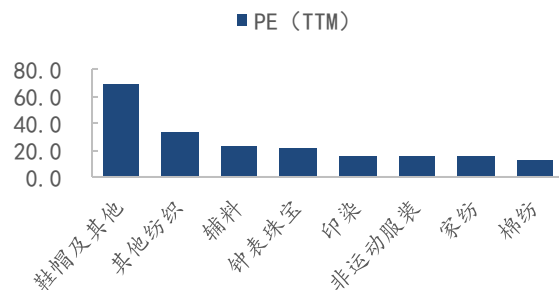
本周纺织服装各子板块涨跌幅依次为鞋帽及其他 5.03%、印染 4.82%、棉纺 4.21%、非运动服装 3.11%、其他纺织 2.95%、钟表珠宝 2.88%、辅料 1.55%、家纺 1.30%。

图 1：纺织服装子行业涨跌幅



资料来源：Wind、东兴证券研究所

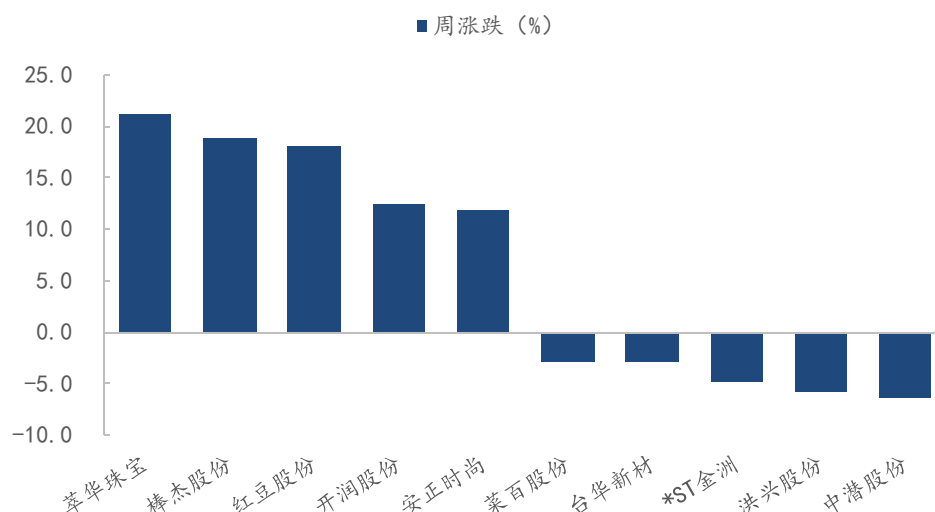
图 2：纺织服装子行业市盈率



资料来源：Wind、东兴证券研究所

本周纺织服装涨幅前五的公司为萃华珠宝 21.28%、棒杰股份 18.83%、红豆股份 18.05%、开润股份 12.48%、安正时尚 11.98%。排名后五位的公司为莱百股份-2.91%、台华新材-2.91%、*ST 金洲-4.93%、洪兴股份-5.82%、中潜股份-6.37%。

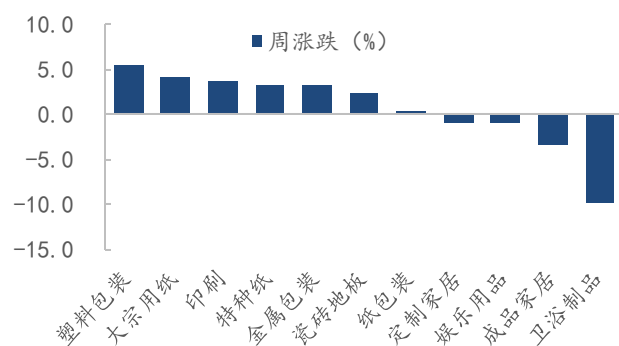
图 3：纺织服装行业涨跌前五的公司



资料来源：Wind、东兴证券研究所

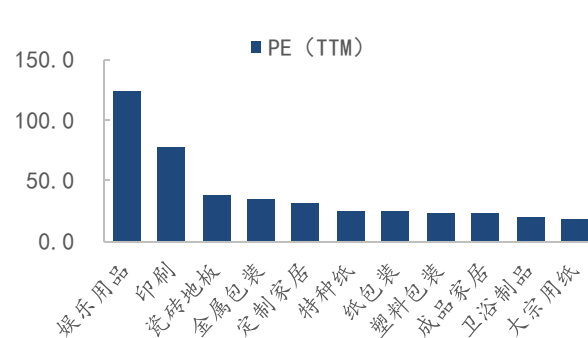
本周轻工制造各子板块涨跌幅依次为：塑料包装 5.51%、大宗用纸 4.04%、印刷 3.72%、特种纸 3.29%、金属包装 3.21%、瓷砖地板 2.27%、纸包装 0.46%、定制家居-0.88%、娱乐用品-0.99%、成品家居-3.36%、卫浴制品-9.78%。

