

纺织服装

行业周报（20221204-20221210） 同步大市-A(维持)

11月纺织服装出口延续承压，Lululemon FY22Q3 营收同增 28%

2022年12月11日

行业研究/行业周报

纺织服装行业近一年市场表现



来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】地产“第三支箭”落地，家居板块估值及基本面修复可期-纺织服装家居行业周报 2022.12.5

【山证纺织服装】周大福 FY23H1 中国内地营收增长 6%，美国服装家纺零售预期走弱-纺织服装家居行业周报 2022.11.28

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

➤ 本周观察：美国防疫政策变化与服装、家居需求疫后复苏节奏

根据反映疫情管控限制程度的严格指数，将美国防疫政策变化分为以下三个阶段：1) 2020年3月-2021年3月，严格指数在60以上，美国防疫政策以严格管控为主；2) 2021年4月-2022年2月，严格指数在45以上，美国防疫政策逐步放松；3) 2022年3月-至今，白宫发布与新冠病毒共存的“新常态”计划，美国防疫政策全面放开。从服装、运动商品、家具消费较2019年同期变化来看，三者均恢复至疫情前水平，但复苏节奏有所不同。2020年4月服装、运动商品、家具销售额同比分别下降87.27%、44.74%、60.44%，之后运动商品率先恢复，在美国防疫政策仍以严格管控为主的阶段，2020年6月运动商品销售额同比增长21.25%，此后持续超过疫情前水平。家具消费2020年8月恢复正增长，月度销售额同比增长5.0%，此后同样持续超过疫情前水平。服装消费恢复较慢，2020年5月开始降幅有所收窄，但2020年11月降幅再度扩大，直至美国防疫政策逐步放松后，于2021年3月恢复至疫情前水平，月度销售额较2019年同期增长6.44%。全面放开后，受到通胀及房地产市场影响，消费需求表现不佳。从服装、运动商品、家具消费同比变化看，2022年3月美国防疫政策全面放开以来，受通胀压力及美国房地产市场景气下滑影响，美国CPI从2021年4月以来持续上涨，于2022年6月达到9.1%后逐月缓慢回落，美国二手房销售套数从2022年1月的649万套开始逐月下滑，2022年10月为443万套。因此进入2022年，虽然防疫政策全面放松，但以上品类消费表现均较为不佳，月度销售额同比增速基本为低单位数，2022年10月，服装、运动商品、家具销售额同比增速分别为3.1%、0.4%、2.5%。

➤ 行业动态：深圳盐田区与周大福签署战略合作协议；我国家装家居市场规模2025年达5万亿元；Lululemon发布FY2022Q3财报

1) 12月7日，深圳市盐田区人民政府与周大福共同签署战略合作协议，未来三年，在打造黄金珠宝智慧产业基地方面，周大福将积极整合资源，构建现代化、智能化、数字化的产业集群新形态。在打造现代时尚产业高地方面，盐田将依托周大福总部基地建设现代时尚中心，大力推动黄金珠宝产业链的高质量发展，包括打造高度自动化、智能化的生产管理和物流系统；以科技丰富黄金珠宝的消费模式，推动传统购物与直播带货等数字贸易消费融合发展，促进黄金珠宝产业向研发设计和品牌运营等价值链高端环节升级，并联动罗湖打造国际黄金珠宝消费中心，形成盐田—罗湖黄金珠宝现代时尚产业带。在吸引产业链上下游在盐田区集聚发展方面，将通过以商招商，发挥周大福行业资源优势，引进符合盐田产业发展导



向的产业链上下游优质企业和项目，构建全球珠宝生态圈。

- 2) 贝壳研究院数据显示，我国家装家居市场总体规模在 2025 年达到 5 万亿元左右，在 2030 年达到 7 万亿元左右，年均增长率超过 6%。其中，分城市等级看，三线城市家装家居市场规模最大，2025 年三线家装家居市场规模为 1.23 万亿元，占当年家装家居总市场规模的四分之一；存量房装修成为家装家居市场的主要需求来源，且其占市场总规模的比重将持续提高，存量房装修市场规模 2025 年有望达到 3.34 万亿元。
- 3) 12 月 9 日，lululemon 发布了 2022 财年第三季度财报。在第三季度，公司净营收与去年同期相比增长 28%，达 19 亿美元，三年复合增长率达 27%。公司在全球范围内持续保持强劲的增长势头，其中北美业务净营收增长 26%，国际业务净营收增长 41%。2022 财年第三季度，lululemon 在产品创新、客人体验和市場拓展三大战略支柱方面均取得了出色表现：推动核心产品系列的创新，如 Wunder Puff 羽绒外套系列等；通过社区活动和全新会员项目，增强客人与社区的联结；第三季度增开 23 家门店，包括西班牙首店，至第三季度末在全球范围内拥有 623 家门店。在 2022 财年第三季度，lululemon 在中国大陆市场持续表现出色。尽管面临外部环境的挑战，公司在线上线下渠道均取得稳定增长，中国大陆市场营收三年复合增长率接近 70%。

➤ **行情回顾（2022.12.05-2022.12.09）**

本周纺织服饰板块跑输大盘、家居用品板块跑赢大盘：本周，SW 纺织服饰板块上涨 1.88%，SW 轻工制造板块上涨 1.92%，沪深 300 上涨 3.29%，SW 纺织服饰板块跑输大盘 1.4pct，SW 轻工制造板块跑输大盘 1.4pct。各子板块中，SW 纺织制造上涨 2.41%，SW 服装家纺上涨 1.51%，SW 饰品上涨 1.99%，SW 家居用品上涨 6.12%。截至 12 月 9 日，SW 纺织制造整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 18.44 倍，为近十年的 23.14%分位；SW 服装家纺的 PE 为 16.59 倍，为近十年的 10.70%分位；SW 饰品的 PE 为 18.81 倍，为近十年的 25.47%分位；SW 家居用品的 PE 为 24.29 倍，为近十年的 14.41%分位。

➤ **投资建议：**

纺织服饰板块，纺织制造方面，11 月我国纺织品出口同比下降 14.8%，服装出口同比下降 14.7%，纺织服装月度出口降幅持续较大，外需压力仍存。当前时点，继续跟踪海外需求恢复及国际品牌库存去化情况，但优质纺织制造龙头估值已极具吸引力，需关注低估值优质制造龙头布局机会，推荐华利集团，关注健盛集团、申洲国际。品牌服饰方面，进入 12 月，各地疫情防控政策优化落地，线下客流及消费场景有望逐步恢复，继续推荐产品处于销售旺季的波司登，另外建议优选沐浴政策暖风、需求韧性更强的运动服饰，疫后恢复弹性更高&即将进入节日销售旺季的珠宝首饰，建议关注李宁、安踏体育、特步国际、稳健医疗、周大生。

