

## 信义山证汇通天下

证券研究报告

纺织服装

行业周报（20220731-20220806） 同步大市-A(维持)

7月纺服出口保持快速增长，ADIDAS大中华区销售恢复慢于预期

2022年8月8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】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%-纺服家居行业周报 2022.8.1

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: 8月4日 ADIDAS 公布 2022 年 2 季度业绩

**22Q2 销售额同比增长 10.2%，大中华区销售慢于预期：**22Q2，阿迪达斯销售额同比增长 10.2%至 55.96 亿欧元，毛利率同比下降 1.5pct 至 50.3%，净利润同比下降 25.8%至 2.94 亿欧元。分地区看，22Q2，EMEA、北美、大中华区、亚太地区、拉丁美分别增长 8.8%、36.6%、-28.3%、3.4%、47.7%至 20.79、17.06、7.19、5.50、5.14 亿欧元。展望 2022 全年，集团表明，除大中华区以外，公司在其它销售市场目前为止未经历严重的零售增长放缓以及经销商订单的大幅取消，由于三季度以来大中华区复苏慢于预期，集团下调 2022 财年销售指引为全年收入增长中至高单位数（原预计增长 11%-13%区间）。具体到各销售市场：**EMEA 市场销售预计增长低双位数**（原预计增长中双位数），**亚太地区销售预计增长高单位数**（原预计增长中双位数），**北美市场销售预计增长高双位数**（原预计增长中至高双位数），**拉丁美市场销售预计增长 30%-40%**（原预计增长中至高双位数），**大中华区市场销售预计双位数下滑**（原预计明显下滑）

➤ 行业动态: 李宁品牌与中国中学生体育协会达成十年战略合作；7月二手房成交量同比转正；22Q2 中国金饰消费量同减 29%

1) **李宁品牌与中国中学生体育协会达成十年战略合作：**8月1日，中国中学生体育协会与李宁（中国）体育用品有限公司篮球战略合作发布会在北京李宁中心举行，双方正式宣布就中国中小学生校园篮球展开十年战略合作。李宁品牌将成为中国初中篮球联赛、中国中学生篮球锦标赛初中组别的战略合作伙伴及唯一指定运动装备赞助商，并与中国中学生篮球队进行合作，为青少年球员及教练员们提供专业的篮球运动装备。同时，李宁品牌也将成为中国小学生篮球联赛独家运营推广商与唯一运动装备赞助商。

2) **7月二手房成交量同比转正：**贝壳研究院监测数据显示，7月二手房市场保持修复，成交量环比稳中有升，同比自去年年中以来首次止降转增。7月二手房成交量稳中有增有以下几方面原因：低利率低首付从实质上降低了购房成本，7月以来贝壳研究院监测的重点 103 城市主流房贷利率再创 2019 年以来新低；楼市支持政策加码，效果持续释放，据不完全统计，7月以来已有约 70 个城市出台稳楼市举措，包括放松限购、加大公积金贷款支持、发放契税补贴、购房补贴、消费券等；疫情得到有效控制利于恢复楼市交易。二季度疫情过后上海、北京、天津等购房需求补偿性释放。虽然交易量在修复，但市场预期较弱，房价仍环比下跌。总的来说，当前市场保持修复但修复力度较弱、速度较慢，后期市场的修复需要政策的持续支持。



请务必阅读最后一页股票评级说明和免责声明

1

3) **世界黄金协会公布中国 2022 年第二季度黄金市场概况。**22Q2 中国市场金饰需求总计 103 吨, 同比下降 29%, 上半年金饰消费量 281 吨, 同比下降 17%, 但仍远高于 2020 年上半年的水平。在国潮持续火爆的背景下, 富有传统文化气息的古法金产品依然保持着对年轻消费者的强烈吸引力, 年轻消费者对定价透明度的要求不断提高, 推动重量在 5 克-10 克之间的金饰产品更受欢迎, 这是因为 5 克以下的金饰产品通常“按件计价”, 此外, 年轻消费者购买力有限, 大多只能关注 10 克以下的金饰。硬足金市场份额进一步下滑。首先, 随着市场趋于饱和, 市场竞争日益激烈, 进一步挤压零售商利润率, 降低了零售商原先对硬足金产品进行促销和囤积的兴趣。此外, 从“按件”计价(硬足金产品的主要定价模式)向“按克”定价的转变, 加之消费者对定价透明度的要求, 也导致硬足金产品销售近几个季度以来承受压力。22Q2 金条和金币销售同比下降 35%, 上半年中国金条和金币总需求量仅为 87 吨, 同比减少 40%。

➤ **行情回顾(2022.08.01-2022.08.05)**

**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 纺织服饰板块下跌 2.40%, SW 轻工制造板块下跌 2.50%, 沪深 300 下跌 0.32%, 纺织服饰板块跑输大盘 2.09pct, 轻工制造板块跑输大盘 2.18pct。各子板块中, SW 纺织制造下跌 2.78%, SW 服装家纺下跌 2.27%, SW 饰品下跌 2.09%, SW 家居用品下跌 3.68%。截至 8 月 5 日, SW 纺织制造整体法(TTM, 剔除负值)计算的行业 PE 为 18.59 倍, 为近十年的 22.00%分位; SW 服装家纺的 PE 为 13.11 倍, 为近十年的 0.23%分位; SW 饰品的 PE 为 17.48 倍, 为近十年的 14.77%分位, SW 家居用品的 PE 为 26.04 倍, 为近十年的 23.36%分位。

