

## 纺织服装

## 行业周报（20230305-20230311） 同步大市-A(维持)

Adidas2022 年末存货环比降 5%，制鞋企业 2 月营收增速环比改善

2023 年 3 月 13 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】国际运动品牌业绩指引梳理，慕思推出睡眠新品“世纪梦”系列-纺服家居行业周报 2023.3.7

【山证纺织服装】户外用品标的扬州金泉上市，顾家发布“一体化整家”战略-纺服家居行业周报 2023.2.27

## 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：阿迪达斯发布 2022 年年报

3 月 8 日，阿迪达斯公布 2022 年年报。2022 年，阿迪达斯销售额同比增长 6%，汇率中性下同比增长 1%至 225.11 亿欧元，毛利率同比下降 3.4pct 至 47.3%，主要由于供应链成本上升和折扣力度加大，尤其在 2022 年下半年，折扣力度显著加大。归母净利润同比下降 71%至 6.12 亿欧元。22Q4，汇率中性下，公司销售额同比下滑 1%，主要由于 Yeezy 产品停止销售，毛利率下滑 9.9pct 至 39.1%。分产品看，2022 年，运动鞋、运动服、配饰产品收入分别增长 8%、0%、26%，汇率中性下同比增长 3%、-5%、19%至 124.02、87.32、14.93 亿欧元，收入占比为 55.1%、38.8%、6.6%。分地区看，2022 年，EMEA、北美、大中华区、亚太地区、拉丁美区域收入分别增长 10%、25%、-31%、3%、46%，汇率中性下同比增长 9%、12%、-36%、4%、44%至 85.50、63.98、31.79、22.41、21.20 亿欧元，收入占比为 38.0%、28.4%、14.1%、10.0%、9.4%。展望 2023 全年，公司预计销售额汇率中性下同比下滑高单位数。

行业动态：喜临门牵头制定《智能床具》标准发布；New Balance2022 年营收 53 亿美元；顾家发布“欢乐客餐厅”主题概念

- 1) 喜临门牵头制定《智能床具》标准发布，2023 年 3 月 8 日，由喜临门牵头制定的《智能床具》（T/ZFA 5-2023）《床垫分类技术要求第 1 部分：年龄》（T/ZFA 6-2023）2 项团体标准经浙江省家具行业协会发布，自 2023 年 3 月 8 日起正式实施。其中《智能床具》（T/ZFA 5-2023）以智能床具（综合应用电子智能、机械智能和物联智能等功能技术，通过人机交互实现功能转换的床、床垫或床架与床垫的组合）为标准化对象，规定了智能床具的术语和定义、要求、试验方法、检验规则、标志、使用说明、包装、运输和贮存，契合《2022 年全国标准化工作要点》《推进家居产业高质量发展行动方案》《“十四五”扩大内需战略实施方案》等文件精神。该标准在对标国内外标准 QB/T 4190-2011、QB/T 5617—2021 基础上，先进性主要体现在以下几个方面：控制有害物质限量、对电气安全进行规范、智能化元素。
- 2) 3 月 7 日消息，美国运动品牌 New Balance 的董事长及首席执行官 Joe Preston 通过个人 LinkedIn（领英）账号表示，New Balance2022 年的营收为 53 亿美元，较上一年增长 21%，创下新纪录。近年来，New Balance 开发了一系列新产品，发售多个联名合作款，大幅增加签约运动员的数量，并直接控制了其在欧洲部分地区、法国和伊比利亚半岛等地区的分销。公司目前在全球经营着超 500 家门店，并拥有 3000 多家零售合作伙伴。2023 年，New Balance 将继续依托



跑步这一经典主打品类，同时与近年一样进一步发力其他品类，例如与 NBA 球星 Kawhi Leonard 合作推出篮球品类，以及与新兴英国足球运动员 Bukayo Saka 合作推出足球品类。

- 3) **顾家家居发布主题概念“欢乐客餐厅”**。以“客餐厅”一体化为设计理念，通过“颜选沙发+惠选餐桌椅”的客餐厅整购模式。无论何种形式的“家”，“欢乐”都应该成为用户在“家”里的感受核心，可以看出顾家将“欢乐客餐厅”作为家装一体化新主题用心。通过欢乐客餐厅，用户可以直观感受到家居整购模式带来的新生活体验。“产品值”是欢乐客餐厅的核心。顾家家居设有国内外研发设计中心，凭借强大的设计研发能力，为欢乐客餐厅设计出多种类多风格的产品和搭配方案。为用户提供高颜值、舒适、品质和愉悦的居家生活。“福利值”要为用户带来远超预期的性价比。欢乐客餐厅通过“颜选沙发，惠选餐桌椅”的整购模式，为用户提供空间套餐，减少自己费心挑选搭配的麻烦。且降低套餐和单品的价格差，让消费者用买单品的钱，买到整个空间的家具。享受“买客厅送餐厅”“买客厅加价换餐厅”的优惠。“情感值”是用户最终从欢乐客餐厅得到的价值。欢乐客餐厅让客餐厅一体化，链接的不仅是空间，更是欢乐的生活。

➤ **行情回顾（2023.3.6-2023.3.10）**

**本周纺织服饰板块跑赢大盘、家居用品板块跑输大盘：**本周，SW 纺织服饰板块下跌 3.76%，SW 轻工制造板块下跌 4.96%，沪深 300 下跌 3.96%，SW 纺织服饰板块跑赢大盘 0.2pct，SW 轻工制造板块跑输大盘 1.0pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 4.40%，SW 服装家纺下跌 3.92%，SW 饰品下跌 2.12%，SW 家居用品下跌 6.85%，SW 包装印刷下跌 3.36%。截至 3 月 10 日，SW 纺织制造整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 18.14 倍，为近三年的 25.79%分位；SW 服装家纺的 PE 为 17.43 倍，为近三年的 39.48%分位；SW 饰品的 PE 为 19.69 倍，为近三年的 58.71%分位；SW 家居用品的 PE 为 26.07 倍，为近三年的 39.78%分位。

