纺织服装

行业周报（20230101-20230107） 同步大市-A(维持)

各地线下客流量持续恢复，首套住房贷款利率动态调整机制建立

2023 年 1 月 8 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】美国假日季零售额增长 7.6%，北上广深地铁客流量逐渐恢复-纺服家居行业周报 2023.1.3

【山证纺织服装】耐克 FY23Q2 库存环比改善，继续积极关注华利集团、申洲国际-纺服家居行业周报 2022.12.26

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：2022 年“双旦”全国购物中心客流及地铁、春运客流

2023 年元旦节期间，各地购物中心场均日客流绝对量较 2022 年圣诞节期间均有所恢复，除西北地区外，元旦期间各地客流降幅较圣诞有所收窄。根据汇客云 1/3 日发布数据，2022 年圣诞期间，全国购物中心场均日客流 1.11 万人次，同比 2021 年圣诞下降 50%，其中西北、西南、华北、华南、华中、东北、华东区域分别下降 12%、38%、43%、47%、50%、51%、59%。2023 年元旦期间，全国购物中心场均日客流 1.94 万人次，同比 2022 年元旦下降 29%，其中西南、华北、华南、东北、华中、华东、西北分别下降 22%、27%、28%、30%、33%、34%、48%。**市内出行方面，一线城市地铁客流量触底后均持续恢复。**北京周均地铁客流量于 12W3（12.12-12.18 日）触底后持续恢复，上海、广州、深圳周均地铁客流量均于 12W4（12.19-12.25 日）触底后恢复，2023 年第一周（1.2-1.5 日），上海、北京、广州、深圳周均地铁客流量绝对数均继续环比增长，分别为 634、629、569、517 万人次，恢复至疫情前 2019 年同期水平的 66.8%、66.1%、62.6%、95.2%。2023 年 1 月 5 日，上海、北京、广州、深圳地铁客流量分别为 2019 年同期的 107.2%、109.0%、76.1%、127.5%，考虑各城市新增地铁线路、运力提升情况，恢复至 2022 年同期的 68.1%、72.9%、71.4%、88.8%。**2023 年春节客流预计恢复疫情前七成水平。**根据交通运输部，2023 年春运从 1 月 7 日开始，到 2 月 15 日结束，预计春运期间客流总量约为 20.95 亿人次，同比增长 99.5%，恢复到 2019 年同期的 70.3%。预计春运期间日均安排客运航班 1.1 万班，为 2019 年春运期间的 73%左右。

- **行业动态：美国假日珠宝销售额下降 5%；日本 11 月零售额同比增长 2.6%；2023 年元旦假期我国消费市场有序恢复**

1) 根据 Mastercard SpendingPulse 的数据，2022 年，美国珠宝收入在假期期间下滑。该数据提供商报告称，11 月 1 日至 12 月 24 日期间，该类别的零售额同比下降 5.4%。下降与去年旺季形成对比，当时珠宝销售额比 2020 年增长了 32%，较 2019 年增长了 26%。“这个假日零售季看起来与往年不同，”万事达高级顾问史蒂夫萨多夫说。“零售商大幅打折，但消费者多样化了他们的假期消费，以适应不断上涨的价格以及对大流行后体验和节日聚会的需求。”黑色星期五仍然是本季的头号消费日，同比增长 12%。Mastercard 解释说，12 月周六的购买量紧随其后。万事达卡经济研究所北美首席经济学家米歇尔迈耶说：“通货膨胀改变了美国消费者进行假日购物的方式——从寻找最优惠的价格到做出使送礼预算紧张的权衡取舍。”。

2) 日本经济产业省（METI）公布的数据显示，由于防疫边境管制的取消以及政府为消费者补贴国内旅行的政策，11 月，日本的零售额同比增长 2.6%，连续九个月实现增长。尽管对疫情的担忧持续存在，但日本国内消费仍保持韧性。对增长贡献最大的行业是药妆店（12%）、其他行业（9.5%）以及机动车行业（8.1%），而面料服装和配饰行业的零售额降幅低于往常，下降了 8%，非门店零售额下降 3.2%，燃料销售下降 2.6%。与 10 月相比，日本 11 月的零售额增长连续第二个月放缓，作为私人消费晴雨表的零售增长率较从 10 月份的 4.4%和 9 月份的 4.8%有所下滑，且低于预期的 3.7%增幅。经季节性调整（Seasonal Adjustment）后，11 月份零售额环比下滑 1.1%，自 6 月以来首次转为负增长。究其原因在于日本的核心消费者通胀率达 3.7%，创下 40 年来新高，价格上涨幅度正在扩大。而日用品价格上涨给日本家庭带来压力，导致消费者需求开始降温，抵消了海外游客回归带来的提振。

3) 商务部新闻发言人束珏婷在 1 月 6 日召开的新闻发布会上表示，元旦假期，商务部重点监测零售企业的粮油食品、饮料、日用品销售额同比分别增长 11.3%、10.2%和 2.6%。冰雪消费持续升温，丰富多彩的跨年活动受到青睐，跨省游、长途游需求明显增长，热门旅游目的地酒店住宿率和预订率持续提高。线上消费保持较快发展，根据商务大数据监测，“年货节”前 5 天全国网络零售额达 2080 亿元，比上届同期增长 4.7%。其中，年货礼盒、健康滋补用品、进口生鲜食品等销售增长较快，直播带货、即时配送等消费新业态、新模式动能不断释放。

