

纺织服装

行业周报（20220724-20220730） 同步大市-A(维持)

PUMA上调全年销售预期至中双位数,6月家具制造业利润同增21%

2022年7月31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:

【山证纺织服装】22Q2 纺服轻工板块配置比例提升，欧铂尼进入门墙柜一体新时代-纺服家居行业周报 2022.7.24

分析师:

王冯

执业登记编码: S0760522030003

邮箱: wangfeng@sxzq.com

研究助理:

孙萌

邮箱: sunmeng@sxzq.com

投资要点

➤ 本周专题: 7月27日 PUMA 公布 2022 年 2 季度业绩

22Q2 销售额同比增长 18.4%，提高全年销售预期至中双位数：22Q2，彪马销售额同比增长 18.4%（汇率调整后口径，下同）至 20.02 亿欧元，毛利率同比下降 1pct 至 46.5%，净利润同比增长 73.2%至 8400 万欧元。集团提高全年销售额预期至中双位数增长（原预计至少 10%增长），全年毛利率预计因运输成本和原材料价格上涨、疫情及俄乌冲突带来的运营效率下降将继续承压，预计全年 EBIT 在 6-7 亿欧元区间。集团表示仍然会维持有竞争力的价格，优先考虑销售额增长和市场份额获取而非短期的盈利水平。分产品看，22Q2 运动鞋、运动服、配饰产品增长 19.7%、20.2%、11.2%，跑步、训练、团队运动、高尔夫和篮球类别产品，都再次实现了强劲的增长，表明 Puma 过去几年对研发创新和产品开发的投资增加，现在正在开始得到回报。分地区看，22Q2 EMEA、美洲、亚太地区分别增长 21.5%、25.6%、-1.8%，亚太地区由于中国疫情封控影响，销售额同比下滑，但亚太地区其它国家实现强劲增长。

➤ 行业动态: LVMH 公布 22H1 业绩；我国 6 月工业企业利润由降转增；爱室丽首席销售官入职顾家；阿迪达斯下调全年收入预期为中至高单位数增长

1) LVMH 集团公布截至 6 月 30 日的 2022 上半财年业绩：LVMH 上半年销售收入同比增长 28%至 367 亿欧元，其中欧洲增长 47%、美国增长 24%、日本增长 33%，由于 3 月中旬开始实施的新冠疫情限制措施，亚洲地区增长 1%，但亚洲仍是集团最大的市场。22Q2，LVMH 集团销售额同比增长 19%至 187.3 亿欧元，其中亚洲由于中国新的疫情限制下滑 8%，中国营收出现两位数下降。中国市场在接近季度末时出现了一些改善，但中国的门店客流量仍远低于去年的水平。集团表示对美国市场非常乐观，对中国市场观望，现在判断中国市场的反弹力度还为时过早。

2) 6 月份工业企业利润由降转增，行业结构有所改善：6 月随着产业链供应链明显修复，规模以上工业增加值同比增长 3.9%，企业营业收入增长 8.6%，均连续两个月回升。6 月产业链供应链进一步恢复，工业企业效益明显改善，全国规模以上工业企业利润同比增长 0.8%，由连续两个月下降转为正增长。6 月份，随着消费市场继续恢复，消费品制造业效益有所改善，利润虽然同比下降 11.7%，但降幅较上月收窄 6.7 个百分点。其中，纺织服装、家具、印刷、农副食品加工行业利润分别增长 44.7%、20.6%、3.8%、1.9%，均由降转增；化纤、造纸行业利润降幅均较上月明显收窄；酒饮料茶、文教工美行业利润分别增长 21.0%、15.4%，继续



保持较快增长。

- 3) **爱室丽首席销售官入职顾家：**顾家家居已任命爱室丽家居前销售总裁里克·科波拉为负责东海岸和墨西哥销售业务的执行副总裁，里克·科波拉于 2007 年加入爱室丽。顾家家居北美公司总裁马特·哈里森（Matt Harrison）在接受《今日家居》杂志时表示：“随着经济的衰退，顾家家居正在加大基础设施和人才建设方面的投入。我相信里克·科波拉可以带来宝贵的知识和经验，可以帮助我们实现既定的目标，在三年内实现销售额超 10 亿美元的增长战略。”
- 4) **因中国市场影响，阿迪达斯调低全年业绩预期：**7 月 27 日，阿迪达斯集团由于中国疫情影响，且三季度恢复低于预期，因此将 22 年收入增幅由 11%-13% 的下调为中至高个位数增幅，其中大中华市场下半年收入增长预期由持平大幅下调至双位数跌幅。22Q2，阿迪达斯集团初步显示销售录得 4% 的固定汇率增幅，实际增幅 10% 至 55.96 亿欧元，毛利率同比下滑 1.5pct 至 50.3%，营业利润率下滑 3.7pct 至 7.0%。

➤ **行情回顾（2022.07.25-2022.07.29）**

本周纺织服装和家居用品板块均跑赢大盘，板块估值仍处于近十年低位：本周，SW 纺织服装板块上涨 0.04%，SW 轻工制造板块上涨 0.73%，纺织服装板块跑赢大盘 1.64pct，轻工制造板块跑赢大盘 2.34pct。各子板块中，SW 纺织制造上涨 0.12%，SW 服装家纺下跌 0.75%，SW 饰品上涨 2.29%，SW 家居用品上涨 0.65%。截至 7 月 29 日，SW 纺织制造整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 18.67 倍，为近十年的 22.27% 分位，SW 服装家纺 PE 为 13.60 倍，为近十年的 2.27% 分位，SW 饰品 PE 为 17.87 倍，为近十年的 18.23% 分位，SW 家居用品 PE 为 27.05 倍，为近十年的 27.50% 分位。

➤ **投资建议：**

纺织服饰板块，纺织制造方面，市场较为担心欧美高通胀抑制后续的消费需求，但品牌商精简供应商数量，头部核心供应商预计受影响较小，建议继续关注运动鞋服制造商申洲国际、华利集团。品牌服饰方面，看好运动服饰在疫后的恢复确定性和珠宝首饰的恢复弹性，建议继续关注安踏体育、李宁、特步国际、波司登、稳健医疗、周大生。

