

2022年12月12日

纺织服装/家居

行业周报

全国疫情防控措施持续优化，11月家具出口额承压

投资要点

◆本周纺织服饰板块领先大盘1.41%，如意集团、浔兴股份、ST柏龙涨幅靠前。
 本周（12.05-12.09），SW纺织服饰板块上涨1.88%，领先大盘1.41个百分点，其中SW纺织制造板块上涨2.41%，SW服装家纺上涨1.51%，如意集团（+41.15%）、浔兴股份（+23.45%）、ST柏龙（+19.59%）涨幅靠前。目前SW纺织服饰整体法（TTM，剔除负值）计算的行业PE为20.50倍。

◆本周家居用品板块领先大盘2.83%，顾家家居、蒙娜丽莎、江山欧派涨幅靠前。
 本周（12.05-12.09），SW家居用品板块上涨6.12%，领先大盘2.83个百分点，顾家家居（+21.87%）、蒙娜丽莎（+15.75%）、江山欧派（+14.28%）涨幅靠前。估值方面，目前SW家居用品整体法（TTM，剔除负值）计算的行业PE为24.27倍。

行业新闻：

（1）美国黑五消费创纪录，家具销售增长约10%。追踪零售商网站销售额的Adobe数据显示，美国购物者在今年黑色星期五的网上支出达到创纪录的91.2亿美元，超过其温和增长1%至90亿美元的预测。“网购星期一”销售额也达到112亿美元的历史新高，较去年的107亿同比增长5.1%。客流量方面，根据美国零售联合会（NRF）的调查，感恩节到网络星期一的五天内，假日购物者的数量创下1.967亿的历史新高，实体店的增幅更大，有1.23亿人光顾了实体店，同比增长了17%。具体到家居行业，根据美国知名调研机构Piper Sandler公布的对家具零售商进行的黑五周末销售调查报告，家具行业的销售“好于预期”，增幅为5%到10%之间。

（2）海关总署：前11个月中国家具出口额4215亿元，同比下降2.0%。12月7日，海关总署公布今年前11个月中国进出口数据统计。数据显示，11月中国家具及其零件出口额为416.9亿元，环比增长4.1%；今年前11个月，中国家具及其零件出口额为4215.3亿元，同比下降2.0%。其他家居建材品类方面，11月陶瓷产品出口额为219.8亿元，环比增长2.9%；1-11月陶瓷产品出口额为1951.1亿元，同比增长10.7%。

（3）Lululemon上调全年销售预期至接近80亿美元，但假日季表现差强人意。12月8日，加拿大瑜伽运动服零售商lululemon（露露乐蒙）公布了截至10月30日的2022财年第三季度财务数据：第三季度净销售额同比增长28%至19亿美元，按固定汇率计增长31%，三年复合增长率为27%。同时，公司上调了2022财年的全年销售额及利润预期。不过由于假日季销售低于分析师预期，Lululemon

投资评级

领先大市-A维持

首选股票	评级
02020.HK 安踏体育	买入-A
03998.HK 波司登	买入-B
600398.SH 海澜之家	增持-A
02313.HK 申洲国际	买入-B
603833.SH 欧派家居	买入-B
603008.SH 喜临门	买入-A

一年行业表现



资料来源：聚源

升幅%	1M	3M	12M
纺织服装相对收益	3.37	6.04	17.17
纺织服装绝对收益	7.73	2.61	-4.63
家居相对收益	8.66	2.08	8.01
家居绝对收益	13.01	-1.35	-13.78

分析师

刘荆

 SAC 执业证书编号：S0910520020001
 liujing1@huajinsc.cn

相关报告

福寿园：逝有所安，故有所尊，思有所依-福寿园深度报告 2022.12.12

纺织服装：房地产政策暖风频吹，昂跑提高全年财务预期-纺服家居周报 2022.11.29

纺织服装：10月家具社零环比改善，纺服社零同比下滑7.5%-纺服家居行业周报 2022.11.24

纺织服装：10月社零总额增速同比转负，地产数据继续探底-社零点评 2022.11.17

纺织服装：欧派衣柜与喜临门达成全球战略合作，天猫双十一业绩稳中向好-纺服家居行业周报 2022.11.16



财报发布后（12月9日）股价下跌近13%。

- ◆ **纺服板块投资建议：**纺织制造方面，11月纺服出口数据降幅扩大，但伴随着疫情防控持续优化及新十条的落地，线下客流及消费场景有望逐步恢复。建议继续关注深度绑定下游优质客户的针织服饰制造龙头申洲国际。品牌方面，多品牌双十一首轮预售数据表现靓丽，建议继续关注本土运动服饰龙头安踏体育。
- ◆ **家居板块投资建议：**家居用品板块方面，11月家具出口数据持续承压，但地产利好政策频出，叠加疫情防控逐步优化，房地产市场加速恢复预期进一步提升，有望带动家居板块估值的修复。同时，保交付下大宗业务逐步回暖，零售端业务有望通过多品类融合、整装大家居模式下赋能企业成长。疫情防控持续优化及新十条的落地，线下零售及客流有望回升，低基数背景下，明年业绩增速有望持续回暖。建议继续关注零售渠道力领先，整装先发优势显著的欧派家居、推出整体睡眠解决方案的顾家家居、积极推进整装布局，估值向上空间充分的索菲亚，以及渠道规模持续扩张、多品类接力增长的喜临门、金牌厨柜、志邦家居。
- ◆ **风险提示：**地产政策效果不达预期；国内疫情持续出现反复；品牌竞争加剧；汇率大幅波动；原材料价格波动风险等。

