

信义山证汇通天下

证券研究报告

纺织服装

行业周报（20220710-20220716） 同步大市-A(维持)

6月可选消费稳步复苏，周大福同店实现正增长

2022年7月17日

行业研究/行业周报

纺织服装行业近一年市场表现



相关报告:

【山证品牌服饰】自上而下看改善，自下而上选赛道-【山证纺服零售】中期策略 2022.7.12

分析师:

王冯

执业登记编码: S0760522030003

邮箱: wangfeng@sxzq.com

投资要点

➤ 本周专题: 周大福发布 22 年 4-6 月经营数据

6月同店销售恢复正增长，疫情下门店扩张步伐不改：7月12日晚，周大福发布 22 年 4-6 月经营数据。22Q2 集团零售额同比下降 3.7%，其中中国内地同比下降 2.8%，中国港澳及其它市场同比下降 11%。22Q2 中国内地直营门店同店同比下降 19.3%，判断加盟门店由于重点布局下线城市，同店下滑幅度较直营门店小，同时受益于集团在疫情弱市下，持续积极的渠道扩张（22Q2 于中国内地净开设 338 家周大福珠宝门店），加盟渠道零售额同比增长 9.4%。集团预计 2023 财年于中国内地净开设 1000 家周大福门店，并加大与加盟商合作，进一步开拓低线市场，伴随疫情态势逐步稳定，直营门店同店同比 6 月已实现正增长。我们认为，国内珠宝社零 22Q2 同比下滑 12.2%，6 月已实现 8.1% 的正增长，珠宝消费需求如期恢复，周大福 22Q2 零售额降幅好于行业，在疫情下展现出龙头企业较强的经营韧性，并能够实现门店的加速扩张，体现出加盟商对于公司品牌力的认可与珠宝需求恢复的信心。

➤ 行业动态: 海关总署公布 22 年 6 月出口数据; 国家统计局公布 22 年 6 月社零数据; 历峰集团公布 FY23Q1 业绩

纺服出口延续稳健增长，家具出口低位运行：22 年 6 月，1) 我国纺织品服装出口 314.23 亿美元/+14.71%。其中，纺织品出口 134.68 亿美元/+7.7%，服装出口 179.55 亿美元/+18.7%。纺服出口增速较上月有所回落，但依然保持中双位数的稳健增长。2) 我国家具及其附件出口 61.63 亿美元/-0.3%，受美国新房和成屋销售疲软影响，家具出口在今年二季度以来延续低位运行。

6月社零增速转正，可选品类稳步复苏：22 年 6 月，国内实现社零总额 3.87 万亿元/+3.1%，在 5 月份比 4 月份降幅收窄基础上实现由降转升。分渠道看，线下消费场景修复，测算实物商品线下零售额约为 2.3 万亿元/+1.9%。分品类看，6 月限上纺织服装、金银珠宝、家具同比分别增长 1.2%、增长 8.1%、下滑 6.6%，纺织服装和金银珠宝增速由负转正，家具降幅收窄。

历峰集团发布 FY23Q1 业绩，中国内地下降 37%：7 月 15 日，瑞士奢侈品巨头历峰集团公布截至 2022 年 6 月 30 日的 FY23Q1 业绩数据。销售额 52.64 亿欧元，按固定汇率计算同比增长 12%。从区域来看，中国内地下降 37%，6 月防疫政策放宽后降幅收窄至 12%。美洲得益于当地消费的强劲，销售额增长了 25%，美国成为历峰集团本季度最大的单一市场，占集团销售额的 22%。从业务部门看，尽管在中国经历了业务中断，但珠宝部门的销售额依然增长了 12%，这得益于 Buccellati（布契拉提）、Cartier（卡地亚）和 Van



请务必阅读最后一页股票评级说明和免责声明

1

Cleef & Arpels（梵克雅宝）蓬勃发展的零售销售和稳固的珠宝和手表销售。

➤ **行情回顾（2022.07.11-2022.07.15）**

本周纺织服装和家居用品板块均跑输大盘，板块估值处于近十年低位：本周，SW 纺织服装板块下跌 4.88%，落后沪深 300 指数 0.81pct，SW 轻工制造板块下跌 4.60%，落后沪深 300 指数 0.53pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 5.73%，SW 服装家纺下跌 4.93%，SW 饰品下跌 2.93%，SW 家居用品下跌 7.31%。截至 7/15，SW 纺织制造整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 19.18 倍，为近十年的 24.20%分位，SW 服装家纺 PE 为 13.45 倍，为近十年的 1.60%分位；SW 饰品 PE 为 17.32 倍，为近十年的 14.04%分位，SW 家居用品 PE 为 27.05 倍，为近十年的 27.63%分位。

➤ **投资建议：**

纺织服装板块，本周纺织服装企业相继发布 2022 中期业绩预告，纺织制造企业收入端受益于海外防疫放松，消费需求复苏，业绩端叠加美元升值及东南亚疫情稳定，产能利用率提升，22H1 业绩实现大幅增长。品牌服饰企业普遍受到国内疫情影响，22Q2 营收降幅扩大，毛利率受损及门店固定成本压力，以致业绩下滑幅度较大，但以安踏、特步为代表的运动服饰品牌上半年在零售折扣稳定情况下，销售额依旧实现正增长，印证行业高景气度高。结合中报业绩预告及行业景气度，我们建议关注安踏体育、李宁、特步、波司登、稳健医疗、周大生、申洲国际、华利集团。

家居用品板块，7 月以来，30 大中城市商品房成交套数同比降幅继 6 月收窄后再次扩大，7.1-7.15 日同比下降 44.3%，叠加断供事件影响市场情绪，本周家居用品板块跌幅较大。中长期看，在新房销售面积供给稳定趋势下，存量房交易和更新需求占比将逐步提升，对家居企业的零售运营能力考核加强，行业竞争升级，头部企业有望通过多品类、全渠道、数字化运营和智能制造优势，加速抢占市场份额。我们建议关注家居行业龙头欧派家居、顾家家居、索菲亚，以及渠道规模尚存扩张空间的喜临门、金牌厨柜、志邦家居。

➤ **风险提示：**

地产销售或不达预期；国内疫情持续出现反复；品牌竞争加剧；原材料价格波动；汇率大幅波动。

目录

1. 本周专题：周大福发布 22 年 4-6 月经营数据.....	6
1.1 中国内地直营同店 6 月已实现正增长，22Q2 拓店步伐加速.....	6
1.2 镶嵌与黄金首饰均受到疫情影响，黄金产品均价提升.....	8
2. 本周行情回顾.....	8
2.1 板块行情.....	8
2.2 板块估值.....	9
2.3 公司行情.....	10
3. 行业数据跟踪.....	11
2.1 原材料价格.....	11
2.2 出口数据.....	13
2.3 社零数据.....	14
2.4 房地产数据.....	14
4. 行业新闻.....	16
4.1 成品钻市场平静，毛坯钻价格居高不下.....	16
4.2 瑞士历峰集团上季度销售额实现两位数增长，但中国内地下降 37%.....	17
4.3 越南上半年家具出口下降 4.6%至 403 亿.....	18
4.4 中国国家队品牌 TEAM CHINA 入局运动消费市场.....	19
5. 重点公司公告.....	19
6. 风险提示.....	21