➢ 行情回顾（2023.1.3-2023.1.6）

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 0.75%，SW 轻工制造板块上涨 3.95%，沪深 300 上涨 2.82%，SW 纺织服饰板块跑输大盘 2.07pct，SW 轻工制造板块跑赢大盘 1.13pct。各子板块中，SW 纺织制造上涨 1.70%，SW 服装家纺下跌 0.31%，SW 饰品上涨 2.08%，SW 家居用品上涨 6.15%。截至 1 月 6 日，SW 纺织制造整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 18.29 倍，为近十年的 22.96%分位；SW 服装家纺的 PE 为 15.98 倍，为近十年的 10.93%分位；SW 饰品的 PE 为 19.63 倍，为近十年的 28.95%分位；SW 家居用品的 PE 为 24.38 倍，为近十年的 15.99%分位。

➢ 投资建议：

纺织服饰板块，纺织制造方面，当前时点，一方面持续跟踪品牌库存去化情况及海外需求恢复，另一方面建议关注优质纺织制造企业低估值布局机会，继续推荐全球运动鞋履制造龙头华利集团，积极关注申洲国际。品牌服饰方面，各地线下客流持续恢复，且进入春节可选消费旺季，终端消费有望复苏，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&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，住建部表示，对于购买第一套住房的要大力支持，首付比、首套利率该降的都降下来；对于购买第二套住房的，要合理支持。以旧换新、以小换大、生育多子女家庭都要给予政策支持。央行、银保监会决定建立首套住房贷款利率政策动态调整机制，新建商品住宅销售价格环比和同比连续 3 个月均下降的城市，可阶段性维持、下调或取消当地首套住房贷款利率政策下限。地产端利好政策频出，带动本周家居用品板块上涨。短期关注“保交付”政策带动家居企业工程业务恢复，中长期重点关注头部家居企业通过在产品、渠道、供应链的深耕，加速获取市场份额，建议关注欧派家居、索菲亚、顾家家居、喜临门、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；各地感染人数增加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：2022 年“双旦”全国购物中心客流及地铁客流 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 10

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 15

4. 行业新闻 17

4.1 美国假日珠宝销售额下降 5% 17

4.2 受旅游业提振，日本 11 月零售额同比增长 2.6%，连续九个月实现增长 17

4.3 商务部：2023 年元旦假期我国消费市场有序恢复 19

5. 重点公司公告 20

6. 风险提示 21

图表目录

图 1： 各区域 2022 圣诞节场均日客流及同比增速 7

图 2： 各区域 2023 元旦节场均日客流及同比增速 7

图 3： 上海地铁客流量（万人次）及较 2019 年恢复程度 8

图 4： 北京地铁客流量（万人次）及较 2019 年恢复程度 8

图 5： 广州地铁客流量（万人次）及较 2019 年恢复程度 8

图 6： 深圳地铁客流量（万人次）及较 2019 年恢复程度.....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 纺织服饰各子板块涨跌幅.....10
图 9： 本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....10
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.....13
图 17： 金价走势（单位：元/克）.....13
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.....14
图 21： 服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比.....14
图 22： 家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比.....14
图 23： 家具及其零件累计值（亿美元）及累计同比.....14
图 24： 社零及限额以上当月.....15
图 25： 限上纺织服装、金银珠宝、家具社零.....15
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（单位：万平方米）.....15
图 28： 商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比.....16

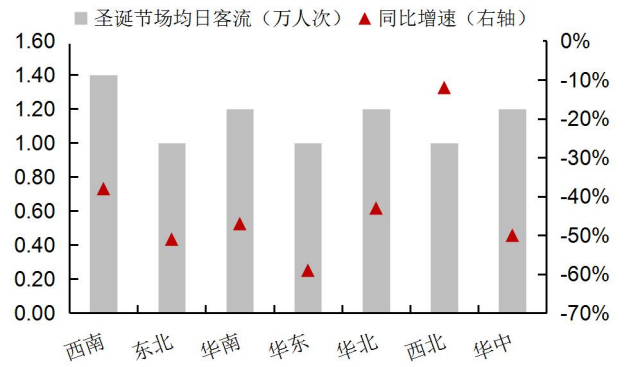
图 29： 商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比.....16
图 30： 商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....16
图 31： 商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比.....16
图 32： 商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比.....17
图 33： 商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比.....17

表 1： 重点城市平均客流（单位：万人次）及同比增速（按 2023 元旦场均日客流增速降序排列）.....7
表 2： 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....11
表 3： 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....11
表 4： 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....11
表 5： 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....11

1. 本周观察：2022 年“双旦”全国购物中心客流及地铁、春运客流

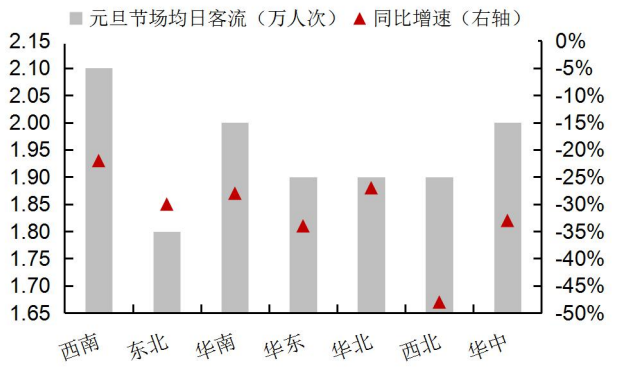
根据汇客云 1/3 日发布数据，2022 年圣诞期间，全国购物中心场均日客流 1.11 万人次，场均日客流同比 2021 年圣诞下降 50%，其中西北、西南、华北、华南、华中、东北、华东区域分别下降 12%、38%、43%、47%、50%、51%、59%。2023 年元旦期间，全国购物中心场均日客流 1.94 万人次，场均日客流同比 2022 年元旦下降 29%，其中西南、华北、华南、东北、华中、华东、西北分别下降 22%、27%、28%、30%、33%、34%、48%。2023 年元旦节期间，各地购物中心场均日客流绝对量较 2022 年圣诞节期间均有所恢复，除西北地区外，元旦期间各地客流降幅较圣诞期间有所收窄。