➤ **投资建议：**

**纺织服饰板块**，纺织制造方面，台湾鞋履制造企业发布 2 月营收数据，裕元制造业务营收同比下降 5.9%（1 月下降 25.0%），丰泰企业营收同比下降 0.42%（1 月下降 15.24%），2 月营收降幅环比收窄，下游品牌库存持续去化。建议优选生产效率领先、规模优势显著、老品牌份额提升+新品牌持续拓展逻辑清晰的**华利集团、申洲国际**；23Q2 露营旺季将至，同时建议关注运动户外用品标的**浙江自然、牧高笛**。品牌服饰方面，根据汇客云数据，“3.8 女神节”全国购物中心场均日客流 2.06 万次，同比去年同期增长 15%，线下客流恢复持续，中长期看，运动服饰仍为成长性最优品类，国产运动品牌势能持续提升，产品力处于上升过程，建议关注羽绒服龙头波司登，品牌矩阵丰富&抓住细分运动市场的**安踏体育**，库存压力相对更轻的国潮运动品牌龙头**李宁**。同时看好中高端黄金珠宝消费的恢复弹性和头部品牌市占率的持续提升，建议关

注今年渠道拓展有望加速，黄金品类持续发力的珠宝公司**周大生**。

**家居用品板块**，根据诸葛找房数据研究中心，2023年2月，10个重点城市（北京、深圳、苏州、南京、青岛、成都、杭州、厦门、东莞、佛山）二手住宅成交**62804**套，环比上涨**53.64%**，同比上涨**108.42%**。一方面，今年在春节后，伴随着疫情防控松绑以及贷款利率、贷款额度放宽，购房者入市积极性提升，前期积压的需求加速释放；另一方面，去年2月份适逢春节假期，同期基数偏低。3月7日，住建部部长倪虹表示对房地产市场的企稳回升充满信心，同时强调是牢牢坚持“房子是用来住的，不是用来炒的”定位的企稳回升。春节后二手房市场持续回暖，有望陆续向家居需求传导，正值家居行业**315**活动期，家居企业普遍主推满足消费者一站式购物的多品类整家套餐，通过线上渠道向线下门店引流来获取订单，目前时点看好家居需求的持续回暖和头部家居企业市场份额继续提升。建议积极关注**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；品牌库存去化不及预期；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
本周行情回顾.....	8
1.1 板块行情.....	8
1.2 板块估值.....	9
1.3 公司行情.....	10
2. 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
3. 行业新闻.....	17
4.1 喜临门牵头制定《智能床具》标准发布！.....	17
4.2 New Balance 年营收增长 21%至 53 亿美元.....	18
4.3 年轻人悦己，顾家悦年轻人，顾家“欢乐客餐厅”解锁更多家的意义.....	18
4. 重点公司公告.....	20
5. 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.....	8
图 8: 本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	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.....	9
图 11: 本周 SW 轻工制各子板块估值.....	9
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 (单位: 元/克) .....	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.....	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 (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.....	15

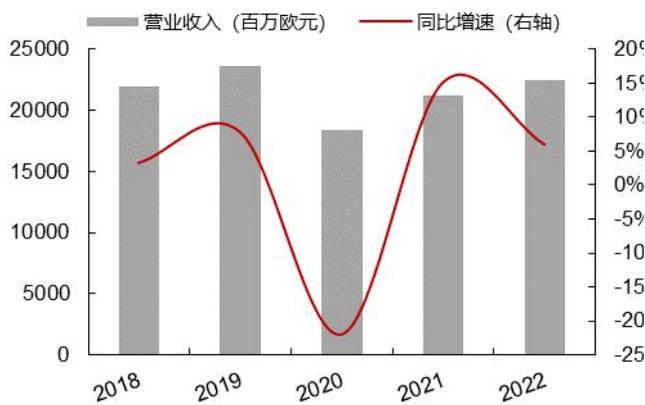


图 29: 商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比.....	15
图 30: 商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	16
图 31: 商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	16
图 32: 商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	16
图 33: 商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	16
表 1: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	10
表 2: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	10
表 3: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....	11
表 4: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	11

## 1. 本周专题：阿迪达斯发布 2022 年年报

3月8日，阿迪达斯公布2022年年报。2022年，阿迪达斯销售额同比增长6%，汇率中性下同比增长1%至225.11亿欧元，毛利率同比下降3.4pct至47.3%，主要由于供应链成本上升和折扣力度加大，尤其在2022年下半年，折扣力度显著加大。归母净利润同比下降71%至6.12亿欧元。22Q4，汇率中性下，公司销售额同比下滑1%，主要由于Yeezy产品停止销售，毛利率下滑9.9pct至39.1%。展望2023全年，公司预计销售额汇率中性下同比下滑高单位数。

图 1：阿迪达斯营业收入及同比增速



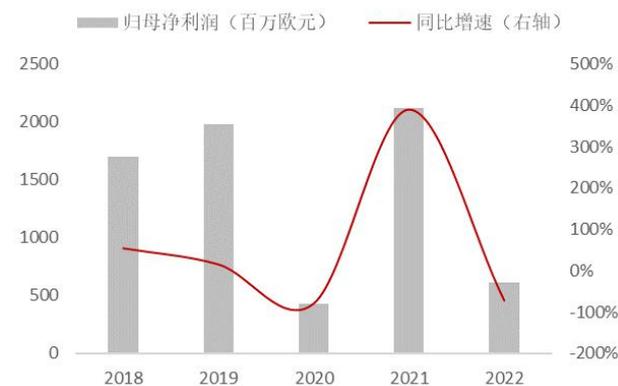
资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所