图表目录

图 1： 周大福终端零售额分季度同比增速.....	6
图 2： 周大福终端零售额分区域占比.....	6

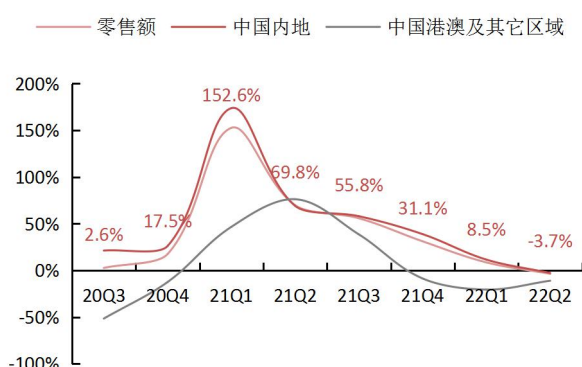
图 3： 周大福中国大陆直营门店同店同比.....	7
图 4： 周大福中国大陆门店数量.....	7
图 5： 加盟渠道零售额占周大福中国大陆零售额比重.....	7
图 6： 电商渠道零售额占周大福中国大陆零售额比重.....	7
图 7： 周大福品牌淘系平台销售额及同比增速.....	7
图 8： 周大福品牌京东平台销售额及同比增速.....	7
图 9： 中国大陆周大福直营门店同店同比——分品类.....	8
图 10： 本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	8
图 11： 本周 SW 纺织服装各子板块涨跌幅.....	9
图 12： 本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	9
图 13： 本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	9
图 14： 本周 SW 轻工制各子板块估值.....	9
图 15： 棉花价格（元/吨）	12
图 16： 中纤板、刨花板价格走势.....	12
图 17： 五金价格走势.....	12
图 18： 皮革价格走势.....	12
图 19： 海绵原材料价格走势.....	12
图 20： 金价走势.....	12
图 21： 美元兑人民币汇率走势.....	13
图 22： 中国出口集装箱运价指数.....	13
图 23： 纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比.....	13
图 24： 服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比.....	13
图 25： 家具及其附件累计值（亿美元）及累计同比.....	14

图 26: 家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比.....	14
图 27: 社零及限额以上当月.....	14
图 28: 限上纺织服装、金银珠宝、家具社零.....	14
图 29: 30 大中城市商品房成交套数.....	15
图 30: 30 大中城市商品房成交面积.....	15
图 31: 商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比.....	15
图 32: 商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比.....	15
图 33: 商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	15
图 34: 商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	15
图 35: 商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	16
图 36: 商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	16
表 1: 本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司.....	10
表 2: 本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司.....	10
表 3: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....	11
表 4: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	11

1. 本周专题：周大福发布 22 年 4-6 月经营数据

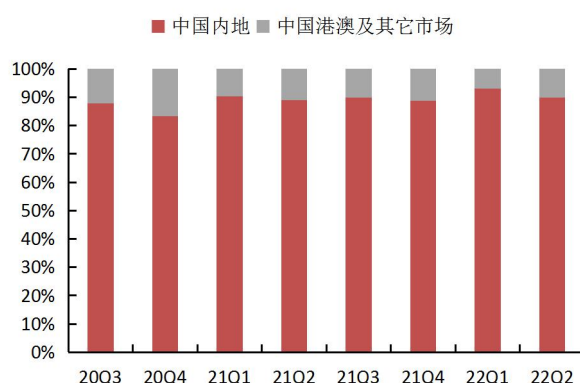
7 月 12 日晚，周大福发布 2022 年 4-6 月主要经营数据。22Q2 集团零售额同比下滑 3.7%，其中，中国内地同比下滑 2.8%，港澳及其他市场同比下降 11.0%，中国内地、港澳及其他市场占集团零售额比重分别为 89.9%、10.1%。疫情下，周大福作为国内珠宝龙头企业，展现了相较于行业更强的抗风险能力，根据国家统计局，22Q2 限额以上金银珠宝零售额实现 635.9 亿元，同比下滑 12.2%，4-6 月当月同比分别为下降 26.7%、下降 15.5%、增长 8.1%。

图 1：周大福终端零售额分季度同比增速



资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 2：周大福终端零售额分区域占比



资料来源：公司公告，山西证券研究所

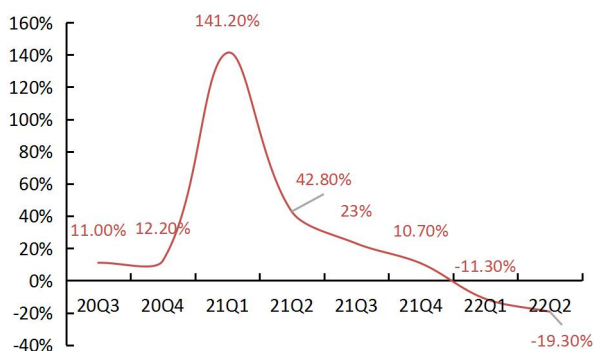
1.1 中国内地直营同店 6 月已实现正增长，22Q2 拓店步伐加速

同店方面，22Q2 周大福中国内地直营门店同店同比下降 19.3%，主要系国内疫情反弹以及上年同期高基数（21Q2 同比增长 42.8%）影响，但已经呈现不断改善趋势，其中 4-5 月同比下降 28.2%，6 月已恢复正增长。

拓店方面，22Q2 集团于中国大陆净开设 338 家周大福珠宝门店，包括 24 个直营店和 314 个加盟店。截至 22Q2 末，周大福品牌于中国大陆共有 5797 家门店，其中 74.7% 为加盟店。受益于加盟门店持续扩张，22Q2 周大福珠宝加盟渠道零售额同比增长 9.4%，占终端零售额的 63.8%。集团预计 2023 财年于中国大陆净开始 1000 家周大福珠宝门店，截至 2022 财年末，中国内地周大福珠宝门店 47.9% 位于三线及以下城市。

智慧零售方面，22Q2 零售额同比下降 23.9%，占终端零售额的 7.5%。根据萝卜投研统计，22Q2 周大福品牌在天猫平台实现销售额为 6.0 亿元/+1.0%，22 年 4-5 月周大福品牌在京东平台实现销售额 2.71 亿元/+32.7%，22 年 4-5 月周大福品牌在拼多多平台实现销售额 534 万元/+434%。

图 3：周大福中国大陆直营门店同店同比



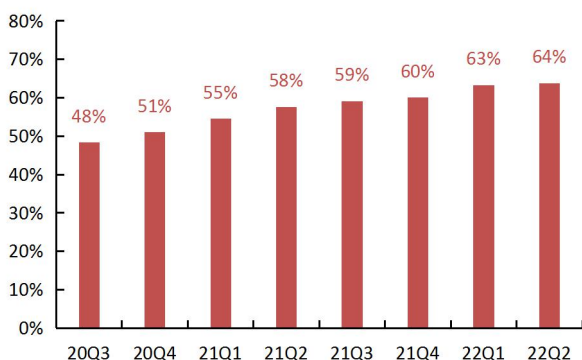
资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 4：周大福中国大陆门店数量