纺织服装：Hugo Boss 上调全年预期，双十一首轮预售数据表现亮眼-纺服家居行业周报
2022.11.7

纺织服装：索菲亚发布“城市合伙人”战略，Puma 盈利创历史新高-纺服家居行业周报
2022.11.1

内容目录

1、纺织服饰板块	5
1.1 本周行情回顾	5
1.2 公司行情	6
2、家居板块	7
2.1 本周行情回顾	7
2.2 公司行情	8
3、行业数据跟踪	9
3.1 上游原材料	9
3.2 出口数据	10
3.3 社零数据	11
3.4 房地产数据	13
4、行业重要新闻	14
4.1 潍坊国资入主，孚日家纺控股股东拟变更	14
4.2 美国黑五消费创纪录，家具销售增长约 10%	15
4.3 海关总署：前 11 个月中国家具出口额 4215 亿元，同比下降 2.0%	16
4.4 Lululemon 上调全年销售预期至接近 80 亿美元，但假日季表现差强人意	17
5、重点公司公告	18
6、风险提示	18

图表目录

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较	5
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较	5
图 3：纺织服饰及子板块 PE 走势	6
图 4：SW 家居用品板块 PE 走势	8
图 5：棉花价格（元/吨）	10
图 6：华东地区 TDI 和 MDI 主流价格（元/吨）	10
图 7：海宁皮革价格指数（总类）	10
图 8：中纤板价格（元/张）	10
图 9：刨花板价格（元/张）	10
图 10：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比	11
图 11：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比	11
图 12：家具及其附件累计值（亿美元）及累计同比	11
图 13：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比	11
图 14：社零及限额以上当月	12
图 15：线上线下当月	12
图 16：粮油食品、日用品当月	12
图 17：化妆品、纺织服装、金银珠宝当月	12
图 18：家具当月	13
图 19：商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比	13
图 20：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比	13
图 21：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比	14
图 22：商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比	14

图 23: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比	14
图 24: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比	14
图 25: 30 大中城市商品房当周成交套数	14
图 26: 30 大中城市商品房当周成交面积 (万平方米)	14
表 1: 纺织服饰及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比	6
表 2: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司	6
表 3: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司	6
表 4: 年初至今纺织服饰板块涨幅前 5 的公司	7
表 5: 年初至今纺织服饰板块跌幅前 5 的公司	7
表 6: 家居用品板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比	8
表 7: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司	8
表 8: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司	8
表 9: 年初至今家居用品板块涨幅前 5 的公司	9
表 10: 年初至今家居用品板块跌幅前 5 的公司	9
表 11: 业绩展望	17

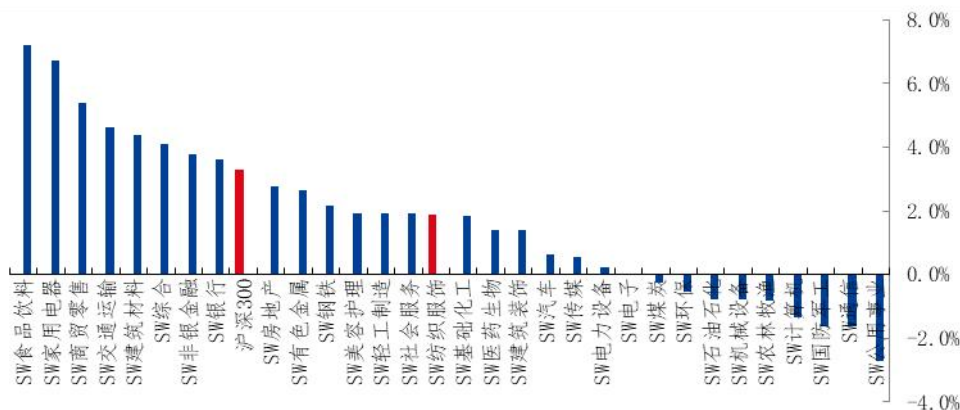
1、纺织服饰板块

1.1 本周行情回顾

本周，SW 纺织服饰板块上涨 1.88%，沪深 300 上涨 3.29%，纺织服饰板块落后大盘 1.41 个百分点。其中 SW 纺织制造板块上涨 2.41%，SW 服装家纺上涨 1.51%。

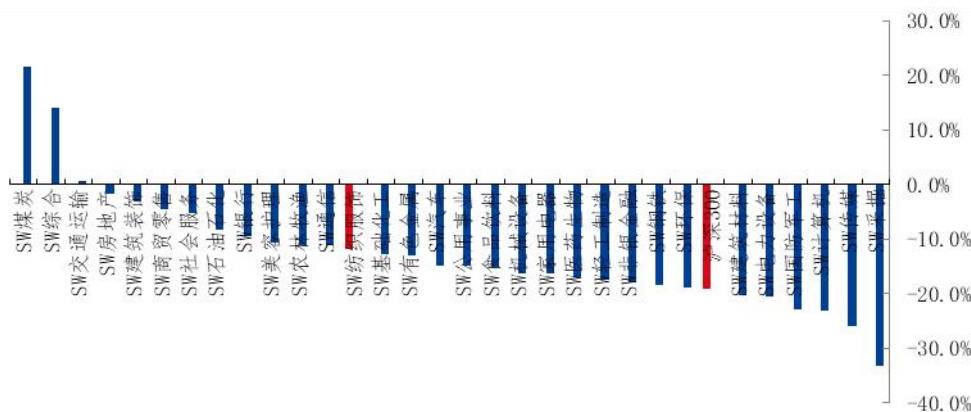
年初至今，SW 纺织服饰板块下跌 11.77%，沪深 300 下跌 19.07%，纺织服饰板块跑赢大盘 7.3 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 9.66%，SW 服装家纺下跌 12.73%。