图 1：各区域 2022 圣诞节场均日客流及同比增速



资料来源：汇客云，山西证券研究所

图 2：各区域 2023 元旦节场均日客流及同比增速



资料来源：汇客云，山西证券研究所

表 1：重点城市平均客流（单位：万人次）及同比增速（按 2023 元旦场均日客流增速降序排列）

城市	2022 圣诞场均日客流	同比增速	2023 元旦场均日客流	同比增速
昆明	1.6	-24%	2.3	-2%
成都	1.8	-26%	2.4	-13%
天津	1.1	-36%	1.8	-21%
沈阳	1.2	-44%	2	-22%
宁波	1	-59%	1.8	-22%
广州	1.6	-39%	2.3	-24%
北京	1.6	-38%	2.1	-25%
杭州	1.1	-57%	2.1	-25%
合肥	1	-64%	2.2	-27%
深圳	1.1	-59%	2.1	-28%
全国	**1.1**	**-50%**	**1.9**	**-29%**
长沙	1.1	-54%	2	-30%
南京	1	-64%	2.1	-31%
济南	1	-50%	1.8	-34%
青岛	1.1	-52%	1.8	-35%

重庆	1	-54%	1.8	-35%
厦门	1.1	-59%	2	-35%
武汉	1.6	-48%	2	-36%
苏州	0.8	-67%	1.7	-36%
南昌	1.2	-46%	2	-37%
郑州	1	-54%	1.7	-37%
上海	1	-61%	1.9	-37%

资料来源：汇客云，山西证券研究所

市内出行方面，从一线城市地铁客流量方面看，北京周均地铁客流量于 12W3（12.12-12.18 日）触底后持续恢复，上海、广州、深圳周均地铁客流量均于 12W4（12.19-12.25 日）触底后恢复，2023 年第一周（1.2-1.5 日），上海、北京、广州、深圳周均地铁客流量绝对数均继续环比增长，分别为 634、629、569、517 万人次，恢复至疫情前 2019 年同期水平的 66.8%、66.1%、62.6%、95.2%。2023 年 1 月 5 日，上海、北京、广州、深圳地铁客流量分别为 2019 年同期的 107.2%、109.0%、76.1%、127.5%，考虑各城市新增地铁线路、运力提升情况，恢复至 2022 年同期的 68.1%、72.9%、71.4%、88.8%。

春节客流方面，根据交通运输部，2023 年春运从 1 月 7 日开始，到 2 月 15 日结束，预计春运期间客流总量约为 20.95 亿人次，恢复到 2019 年同期的 70.3%；预计春运期间日均安排客运航班 1.1 万班，为 2019 年春运期间的 73%左右。

图 3：上海地铁客流量（万人次）及较 2019 年恢复程度



资料来源：Wind，山西证券研究所

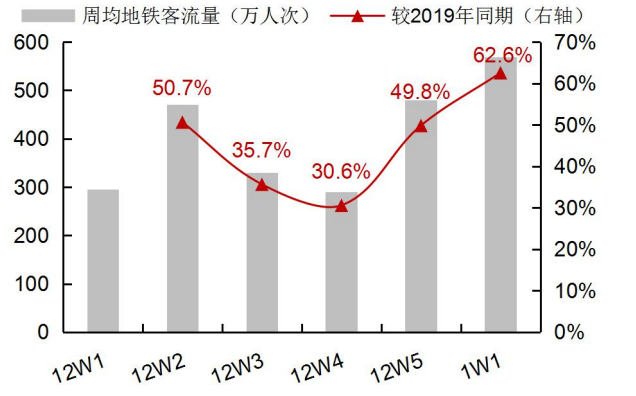
图 4：北京地铁客流量（万人次）及较 2019 年恢复程度



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 5：广州地铁客流量（万人次）及较 2019 年恢复程度

图 6：深圳地铁客流量（万人次）及较 2019 年恢复程度



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. 本周行情回顾

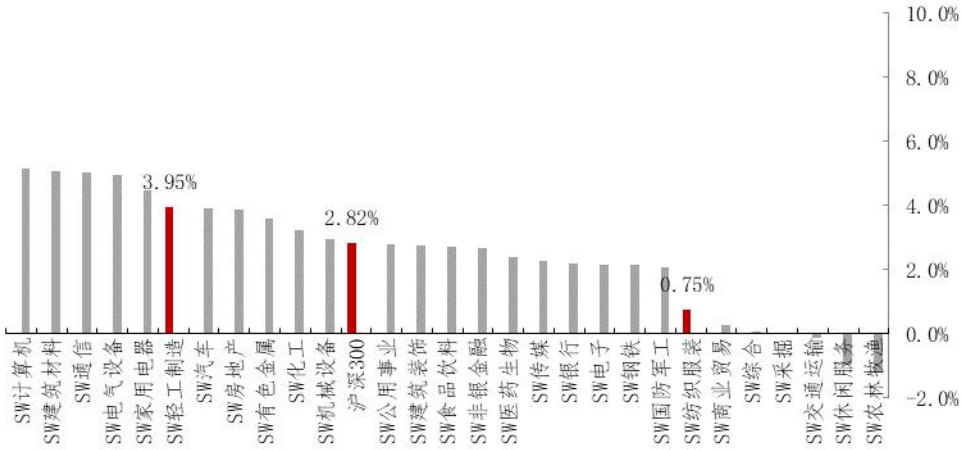
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块上涨 0.75%，SW 轻工制造板块上涨 3.95%，沪深 300 上涨 2.82%，SW 纺织服饰板块跑输大盘 2.07pct，SW 轻工制造板块跑赢大盘 1.13pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造上涨 1.70%，SW 服装家纺下跌 0.31%，SW 饰品上涨 2.08%。