➤ **投资建议:**

**纺织服饰板块,** 纺织制造方面, 在外需扩张及价格上涨背景下, 7 月我国纺织服装出口继续保持快速增长, 服装出口(美元计)环比增长 8.0%, 同比增长 16.8%, 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, 本周李宁官宣与中国中学生体育协会达成十年战略合作, 继续看好运动服饰在疫后的恢复确定性和珠宝首饰在下半年旺季的恢复弹性, 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、成交面积环比下滑, 但同比降幅较上周继续收窄, 贝壳研究院统计 7 月二手房市场成交量环比提升, 房地产市场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, 本周欧派家居公告拟发行可转债募集资金 20 亿元, 用于欧派家居智能制造(武汉)项目。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、金牌橱柜、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：阿迪达斯 22Q2 营收同增 10.2%，大中华区销售恢复慢于预期..... | 7  |
| 1.1 阿迪达斯预计大中华区 2022 全年销售额双位数下滑.....            | 7  |
| 1.2 各项运动类产品受益于赛事活动恢复，西方市场增长强劲.....             | 8  |
| 2. 本周行情回顾.....                                 | 9  |
| 2.1 板块行情.....                                  | 9  |
| 2.2 板块估值.....                                  | 10 |
| 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 李宁品牌与中国中学生体育协会达成十年战略合作.....                | 17 |
| 4.2 7 月二手房成交量同比转正.....                         | 17 |
| 4.3 黄金需求趋势 中国 2022 年第二季度市场概况.....              | 19 |
| 5. 重点公司公告.....                                 | 20 |
| 6. 风险提示.....                                   | 20 |

## 图表目录

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 图 1： 阿迪达斯营业收入及同比增速..... | 7 |
| 图 2： 阿迪达斯毛利率.....       | 7 |
| 图 3： 阿迪达斯净利润及同比增速.....  | 7 |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 图 4: 阿迪达斯净利率.....                  | 7  |
| 图 5: 阿迪达斯各类产品营业收入（百万欧元） .....      | 8  |
| 图 6: 阿迪达斯各地区营业收入（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 |
| <br>                              |    |
| 表 1: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....       | 10 |
| 表 2: 本周纺织服饰板块跌幅前 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 |

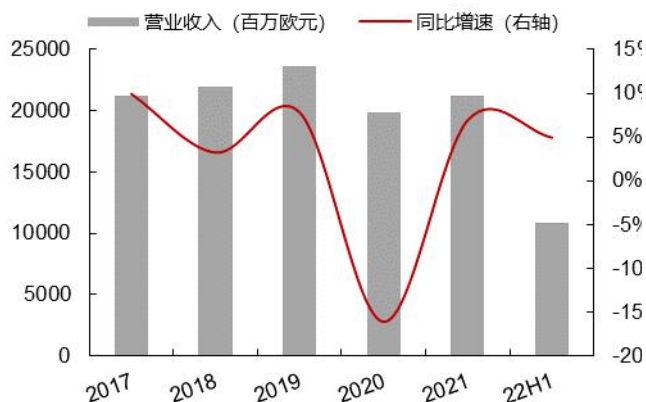
# 1. 本周专题：阿迪达斯 22Q2 营收同增 10.2%，大中华区销售恢复慢于预期

## 1.1 阿迪达斯预计大中华区 2022 全年销售额双位数下滑

8月4日，阿迪达斯公布2022年2季度财报。22Q2，阿迪达斯销售额同比增长10.2%至55.96亿欧元，毛利率同比下降1.5pct至50.3%，净利润同比下降25.8%至2.94亿欧元。22H1，阿迪达斯销售额同比增长5.3%至108.97亿欧元，毛利率由于供应链成本大幅增加和大中华区销售下降幅度较大，同比下降1.7pct至50.1%，净利润同比下降18.7%至7.76亿欧元。

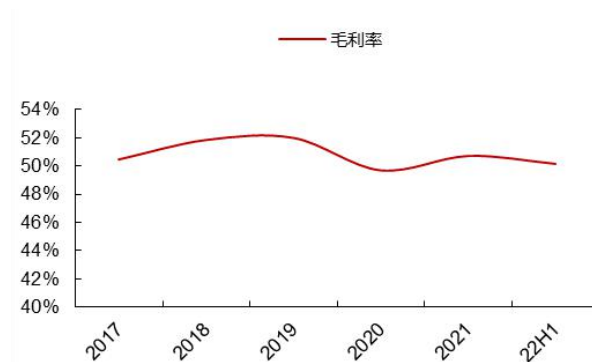
展望2022全年，集团表明，除大中华区以外，公司在其它销售市场目前为止未经历严重的零售增长放缓以及经销商订单的大幅取消，由于三季度以来大中华区复苏慢于预期，集团下调2022财年销售指引为全年收入增长中至高单位数（原预计增长11%-13%区间）。具体到各销售市场：EMEA市场销售预计增长低双位数（原预计增长中双位数），亚太地区销售预计增长高单位数（原预计增长中双位数），北美市场销售预计增长高双位数（原预计增长中至高双位数），拉丁美市场销售预计增长30%-40%（原预计增长中至高双位数），大中华区市场销售预计双位数下滑（原预计明显下滑）

图 1：阿迪达斯营业收入及同比增速



资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所

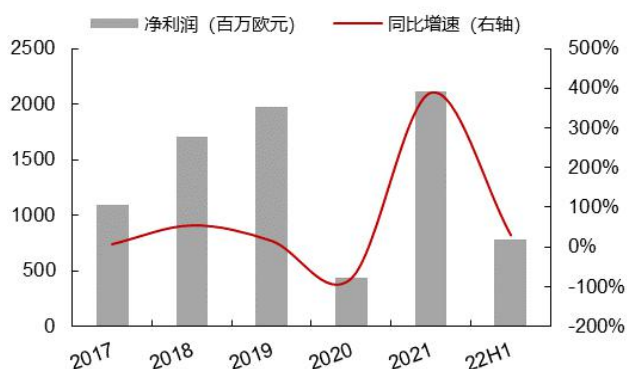
图 2：阿迪达斯毛利率



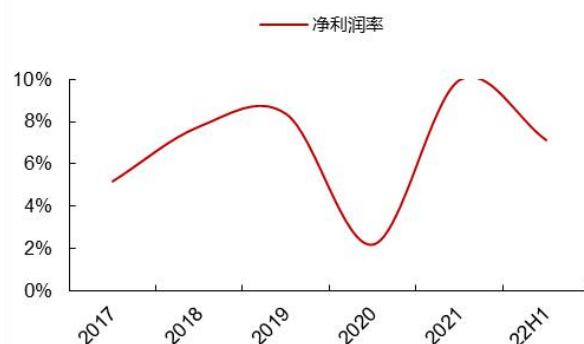
资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所