家居用品板块，本周在地产利好政策继续催化下，板块估值延续修复，在各地“保交楼”推进下，短期家居企业工程业务有望率先受益，板块估值持续修复概率大；中长期看，政策不断托底之下，与家居需求直接相关的竣工端后续边际持续改善可期，伴随各地疫情防控政策持续优化，线下渠道占比重的家居消费场景逐步修复，叠加疫情期间行业竞争格局不断优化，全品类布局、全渠道拓展的龙头家居企业增长韧性更强，有望持续受益。继续建议优选头部家居企业，积极关注喜临门、欧派家居、顾家家居、索菲亚、慕思股份、金牌厨柜、志邦家居、好太太。

➤ **风险提示：**

地产销售或不达预期；国内疫情影响品牌线下门店客流；品牌竞争加剧；原材料价格波动；汇率大幅波动。

目录

1. 本周观察：美国防疫政策变化与服装、家居需求疫后复苏节奏.....	7
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.....	11
3. 行业数据跟踪.....	12
2.1 原材料价格.....	12
2.2 出口数据.....	14
2.3 社零数据.....	15
2.4 房地产数据.....	16
4. 行业新闻.....	17
4.1 构筑千亿级现代时尚产业集群高地，盐田与周大福珠宝系企业签署战略合作协议.....	17
4.2 贝壳研究院预计我国家装家居市场规模 2025 年达到 5 万亿元.....	18
4.3 lululemon 发布 2022 年第三季度财报，净营收增长 28%，达 19 亿美元.....	19
5. 重点公司公告.....	20
6. 风险提示.....	20

图表目录

图 1：美国每百人新增确诊病例数量及严格指数变化.....	7
图 2：美国各品类销售额（季调）较 2019 年同期变化.....	8
图 3：美国各品类销售额（季调）同比变化.....	8
图 4：美国新房及二手房销售套数（单位：万套）.....	9
图 5：美国 CPI 当月同比（单位：%）.....	9

图 6: 本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	9
图 7: 本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	10
图 8: 本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	10
图 9: 本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	10
图 10: 本周 SW 轻工制各子板块估值.....	10
图 11: 棉花价格 (元/吨)	12
图 12: 中纤板、刨花板价格走势.....	12
图 13: 五金价格走势.....	13
图 14: 皮革价格走势.....	13
图 15: 海绵原材料价格走势.....	13
图 16: 金价走势 (单位: 元/克)	13
图 17: 美元兑人民币汇率走势.....	14
图 18: 中国出口集装箱运价指数.....	14
图 19: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比.....	14
图 20: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	14
图 21: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比.....	14
图 22: 家具及其零件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	14
图 23: 社零及限额以上当月.....	15
图 24: 限上纺织服装、金银珠宝、家具社零.....	15
图 25: 30 大中城市商品房成交套数.....	16
图 26: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)	16
图 27: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	16
图 28: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	16



图 29: 商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	16
图 30: 商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	16
图 31: 商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	17
图 32: 商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	17
表 1: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	11
表 2: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	11
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.....	12

1. 本周观察：美国防疫政策变化与服装、家居需求疫后复苏节奏

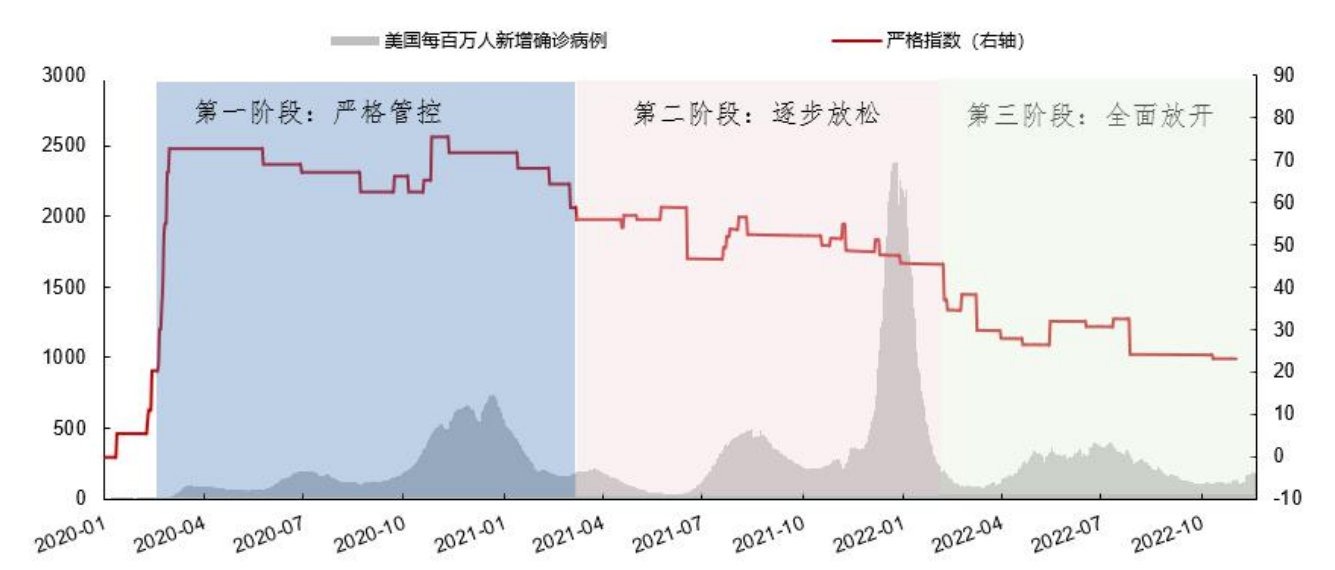
根据反映疫情管控限制程度的严格指数，将美国防疫政策变化分为以下三个阶段：

(1) 2020年3月-2021年3月，美国防疫政策以严格管控为主。严格指数在60以上，美国时任总统特朗普于3月13日宣布国家进入紧急状态，美国各州开始发布居家令。4月16日，特朗普宣布分阶段“重启”美国经济的指导方针，允许满足前提条件的各州分三阶段重启经济，并将何时取消居家令等限制措施的决定权授予各州州长；6月8日，美国五角大楼宣布取消对全球5个国家（巴林、比利时、德国、日本和英国）及美国39州的旅行禁令。2021年1月20日，美国现任总统拜登颁布《疫情防范和应对国家战略》，从联邦层面接管疫情防控，并开始重启经济。同时在此期间，美国通过了三项共计5万亿美元的财政刺激计划。

(2) 2021年4月-2022年2月，美国防疫政策逐步放松。严格指数在45以上，2021年4月2日，美国疾病控制与预防中心（CDC）发布公告，完全接种疫苗者在美国境内旅行无需进行检测和隔离。5月，各州陆续宣布对完全接种疫苗者取消口罩令，6月，纽约州等地宣布放松对商业场所的人流量和社交距离限制。10月25日，拜登签署总统令，宣布从11月8日起，取消对中国、印度和欧洲等来自33个国家的完全接种疫苗的航空旅客的旅行限制。