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，华金证券研究所

图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，华金证券研究所

从板块的估值水平看，目前 SW 纺织服饰整体法（TTM，剔除负值）计算的行业 PE 为 20.50 倍，SW 纺织制造的 PE 为 18.16 倍，SW 服装家纺的 PE 为 22.14 倍，沪深 300 的 PE 为 10.91 倍。

图 3：纺织服饰及子板块 PE 走势



资料来源：Wind，华金证券研究所

表 1：纺织服饰及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比

时间	市盈率(历史 TTM_整体法)剔除负值			
	SW 纺织服饰	SW 纺织制造	SW 服装家纺	沪深 300
2022/12/09	20.50	18.16	22.14	10.91
近一年均值	19.67	18.39	20.50	11.58
溢价	0.82	-0.23	1.63	-0.67

资料来源：Wind，华金证券研究所

1.2 公司行情

本周涨幅前 5 的纺织服饰板块公司分别为：如意集团（+41.15%）、浔兴股份（+23.45%）、ST 柏龙（+19.59%）、迪阿股份（+14.60%）、朗姿股份（+11.2%）；本周跌幅前 5 的纺织服饰板块公司分别为：云中马（-12.74%）、乔治白（-6.68%）、*ST 中潜（-6.28%）、华生科技（-5.58%）、众望布艺（-5.3%）。

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）
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，华金证券研究所

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）
603130.SH	云中马	-12.74	32.75
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

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
605003.SH	众望布艺	-5.30	20.38

资料来源: Wind, 华金证券研究所

年初至今涨幅前 5 的纺织服饰板块公司分别为: 安奈儿(+101.74%)、棒杰股份(+89.84%)、如意集团(+59.78%)、萃华珠宝(+58.58%)、牧高笛(+58.01%); 年初至今跌幅前 5 的纺织服饰板块公司分别为: 迪阿股份(-59.98%)、*ST 中潜(-43.37%)、中银绒业(-42.43%)、锦泓集团(-40.18%)、华利集团(-39.05%)。

表 4: 年初至今纺织服饰板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	年初至今涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
002875.SZ	安奈儿	101.74	18.60
002634.SZ	棒杰股份	89.84	11.77
002193.SZ	如意集团	59.78	10.05
002731.SZ	萃华珠宝	58.58	17.02
603908.SH	牧高笛	58.01	64.97

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 5: 年初至今纺织服饰板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	年初至今涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
301177.SZ	迪阿股份	-59.98	56.68
300526.SZ	*ST 中潜	-43.37	12.38
000982.SZ	中银绒业	-42.43	1.99
603518.SZ	锦泓集团	-40.18	7.22
300979.SZ	华利集团	-39.05	53.49

资料来源: Wind, 华金证券研究所

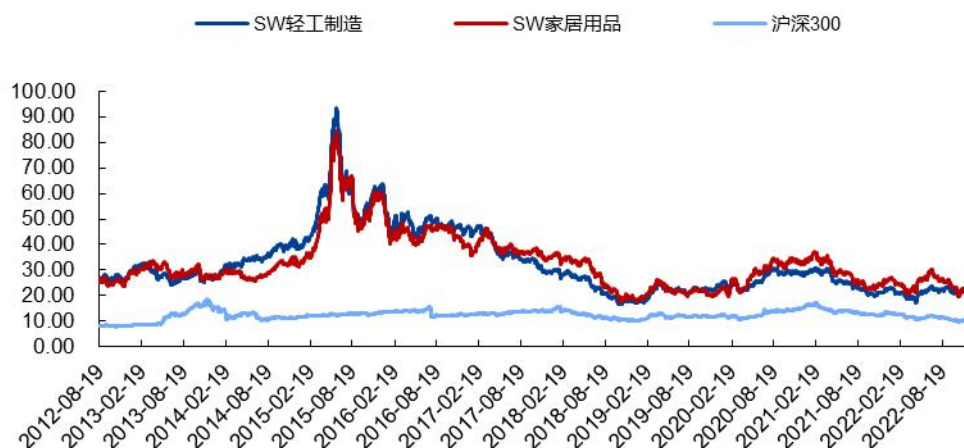
2、家居板块

2.1 本周行情回顾

本周, SW 家居用品板块上涨 6.12%, 沪深 300 上涨 3.29%, 家居用品板块跑赢大盘 2.83 个百分点; 年初至今, SW 家居用品板块下跌 18.90%, 沪深 300 下跌 19.07%, 家居用品板块领先大盘 0.17 个百分点。

从板块的估值水平看, 目前 SW 家居用品整体法(TTM, 剔除负值)计算的行业 PE 为 24.27 倍, SW 轻工制造的 PE 为 23.94 倍, 沪深 300 的 PE 为 10.91 倍。SW 家居用品的 PE 低于近 1 年均值。

图 4: SW 家居用品板块 PE 走势



资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 6: 家居用品板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比

时间	市盈率(历史 TTM_整体法) 剔除负值		
	SW 轻工制造	SW 家居用品	沪深 300
2022/12/09	23.94	24.27	10.91
近一年均值	21.62	24.83	11.58
溢价	1.68	-1.85	-0.98

资料来源: Wind, 华金证券研究所

2.2 公司行情

本周涨幅前 5 的家居用品板块公司分别为: 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 的家居用品板块公司分别为: 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 7: 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, 华金证券研究所

