

互联网家居品牌致欧科技成功上市

——轻纺美妆行业周报

投资摘要:

每周一谈: 互联网家居品牌致欧科技成功上市

- ◆ 致欧科技成功上市, 主攻互联网家居行业。2023年6月21日, 致欧家居科技股份有限公司在A股创业板成功发行上市, 股票代码301376.SZ。公司主要从事自有品牌家居产品的研发、设计和销售。公司目前已形成三大自有品牌, 包括“SONGMICS”、“VASAGLE”和“FEANDREA”, 销售范围覆盖欧洲、北美、日本等国家或地区, 现已成功跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的家居品牌之列。
- ◆ 公司产品种类繁多, 深入日常生活场景。公司的主要产品包括家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等不同品类产品, 每个品类又可细分为多个类别, 以满足消费者各个日常生活场景需求。公司产品品类正不断向全屋场景拓展, 目前已形成不同风格或材质互相组合设计的多系列产品矩阵, 从而能够实现消费者一站式采购需求。
- ◆ 公共卫生安全事件后, 净利润回升。公司2020-2022年分别实现营业收入39.71亿元、59.67亿元、54.55亿元, YOY依次为70.75%、50.27%、-8.58%。实现归母净利润3.80亿元、2.40亿元、2.50亿元, YOY依次为252.10%、-36.93%、4.29%。在公共卫生安全事件影响之后, 公司业绩逐步回温。2023Q1公司实现营业收入12.67亿元, 同比下降11.18%, 实现归母净利润0.87亿元, 同比增长69.87%。
- ◆ 公司毛利率和净利率稳中有升。从2020年到2023Q1, 毛利率都能维持在30%以上且有增长趋势, 同时净利率也在近年逐步提升。从公司平均ROE角度来看, 推测公司于2020-2022年受公共安全卫生事件的影响导致该项表现不佳。
- ◆ 家具系列和家居系列贡献主要营收。2020年至2022年间, 公司的主营业务(即家具系列、家居系列、庭院系列以及宠物系列产品)收入占营业收入比重分别为99.92%、99.85%和98.58%, 其中家具系列和家居系列产品始终是公司的核心业务及主要收入来源, 合计销售收入占比基本维持在80%以上。整体来看, 公司业务结构并未发生重大改变。
- ◆ 借助亚马逊等海外主流电商平台, 主要通过B2C模式获得销售收入。在线上B2C模式下, 公司通过深度绑定亚马逊、Cdiscount、Manomano、eBay等第三方电商平台, 以线上零售的方式将产品销售给终端消费者。2020年至2022年, 公司通过B2C模式实现的销售收入分别为329,065.06万元、481,513.92万元和433,081.96万元, 占主营业务收入的比例分别为82.93%、80.81%和80.53%。
- ◆ 立足于自主研发, 不断在产品上推陈出新。业务模式上, 公司聚焦于产品研发设计这类高附加值业务环节, 因此十分重视研发设计能力的提升。近年来公司不断加大研发投入, 2020-2022年间公司研发投入总额占营业收入比例不断上升。2023Q1公司的研发投入总额占营业收入的1.2%。截至2022年6月30日, 公司及其子公司拥有414项专利。
- ◆ 建立海内外仓储物流体系, 确保供应链快速响应。公司建立了“自营仓+平台仓+第三方合作仓”的较为完善的跨境仓储物流体系。近年来, 公司还逐渐加大了自营仓的建设力度, 期望能够在整个仓储物流端实现高效管理, 提高销售效率与库存周转能力, 提高疫情等突发公共事件下的应对能力。
- ◆ 公司募资14.86亿元, 将用于公司主营业务相关项目建设。根据公司招股说明书, 公司投资项目包括研发中心建设项目、仓储物流体系扩建项目、郑州总部运营管理中心建设项目和补充公司流动资金, 其中80%的资金将直接用于项目建设。项目实施后有助于公司进一步提升公司研发设计水平和物流营运水平, 扩大公司市场竞争力。
- ◆ 公司供应链管理体系完善, 可持续关注。公司注重仓储物流体系的建设, 同时, 优质的供应链体系是将产品高效投放到目标市场的重要保障, 提升用户的购物体验, 进一步提升了公司的品牌力, 建议未来持续关注。

市场回顾(6月26日-6月30日): 本周轻工制造行业指数上涨2.41%, 沪深300指数下跌0.56%, 轻工制造行业跑赢大盘。在各子板块中, 家居用品板块表现较好, 上涨3.83%, 文娱用品板块表现相对较差, 上涨0.52%; 本周纺织服饰

评级

增持(维持)

2023年07月03日

孔天祎

分析师

SAC 执业证书编号: S1660522030001

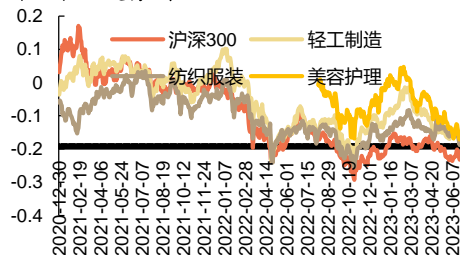
18624107608

kongtiany@shgsec.com

行业基本资料

轻工行业股票家数	159
纺服行业股票家数	113
美妆行业股票家数	30
轻工行业平均市盈率	40.27
纺服行业平均市盈率	46.85
美妆行业平均市盈率	66.63
市场行业平均市盈率	11.70

行业表现走势图



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

相关报告

- 1、轻纺美妆周报《终端需求恢复 推荐关注科思股份》2023-06-18
- 2、轻纺美妆周报《CER 加速重启, 助推林业碳汇发展》2023-06-11
- 3、轻纺美妆周报《知名户外运动企业威邦运动申报上市》2023-06-04
- 4、轻纺美妆周报《关注“6.18”大促中的美妆上市公司》2023-05-28
- 5、轻纺美妆周报《电商平台积极准备“6.18”大促 活动力度加大》2023-05-21
- 6、轻纺美妆周报《轻纺美妆行业 2023Q1 基金持仓分析》2023-05-14
- 7、轻纺美妆周报《2023 年第一季度业绩总结》2023-05-03
- 8、轻纺美妆周报《浆价大幅下降 生活用纸企业盈利弹性预现》2023-04-23
- 9、轻纺美妆周报《纺织品出口颓势减退, 利好高出口营收企业》2023-04-16
- 10、轻纺美妆周报《美护赛道 2022 业绩整体表现佳 建议持续关注龙头》2023-04-09

