

## 双十一收官，国货运动品牌表现亮眼 ——行业周报（20241111-1115）

### ■ 行情回顾

本周，沪深 300 下跌 3.29%，纺织服装板块整体下跌 3.38%，跑输沪深 300 指数 0.09pct，涨跌幅在申万 I 级 31 个行业中排第 12 位。三大子板块纺织制造、服装家纺、饰品板块分别下跌 3.35%、3.23%、3.86%。

### ■ 核心观点

**社零：化妆品、服饰等可选消费品类高增。**10 月社零 4.5 万亿元，同比+4.8%。由于双十一前置及周期拉长带动，可选消费提升明显，限额以上化妆品同比+40.1%，位列第 1；服装同比+8.0%，环比+8.4pct；金银珠宝降幅缩窄，环比+5.1pct。我们认为，10 月化妆品/服饰消费明显改善，考虑到扩内需政策不断落地，叠加线上线下年终大促活动催化，四季度居民消费意愿有望得到提振，可选消费潜力或将进一步释放。

**服装：双十一收官，国货运动品牌表现亮眼。**从各平台双 11 大促起始日期至 24/11/11，电商平台累积销售额达 1.4 万亿元，同比+26.6%。其中，服装销售额 1664 亿元，占比 14.1%，同比+21.4%。京东双 11 表现亮眼，冬季来临，保暖服饰，羽绒服、冲锋衣、保暖内衣成交额同比翻倍。天猫作为品牌成交爆发主阵地之一，双十一品牌成交额创历史新高。天猫服饰品牌排行总榜中，优衣库/波司登/UR 位列前三，moco 排名提升至第 5，江南布衣跻身十强。其中，女装销售 Top3 为波司登/优衣库/UR；男装销售 Top3 为优衣库/波司登/太平鸟，海澜之家/森马/雅戈尔位列第 6/10/12 位。国货运动品牌销售也表现优异，天猫运动户外排行总榜前 20 有近一半为国货品牌。其中，Nike/Fila/Adidas/李宁/安踏位列运动品牌榜单前五，迪桑特跻身 Top10；户外品牌销售榜中，骆驼稳居第一，伯希/可隆位列第 3/第 4，艾高/波司登/安踏/Fila 位于第 11 至 14 位。我们认为，24 年双十一，政府补贴叠加大促优惠和平台补贴商家共同激发了消费活力，服饰销售在这一系列举措及换季加成下增速表现突出，后续随着四季度冰雪运动逐渐升温，国货运动品牌龙头有望延续健康发展。

**制造：纺织出口呈向好态势。**2024 年 10 月，纺织服装出口 254.8 亿美元，同比+11.9%，环比+2.8%，其中纺织品出口 123.9 亿美元，同比+16.1%，环比+10.1%，服装出口 130.9 亿美元，同比+8.1%，环比-3.2%。我们认为，低基数效应以及市场需求逐渐回暖带动出口数据同比环比回升，但考虑到终端销售向好及特朗普上台加征关税预期，中远来看，拥有海外区位优势及快反能力的纺织制造企业有望维持稳健经营。

### ■ 重点数据

1) 社零：10 月社零总额 45396 亿元，同比+4.8%，服装、鞋帽、针纺织品类消费同比+8.0%。2) 原材料价格：截至 11 月 15 日，国家棉花价格 B 指数收报 15338.16 元/吨，国际棉花价格 M 指数收报 79.42 美分/磅，较 11 月 11 日分别-0.17%/-2.08%。

### ■ 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) 受益于户外运动景气和运动社交趋势的国潮运动鞋服企业：安踏体育、李宁、361 度；2) 基本面稳健，旺季启动的波司登；3) 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；4) 下游库存情况好转，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；5) 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。

## 增持(维持)

行业： 纺织服装

日期： 2024年11月21日

分析 彭毅

师：

E-mail: pengyi@yongxingsec.com

mail:

SAC 编 S1760523090003

号：

分析 吴昱迪

师：

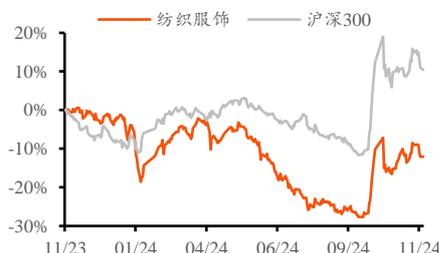
E-mail: wuyudi@yongxingsec.com

mail:

SAC 编 S1760523020001

号：

### 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：

《10 月社零同比+4.8%，化妆品、服饰等可选消费品类增长亮眼》

——2024 年 11 月 18 日

## 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 .....	8
图 12: 当月线下零售额情况 .....	8
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, %) .....	9
图 16: 服装及衣着附件出口情况 (万美元, %) .....	9
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

**社零：10月社零同比+4.8%，化妆品、服饰等可选消费品类增长亮眼。**据国家统计局，10月社会消费品零售总额45396亿元，同比增长4.8%，高于wind一致预期的3.93%，增速环比加快1.6pct。从品类看，由于双十一前置及周期拉长带动，可选消费提升明显，叠加以旧换新补贴刺激家电和3c品类需求增长，10月限额以上化妆品、家用电器和音响器材、体育/娱乐用品、通讯器材类位列前四，分别同比增长40.1%、39.2%、26.7%和14.4%，增速分别比9月加快44.6、18.7、20.5和2.1pct；服装鞋帽针纺织品同比增长8.0%，环比增长8.4pct；金银珠宝虽同比下降2.7%，但受大促优惠推动，降幅缩窄，环比增长5.1pct。我们认为，受益于电商丰富的优惠活动及策略，及其不断加码核心用户和商家权益的举措，10月化妆品和服装消费明显改善，考虑到扩内需政策不断落地，叠加线上线下年终大促活动催化，四季度居民消费意愿有望得到提振，可选消费潜力将进一步释放。

**服装：双十一收官，国货运动品牌表现亮眼。**据星图数据、京东和天下网商，从各平台双11大促起始日期至11月11日，综合电商平台、直播电商平台累积销售额达14418亿元，同比增长26.6%。其中，服装销售额1664亿元，占比14.1%，同比增长21.4%。京东11.11表现亮眼，购物用户数同比增长超20%，超17000个品牌成交额同比增长超5倍，冬季来临，京东保暖服饰，羽绒服、冲锋衣、保暖内衣成交额同比增长翻倍。而天猫作为品牌成交爆发主阵地之一，双11全周期589个品牌成交额破亿，同比23年增长46.5%，创历史新高。在天猫双11服饰品牌排行总榜中，优衣库、波司登、UR位列服饰店铺销售榜前三；moco排名提升5位位列第5；江南布衣、UGG新上榜，跻身十强。其中，女装销售Top3为波司登、优衣库、UR；男装销售Top3为优衣库、波司登、太平鸟，海澜之家、森马、雅戈尔位列第6、10、12位。另外，国货运动品牌销售表现优异，在天猫双11运动户外排行总榜中有近一半为国货品牌，Nike、Fila、Adidas位列前三。其中，运动品牌榜单中，Nike、Fila、Adidas、李宁、安踏位列前五，安踏旗下的迪桑特从23年第12名提升至第9名，跻身Top10，特步、361度分别位于第12和第15；户外品牌销售榜中，骆驼和北面稳居前二，伯希和从第4跃升为第3、可隆（安踏）位列第4，艾高（李宁）、波司登、安踏、Fila位于第11至14位。我们认为，24年双十一，政府补贴叠加大促优惠和平台补贴商家共同激发了消费活力，服饰销售在这一系列举措及换季加成下增速表现突出，后续随着四季度冰雪运动逐渐升温，国货运动品牌龙头有望延续健康发展。

**制造：纺织出口呈向好态势。**据中国纺织品进出口商会，2024年1-10月，纺织服装累计出口2478.9亿美元，增长1.5%，其中纺织品出口1166.9亿美元，增长4.1%，服装出口1312亿美元，下降0.7%。10月，纺织服装出口254.8亿美元，同比增长11.9%，环比增长2.8%，其中纺织品出口123.9亿美元，同比增长16.1%，环比增长10.1%，服装出口