图 3：阿迪达斯净利润及同比增速

图 4：阿迪达斯净利率



资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所



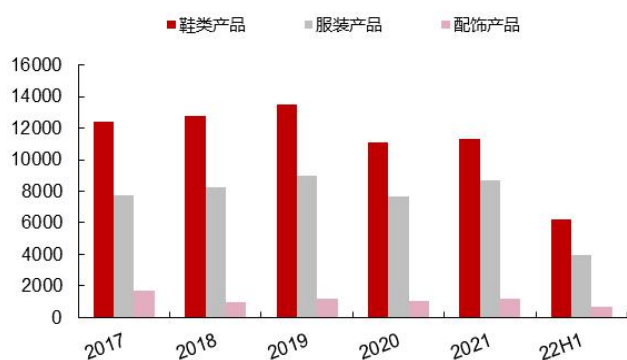
资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所

## 1.2 各项运动类产品受益于赛事活动恢复，西方市场增长强劲

分产品看，22H1 运动鞋、运动服、配饰产品分别增长 8.2%、-2.0%、29.2%至 62.40、39.58、7.00 亿欧元，收入占比为 57.3%、36.3%、6.4%。22H1，受益于国际大型赛事活动回归，集团足球、跑步、户外产品实现较好增长。

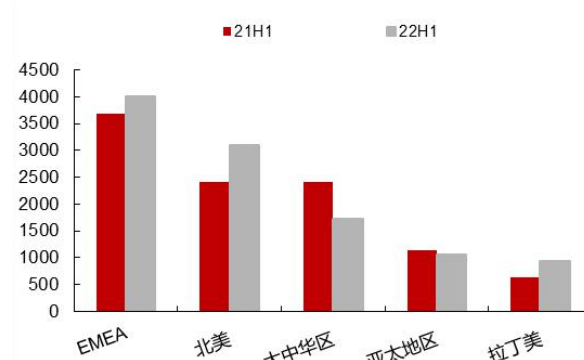
分地区看，22Q2，EMEA、北美、大中华区、亚太地区、拉丁美分别增长 8.8%、36.6%、-28.3%、3.4%、47.7%至 20.79、17.06、7.19、5.50、5.14 亿欧元，收入占比为 37.3%、30.6%、12.9%、9.9%、9.2%，2 季度亚太地区由于中国疫情封控影响，销售额同比下滑，但亚太地区其它国家实现强劲增长。22H1，EMEA、北美、大中华区、亚太地区、拉丁美分别增长 9.1%、29.2%、-28.4%、-7.0%、44.7%至 40.14、31.08、17.23、10.56、9.33 亿欧元，收入占比为 36.8%、28.5%、15.8%、9.7%、8.6%。

图 5：阿迪达斯各类产品营业收入（百万欧元）



资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所

图 6：阿迪达斯各地区营业收入（百万欧元）



资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所

## 2. 本周行情回顾

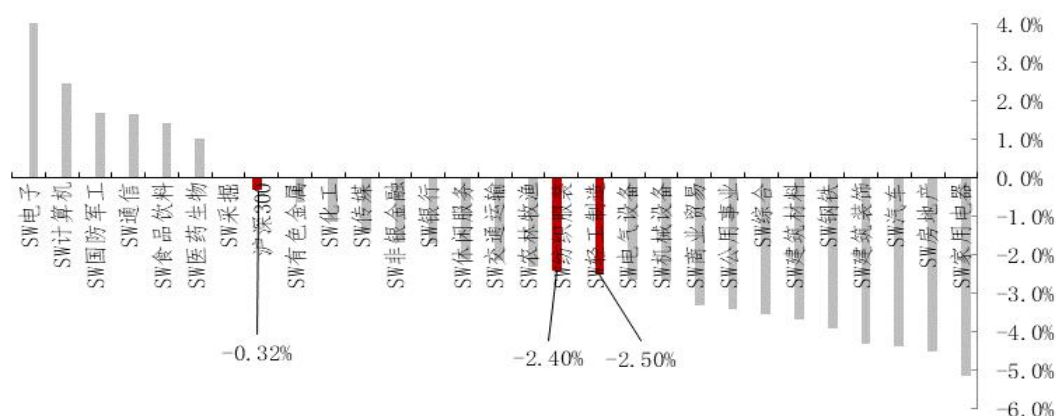
### 2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块下跌 2.40%，SW 轻工制造板块下跌 2.50%，沪深 300 下跌 0.32%，纺织服饰板块跑输大盘 2.09pct，SW 轻工制造板块跑输大盘 2.18pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造下跌 2.78%，SW 服装家纺下跌 2.27%，SW 饰品下跌 2.09%。

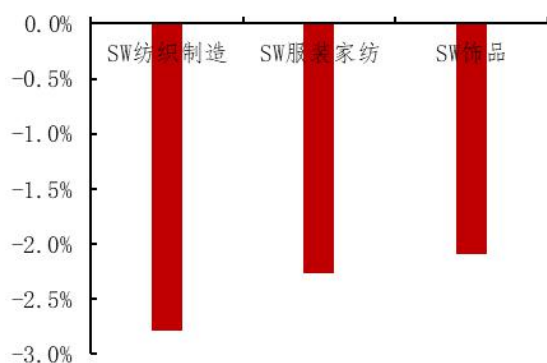
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 3.05%，SW 文娱用品上涨 2.38%，SW 家居用品下跌 3.68%，SW 包装印刷下跌 2.53%。