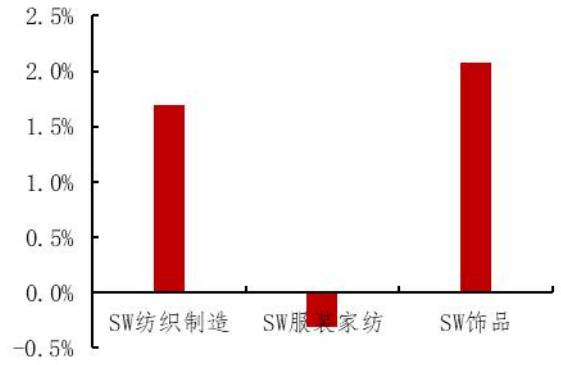
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸上涨 3.50%，SW 文娱用品上涨 1.80%，SW 家居用品上涨 6.15%，SW 包装印刷上涨 2.27%。

图 7：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



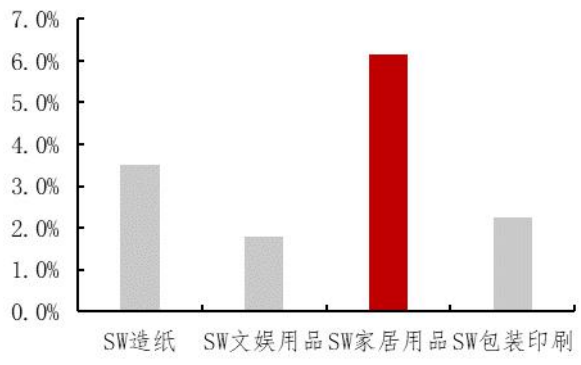
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 8：本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅



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 1 月 6 日，SW 纺织制造整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 18.29 倍，为近十年的 22.96%分位；SW 服装家纺的 PE 为 15.98 倍，为近十年的 10.93%分位；SW 饰品的 PE 为 19.63 倍，为近十年的 28.95%分位。

截至 1 月 6 日，SW 家居用品的 PE 为 24.38 倍，为近十年的 15.99%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

SW 纺织服饰板块：本周涨幅前 5 的公司分别为：洪兴股份（+14.6%）、万事利（+11.4%）、如意集团（+11.19%）、欣龙控股（+9.62%）、台华新材（+9.11%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：朗姿股份（-5.91%）、

三夫户外（-5.79%）、乔治白（-5.14%）、凤竹纺织（-5.13%）、曼卡龙（-4.58%）。

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）
001209. SZ	洪兴股份	14. 60	15. 54
301066. SZ	万事利	11. 40	12. 51
002193. SZ	如意集团	11. 19	10. 73
000955. SZ	欣龙控股	9. 62	5. 47
603055. SH	台华新材	9. 11	11. 02

资料来源：Wind，山西证券研究所

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	-5. 91	26. 12
002780. SZ	三夫户外	-5. 79	12. 85
002687. SZ	乔治白	-5. 14	4. 61
600493. SH	凤竹纺织	-5. 13	5. 92
300945. SZ	曼卡龙	-4. 58	14. 16

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：哈尔斯（+19.77%）、王力安防（+18.3%）、瑞尔特（+14.19%）、蒙娜丽莎（+14.07%）、嘉益股份（+13.5%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：美之高（-2.32%）、共创草坪（-0.82%）、双枪科技（-0.22%）、四通股份（-0.17%）、浙江永强（0.27%）。

表 4：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	19. 77	7. 21
605268. SH	王力安防	18. 30	10. 41
002790. SZ	瑞尔特	14. 19	9. 74
002918. SZ	蒙娜丽莎	14. 07	20. 51
301004. SZ	嘉益股份	13. 50	33. 80

资料来源：Wind，山西证券研究所

表 5：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）
834765. BJ	美之高	-2. 32	5. 90
605099. SH	共创草坪	-0. 82	23. 01
001211. SZ	双枪科技	-0. 22	22. 35
603838. SH	四通股份	-0. 17	5. 80
002489. SZ	浙江永强	0. 27	3. 67

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 1 月 6 日，中国棉花 328 价格指数为 15103 元/吨，环比上涨 0.38%，截至 1 月 5 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 16699 元/吨，环比下跌 3.2%。

2）金价：截至 1 月 6 日，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 409.35 元/克，环比上涨 0.5%。

- 家居用品原材料：

1）板材：截至 2022 年 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。

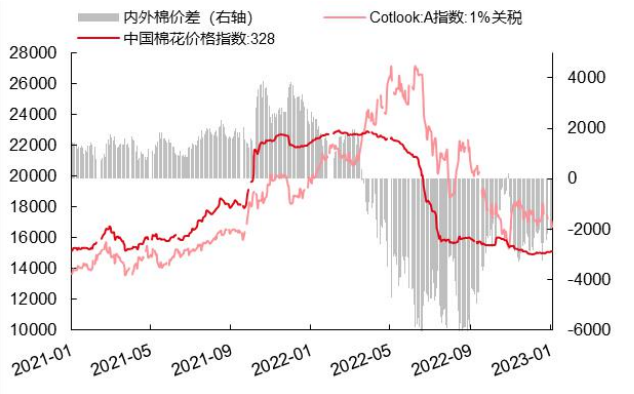
2）五金：截至 2022 年 6 月 5 日，永康五金市场交易价格指数为 104.73。

3）皮革：截至 2022 年 11 月 18 日，海宁皮革:价格指数:总类为 72.42。

4）海绵：截至 1 月 6 日，华东地区 TDI 主流价格为 19100 元/吨，华东地区纯 MDI 主流价格为 17500 元/吨，TDI、MDI 价格环比上周均持平。