(3) 2022年3月-至今，美国防疫政策全面放开。2022年3月2日，白宫发布与新冠病毒共存的“新常态”计划，4月，美国疾病控制与预防中心（CDC）取消公交系统口罩禁令，6月10日，CDC表示从6月12日起，美国取消对国际游客入境前的核酸检测要求。

图1：美国每百人新增确诊病例数量及严格指数变化



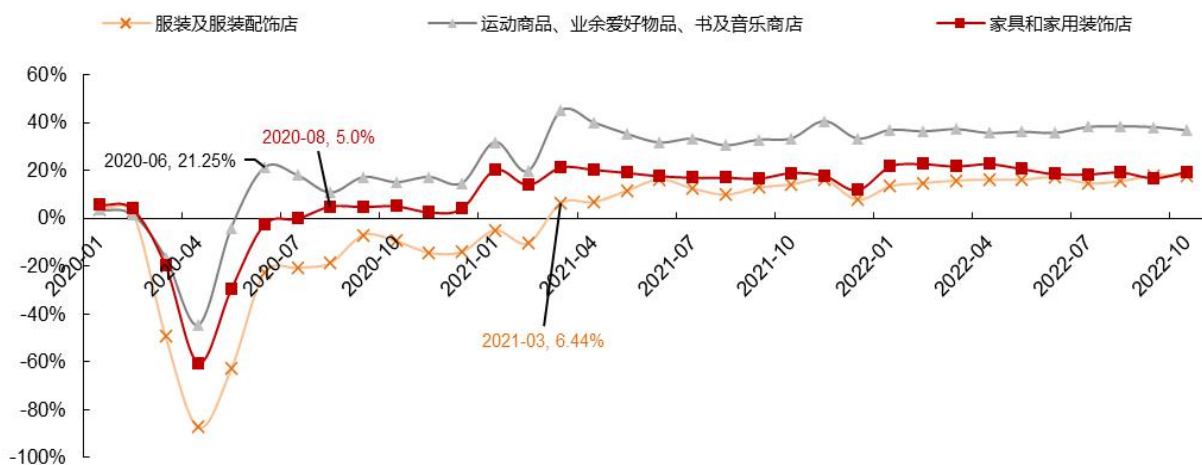
资料来源：our world in data，山西证券研究所

服装、运动商品、家具消费均恢复至疫情前水平，但复苏节奏有所不同。从服装、运动商品、家具消

费较 2019 年同期变化来看，均在疫情初次爆发时触底，2020 年 4 月服装、运动商品、家具销售额同比分别下降 87.27%、44.74%、60.44%，之后运动商品率先恢复，在美国防疫政策仍以严格管控为主的阶段，2020 年 6 月运动商品销售额同比增长 21.25%，此后持续超过疫情前水平。家具消费 2020 年 8 月恢复正增长，月度销售额同比增长 5.0%，此后同样持续超过疫情前水平。服装消费恢复较慢，2020 年 5 月开始降幅有所收窄，但 2020 年 11 月降幅再度扩大，直至美国防疫政策逐步放松后，于 2021 年 3 月恢复至疫情前水平，月度销售额较 2019 年同期增长 6.44%。

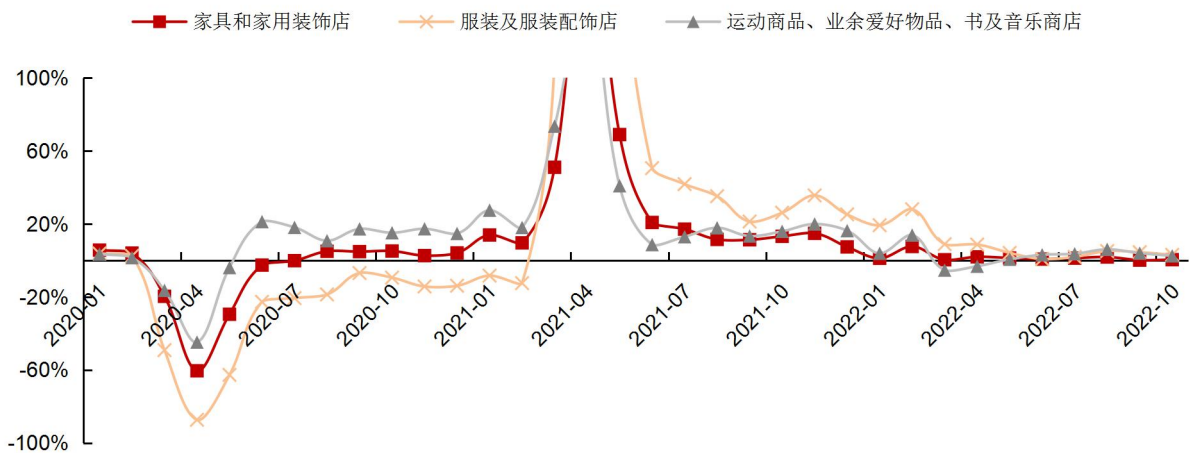
全面放开后，受到通胀及房地产市场影响，消费需求表现不佳。从服装、运动商品、家具消费同比变化看，2022 年 3 月美国防疫政策全面放开以来，受通胀压力及美国房地产市场景气下滑影响，美国 CPI 从 2021 年 4 月以来持续上涨，于 2022 年 6 月达到 9.1%后逐月缓慢回落，美国二手房销售套数从 2022 年 1 月的 649 万套开始逐月下滑，2022 年 10 月为 443 万套。因此进入 2022 年，虽然防疫政策全面放松，但以上品类消费表现均较为不佳，月度销售额同比增速基本为低单位数，2022 年 10 月，服装、运动商品、家具销售额同比增速分别为 3.1%、0.4%、2.5%。

图 2：美国各品类销售额（季调）较 2019 年同期变化



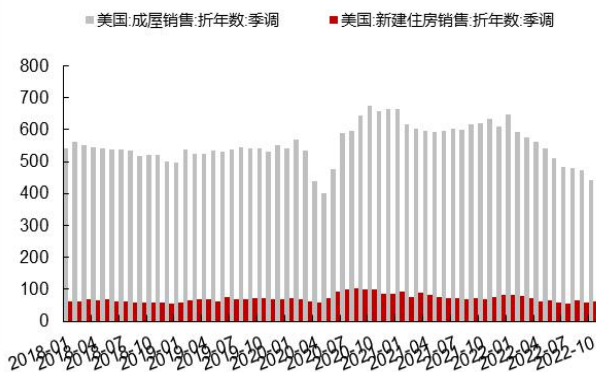
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 3：美国各品类销售额（季调）同比变化



