

2022年09月04日

纺织服装/家居

行业周报

1-7月家具行业利润同比下降0.7%，歌力思Q2营收受疫情干扰

投资要点

◆本周纺织服饰板块跑赢大盘1.56%，*ST中潜、聚杰微纤、伟星股份涨幅靠前。本周（08.29-09.02），SW纺织服饰板块下跌0.48%，跑赢大盘1.56个百分点，其中SW纺织制造板块上涨1.98%，SW服装家纺下跌1.35%，*ST中潜（+16.06%）、聚杰微纤（+14.47%）、伟星股份（+13.65%）涨幅靠前。目前SW纺织服饰整体法（TTM，剔除负值）计算的行业PE为19.84倍，低于近1年均值。

◆本周家居用品板块领先大盘4.81%，哈尔斯、海象新材、永艺股份涨幅靠前。本周（08.29-09.02），SW家居用品板块上涨2.77%，跑赢大盘4.81个百分点，哈尔斯（+18.89%）、海象新材（+17.13%）、永艺股份（+11.4%）涨幅靠前。估值方面，目前SW家居用品整体法（TTM，剔除负值）计算的行业PE为25.67倍。

行业新闻：

（1）1-7月家具制造业营收4193.2亿，下降4.7%。8月27日，据国家统计局数据显示，今年前7个月，家具制造业营业收入为4193.2亿元，同比下降4.7%；营业成本3510.6亿元，同比下降4.7%；利润总额218.7亿元，同比下降0.7%。国家统计局工业司高级统计师朱虹分析称，总体看，工业企业效益延续恢复态势，但受多种因素影响，企业利润小幅下降，成本水平仍然较高，部分行业市场需求不足凸显，经营压力有所增加，加之国内外环境更趋复杂严峻，工业经济持续稳定恢复仍需付出艰苦努力。

（2）床垫电商Purple出资1.5亿收购同行Intellibed。9月1日，美国DTC床垫电商巨头Purple宣布收购了凝胶床垫制造商Intellibed。该交易于8月31日收市后完成。Purple的股票该日收盘价为2.86美元。按照该股价，这笔交易价值达到2288万美元，即约1.58亿人民币。被收购方主要经营凝胶床垫，其在2021的营收约5000万美元。公司创始人Bob Rasmussen将继续留在Purple公司，他将管理Intellibed的生产，并与Purple公司首席运营官Eric Haynor合作。Intellibed公司的首席执行官Colin House将离任。Purple高管表示，该企业“与Purple的现有产品高度互补”，并能够加大Purple的盈利能力。Purple公司首席执行官Rob DeMartini说：“Intellibed与Purple公司非常契合。近几来，Intellibed获得了我们的凝胶技术许可，因此这次收购使我们能够在一个屋檐下整合我们的知识产权，同时增强Purple的制造能力和经营状况。”“此外，Intellibed的优质市场地位使Purple公司能够加速其产品开发计划，并立即进入睡眠和健康产业中更奢侈、利润更高的市场。我们对我们两个企业的合作潜力感到兴奋。”

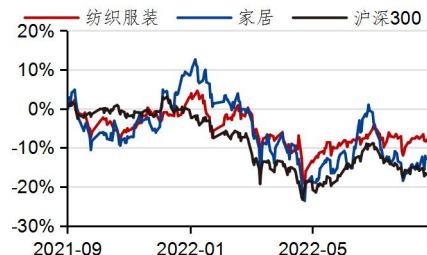
◆（3）Calvin Klein和Tommy Hilfiger的母公司、美国PVH集团二季度销售下

投资评级

领先大市-A维持

首选股票	评级
02020.HK 安踏体育	买入-A
002867.SZ 周大生	买入-B
03998.HK 波司登	买入-B
002563.SZ 森马服饰	买入-A
600398.SH 海澜之家	增持-A
02313.HK 申洲国际	买入-B

一年行业表现



资料来源：聚源

升幅%	1M	3M	12M
纺织服装相对收益	5.23	2.86	10.36
纺织服装绝对收益	4.17	1.25	-6.56
家居相对收益	11.0	3.22	6.33
家居绝对收益	9.94	1.61	-10.59

分析师

刘荆

 SAC执业证书编号：S0910520020001
 liujing1@huajinsec.com

相关报告

梦百合：盈利能力稳步提升，外销业务延续稳健增长-梦百合半年报点评 2022.9.2

中青旅：上半年业绩受疫情影响持续承压，静待疫情后的恢复性增长-中青旅半年报点评 2022.9.2

周大生：黄金品类推动营收增长，Q2业绩受疫情影响承压-周大生半年报点评 2022.9.1

金牌厨柜：2022Q2营收受疫情影响，衣柜、木门业务表现靓丽-金牌厨柜半年报点评 2022.8.31

歌力思：Q2营收受疫情影响，线上渠道成效显著



滑8%，调低全年预期。8月30日，Calvin Klein（卡尔文·克雷恩）和 Tommy Hilfiger（汤米·希尔费格）两大美国时尚品牌的母公司、美国时尚零售集团 Phillips-Van Heusen Corp（以下简称“PVH”）公布了（截至2022年7月31日的）2022财年第二季度业绩：由于全球范围内的供应链中断以及中国新冠疫情的影响，集团销售额同比下滑8%（按不变汇率计与去年同期持平），至21.32亿美元。集团预计2022财年销售额将减少3%~4%。集团首席执行官 Stefan Larsson 表示：“尽管本季度的宏观经济环境日益严峻，我们的 Calvin Klein 和 Tommy Hilfiger 业务在第二季度继续表现出潜在实力。我们继续在欧洲和亚洲市场表现良好，目前，未受新冠疫情影响地区的表现明显高于疫情前水平，而在北美，我们继续受到供应链压力的持续影响。”

◆ **公司重要公告：**【三棵树】2022年半年度业绩报告；【金螳螂】2022年半年度业绩报告；【金牌厨柜】2022年半年度业绩报告；【梦百合】2022年半年度业绩报告；【中青旅】2022年半年度业绩报告；【歌力思】2022年半年度业绩报告；【索菲亚】2022年半年度业绩报告；【美克家居】2022年半年度业绩报告。

◆ **纺服板块投资建议：**纺织制造方面，7月纺织服装出口数据景气度延续，建议继续关注深度绑定下游优质客户的针织服饰制造龙头申洲国际。品牌方面，伴随国内复工复产推进带来线下消费场景修复以及国潮崛起，品牌销售有望逐步好转，根据 Nint 任拓，7月珀莱雅跻身天猫美容护肤/美体/精油类目第四名，李宁、安踏、FILA 品牌分别为天猫运动/户外类目第一、三、五名。建议继续关注大单品策略效果显著的珀莱雅、下沉市场布局领先的珠宝龙头周大生、本土运动服饰龙头安踏体育。