130.9 亿美元，同比增长 8.1%，环比下降 3.2%。我们认为，低基数效应以及市场需求逐渐回暖带动出口数据同比环比回升，但考虑到终端销售向好及特朗普上台加征关税预期，中远期看，拥有海外区位优势及快反能力的纺织制造企业有望维持稳健经营。

**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) 受益于户外运动景气和运动社交趋势的国潮运动鞋服企业：安踏体育、李宁、361 度；2) 基本面稳健，旺季启动的波司登；3) 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；4) 下游库存情况好转，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；5) 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

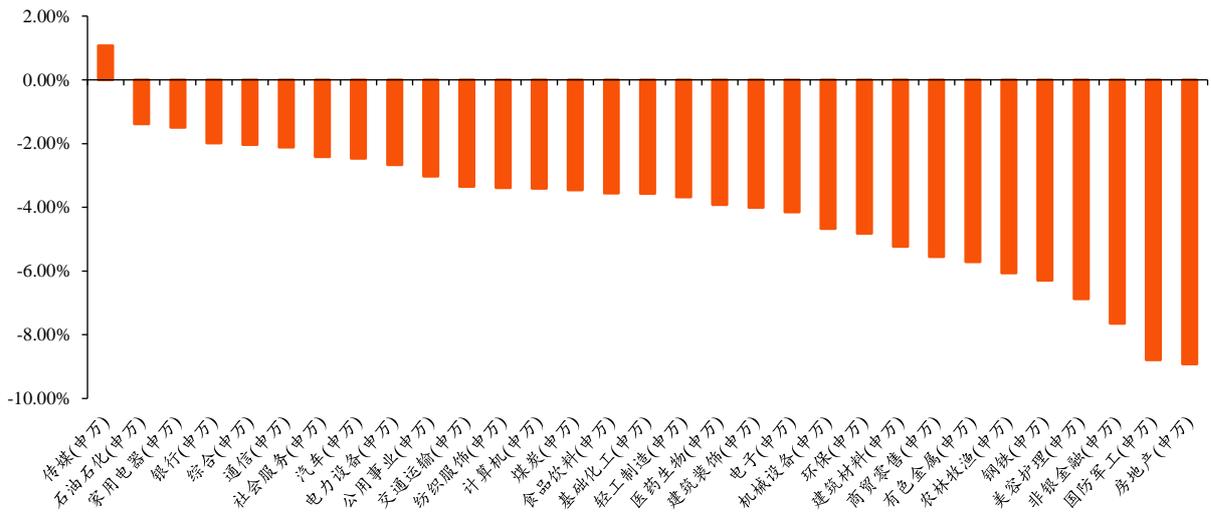
2024/11/11-2024/11/15 期间，沪深 300 下跌 3.29%，纺织服饰板块整体下跌 3.38%，跑输沪深 300 指数 0.09pct，涨跌幅在申万 I 级 31 个行业中排第 12 位。

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

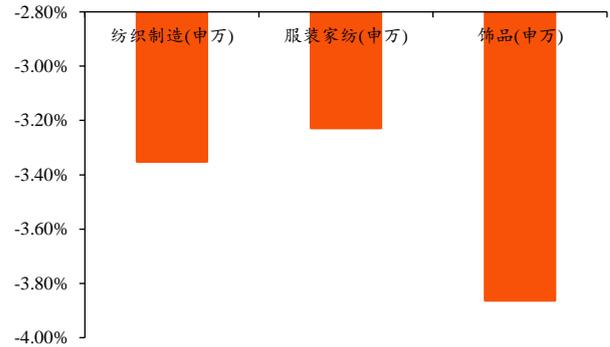
纺织服装二级子板块表现: 三大子板块皆呈下跌态势, 纺织制造、服装家纺、饰品板块分别下跌 3.35%、3.23%、3.86%。