图 7：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



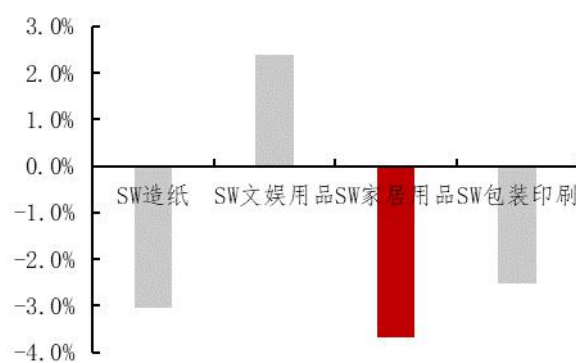
资料来源：Wind，山西证券研究所

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



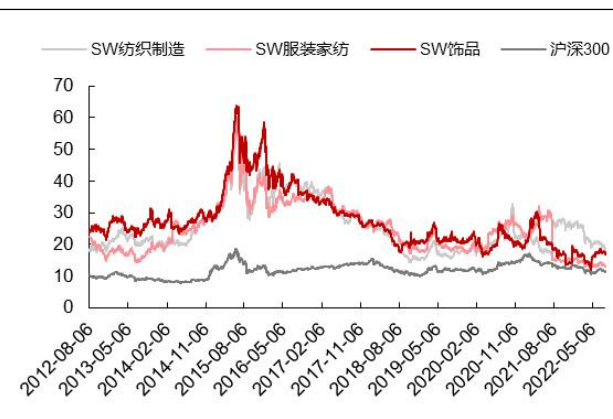
资料来源：Wind，山西证券研究所

## 2.2 板块估值

截至 8 月 5 日，SW 纺织制造整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 18.59 倍，为近十年的 22.00% 分位；SW 服装家纺的 PE 为 13.11 倍，为近十年的 0.23% 分位；SW 饰品的 PE 为 17.48 倍，为近十年的 14.77% 分位。

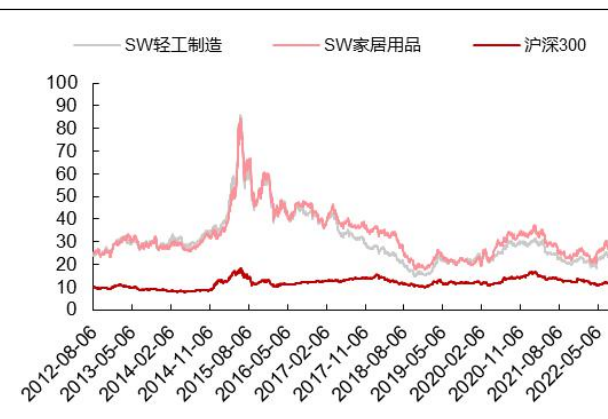
截至 8 月 5 日，SW 家居用品的 PE 为 26.04 倍，为近十年的 23.36% 分位。

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（+33.13%）、比音勒芬（+7.57%）、嘉欣丝绸（+7.48%）、ST 摩登（+6.64%）、梦洁股份（+3.86%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：欣贺股份（-11.99%）、朗姿股份（-11.04%）、龙头股份（-11.01%）、慕思股份（-8.13%）、ST 柏龙（-7.86%）。

表 1：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 | 33.13    | 13.10    |
| 002832.SZ | 比音勒芬   | 7.57     | 23.01    |
| 002404.SZ | 嘉欣丝绸   | 7.48     | 6.61     |
| 002656.SZ | ST 摩登  | 6.64     | 2.73     |
| 002397.SZ | 梦洁股份   | 3.86     | 4.84     |

资料来源：Wind，山西证券研究所

表 2：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） |
|-----------|------|----------|----------|
| 003016.SZ | 欣贺股份 | -11.99   | 8.22     |

| 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  | -11.04    | 29.10     |
| 600630.SH | 龙头股份  | -11.01    | 6.14      |
| 001323.SZ | 慕思股份  | -8.13     | 38.78     |
| 002776.SZ | ST 柏龙 | -7.86     | 2.58      |

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:皮阿诺(+14.25%)、爱丽家居(+5.83%)、华瓷股份(+5.44%)、菲林格尔(+2.15%)、德力股份(+1.06%);本周跌幅前 5 的公司分别为:悦心健康(-8.93%)、嘉益股份(-8.42%)、永安林业 (-8.16%)、哈尔斯 (-7.69%)、雅艺科技 (-7.62%)。

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) |
|-----------|------|-----------|-----------|
| 002853.SZ | 皮阿诺  | 14.25     | 14.67     |
| 603221.SH | 爱丽家居 | 5.83      | 8.71      |
| 001216.SZ | 华瓷股份 | 5.44      | 14.74     |
| 603226.SH | 菲林格尔 | 2.15      | 5.23      |
| 002571.SZ | 德力股份 | 1.06      | 7.62      |

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) |
|-----------|------|-----------|-----------|
| 002162.SZ | 悦心健康 | -8.93     | 4.18      |
| 301004.SZ | 嘉益股份 | -8.42     | 28.82     |
| 000663.SZ | 永安林业 | -8.16     | 9.00      |
| 002615.SZ | 哈尔斯  | -7.69     | 6.84      |
| 301113.SZ | 雅艺科技 | -7.62     | 34.94     |

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 8 月 5 日,中国棉花 328 价格指数为 15688 元/吨,环比下降 0.8%,截至 7 月 29 日,CotlookA 指数(1%关税)收盘价为 21569 元/吨,环比上涨 0.5%。

2)金价:截至 8 月 5 日,上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 390.19 元/克,环比上涨 1.6%。

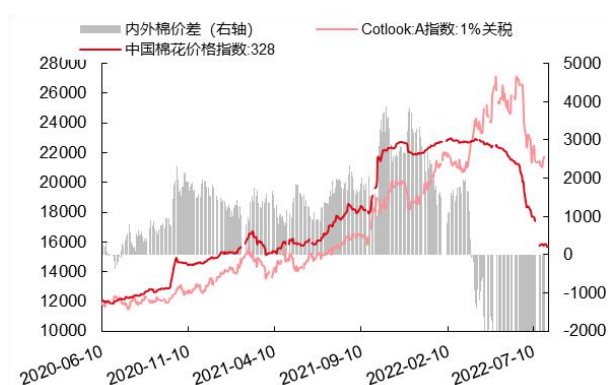
##### ✚ 家居用品原材料:

- 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8月5日, 华东地区 TDI 主流价格为 15300 元/吨, 华东地区纯 MDI 主流价格为 19000 元/吨, TDI、MDI 价格环比分别下跌 100 元/吨、下跌 1000 元/吨。

汇率: 截至8月5日, 美元兑人民币(中间价)为 6.7405, 环比下跌 0.05%。

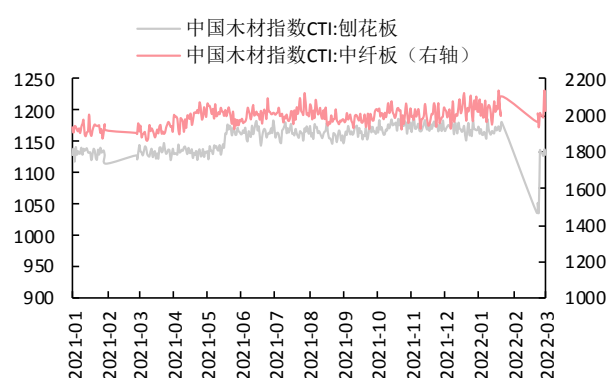
中国出口集装箱运价指数(CCFI): 截至8月5日, CCFI 综合指数为 3163.45, 同比增长 5.2%, 环比下降 0.8%。

图 12: 棉花价格(元/吨)



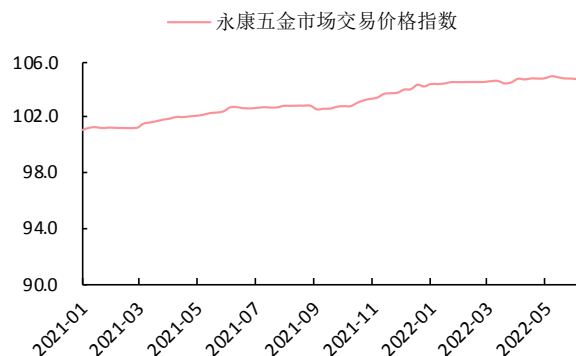
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 13: 中纤板、刨花板价格走势



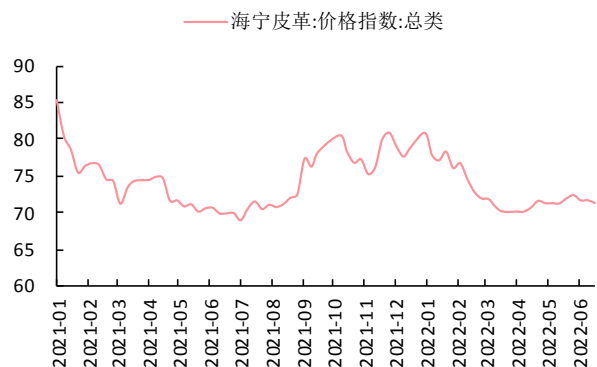
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 14: 五金价格走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

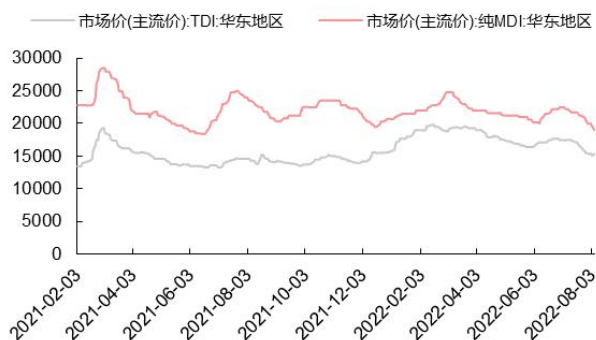
图 15: 皮革价格走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