◆ **家居板块投资建议：**家居用品板块方面，本周多家家居企业发布半年报，整体来看，上半年受疫情干扰，房地产数据低迷的影响，业绩表现参差不齐。定制家居板块方面，龙头企业业绩表现韧性尽显，并且有望凭借其多渠道布局、多品类融合的销售模式，在强化获客引流的同时，提升其客单价。此外，“大家居”战略对家居企业研发设计能力、品类整合能力、生产制造能力、交付服务能力均提出了更高的要求，行业竞争加剧，市场份额有望向龙头集中。软体家居板块方面，喜临门2022Q2经营业绩表现靓丽，自主品牌零售业务实现稳定增长。疫情干扰下门店呈现逆势扩张，线上渠道持续发力。行业层面，家居板块估值受原材料价格、房地产数据等影响再次回调至历史低位。我们认为虽然地产数据处于筑底阶段，但地产宽松政策呈现井喷态势，有望助力稳定楼市。同时，刚性家具需求有望在疫情可控后逐渐释放，以及9-12月将进入家具消费旺季。建议继续关注核心竞争力强、护城河深厚的家居龙头企业欧派家居、顾家家居、索菲亚，以及渠道规模持续扩张的喜临门、金牌厨柜、志邦家居。

◆ **风险提示：**地产政策效果不达预期；国内疫情持续出现反复；品牌竞争加剧；汇率大幅波动。

著-歌力思中报点评 2022.8.31

志邦家居：零售渠道延续增长，衣柜、木门业务表现靓丽-志邦家居半年报点评 2022.8.30

宋城演艺：2022H1业绩受疫情干扰，静待疫情后的恢复性增长-宋城演艺半年报点评 2022.8.30

内容目录

1、纺织服饰板块	5
1.1 本周行情回顾	5
1.2 公司行情	6
2、家居板块	7
2.1 本周行情回顾	7
2.2 公司行情	8
3、行业数据跟踪	9
3.1 上游原材料	9
3.2 出口数据	10
3.3 社零数据	11
3.4 房地产数据	13
4、行业重要新闻	14
4.1 1-7 月家具制造业营收 4193.2 亿，下降 4.7%	14
4.2 服装行业数据：2022 上半年约 2800 家门店关闭	15
4.3 床垫电商 Purple 出资 1.5 亿收购同行 Intellibed	15
4.4 Lululemon 最新季报披露：中国大陆市场三年复合年增长率近 70%，上季度增幅超 30%	16
4.5 Calvin Klein 和 Tommy Hilfiger 的母公司、美国 PVH 集团二季度销售下滑 8%，调低全年预期	17
5、重点公司公告	17
6、风险提示	18

图表目录

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较	5
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较	5
图 3：纺织服饰及子板块 PE 走势	6
图 4：SW 家居用品板块 PE 走势	8
图 5：棉花价格（元/吨）	10
图 6：华东地区 TDI 和 MDI 主流价格（元/吨）	10
图 7：海宁皮革价格指数（总类）	10
图 8：中纤板价格（元/张）	10
图 9：刨花板价格（元/张）	10
图 10：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比	11
图 11：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比	11
图 12：家具及其附件累计值（亿美元）及累计同比	11
图 13：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比	11
图 14：社零及限额以上当月	12
图 15：线上线下当月	12
图 16：粮油食品、日用品当月	12
图 17：化妆品、纺织服装、金银珠宝当月	12
图 18：家具当月	13
图 19：商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比	13
图 20：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比	13
图 21：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比	14

图 22: 商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比	14
图 23: 商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比	14
图 24: 商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比	14
图 25: 30 大中城市商品房当周成交套数	14
图 26: 30 大中城市商品房当周成交面积（万平方米）	14
表 1: 纺织服饰及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比	6
表 2: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司	6
表 3: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司	6
表 4: 年初至今纺织服饰板块涨幅前 5 的公司	7
表 5: 年初至今纺织服饰板块跌幅前 5 的公司	7
表 6: 家居用品板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比	8
表 7: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司	8
表 8: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司	8
表 9: 年初至今家居用品板块涨幅前 5 的公司	9
表 10: 年初至今家居用品板块跌幅前 5 的公司	9

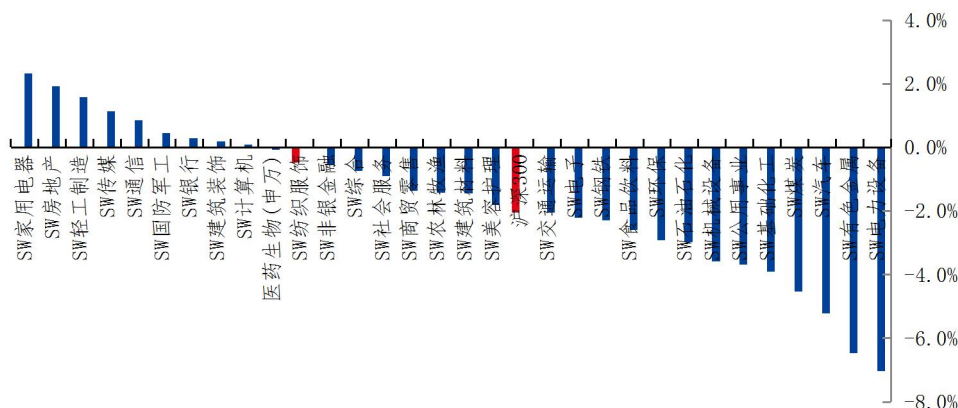
1、纺织服饰板块

1.1 本周行情回顾

本周，SW 纺织服饰板块下跌 0.48%，沪深 300 下跌 2.04%，纺织服饰板块跑赢大盘 1.56 个百分点。其中 SW 纺织制造板块上涨 1.98%，SW 服装家纺下跌 1.35%。

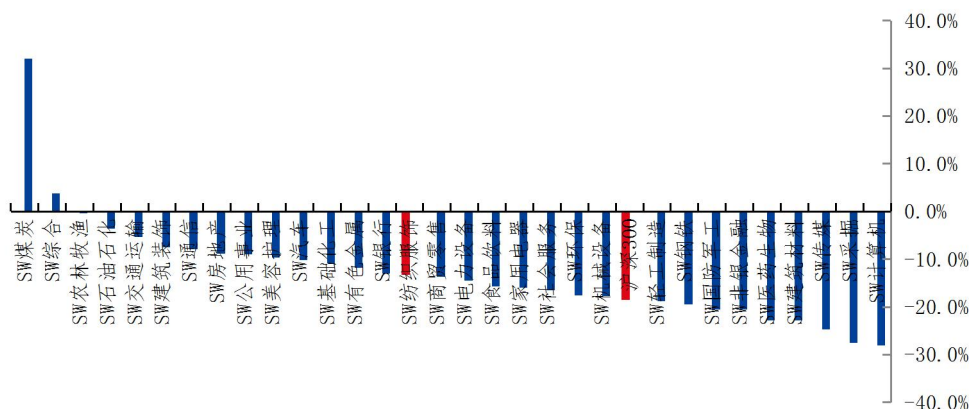
年初至今，SW 纺织服饰板块下跌 13.23%，沪深 300 下跌 18.56%，纺织服饰板块跑赢大盘 5.32 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 7.61%，SW 服装家纺下跌 17.02%。