家居用品板块，本周 30 大中城市商品房成交套数、成交面积环比分别增长 5.1%、9.8%，连续第三周实现环比增长、同比降幅收窄。7 月 28 日中央政治局会议提出“因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，压实地方政府责任，保交楼，稳民生”，以稳为主的政策导向下，预计房地产销售大幅下降概率不大，家居板块估值下行空间有限，前期受疫情短期抑制的刚性家居需求预计陆续恢复，建议继续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：彪马 22Q2 销售额同比增长 18.4%，提高全年销售预期至中双位数.....	7
1.1 季度销售额首次突破 20 亿欧元，22 全年销售额预计中双位数增长.....	7
1.2 22Q2 各类产品均实现稳健增长，亚太地区受中国疫情影响小幅下滑.....	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.....	15
4. 行业新闻.....	17
4.1 法国奢侈品巨头 LVMH 集团公布截至 6 月 30 日的 2022 上半财年业绩.....	17
4.2 6 月份工业企业利润由降转增 行业结构有所改善.....	17
4.3 爱室丽首席销售官入职顾家！计划北美市场 3 年干到 10 亿美元.....	18
4.4 因中国市场影响，阿迪达斯调低全年业绩预期.....	19
5. 重点公司公告.....	19
6. 风险提示.....	20

图表目录

图 1： PUMA 营业收入及同比增速.....	7
图 2： PUMA 毛利率.....	7

图 3: PUMA 净利润及同比增速.....	7
图 4: PUMA 净利率.....	7
图 5: 彪马各类产品营业收入（百万欧元）.....	8
图 6: 彪马各地区营业收入（百万欧元）.....	8
图 7: 本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	9
图 8: 本周 SW 纺织服装各子板块涨跌幅.....	9
图 9: 本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	9
图 10: 本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	10
图 11: 本周 SW 轻工制各子板块估值.....	10
图 12: 棉花价格（元/吨）.....	12
图 13: 中纤板、刨花板价格走势.....	12
图 14: 五金价格走势.....	12
图 15: 皮革价格走势.....	12
图 16: 海绵原材料价格走势.....	12
图 17: 金价走势.....	12
图 18: 美元兑人民币汇率走势.....	13
图 19: 中国出口集装箱运价指数.....	13
图 20: 纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比.....	13
图 21: 服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比.....	13
图 22: 家具及其附件累计值（亿美元）及累计同比.....	14
图 23: 家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比.....	14
图 24: 社零及限额以上当月.....	14
图 25: 限上纺织服装、金银珠宝、家具社零.....	14

图 26: 30 大中城市商品房成交套数.....	15
图 27: 30 大中城市商品房成交面积.....	15
图 28: 商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比.....	15
图 29: 商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比.....	15
图 30: 商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	16
图 31: 商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	16
图 32: 商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	16
图 33: 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

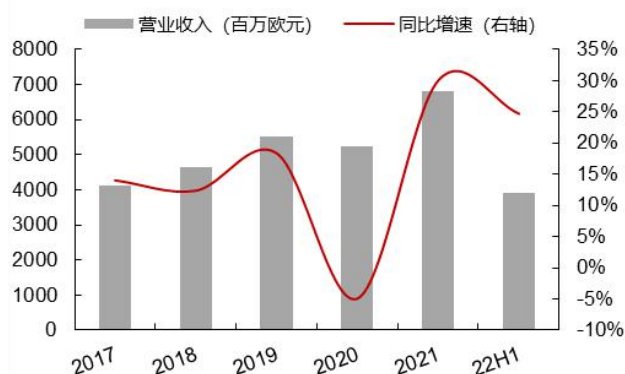
1. 本周专题：彪马 22Q2 销售额同比增长 18.4%，提高全年销售预期至中双位数

1.1 季度销售额首次突破 20 亿欧元，22 全年销售额预计中双位数增长

北京时间 7 月 27 日晚，彪马公布 2022 年 2 季度财报。22Q2，彪马销售额同比增长 18.4%（汇率调整后口径，下同）至 20.02 亿欧元，毛利率同比下降 1pct 至 46.5%，净利润同比增长 73.2%至 8400 万欧元。22H1，彪马销售额同比增长 19.0%至 39.14 亿欧元，毛利率同比下降 1.2pct 至 46.8%，净利润同比增长 30.3%至 2.06 亿欧元。

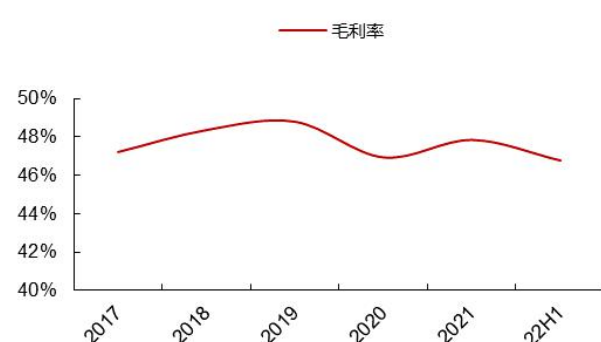
集团提高全年销售额预期至中双位数增长（原预计至少 10%增长），全年毛利率预计因运输成本和原材料价格上涨、疫情及俄乌冲突带来的运营效率下降将继续承压，预计全年 EBIT 在 6-7 亿欧元区间。彪马表示仍然会维持有竞争力的价格，优先考虑销售额增长和市场份额获取而非短期的盈利水平。