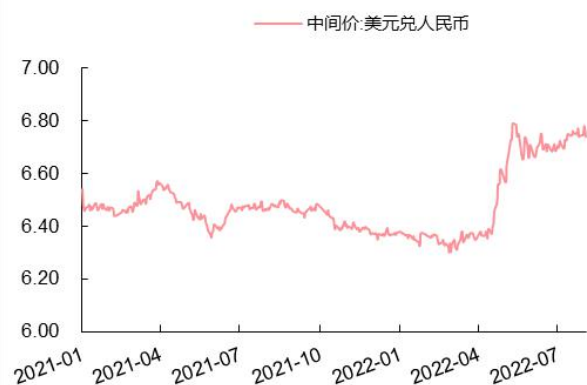
图 16: 海绵原材料价格走势

图 17: 金价走势

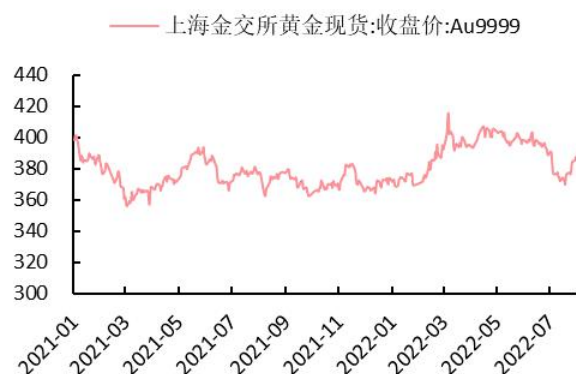


资料来源: Wind, 山西证券研究所

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

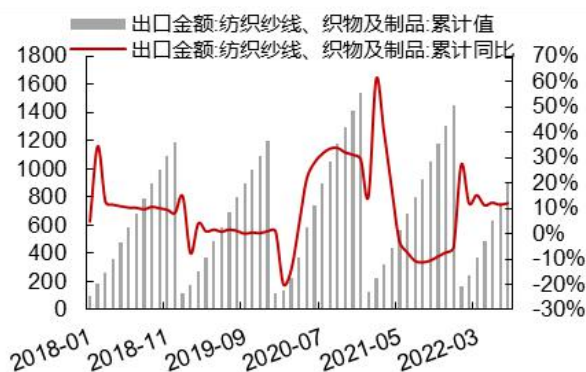
纺织品服装: 22 年 7 月纺织品服装出口 328.64 亿美元, 同比增长 16.27%, 今年 1-7 月, 纺织品服装累计出口 1893.54 亿美元, 同比增长 12.5%。其中, 22 年 7 月纺织品出口 134.77 亿美元, 同比增长 15.4%, 1-7 月纺织品出口 897.96 亿美元, 同比增长 11.9%。22 年 7 月服装出口 193.87 亿美元, 同比增长 16.8%, 1-7 月服装出口 995.58 亿美元, 同比增长 12.9%。

家具及其附件: 22 年 7 月家具及其附件出口 59.17 亿美元, 同比下降 2.1%, 今年 1-7 月, 家具及其附件累计出口 411.03 亿美元, 同比增长 0.4%。

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：家具及其附件当月值（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

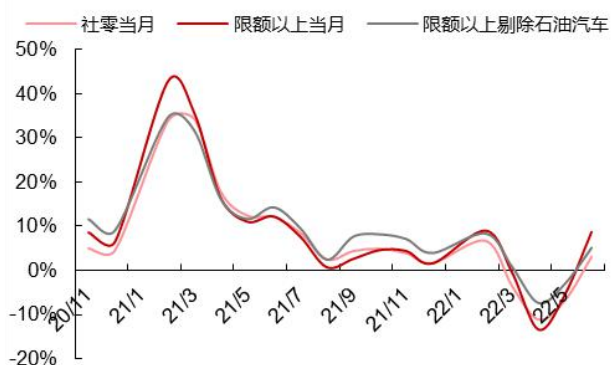
22年6月，国内实现社零总额3.87万亿元/+3.1%，由负转正，表现优于Wind市场一致预期（-0.50%）。

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。

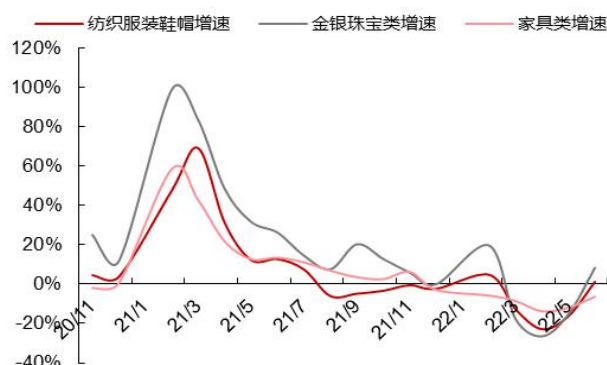
分品类看，6月限上纺织服装、金银珠宝、家具同比分别增长1.2%、增长8.1%、下滑6.6%，纺织服装和金银珠宝增速由负转正，家具降幅收窄。

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



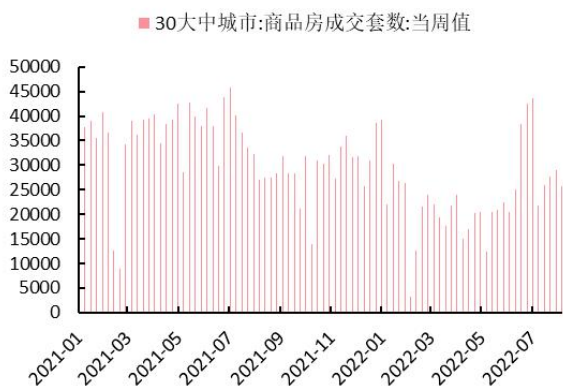
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

## 2.4 房地产数据

本周(7.31-8.6日), 30 大中城市商品房成交 25686 套、成交面积 279.09 万平方米, 环比分别下降 11.7%、13.8%。

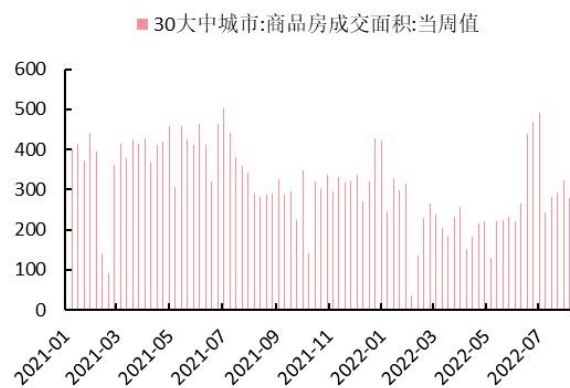
22 年 6 月, 住宅新开工面积、销售面积、竣工面积分别为 11017.69、15154.40、3808.27 万平方米, 同比下降 44.9%、21.8%、40.3%。新开工、竣工数据单月降幅扩大, 销售数据环比改善。

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

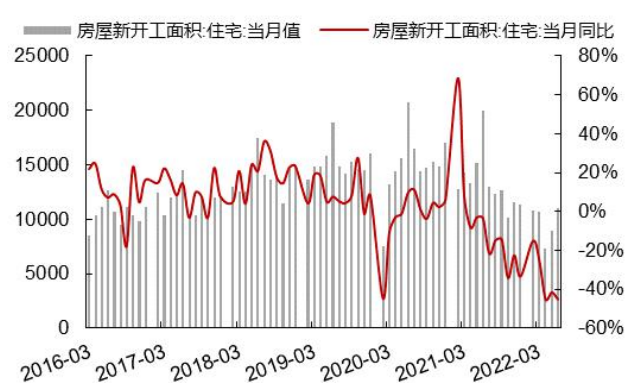


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



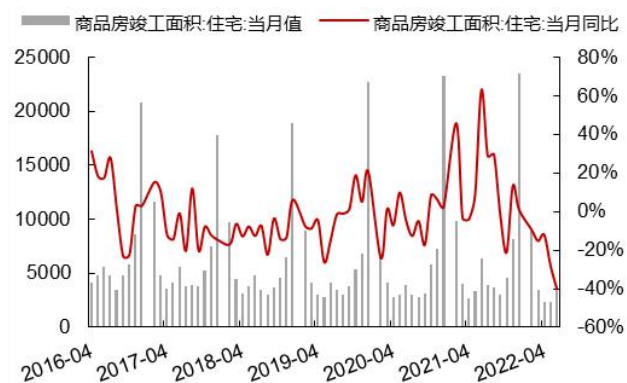
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