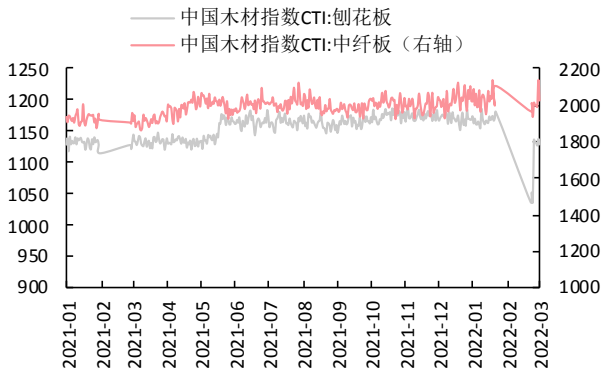
- 汇率：截至 1 月 6 日，美元兑人民币（中间价）为 6.8912，环比下跌 1.26%。
- 中国出口集装箱运价指数（CCFI）：截至 1 月 6 日，CCFI 综合指数为 1255.89，同比下降 62.4%，环比下降 1.2%。

图 12：棉花价格（元/吨）



资料来源：Wind，山西证券研究所

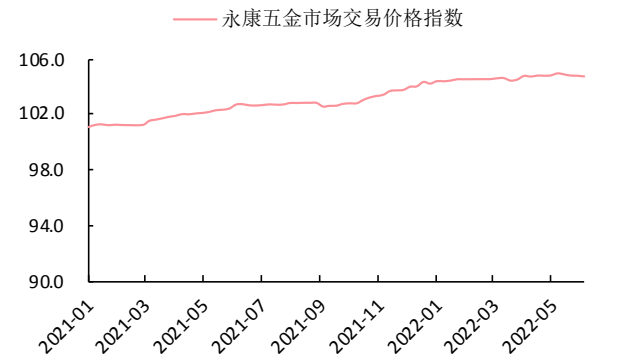
图 13：中纤板、刨花板价格走势



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 14：五金价格走势

图 15：皮革价格走势



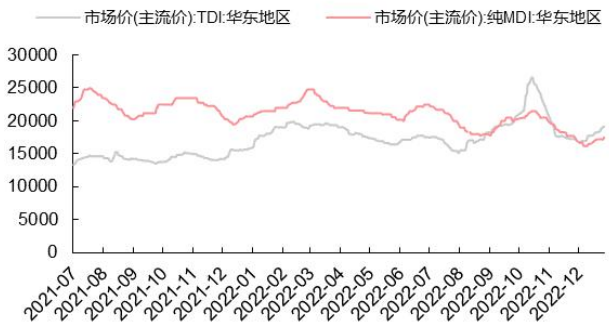
资料来源：Wind，山西证券研究所



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 16：海绵原材料价格走势

图 17：金价走势（单位：元/克）



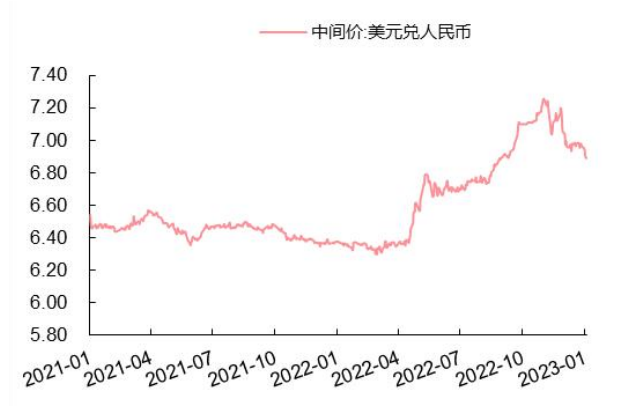
资料来源：Wind，山西证券研究所



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 18：美元兑人民币汇率走势

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



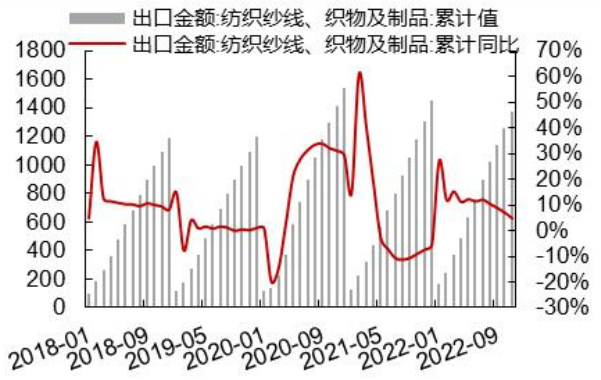
资料来源：Wind，山西证券研究所

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%。

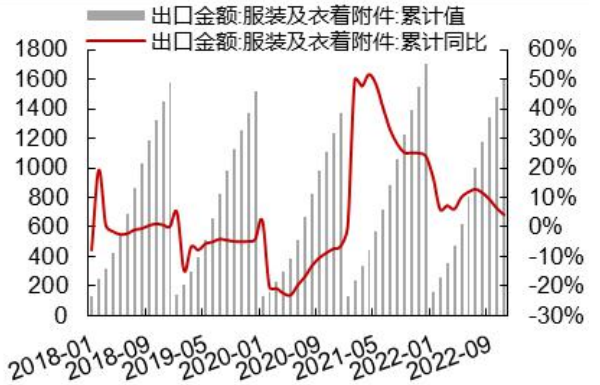
家具及其零件：22 年 11 月家具及其零件出口 58.83 亿美元，同比下降 15.92%,今年 1-11 月，家具及其零件累计出口 636.77 亿美元，同比下降 4.55%。