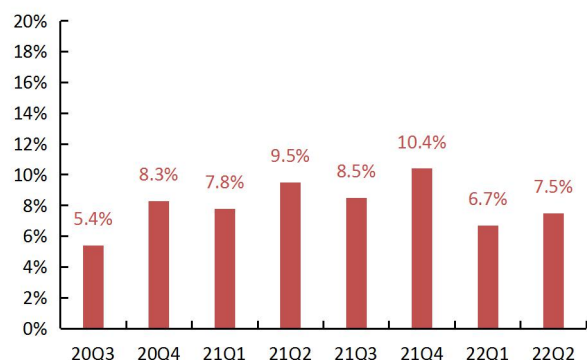
资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 5：加盟渠道零售额占周大福中国大陆零售额比重



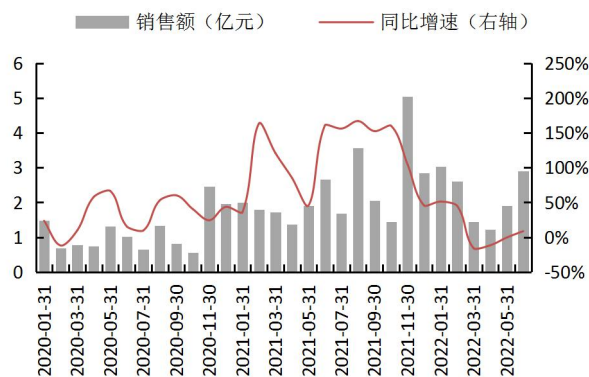
资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 6：电商渠道零售额占周大福中国大陆零售额比重



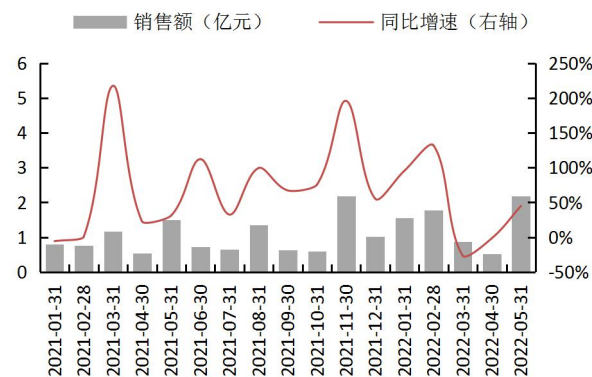
资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 7：周大福品牌淘系平台销售额及同比增速



资料来源：萝卜投研，山西证券研究所

图 8：周大福品牌京东平台销售额及同比增速

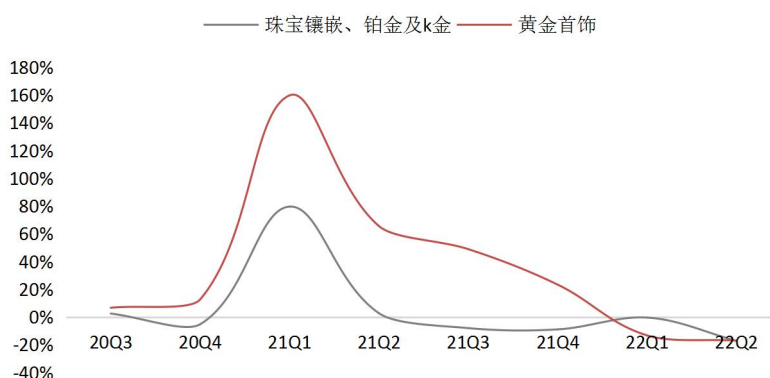


资料来源：萝卜投研，山西证券研究所

1.2 镶嵌与黄金首饰均受到疫情影响，黄金产品均价提升

分产品看，中国大陆珠宝镶嵌、铂金及 K 金首饰同店同比下降 17.2%，其中销量同比下降 22.8%，销售均价持平。黄金首饰同店同比下降 17.0%，其中销售均价同比增长 7.7%至 5600 港元，销售量同比下降幅度大于镶嵌首饰。

图 9：中国大陆周大福直营门店同店同比——分品类



资料来源：公司公告，山西证券研究所

2. 本周行情回顾

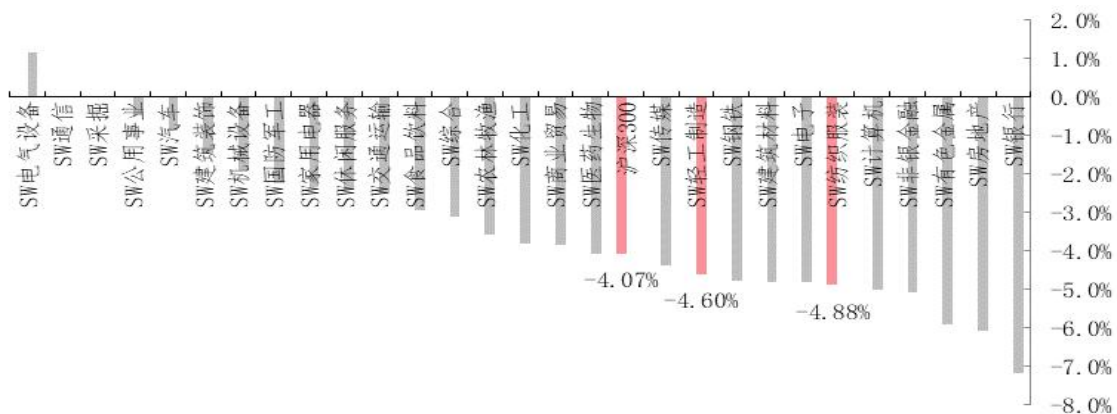
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服装板块下跌 4.88%，SW 轻工制造板块下跌 4.60%，沪深 300 下跌 4.07%，纺织服装板块落后大盘 0.81 个百分点，SW 轻工制造板块落后大盘 0.53pct。

SW 纺织服装各子板块中，SW 纺织制造下跌 5.73%，SW 服装家纺下跌 4.93%，SW 饰品下跌 2.93%。

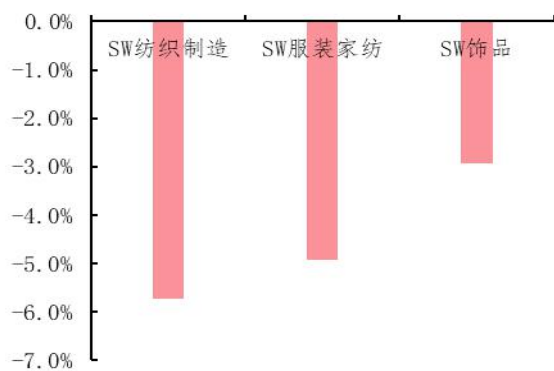
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 2.10%，SW 文娱用品下跌 5.42%，SW 家居用品下跌 7.31%，SW 包装印刷下跌 2.27%。