行业指数上涨 4.83%，沪深 300 指数下跌 0.56%，纺织服饰行业跑赢大盘。在各子板块中，饰品板块表现较好，上涨 5.20%，纺织制造板块表现相对较差，上涨 4.44%；本周美容护理行业指数上涨 1.52%，沪深 300 指数下跌 0.56%，美容护理行业跑赢大盘。在各子板块中，化妆品板块表现较好，上涨 2.48%，个护用品板块表现相对较差，上涨 0.60%。

行业数据追踪： 家具：本周 TDI 价格较上周持平，MDI 价格较上周下降。 纺织服装：6 月 27 日，棉花价格为 17,278 元/吨，较上周下降 1.12%；涤纶 POY 的价格有所下降，涤纶短纤的价格较上周下降。

投资策略： 建议持续关注护肤龙头【珀莱雅】、【巨子生物】、【丸美股份】、医美龙头【爱美客】、防晒剂龙头【科思股份】。

风险提示： 经济复苏不及预期风险，行业竞争加剧风险。

内容目录

1. 互联网家居品牌致欧科技成功上市	4
2. 本周行情回顾	7
3. 行业数据追踪	9
3.1 家具	9
3.1.1 商品房成交数据	9
3.1.2 原材料数据	9
3.1.3 家具制造业月度数据	10
3.2 造纸及包装	10
3.2.1 原材料价格	10
3.2.2 成品纸价格	11
3.3 纺织服装	11
4. 重要新闻及公司公告	12
4.1 新闻	12
4.2 公司公告	12
5. 风险提示	13

图表目录

图 1: 公司营业收入及同比增速	5
图 2: 公司归母净利润及同比增速	5
图 3: 公司销售毛利率及净利率变化	5
图 4: 公司 ROE 变化	5
图 5: 公司 2020-2022 年各品类营收堆积图	5
图 6: 公司研发投入情况	6
图 7: 本周申万一级行业涨跌幅 (%)	7
图 8: 本周市场涨幅 (%)	8
图 9: 年初至今市场涨跌幅 (%)	8
图 10: 轻工制造行业本周涨幅前五 (%)	8
图 11: 轻工制造行业本周跌幅前五 (%)	8
图 12: 纺织服装行业本周涨幅前五 (%)	8
图 13: 纺织服装行业本周跌幅前五 (%)	8
图 14: 美容护理行业本周涨幅前五 (%)	9
图 15: 美容护理行业本周跌幅前五 (%)	9
图 16: 30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速	9
图 17: 30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速	9
图 18: 商品价格指数:木材 (去年同月=100)	9
图 19: 国内 TDI 市场价 (元/吨)	10
图 20: 国内 MDI 市场价 (元/吨)	10
图 21: 全国家具制造业累计营业收入 (万元)	10
图 22: 全国家具制造业累计利润总额 (万元)	10
图 23: 国内纸浆现货价格 (万/吨)	10
图 24: 国际纸浆现货价格 (万/吨)	10
图 25: 包装纸市场价格 (元/吨)	11
图 26: 文化印刷纸市场价格 (元/吨)	11
图 27: 国内棉花市场价格 (元/吨)	11
图 28: 国内纱线市场价格 (元/吨)	11
图 29: 国内涤纶市场价格 (元/吨)	11
图 30: 国内氨纶市场价格 (元/吨)	11
表 1: 致欧科技发展历程	4
表 2: 公司各业务发展概况	4
表 3: 致欧科技募投项目	6

1. 互联网家居品牌致欧科技成功上市

致欧科技成功上市，主攻互联网家居行业。2023 年 6 月 21 日，致欧家居科技股份有限公司在 A 股创业板成功发行上市，股票代码 301376.SZ。公司主要从事自有品牌家居产品的研发、设计和销售。公司目前已形成三大自有品牌，包括“SONGMICS”、“VASAGLE”和“FEANDREA”，销售范围覆盖欧洲、北美、日本等国家或地区，现已成功跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的家居品牌之列。

表1：致欧科技发展历程

年份	事件
2010	成立致欧公司。
2014	进军北美市场，业绩过亿。
2016	业绩翻倍，提出“中国制造，加油”。
2017	荣获“亚马逊全能卖家”荣誉称号，进军日本市场。
2019	2019 年度亚马逊年度最受欢迎品牌卖家，引入新的合作伙伴嘉御基金，IDG 作为跟投，完成 B 轮融资。
2020	开通亚马逊荷兰站、瑞典站。品牌化发展战略，公司定位全球互联网家居品牌。
2021	荣获亚马逊全球开店赢之以恒年度卖家，英国仓正式开仓，荣获河南省“专精特新”企业。
2022	荣获独角兽企业授牌，开通亚马逊比利时站。

资料来源：公司官网，申港证券研究所

公司产品种类繁多，深入日常生活场景。公司的主要产品包括家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等不同品类产品，每个品类又可细分为多个类别，以满足消费者各个日常生活场景需求。公司产品品类正不断向全屋场景拓展，目前已形成不同风格或材质互相组合设计的多系列产品矩阵，从而能够实现消费者一站式采购需求。

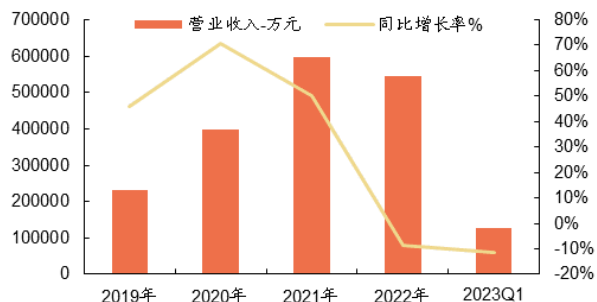
表2：公司各业务发展概况

业务系列	细分类别	产品描述
家具系列	生活家具	生活家具主要包括电视柜、门厅架、浴室柜、沙发、餐桌、边桌、床、床头柜、梳妆台等产品
	办公家具	办公家具主要包括办公桌、电脑桌、书架、办公椅等产品。
	收纳类	收纳类主要包括收纳柜、鞋盒、衣物收纳筐、首饰盒等产品。
家居系列	用具类	用具类主要包括衣帽架、衣撑、脚踏垃圾桶、儿童玩具架等产品。
	装饰类	装饰类主要包括照片墙、壁架、窗帘等产品。
	庭院家居类	庭院家居类主要包括藤编家具套装、篱笆、花园桌、太阳伞等产品。
庭院系列	休闲类	休闲类主要包括吊床、吊椅、野餐垫、睡袋、休闲椅、行军床、秋千等产品。
	运动类	运动类主要包括蹦床、足球门、羽毛球网、小型健身架等产品。
	宠物家具	宠物家具主要包括家庭宠物使用的猫爬架等产品。
宠物系列	宠物家居	宠物家居主要包括猫窝、狗窝、宠物垫、喂食碗架等产品。
	其他产品	公司其他产品主要包括橱窗展示道具、灯饰类产品等。