图 4：轻工制造子行业涨跌幅



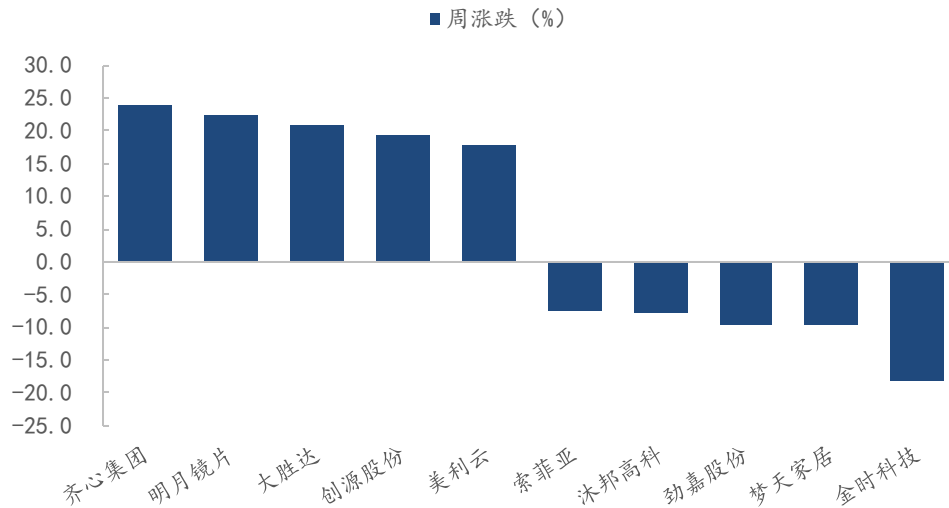
资料来源：Wind、东兴证券研究所

图 5：轻工制造子行业市盈率



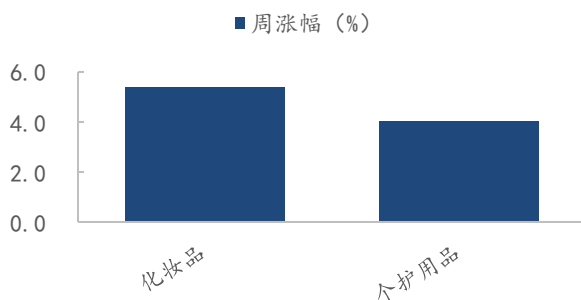
资料来源：Wind、东兴证券研究所

本周轻工制造涨幅前五的公司为齐心集团 24.06%、明月镜片 22.37%、大胜达 21.01%、创源股份 19.52%、美利云 17.75%。排名后五位的为索菲亚-7.39%、沐邦高科-7.91%、劲嘉股份-9.55%、梦天家居-9.76%、金时科技-18.23%。