图 10：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



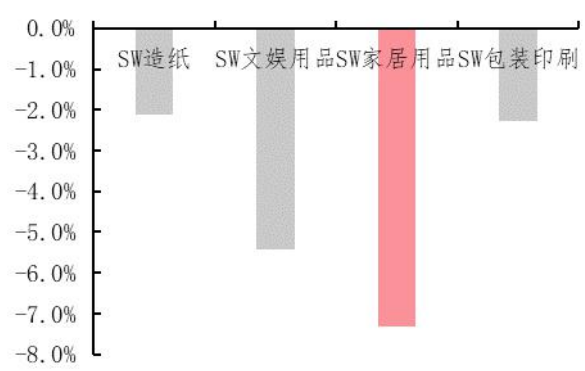
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 11: 本周 SW 纺织服装各子板块涨跌幅



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 12: 本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅



资料来源：Wind，山西证券研究所

2.2 板块估值

截至 7 月 15 日，SW 纺织制造整体法 (TTM，剔除负值) 计算的行业 PE 为 19.18 倍，为近十年的 24.20% 分位；SW 服装家纺的 PE 为 13.45 倍，为近十年的 1.60% 分位；SW 饰品的 PE 为 17.32 倍，为近十年的 14.04% 分位。

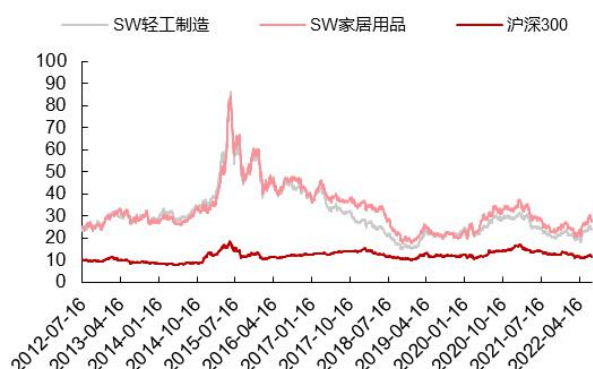
截至 7 月 15 日，SW 家居用品的 PE 为 27.05 倍，为近十年的 27.63% 分位。

图 13: 本周 SW 纺织服装各子板块估值

图 14: 本周 SW 轻工制各子板块估值



资料来源: Wind, 山西证券研究所



资料来源: Wind, 山西证券研究所

2.3 公司行情

纺织服装板块:本周涨幅前5的公司分别为:ST 柏龙(+12.36%)、朗姿股份(+9.59%)、红豆股份(+6.55%)、贵人鸟(+4.61%)、ST 爱迪尔(+2.89%);本周跌幅前5的公司分别为:比音勒芬(-12.16%)、美邦服饰(-11.52%)、宏达高科(-11.11%)、三房巷(-10.98%)、锦泓集团(-10.85%)。

表 1: 本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002776.SZ	ST 柏龙	12.36	3.00
002612.SZ	朗姿股份	9.59	28.69
600400.SH	红豆股份	6.55	5.69
603555.SH	贵人鸟	4.61	4.31
002740.SZ	ST 爱迪尔	2.89	3.56

资料来源: Wind, 山西证券研究所

表 2: 本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002832.SZ	比音勒芬	-12.16	21.45
002269.SZ	美邦服饰	-11.52	1.69
002144.SZ	宏达高科	-11.11	9.76
600370.SH	三房巷	-10.98	3.08
603518.SH	锦泓集团	-10.85	7.31

资料来源: Wind, 山西证券研究所

家居用品板块:本周涨幅前5的公司分别为:永安林业(+15.68%)、梦百合(+3.45%)、悦心健康(+3.34%)、恒林股份(+2.11%)、海鸥住工(+1.3%);本周跌幅前5的公司分别为:索菲亚(-26.33%)、蒙娜丽莎(-16.84%)、江山欧派(-13.63%)、喜临门(-11.11%)、帝欧家居(-9.92%)。

表 3：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）
000663.SZ	永安林业	15.68	8.04
603313.SH	梦百合	3.45	12.00
002162.SZ	悦心健康	3.34	4.64
603661.SH	恒林股份	2.11	29.80
002084.SZ	海鸥住工	1.30	3.89

资料来源：Wind，山西证券研究所

表 4：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）
002572.SZ	索菲亚	-26.33	18.02
002918.SZ	蒙娜丽莎	-16.84	13.48
603208.SH	江山欧派	-13.63	41.46
603008.SH	喜临门	-11.11	29.69
002798.SZ	帝欧家居	-9.92	7.72

资料来源：Wind，山西证券研究所

3. 行业数据跟踪

2.1 原材料价格

✚ 纺织服装原材料：

1) 棉花：截至 7 月 14 日，中国棉花 328 价格指数为 16601 元/吨，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 20938 元/吨，环比分别下跌 6.2%、4.2%。

2) 金价：截至 7 月 15 日，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 371.89 元/克，环比下跌 1.1%。

✚ 家居用品原材料：

1) 板材：截至 3 月 1 日，中国木材指数 CTI:刨花板、中国木材指数 CTI:中纤板为 1130.09、2028.07。

2) 五金：截至 6 月 5 日，永康五金市场交易价格指数为 104.73%。

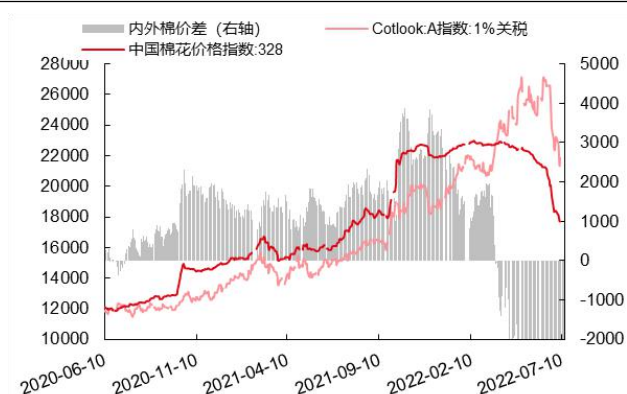
3) 皮革：截至 6 月 24 日，海宁皮革:价格指数:总类为 71.48。

4) 海绵：截至 7 月 15 日，华东地区 TDI 主流价格为 17200 元/吨，华东地区纯 MDI 主流价格为 21700 元/吨，TDI、MDI 价格环比分别下跌 300 元/吨、下跌 100 元/吨。