资料来源：公司招股说明书，申港证券研究所

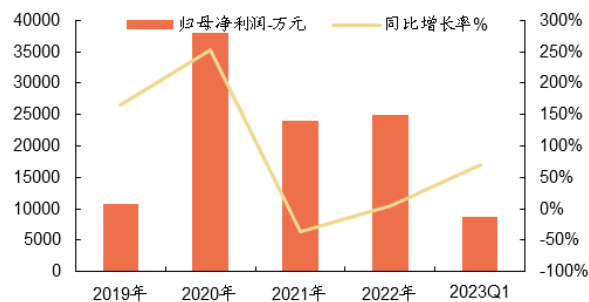
公共卫生安全事件后，净利润回升。公司 2020-2022 年分别实现营业收入 39.71 亿元、59.67 亿元、54.55 亿元，YOY 依次为 70.75%、50.27%、-8.58%。实现归母净利润 3.80 亿元、2.40 亿元、2.50 亿元，YOY 依次为 252.10%、-36.93%、4.29%。在公共卫生安全事件影响之后，公司业绩逐步回温。2023Q1 公司实现营业收入 12.67 亿元，同比下降 11.18%，实现归母净利润 0.87 亿元，同比增长 69.87%。

图1：公司营业收入及同比增速



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

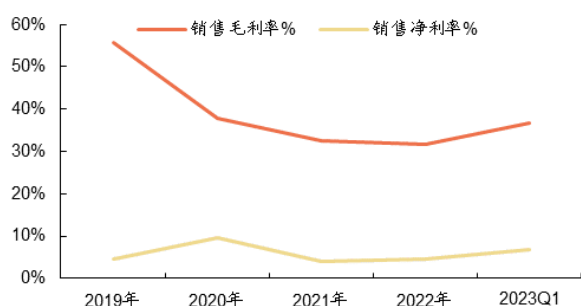
图2：公司归母净利润及同比增速



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

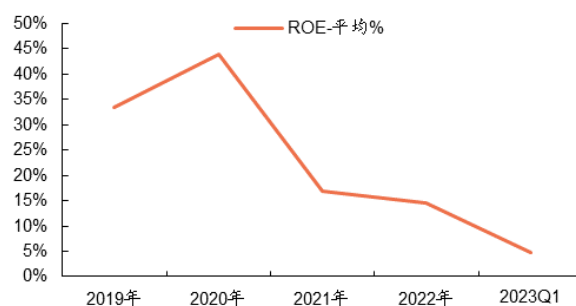
公司毛利率和净利率稳中有升。从2020年到2023Q1，毛利率都能维持在30%以上且有增长趋势，同时净利率也在近年逐步提升。从公司平均ROE角度来看，推测公司于2020-2022年受公共卫生事件的影响导致该项表现不佳。

图3：公司销售毛利率及净利率变化



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

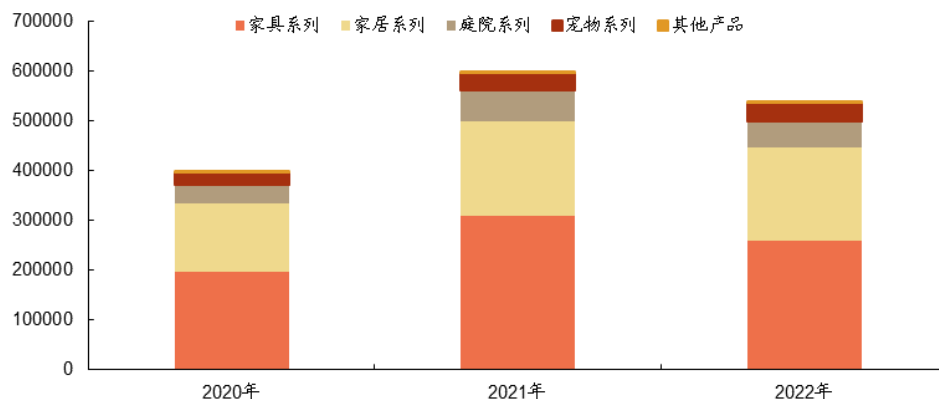
图4：公司 ROE 变化



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

家具系列和家居系列贡献主要营收。2020年至2022年间，公司的主营业务（即家具系列、家居系列、庭院系列以及宠物系列产品）收入占营业收入比重分别为99.92%，99.85%和98.58%，其中家具系列和家居系列产品始终是公司的核心业务及主要收入来源，合计销售收入占比基本维持在80%以上。整体来看，公司业务结构并未发生重大改变。

图5：公司 2020-2022 年各品类营收堆积图



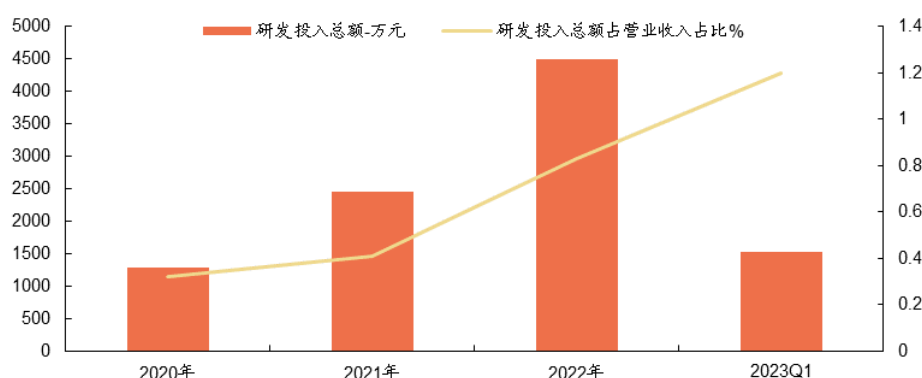
资料来源：公司招股说明书，申港证券研究所

借助亚马逊等海外主流电商平台，主要通过B2C模式获得销售收入。在线上B2C模

式下，公司通过深度绑定亚马逊、Cdiscount、Manomano、eBay 等第三方电商平台，以线上零售的方式将产品销售给终端消费者。2020 年至 2022 年，公司通过 B2C 模式实现的销售收入分别为 329,065.06 万元、481,513.92 万元和 433,081.96 万元，占主营业务收入的比例分别为 82.93%、80.81%和 80.53%。