表 8: 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

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603389.SH	亚振家居	-3.59	5.64

资料来源: Wind, 华金证券研究所

年初至今涨幅前 5 的家居用品板块公司分别为: 嘉益股份(+54.43%)、江山欧派(+42.44%)、皮阿诺(+20.08%)、山东华鹏(+18.6%)、哈尔斯(+18.42%); 年初至今跌幅前 5 的家居用品板块公司分别为: 趣睡科技(-51.72%)、曲美家居(-51.16%)、尚品宅配(-50.06%)、帝欧家居(-43.1%)、梦天家居(-41.08%)。

表 9: 年初至今家居用品板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	年初至今涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
301004.SZ	嘉益股份	54.43	31.17
603208.SH	江山欧派	42.44	68.33
002853.SZ	皮阿诺	20.08	20.81
603021.SH	山东华鹏	18.60	6.12
002615.SZ	哈尔斯	18.42	6.43

资料来源: Wind, 华金证券研究所

表 10: 年初至今家居用品板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	年初至今涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
301336.SZ	趣睡科技	-51.72	49.11
603818.SH	曲美家居	-51.16	6.93
300616.SZ	尚品宅配	-50.06	21.29
002798.SZ	帝欧家居	-43.10	8.28
603216.SH	梦天家居	-41.08	14.67

资料来源: Wind, 华金证券研究所

3、行业数据跟踪

3.1 上游原材料

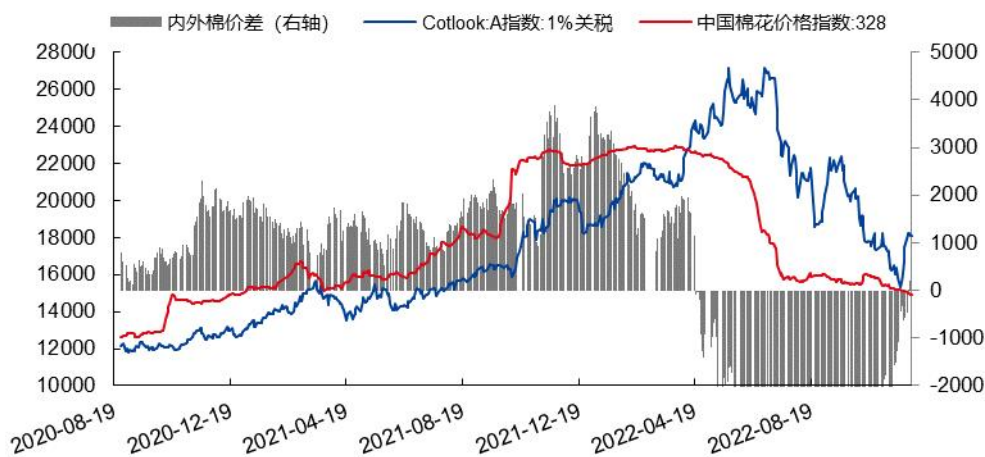
棉花价格: 截至 12 月 09 日, 中国棉花 328 价格指数为 14915 元/吨, 较 12 月 02 日下跌 27 元/吨, 跌幅为 0.18%; 截至 12 月 08 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 17269 元/吨, 较 12 月 01 日下跌 504 元/吨, 跌幅为 2.84%。

TDI&MDI 价格: 截至 12 月 08 日, 华东地区 TDI 主流价格为 16900 元/吨, 较 12 月 01 日下跌 200 元/吨, 跌幅为 1.16%。华东地区纯 MDI 主流价格为 16700 元/吨, 较 12 月 01 日下跌 600 元/吨, 跌幅为 3.43%。