图 2：阿迪达斯毛利率



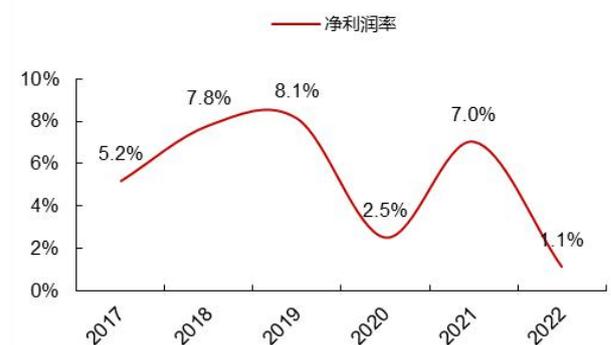
资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所

图 3：阿迪达斯归母净利润及同比增速



资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所

图 4：阿迪达斯净利率

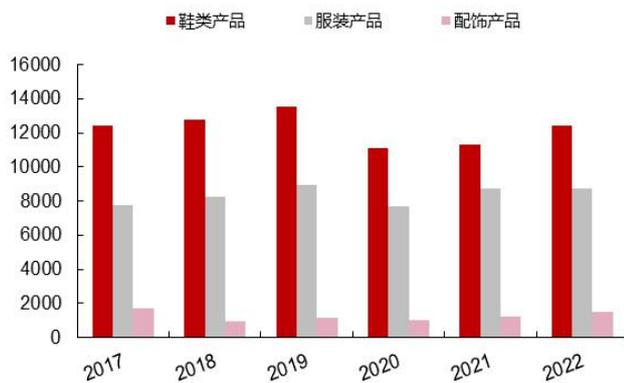


资料来源：阿迪达斯财报，山西证券研究所

分产品看，2022年，运动鞋、运动服、配饰产品收入分别增长8%、0%、26%，汇率中性下同比增长3%、-5%、19%至124.02、87.32、14.93亿欧元，收入占比为55.1%、38.8%、6.6%。

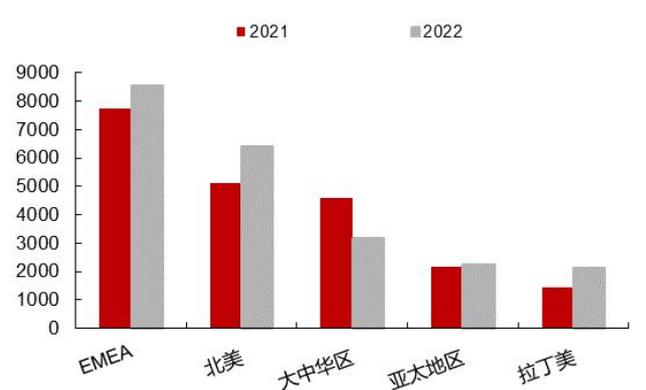
分地区看，2022 年，EMEA、北美、大中华区、亚太地区、拉丁美区域收入分别增长 10%、25%、-31%、3%、46%，汇率中性下同比增长 9%、12%、-36%、4%、44%至 85.50、63.98、31.79、22.41、21.20 亿欧元，收入占比为 38.0%、28.4%、14.1%、10.0%、9.4%。

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

## 本周行情回顾

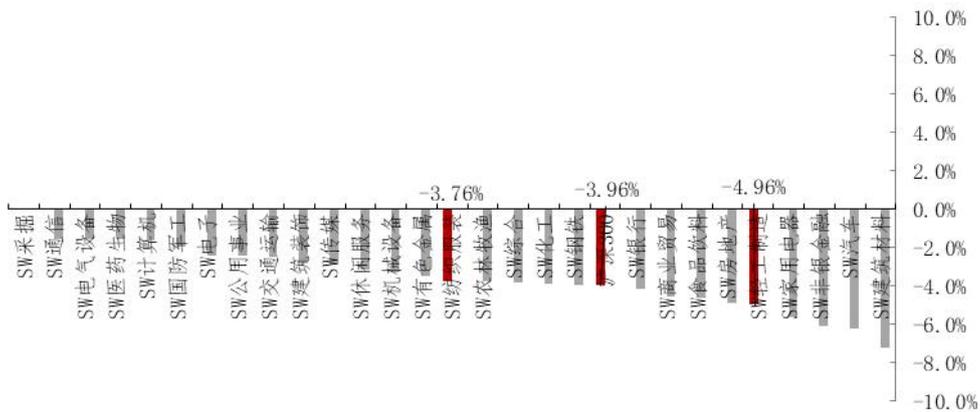
### 1.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块下跌 3.76%，SW 轻工制造板块下跌 4.96%，沪深 300 下跌 3.96%，SW 纺织服饰板块跑赢大盘 0.2pct，SW 轻工制造板块跑输大盘 1.0pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造下跌 4.40%，SW 服装家纺下跌 3.92%，SW 饰品下跌 2.12%。

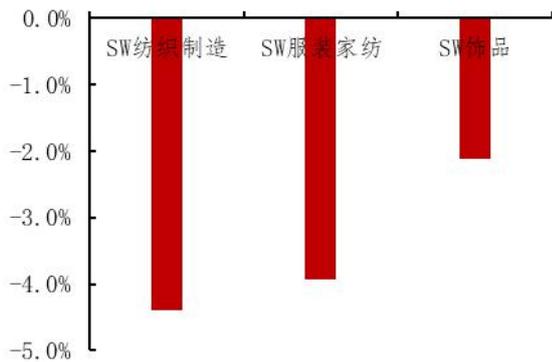
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 3.93%，SW 文娱用品下跌 4.05%，SW 家居用品下跌 6.85%，SW 包装印刷下跌 3.36%。

图 7：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



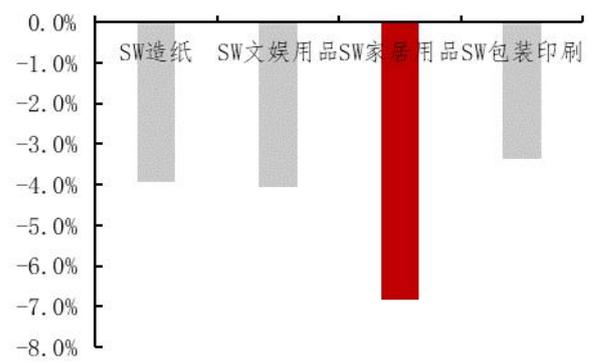
资料来源：Wind，山西证券研究所

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

## 1.2 板块估值

截至 3 月 10 日，SW 纺织制造整体法 (TTM，剔除负值) 计算的行业 PE 为 18.14 倍，为近三年的 25.79% 分位；SW 服装家纺的 PE 为 17.43 倍，为近三年的 39.48% 分位；SW 饰品的 PE 为 19.69 倍，为近三年的 58.71% 分位。