✚ 汇率：截至 7 月 15 日，美元兑人民币（中间价）为 6.7503，环比增长 0.6%。

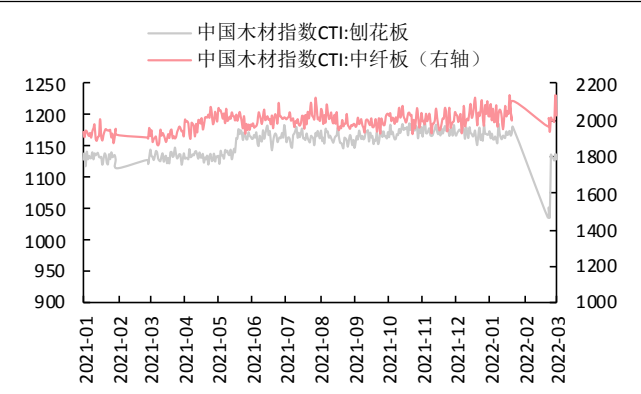
✚ 中国出口集装箱运价指数（CCFI）：截至 7 月 15 日，CCFI 综合指数为 3276.85，同比增长 18.2%，环比增长 1.4%。

图 15: 棉花价格（元/吨）



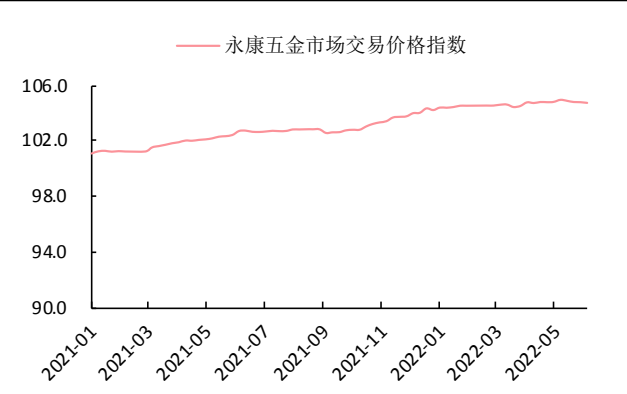
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 16: 中纤板、刨花板价格走势



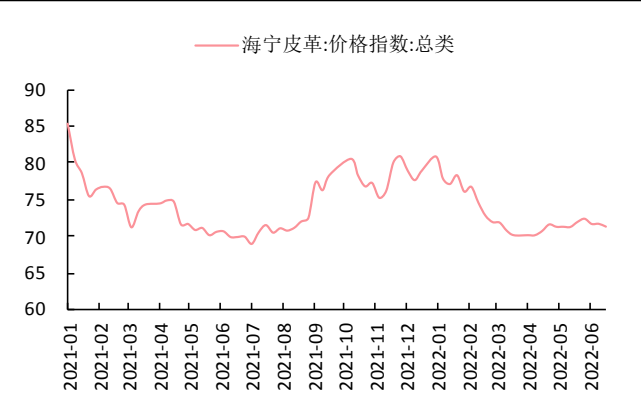
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 17: 五金价格走势



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 18: 皮革价格走势



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 19: 海绵原材料价格走势



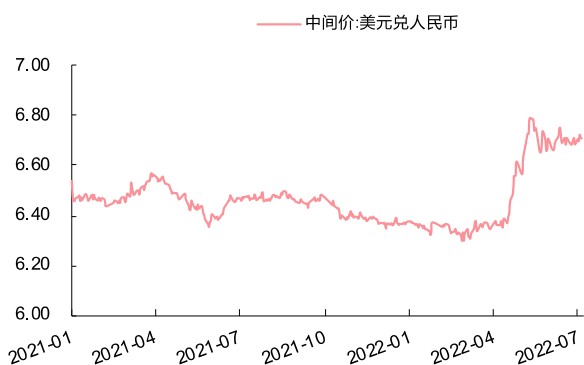
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 20: 金价走势



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 21: 美元兑人民币汇率走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 22: 中国出口集装箱运价指数



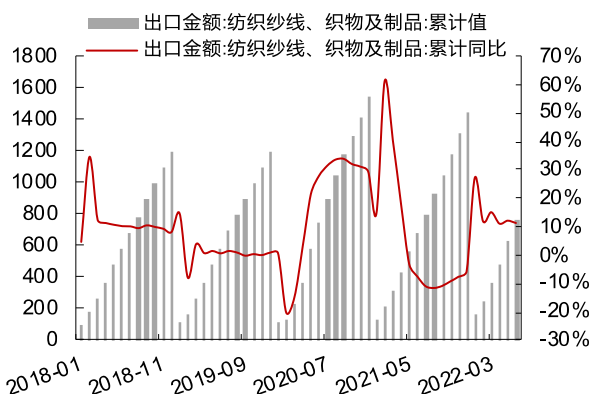
资料来源: Wind, 山西证券研究所

2.2 出口数据

纺织品服装: 22 年 6 月纺织品服装出口 314.23 亿美元, 同比增长 14.71%, 今年 1-6 月, 纺织品服装累计出口 1564.89 亿美元, 同比增长 11.7%。其中, 22 年 6 月纺织品出口 134.68 亿美元, 同比增长 7.7%, 1-6 月纺织品出口 763.19 亿美元, 同比增长 11.3%。22 年 6 月服装出口 179.55 亿美元, 同比增长 18.7%, 1-6 月服装出口 801.71 亿美元, 同比增长 12.0%。

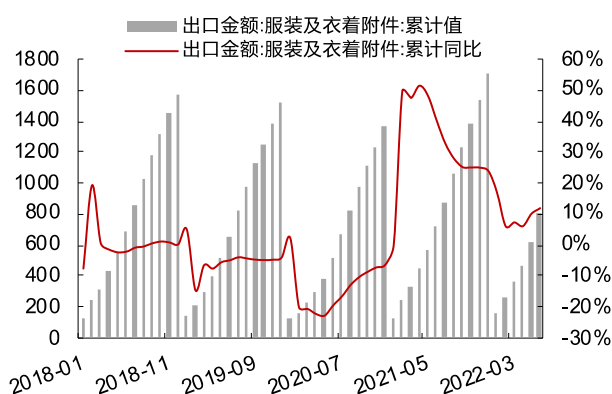
家具及其附件: 22 年 6 月家具及其附件出口 61.63 亿美元, 同比下降 0.3%, 今年 1-6 月, 家具及其附件累计出口 352.49 亿美元, 同比增长 1.0%。

图 23: 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, 山西证券研究所

图 24: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比



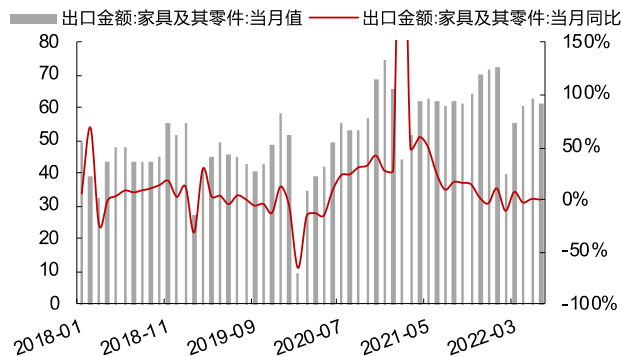
资料来源: Wind, 海关总署, 山西证券研究所

图 25: 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, 山西证券研究所

图 26: 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, 山西证券研究所

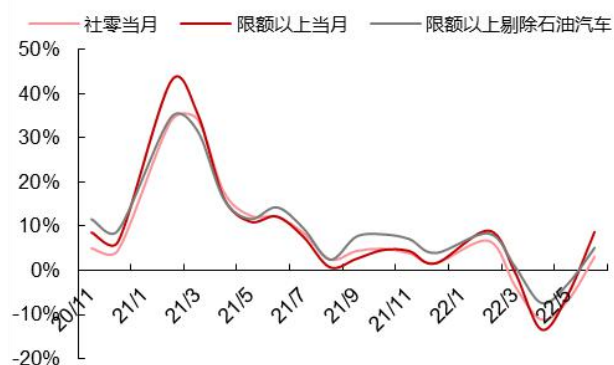
2.3 社零数据

22 年 6 月, 国内实现社零总额 3.87 万亿元/+3.1%, 由负转正, 表现优于 Wind 市场一致预期 (-0.50%)。

分渠道看, 6 月实物商品网上零售额实现 11775 亿元/+8.2%, 占商品零售比重为 33.7%, 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 2.3 万亿元/+1.9%, 由负转正。