皮革价格: 截至 11 月 18 日, 海宁皮革价格指数 (总类) 为 72.42, 环比上涨 0.32%。

板材价格: 截至 3 月 1 日, 18 厘中纤板价格为 90 元/张, 18 厘刨花板价格为 67 元/张。

图 5：棉花价格（元/吨）



资料来源：Wind，华金证券研究所

图 6：华东地区 TDI 和 MDI 主流价格（元/吨）



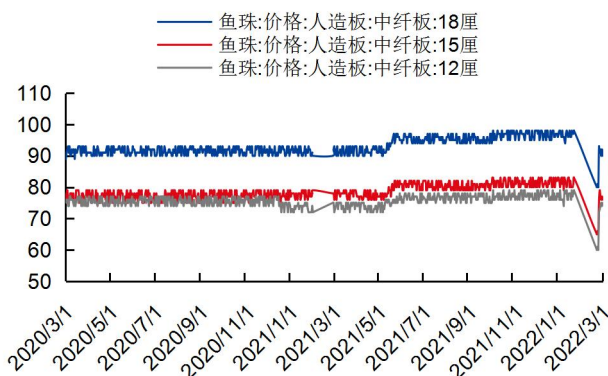
资料来源：Wind，隆众化工，华金证券研究所

图 7：海宁皮革价格指数（总类）



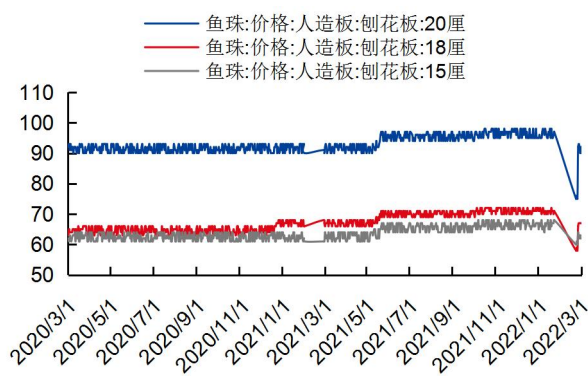
资料来源：Wind，中国海宁皮革城官方网站，华金证券研究所

图 8：中纤板价格（元/张）



资料来源：Wind，鱼珠国际木材市场，华金证券研究所

图 9：刨花板价格（元/张）



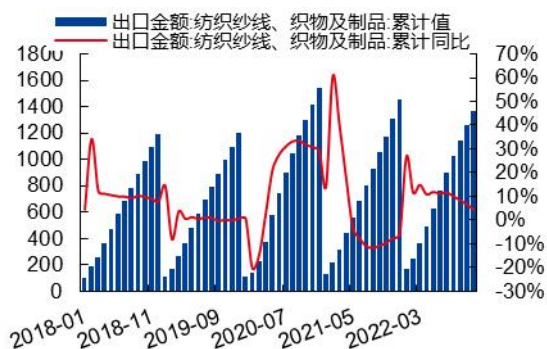
资料来源：Wind，鱼珠国际木材市场，华金证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装方面:2022 年 11 月纺织品服装出口 243.83 亿美元,同比减少 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,2022 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%。2022 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%。

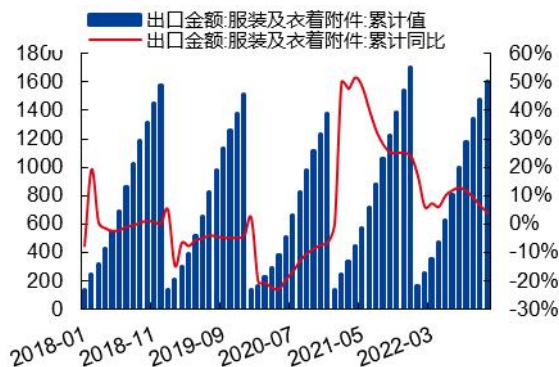
家具方面:2022 年 11 月家具及其附件出口 58.83 亿美元,同比下降 15.92%,今年 1-11 月,家具及其附件累计出口 636.77 亿美元,同比下降 4.55%。

图 10: 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, 华金证券研究所

图 11: 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, 华金证券研究所

图 12: 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, 华金证券研究所

图 13: 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, 华金证券研究所

3.3 社零数据

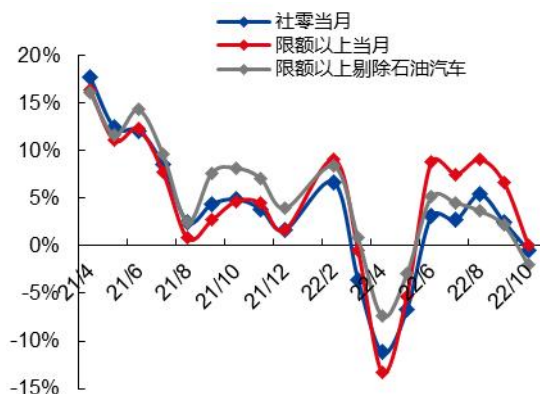
2022 年 1-10 月,国内实现社会消费品零售总额 36.06 万亿元/0.6%,其中,除汽车以外的消费品零售总额同比增长 0.5%。2022 年 10 月国内实现社零总额 4.03 万亿元/-0.5%,增速环比减少 3pct,表现弱于市场一致预期(根据 Wind,10 月社零当月同比增速预测平均值为 1.70%)。

分渠道看,线上方面,2022 年 1-10 月,实物商品网上零售额为 9.45 万亿元/+7.2%,占社会消费品零售总额的比重为 26.2%,单 10 月看,实物商品网上零售额实现 12132 亿元/+22.08%。线下方面,2022 年 1-10 月,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

23.07 万亿元/-2.37%，其中 10 月实物商品线下零售额约为 2.4 万亿元/-7.74%，增速环比下滑 6.58pct。

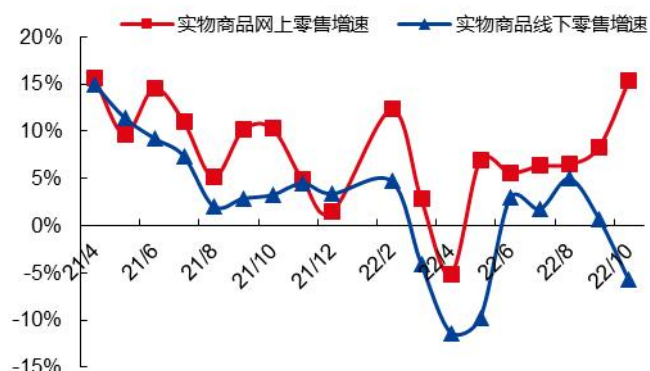
分品类看，必选方面，10 月限上粮油食品类同比增长 8.3%，限上饮料类同比增长 4.1%，限上日用品同比下降 2.2%。2022 年 1-10 月，限上粮油食品类、饮料类、日用品同比增长 9%、6.6%、1.6%。可选方面，10 月限上化妆品、金银珠宝、限上纺织服装同比减少 3.7%、2.7%、7.5%，家具同比下降 6.6%。2022 年 1-10 月，限额以上化妆品、纺织服装、家具同比分别下降 2.8%、4.4%、8.2%，金银珠宝同比增长 1.7%。