图 20：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比



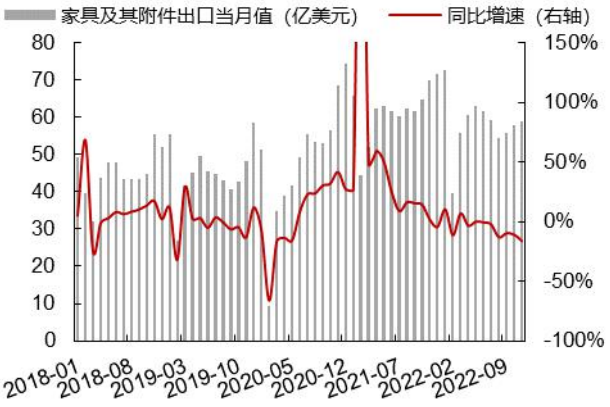
资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

图 21：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 22：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

图 23：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

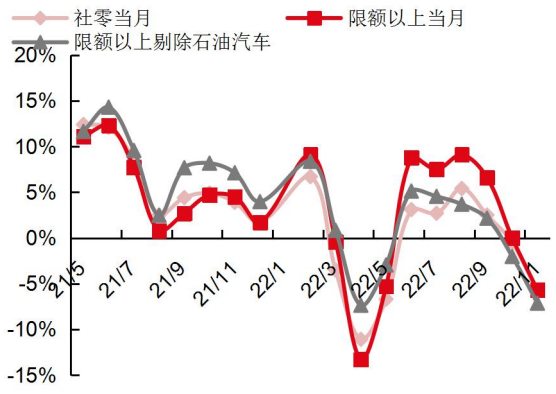
2.3 社零数据

22 年 11 月，国内实现社零总额 3.86 万亿元/-5.9%，降幅环比扩大 5.4pct，表现低于 Wind 市场一致预期（-2.5%）。

分渠道看，11 月实物商品网上零售额实现 1.36 万元/+3.9%，增速环比收窄 18.1pct，11 月实物商品网上零售额占当月商品零售比重为 39.8%，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 2.1 万亿元/-11.0%，降幅环比扩大 3.2pct。

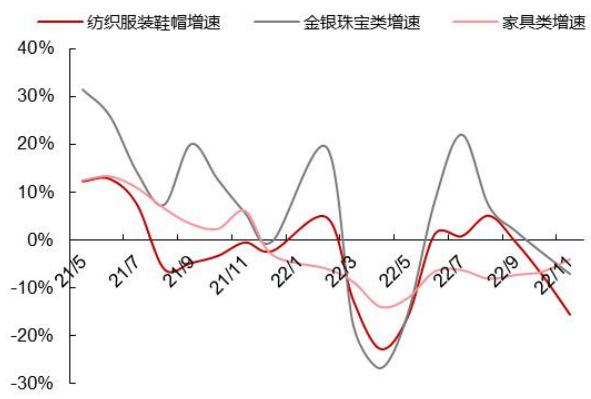
分品类看，11 月限上纺织服装、金银珠宝、家具同比分别下滑 15.6%、7.0%、4.0%，纺织服装降幅环比扩大 8.1pct，金银珠宝降幅扩大 4.3pct，家具降幅环比收窄 2.6pct。

图 24：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 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

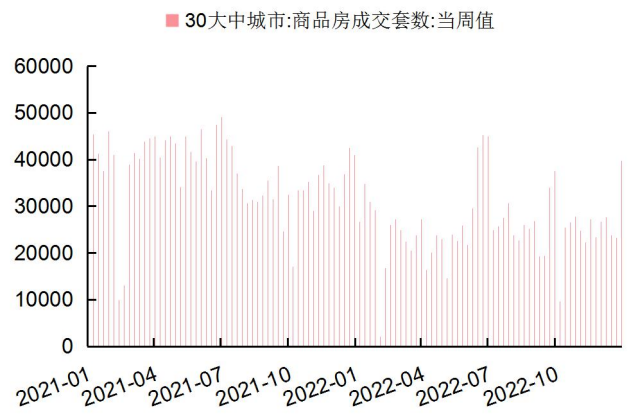
2.4 房地产数据

本周(1.1-1.7 日)，30 大中城市商品房成交 24292 套、成交面积 275.43 万平方米，较上周环比分别下降 38.5%、39.3%；同比下降 4.8%、5.4%。

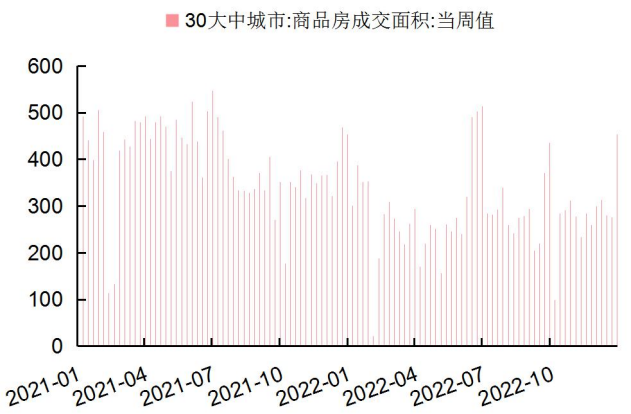
22 年 11 月，住宅新开工面积、销售面积、竣工面积分别为 5800、8598、6671 万平方米，同比下降 49.73%、32.50%、18.32%。11 月新开工、销售、竣工数据降幅环比均有所扩大。

图 26：30 大中城市商品房成交套数

图 27：30 大中城市商品房成交面积（单位：万平方米）

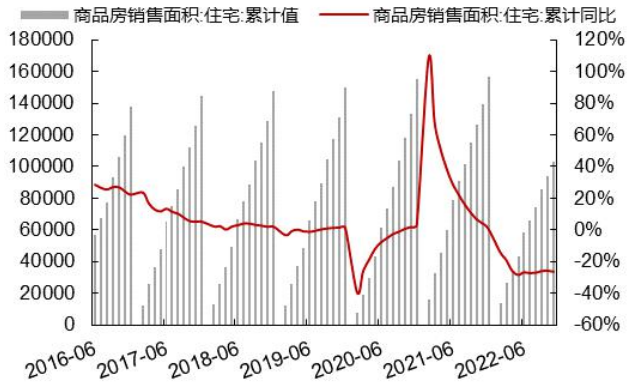


资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所



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



资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 29：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比