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，华金证券研究所

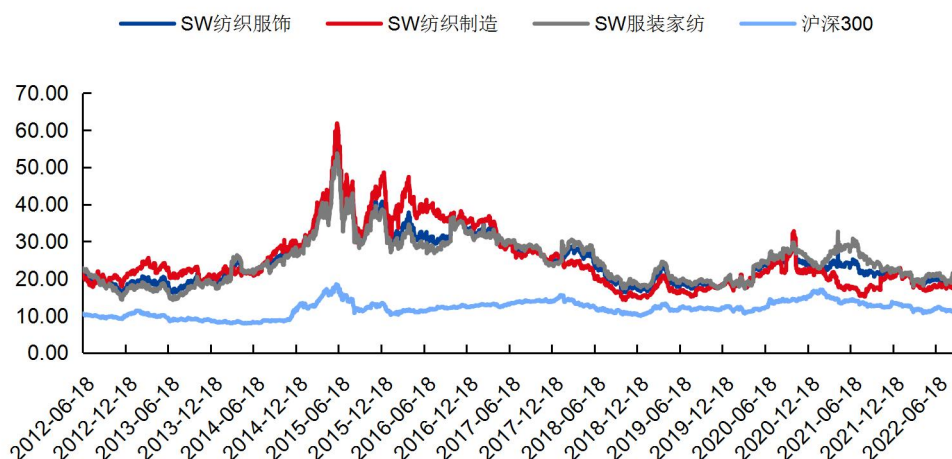
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，华金证券研究所

从板块的估值水平看，目前 SW 纺织服饰整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 19.84 倍，SW 纺织制造的 PE 为 17.82 倍，SW 服装家纺的 PE 为 21.30 倍，沪深 300 的 PE 为 10.91 倍。SW 纺织服饰的 PE 低于近 1 年均值。

图 3: 纺织服饰及子板块 PE 走势



资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 1: 纺织服饰及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比

时间	市盈率(历史 TTM_整体法)剔除负值			
	SW 纺织服饰	SW 纺织制造	SW 服装家纺	沪深 300
2022/09/02	19.84	17.82	21.30	10.91
近一年均值	20.38	18.89	21.31	12.13
溢价	-0.54	-1.07	-0.01	-1.22

资料来源: Wind, 华金证券研究所

1.2 公司行情

本周涨幅前 5 的纺织服饰板块公司分别为: *ST 中潜 (+16.06%)、聚杰微纤 (+14.47%)、伟星股份 (+13.65%)、南山智尚 (+9.24%)、嘉麟杰 (+7.64%); 本周跌幅前 5 的纺织服饰板块公司分别为: 朗姿股份 (-18.11%)、迪阿股份 (-17.10%)、萃华珠宝 (-7.03%)、兴业科技 (-6.51%)、物产金轮 (-6.16%)。

表 2: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
300526.SZ	*ST 中潜	16.06	17.99
300819.SZ	聚杰微纤	14.47	16.53
002003.SZ	伟星股份	13.65	11.99
300918.SZ	南山智尚	9.24	10.17
002486.SZ	嘉麟杰	7.64	3.38

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 3: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002612.SZ	朗姿股份	-18.11	24.50
301177.SZ	迪阿股份	-17.10	49.34
002731.SZ	萃华珠宝	-7.03	21.15
002674.SZ	兴业科技	-6.51	12.92

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002722. SZ	物产金轮	-6.16	13.70

资料来源: Wind, 华金证券研究所

年初至今涨幅前 5 的纺织服饰板块公司分别为: 牧高笛 (+116.55%)、萃华珠宝 (+97.06%)、红豆股份 (+57.49%)、康隆达 (+44.8%)、江苏阳光 (+35.81%); 年初至今跌幅前 5 的纺织服饰板块公司分别为: 迪阿股份 (-60.08%)、三夫户外 (-43.43%)、中银绒业 (-39.47%)、开润股份 (-38.91%)、锦泓集团 (-38.53%)。

表 4: 年初至今纺织服饰板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	年初至今涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603908. SH	牧高笛	116.55	89.04
002731. SZ	萃华珠宝	97.06	21.15
600400. SH	红豆股份	57.49	5.86
603665. SH	康隆达	44.80	48.32
600220. SH	江苏阳光	35.81	3.59

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 5: 年初至今纺织服饰板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	年初至今涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
301177. SZ	迪阿股份	-60.08	49.34
002780. SZ	三夫户外	-43.43	11.20
000982. SZ	中银绒业	-39.47	2.04
300577. SZ	开润股份	-38.91	13.88
603518. SH	锦泓集团	-38.53	7.42

资料来源: Wind, 华金证券研究所

2、家居板块

2.1 本周行情回顾

本周, SW 家居用品板块上涨 2.77%, 沪深 300 下跌 2.04%, 家居用品板块跑赢大盘 4.81 个百分点; 年初至今, SW 家居用品板块下跌 19.73%, 沪深 300 下跌 18.56%, 家居用品板块落后大盘 1.17 个百分点。

从板块的估值水平看, 目前 SW 家居用品整体法 (TTM, 剔除负值) 计算的行业 PE 为 25.67 倍, SW 轻工制造的 PE 为 23.26 倍, 沪深 300 的 PE 为 10.91 倍。SW 家居用品的 PE 高于近 1 年均值。

图 4: SW 家居用品板块 PE 走势



资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 6: 家居用品板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比

时间	市盈率(历史 TTM_整体法) 剔除负值		
	SW 轻工制造	SW 家居用品	沪深 300
2022/9/2	23.26	25.67	10.91
近一年均值	21.36	25.06	12.13
溢价	1.90	0.62	-1.22

资料来源: Wind, 华金证券研究所

2.2 公司行情

本周涨幅前 5 的家居用品板块公司分别为: 哈尔斯 (+18.89%)、海象新材 (+17.13%)、永艺股份 (+11.4%)、志邦家居 (+10.38%)、山东华鹏 (+8.35%); 本周跌幅前 5 的家居用品板块公司分别为: 亚振家居 (-13.99%)、梦百合 (-4.25%)、力诺特玻 (-3.8%)、瑞尔特 (-2.82%)、趣睡科技 (-2.82%)。

表 7: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002615. SZ	哈尔斯	18.89	8.12
003011. SZ	海象新材	17.13	25.92
603600. SH	永艺股份	11.40	10.36
603801. SH	志邦家居	10.38	22.86
603021. SH	山东华鹏	8.35	5.71

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 8: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603389. SH	亚振家居	-13.99	6.33
603313. SH	梦百合	-4.25	11.72
301188. SZ	力诺特玻	-3.80	15.93
002790. SZ	瑞尔特	-2.82	8.26