图 14：社零及限额以上当月



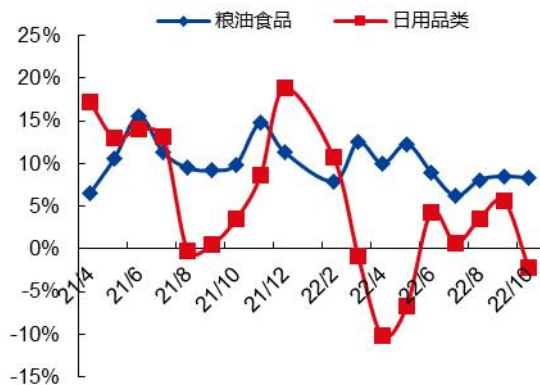
资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

图 15：线上线下当月



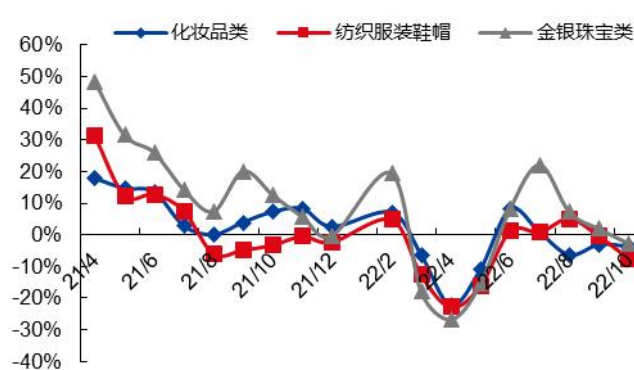
资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

图 16：粮油食品、日用品当月



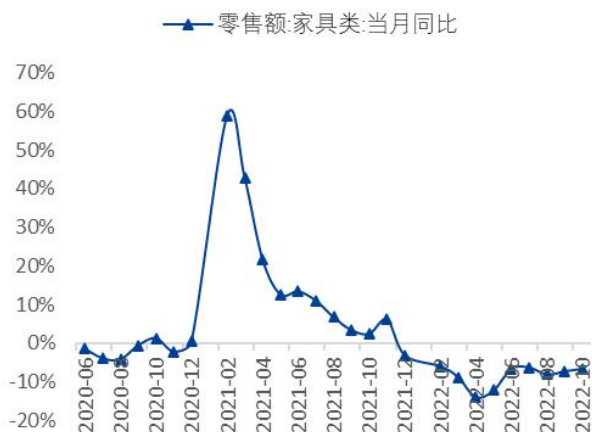
资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

图 17：化妆品、纺织服装、金银珠宝当月



资料来源：Wind，国家统计局，华金证券研究所

图 18: 家具当月



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

3.4 房地产数据

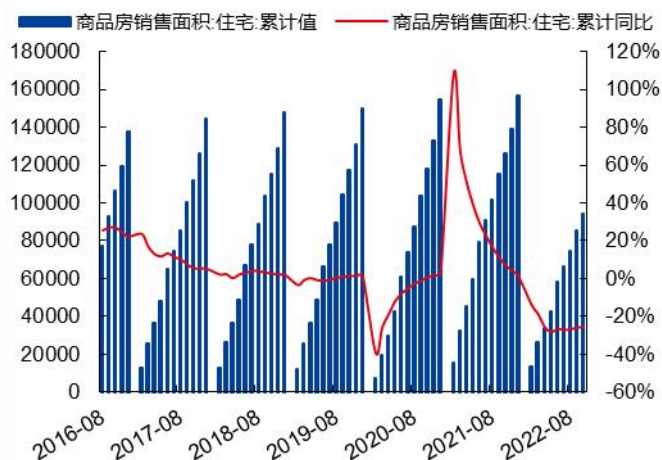
销售数据: 2022 年 1-10 月, 住宅商品房累计销售面积为 9.41 亿平方米, 同比下降 25.54%, 10 月当月, 住宅商品房销售面积为 0.84 亿平方米, 同比下降 23.81%。

新开工数据: 2022 年 1-10 月, 住宅商品房累计新开工面积为 7.59 亿平方米, 同比下降 38.5%, 10 月当月, 住宅商品房新开工面积为 0.64 亿平方米, 同比下降 36.16%。

竣工数据: 2022 年 1-10 月, 住宅商品房累计竣工面积为 3.38 亿平方米, 同比下降 18.46%, 10 月当月, 住宅商品房竣工面积为 0.42 亿平方米, 同比下降 9.20%。

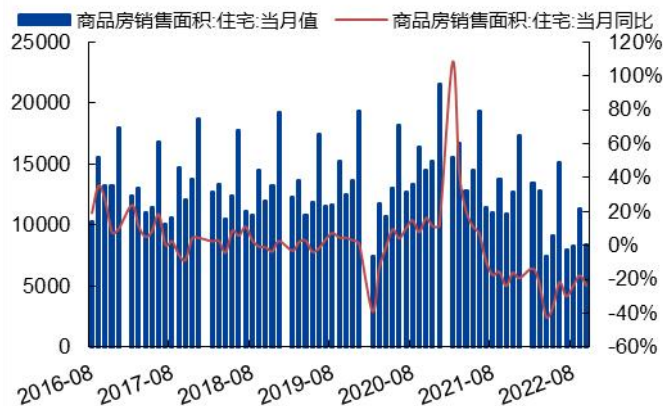
30 大中城市周度数据: 截至 12 月 12 日, 本周 (12.5~12.11) 30 大中城市商品房成交套数为 26854 套, 成交面积为 302.31 万平方米, 较上周分别上涨 0.8 %和 1%。