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 4：美国新房及二手房销售套数（单位：万套）



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 5：美国 CPI 当月同比（单位：%）



资料来源：Wind，山西证券研究所

2. 本周行情回顾

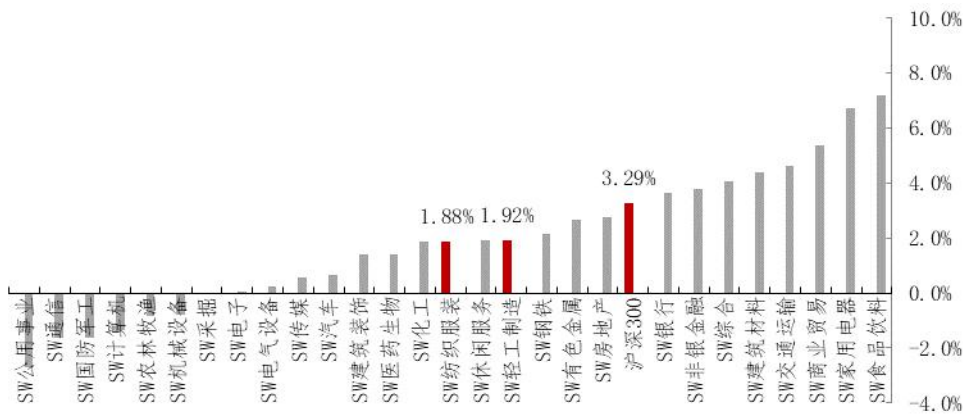
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块上涨 1.88%，SW 轻工制造板块上涨 1.92%，沪深 300 上涨 3.29%，SW 纺织服饰板块跑输大盘 1.4pct，SW 轻工制造板块跑输大盘 1.4pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造上涨 2.41%，SW 服装家纺上涨 1.51%，SW 饰品上涨 1.99%。

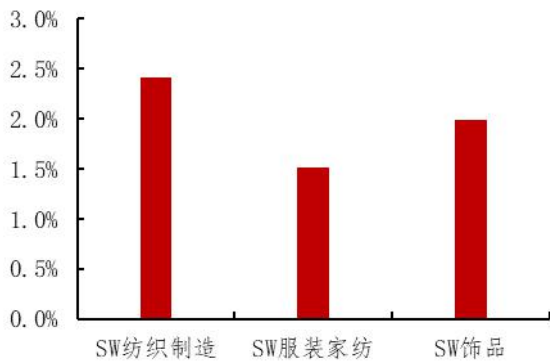
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 0.64%，SW 文娱用品上涨 0.38%，SW 家居用品上涨 6.12%，SW 包装印刷下跌 0.83%。

图 6：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



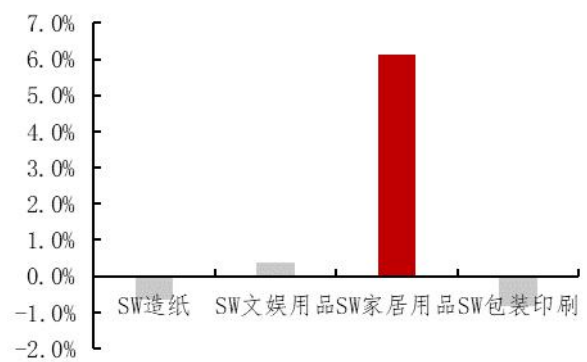
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 7: 本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 8: 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 12 月 9 日, SW 纺织制造整体法(TTM, 剔除负值)计算的行业 PE 为 18.44 倍, 为近十年的 23.14% 分位; SW 服装家纺的 PE 为 16.59 倍, 为近十年的 10.70% 分位; SW 饰品的 PE 为 18.81 倍, 为近十年的 25.47% 分位。

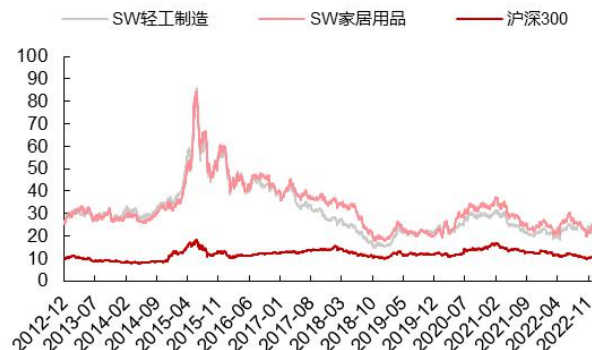
截至 12 月 9 日, SW 家居用品的 PE 为 24.29 倍, 为近十年的 14.41% 分位。

图 9: 本周 SW 纺织服装各子板块估值

图 10: 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

SW 纺织服装板块：本周涨幅前 5 的公司分别为：如意集团（+41.15%）、浔兴股份（+23.45%）、ST 柏龙（+19.59%）、迪阿股份（+14.6%）、朗姿股份（+11.2%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：乔治白（-6.68%）、*ST 中潜（-6.28%）、华生科技（-5.58%）、众望布艺（-5.3%）、*ST 金洲（-5.08%）。

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)
002193.SZ	如意集团	41.15	10.05
002098.SZ	浔兴股份	23.45	7.37
002776.SZ	ST 柏龙	19.59	3.54
301177.SZ	迪阿股份	14.60	56.68
002612.SZ	朗姿股份	11.20	26.50

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)
002687.SZ	乔治白	-6.68	4.61
300526.SZ	*ST 中潜	-6.28	12.38
605180.SH	华生科技	-5.58	16.40
605003.SH	众望布艺	-5.30	20.38
000587.SZ	*ST 金洲	-5.08	1.12

资料来源：Wind，山西证券研究所

SW 家居用品板块：本周涨幅前 5 的公司分别为：顾家家居（+21.87%）、蒙娜丽莎（+15.75%）、江山欧派（+14.28%）、索菲亚（+12.01%）、王力安防（+10.11%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：玉马遮阳（-4.13%）、德艺文创（-4.11%）、嘉益股份（-3.65%）、山东华鹏（-3.62%）、亚振家居（-3.59%）。

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)
603816.SH	顾家家居	21.87	45.80
002918.SZ	蒙娜丽莎	15.75	20.95
603208.SH	江山欧派	14.28	68.33
002572.SZ	索菲亚	12.01	19.21
605268.SH	王力安防	10.11	10.13

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)
300993.SZ	玉马遮阳	-4.13	14.62
300640.SZ	德艺文创	-4.11	6.06
301004.SZ	嘉益股份	-3.65	31.17
603021.SH	山东华鹏	-3.62	6.12
603389.SH	亚振家居	-3.59	5.64

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 12 月 9 日, 中国棉花 328 价格指数为 14915 元/吨, 环比下跌 0.2%, 截至 12 月 8 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 17269 元/吨, 环比下跌 2.8%。

2) 金价: 截至 12 月 9 日, 上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 404.72 元/克, 环比下跌 1.3%。

✚ 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 11 月 18 日, 海宁皮革:价格指数:总类为 72.42。