图3:纺织服装 II 级子行业指数走势



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

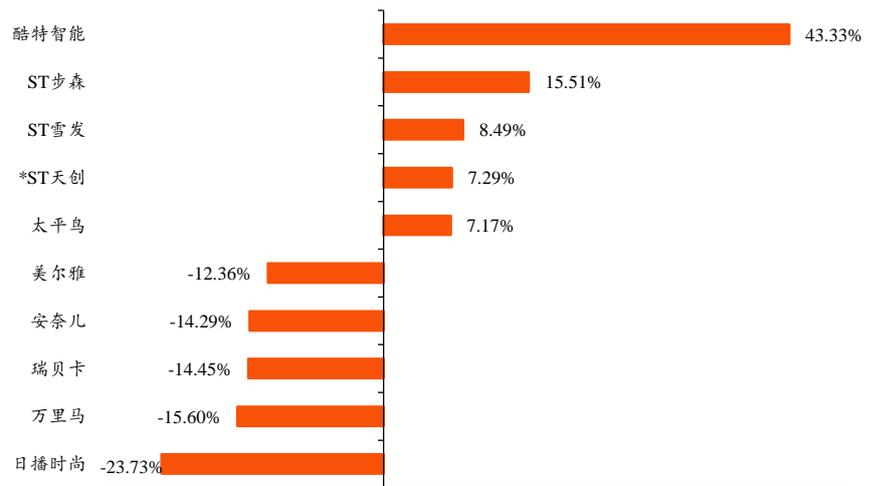
图4:纺织服装 II 级子行业指数周涨跌幅



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

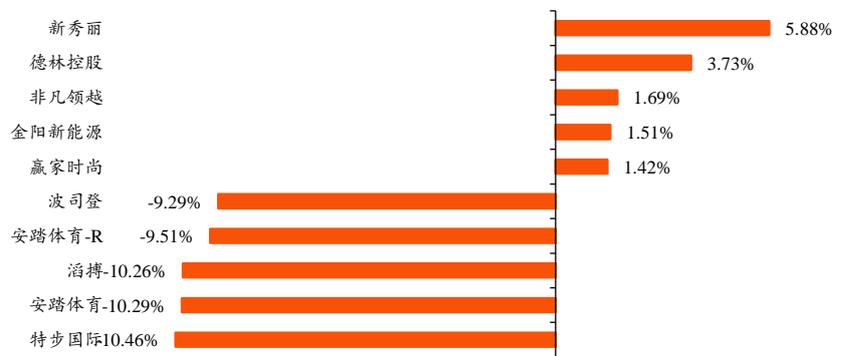
## 2.2. 个股行情

A 股申万商贸零售业 113 家企业中, 本周上涨的个股为 29 支 (占比 25.66%), 下跌的个股 84 支 (占比 74.34%)。涨幅前五的个股有酷特智能 (43.33%)、ST 步森 (15.51%)、ST 雪发 (8.49%)、\*ST 天创 (7.29%)、太平鸟 (7.17%); 跌幅前五的为日播时尚 (-23.73%)、万里马 (-15.60%)、瑞贝卡 (-14.45%)、安奈儿 (-14.29%)、美尔雅 (-12.36%)。

**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 23 家企业中, 本周上涨或持平的个股为 7 支 (占比 30.43%), 下跌的个股 16 支 (占比 69.57%)。涨幅前五的个股有新秀丽 (5.88%)、德林控股 (3.73%)、非凡领域 (1.69%)、金阳新能源 (1.51%)、赢家时尚 (1.42%); 跌幅前五的个股有特步国际 (-10.46%)、安踏体育 (-10.29%)、滔搏 (-10.26%)、安踏体育-R (-9.51%)、波司登 (-9.29%)。