图 19: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比



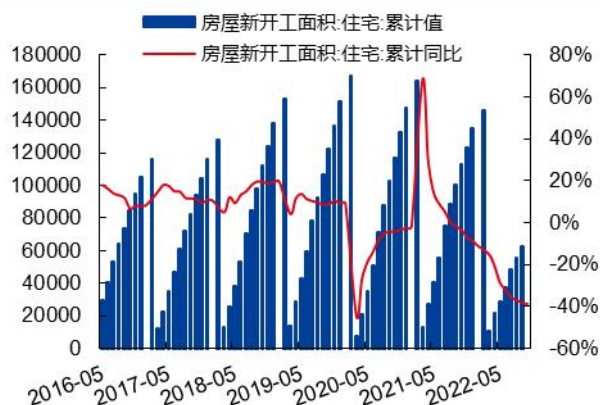
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 20: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



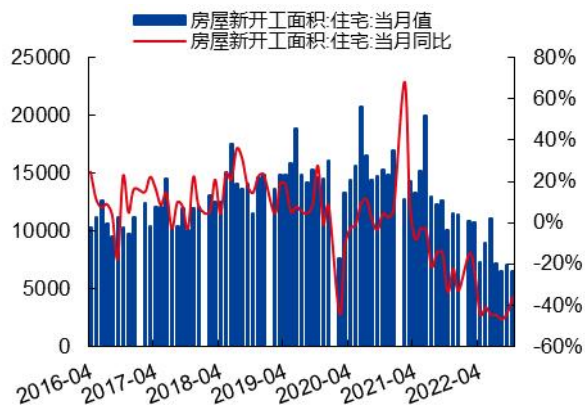
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 21: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比



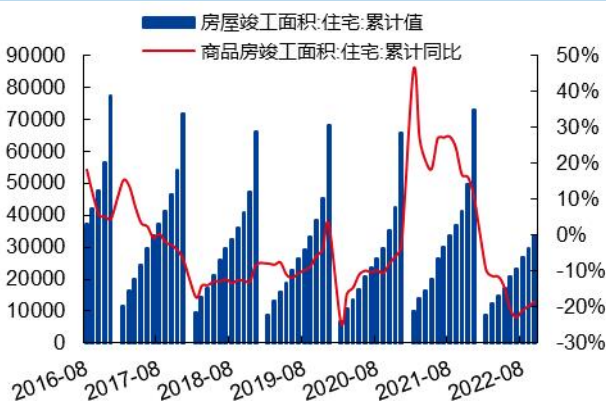
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 22: 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, 华金证券研究所

图 23: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比



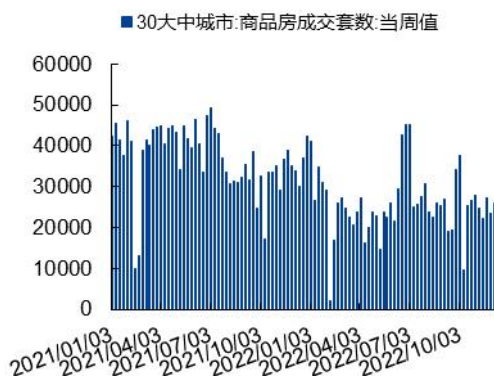
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 24: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



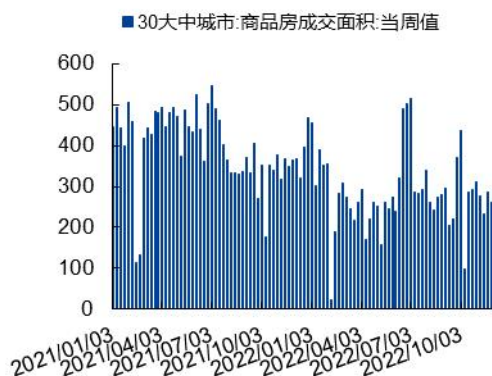
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 25: 30 大中城市商品房当周成交套数



资料来源: Wind, 华金证券研究所

图 26: 30 大中城市商品房当周成交面积 (万平方米)



资料来源: Wind, 华金证券研究所

4、行业重要新闻

4.1 潍坊国资入主，孚日家纺控股股东拟变更

[77度 2022-12-11]

12月7日，孚日股份发布公告称，根据战略发展规划，公司控股股东华荣实业”拟与潍坊市城投集团开展战略合作。

华荣实业拟通过股份转让、一致行动关系等方式将贵公司控制权转让给潍坊市城投集团，交易完成后孚日股份控股股东变更为潍坊市城投集团。

事实上，两年前孚日股份才刚刚完成易主。

2020年6月18日，孚日股份作价12.75亿元，将公司18.72%的股票转让给华荣实业。该次股份转让事项完成后，孚日股份的控股股东变更为华荣实业。

孚日股份易主后，虽然业绩好转，但华荣实业却负面不断。

2021年1月，孚日股份在自查中发现，其控股股东华荣实业及其控制的公司通过发行理财产品对孚日股份非经营性占用资金余额为10.998亿元。

2022年4月20日，孚日股份公告称，其控股股东华荣实业持有公司0.47亿股股份被司法冻结，占其总股本的5.16%，占华荣实业所持股份的27.59%。

更为严重的是，自从2021年下半年开始，华荣实业发生票据逾期，公司资金周转紧张，后续再融资滚存压力大。

另外，华荣实业还被纳入失信被执行人名单。

或受上述情况影响，孚日股份控股股东华荣实业拟与潍坊市城投集团开展战略合作，更好地支持上市公司高质量可持续发展。

孚日股份自1987年公司成立以来，便以毛巾、家纺为主业，不断发展成为国际性的行业龙头。目前，孚日股份是国内最大的家纺制品出口商，收入以出口为主，出口额连续23年位居行业第一，目前主要面向日本、美国、欧盟、澳大利亚等市场，2021年出口收入占比达到62.55%。