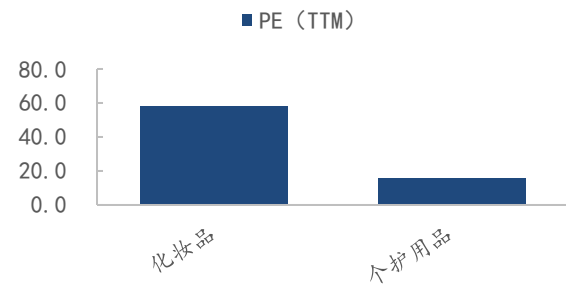
图 6：轻工制造行业涨跌前五的公司


资料来源：Wind、东兴证券研究所

本周美容护理各子板块涨跌幅依次为：化妆品 5.38%、个护用品 4.03%。

图 7：美容护理子行业涨跌幅


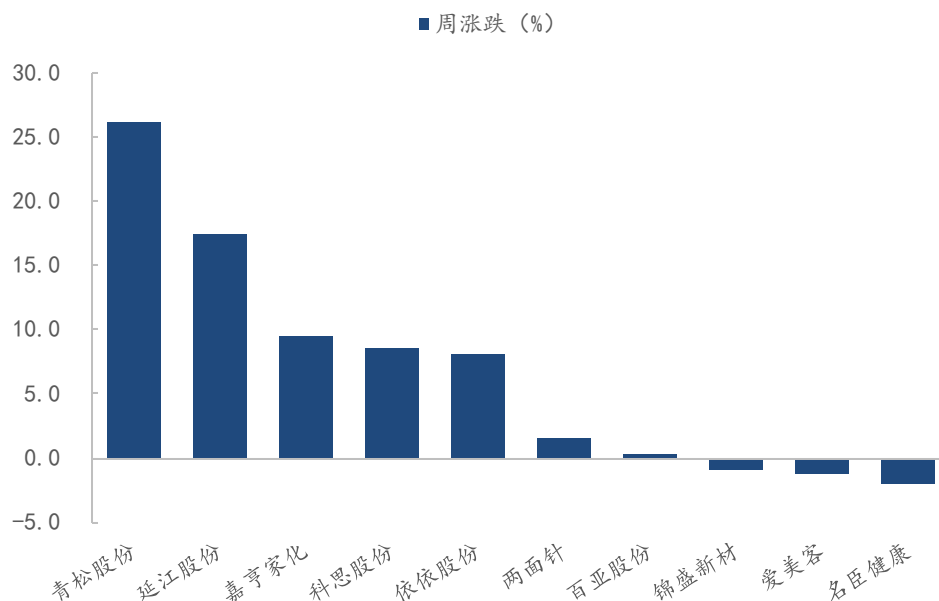
资料来源：Wind、东兴证券研究所

图 8：美容护理子行业市盈率


资料来源：Wind、东兴证券研究所

本周美容护理涨幅前五的公司为青松股份 26.25%、延江股份 17.51%、嘉亨家化 9.51%、科思股份 8.64%、依依股份 8.06%。排名后五位的为两面针 1.54%、百亚股份 0.34%、锦盛新材-0.89%、爱美客-1.31%、名臣健康-2.05%。

图 9：美容护理行业涨跌前五的公司



资料来源：Wind、东兴证券研究所

3. 重点公告&行业追踪

【王府井|经营】公司获准在海南省万宁市经营离岛免税业务，王府井国际免税港(现为王府井万宁悦舞小镇)拟于 2023 年 1 月开业。

【豫园股份|股权变动】公司控股股东复星高科技的全资子公司复星产投拟将其持有的 1.95 亿股公司股票转让给浙江青展，转让股份占公司总股本的 5.00%，转让价格 6.422 元/股，为协议签署日之前一日上市公司股份收盘价的 95%，总转让价款为 12.49 亿元。

【青松股份|定增】拟向大股东关联方定增募资不超 4.5 亿元，发行数量为 1.01 亿股，增发价格为 4.45 元/股。扣除发行费用后全部用于补充流动资金和偿还银行贷款。

【同道猎聘|售出购股权】根据首次公开发售后购股权计划合共向若干合资格参与者授出可认购合共 50,000 股股份的 50,000 份购股权。

【鲁泰 A|回购】截止 2022 年 9 月 30 日公司以集中竞价方式回购 B 股，累计回购 14,249,562 股，占公司总股本的比例为 1.61%，本次回购最高价为 4.78 港币/股，最低价为 4.37 港币/股，支付总金额为港币 6655.97 万元。

【华孚时尚|回购】公司自 2022 年 4 月 28 日首次回购之日起至 2022 年 9 月 30 日，通过股份回购专用证券账户以集中竞价方式回购股份数量 13,024,600 股，占公司目前总股本的 0.77%。最高成交价格 3.67 元/股，最低成交价格 3.52 元/股，成交总金额为 4696.79 万元。

【歌力思|回购】公司自 2022 年 5 月 11 日首次实施回购股份之日起至 2022 年 9 月 30 日，公司已累计回购公司股份 5,228,145 股，占公司总股本的比例为 1.42%，回购最高价为 10.13 元/股、最低价为 8.62 元/股，已支付的资金总额为人民币 5,000.05 万元。