立足于自主研发，不断在产品上推陈出新。业务模式上，公司聚焦于产品研发设计这类高附加值业务环节，因此十分重视研发设计能力的提升。近年来公司不断加大研发投入，2020-2022 年间公司研发投入总额占营业收入比例不断上升。2023Q1 公司的研发投入总额占营业收入的 1.2%。截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有 414 项专利。

图6：公司研发投入情况



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

建立海内外仓储物流体系，确保供应链快速响应。公司建立了“自营仓+平台仓+第三方合作仓”的较为完善的跨境仓储物流体系。近年来，公司还逐渐加大了自营仓的建设力度，期望能够在整个仓储物流端实现高效管理，提高销售效率与库存周转能力，提高疫情等突发公共事件下的应对能力。

公司募资 14.86 亿元，将用于公司主营业务相关项目建设。根据公司招股说明书，公司投资项目包括研发设计中心建设项目、仓储物流体系扩建项目、郑州总部运营管理中心建设项目和补充公司流动资金，其中 80%的资金将直接用于项目建设。项目实施后有助于公司进一步提升公司研发设计水平和物流营运水平，扩大公司市场竞争力。

表3：致欧科技募投项目

项目名称	投资金额（万元）	募集资金占比
研发设计中心建设项目	31802.26	21.40%
仓储物流体系扩建项目	51677.57	34.78%
郑州总部运营管理中心建设项目	35096.72	23.62%
补充流动资金	30000.00	20.19%
合计	148576.55	100.00%

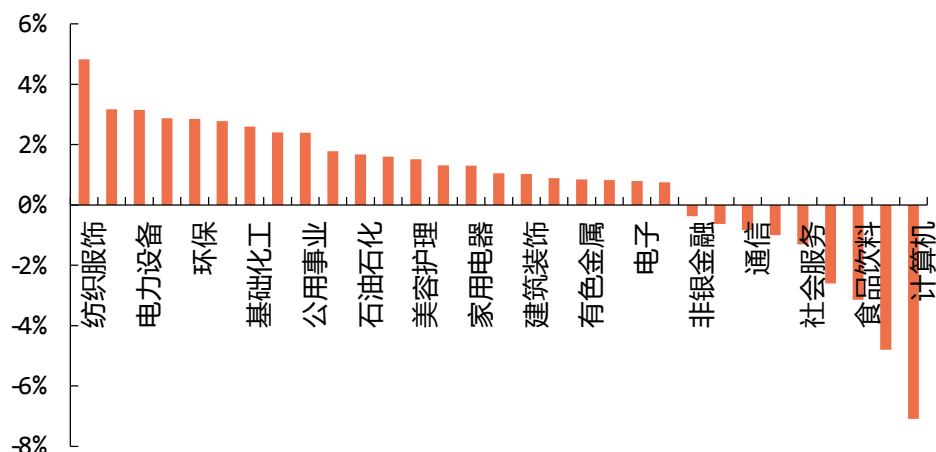
资料来源：公司招股说明书，申港证券研究所

公司供应链管理体系完善，可持续关注。公司注重仓储物流体系的建设，同时，优质的供应链体系是将产品高效投放到目标市场的重要保障，提升用户的购物体验，进一步提升了公司的品牌力，建议未来持续关注。

2. 本周行情回顾

在申万一级行业中，轻工制造行业本周上涨 2.41%，在申万 31 个一级行业中排名第 8，纺织服饰行业本周上涨 4.83%，在申万 31 个一级行业中排名第 1，美容护理行业本周上涨 1.52%，在申万 31 个一级行业中排名第 13。

图7：本周申万一级行业涨跌幅（%）



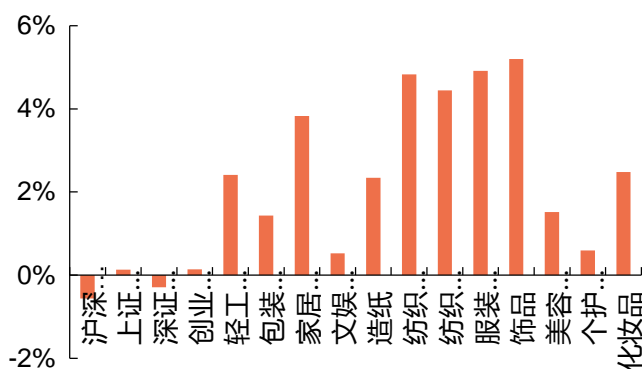
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

本周轻工制造行业指数上涨 2.41%，沪深 300 指数下跌 0.56%，轻工制造行业跑赢大盘。在各子板块中，家居用品板块表现较好，上涨 3.83%，文娱用品板块表现相对较差，上涨 0.52%。年初至今，轻工制造行业指数下跌 1.83%，沪深 300 指数下跌 0.75%，轻工制造行业跑输大盘。在各子板块中，包装印刷板块表现较好，上涨 3.96%，文娱用品板块表现相对较差，下跌 8.88%。

本周纺织服饰行业指数上涨 4.83%，沪深 300 指数下跌 0.56%，纺织服饰行业跑赢大盘。在各子板块中，饰品板块表现较好，上涨 5.20%，纺织制造板块表现相对较差，上涨 4.44%。年初至今，纺织服饰行业指数上涨 3.30%，沪深 300 指数下跌 0.75%，纺织服饰行业跑赢大盘。在各子板块中，饰品板块表现较好，上涨 11.26%，纺织制造板块表现相对较差，下跌 2.91%。