截至 3 月 10 日，SW 家居用品的 PE 为 26.07 倍，为近三年的 39.78% 分位。

图 10：本周 SW 纺织服装各子板块估值

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



资料来源：Wind，山西证券研究所

### 1.3 公司行情

SW 纺织服饰板块：本周涨幅前 5 的公司分别为：本周涨幅前 5 的公司分别为：ST 爱迪尔 (+15.3%)、比音勒芬 (+3.38%)、老凤祥 (+3.06%)、ST 摩登 (+2.94%)、曼卡龙 (+2.83%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：安奈儿 (-16.57%)、金发拉比 (-14.76%)、如意集团 (-13.06%)、九牧王 (-12.8%)、牧高笛 (-12.13%)。

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)
002740.SZ	ST 爱迪尔	15.30	4.37
002832.SZ	比音勒芬	3.38	31.20
600612.SH	老凤祥	3.06	50.56
002656.SZ	ST 摩登	2.94	2.80
300945.SZ	曼卡龙	2.83	14.55

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)
002875.SZ	安奈儿	-16.57	16.82
002762.SZ	金发拉比	-14.76	12.36
002193.SZ	如意集团	-13.06	8.72
601566.SH	九牧王	-12.80	11.04
603908.SH	牧高笛	-12.13	71.48

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：德力股份 (+3.95%)、力诺特玻 (+3.44%)、四通股份 (+0.8%)、哈尔斯 (+0.13%)、德艺文创 (+0.64%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：悦心健康 (-16.67%)、联翔股份 (-16.38%)、慕思股份 (-10.99%)、索菲亚 (-10.74%)、金牌厨柜 (-10.06%)。

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)
002571.SZ	德力股份	3.95	7.10
301188.SZ	力诺特玻	3.44	19.25
603838.SH	四通股份	0.80	6.33
002615.SZ	哈尔斯	-0.13	7.52
300640.SZ	德艺文创	-0.64	6.24

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	-16.67	4.60
603272.SH	联翔股份	-16.38	18.78
001323.SZ	慕思股份	-10.99	41.23
002572.SZ	索菲亚	-10.74	20.27
603180.SH	金牌厨柜	-10.06	39.15

资料来源：Wind，山西证券研究所

## 2. 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 3 月 10 日，中国棉花 328 价格指数为 15590 元/吨，环比上涨 0.46%，截至 3 月 9 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 16244 元/吨，环比下跌 3.11%。

2) 金价：截至 3 月 10 日，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 417.73 元/克，环比增长 0.37%。

#### ✚ 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 1 月 27 日，海宁皮革:价格指数:总类为 70.40。

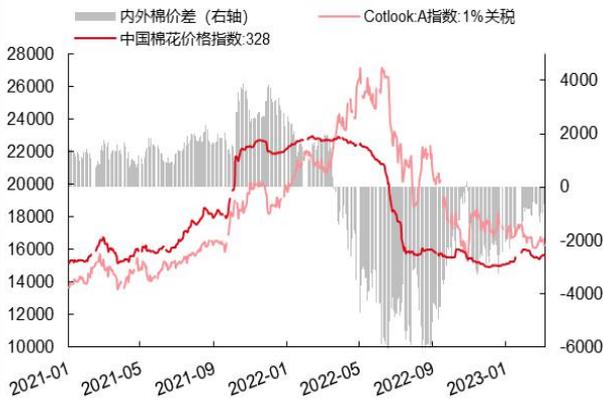
4) 海绵：截至 3 月 3 日，华东地区 TDI 主流价格为 18800 元/吨，华东地区纯 MDI 主流价格为 20500 元/吨，TDI、MDI 价格环比分别下跌 3.59%、持平。

✚ 汇率：截至 3 月 10 日，美元兑人民币（中间价）为 6.9655，环比上涨 0.78%。

✚ 中国出口集装箱运价指数（CCFI）：截至 3 月 10 日，CCFI 综合指数为 1020.60。

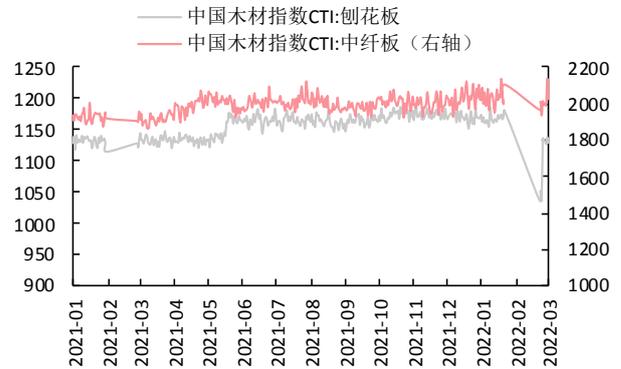


图 12：棉花价格（元/吨）



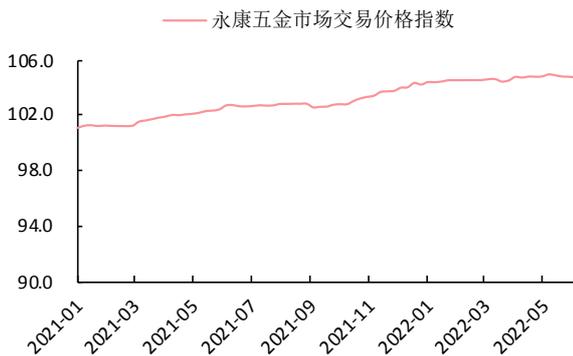
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 13：中纤板、刨花板价格走势