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
301336.SZ	趣睡科技	-2.82	61.03

资料来源: Wind, 华金证券研究所

年初至今涨幅前 5 的家居用品板块公司分别为: 嘉益股份 (+66.42%)、哈尔斯 (+49.54%)、家联科技 (+32.12%)、亚振家居 (+21.5%)、恒林股份 (+14.57%); 年初至今跌幅前 5 的家居用品板块公司分别为: 蒙娜丽莎 (-49.48%)、尚品宅配 (-46.82%)、帝欧家居 (-46.68%)、曲美家居 (-41.86%)、东鹏控股 (-40.92%)。

表 9: 年初至今家居用品板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	年初至今涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
301004.SZ	嘉益股份	66.42	33.59
002615.SZ	哈尔斯	49.54	8.12
301193.SZ	家联科技	32.12	41.78
603389.SH	亚振家居	21.50	6.33
603661.SH	恒林股份	14.57	32.73

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 10: 年初至今家居用品板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	年初至今涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002918.SZ	蒙娜丽莎	-49.48	14.25
300616.SZ	尚品宅配	-46.82	22.67
002798.SZ	帝欧家居	-46.68	7.76
603818.SH	曲美家居	-41.86	8.25
003012.SZ	东鹏控股	-40.92	7.91

资料来源: Wind, 华金证券研究所

3、行业数据跟踪

3.1 上游原材料

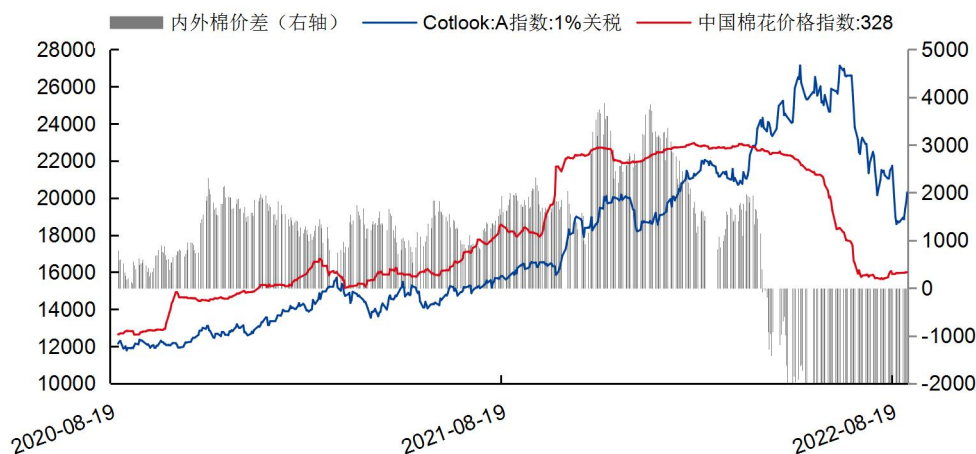
棉花价格: 截至 9 月 2 日, 中国棉花 328 价格指数为 15988 元/吨, 较 8 月 26 日增长 25 元/吨, 涨幅为 0.16%; 截至 9 月 1 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 21875 元/吨, 较 8 月 25 日增长 20 元/吨, 涨幅为 0.09%。

TDI&MDI 价格: 截至 9 月 2 日, 华东地区 TDI 主流价格为 18200 元/吨, 本周 TDI 价格环比上涨 1050 元/吨。华东地区纯 MDI 主流价格为 18000 元/吨, 本周 MDI 价格环比上涨 200 元/吨。

皮革价格: 截至 8 月 5 日, 海宁皮革价格指数 (总类) 为 72.21, 环比上涨 0.4%。

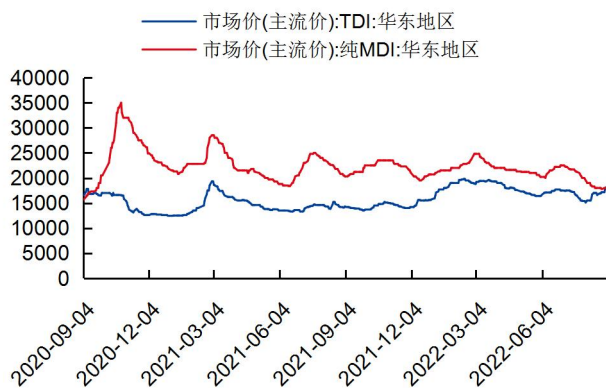
板材价格: 截至 3 月 1 日, 18 厘中纤板价格为 90 元/张, 18 厘刨花板价格为 67 元/张。

图 5: 棉花价格 (元/吨)



资料来源: Wind, 华金证券研究所

图 6: 华东地区 TDI 和 MDI 主流价格 (元/吨)



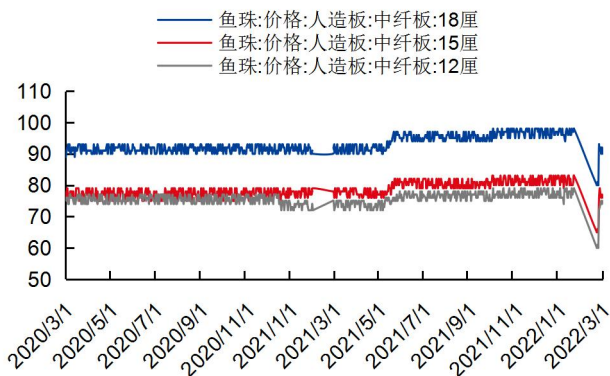
资料来源: Wind, 隆众化工, 华金证券研究所

图 7: 海宁皮革价格指数 (总类)



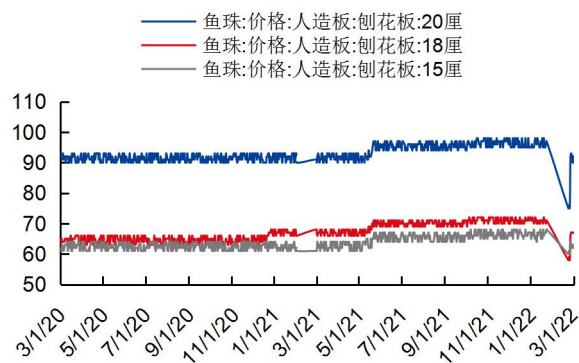
资料来源: Wind, 中国海宁皮革城官方网站, 华金证券研究所

图 8: 中纤板价格 (元/张)



资料来源: Wind, 鱼珠国际木材市场, 华金证券研究所

图 9: 刨花板价格 (元/张)