图 1：PUMA 营业收入及同比增速



资料来源：PUMA 财报，山西证券研究所

图 2：PUMA 毛利率



资料来源：PUMA 财报，山西证券研究所

图 3：PUMA 净利润及同比增速

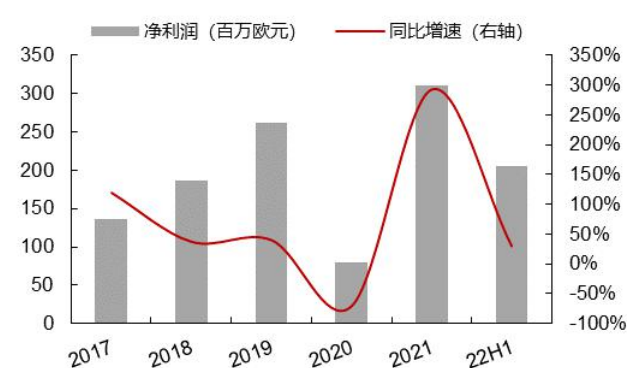
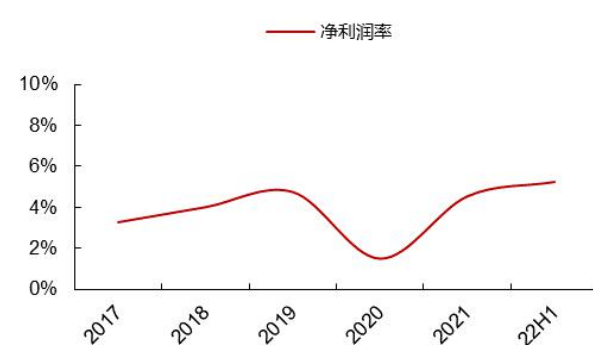


图 4：PUMA 净利率



资料来源：PUMA 财报，山西证券研究所

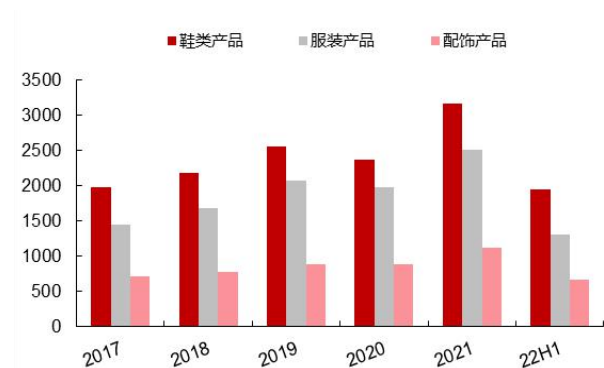
资料来源：PUMA 财报，山西证券研究所

1.2 22Q2 各类产品均实现稳健增长，亚太地区受中国疫情影响小幅下滑

分产品看，22Q2 运动鞋、运动服、配饰产品分别增长 19.7%、20.2%、11.2%至 10.07、6.66、3.29 亿欧元，收入占比为 50.3%、33.3%、16.4%。22H1 运动鞋、运动服、配饰产品分别增长 18.9%、18.1%、20.9%至 19.45、13.04、6.61 亿欧元，收入占比为 49.8%、33.3%、16.9%。彪马集团首席执行官 BJØRN GULDEN 表示，Puma 跑步、训练、团队运动、高尔夫和篮球类别产品，都再次实现了强劲的增长，表明 Puma 过去几年对研发创新和产品开发的投入增加，现在正在开始得到回报。

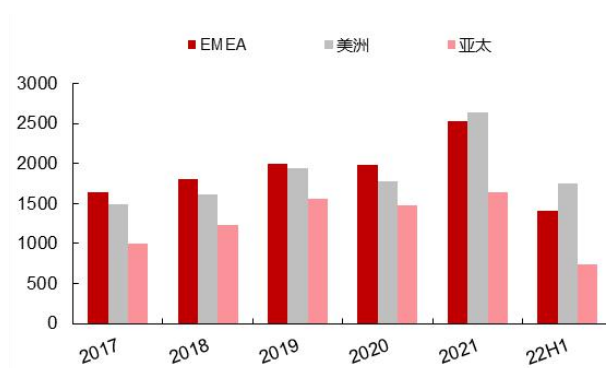
分地区看，22Q2 EMEA、美洲、亚太地区分别增长 21.5%、25.6%、-1.8%至 7.06、9.41、3.55 亿欧元，收入占比为 35.3%、47.0%、17.7%，2 季度亚太地区由于中国疫情封控影响，销售额同比下滑，但亚太地区其它国家实现强劲增长。22H1 EMEA、美洲、亚太地区分别增长 23.5%、33.6%、-10.4%至 14.15、17.57、7.43 亿欧元，收入占比为 36.2%、44.9%、19.0%。

图 5：彪马各类产品营业收入（百万欧元）



资料来源：PUMA 财报，山西证券研究所

图 6：彪马各地区营业收入（百万欧元）



资料来源：PUMA 财报，山西证券研究所

2. 本周行情回顾

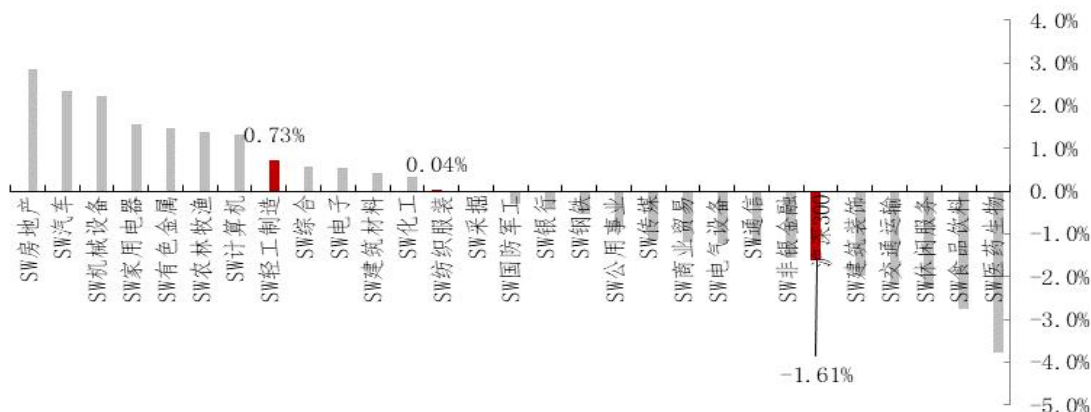
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服装板块上涨 0.04%，SW 轻工制造板块上涨 0.73%，沪深 300 下跌 1.61%，纺织服装板块跑赢大盘 1.64pct，SW 轻工制造板块跑赢大盘 2.34pct。

