



## 中国上市纺织企业一季度营收和净利“双增”

根据中国 A 股纺织制造公司披露的 2024 年一季报, 该板块今年一季度营业收入和净利润均实现同比增长, 表现亮眼。

根据渤海证券的统计, 今年一季度, A 股纺织制造企业合计实现营业收入约 309.55 亿元(人民币, 下同), 同比增长 9.8%; 合计实现归属于母公司所有者的净利润约 17.95

亿元, 同比增长 20.32%。

这一业绩增势明显好于去年总体表现。2023 年, A 股纺织制造企业合计实现营收约 1233.54 亿元, 同比微降; 合计实现归母净利润约 80.05 亿元, 同比增逾 8%。

对于纺织制造板块, 广发证券分析师糜韩杰表示, 该板块去年业绩承压, 今年一季度业绩向上, 主要是因为海外需

求回暖, 纺织制造公司订单恢复增长, 叠加今年以来人民币汇率有所走弱, 利好多数以出口业务为主的纺织制造板块上市公司。

在浙商证券分析师马莉看来, 随着海外去库存接近尾声, A 股纺织制造企业, 特别是头部企业自去年第三季度起出现收入和利润的改善, 尤其在终端品牌商接触最为直接和密

切的辅料、成衣、成品鞋环节, 今年一季度相关企业更呈现显著的收入增长和利润提升。

就具体企业而言, 部分企业净利润增速实现“倍增”, 收获亮眼“成绩单”。财报显示, 今年一季度, 开润股份实现营收约 9.1 亿元, 同比增加 22.92%; 实现归母净利润约 7106 万元, 同比增加 102.95%。孚日股份实现归母

净利润约 9044 万元, 同比增加 263.13%。

展望 2024 年全年, 国盛证券分析师杨莹认为, 综合考虑下游品牌商去库存进度、制造商目前订单及业绩表现, 预计 2024 年 A 股纺织制造板块公司收入同比快速增长确定性较强, 产能利用率估计将同比明显改善, 有望带动板块公司全年业绩快速增长。

## 一季度中国广告产业增长强劲 信心回升

作为经济“晴雨表”之一, 广告产业发展情况很大程度上反映了消费市场活力和企业投资信心。中国国家市场监管总局 8 日发布的数据显示, 一季度中国广告产业增长强劲, 市场信心持续回升。

国家市场监督管理总局对 857 家从事广告业务的头部事业单

位和规模以上企业开展的统计调查显示, 一季度上述头部企事业单位共实现广告业务收入 2740.6 亿元(人民币, 下同), 同比增长 13.6%。其中, 事业单位广告业务收入 78.5 亿元, 同比增长 3.1%。规模以上企业广告业务收入 2662.2 亿元, 同比增长 14.0%。

广告产业数字化态势进一步巩固。一季度, 头部企事业单位互联网广告发布收入 1375.2 亿元, 同比增长 20.6%, 占广告发布收入总量的 77.0%。得益于信息技术发展, 互联网在各类广告媒介中占据主导地位, 是商品和服务推广的主要渠道。传统媒体加

快数字化转型, 以广播电视台、报社为代表的事业单位广告业务收入 78.5 亿元, 同比增长 3.1%, 但其互联网广告业务同比增长 135.4%。

广告产业对平台经济的助推作用凸显。上述头部企事业单位以平台企业为主, 数据显示, 其 2023 年度广告业务收

入占全国事业单位和规模以上企业总量的 91.8%。其中, 头部平台企业广告业务收入占其营业收入 50% 以上。平台企业的广告业务不仅带动广大中小微广告企业构建起产业链, 也为其开展人工智能、新能源、云计算等技术创新提供了资金保障。

## 一季度食品安全监督抽检不合格率为 2.36%

据市场监督管理总局网站消息, 2024 年第一季度, 全国市场监管部门坚持以问题为导向, 完成食品安全监督抽检 769478 批次, 依据有关食品安全国家标准等进行检验, 发现不合格样品 18129 批次, 监督抽检不合格率为 2.36%, 较

2023 年同期上升 0.18 个百分点。

从抽样食品品种来看, 消费量大的粮食加工品, 食用油、油脂及其制品, 肉制品, 蛋制品, 乳制品等 5 大类食品, 监督抽检不合格率分别为 0.36%、0.37%、0.69%、0.07%、0.05%,

均低于总体抽检不合格率。与上年同期相比, 餐饮食品、冷冻饮品等 14 大类食品抽检不合格率有所降低, 但特殊膳食食品、调味品等 18 大类食品抽检不合格率有所上升。各类食品监督抽检结果见附件。

从检出的不合格项目类别

看, 一些不合格项目占抽检不合格样品总量为: 农药残留超标 46.45%, 超范围超限量使用食品添加剂 16.29%, 微生物污染 11.75%, 有机物污染问题 8.78%, 兽药残留超标 6.35%, 质量指标不达标 5.53%, 重金属等污染 3.50%。

针对监督抽检发现的不合格样品, 市场监管部门已向社会公布监督抽检结果, 并督促有关生产经营企业及时下架、召回抽检不合格批次产品, 严格控制食品安全风险, 按有关规定进行核查处置。