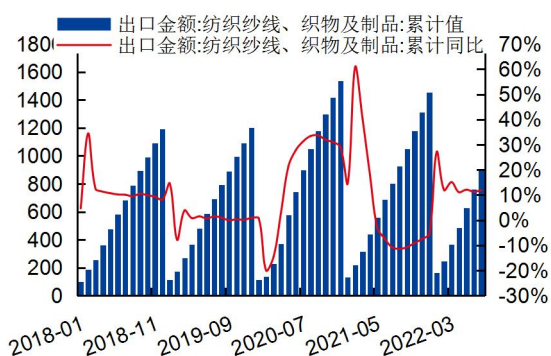
资料来源: Wind, 鱼珠国际木材市场, 华金证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装方面：2022 年 7 月纺织品服装出口 328.64 亿美元，同比增长 16.27%，今年 1-7 月，纺织品服装累计出口 1893.54 亿美元，同比增长 12.5%。其中，2022 年 7 月纺织品出口 134.77 亿美元，同比增长 15.4%，1-7 月纺织品出口 897.96 亿美元，同比增长 11.9%。2022 年 7 月服装出口 193.87 亿美元，同比增长 16.8%，1-7 月服装出口 995.58 亿美元，同比增长 12.9%。

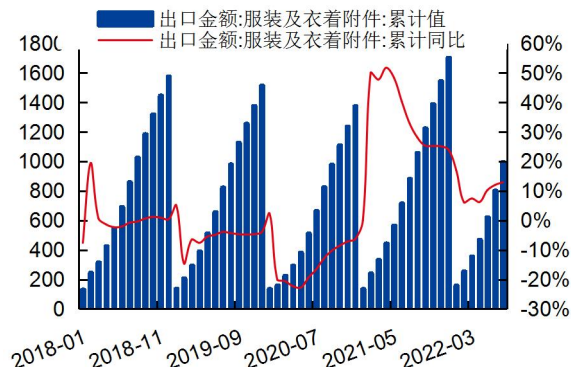
家具方面：2022 年 7 月家具及其附件出口 59.17 亿美元，同比下降 2.09%，今年 1-7 月，家具及其附件累计出口 411.03 亿美元，同比增长 0.43%。

图 10：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比



资料来源：Wind，海关总署，华金证券研究所

图 11：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比



资料来源：Wind，海关总署，华金证券研究所

图 12：家具及其附件累计值（亿美元）及累计同比



资料来源：Wind，海关总署，华金证券研究所

图 13：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比



资料来源：Wind，海关总署，华金证券研究所

3.3 社零数据

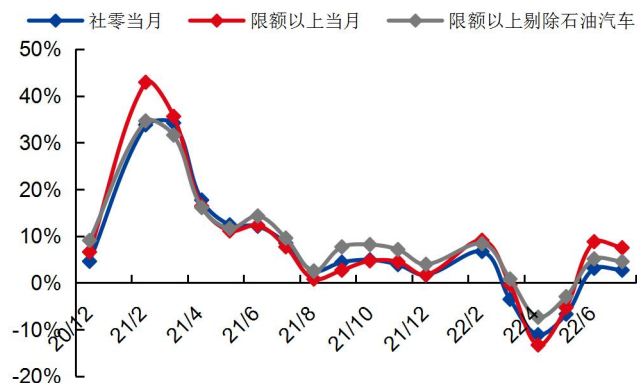
2022 年 1-7 月，国内实现社会消费品零售总额 24.63 万亿元/-0.2%，降幅环比收窄 0.5pct，其中，除汽车以外的消费品零售总额同比增长 0.2%。2022 年 7 月国内实现社零总额 3.59 万亿元/2.7%，增速环比下滑 0.4pct，表现弱于市场一致预期（根据 Wind，7 月社零当月同比增速预测平均值为 5.28%）。

分渠道看，线上方面，2022 年 1-7 月，实物商品网上零售额为 6.3 万亿元/+5.7%，占社会消费品零售总额的比重为 25.6%，单 7 月看，实物商品网上零售额实现 8660 亿元/+10.08%。线

下方面, 2022 年 1-7 月, 实物商品线下零售额(商品零售社零-实物商品网上零售额)约为 15.94 万亿元/-2.34%, 其中 7 月实物商品线下零售额约为 2.35 万亿元/+0.9%, 增速环比下滑 0.96pct。

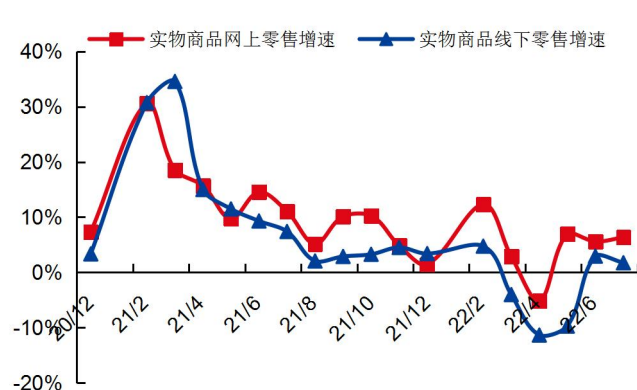
分品类看, 必选方面, 7 月限上粮油食品类同比增长 6.2%, 限上饮料类同比增长 3.0%, 限上日用品同比增长 0.7%。2022 年 1-7 月, 限上粮油食品类、饮料类、日用品同比增长 9.4%、7.4%、1.3%。可选方面, 7 月限上化妆品同比增长 0.7%, 金银珠宝同比增长 22.1%, 限上纺织服装同比增长 0.8%, 家具同比下降 6.3%。2022 年 1-7 月, 限额以上化妆品、纺织服装、家具同比分别下降 2.1%、5.6%、8.6%, 金银珠宝同比增长 1.50%。

图 14: 社零及限额以上当月



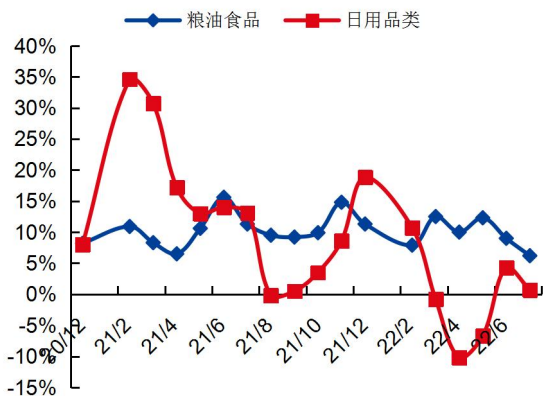
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 15: 线上线下当月



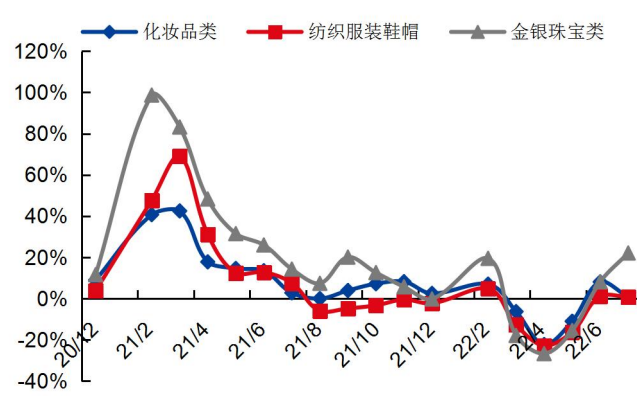
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 16: 粮油食品、日用品当月