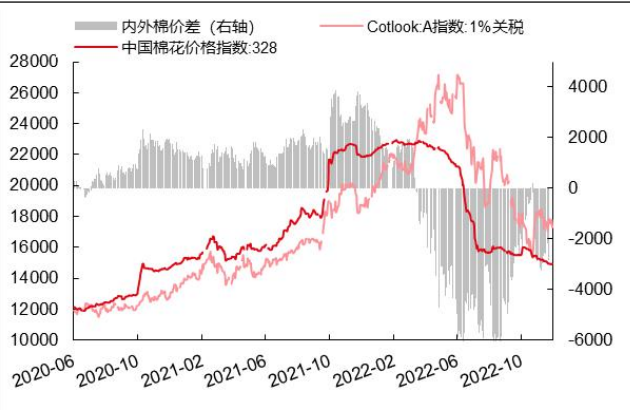
4) 海绵: 截至 12 月 8 日, 华东地区 TDI 主流价格为 16900 元/吨, 截至 12 月 8 日, 华东地区纯 MDI 主流价格为 16700 元/吨, TDI、MDI 价格环比分别下跌 200、600 元/吨。

✚ 汇率: 截至 12 月 9 日, 美元兑人民币 (中间价) 为 6.9588, 环比下跌 1.35%。

✚ 中国出口集装箱运价指数 (CCFI): 截至 12 月 9 日, CCFI 综合指数为 1410.11, 同比下降 55.9%, 环比下降 3.7%。

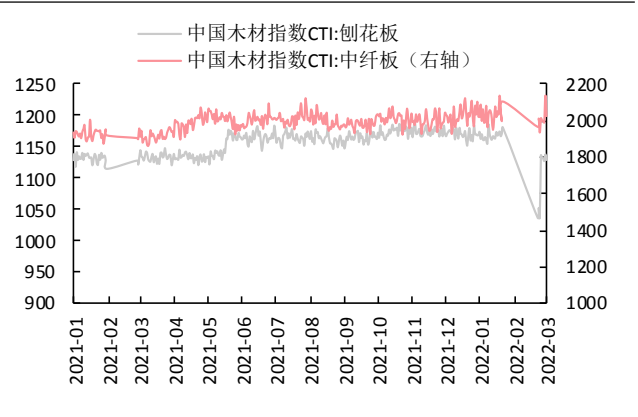
图 11: 棉花价格 (元/吨)

图 12: 中纤板、刨花板价格走势



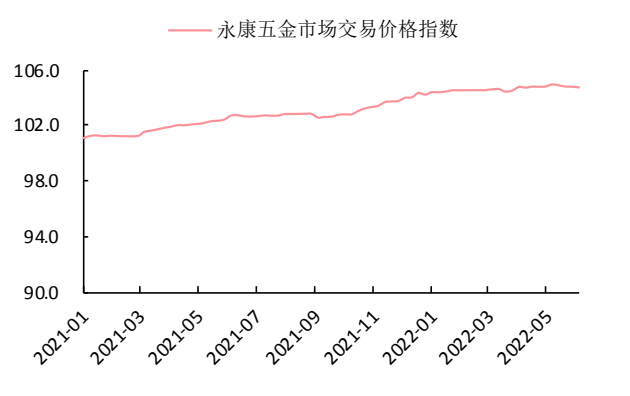
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 13: 五金价格走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 14: 皮革价格走势



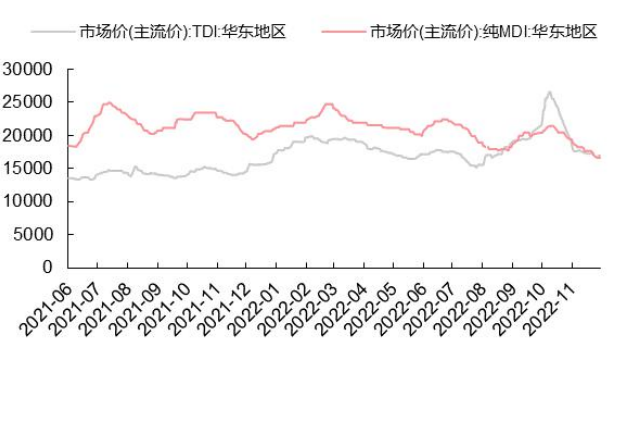
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 15: 海绵原材料价格走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 16: 金价走势 (单位: 元/克)

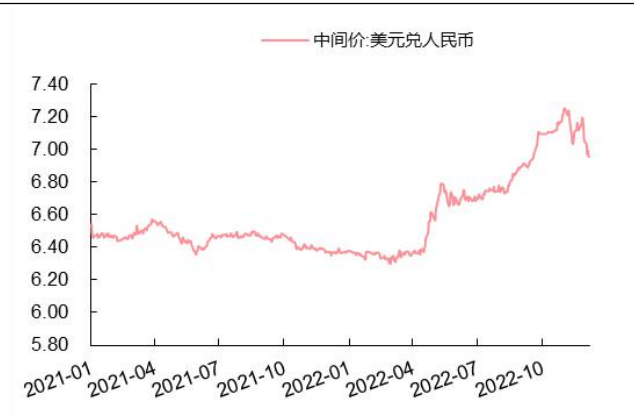


资料来源: Wind, 山西证券研究所



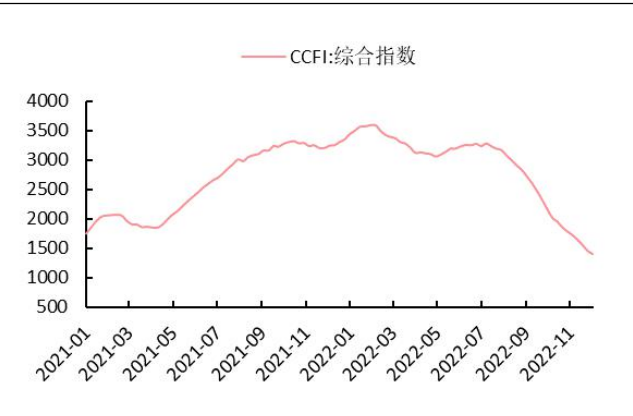
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 17: 美元兑人民币汇率走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 18: 中国出口集装箱运价指数



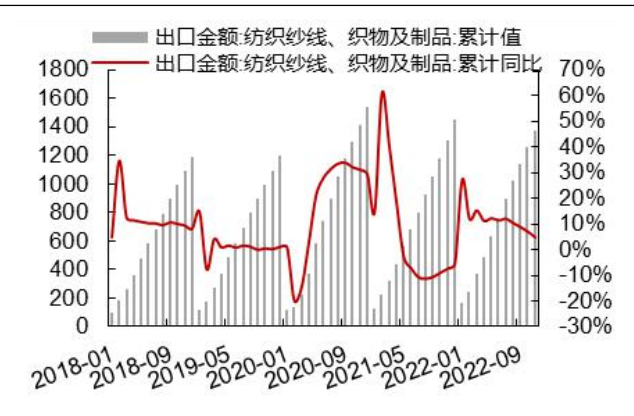
资料来源: Wind, 山西证券研究所

2.2 出口数据

纺织品服装: 22 年 11 月纺织品服装出口 243.83 亿美元, 同比下降 15.20%, 今年 1-11 月, 纺织品服装累计出口 2976.30 亿美元, 同比增长 4.3%。其中, 22 年 11 月纺织品出口 112.66 亿美元, 同比下降 14.8%, 1-11 月纺织品出口 1369.26 亿美元, 同比增长 4.7%。22 年 11 月服装出口 131.17 亿美元, 同比下降 14.7%, 1-11 月服装出口 1607.04 亿美元, 同比增长 4.3%。