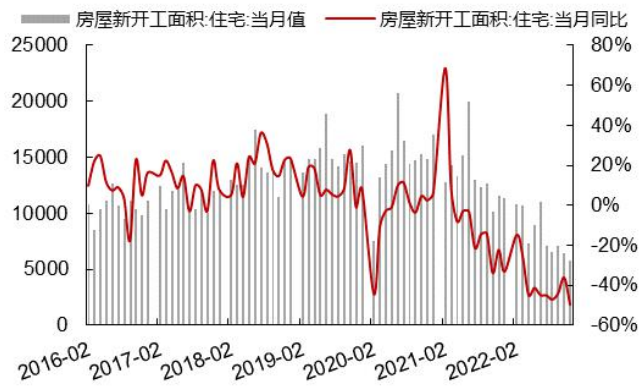
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

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 31：商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比



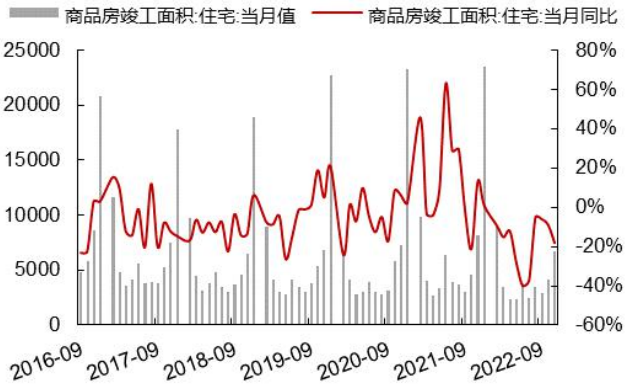
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 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

图 33：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

4. 行业新闻

4.1 美国假日珠宝销售额下降 5%

【来源：Rapaport 咨询 2023-01-06】

根据 Mastercard SpendingPulse 的数据，2022 年，美国珠宝收入在假期期间下滑。该数据提供商报告称，11 月 1 日至 12 月 24 日期间，该类别的零售额同比下降 5.4%。下降与去年旺季形成对比，当时珠宝销售额比 2020 年增长了 32%，较 2019 年增长了 26%。

“这个假日零售季看起来与往年不同，”万事达高级顾问史蒂夫萨多夫说。“零售商大幅打折，但消费者多样化了他们的假期消费，以适应不断上涨的价格以及对大流行后体验和节日聚会的需求。”

黑色星期五仍然是本季的头号消费日，同比增长 12%。Mastercard 解释说，12 月周六的购买量紧随其后。万事达卡经济研究所北美首席经济学家米歇尔迈耶说：“通货膨胀改变了美国消费者进行假日购物的方式——从寻找最优惠的价格到做出使送礼预算紧张的权衡取舍。” “消费者和零售商顺利度过了这个季节，在经济压力不断增加的情况下表现出了韧性。”

4.2 受旅游业提振，日本 11 月零售额同比增长 2.6%，连续九个月实现增长

【来源：华丽志 2023-01-02】

12 月 27 日，日本经济产业省（METI）公布的数据显示，由于防疫边境管制的取消以及政府为消费者补贴国内旅行的政策，11 月，日本的零售额同比增长 2.6%，连续九个月实现增长。

数据显示，11 月，访日游客激增至近 100 万人次。而 11 月是日本取消新冠疫情防控限制措施后的第一个完整月份，这些限制措施让日本的旅游业实质上停滞了两年有余。日本相关部门人士透露，入境需求正在恢复，现已恢复至疫情前水平的 70%左右。

日本政府于 10 月中旬启动的国内旅游补贴活动，也鼓励人们在旅游业及旅游相关商品上进行消费，旨在帮助受疫情打击的旅游业。

尽管对疫情的担忧持续存在，但日本国内消费仍保持韧性。对增长贡献最大的行业是药妆店（12%）、其他行业（9.5%）以及机动车行业（8.1%），而面料服装和配饰行业的零售额降幅低于往常，下降了 8%，非门店零售额下降 3.2%，燃料销售下降 2.6%。

*注：本报告中零售业的“其他”是指日本标准产业分类，批发业和零售业大分类下的中分类 5914（两轮汽车零售业[包括带电机的自行车]）、592（自行车零售业）、60（其他零售业，但不包括 603[医药品和化妆品零售]和 605[燃料零售]）的项目。

不过，明治安田研究所首席经济学家 Yuichi Kodama（儿玉佑一）表示，出于对疫情抑制的反弹和政府的旅行支持，零售销售的复苏强于预期，但当前物价的上涨可能会逐渐影响消费者支出。

与 10 月相比，日本 11 月的零售额增长连续第二个月放缓，作为私人消费晴雨表的零售增长率较从 10 月份的 4.4%和 9 月份的 4.8%有所下滑，且低于预期的 3.7%增幅。经季节性调整（Seasonal Adjustment）后，11 月份零售额环比下滑 1.1%，自 6 月以来首次转为负增长。究其原因在于日本的核心消费者通胀率达 3.7%，创下 40 年来新高，价格上涨幅度正在扩大。而日用品价格上涨给日本家庭带来压力，导致消费者需求开始降温，抵消了海外游客回归带来的提振。

同时，日本第三季度经济意外萎缩，原因来自全球经济衰退风险、中国经济不稳定、日元疲软和进口成本上升对消费和企业造成冲击。而占日本经济一半以上的私人消费的复苏是推动经济增长的关键。