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 17: 化妆品、纺织服装、金银珠宝当月



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 18: 家具当月



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

3.4 房地产数据

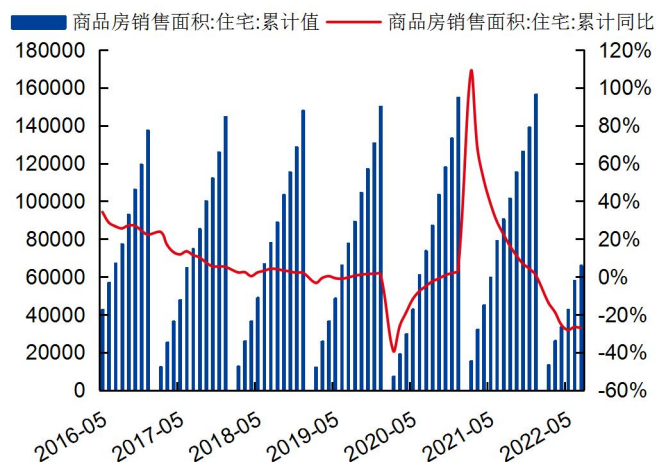
销售数据: 2022 年 1-7 月, 住宅商品房累计销售面积为 6.6 亿平方米, 同比下降 27.05%, 7 月当月, 住宅商品房销售面积为 0.80 亿平方米, 同比下降 30.27%。

新开工数据: 2022 年 1-7 月, 住宅商品房累计新开工面积为 5.59 亿平方米, 同比下降 36.8%, 7 月当月, 住宅商品房新开工面积为 0.71 亿平方米, 同比下降 45.07%。

竣工数据: 2022 年 1-7 月, 住宅商品房累计竣工面积为 2.33 亿平方米, 同比下降 22.73%, 7 月当月, 住宅商品房竣工面积为 0.24 亿平方米, 同比下降 37.47%。

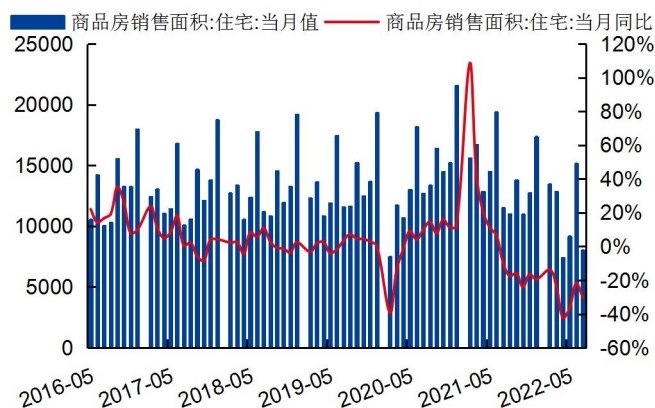
30 大中城市周度数据: 截至 9 月 2 日, 本周(8.27~9.2)30 大中城市商品房成交套数为 28460 套, 成交面积为 314.23 万平方米, 较上周分别上涨 13.3 %和 14.9%。

图 19: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比



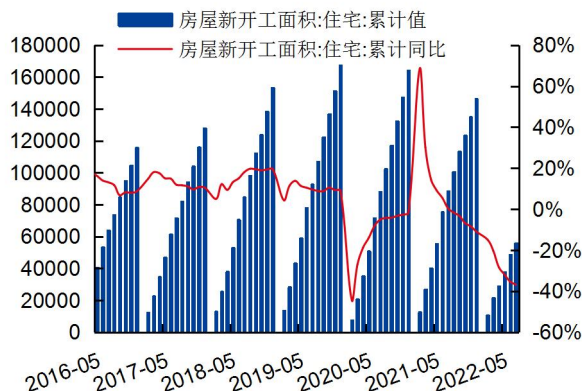
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 20: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



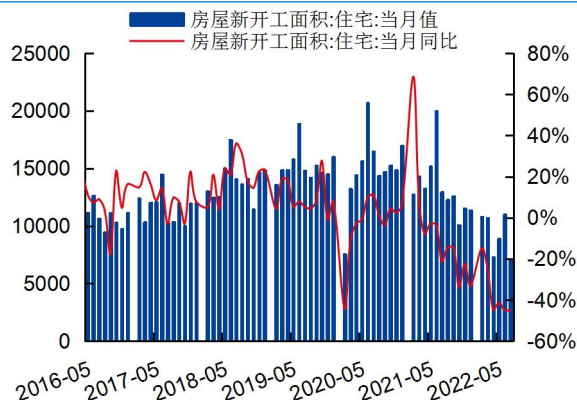
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 21: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 22: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



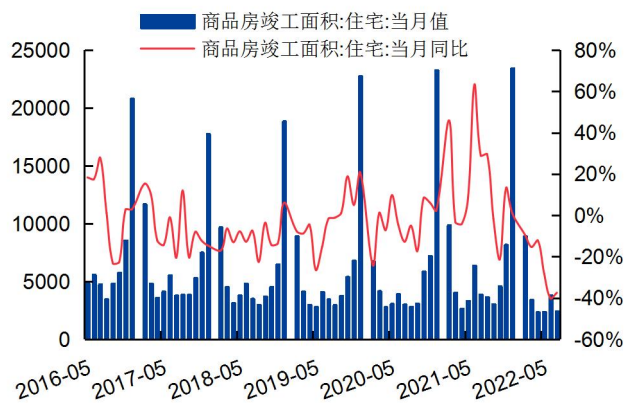
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 23: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比



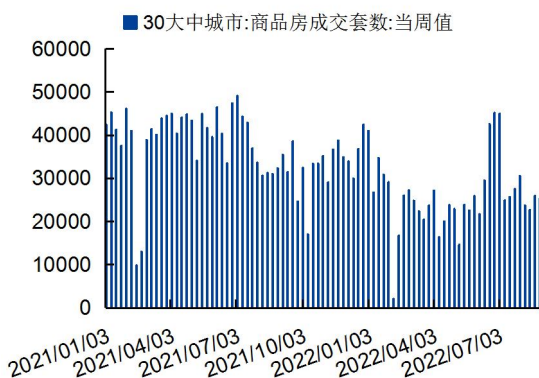
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 24: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



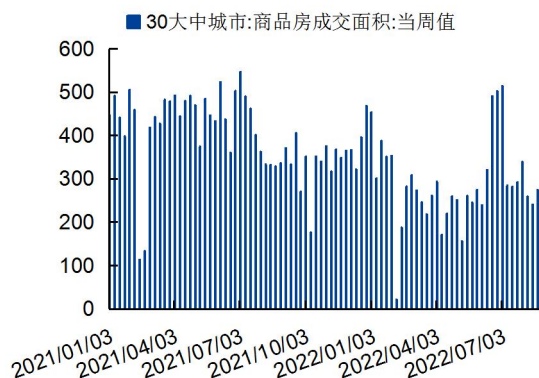
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 25: 30 大中城市商品房当周成交套数