**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

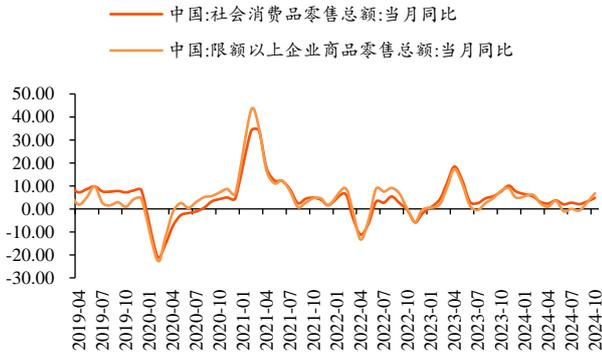
#### 3.1. 行业数据跟踪

##### 3.1.1 社零数据

**消费市场运行企稳回升。**据国家统计局发布, 10 月份, 社会消费品零售总额 45396 亿元, 同比增长 4.8%, 高于 wind 一致预期的 3.93%, 增速环比加快 1.6pct。其中, 除汽车以外的消费品零售额 40944 亿元, 增长 4.9%, 增速环比加快 1.3pct。从品类看, 必选消费销售中限额以上单位粮油/食品类保持增长, 同比提升 10.1%, 位列第五。受双十一前置及周期拉长带动, 可选消费提升明显, 叠加以旧换新补贴刺激家电和 3c 品类需求增长, 10 月

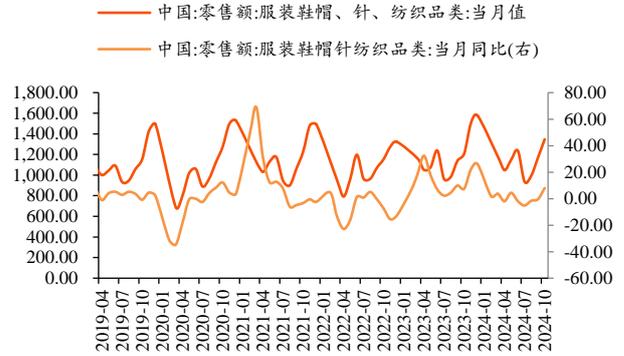
限额以上化妆品、家用电器和音响器材、体育/娱乐用品、通讯器材类位列前四，分别同比增长 40.1%、39.2%、26.7%和 14.4%，增速分别比 9 月加快 44.6、18.7、20.5 和 2.1pct；服装鞋帽针纺织品同比增长 8.0%，环比增长 8.4pct；金银珠宝虽同比下降 2.7%，但受大促优惠推动，降幅缩窄，环比增长 5.1pct。

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

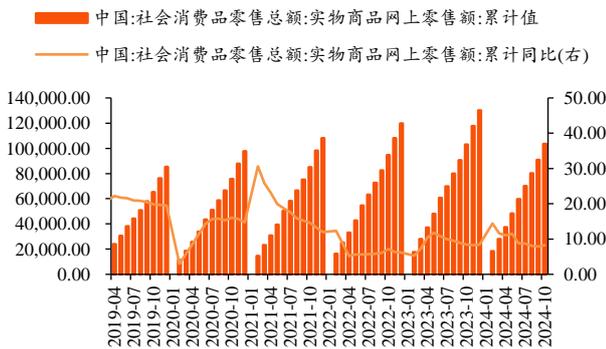
图8:纺服品类零售额 (亿元, %)



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

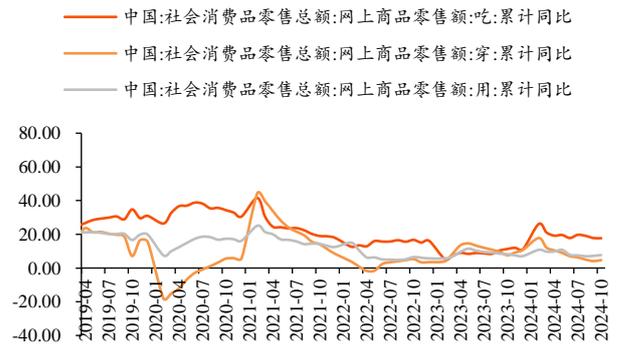
**线上消费高速增长，实体店铺稳步改善。**据推算，10 月实物商品网上零售额 12609 亿元，占社零总额的 27.8%，线下零售总额 32787 亿元，占比 72.2%。1-10 月份，全国网上零售额 123632 亿元，同比增长 8.8%。其中，实物商品网上零售额 103330 亿元，增长 8.3%，占社会消费品零售总额的比重为 25.9%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长 17.7%、4.7%、7.7%。限额以上单位中，开展即时零售较多的便利店商品零售额同比增长 4.7%，增速比限额以上单位实体店铺零售额平均增速高 3.2 个百分点；品质类消费集中的仓储会员店零售额保持两位数增长，专业店零售额增长 3.9%。