【顾家家居|回购方案】公司拟在 12 个月内回购不低于 3 亿元且不超过 6 亿元，拟回购价格不超过 60 元/股（当日收盘价为 36.58 元/股），拟回购股份用于股权激励或员工持股计划、可转债转股。

【山鹰国际|经营】9 月公司国内造纸销量同比+10.22%，1-9 月同比-1.66%；9 月包装销量同比+4.53%，1-9 月同比+9.26%。9 月国内造纸均价为 3553.23 元/吨，同比-11.22%，1-9 月同比-1.47%；9 月包装均价为 3.53 元/平方米，同比-5.20%，1-9 月同比+10.10%。

【公牛集团|回购】截至 2022 年 9 月 30 日，公司累计回购 150 万股，约占总股本 0.25%，最高成交价为 148.99 元/股，最低成交价为 137.90 元/股，成交总金额为 2.15 亿元。（公司 8、9 月均未回购）

【劲嘉股份|回购】截至 2022 年 10 月 11 日，公司累计回购 1384 万股，约占总股本 0.94%，最高成交价为 9.84 元/股，最低成交价为 7.22 元/股，成交总金额为 1.21 亿元。其中 9 月回购约 3000 万元，10 月 11 日回购约 1342 万元。

【浙江永强|投资】公司拟出资 200 万美元认购 Outer, Inc. 发行的 3 年期可转债，利息：按 5%的年利率计收单利，一次性还本付息或转股。outer 是成立于美国加州的户外家具品牌，主打产品设计感、易用性以及环保性。主要产品有户外沙发、地毯、茶几、餐桌椅等户外家居产品。

4. 风险提示

风险提示：宏观经济下行影响购买力、疫情发展超预期，政策风险。

相关报告汇总

报告类型	标题	日期
行业	东兴证券时尚&轻工周专题：三季度消费弱复苏，业绩将有所分化	2022-10-10
公司	裕同科技 (002831.SZ)：具备多重竞争优势的包装龙头，看好多元化扩张与盈利能力提升	2022-10-10
行业	东兴证券医美行业专题二：再生针剂——打开轻医美新空间，关注渠道策略及产品功效、安全验证	2022-10-10
公司	瑞尔特 (002790.SZ)：冲水组件龙头，智能马桶打开成长空间	2022-09-29
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：头部主播回归及即将到来的“十一”假期将对消费有所拉动	2022-09-26
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：前8月社零消费增速转正，部分行业消费升级及品牌集中持续	2022-09-19
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：假期推动医美复苏，保交楼有望提振家居需求	2022-09-13
行业	东兴证券时尚&轻工中报总结：可选消费整体承压，美护、运动户外成长性仍在	2022-09-06
公司	周大生 (002867.SZ)：黄金品类韧性较强，展销模式持续推进	2022-09-05
公司	科锐国际 (300662.SZ)：境外表现亮眼，境内高景气灵活用工业务保持韧性	2022-09-04
公司	罗莱生活 (002293.SZ)：疫情影响基本结束，公司线上线下渠道持续扩张	2022-09-03
公司	锦江酒店 (600754.SH)：境外加速修复，拟发行 GDR 有望强化全球布局	2022-09-02
公司	首旅酒店 (600258.SH)：短期受疫情冲击，轻管理和中高端战略坚定	2022-09-02
公司	华住集团-S (1179.HK)：Q2 亏损环比收窄，规模扩张和经营效率保持领先	2022-09-02
公司	台华新材 (603055.SH)：疫情影响行业短期景气度，长期不改锦纶龙头竞争优势	2022-09-02
公司	索菲亚 (002572.SZ)：大家居战略效果持续显现	2022-09-02
公司	金牌厨柜 (603180.SH)：衣柜木门拓展推进，大宗业务韧性较强	2022-08-31
公司	中国中免 (601888.SH)：疫情影响下经营韧性强，盈利能力边际改善	2022-08-31
公司	志邦家居 (603801.SH)：空白市场拓展拉动收入，品类规模优势助力盈利稳健	2022-08-30
公司	欧派家居 (603833.SH)：大家居战略效果卓著，逆境中收入稳步增长	2022-08-30
公司	贝泰妮 (300957.SZ)：强产品力下业绩增长强劲，新品类新品牌拓展静待花开	2022-08-30
公司	申洲国际 (2313.HK)：短期困境不改长期竞争力，静待经营业绩回升	2022-08-30
公司	太阳纸业 (002078.SZ)：Q2 浆类产品量利齐升，助力业绩环比显著改善	2022-08-30
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：重点推荐业绩亮眼美妆板块龙头及运动服饰龙头	2022-08-29
公司	珀莱雅 (603605.SH)：大单品策略持续发力，彩棠品牌增势强劲	2022-08-28
公司	久祺股份 (300994.SZ)：短期订单受多重困难影响，修炼内功看好长期发展	2022-08-27
公司	思摩尔国际 (6969.HK)：价量承压叠加费用增加，关注新品类进展与长期壁垒构筑	2022-08-26
公司	豫园股份 (600655.SH)：黄金珠宝板块逆势增长，其他板块短期承压疫后复苏可期	2022-08-24
公司	安踏体育 (2020.HK)：疫情扰动之下业绩好于预期，新增长曲线持续表现强劲	2022-08-24
公司	同道猎聘 (6100.HK)：降本增效改善盈利能力，疫情扰动下业绩保持韧性	2022-08-24
公司	孚日股份 (002083.SZ)：覆盖报告，主业稳健，依托自身优势切入高潜赛道	2022-08-23
行业	东兴证券纺织服装轻工行业周观点：国货美妆龙头预期业绩亮眼，港股重点服装公司纳入恒指	2022-08-21