另一份数据显示，日本 11 月份的劳动参与率较上月略有下降至 62.4%，失业率则从 10 月份的 2.6%降至 2.5%，与路透社调查的预测一致。

而 11 月份衡量工作可得性（Job availability）的关键指标——职位与求职者的比率（Jobs-to-applicants Ratio）为 1.35，与 10 月持平，并保持在 2020 年 3 月以来的最高水平。

12 月 26 日，日本央行行长黑田东彦（Haruhiko Kuroda）曾表示，希望劳动力短缺加剧可以促使企业提高工资，同时表示，他不考虑日本近期推出超宽松货币政策的可能性。

更高的通货膨胀率也或能促使企业转向提薪。12 月 26 日，《日经商业日报》在其网站上报道，佳能（Canon）公司计划 20 年来首次提高基本工资。

不过，日本经济学家、分析师 Yuki Masujima（雪益岛）则认为，“日本 11 月的就业数据表明工资上涨的压力有限……对于日本央行而言，该数据可能会令人失望。”

同时，Yuichi Kodama 补充称，“即使就业紧张，因为经济的不确定性导致企业看不到良好的中长期增长前景，他们无法采取措施提高基本工资，因为这会导致更高的固定成本。”

此外，上周，日本政府将下一财年的增长预测从 7 月份的 1.1%上调至 1.5%。

4.3 商务部：2023 年元旦假期我国消费市场有序恢复

【来源：南方 Plus 2023-01-06】

记者从商务部获悉，商务部新闻发言人束珏婷在 1 月 6 日召开的新闻发布会上表示，近期，随着疫情防控措施不断优化调整，居民出行、线下消费等逐步增多，2023 年元旦假期消费市场有序恢复，生活必需品供应总体充足，价格基本平稳。

一是热点商品销售稳步增长。在节日氛围和各类促销活动带动下，居民基本生活消费平稳增长，年货、日用品等商品需求升温。元旦假期，商务部重点监测零售企业的粮油食品、饮料、日用品销售额同比分别增长 11.3%、10.2%和 2.6%。

二是服务消费呈现恢复态势。各地餐饮门店陆续恢复堂食，餐饮企业线上线下多渠道销售，满足消费者多样化需求。冰雪消费持续升温，丰富多彩的跨年活动受到青睐。跨省游、长途游需求明显增长，热门旅游目的地酒店住宿率和预订率持续提高。机构数据显示，元旦三天电影票房突破 5.5 亿元，全国影院营业率达到 85%，创 10 个月以来新高。

三是线上消费保持较快发展。商务部会同有关部门和单位指导开展“2023 全国网上年货节”，根据商务大数据监测，“年货节”前 5 天全国网络零售额达 2080 亿元，比上届同期增长 4.7%。其中，年货礼盒、健康滋补用品、进口生鲜食品等销售增长较快，直播带货、即时配送等消费新业态、新模式动能不断释放。

四是生活必需品市场总体平稳。全国百家大型农副产品批发市场粮食、食用油、肉类、鸡蛋、蔬菜进货量均较节前增长。价格方面，粮食、食用油、牛羊肉价格与节前基本持平；猪肉、鸡肉、鸡蛋价格小幅下降；30 种蔬菜批发均价上涨 1.5%。

束珏婷表示，目前正值“两节”消费旺季，随着疫情防控措施不断优化，正常生产生活秩序和线下消费场景加快恢复，居民消费热情正在回归。商务部将和各地方各相关部门一道，认真落实中央经济工作会议精神，把恢复和扩大消费摆在优先位置，积极研究细化落实促消费政策举措。综合来看，国内消费需求将逐步释放，消费总体有望保持稳步恢复态势。

5. 重点公司公告

【皮阿诺】关于特定股东股份减持计划的预披露公告

[2023-1-7] 持广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”）股份 753,345 股（占本公司总股本的 0.40%）的股东魏来金计划自本公告发布之日起三个交易日后的六个月内，拟通过集中竞价交易、大宗交易等合法方式合计减持公司股份不超过 753,345 股（不超过公司总股本的 0.40%）。

【报喜鸟】关于公司部分董事,高管减持股份预披露公告

[2023-1-7] 公司董事吴利亚女士持有股份 2,500,000 股（占本公司总股本比例 0.171%），计划在 2023 年 2 月 6 日至 2023 年 8 月 5 日期间（窗口期不得减持）以集中竞价方式减持本公司股份不超过 625,000 股（占本公司总股本比例 0.043%）。公司副总经理兼董事会秘书谢海静女士持有股份 1,696,248 股（占本公司总股本比例 0.116%），计划在 2023 年 2 月 6 日至 2023 年 8 月 5 日期间（窗口期不得减持）以集中竞价方式减持本公司股份不超过 424,062 股（占本公司总股本比例 0.029%）。

【孚日股份】关于收到广东省微生物分析检测中心分析检测报告的公告

[2023-1-7] 孚日集团股份有限公司（以下简称“公司”）于近日收到广东省微生物分析检测中心出具的《分析检测报告》报告编号【2022FM25001R01】，主要检测结果如下：

样品名称：抗病毒抗菌毛巾

委托单位：孚日集团股份有限公司

检测项目：抗病毒活性试验

实验病毒：人冠状病毒（HCoV-OC43）（ATCC VR-1558） 宿主名称：Vero 细胞

抗病毒活性率（%）：＞99.99

公司一直有从事防螨、抑菌、抗菌产品的研发、生产、销售。公司开发的抗人冠状病毒（HCoV-OC43）（ATCC VR-1558）产品将进一步丰富公司产品的品类，对于公司拓展市场产生积极的影响。

截止目前，公司已接到部分抗病毒抗菌产品的订单并已小批量发货，对公司当前经营业绩不会产生较大影响。

6. 风险提示

1.地产销售或不达预期；

2. 各地感染人数增加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

深圳
广东省深圳市福田区林创路新一代产业园 5 栋 17 层

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

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