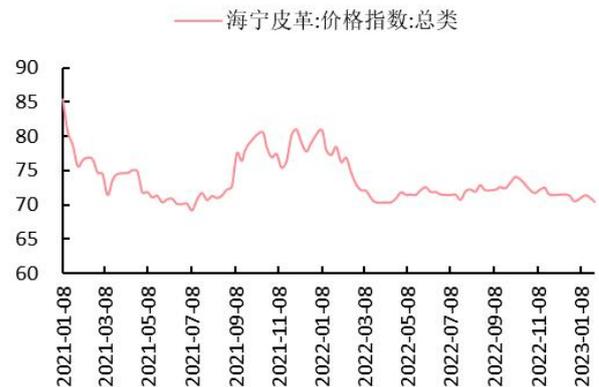
资料来源：Wind，山西证券研究所

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

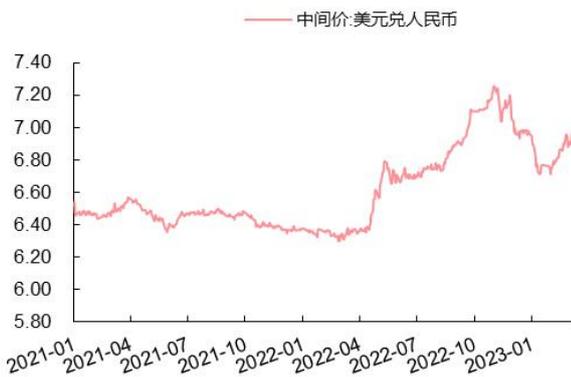
图 16：海绵原材料价格走势

图 17：金价走势（单位：元/克）



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

## 2.2 出口数据

纺织品服装: 2023 年 1-2 月, 纺织品服装出口 408.42 亿美元, 同比下降 18.60%。其中, 2023 年 1-2 月纺织品出口 191.65 亿美元, 同比下降 22.40%, 服装出口 216.78 亿美元, 同比下降 14.70%。

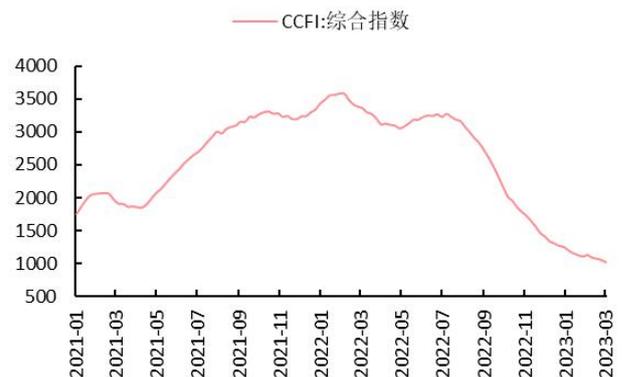
家具及其零件: 2023 年 1-2 月, 家具及其零件出口 92.61 亿美元, 同比下降 17.47%。

图 20: 纺织纱线、织物及制品累计值(亿美元)及累计同比



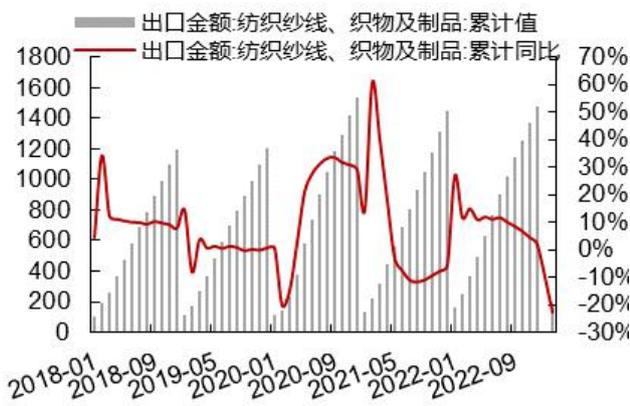
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 19: 中国出口集装箱运价指数



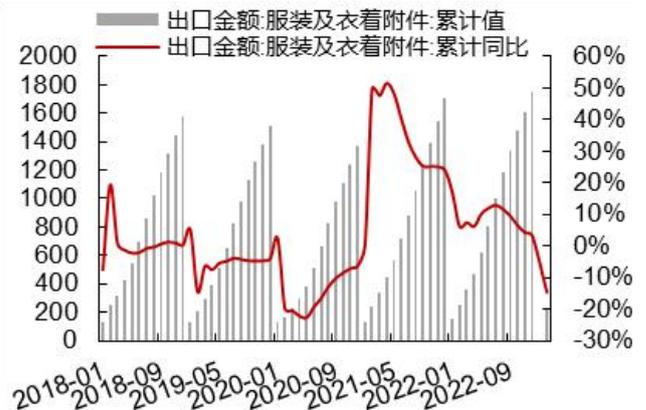
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 21: 服装及衣着附件累计值(亿美元)及累计同比



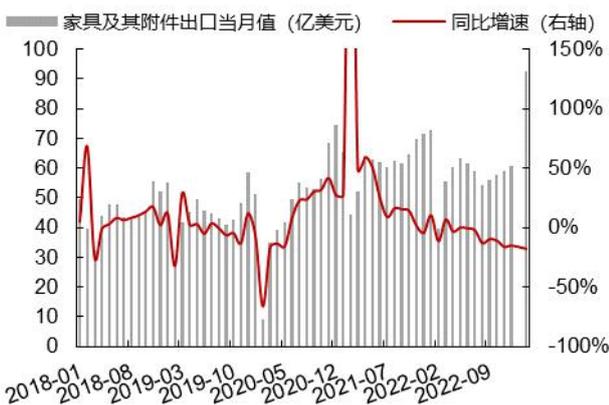
资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

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12月，国内实现社零总额4.05万亿元/-1.8%，降幅环比收窄4.1pct，表现好于Wind市场一致预期（-6.5%）。

分渠道看，12月实物商品网上零售额实现1.15万亿元/+15.6%，增速环比提升11.7pct，12月实物商品网上零售额占当月商品零售比重为31.7%，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2.5万亿元/-6.1%，降幅环比收窄4.9pct。