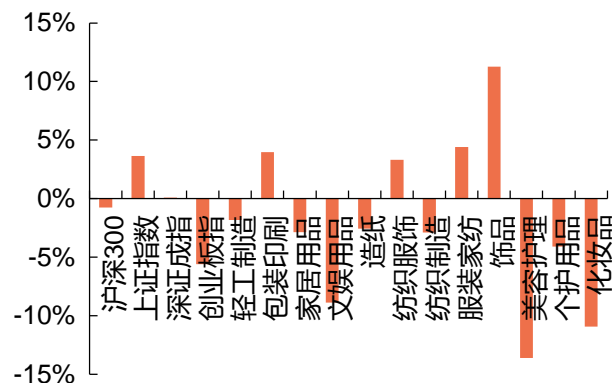
本周美容护理行业指数上涨 1.52%，沪深 300 指数下跌 0.56%，美容护理行业跑赢大盘。在各子板块中，化妆品板块表现较好，上涨 2.48%，个护用品板块表现相对较差，上涨 0.60%。年初至今，美容护理行业指数下跌 13.61%，沪深 300 指数下跌 0.75%，美容护理行业跑输大盘。在各子板块中，个护用品板块表现较好，下跌 4.10%，化妆品板块表现相对较差，下跌 10.95%。

图8：本周市场涨幅（%）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

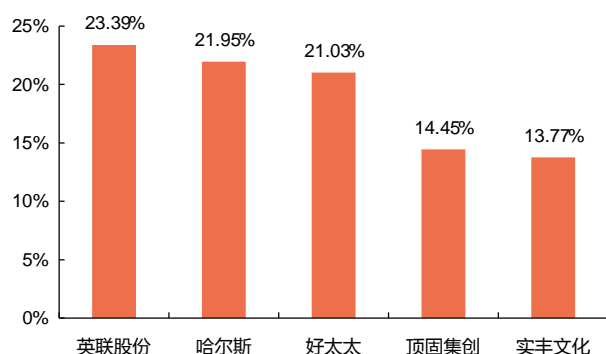
图9：年初至今市场涨跌幅（%）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

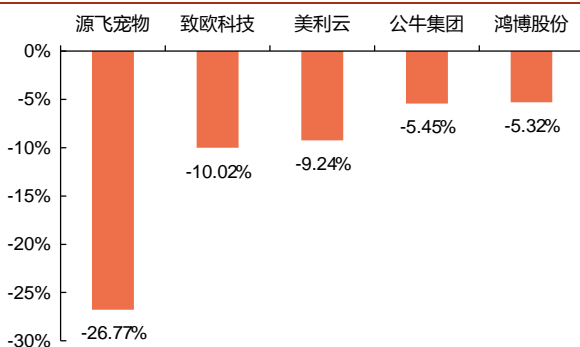
具体个股方面，本周轻工制造行业涨幅前五个股分别为英联股份（23.39%）、哈尔斯（21.95%）、好太太（21.03%）、顶固集创（14.45%）、实丰文化（13.77%），跌幅前五个股分别为源飞宠物（-26.77%）、致欧科技（-10.02%）、美利云（-9.24%）、公牛集团（-5.45%）、鸿博股份（-5.32%）。

图10：轻工制造行业本周涨幅前五（%）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

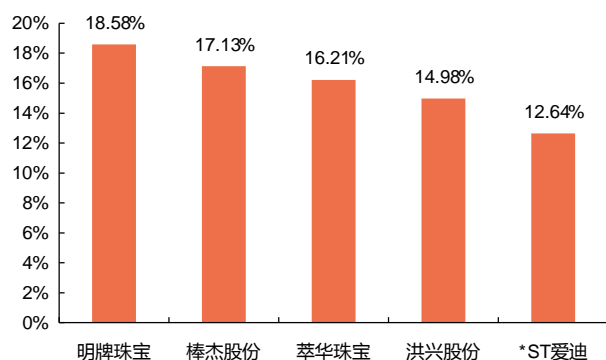
图11：轻工制造行业本周跌幅前五（%）



资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

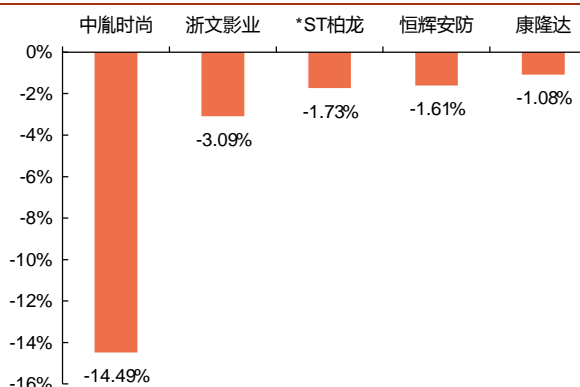
本周纺织服饰行业涨幅前五个股分别为明牌珠宝（18.58%）、棒杰股份（17.13%）、萃华珠宝（16.21%）、洪兴股份（14.98%）、*ST爱迪（12.64%），跌幅前五个股分别为中胤时尚（-14.49%）、浙文影业（-3.09%）、*ST柏龙（-1.73%）、恒辉安防（-1.61%）、康隆达（-1.08%）。

图12：纺织服装行业本周涨幅前五（%）



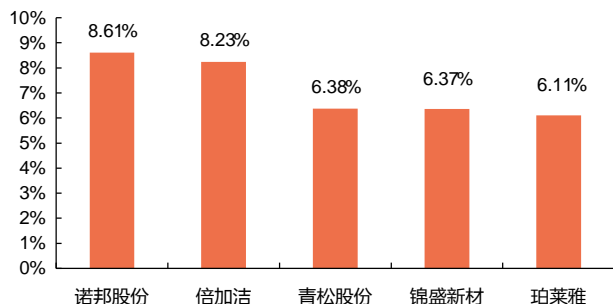
资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图13：纺织服装行业本周跌幅前五（%）