SW 纺织服装各子板块中，SW 纺织制造上涨 0.12%，SW 服装家纺下跌 0.75%，SW 饰品上涨 2.29%。

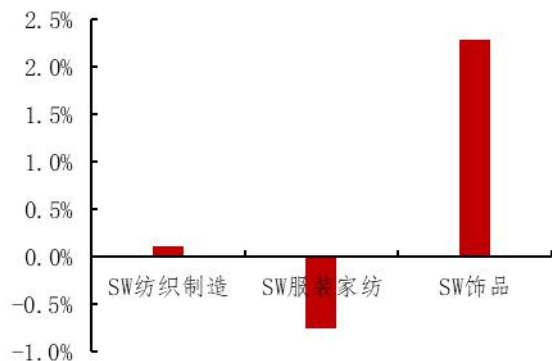
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸上涨 0.04%，SW 文娱用品上涨 1.27%，SW 家居用品上涨 0.65%，SW 包装印刷上涨 1.24%。

图 7：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



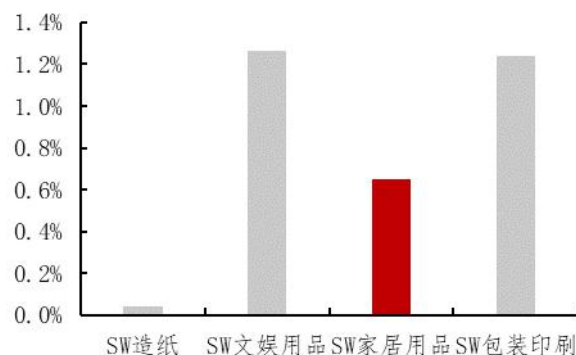
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 8：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 9：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 29 日，SW 纺织制造整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 18.67 倍，为近十年的 22.27% 分位；SW 服装家纺的 PE 为 13.60 倍，为近十年的 2.27% 分位；SW 饰品的 PE 为 17.87 倍，为近十年的 18.23% 分位。

截至 7 月 29 日，SW 家居用品的 PE 为 27.05 倍，为近十年的 27.50% 分位。

图 10：本周 SW 纺织服装各子板块估值



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 11：本周 SW 轻工制各子板块估值



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 中潜 (+23.93%)、兴业科技 (+16.06%)、*ST 金洲 (+15.83%)、欣贺股份 (+10.53%)、中国黄金 (+10.29%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：红豆股份 (-13.46%)、ST 摩登 (-9.22%)、ST 爱迪尔 (-8.52%)、开润股份 (-8.12%)、贵人鸟 (-7.26%)。

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)
300526.SZ	*ST 中潜	23.93	9.84
002674.SZ	兴业科技	16.06	12.86
000587.SZ	*ST 金洲	15.83	1.39
003016.SZ	欣贺股份	10.53	9.34
600916.SH	中国黄金	10.29	14.47

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)
600400.SH	红豆股份	-13.46	4.95
002656.SZ	ST 摩登	-9.22	2.56
002740.SZ	ST 爱迪尔	-8.52	3.22
300577.SZ	开润股份	-8.12	13.91
603555.SH	贵人鸟	-7.26	3.96

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 (+8.29%)、皮阿诺 (+7.27%)、嘉益股份 (+5.75%)、

亚振家居(+5.42%)、瑞尔特(+5.01%);本周跌幅前5的公司分别为:曲美家居(-4.55%)、悦心健康(-3.57%)、雅艺科技(-3%)、公牛集团(-2.92%)、爱丽家居(-2.6%)。

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	8.29	9.80
002853.SZ	皮阿诺	7.27	12.84
301004.SZ	嘉益股份	5.75	31.47
603389.SH	亚振家居	5.42	5.45
002790.SZ	瑞尔特	5.01	8.81

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)
603818.SH	曲美家居	-4.55	7.97
002162.SZ	悦心健康	-3.57	4.59
301113.SZ	雅艺科技	-3.00	37.82
603195.SH	公牛集团	-2.92	146.47
603221.SH	爱丽家居	-2.60	8.23

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 28 日, 中国棉花 328 价格指数为 15752 元/吨, CotlookA 指数(1%关税)收盘价为 21569 元/吨, 环比分别上涨 0.1%、上涨 0.5%。

2) 金价: 截至 7 月 29 日, 上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 383.96 元/克, 环比上涨 2.2%。

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。

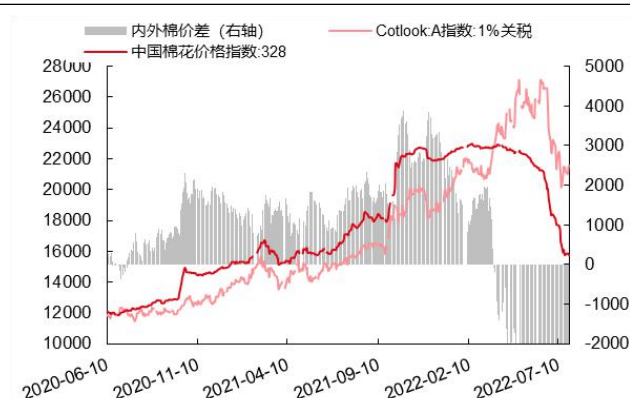
3) 皮革: 截至 6 月 24 日, 海宁皮革:价格指数:总类为 71.48。

4) 海绵: 截至 7 月 29 日, 华东地区 TDI 主流价格为 15400 元/吨, 华东地区纯 MDI 主流价格为 20000 元/吨, TDI、MDI 价格环比分别下跌 1000 元/吨、下跌 1200 元/吨。