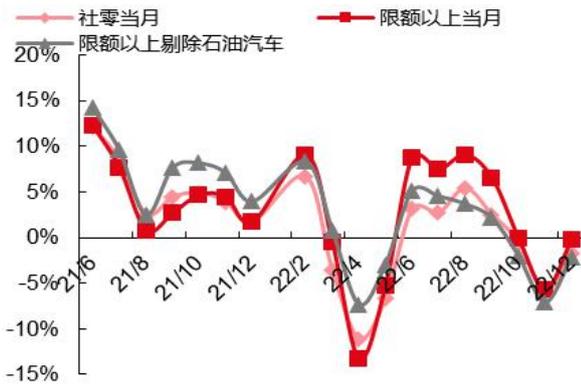
分品类看，12月限上纺织服装、金银珠宝、家具同比分别下滑12.5%、18.4%、5.8%，纺织服装降幅环比收窄3.1pct，金银珠宝降幅扩大11.4pct，家具降幅环比扩大1.8pct。

图 24：社零及限额以上当月

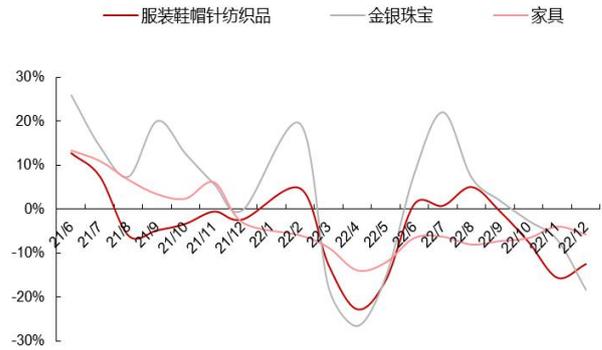


资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

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



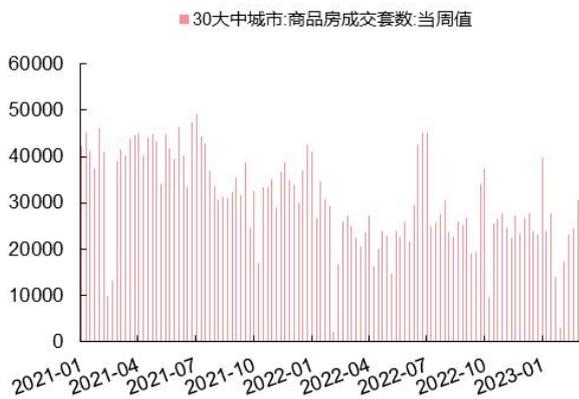
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

## 2.4 房地产数据

本周(3.5-3.11日)，30大中城市商品房成交28937套、成交面积319.24万平方米，较上周环比分别下降7.7%、8.3%。

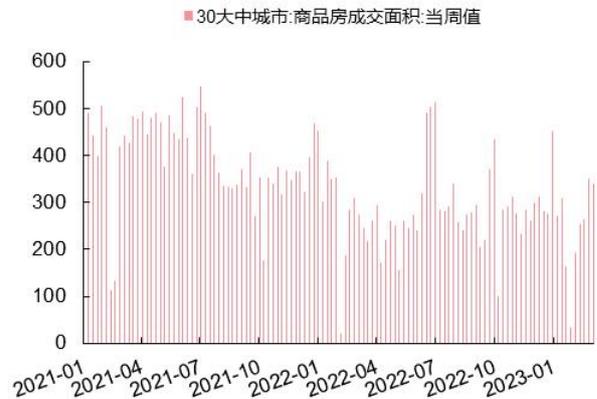
22年12月，住宅新开工面积、销售面积、竣工面积分别为6400、11904、22098万平方米，同比下降43.66%、31.49%、5.70%。12月新开工、销售、竣工数据降幅环比均有所收窄。

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（单位：万平方米）



资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

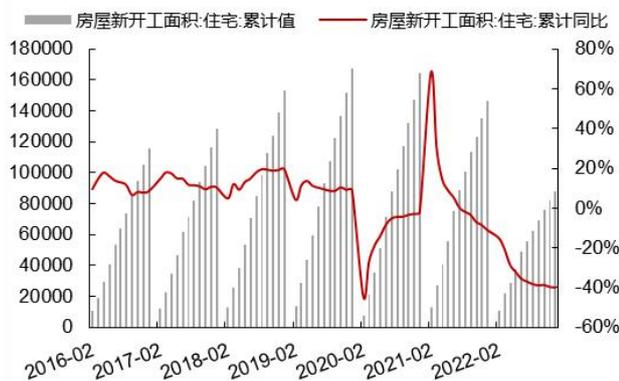
图 28：商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比

图 29：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比



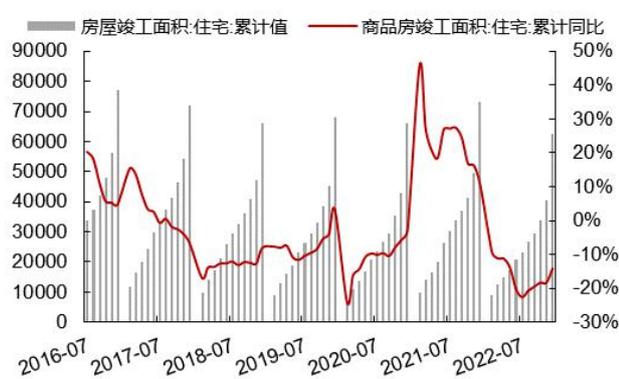
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

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 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 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

### 3. 行业新闻

#### 4.1 喜临门牵头制定《智能床具》标准发布！

【来源：77 度 2023-03-08】

2023 年 3 月 8 日，由喜临门牵头制定的《智能床具》（T/ZFA 5-2023）《床垫分类技术要求第 1 部分：年龄》（T/ZFA 6-2023）2 项团体标准经浙江省家具行业协会发布，自 2023 年 3 月 8 日起正式实施。