资料来源: Wind, 华金证券研究所

图 26: 30 大中城市商品房当周成交面积 (万平方米)



资料来源: Wind, 华金证券研究所

4、行业重要新闻

4.1 1-7 月家具制造业营收 4193.2 亿，下降 4.7%

[泛家居头条 2022-08-30]

8月27日,据国家统计局数据显示,今年前7个月,家具制造业营业收入为4193.2亿元,同比下降4.7%;营业成本3510.6亿元,同比下降4.7%;利润总额218.7亿元,同比下降0.7%。国家统计局工业司高级统计师朱虹分析称,总体看,工业企业效益延续恢复态势,但受多种因素影响,企业利润小幅下降,成本水平仍然较高,部分行业市场需求不足凸显,经营压力有所增加,加之国内外环境更趋复杂严峻,工业经济持续稳定恢复仍需付出艰苦努力。

4.2 服装行业数据: 2022上半年约2800家门店关闭

[中服圈 2022-09-01]

2022年上半年,关店潮愈演愈烈。据联商网零售研究中心不完全统计,上半年至少有近4700家线下门店关闭,其中不乏沃尔玛、悦诗风吟、海底捞等综合实力强劲的品牌。

分业态来看,包括服饰2800多家,便利店700多家,美妆600多家,餐饮近300家,超市100多家,专业店59家,休闲娱乐20多家,百货26家等等。

上半年服饰行业是关店数量最多的行业。统计结果显示,2022年上半年服饰业态共有2800多家门店关闭,涵盖14家企业,包括外资快时尚品牌A&F、GAP、H&M、MONKI,以及国内服饰品牌美特斯邦威和森马。

其中,绫致时装旗下男装品牌SELECTED思莱德宣布关店1300多家,而森马关闭860家门店,美特斯邦威351家店,H&M计划关闭240家店。

近些年,笼罩在快时尚身上的关键词是撤店、缩减与退离。包括英国快时尚品牌NEW LOOK、Topshop,美国大众时尚品牌Forever21、快时尚品牌Old Navy等多家国际快时尚品牌都已经官宣退出中国市场。

今年6月24日,H&M中国内地首店悄然闭店,自2021年新疆棉事件后,H&M在中国的业绩一路下滑,一蹶不振。去年下半年,H&M中国市场的门店数量开始持续减少,子品牌Monki也于今年宣布退出中国市场。

7月31日,Zara的三个姐妹品牌——Bershka、Pull&Bear和Stradivarius同时关闭天猫旗舰店,这意味着它们正式退出中国市场。

此外,包括北京、上海、山东和江苏等省市在内的数十家GAP门店,也被曝出正在集中关店清仓,大多因租约到期,品牌不再续约。

在惋惜之余,很多消费者的真实感受也暴露了快时尚品牌败走中国市场的重要原因——“快”的另一面是质量堪忧。此外,国潮兴起,大量新兴的服装品牌、本土快时尚品牌的崛起正在逐渐蚕食欧美快时尚品牌的市场。

4.3 床垫电商Purple出资1.5亿收购同行Intellibed

[77度 2022-09-02]

9月1日，美国DTC床垫电商巨头Purple宣布收购了凝胶床垫制造商Intellibed。该交易于8月31日收市后完成。Purple的股票该日收盘价为2.86美元。按照该股价，这笔交易价值达到2288万美元，即约1.58亿人民币。被收购方主要经营凝胶床垫，其在2021的营收约5000万美元。公司创始人Bob Rasmussen将继续留在Purple公司，他将管理Intellibed的生产，并与Purple公司首席运营官Eric Haynor合作。Intellibed公司的首席执行官Colin House将离任。Purple高管表示，该企业“与Purple的现有产品高度互补”，并能够加大Purple的盈利能力。Purple公司首席执行官Rob DeMartini说：“Intellibed与Purple公司非常契合。近几来，Intellibed获得了我们的凝胶技术许可，因此这次收购使我们能够在一个屋檐下整合我们的知识产权，同时增强Purple的制造能力和经营状况。”“此外，Intellibed的优质市场地位使Purple公司能够加速其产品开发计划，并立即进入睡眠和健康产业中更奢侈、利润更高的市场。我们对我们两个企业的合作潜力感到兴奋。”

4.4 Lululemon 最新季报披露：中国大陆市场三年复合年增长率近70%，上季度增幅超30%

[华丽志 2022-09-02]

9月1日，加拿大瑜伽运动服零售商lululemon（露露乐蒙）公布了（截至7月31日的）2022财年第二季度的财务报告：净销售额同比增长29%至19亿美元，超出此前分析师预期的17.7亿美元；公司在全球范围内持续保持强劲的增长势头，其中北美业务净销售额增长28%，国际业务净销售额增长35%，中国大陆市场发展稳健，净销售额同比增长逾30%，三年复合年增长率接近70%。

Lululemon首席执行官Calvin McDonald表示：“得益于顾客对产品创新、社区活动和多渠道体验的积极反馈，我们的业务在第二季度继续保持增长势头。我想对lululemon的全球团队表示诚挚的感谢，感谢你们长期的奉献与热情，共同取得了如今的业绩表现。相信未来我们能够实现‘Power of Three x2’增长战略，为各方持续创造价值。”由于高收入消费者基本上没有受到通胀的影响，在服装和箱包等可自由支配的商品上消费如常，Calvin McDonald在财报电话会议上表示，消费者的消费行为并没有发生实质性的变化。

报告期内，lululemon在产品创新、客人体验和市场拓展三大战略支柱方面均取得了出色表现：推动核心产品和新品类的扩张。品牌正式发售了首个女士鞋履系列中的Chargefeel运动鞋，并在全球推出首个综合性Hike徒步系列；持续通过社区活动与客人建立和培养真诚的联结；第二季度品牌增开了21家门店，至第二季度末在全球范围内共拥有600家门店。

分析师们还表示，lululemon的折扣在最近几周仅有小幅上升，而其同行则大幅降价，以提振整体销售，并出售过时的库存。对此Calvin McDonald表示：“lululemon仍然以全价销售为主，我们没有改变促销节奏或降价策略，也没有这样做的计划。”

Lululemon表示，随着中国供应商在今年早些时候疫情防控政策放宽后提高产量，公司计划在未来几周推出几款产品，包括鞋类和手袋。Lululemon的高管们在周四的财报电话会议上表示，门店流量增长了30%以上，电子商务流量增长了40%以上。公司希望通过即将推出的会员计划

来提高客户忠诚度。2022 财年第二季度，lululemon 在中国大陆市场发展稳健，净销售额同比增长逾 30%，三年复合年增长率接近 70%。Calvin McDonald 在财报电话会议中谈到中国市场时表示：“我们在中国大陆市场仍处于增长的早期阶段，与在其他市场一样，正在通过 D2C 模式发展品牌并吸引新客人。”