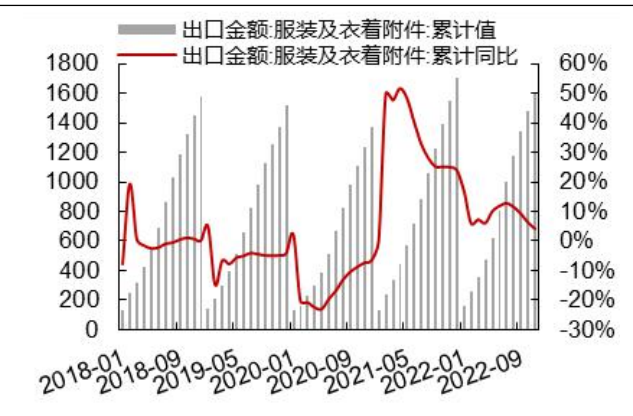
家具及其零件: 22 年 11 月家具及其零件出口 58.83 亿美元, 同比下降 15.92%, 今年 1-11 月, 家具及其零件累计出口 636.77 亿美元, 同比下降 4.55%。

图 19: 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

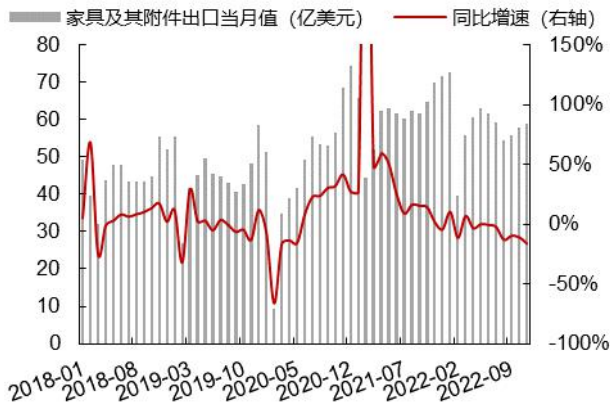
图 20: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比



资料来源: Wind, 海关总署, 山西证券研究所

图 21: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比

图 22: 家具及其零件累计值 (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

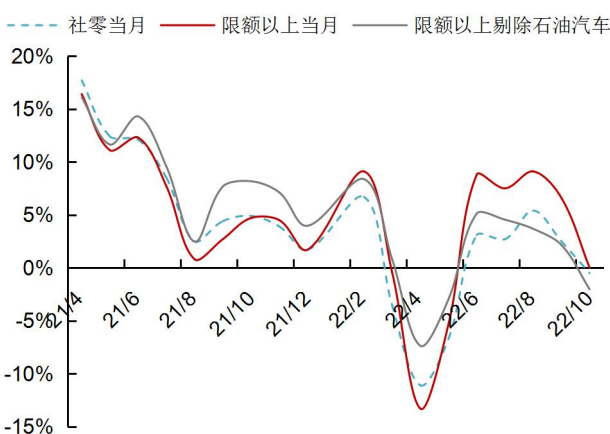
2.3 社零数据

22年10月，国内实现社零总额4.03万亿元/-0.5%，增速由正转负，表现低于Wind市场一致预期(+1.7%)。

分渠道看，10月实物商品网上零售额实现12132亿元/+22.1%，增速环比提升7.6pct，10月实物商品网上零售额占当月商品零售比重为33.5%，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2.4万亿元/-7.7%，增速环比下滑6.6pct。

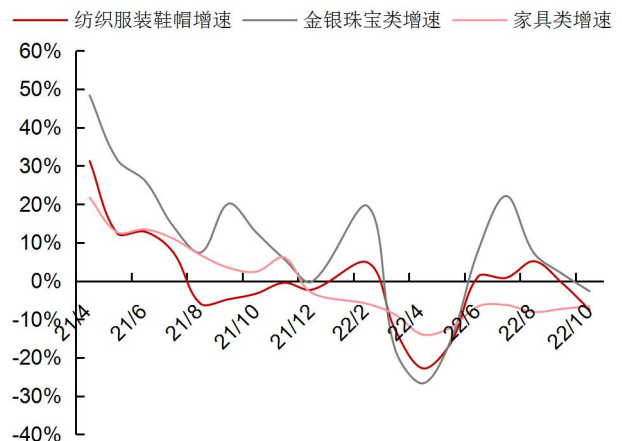
分品类看，10月限上纺织服装、金银珠宝、家具同比分别下滑7.5%、2.7%、6.6%，纺织服装降幅环比扩大7.0pct，金银珠宝由正转负，家具降幅环比收窄0.7pct。

图 23：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 24：限上纺织服装、金银珠宝、家具社零



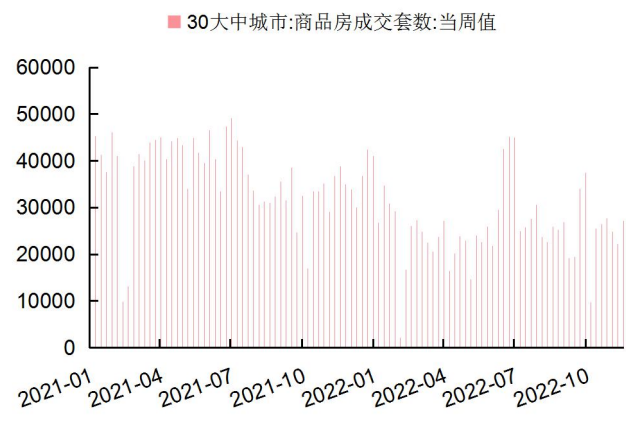
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

2.4 房地产数据

本周(12.04-12.10日), 30大中城市商品房成交 24181 套、成交面积 274.21 万平方米, 较上周环比分别下降 10.0%、9.3%; 同比下降 18.2%、14.8%。