 汇率: 截至 7 月 29 日, 美元兑人民币(中间价)为 6.7437, 环比下跌 0.1%。

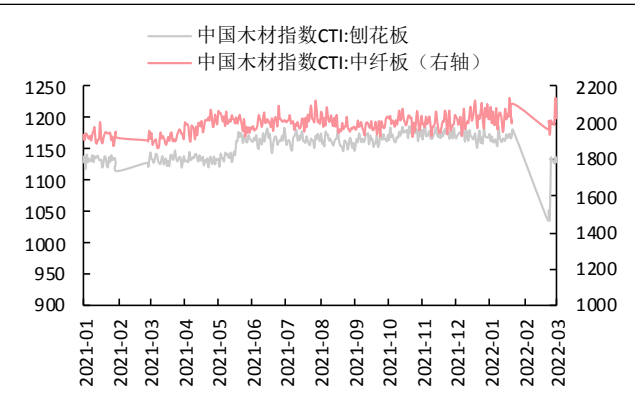
中国出口集装箱运价指数（CCFI）：截至 7 月 29 日，CCFI 综合指数为 3188.61，同比增长 8.8%，环比下降 1.3%。

图 12：棉花价格（元/吨）



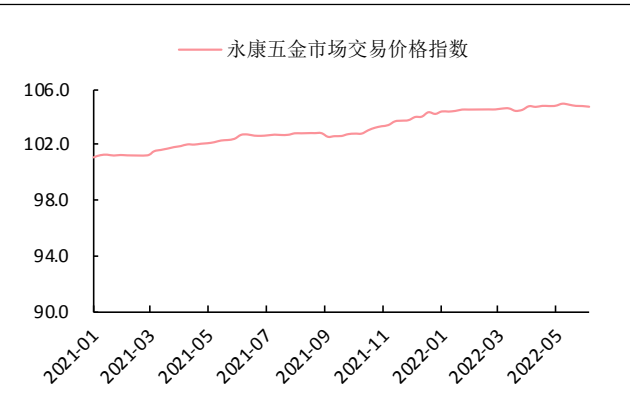
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 13：中纤板、刨花板价格走势



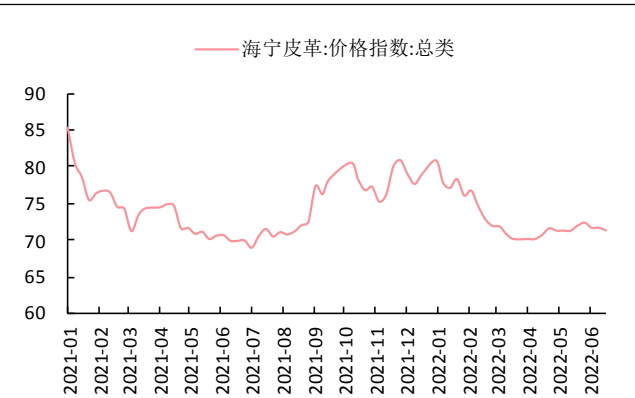
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 14：五金价格走势



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 15：皮革价格走势



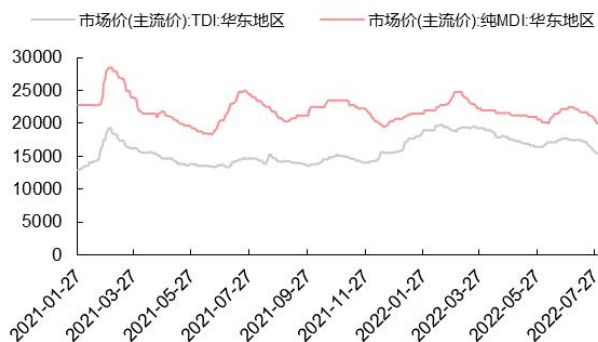
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 16：海绵原材料价格走势



图 17：金价走势



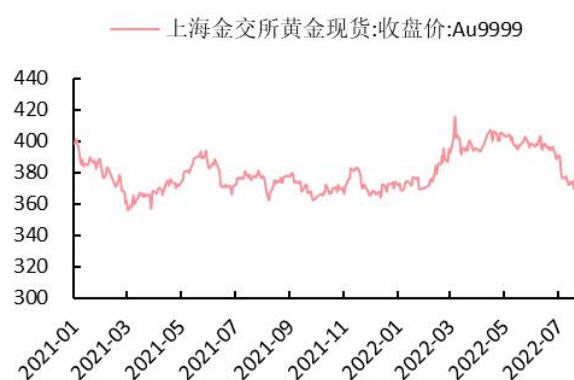


资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 18: 美元兑人民币汇率走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 19: 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

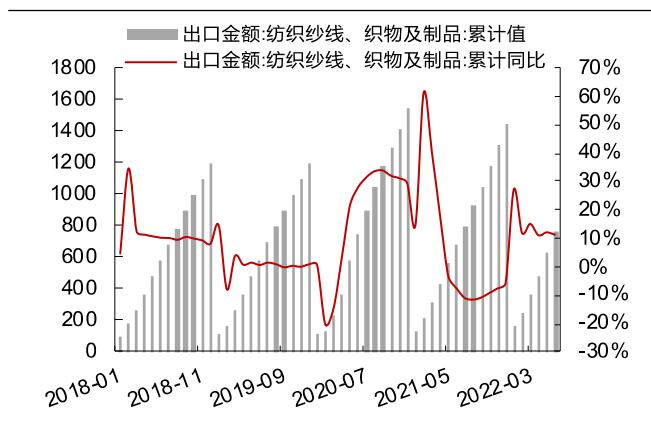
纺织品服装: 22年6月纺织品服装出口314.23亿美元, 同比增长14.71%, 今年1-6月, 纺织品服装累计出口1564.89亿美元, 同比增长11.7%。其中, 22年6月纺织品出口134.68亿美元, 同比增长7.7%, 1-6月纺织品出口763.19亿美元, 同比增长11.3%。22年6月服装出口179.55亿美元, 同比增长18.7%, 1-6月服装出口801.71亿美元, 同比增长12.0%。

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 20: 纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同

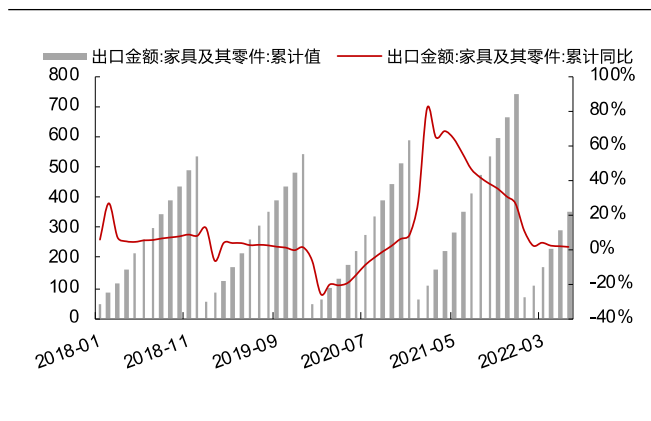
图 21: 服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比