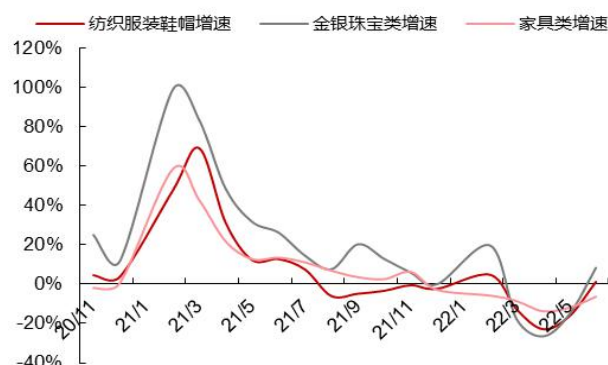
分品类看, 6 月限上纺织服装、金银珠宝、家具同比分别增长 1.2%、增长 8.1%、下滑 6.6%, 纺织服装和金银珠宝增速由负转正, 家具降幅收窄。

图 27: 社零及限额以上当月



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 28: 限上纺织服装、金银珠宝、家具社零



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

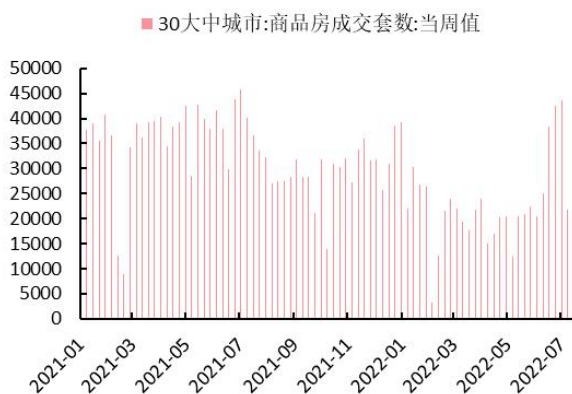
2.4 房地产数据

本周(7.9-7.15 日), 30 大中城市商品房成交 21313 套、成交面积 225.92 万平方米, 环比分别下降 1.5%、

6.0%。

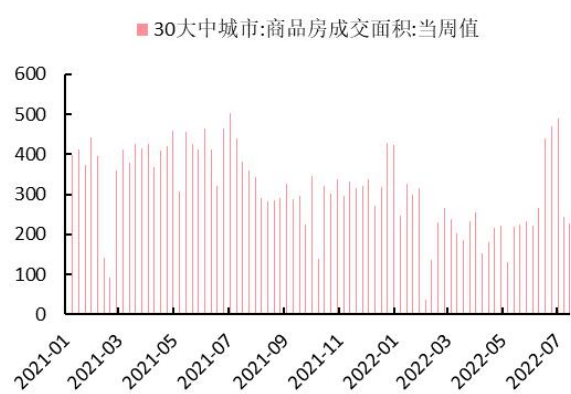
22年6月，住宅新开工面积、销售面积、竣工面积分别为11017.69、15154.40、3808.27万平方米，同比下降44.9%、21.8%、40.3%。新开工、竣工数据单月降幅扩大，销售数据环比改善。

图 29：30 大中城市商品房成交套数



资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 30：30 大中城市商品房成交面积



资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 31：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，山西证券研究所

图 32：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，山西证券研究所

图 33：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比



图 34：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，山西证券研究所

图 35：商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比

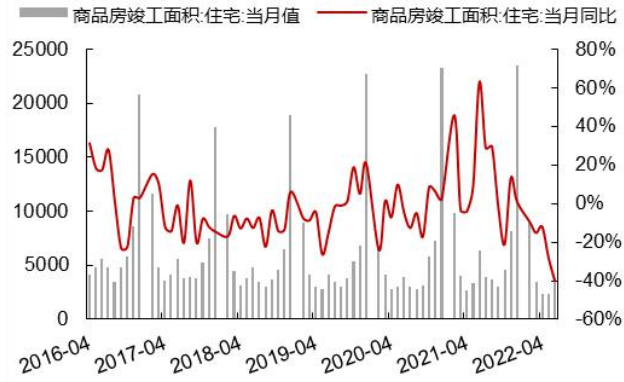


资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 36：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，山西证券研究所



资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

4. 行业新闻

4.1 成品钻市场平静，毛坯钻价格居高不下

【来源：钻石观察微信公众号 2022-07-15】

成品钻市场在淡季十分平静。虽然美国六月份通胀高达 9.1%，但珠宝零售商对下半年的市场还是比较乐观的。戴比尔斯看货会上毛坯钻石一级市场价格保持平稳。加工层面争相采购责任源头的毛坯钻石，不过切磨工厂已经因为材料短缺和成品钻需求低迷等原因减产。大型工厂根据市场需求和价格趋势在天然钻石和培育钻石之间灵活切换。

美国：批发商大都在放假，因此贸易表现平缓。2 克拉、G-I 色、VS2-SI2 净度级别的 3EX 钻石批发需求和价格都保持稳定。目前整批库存备货订单很少。供应商为了满足珠宝零售层的即时需求，开始同意实施短期的押货代销方式。异形钻销售情况较好，其中椭圆形钻石的需求最旺。在零售层面，商场还是将珠

宝列为销售最佳的品类（之一）。

比利时：市场情绪比较复杂，八月假期之前的贸易活动已经开始放缓。美国订单支撑着市场发展，中国市场则表现平静。欧洲买家在欧元兑美元汇率出现 1:1 之后表现谨慎。品牌公司还在采购钻石以制作新的珠宝系列。1.00-1.50 克拉、D-J 色、VS-SI 净度级别的钻石销售情况较好。戴比尔斯看货会期间毛坯钻贸易情况稳定。

以色列：美国主要客户都在放假，中国在疫情之后的市场发展也较慢，因此整体市场表现平静。供应商打算卸掉一些库存以增加流资，所以裸石价格出现一定的下降。1 克拉、G-J 色、VS-SI 净度级别的钻石销售情况稳定。顶级品质的异形钻和大颗粒钻石表现良好，高端奢侈品的需求旺盛。在目前竞争激烈的拍卖环境下，买家很难买到单颗重量 10.8 克拉以上的毛坯钻石。