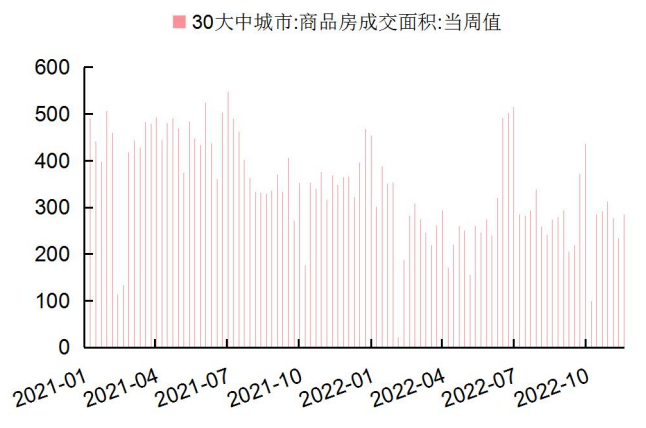
22 年 10 月, 住宅新开工面积、销售面积、竣工面积分别为 7069.06、8371.20、4176.07 万平方米, 同比下降 43.94%、23.81%、9.20%。10 月新开工数据降幅环比收窄, 销售、竣工数据降幅环比扩大。

图 25: 30 大中城市商品房成交套数



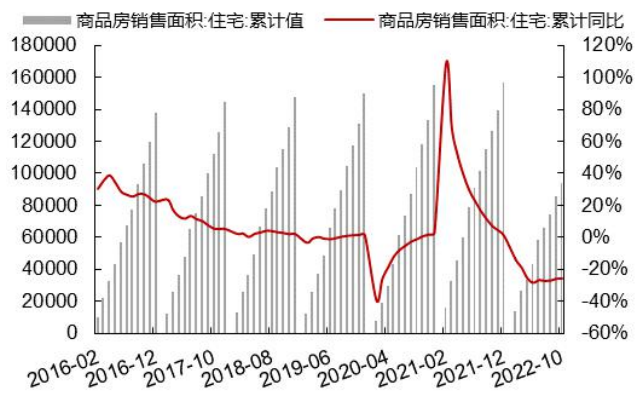
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 26: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)



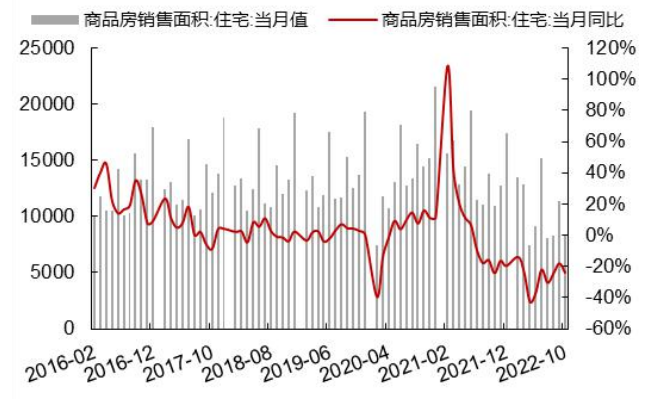
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 27: 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

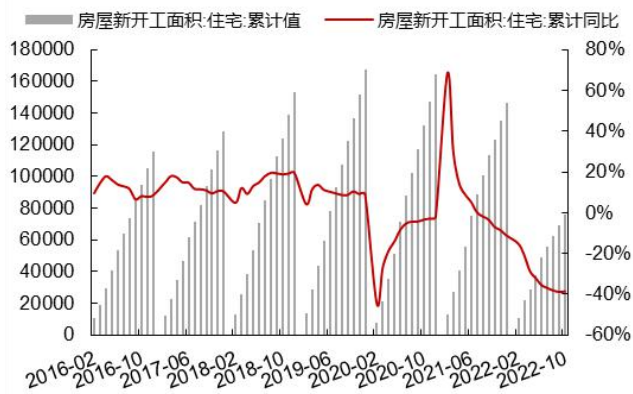
图 28: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

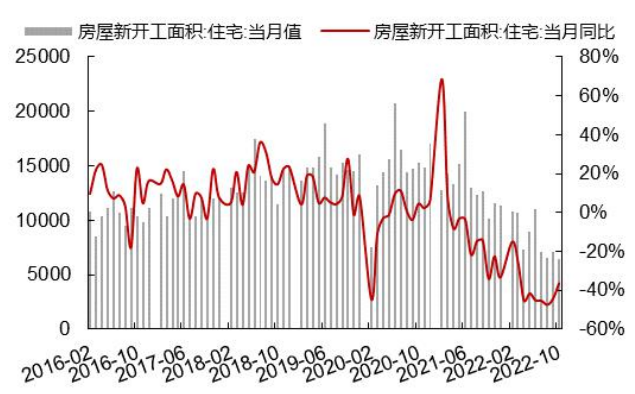
图 29: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比

图 30: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



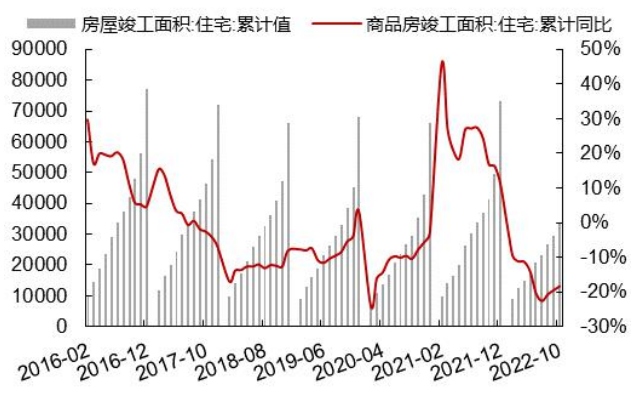
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 31：商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比

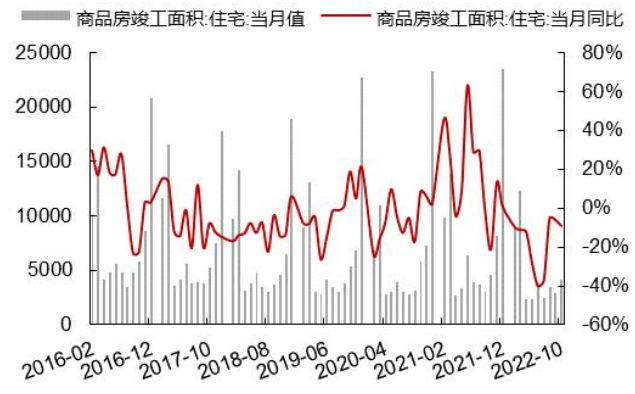


资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 32：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 构筑千亿级现代时尚产业集群高地，盐田与周大福珠宝系企业签署战略合作协议

【来源：南方 plus2022-12-07】

12月7日，深圳市盐田区人民政府与周大福共同签署《深圳市盐田区人民政府 周大福系企业战略合作协议》（以下简称《战略合作协议》）。根据《战略合作协议》，未来三年，双方将在打造黄金珠宝智慧产业基地、构建现代时尚产业高地、推动产业链上下游集聚发展等方面展开全方位、多领域合作，不断巩固拓展盐田区黄金珠宝产业优势地位，助力盐田区打造全球知名、湾区一流的千亿级现代时尚产业集群高地。