比

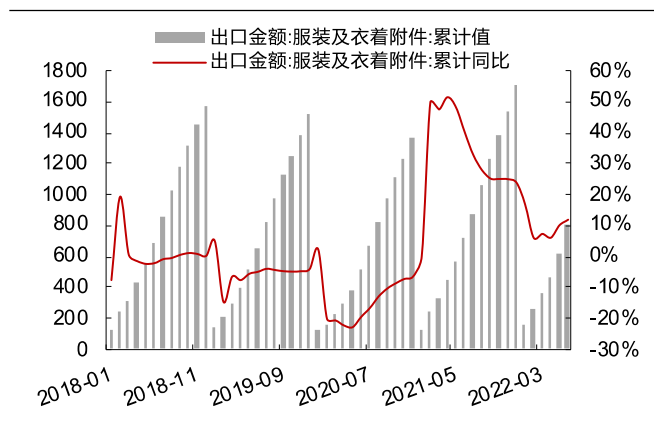


资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

图 22：家具及其附件累计值（亿美元）及累计同比

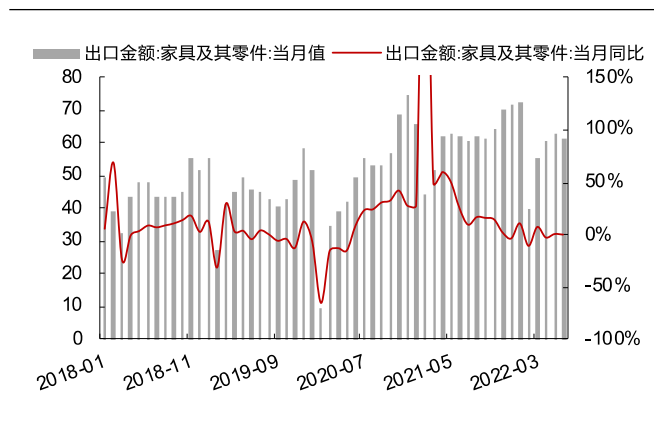


资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所



资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

图 23：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

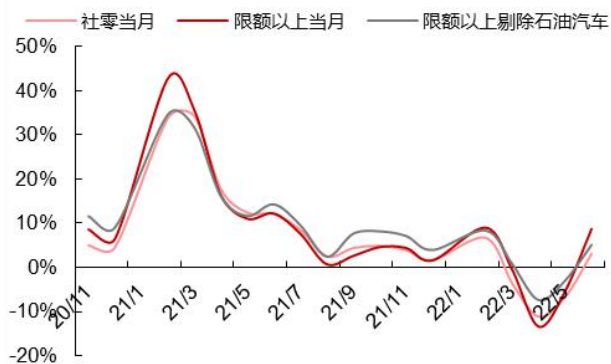
22 年 6 月，国内实现社零总额 3.87 万亿元/+3.1%，由负转正，表现优于 Wind 市场一致预期（-0.50%）。

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。

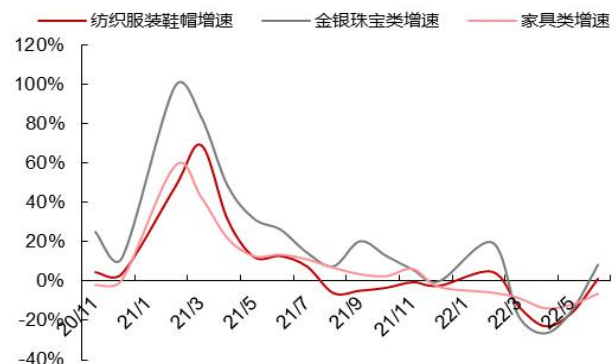
分品类看，6 月限上纺织服装、金银珠宝、家具同比分别增长 1.2%、增长 8.1%、下滑 6.6%，纺织服装和金银珠宝增速由负转正，家具降幅收窄。

图 24：社零及限额以上当月

图 25：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



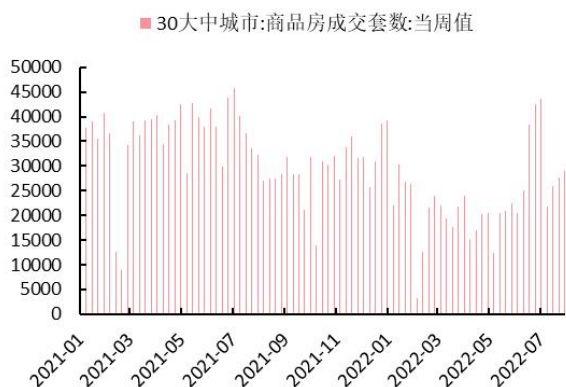
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

2.4 房地产数据

本周(7.24-7.30 日), 30 大中城市商品房成交 28979 套、成交面积 322.45 万平方米, 环比分别增长 5.1%、9.8%。

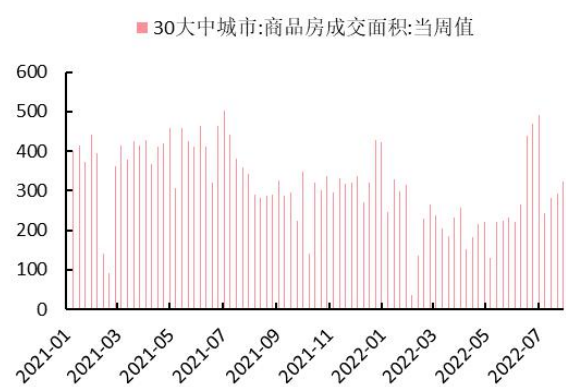
22 年 6 月, 住宅新开工面积、销售面积、竣工面积分别为 11017.69、15154.40、3808.27 万平方米, 同比下降 44.9%、21.8%、40.3%。新开工、竣工数据单月降幅扩大, 销售数据环比改善。