资料来源：东兴证券研究所

分析师简介

刘田田

对外经济贸易大学金融硕士，2019年1月加入东兴证券研究所，现任大消费组组长、纺服&轻工行业首席分析师。2年买方经验，覆盖大消费行业研究，具备买方研究思维。

常子杰

中央财经大学金融学硕士。2019年7月加入东兴证券研究所，轻工制造行业分析师，主要负责造纸、包装、电子烟等研究方向。

魏宇萌

中国人民大学经济学学士，金融硕士。2020年7月加入东兴证券研究所，商贸零售行业分析师，主要负责化妆品、免税、电商、传统零售、珠宝等研究方向。

刘雪晴

中央财经大学经济学硕士。2020年8月加入东兴证券研究所，商贸零售与社会服务行业分析师，主要负责旅游酒店、餐饮、教育人服、本地生活、医美等研究方向。

研究助理简介

沈逸伦

新加坡国立大学理学硕士。2021年4月加入东兴证券研究所，轻工制造行业研究助理，主要负责家居和其他销售轻工研究方向。

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研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处。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，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

本研究报告由东兴证券股份有限公司研究所撰写，东兴证券股份有限公司是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。本研究报告中所引用信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

我公司及报告作者在自身所知情的范围内，与本报告所评价或推荐的证券或投资标的不存在法律禁止的利害关系。在法律许可的情况下，我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。本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为东兴证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

本研究报告仅供东兴证券股份有限公司客户和经本公司授权刊载机构的客户使用，未经授权私自刊载研究报告的机构以及其阅读和使用者应慎重使用报告、防止被误导，本公司不承担由于非授权机构私自刊发和非授权客户使用该报告所产生的相关风险和责任。

行业评级体系

公司投资评级（A股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数）：

以报告日后的 6 个月内，公司股价相对于同期市场基准指数的表现为标准定义：

强烈推荐：相对强于市场基准指数收益率 15% 以上；

推荐：相对强于市场基准指数收益率 5%~15% 之间；

中性：相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5% 之间；

回避：相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上。

行业投资评级（A股市场基准为沪深 300 指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普 500 指数）：

以报告日后的 6 个月内，行业指数相对于同期市场基准指数的表现为标准定义：

看好：相对强于市场基准指数收益率 5% 以上；

中性：相对于市场基准指数收益率介于-5%~+5% 之间；

看淡：相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上。

东兴证券研究所

北京

西城区金融大街 5 号新盛大厦 B 座 16 层

上海

虹口区杨树浦路 248 号瑞丰国际大厦 5 层

深圳

福田区益田路 6009 号新世界中心 46F

邮编：100033
电话：010-66554070
传真：010-66554008

邮编：200082
电话：021-25102800
传真：021-25102881

邮编：518038
电话：0755-83239601
传真：0755-23824526