其中《智能床具》（T/ZFA 5-2023）以智能床具（综合应用电子智能、机械智能和物联智能等功能技术，通过人机交互实现功能转换的床、床垫或床架与床垫的组合）为标准化对象，规定了智能床具的术语和定义、要求、试验方法、检验规则、标志、使用说明、包装、运输和贮存，契合《2022 年全国标准化工作要点》《推进家居产业高质量发展行动方案》《“十四五”扩大内需战略实施方案》等文件精神。

该标准在对标国内外标准 QB/T 4190-2011、QB/T 5617—2021 基础上，先进性主要体现在以下几个方面：

##### 控制有害物质限量

不少制造商通过打造各种营销方式吸引消费者购买，产品外观采用光鲜亮丽的涂层装饰，外层结构进行各种印花及涂饰。床具是消费者的睡眠工具，每天直接接触时间将近 10h，直接接触床具中的有害物亦能引起过敏反应。此外，产品中甲醛释放量、VOC 等挥发性有害物质超标，极大地危害了消费者的身心健康，通过本项目的研究引入有害物质限量（如甲醛、VOC、荧光增白剂、可分解芳香胺等）指标要求，切实保护了消费者的使用安全。

##### 对电气安全进行规范

智能床具使用了大量有别于传统床具的电器元件，如 USB，小型音响，传感器等电器元件。智能床具同时具备“家具”、“电器”双重属性，电气元件的安全的确是不容忽视的，规范电气安全能有效的防止消费者的人身财产安全得到保证。

《智能床具》中规定“产品中符合 GB 4706.1、GB 4706.10、GB 4706.17、GB/T 12350 适用范围的构件，应符合 GB 4706.1、GB 4706.10、GB 4706.17、GB/T 12350 规定的要求。”

##### 智能化元素

智能床具作为传统家具智能化的新产品，是综合应用电子智能、机械智能和物联智能等功能技术，通过人机交互实现功能转换的床、床垫或床架与床垫的组合。目前市面上存在各种功能，各种类型的床具，每个生产制造商都宣称自己生产销售的是智能床具。不同功能的床具，不同性能的智能属性，没有有效的界定及规范，消费者也是看的眼花缭乱，无从下手。

本次发布的《智能床具》(T/ZFA 5-2023)由浙江省家具行业协会发布。这标志着智能床的快速发展将得到广泛规范,为智能床具这一细分品类健康发展起到模范推动作用。

## 4.2 New Balance 年营收增长 21%至 53 亿美元

【来源:中服圈 2023-03-08】

3月7日消息,美国运动品牌 New Balance 的董事长及首席执行官 Joe Preston 通过个人 LinkedIn (领英)账号表示,以几乎任何标准衡量,2022 年对品牌而言都是“非凡的一年”:New Balance 2022 年的营收为 53 亿美元,较上一年增长 21%,创下新纪录。

New Balance 最初成立于 1906 年,自 1938 年开始生产跑鞋。2000 年,New Balance 的收入达到了 10 亿美元里程碑。而在过去的 10 年里,它的销售额成功翻了一番。

近年来,New Balance 开发了一系列新产品,发售多个联名合作款,大幅增加签约运动员的数量,并直接控制了其在欧洲部分地区、法国和伊比利亚半岛等地区的分销。公司目前在全球经营着超 500 家门店,并拥有 3,000 多家零售合作伙伴。

2023 年,New Balance 将继续依托跑步这一经典主打品类,同时与近年一样进一步发力其他品类,例如与 NBA 球星 Kawhi Leonard 合作推出篮球品类,以及与新兴英国足球运动员 Bukayo Saka 合作推出足球品类。“通过令人兴奋的鞋类、服装的发布以及重大的营销投资,我们在跑步以及篮球、棒球和足球等运动方面的市场份额将得到很大的加强。”

Joe Preston 补充称,“我们拥有一项名为 Fresh Foam 的技术,(这项技术)最初是为我们的跑步产品开发的,(但)我们一直在将其应用到我们的其他一些类别产品中。”从越野跑、Hierro 系列到生活方式产品,以及 550 和 327 系列鞋履的成功,New Balance 在各个类别中都获得了消费者关注。

## 4.3 年轻人悦己,顾家悦年轻人,顾家“欢乐客餐厅”解锁更多家的意义

【来源:泛家居圈 2023-03-09】

大疫放开,行业内卷严重,竞争加剧,2023 年注定是不平凡之年,家居企业们该如何破局而起?近日,顾家家居交上了自己的新答卷,重磅发布了“欢乐客餐厅”主题概念,提出“好产品+好体验+好服务=欢乐客餐厅”的营销新思路,并且通过颜选沙发、惠选餐桌椅的整购模式,结合购客厅赠餐厅的钜惠服务,满足当下年轻消费群体“精致懒”的新消费需求。这一次,顾家家居以客餐厅空间为引,把家居消费上升到体验欢乐生活新方式的精神层面。顾家家居认为,家不仅是只是供人栖息,更承载了人们的情感。顾家家居通过欢乐客餐厅生活新模式,赋予家居空间更多意义。