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 李宁品牌与中国中学生体育协会达成十年战略合作

【来源：李宁微信公众号 2022-08-01】

8月1日，中国中学生体育协会与李宁（中国）体育用品有限公司篮球战略合作发布会在北京李宁中心举行，双方正式宣布就中国中小学生校园篮球展开十年战略合作。

李宁品牌将成为中国初中篮球联赛、中国中学生篮球锦标赛初中组别的战略合作伙伴及唯一指定运动装备赞助商，并与中国中学生篮球队进行合作，为青少年球员及教练员们提供专业的篮球运动装备。同时，李宁品牌也将成为中国小学生篮球联赛独家运营推广商与唯一运动装备赞助商。除此之外，双方还将会在校园体育赛事、培训及校园体育教育，公益活动等领域建立长期战略合作关系，搭建校园体育的成长平台，进一步推动校园体育事业健康发展。

**十年携手，推动校园篮球赛事高水平发展。**教育部学生体育协会联合秘书处秘书长刘立新先生表示，期待此次与李宁品牌的战略合作，能够为校园篮球运动发展，为教育强国、体育强国和健康中国的建设做出更大的贡献。李宁集团执行董事兼联席 CEO 钱炜先生谈到，李宁品牌长期致力于推动中国青少年体育事业发展，此次战略合作，将为篮球青少年们提供更好的运动体验和赛事体验，助力球员们发现篮球天赋，实现篮球梦想。李宁集团董事长特别助理、品牌项目管理中心总经理张向都先生谈及李宁品牌如何赋能校园篮球时表示，李宁品牌将利用品牌的影响力、李宁篮球赛事和运动资源、李宁篮球学院的培训资源及赛事资源、零售渠道资源等，全力支持校园篮球的发展。李宁篮球鞋首席设计师孙明旭表示，将根据中国青少年身体发育特点及篮球运动属性，匹配李宁集团顶级鞋服科技平台，打造适合青少年的专业产品体系，为中国青少年提供顶级篮球产品体验。

**深度合作，共启中国小学生篮球联赛元年。**此次双方的深度合作，李宁品牌除为中国小学生篮球联赛参赛球员打造联赛专属篮球装备之外，还将成为中国小学生篮球联赛的独家运营推广商，获得赛事独家商业开发权和运营权，进行赛事运营、商业开发及赛事宣传。随着现场启动环节的开展，中国小学校园篮球的新篇章正式开启，中国小学生篮球联赛的元年正式到来。

**现场签约，李宁品牌成为中国中学生篮球队运动装备独家赞助商。**发布会上，李宁和中国中学生体育协会正式签约，成为中国中学生篮球队运动装备独家赞助商，为球员打造中国中学生篮球队专属篮球装备。

### 4.2 7月二手房成交量同比转正

【来源：贝壳研究院 2022-08-01】

贝壳研究院监测数据显示，7月二手房市场保持修复，成交量环比稳中有升，同比自去年年中以来首次止降转增。

#### 具体表现在：

贝壳研究院数据显示，7月贝壳50城二手房成交量指数为40，较上月微升。50城中东莞、廊坊、北京、上海、天津等近五成城市二手房成交量指数较上月增长。与去年同期相比，7月贝壳50城二手房成交量指数较去年同期的39提高，是自去年5月以来首次超过去年同期。其中宁波、太原、郑州、南京、苏州等超六成城市本月成交量指数超过去年同期。7月二手房成交量稳中有增有以下几方面原因：

#### 低利率低首付从实质上降低了购房成本

7月以来贝壳研究院监测的重点103城市主流房贷利率再创2019年以来新低，其中超七成的城市首套、二套房贷利率均已降至下限，同时银行放款速度也加快。此外103城中包括武汉、南昌、长春、哈尔滨等省会城市在内的49个城市执行首套商贷最低20%的首付。

#### 楼市支持政策加码，效果持续释放

据不完全统计，7月以来已有约70个城市出台稳楼市举措，包括放松限购、加大公积金贷款支持、发放契税补贴、购房补贴、消费券等。政策效果持续释放，如东莞7月初取消外围区域限购，购房门槛降低后住房需求快速释放，7月二手房成交量环比增长超九成，约是去年同期的3倍，绝对水平创去年2月以来最高。

#### 疫情得到有效控制利于恢复楼市交易

二季度疫情过后上海、北京、天津等购房需求补偿性释放，7月二手房成交量环比增速均在30%以上。廊坊在5月疫情得到控制后，交通通勤恢复，近3个月廊坊二手房成交量保持环比增长，7月环比增长超过60%，绝对水平超过去年同期高点。

虽然交易量在修复，但市场预期较弱，房价仍环比下跌。贝壳研究院数据显示，7月贝壳50城二手房景气指数较上月下降，说明业主预期仍偏弱。受此影响，7月贝壳50城二手房价格指数环比下跌0.7%，跌幅较上月略有扩大。北京、上海、杭州、成都等城市房价小幅上涨，沈阳、郑州、中山、南通等城市房价仍然在下跌。