印度：美国暑假期间贸易节奏开始放缓。业内对全球经济表示担忧，贸易前景开始变得不易预测。中国香港和内地的市场表现疲软，疫情之后的需求还没有出现有效的回升。小颗粒钻石的表现优于 1 克拉以上的。成品钻生产放缓，主要原因是毛坯钻的缺乏和居高不下的价格。

中国香港：淡季期间的批发市场比较安静。香港和内地的零售发展缓慢。疫情封控政策之下，游客缺乏，奢侈品行业发展艰难。珠宝零售商预计第三季度的消费者情绪会保持低落的状态。在市场下滑的趋势下，批发商都不怎么情愿进行采购。

4.2 瑞士历峰集团上季度销售额实现两位数增长，但中国内地下降 37%

【来源：华丽志微信公众号 2022-07-15】

7 月 15 日，瑞士奢侈品巨头历峰集团（Richemont）公布（截至 2022 年 6 月 30 日）的 2023 财年第一季度业绩数据：销售额 52.64 亿欧元，实现两位数增长，按实际汇率计算增长 20%，按固定汇率计算增长 12%。欧洲、美洲、日本、中东和非洲地区的销售额推动了业绩的强劲增长，抵消了亚太地区销售额的下降。中国内地下降 37%，6 月防疫政策放宽后降幅收窄至 12%。

按地区来看，欧洲、美洲和日本实现两位数强劲增长。在强劲的当地需求和主要来自美国和中东客户旅游消费的推动下，欧洲的销售额增长了 42%。各个市场的增长都很强劲，特别是在法国，销售额增长了三位数。

在亚太地区，严格的防疫政策导致中国内地和澳门的销售额下降两位数，中国香港的销售额呈现个位数下降。中国内地销售额下降 37%，6 月防疫限制逐步放宽后的降幅收窄至 12%。大多数其他亚洲市场的势头强劲，尤其是澳大利亚、新加坡、韩国和泰国，部分缓解了该地区销售额的下降，亚太地区的整体销售额下降了 15%。

在美洲，得益于当地消费的强劲，销售额增长了 25%。本季度，美国成为历峰集团最大的单一市场，占集团销售额的 22%。在强劲的当地需求的支持下，日本的区域表现最为强劲，销售额增长了 83%。中东和非洲的销售额增长了 6%，这反映出当地和旅游消费强劲，尤其是在迪拜和卡塔尔。

按渠道来看，零售业务带动增长，目前占集团销售额的 58%，而去年同期这一比例为 55%。

从业务部门来看，尽管在中国经历了业务中断，但珠宝部门的销售额依然增长了 12%，这得益于 Buccellati（布契拉提）、Cartier（卡地亚）和 Van Cleef & Arpels（梵克雅宝）蓬勃发展的零售销售和稳固的珠宝和手表销售。除亚太地区 and 批发业务外，所有地区和渠道的销售都取得了进展。

4.3 越南上半年家具出口下降 4.6%至 403 亿

【来源：77 度微信公众号 2022-07-13】

援引越通社 7 月 12 日的报道，据越南工贸部称，由于出口市场高通胀的影响，越南的木材和木制品出口总额有所下降。根据越南海关总署的数据，6 月份，越南木材和木制品出口额同比下降 4.9%，仅达到 15 亿美元。其中，木材出口估计超过 10.3 亿美元，同比下降 18.1%。

2022 年前 6 个月，越南木材和木制品的出口额同比增长了 2.8%，达到 85 亿美元（约合人民币 571.6 亿元）。然而，木制品的出口额同比暴跌 4.6%，仅 60 亿美元（约合人民币 403 亿元）。

据了解，越南出口的木制品主要以木制家具为主，并且是美国最大的木制家具供应国。然而，由于全球需求放缓，尤其是美国市场需求的放缓，木制品的出口额有所下降。

胡志明市手工业和木材工业协会(HAWA)副主席 Nguyen Chanh Phuong 表示，美国市场占据越南木材和木制品出口价值的 60%。越南出口到美国市场的木制家具主要是价格偏低的产品。他说道：“美国的高通胀率使其中低收入群体缩减开支，这对越南的木制品出口产生了很大的影响。”

不仅美国，欧盟和韩国等主要出口市场也出现通货膨胀，使得消费者减少对木制品等非生活必需品的需求，这些因素导致今年上半年的木制品出口值骤降。

平阳家具协会(BIFA)主席兼家具公司 Lam Viet 总经理 Nguyen Liem 表示，持续高涨的通货膨胀使美国和欧盟等出口市场的消费者优先将支出花在必需品上。因此，他的公司面临着一些合作伙伴的订单减少的现象。

此外，高昂的物流成本也是今年上半年木制品出口额减少的原因之一，尤其是越南出口到美国市场的木制品的价值远远低于运输成本。例如，在一些美国港口，现在一个集装箱的运费约为 20000 美元。然而，这个集装箱中的木制品的价值约为 13000 美元至 15000 美元。

对于美国市场而言，由于难以承受高昂的运输成本，他们倾向于将越南的订单转至墨西哥等其他国家，

以利用地理优势缩减运输成本。

目前，越南专家们对预测今年的木材和木制品的出口增长持谨慎态度。此前，HAWA 副主席 Nguyen Chanh Phuong 称，越南今年木制品出口预计将增加 8%，达到 165 亿美元。不过，平阳家具协会主席 Nguyen Liem 继续表示，今年的木材和木制品出口额增长预计只能达到 5%至 7%。他指出，由于投入成本比去年同期高出 20%至 60%，即使企业通过技术改进提高劳动生产率，但成本过高仍然降低了企业的竞争力。此外，出口增长的空间不大，除非有突破性进展，如数字化、自动化或更多地使用国产木材。

4.4 中国国家队品牌 TEAM CHINA 入局运动消费市场

【来源：纺织面料平台 2022-07-15】

滔搏运动近日宣布与国服体育达成战略合作，双方将携手推动 TEAM CHINA/中国国家队品牌运动装备在中国市场的发展，围绕市场渠道拓展、实体门店运营、新零售模式探索等领域深化合作。

据悉，双方将携手推动 TEAM CHINA 品牌运动装备在中国市场的发展，合作领域包括实体店和快闪店的全国布局、线上电商渠道拓展，以及更多新零售模式创新。双方联手加速品牌的发展和“工作方案”的实施，深化融合发展，促进体育消费和带动体育产业就业。

TEAM CHINA 品牌是由中华全国体育总会创立于 2018 年，是中国国家体育代表队的品牌化身。品牌体系由 70 余支国家队以及对对中国体育做出杰出贡献的英雄人物共同组成。

TEAM CHINA 品牌运动装备致力于成为科技引领、中国国家队打造的专业运动品牌。国服体育集合了一群充满运动品牌理想，以商业方式支持中国国家队训练、备战、赛场再创佳绩的优秀人才。

2021 年 11 月，国家体育总局体育器材装备中心正式授权国服体育成为 TEAM CHINA 运动装备独家特许经营企业。自此，TEAM CHINA 品牌运动装备开启了中国民族品牌的创新发展之道。