图 26: 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 27: 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 28: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比

图 29: 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 30: 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, 山西证券研究所

图 32: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比

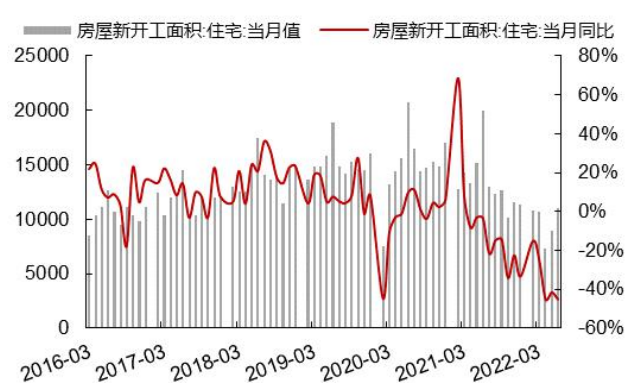


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



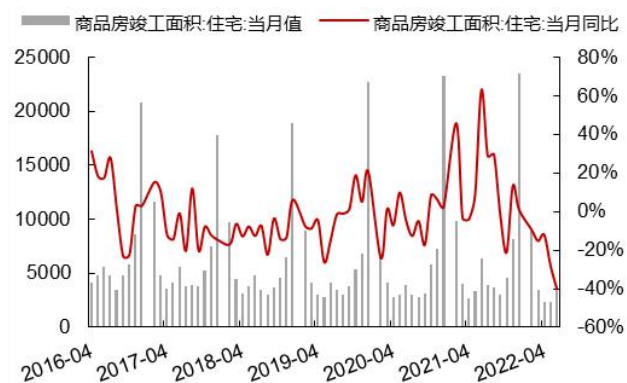
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 35: 房屋新开工面积:住宅: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 37: 商品房竣工面积:住宅: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

4. 行业新闻

4.1 法国奢侈品巨头 LVMH 集团公布截至 6 月 30 日的 2022 上半财年业绩

【来源：华丽志微信公众号 2022-07-27】

法国奢侈品巨头 LVMH（路威酩轩）集团公布了截至 6 月 30 日的 2022 上半财年业绩报告：销售收入同比增长 28%至 367 亿欧元，所有业务部门均实现两位数增长。欧洲和美国大幅上涨，而亚洲地区受限于中国的疫情限制措施出现了较低水平的增长，涨幅仅为 1%，仍是集团最大的市场。集团指出，由于 3 月中旬开始实施的新冠疫情限制措施，LVMH 在中国的营收出现了“严重的两位数”下降。2022 上半财年，就地区而言，美国、日本和欧洲业绩强劲，涨幅分别达到了 24%、33%和 47%，而亚洲地区受限于中国的疫情限制措施出现了较低水平的增长，涨幅仅为 1%。

在截至 6 月 30 日的 2022 财年第二季度中，LVMH 集团的销售额同比增长 19%，达到 187.3 亿欧元，超过了分析师预期的 171.3 亿欧元。欧洲和美国自今年年初以来一直大幅增长，而亚洲由于中国新的疫情限制在第二季度出现下滑（-8%）。集团首席财务官 Jean Jacques Guiony 告诉分析师，由于 3 月中旬开始实施的新冠疫情管控，LVMH 在中国的营收出现了“严重的两位数”下降。Jean Jacques Guiony 指出，中国市场在接近季度末时出现了一些改善，但表示“没有什么特别大的影响”，并补充说中国的门店客流量仍“远低于”去年的水平。这位高管还表示，由于美国游客利用美元走强的机会，让一些奢侈品消费转移到了欧洲，另外即便美国经济出现衰退进而影响高端商品需求，他们也比竞争对手更有信心面对。Guiony 说：“我们对美国市场非常乐观，对中国市场则有点‘观望’”，他补充说，现在判断中国市场的反弹力度还为时过早。

4.2 6 月份工业企业利润由降转增 行业结构有所改善

【来源：统计微讯微信公众号 2022-07-27】

6 月份，各地区各部门认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，高效统筹疫情防控和经济社会发展，深入实施稳经济系列政策措施，工业企业复工复产扎实推进，企业利润恢复加快，当月利润由降转增，行业结构有所改善。

一、工业企业利润恢复加快 生产销售持续回升，营业收入实现较快增长。6 月份，随着产业链供应链明显修复，规模以上工业增加值同比增长 3.9%，企业营业收入增长 8.6%，均连续两个月回升，较 4 月份的低点分别提高 6.8 和 7.2 个百分点，收入增速已接近年平均水平，生产销售继续边际改善，企业效益逐步恢复。上半年，规模以上工业企业营业收入同比增长 9.1%。工业企业当月利润由降转增，上半年利润保持小幅增长。二季度以来，受部分地区疫情多发散发影响，工业企业效益承压明显，4 月份工业企业利润由增转

降且降幅较大。随着疫情得到有效控制，5月份工业企业利润降幅略有收窄，6月份，产业链供应链进一步恢复，工业企业效益明显改善，全国规模以上工业企业利润同比增长0.8%，由连续两个月下降转为正增长，利润增速较上月回升7.3个百分点，呈加速恢复态势。上半年，规模以上工业企业利润同比增长1.0%。多数行业利润回升，部分行业利润增长较快。6月份，在41个工业大类行业中，有23个行业利润增速较上月加快或降幅收窄、由降转增，占56.1%。有21个行业利润同比增长，行业增长面为51.2%，其中15个行业利润实现两位数增长。东部、东北地区企业利润持续恢复，中西部地区保持较快增长。6月份，东部、东北地区加快推进复工达产，企业利润虽然同比分别下降13.5%、2.7%，但降幅较上月分别收窄6.0和27.1个百分点，继续保持回升势头，并带动全国工业企业利润改善。其中，长三角地区利润由上月下降17.8%转为增长4.6%；上海、江苏、辽宁、吉林利润均由降转增或降幅收窄。中部、西部地区利润分别增长14.9%、23.1%，继续保持较快增长。