图9:实物商品网上零售额情况 (亿元, %)

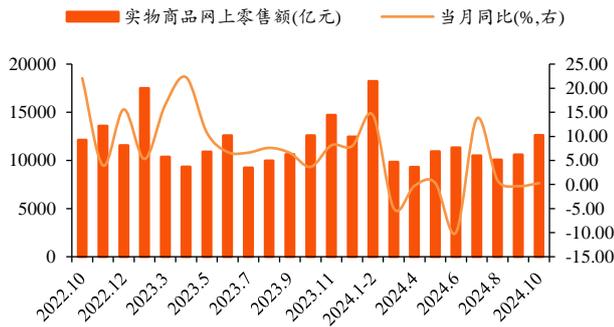


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

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	2024.7		2024.8		2024.9		2024.10	
	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	37757	2.7	38726	2.1	41112	3.2	45396	4.8
实物商品网上零售额	10497	13.7	10050	0.9	10578	-0.3	12,609	0.3
推算线下零售额	27260	-1.0	28676	2.5	30534	4.5	32,787	6.6

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略有下跌。截至11月15日，国家棉花价格B指数收报15338.16元/吨，国际棉花价格M指数收报79.42美分/磅，较11月11日分别-0.17%/-2.08%。期货方面，郑州商品交易所棉花收盘价收报13955元/吨，NYBOT2号棉花收报68.93美分/磅，较11月11日分别-0.64%/+0.12%。

**图13:棉价指数**


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

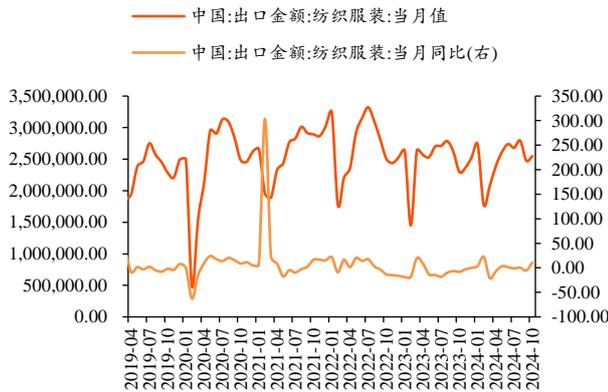
**图14:期货棉价**


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

### 3.1.3 纺织品进出口数据

10月纺织服装出口回升。据中国纺织品进出口商会，海关总署统计，10月，纺织服装出口254.8亿美元，同比增长11.9%，环比增长2.8%，其中纺织品出口123.9亿美元，同比增长16.1%，环比增长10.1%，服装出口130.9亿美元，同比增长8.1%，环比下降3.2%。

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, %)



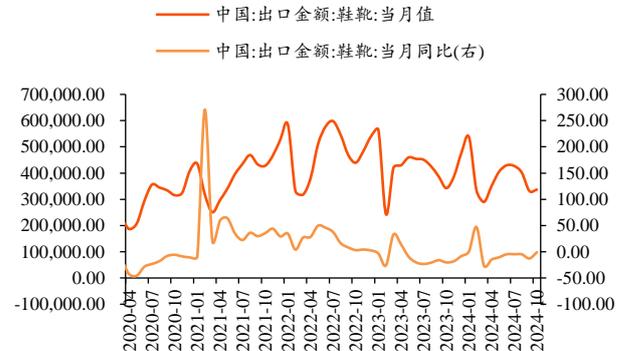
资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