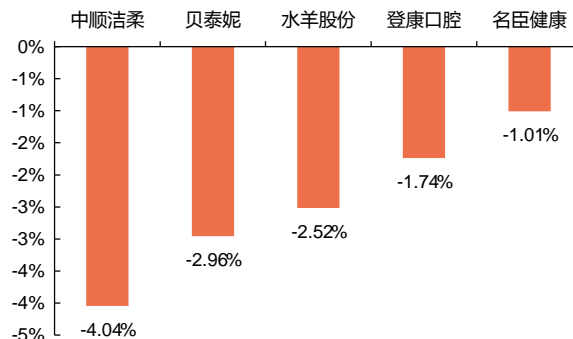


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

本周美容护理行业涨幅前五个股分别为诺邦股份（8.61%）、倍加洁（8.23%）、青松股份（6.38%）、锦盛新材（6.37%）、珀莱雅（6.11%），跌幅前五个股分别为中顺洁柔（-4.04%）、贝泰妮（-2.96%）、水羊股份（-2.52%）、登康口腔（-1.74%）、名臣健康（-1.01%）。

图14：美容护理行业本周涨幅前五（%）


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

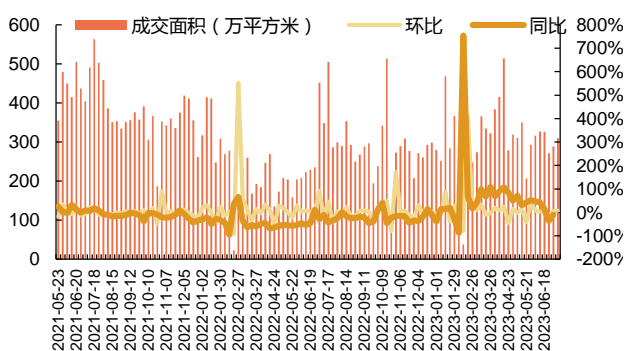
图15：美容护理行业本周跌幅前五（%）


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

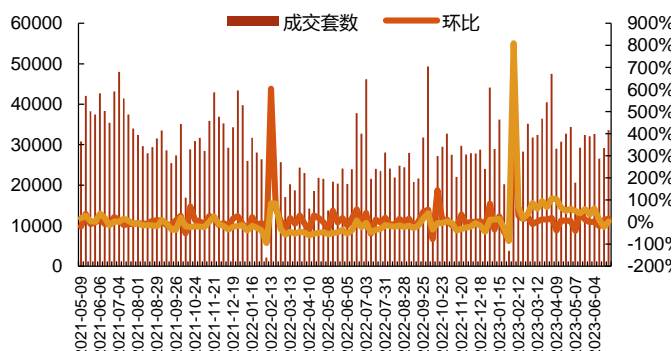
3. 行业数据追踪

3.1 家具

3.1.1 商品房成交数据

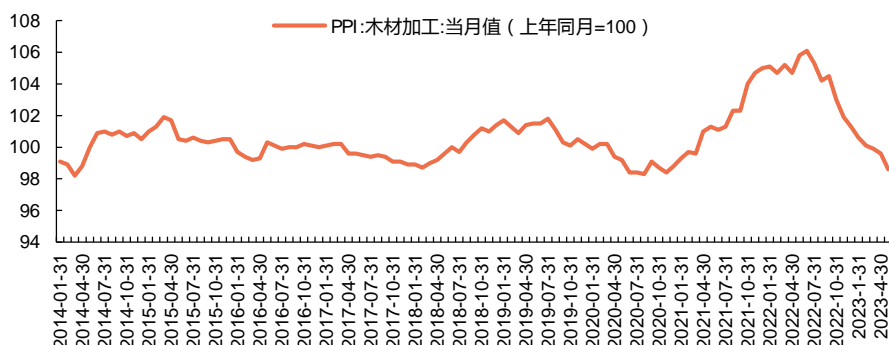
图16：30 大中城市商品房周度成交面积及同比环比增速


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图17：30 大中城市商品房周度成交套数及同比环比增速


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

3.1.2 原材料数据

图18：商品价格指数：木材（去年同月=100）


资料来源：同花顺 iFind，申港证券研究所

图19: 国内 TDI 市场价 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

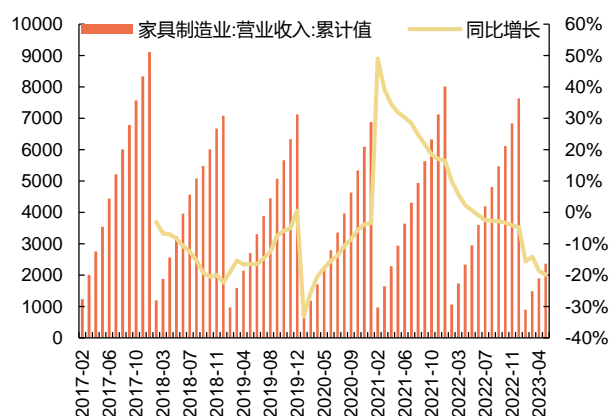
图20: 国内 MDI 市场价 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

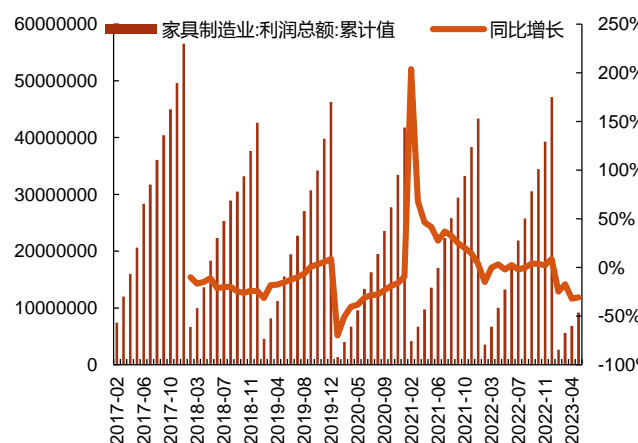
3.1.3 家具制造业月度数据

图21: 全国家具制造业累计营业收入 (万元)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

图22: 全国家具制造业累计利润总额 (万元)