总的来说，当前市场保持修复但修复力度较弱、速度较慢，后期市场的修复需要政策的持续支持。7月28日的中共中央政治局会议强调“稳定房地产市场”，房住不炒定位下用好用足政策工具箱，并将“保交楼”首次写入中央政治局会议文件。在这种背景下，下半年需求端的政策支持会继续加码，除了限购、限贷、限售等降低购房门槛、降低购房成本外，发放契税补贴、住房补贴、消费券等促进住房消费的力度也有加大的空间；后期也更会侧重供给端的政策支持，例如预售资金监管的优化，房企纾困政策的落地性和可操

作性也会提高。新房项目有序建设、交房，重建市场信心，是房地产市场恢复平稳健康的关键。

### 4.3 黄金需求趋势|中国 2022 年第二季度市场概况

【来源：世界黄金协会 2022-07-28】

二季度中国市场金饰需求总计 103 吨，同比下降 29%。二季度本就是金饰消费的传统淡季，因为疫情原因，再加上居民可支配收入增速显著降低，不确定性大大降低了人们的消费意愿，诸多因素叠加，导致二季度的金饰消费雪上加霜。受此拖累，中国上半年金饰消费量仅为 281 吨，与 2021 年相比下降 17%。不过，这一数字仍远高于 2020 年上半年的水平。虽然疫情反扑势猛，但中国金饰市场的结构性变动基本延续此前趋势。金饰市场整体疲软，但古法金饰品仍占据主导地位。在国潮持续火爆的背景下，富有传统文化气息的古法金产品依然保持着对年轻消费者的强烈吸引力。年轻消费者对定价透明度的要求不断提高，推动重量在 5 克至 10 克之间的金饰产品更受欢迎，这是因为 5 克以下的金饰产品通常“按件计价”。此外，年轻消费者购买力有限，大多只能关注 10 克以下的金饰。

硬足金市场份额进一步下滑。首先，随着市场趋于饱和，市场竞争日益激烈，进一步挤压零售商利润率，降低了零售商原先对硬足金产品进行促销和囤积的兴趣。此外，从“按件”计价（硬足金产品的主要定价模式）向“按克”定价的转变，加之消费者对定价透明度的要求，也导致硬足金产品销售近几个季度以来承受压力。

新冠疫情卷土重来，并没有阻碍主要品牌在 2022 年的扩张步伐。例如，今年前两个季度，周大福在中国大陆的销售网点（POS）分别净增加 267 个和 338 个，且新增销售点主要集中于低线城市。这些措施有助于挖掘低线城市的金饰消费潜力，提高金饰行业的韧性，也令行业的集中度进一步提升。

二季度中国的黄金投资需求减弱。受到疫情影响，二季度金条和金币销售同比下降 35%。上半年中国金条和金币总需求量仅为 87 吨，相比去年同期减少 40%。二季度中国黄金 ETF 总持仓量进一步下降，截至 6 月底仅为 57 吨。今年上半年，由于人民币金价上涨，部分买家获利离场，同时资本市场趋于稳定回暖，导致中国黄金 ETF 流出 18.3 吨。

展望 2022 年第三和第四季度，金饰需求进入旺季，环比将略有回升，但同比预计仍可能出现双位数的下降。疫情反复带来的不确定性，加之国内经济的压力，可能对金饰需求产生负面影响。乐观的一面是，政府陆续出台各项消费刺激措施，鼓励居民消费。与此同时，如果疫情能够得到有效管控，此前受到压制的结婚金饰需求有望爆发，或为金饰消费提供额外助力。投资方面，受经济复苏和季节性因素的推动，以及金价表现，我们认为在 2022 年余下的时间内，金条和金币需求有可能出现环比上升，但环比反弹可能不足以抵消整体的同比下滑。而人民币金价的坚挺和对冲经济下行风险的需求，则有可能为投资需求增长

提供额外助力。

## 5. 重点公司公告

### 【曼卡龙】2022 年半年度报告

[2022-08-05] 曼卡龙珠宝作为中国珠宝行业的区域性强势品牌之一，战略目标为从区域性品牌提升为全国品牌，成为中国轻奢时尚珠宝的领跑者。公司坚定“每一天的珠宝”的品牌定位，创造生活化的珠宝，专注年轻、时尚的轻奢珠宝市场，以“快速推出新品、快速迭代”的“快时尚”方式满足年轻消费者对于时尚珠宝的需求。报告期，公司紧紧围绕整体战略部署，用数据驱动经营和管理，以“品牌、产品、运营管理”为核心，虽受疫情阶段性影响，仍通过提升公司产品力以及精准营销推广，在深耕线下业务的同时，线上业务得以大幅提升。2022H1，公司实现营业收入 7.03 亿元，较上年同期增长 11.68%；实现归属上市公司股东的净利润 3,573.55 万元，同比下降 19.43%，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 3,420.42 万元，同比下降 18.59%。

### 【欧派家居】公开发行可转换公司债券发行公告

[2022-08-03]公司拟发行可转债募集资金总额 20 亿元，用于欧派家居智能制造（武汉）项目，用于满足公司提升产品产能、满足客户及时交付的需要。该项目将以工业 4.0 为基础，稳步打造欧派智能制造体系中最先进的、集智能化与数字化为一体的现代化定制家居 AI 智能工厂集群。

### 【李宁】董事会会议日期

[2022-08-01] 公司将于 2022 年 8 月 11 日举行董事会会议，批准发布截至 2022 年 6 月 30 日止六个月的中期业绩公告，以及考虑宣派中期股息（如适用）。

### 【好莱客】广州好莱客创意家居股份有限公司关于全资子公司签订国有建设用地使用权出让合同的公告

[2022-08-02] 好莱客全资子公司湖北好莱客竞得编号 P（2021）39 地块的国有建设用地使用权，并已与汉川市自然资源和规划局签订《国有建设用地使用权出让合同》。该地面积 152,818.70 平方米，出让价款为人民币 4021 万元。该地拟投入建设“好莱客（湖北）定制家居工业 4.0 制造基地项目”。该项目总投资约 20 亿元，项目竣工满产后，预计年生产衣柜 1000 万平方米，厨柜 10 万套，木门 40 万樘。

## 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