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

#### 【拉夏贝尔被港交所取消上市地位】

11月14日,中国女装拉夏贝尔正式告别港交所。拉夏贝尔创立于1998年,是国内首家“A+H”两地上市的服装企业,巅峰时期拥有La Chapelle、Puella、Candie's等20多个品牌,直营门店数量近万家。因营收下滑、业绩亏损等问题,2022年,拉夏贝尔已从A股退市。2024年11月12日,香港联合交易所有限公司(联交所)宣布,由2024年11月14日上午9时起,新疆拉夏贝尔服饰股份有限公司(破产重整中)的上市地位将根据《上市规则》第6.01A(1)条予以取消。该公司的股份自2023年2月7日起已暂停买卖。根据《上市规则》第6.01A(1)条,若该公司未能于2024年8月6日或之前复牌,联交所有权将该公司除牌。该公司未能于2024年8月6日或之前履行联交所订下的复牌指引而复牌。于2024年8月23日,上市委员会决定根据《上市规则》第6.01A(1)条取消该公司股份在联交所的上市地位。于2024年9月3日,该公司向上市覆核委员会申请覆核上市委员会的决定。于2024年11月1日,上市覆核委员会维持上市委员会取消该公司上市地位的决定。按此,联交所将于2024年11月14日上午9时起取消该公司的上市地位。(每日经济新闻)

**【抖音电商发布双十一数据】**

11月14日，抖音电商发布2024“抖音商城双11好物节”数据报告显示，众多商家借助双11大促迎来生意增长。10月8日至11月11日，抖音超3.3万个品牌成交额同比翻倍，近1.7万个品牌成交额增速超500%，超2000个单品成交额破千万元。与此同时，直播场景呈现强爆发，作者生态持续蓬勃发展。大促期间，累计有275个品牌通过直播带货实现成交额过亿元；111个电商作者直播间成交额破亿元，超47万名电商作者成交额同比翻倍，近25万名电商作者成交额增速超500%。此外，由货架场带动的成交额继续提升，占据大盘42%，超值购成交额同比增长170%。（中国经济网）

**【彪马大中华区营收连续七季正增长】**

德国运动品牌Puma彪马日前公布的2024财年第三季度业绩，销售额同比增长5%至23.082亿欧元（约合人民币176亿元），营业利润微涨0.3%至2.37亿欧元，毛利率提升80个基点至47.9%。按地区划分，中国所在的亚太市场收入增长3%至4.3亿欧元。其中，大中华区营收实现单位数增长，已连续七个季度实现正增长。尽管中国市场消费需求疲软，但环比改善。美国市场收入增长11%至8.7亿欧元，EMEA市场收入增长0.8%至10.1亿欧元。按渠道划分，批发收入增长1.5%至17.3亿欧元，零售收入增长17%至5.8亿欧元。按品类划分，鞋类部门销售额同比增长9.3%至12.403亿欧元，主要得益于以足球和跑步为主导的高性能鞋类，以及核心鞋和儿童鞋为主导的运动风格鞋类的增长；配饰部门销售额同比增长2.9%至3.042亿欧元；而服装部门销售额则下降0.7%至7.636亿欧元。在去年的全球调整后，彪马目前将重点放在专业运动品类，其中跑步和篮球是该品牌在全球市场和国内市场都重点加码的部分。（南方都市报）

**【亚瑟士预计全年净利润达千亿日元】**

日本运动品牌亚瑟士公布最新业绩数据，前三季度收入增长17.3%至5250亿日元（约合人民币247亿元），毛利率为55.4%，归母净利润同比增长61.2%至659.4亿日元，毛利润增长26.7%至2900亿日元。分品类看，五大板块均取得增长。期内，功能性跑鞋贡献最大，销售额同比增长13.7%至2582亿日元；其次是核心运动，销售额增长6.3%至648亿日元；运动时尚销售额大涨63.4%至751亿日元；服饰与装备、鬼塚虎品牌销售额分别增长4%、52.7%至291亿日元、685亿日元。分地区看，美国市场收入增长18.7%至1040亿日元，主要得益于高性能跑步和运动风格产品的收入增长，其中运动风格产品实现超两倍收入增长。另外，该品牌在日本、欧洲、中国和其它亚洲市场收入均实现两位数增长。基于前三季度亮眼的销售额数据，亚瑟士上调了2024年业绩预期，预计年度净销售额达6800亿日元（约合人民币318.6亿元），净利润将达到创纪录的1000亿日元（约合人民币46.85亿元）。（南方都市报）