二、工业企业利润行业结构有所改善 制造业利润占比提高，上下游利润分化有所缓解。6月份，随着中下游行业效益持续改善，工业三大门类利润增速差距有所缩小。采矿业利润同比增长77.9%，增速较上月有所回落；制造业利润同比下降9.0%，降幅较上月收窄9.5个百分点；电力、热力、燃气及水生产和供应业利润增长13.1%，利润由降转增。制造业利润占规模以上工业的比重为76.2%，较上月提高2.6个百分点，工业企业利润行业结构进一步改善。装备制造业利润由降转增，汽车行业利润大幅增长。6月份，受益于产业链供应链持续恢复，装备制造业利润由5月份同比下降9.0%转为增长4.1%，连续两个月回升，拉动规模以上工业企业利润增速较上月回升4.0个百分点。其中，汽车制造业因上海、吉林等汽车主产地加快复工复产，利润由下降转为大幅增长47.7%，是拉动工业企业利润回升作用最大的行业；仪器仪表、通用设备、专用设备行业利润分别增长20.0%、5.0%、2.8%，利润均由降转增；电气机械行业利润增长27.7%，保持快速增长。消费品制造业利润降幅收窄。6月份，随着消费市场继续恢复，消费品制造业效益有所改善，利润虽然同比下降11.7%，但降幅较上月收窄6.7个百分点。其中，纺织服装、家具、印刷、农副食品加工业利润分别增长44.7%、20.6%、3.8%、1.9%，均由降转增；化纤、造纸行业利润降幅均较上月明显收窄；酒饮料茶、文教工美行业利润分别增长21.0%、15.4%，继续保持较快增长。总体看，工业企业利润恢复加快，利润行业结构出现积极变化。但也要看到，外部环境更趋复杂严峻，工业企业利润增速仍处低位，企业成本持续上升，企业亏损面仍然较大，部分企业生产经营仍面临较多困难。

4.3 爱室丽首席销售官入职顾家！计划北美市场3年干到10亿美元

【来源：家居微观察微信公众号 2022-07-26】

家居微观察最新消息：顾家家居已任命爱室丽家居（Ashley Furniture）前销售总裁里克·科波拉（Rick

Coppola)为负责东海岸和墨西哥销售业务的执行副总裁。他的顶头上司是顾家家居的首席销售官贾斯汀·史密斯(Justin Smith)。

里克·科波拉于本月早些时候从爱室丽离职,至此他已经在该公司工作了15年。他于2007年加入爱室丽,担任北美地区固定沙发部门的销售副总裁。2013年,他被提升为销售高级副总裁。2017年,他被提升为负责美国和加拿大市场的销售总裁。

顾家家居北美公司总裁马特·哈里森(Matt Harrison)在接受《今日家居》杂志时表示:“随着经济的衰退,顾家家居正在加大基础设施和人才建设方面的投入。我相信里克·科波拉可以带来宝贵的知识和经验,可以帮助我们实现既定的目标,在三年内实现销售额超10亿美元的增长战略。”

马特·哈里森还表示,公司很“看好”在当前市场条件下的增长机会,并将继续采取措施加快顾家家居的增长。

4.4 因中国市场影响,阿迪达斯调低全年业绩预期

【来源:无时尚中文网 2022-07-28】

7月27日,阿迪达斯集团由于中国疫情影响,且三季度恢复低于预期,因此下调全年收入增幅由11-13%的低段增长至中至高个位数增幅,其中大中华市场下半年收入增长预期由持平大幅下调至双位数跌幅。尽管下调预期,但集团称到目前为止,尚未看到大中华市场外其它市场销售明显放缓迹象,亦没有大规模取消批发订单的情况出现,但公司的业绩更新仍反映了下半年由于宏观经济环境更具有挑战性,消费者支出可能放缓。

2022年2季度,集团初步显示销售录得4%的固定汇率增幅,实际增幅10%至55.96亿欧元,毛利率同比下滑1.5pct至50.3%,营业利润率下跌3.7pct至7.0%。

5. 重点公司公告

【华利集团】2022年半年度业绩快报

[2022-07-27] 公司从事运动鞋履的开发设计、生产与销售,是全球领先的运动鞋专业制造商。公司突出的开发设计能力、良好的产品品质、快速响应能力、及时交货能力以及综合成本优势,使得公司与客户的合作紧密度进一步提升。本报告期,客户订单需求仍比较旺盛,越南新冠肺炎疫情对公司越南工厂生产的影响逐步缓解,第二季度毛利率相较第一季度有小幅回升。2022年上半年,公司销售运动鞋1.15亿双,同比增长13.27%;实现营业收入人民币98.99亿元,同比增长20.79%,实现归属于上市公司股东的净利润人民币15.62亿元,同比增长21.06%(剔除汇率变动影响后,本报告期营业收入同比增长20.10%,归属于上

市公司股东的净利润同比增长 20.36%)。

【周大生】2022 年半年度业绩快报

[2022-07-29] 2022 年 1-6 月份，公司实现营业收入 50.98 亿元，同比增长 82.79%。实现归属上市公司股东的净利润 5.85 亿元，较上年同期下降 4.07%，实现归属上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 5.61 亿元，较上年同期下降 3.44%。

【百隆东方】2022 年半年度报告

[2022-07-29] 报告期内，受俄乌局势影响，粮食、能源等全球大宗商品价格波动剧烈；全球主要经济体通胀压力加大，金融政策逐步收紧，国际政治、经济环境日趋复杂。国内受新冠疫情影响，物流及人员流动受限，导致需求疲弱，订单不足，出口压力激增。在诸多不利环境下，公司前期的产能布局优势发挥显著效益，同时以自身强大的产品研发创新能力、交货能力、稳定的产品质量和优质的售后服务赢得了更多品牌客户的认可。2022 年上半年，公司完成营业收入 39.64 亿元，同比增加 1.11%；实现净利润 7.77 亿元，同比增长 41.09%。

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,本报告的任一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