**【新青年群体成消费主力军，客餐厅需求向多元化、悦己化转变】**随着 80/90 后、甚至 00 后新青年消费群体成为消费市场的主力军，消费需求更迭，市场供给也必须随之改变。正如在顾家家居“欢乐客餐厅”发布会上，优居副总裁、优居研究院院长张永志老师提到的，目前中国人口结构中 80/90/00 后加起来将近 6 亿人，是家居消费的主力军。这个新消费群体，是极具个性、并敢于张扬个性的一代。他们有着明确的家居家装需求，向往颜值高、品质好还具有性价比的家居产品。但同时由于平日工作生活的高压，导致其不想再费神跑卖场，更不愿一家一家对比体验，东家买沙发西家买餐桌椅。可谓“精致”与“懒癌”在他们身上并存。因而，一站式整购的家居解决方案成为了他们家居消费的首选。客餐厅作为家居空间中使用频率最高、体验要求最高的场所，并且具有较高的居所风格展示的功能，是绝大多数人最为重视的一大空间，他们为客餐厅花费的意愿也相对更高。据统计，国人客餐厅空间的装修预算约占全屋的 33%，除了睡觉，国人超过 40%的休闲时间都待在客餐厅里。发展至今，伴着消费观念的更迭，客餐厅的功能不同于以前，它早已不局限于座谈、吃饭、会客、看电视等传统功能，而是逐步向亲子互动、娱乐放松、沉浸兴趣等更加多元化、悦己化的功能趋势演进。顾家家居正是在这种多重需求的基础上，找到了平衡的砝码，推出“欢乐客餐厅”，为用户提供高效、便捷、愉悦的客餐厅一体化选购模式。在顾家家居的“欢乐客餐厅”发布会上，暨南大学生活方式研究院联席院长费勇老师，也同过对“闲”的解读，剖析了国人不断进化的精神追求，并投射到日常生活中。人们不断地寻找让身“闲下来”、让心“闲下来”的生活方式。而顾家家居“欢乐客餐厅”打造的正是这么一种使人闲适轻松的家居生活模式。

**【产品优、体验优、服务优，“欢乐客餐厅”助力实现欢乐生活】**回归到现实中来，大多数人的客餐厅产品普遍存在着尺寸设计不科学、选材标准不达标、工艺细节不达标、外观造型不时尚、功能设计不实用等问题，导致产品与硬装不和谐、客厅和餐厅不搭配、产品整体与人群需求不适配等问题，致使用户无法享受真正的居家乐趣。深度洞悉了新消费群体的家居消费习惯及家居体验痛点后，顾家家居精准打造了产品优、体验优、服务优“欢乐客餐厅”三大标准，从产品研发至生产销售至售后服务，由内而外地全维度保障消费者的美好家居生活落地，为家居生活奠定“欢乐”的基调。在产品外观设计上，顾家家居坐拥国内外设计研究中心，打造了一支拥有 130 多名资深设计师的设计团队，其国际化、全球化的前沿设计理念不言而喻。在技术领域，顾家家居不断推陈出新，研发新技术，提出新标准。比如，为了让沙发坐感更舒适，顾家家居打造出“3C 坐感系统”，以“高标准选材(CHOICE)、精细化工艺(CRAFT)、人性化设计(CLOSE)”为核心理念，精心打磨出具有舒适坐感的沙发。顾家家居围绕用户需求不断进行技术探索，逐步构筑起技术壁垒。正因其在设计和技术方面打造的强大产品力，才得以让顾家家居的产品成为消费者的品质之选，全面塑造了“欢乐客餐厅”独特的产品值。针对年轻的潮流人群，顾家能提供外观设计时尚的产品套餐；针对于三口之家、乃至多口之家，顾家能提供环保又便利的产品套餐。从二人世界到有孩、有老一族，顾

家家都结合其群体特征，针对性地研发适配产品，从用户实际的生活需要着手，贴心设计产品细节，使用户真正享受到客餐厅家居生活的欢乐。购买前，顾家家居根据用户具体需求，提供贴心的双厅搭配方案。购买后，消费者能享受“顾家关爱”权益，享有客厅产品整体质保3年、沙发主框架及功能架质保10年、餐厅产品配件3年内只换不修的无忧售后服务。顾家家居不仅保证产品品质在线，还在服务上深耕发力，延伸出产品品质以外的品牌附加价值。从简单的产品销售上升至人文关怀，让用户真切感受到顾家家居“欢乐客餐厅”的与众不同。小企业者，重在走销量；大企业者，重在做品牌。而产品之外的服务，正是淬炼品牌的烈火，经此役者，自是与众不同。我们不难看出，顾家家居凭借过硬的产品品质，买客厅送餐厅的钜惠销售模式，全链路的服务保障，逐步吸引消费者。一系列动作下来，顾家家居所营造的“欢乐客餐厅”整购模式，真正满足了新消费群体省时省心省力的家居消费需求，最终达到让消费者轻松享受舒适居家生活的目的。

**【冲破品类到空间的桎梏，“欢乐客餐厅”打开一体化新思路】**范居士认为，顾家家居“欢乐客餐厅”主题概念能够落地，得益于其在产品、体验和服务上形成了一个完整的支撑体系，以客餐厅空间立意，福利王牌一出，品牌信任值马上拉满。同时，它还顺应了当下房地产存量时代旧房改造、局部改造的趋势。有相关数据指出，客餐厅是全屋里“被改”概率最高的空间，顾家家居“欢乐客餐厅”整购模式无疑能满足此需求。纵观顾家家居“欢乐客餐厅”的打法，在品牌营销层面，它从冰冷的产品销售过渡到了有温度的情感价值上来，倡导“欢乐”的生活理念；在产品营销层面，它从浅层的品类整合过渡到了空间联动整购上来，一站式整购的家居消费体验感更能触动消费者。对顾家家居自身而言，它立足品牌优势又跳脱出品牌优势，为其多元化发展路径探索出了更多的可能；对于整个家居行业而言，它开拓了一个销售新思路，打破了客餐厅分开采购的单品类拼凑的消费模式，实现客餐厅产品一体化整购的可能。

## 4. 重点公司公告

### 【慕思股份】关于聘任高级管理人员的公告

[2023-3-6] 慕思健康睡眠股份有限公司（以下简称“公司”）于2023年3月5日召开公司第一届董事会第二十次会议，审议通过了《关于聘任高级管理人员的议案》，经公司总经理王炳坤先生提名，董事会提名委员会审核通过，董事会同意聘任杨鑫先生为公司副总经理，任期自本次董事会会议审议通过之日起至第一届董事会届满之日止。

## 5. 风险提示

1. 地产销售或不达预期；



- 2.品牌库存去化不及预期;
- 3.原材料价格波动;
- 4.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

上海市浦东新区滨江大道 5159 号陆家嘴滨江中心 N5 座 6 楼

#### 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