据悉，《战略合作协议》是盐田区抢抓粤港澳大湾区和深圳建设中国特色社会主义先行示范区“双区驱

动”历史机遇、主动融入深圳市发展壮大战略性新兴产业和培育发展未来产业集群战略的一项重要举措。根据《战略合作协议》，双方将按照“立足长远、互惠互利、合作共赢、共谋发展”的原则，围绕“打造黄金珠宝智慧产业基地”、“打造现代时尚产业高地”、“吸引产业链上下游在盐田区集聚发展”三大方面展开全面合作，实现双方共赢发展。

为推动构建盐田区“5+3+1”现代产业体系，打造以黄金珠宝为主体的现代时尚产业集群，在盐田打造设计-生产-销售-展示全链条发展格局，盐田区将依托周大福在黄金珠宝领域的资源优势，发挥周大福的行业影响力和带动力，推动盐田区黄金珠宝行业转型升级，促进资金流、技术流、人才流、信息流等在盐田集聚，集群式发展现代时尚产业，助力盐田经济高质量发展。

具体而言，在打造黄金珠宝智慧产业基地方面，周大福将积极整合资源，构建现代化、智能化、数字化的产业集群新形态。在打造现代时尚产业高地方面，盐田将依托周大福总部基地建设现代时尚中心，大力推动黄金珠宝产业链的高质量发展，包括打造高度自动化、智能化的生产管理和物流系统；以科技丰富黄金珠宝的消费模式，推动传统购物与直播带货等数字贸易消费融合发展，促进黄金珠宝产业向研发设计和品牌运营等价值链高端环节升级，并联动罗湖打造国际黄金珠宝消费中心，形成盐田—罗湖黄金珠宝现代时尚产业带。在吸引产业链上下游在盐田区集聚发展方面，将通过以商招商，发挥周大福行业资源优势，引进符合盐田产业发展导向的产业链上下游优质企业和项目，构建全球珠宝生态圈。

近年来，盐田区坚持创意设计引领黄金珠宝创新发展，通过开展“黄金珠宝产业转型升级三年行动”，黄金珠宝产业链持续延伸，核心竞争力显著增强，国家首饰质量监督检验中心与周大福等头部企业建立联合实验室，黄金珠宝总部走廊效应逐步显现，有效促进了黄金珠宝产业向创意设计、智能制造、线上销售等全链条创新升级。

得益于盐田区优质的营商土壤和盐田区委区政府多年来的大力支持，周大福以领先珠宝业的灵活经营模式应对多变的市场环境，以科技赋能开创珠宝行业新生态。此次合作必将为企业注入强大的发展动力，有效促进珠宝产业的全面整合。未来，周大福将依托现代化、数字化、产业集群新形态整体布局，持续发挥在设计、生产、销售、人才等各方面的优势，建设黄金珠宝智慧产业基地，共同推动盐田区“5+3+1”现代产业体系发展，全面助力盐田区打造现代时尚产业集群标杆。

4.2 贝壳研究院预计我国家装家居市场规模 2025 年达到 5 万亿元

【来源：华夏时报 2022-12-02】

贝壳研究院数据显示，我国家装家居市场总体规模在 2025 年达到 5 万亿元左右，在 2030 年达到 7 万亿元左右，年均增长率超过 6%。其中，分城市等级看，三线城市家装家居市场规模最大，2025 年三线

家装家居市场规模为 1.23 万亿元，占当年家装家居总市场规模的四分之一；存量房装修成为家装家居市场的主要需求来源，且其占市场总规模的比重将持续提高，存量房装修市场规模 2025 年有望达到 3.34 万亿元。

4.3 lululemon 发布 2022 年第三季度财报，净营收增长 28%，达 19 亿美元

【来源：中国商报 2022-12-09】

12 月 9 日，lululemon 发布了 2022 财年第三季度财报。在第三季度，公司净营收与去年同期相比增长 28%，达 19 亿美元，三年复合增长率达 27%。公司在全球范围内持续保持强劲的增长势头，其中北美业务净营收增长 26%，国际业务净营收增长 41%。

lululemon 首席执行官 Calvin McDonald 表示：“在第三季度，我们取得了强劲且均衡的表现，品牌持续展示出强大的增长潜力。得益于创新的产品、深厚的社区联结、以及全球团队的辛勤工作与付出，我们继续保持着稳定的增长势头。与此同时，我们很高兴地看到了第四季度的良好开局。随着‘Power of Three x2’增长战略的进一步推进，我们对未来充满信心。”

2022 财年第三季度，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：推动核心产品系列的创新，如 Wunder Puff 羽绒外套系列等；通过社区活动和全新会员项目，增强客人与社区的联结；第三季度增开 23 家门店，包括西班牙首店，至第三季度末在全球范围内拥有 623 家门店。

lululemon 首席执行官 Calvin McDonald 在财报电话会议中表示：“在 2022 财年第三季度，lululemon 在中国大陆市场持续表现出色。尽管面临外部环境的挑战，我们在线上渠道均取得稳定增长，中国大陆市场营收三年复合增长率接近 70%。与此同时，为了庆祝 10 月 10 日‘世界精神卫生日’，我们举办了为期一个月的‘一起好状态’系列活动，聚焦‘幸福感’话题，涵盖‘点亮好状态’巨幕投影、由中国和门店大使带领的社区活动、基于微信小程序的‘好状态习练室’等，启发人们采取积极的行动改善身体、心理、社交维度的好状态。这是我们与客人、与社区建立联结的独特方式，正是这种建立深层联结的能力在全球范围内发挥了重要作用。”

lululemon 首席财务官 Meghan Frank 表示：“我很自豪的是，尽管外部环境不断变化，我们在第三季度仍然实现了出色的业绩和增长。这充分印证了我们全渠道运营模式的独特优势。我们将继续为各方创造价值，并期待以第四季度的优秀表现为 2022 财年画下美好句点。”

5. 重点公司公告

【开润股份】关于计提资产减值准备的公告

[2022-12-09] 2022年1-11月，公司计提各类资产减值准备共计26,603,430.22元（2022年1-9月已计提各类资产减值准备17,515,835.68元）。其中，应收账款和其他应收款计提坏账准备4,482,597.73元，合同资产收回或转回减值准备228,246.94元，存货计提跌价准备10,777,289.84元，固定资产计提减值准备11,571,789.59元。

【富安娜】关于公司高级管理人员减持的预披露公告

[2022-12-07] 公司财务总监、副总经理王魁先生直接持有公司股份225,000股，占公司总股本的0.0271%，王魁先生计划在本公告披露之日起十五个交易日后六个月内以集中竞价方式减持公司股份不超过56,250股，即不超过公司总股本的0.0068%。本次拟减持的原因：子女教育需求开支。

6. 风险提示

1. 地产销售或不达预期；
2. 国内疫情影响品牌线下门店客流；
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：

本人已在中国证券业协会登记为证券分析师，本人承诺，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本人对证券研究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，分析结论具有合理依据。本报告清晰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、新三板覆盖报告及转债报告默认无评级）

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