**【初冬季创意呢绒面料成交仍走畅】**

近期，中国轻纺城传统市场多类毛纺类呢绒成交滞畅互现，冬季粗纺呢绒、

半精纺呢绒、精纺呢绒挂样上市品种继续增加，但部分中小经营户现货上市量仍相对有限，整体市场成交量连日震荡推升。但市场营销局部分化，部分前店后厂式布业公司和规模性经营门市新老品种成交继续交替互现，成交批量依然大小批量互现，兼具时尚元素的创意呢绒市场优势凸显，流行色面料挂样上市品种不断增加，追随国际国内流行趋势，局部性成交颇为走畅。但部分中小经营户成交显现不足。原料成份以涤纶+羊毛或以粘胶 65%、含毛 35%及粘胶 80%、含毛 20%成份配比的时装类呢绒局部成交仍显走畅。(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
2024-11-13	002083.SZ	孚日股份	<b>赎回可转债公告。</b> 公司 A 股股票自 2024 年 10 月 8 日至 2024 年 11 月 13 日已有十五个交易日的收盘价格不低于当期转股价格 (3.88 元/股) 的 130% (即 5.044 元/股)，已经触发《孚日集团股份有限公司公开发行可转换公司债券募集说明书》中约定的有条件赎回条款。公司于 2024 年 11 月 13 日召开了第八届董事会第十二次会议审议通过了《关于提前赎回“孚日转债”的议案》，决定行使“孚日转债”的有条件赎回权。根据安排，截至 2024 年 12 月 4 日收市后仍未转股的“孚日转债”，将被强制赎回，特提醒“孚日转债”持券人注意在限期内转股。本次赎回完成后，“孚日转债”将在深圳证券交易所摘牌。
2024-11-13	002042.SZ	华孚时尚	<b>股份转让进展公告。</b> 公司控股股东华孚控股有限公司与杭州兴健私募基金管理有限公司 (代表“兴健青龙私募证券投资基金”) (简称“兴健青龙基金”或“受让方”) 于 2024 年 9 月 27 日签署了《股份转让协议》，拟通过协议转让方式将其持有的公司 100,340,200 股无限售流通股 (占公司总股本的 5.90%) 以 3.42 元/股的价格转让给受让方，转让价款为 343,163,484 元人民币。本次协议转让进展即补充协议：在甲乙双方共同向中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司提交标的股份过户前，乙方应当向甲方累计支付不少于 200,000,000.00 元至甲方书面指定的银行账户。剩余款项在过户完成日起 1 月内支付完毕。
2024-11-12	603272.SH	联翔股份	<b>股东减持计划公告。</b> 公司股东上海森隆投资管理中心 (有限合伙) 持有公司无限售条件流通股 2,342,700 股，约占公司总股本的 2.26%，股份来源为公司首次公开发行前取得的股份，该部分股份已于 2023 年 5 月 29 日解除限售并上市流通。自本公告披露之日起 3 个交易日后的三个月内，森隆投资拟通过集中竞价及大宗交易方式合计减持股份总数不超过 2,340,000 股 (即合计不超过公司总股本的 2.258%)，其中通过集中竞价方式减持股份总数占比不超过 0.258%；通过大宗交易方式减持股份总数占比不超过 2%，减持价格根据市场价格确定。
2024-11-11	300577.SZ	开润股份	<b>部分股份解除质押公告。</b> 公司于近日收到公司控股股东、实际控制人范劲松先生的通知，获悉其将所持有的部分股份办理解除质押手续。范劲松本次解除质押 5300000 股，占公司总股本 2.21%，占其所持股份 4.31%。

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

<b>股票投资评级：</b>	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
<b>行业投资评级：</b>	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。