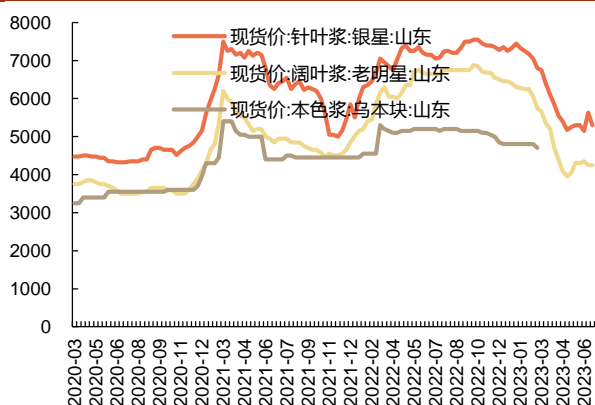


资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

3.2 造纸及包装

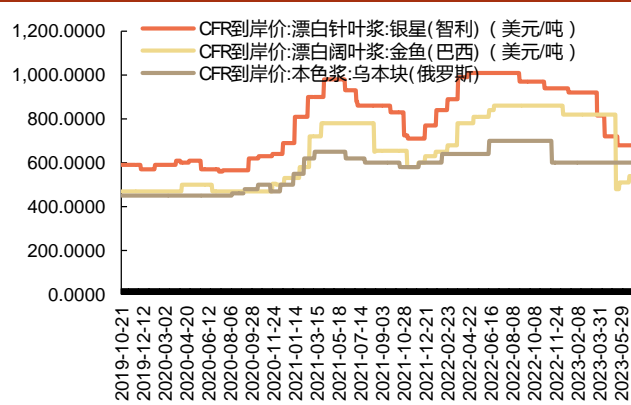
3.2.1 原材料价格

图23: 国内纸浆现货价格 (万/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

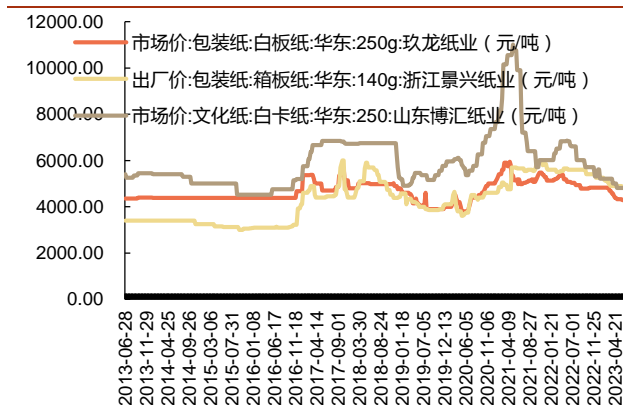
图24: 国际纸浆现货价格 (万/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

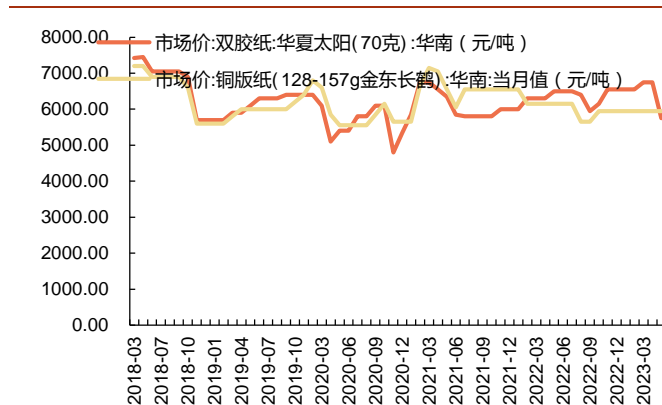
3.2.2 成品纸价格

图25: 包装纸市场价格 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

图26: 文化印刷纸市场价格 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

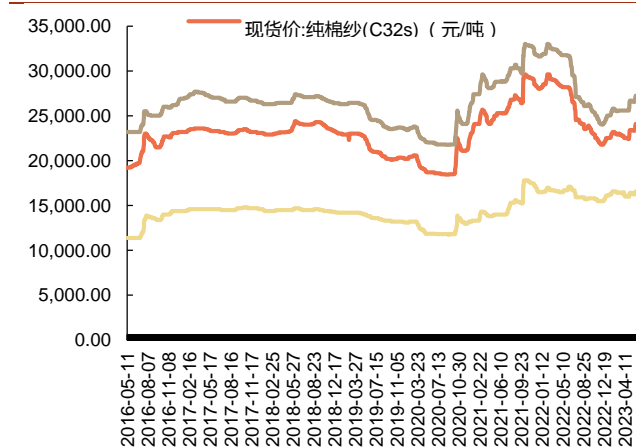
3.3 纺织服装

图27: 国内棉花市场价格 (元/吨)



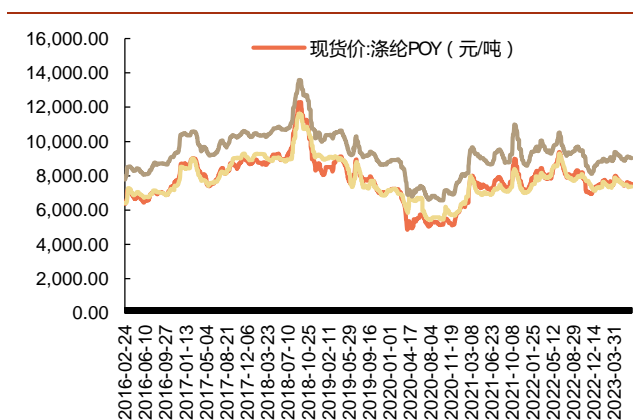
资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

图28: 国内纱线市场价格 (元/吨)



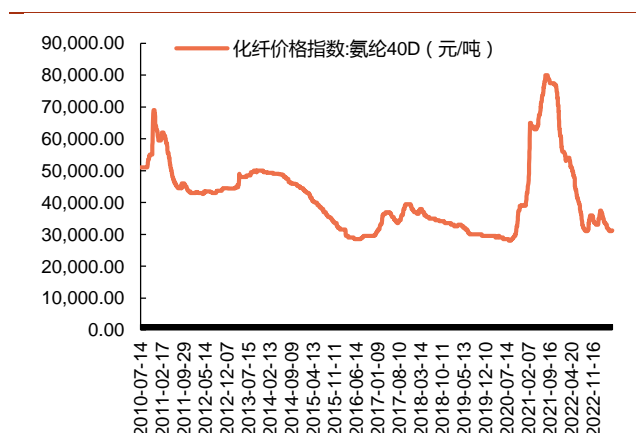
资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

图29: 国内涤纶市场价格 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

图30: 国内氨纶市场价格 (元/吨)