滔搏运动是中国领先的运动零售运营商，拥有广泛且深度下沉的零售网络，覆盖全国 300 多个城市近 8,000 家直营门店，深耕运动市场二十余年，滔搏运动构建的全域跨场景运动零售生态和领先于行业的零售运营效率，将有效帮助 TEAM CHINA 品牌运动装备搭建运动零售经营网络，打通销售渠道，快速建立市场认知。

5. 重点公司公告

【梦百合】2022 年半年度业绩预增公告

[2022-07-15]梦百合 2022 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为 7,000 万元至 10,000 万元，同比增加 694%至 1,034%。预计公司 2022 年半年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为

5,000 万元至 7,000 万元，同比增加 231%至 283%。

业绩变动原因：1、报告期内，公司全面实施精益管理，降本增效及合理配置全球化产能等措施初显成效；此外，欧洲疫情形势及公司欧洲工厂经营管理同比好转，促进公司业绩有效提升；2、公司大部分销售业务以美元结算，报告期内美元升值产生汇兑收益；3、报告期内，公司为优化资产结构，处置深圳市朗乐福睡眠科技有限公司产生的投资收益。

【哈尔斯】2022 年半年度业绩预告

[2022-07-15] 哈尔斯 2022 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为 11,368 万元-13,800 万元，同比增加 100.55%-143.45%。预计公司 2022 年半年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 10,059 万元-12,491 万元，同比增加 102.20%-151.08%。

业绩变动原因：1、公司在保持海外销售业务稳步增长的同时，提升了公司研发效率、制造能力、运营水平，降低了系统成本，公司本期整体销售收入、毛利率水平较上年同期均有所增长。2、公司外销产品以美元结算为主，受人民币兑美元汇率贬值影响，本期产生较大金额的汇兑收益，上年同期为汇兑损失。3、非经常性损益对公司净利润的影响约为 1,309 万元，主要系收到的政府补贴收入增加所致。

【森马服饰】2022 年半年度业绩预告

[2022-07-15] 2022 年上半年，公司预计实现归母净利润 9,000 万元 - 13,000 万元，比上年同期下降：86.47%-80.46%。预计实现扣非净利 1,000 万元 - 5,000 万元，比上年同期下降：98.37%-91.85%。业绩变动原因为：报告期内，受疫情影响，公司销售收入同比下降约 13%；受销售下滑影响，存货增加，存货跌价损失相应增加；报告期内，供应链原材料价格上涨导致公司采购成本上升，同时销售促销力度加大，使得毛利率下降。

【太平鸟】2022 年半年度业绩预减公告

[2022-07-15] 2022 年上半年，公司预计实现归母净利润 1.33 亿元左右，预计减少 2.78 亿元，同比减少 68%左右。预计实现扣非净利 0.05 亿元左右，预计减少 2.86 亿元，同比减少 98%左右。业绩变动原因为：受国内新冠疫情等不利因素影响，公司上半年零售业绩欠佳，零售同比出现下滑，导致营业收入、销售毛利同比相应下降。另外，公司直营店铺租金、员工薪酬等固定性费用较大，零售业绩的下滑导致公司扣非净利润出现较大下降。

【特步国际】盈利预喜及 2022 年第二季度中国内地业务营运状况

[2022-07-13] 2022 年上半年，公司预计归母净利润和收入同比增速均不低于 35%，主要原因：1）特步主品牌及特步儿童业务在产品创新、零售渠道升级及品牌知名度提升方面取得突破，零售表现令人鼓舞，从而带来可观的订单。2）专业运动分部的索康尼零售销售强劲，尤其是电子商务业务的零售表现，带动收入录得超过 100%的同比增长。

2022 年 4-6 月，特步主品牌零售实现中双位数增长，零售折扣 7-75 折。2022 年 1-6 月，特步主品牌零售实现 20%-25%的增长，零售存货周转约四个半月。

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.原材料价格波动
- 5.汇率大幅波动。

分析师承诺：

本人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，本人承诺，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接受到任何形式的补偿。本人承诺不利用自己的身份、地位或执业过程中所掌握的信息为自己或他人谋取私利。

投资评级的说明：

以报告发布日后的 6--12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。

无评级：因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见的结果的重大不确定事件，或者其他原因，致使无法给出明确的投资评级。（新股覆盖、新三板覆盖报告默认无评级）

评级体系：**——公司评级**

- 买入： 预计涨幅领先相对基准指数 15%以上；
- 增持： 预计涨幅领先相对基准指数介于 5%-15%之间；
- 中性： 预计涨幅领先相对基准指数介于-5%-5%之间；
- 减持： 预计涨幅落后相对基准指数介于-5%- -15%之间；
- 卖出： 预计涨幅落后相对基准指数-15%以上。

——行业评级

- 领先大市： 预计涨幅超越相对基准指数 10%以上；
- 同步大市： 预计涨幅相对基准指数介于-10%-10%之间；
- 落后大市： 预计涨幅落后相对基准指数-10%以上。

——风险评级

- A： 预计波动率小于等于相对基准指数；
- B： 预计波动率大于相对基准指数。

免责声明：

山西证券股份有限公司(以下简称“公司”)具备证券投资咨询业务资格。本报告是基于公司认为可靠的已公开信息，但公司不保证该等信息的准确性和完整性。入市有风险，投资需谨慎。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，公司不对任何人因使用本报告中的任何内容引致的损失负任何责任。本报告所载的资料、意见及推测仅反映发布当日的判断。在不同时期，公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。公司或其关联机构在法律许可的情况下可能持有或交易本报告中提到的上市公司发行的证券或投资标的，还可能为或争取为这些公司提供投资银行或财务顾问服务。客户应当考虑到公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突。公司在知晓范围内履行披露义务。本报告版权归公司所有。公司对本报告保留一切权利。未经公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯公司版权的其他方式使用。否则，公司将保留随时追究其法律责任的权利。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此声明，禁止公司员工将公司证券研究报告私自提供给未经公司授权的任何媒体或机构；禁止任何媒体或机构未经授权私自刊载或转发公司证券研究报告。刊载或转发公司证券研究报告的授权必须通过签署协议约定，且明确由被授权机构承担相关刊载或者转发责任。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此提示公司证券研究业务客户不得将公司证券研究报告转发给他人，提示公司证券研究业务客户及公众投资者慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

依据《证券期货经营机构及其工作人员廉洁从业规定》和《证券经营机构及其工作人员廉洁从业实施细则》规定特此告知公司证券研究业务客户遵守廉洁从业规定。

山西证券研究所：

上海

上海市浦东新区杨高南路 799 号陆家嘴
世纪金融广场 3 号楼 802 室

太原

太原市府西街 69 号国贸中心 A 座 28 层
电话：0351-8686981
<http://www.i618.com.cn>

深圳

广东省深圳市福田区林创路新一代产业
园 5 栋 17 层

北京

北京市西城区平安里西大街 28 号中海
国际中心七层
电话：010-83496336