在门店渠道，第二季度中国大陆市场共新开 8 家门店，其中包括福州和海口的城市首店；在电商渠道，lululemon 于 7 月开通了京东旗舰店，通过打造数字业务的新渠道吸引更多新客人。此外，lululemon 自今年 7 月开启了一年一度的“夏日乐挑战”全国性活动，在 20 多个城市举办了共 60 余场社区活动，吸引了 2000 多名运动爱好者线下参与。同时，超过十万人在 Keep 品牌专区线上跟练由 Lululemon 大使提供的各式运动课程。Lululemon 首席财务官 Meghan Frank 表示：“我们的团队一如既往地保持高水准的执行，这为我们实现强劲的财务与业绩表现奠定了基础。在充满挑战的宏观环境中，我们的门店和电商平台依然保持着稳定的客流量，这也印证了我们全渠道运营模式的优势。很高兴以这个良好的开局进入第三季度，相信我们已经为秋季和节日季做好了充分准备。”

4.5 Calvin Klein 和 Tommy Hilfiger 的母公司、美国 PVH 集团二季度销售下滑 8%，调低全年预期

[华杂志 2022-09-03]

8 月 30 日，Calvin Klein（卡尔文·克雷恩）和 Tommy Hilfiger（汤米·希尔费格）两大美国时尚品牌的母公司、美国时尚零售集团 Phillips-Van Heusen Corp（以下简称“PVH”）公布了（截至 2022 年 7 月 31 日的）2022 财年第二季度业绩：由于全球范围内的供应链中断以及中国新冠疫情的影响，集团销售额同比下滑 8%（按不变汇率计与去年同期持平），至 21.32 亿美元。集团预计 2022 财年销售额将减少 3%~4%。

集团首席执行官 Stefan Larsson 表示：“尽管本季度的宏观经济环境日益严峻，我们的 Calvin Klein 和 Tommy Hilfiger 业务在第二季度继续表现出潜在实力。我们继续在欧洲和亚洲市场表现良好，目前，未受新冠疫情影响地区的表现明显高于疫情前水平，而在北美，我们继续受到供应链压力的持续影响。”

5、重点公司公告

【三棵树】2022 年半年度业绩报告

[2022-08-30]三棵树发布半年度业绩报告称，2022 年上半年实现营业收入约 47.069 亿元，同比增长 0.50%；归属于上市公司股东的净利润 9586.75 万元，同比下降 15.18%。经营数据显示，三棵树 2022 年上半年零售业务保持高速增长，其中家装墙面漆上半年增长 41.86%，零售渠道业务占比持续提升，同比提升 11.8%。报告期内，公司营业收入实现逆势增长，并通过冬奥营销进一步提升了品牌知名度，品牌宣传费用的增长对公司净利率产生一定影响。

【金螳螂】2022 年半年度业绩报告

[2022-08-30] 公司披露 2022 半年度报告称，公司 2022 上半年实现营收 113.06 亿元，同比下降 17.3%；实现归母净利润 8.65 亿元，同比下降 19.3%。该公司累计计提恒大各类减值损失 57.89 亿元。

【金牌厨柜】2022 年半年度业绩报告

[2022-08-30] 公司发布 2022 年半年度报告，2022 年 H1 年公司实现营收 14.31 亿元，同比增长 7.84%，实现归母净利润 0.93 亿元，同比增长 6.70%。其中，2022Q2，公司实现营收 8.62 亿元，同比增长 2.42%，实现归母净利润 0.62 亿元，同比增长 45.62%。

【梦百合】2022 年半年度业绩报告

[2022-08-30] 公司发布 2022 年半年度报告，2022 年 H1 年公司实现营收 40.83 亿元，同比增长 4.69%，实现归母净利润 0.84 亿元，同比增长 849.03%。其中，2022Q2，公司实现营收 19.40 亿元，同比减少 3.54%，实现归母净利润 0.53 亿元，同比增长 213.75%。

【歌力思】2022 年半年度业绩报告

[2022-08-30] 公司发布 2022 年半年度报告，2022 年 H1 年公司实现营收 11.71 亿元，同比增长 6.49%，实现归母净利润 0.5 亿元，同比减少 72.97%，实现扣非净利润 0.41 亿元，同比减少 76.58%。单季度看，2022Q2 公司实现营收 5.43 亿元，同比减少 3.69%，实现归母净利润 0.03 亿元，同比减少 96.44%，实现扣非净利润-0.08 亿元，同比减少 109.71%。

【中青旅】2022 年半年度业绩报告

[2022-08-30] 公司发布 2022 年半年度报告，2022 年 H1 年公司实现营收 28.62 亿元，同比减少 18.69%，实现归母净利润-2.05 亿元，同比减少 709.34%。其中，2022Q2，公司实现营收 14.81 亿元，同比减少 30.21%，实现归母净利润-0.93 亿元，同比减少 193.95%。

【索菲亚】2022 年半年度业绩报告

[2022-08-31] 公司发布 2022 年半年度报告，上半年持续深化整家战略落地，实现营业收入 47.81 亿元，同比上升 11.19 %。此外，实现归母净利润 4.12 亿元，同比下降 7.64%；经营活动现金流入 53.88 亿元，同比增加 7.64 亿元；加权平均净资产收益率 7.16%，同比提高 0.04 个百分点。上半年“米兰纳”品牌实现营业收入 1.06 亿元，同比增长 536.21%。

【美克家居】2022 年半年度业绩报告

[2022-08-31] 公司发布 2022 年半年度报告称，公司实现营收 21.24 亿元，同比下降 10.79%；归母净利润亏损 1.96 亿元，同比暴跌 643.36%。报告显示，美克家居的主营家居产品包括国内零售和国际批发业务，营业收入分别约为 11.26 亿元和 9.79 亿元，其中国际批发业务同比增长 26.56%，包括设计师渠道增长 44%，传统零售和电商渠道各增长 37%。

6、风险提示

1.地产销售或不达预期；

- 2.国内疫情持续出现反复；
- 3.品牌竞争加剧；
- 4.东南亚疫情或影响纺织制造行业产能释放；
- 5.汇率大幅波动。

行业评级体系

收益评级：

领先大市—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 10%以上；

同步大市—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-10%至 10%；

落后大市—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 10%以上；

风险评级：

A —正常风险，未来 6 个月投资收益率的波动小于等于沪深 300 指数波动；

B —较高风险，未来 6 个月投资收益率的波动大于沪深 300 指数波动；

分析师声明

刘荆声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）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。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准，如有需要，客户可以向本公司投资顾问进一步咨询。

在法律许可的情况下，本公司及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或期权并进行证券或期权交易，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，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示：

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。投资者对其投资行为负完全责任，我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

华金证券股份有限公司

地址：上海市浦东新区杨高南路 759 号（陆家嘴世纪金融广场）31 层

电话：021-20655588

网址： www.huajinsc.cn