资料来源: 同花顺 iFind, 申港证券研究所

4. 重要新闻及公司公告

4.1 新闻

4.1.1 玖龙纸业天津、东莞基地下调部分原纸价格

据纸业网，时至6月底，包装纸市场仍旧呈现下跌态势。6月28日，东莞玖龙纸业旗下牛卡、瓦纸下调50元/吨；6月29日，天津玖龙纸业旗下江再C价格下调50元/吨，除地再120克、130克、140克外的其它再生纸价格下调30元/吨。两时间，玖龙纸业旗下两大基地再度下调纸价。

事实上，自6月份以来，玖龙纸业旗下东莞、太仓、天津、沈阳、湖北、泉州、重庆基地均对纸价作出了下调，其中东莞、太仓、天津基地更是下调了两轮，部分纸类累计降幅达100元/吨。受纸价下滑影响，国内废纸市场近几个月稳步下跌，目前AA级废纸收购价已跌至1600元/吨左右，A级废纸收购价降至1500元/吨大关。即便是身价最高的甲牛，其目前2200元/吨的收购价，较巅峰时期的3200元/吨也相去甚远。

4.1.2 1-5月，毛纺产品出口增速保持良好

据全球纺织网，1-5月，毛纺原料与制品进出口总额为58亿美元，同比增长4.1%。其中，出口额为42.5亿美元，同比增长8.44%；进口额15.6亿美元，同比下跌3.4%。主要的出口毛纺产品呈现增长。其中，毛纱线出口5亿美元，同比增长10.6%；毛织物出口2.2亿美元，同比增长18.8%；毛梭织服装出口3.1亿美元，同比增长17%；羊毛条出口2.5亿美元，同比增长22.5%；毛毯出口11.3亿美元，同比增长1%。各类羊绒产品的出口形势进一步下滑，1-5月，羊绒各类产品出口额合计5.4亿美元，同比下跌8.5%。

1-5月，羊毛进口总量12.3万吨，同比增长12.8%。羊毛进口额9.1亿美元，同比下跌0.8%。其中，进口澳大利亚、新西兰、南非等主要产毛国羊毛数量均呈现增长。

4.2 公司公告

【盛通股份】盛通股份发布《关于全资子公司签署战略合作协议的公告》，近日，北京盛通印刷股份有限公司（以下简称“公司”）全资子公司北京盛通知行教育科技有限公司（以下简称“盛通知行”）与腾讯云计算（北京）有限责任公司（以下简称“腾讯云”）签署了《战略合作协议》。双方拟在青少年人工智能教育生态领域开展合作。

【哈尔斯】浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司与浙江大学签署《技术开发（合作）合同》，双方就智能水杯研发事宜达成合作。公司与浙江大学为推动产学研深度融合、探索技术成果转化与产业验证，于2023年6月25日签订《技术开发（合作）合同》，致力于联合开发更加贴合健康生活理念、具有一定科技含量的智能水杯产品和解决方案。双方将在智能人体健康水杯系统研发领域，开展深入的交流与合作，尝试以联合研发创新的机制，丰富智能水杯的移动互联功能，赋予其智慧健康新属性。

【太平鸟】宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司发布了《2022 年年度权益分派实施公告》。公司拟以本次利润分配股权登记日的总股本 473,929,106 股，扣除不参与本次利润分配的公司回购专用证券账户中的 3,353,107 股为基数，即以 470,575,999 股为基数，每 10 股派发现金红利 1.5 元（含税），合计拟派发现金红利 70,586,399.85 元（含税）。现金分红比例为 73.85%，剩余未分配利润结转以后年度分配。本年度不再提取法定公积金。

【南山智尚】山东南山智尚科技股份有限公司于 2023 年 5 月 19 日召开第二届董事会第十六次会议及第二届监事会第十三次会议，均审议通过了《关于向关联方购买资产暨关联交易的议案》，公司计划以自有资金向关联方南山集团有限公司购买其位于山东省龙口市南山工业园及山东省龙口市东江镇的土地使用权，用于公司未来新材料业务拓展使用，交易价格为 64,652,914 元，以评估价值为定价基础协商确定。

【嘉亨家化】嘉亨家化股份有限公司发布了《关于为全资子公司提供担保的进展公告》，审议通过了《关于 2023 年度公司及全资子公司申请综合授信、提供担保额度预计的议案》，同意 2023 年度公司及全资子公司预计向银行等金融机构申请不超过人民币 9.7 亿元（包括新增及原授信到期后续期）的综合授信额度，其中公司对全资子公司授信预计提供合计不超过人民币 8.5 亿元的担保额度。

5. 风险提示

经济复苏不及预期风险，行业竞争加剧风险。

分析师介绍

孔天祎，上海财经大学学士，美国东北大学硕士，曾有美国股票市场和国内债券市场研究经验，善于挖掘消费行业投资机会，2021 年加入申港证券，现任轻工纺服行业分析师。

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独立研究成果，引用的相关信息和文字均已注明出处，不受任何第三方的影响和授意。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、未来也将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，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

申港证券股份有限公司（简称“本公司”）是具有合法证券投资咨询业务资格的机构。

本报告所载资料的来源被认为是可靠的，但本公司不保证其准确性和完整性，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。申港证券研究所已力求报告内容的客观、公正，但报告中的观点、结论和建议仅供参考，不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者不应单纯依靠本报告而取代自身独立判断，应自主作出投资决策并自行承担投资风险，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。本公司并不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此相关的其他任何损失承担任何责任。

本报告所载资料、意见及推测仅反映申港证券研究所于发布本报告当日的判断，本报告所指证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会产生波动，在不同时期，申港证券研究所可能会对相关的分析意见及推测做出更改。本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。

本报告仅面向申港证券客户中的专业投资者，本公司不会因接收人收到本报告而视其为当然客户。本报告版权归本公司所有，未经事先许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如转载或引用，需注明出处为申港证券研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改，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、发布、转载和引用者承担。

行业评价体系

申港证券行业评级体系：增持、中性、减持

增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5% 以上
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于 -5%~+5% 之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上

市场基准指数为沪深 300 指数

申港证券公司评级体系：买入、增持、中性、减持

买入	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 15% 以上
增持	报告日后的 6 个月内，相对强于市场基准指数收益率 5%~15% 之间
中性	报告日后的 6 个月内，相对于市场基准指数收益率介于 -5%~+5% 之间
减持	报告日后的 6 个月内，相对弱于市场基准指数收益率 5% 以上