孚日股份刚步入平稳发展阶段，若本次成功“易主”，或许能凭借潍坊国资雄厚的实力，再次实现飞跃发展。

4.2 美国黑五消费创纪录，家具销售增长约10%

[77度 2022-12-01]

高通胀蚕食着消费者的可支配收入，叠加美联储史上最强加息周期，市场和经济学家一直在等待美国消费者削减支出，但美国人“剁手”能力似乎未受影响，消费能力令人震惊。

追踪零售商网站销售额的Adobe数据显示，美国购物者在今年黑色星期五的网上支出达到创纪录的91.2亿美元，超过其温和增长1%至90亿美元的预测。

“网购星期一”销售额也达到112亿美元的历史新高，较去年的107亿同比增长5.1%。

客流量方面，根据美国零售联合会（NRF）的调查，感恩节到网络星期一的五天内，假日购物者的数量创下 1.967 亿的历史新高，实体店的增幅更大，有 1.23 亿人光顾了实体店，同比增长了 17%。

具体到家居行业，根据美国知名调研机构 Piper Sandler 公布的对家具零售商进行的黑五周末销售调查报告，家具行业的销售“好于预期”，增幅为 5%到 10%之间。

Piper Sandler 表示：“根据我们对销售家具和床垫的零售商的统计，家具的销售情况全面超过了预期，且大多数企业跟预估差距较大。”

不过，黑五周末的床垫销量处于“持平到略有下降”的范围内。报告指出，床垫行业表现“有点令人失望”。不过，大型床垫零售商的营收增长似乎更加显著，而较小型的零售商表现则不太理想。

另外，国际信用卡公司万事达 Mastercard 发布的消费报告也显示美国黑五的线上线下销售同比均出现增长。该报告统计了所有支付形式的店内和线上零售销售额，未对通货膨胀进行调整，美国周五的零售额同比增长 12%。线下店销售比 2021 年增长 12%，而电子商务销售增幅更大，同比增长 14%。

家居电商巨头 Wayfair 也公布消息称，在感恩节至“黑色星期五”和“剁手星期一”（Cyber Monday）之间的五天假日购物高峰期，企业收获了强劲的业绩。

Wayfair 称，11 月许多新客户选择在 Wayfair 购物，企业认为该月的营收降幅将少于早前的预测，当时的预测为同比下滑 10%。Wayfair 首席执行官 Niraj Shah 说：“随着我们继续提高客户和供应商的忠诚度，这个关键的五天购物促销期是十分成功的，我们很高兴看到订单随着价格的锐减而得到增长。”

综合来看，虽然美国房地产市场陷入衰退，制造业似乎也处于衰退的边缘，但消费者支出仍表现出充足的弹性。

4.3 海关总署：前 11 个月中国家具出口额 4215 亿元，同比下降 2.0%

[77 度 2022-12-07]

12 月 7 日，海关总署公布今年前 11 个月中国进出口数据统计。

数据显示，11 月中国家具及其零件出口额为 416.9 亿元，环比增长 4.1%；今年前 11 个月，中国家具及其零件出口额为 4215.3 亿元，同比下降 2.0%。

其他家居建材品类方面，11 月陶瓷产品出口额为 219.8 亿元，环比增长 2.9%；1-11 月陶瓷产品出口额为 1951.1 亿元，同比增长 10.7%。

11 月灯具、照明装置及其零件出口额为 279.9 亿元，环比增长 4.9%；1-11 月灯具、照明装置及其零件出口额为 2783.3 亿元，同比下降 3.0%。

总体来看，今年前 11 个月，中国进出口总值 38.34 万亿元，比去年同期（下同）增长 8.6%。其中，出口 21.84 万亿元，增长 11.9%；进口 16.5 万亿元，增长 4.6%；贸易顺差 5.34 万亿元，扩大 42.8%。

4.4 Lululemon 上调全年销售预期至接近 80 亿美元，但假日季表现差强人意

[华丽志 2022-12-10]

12 月 8 日，加拿大瑜伽运动服零售商 lululemon(露露乐蒙)公布了截至 10 月 30 日的 2022 财年第三季度财务数据：第三季度净销售额同比增长 28%至 19 亿美元，按固定汇率计增长 31%，三年复合增长率为 27%。同时，公司上调了 2022 财年的全年销售额及利润预期。不过由于假日季销售低于分析师预期，Lululemon 财报发布后（12 月 9 日）股价下跌近 13%。

首席执行官 Calvin McDonald 表示：“第三季度，我们继续在整个业务中取得强劲而均衡的业绩，展示了我们品牌的巨大潜力。我们持续的发展势头证明了我们的创新产品、深厚的社区关系、以及我们在世界各地的才华横溢的团队的辛勤工作和奉献精神。我们对假日季前的表现感到满意，并期待着 lululemon 未来的一切，我们将继续实现我们的 Power of Three×2 增长计划。”

*Power of Three ×2: 2022 年 4 月推出，计划 2026 年营收比 2021 年增加一倍至 125 亿美元，届时中国将成为 Lululemon 全球第二大市场。

首席财务官 Meghan Frank 表示：“尽管运营环境仍然充满挑战，但我们实现了强劲的销售和盈利增长，对此我们感到很自豪。这些结果说明了我们全方位运营模式的实力，并使我们处于有利地位，可以为我们的利益相关方提供持续价值。我们期待着我们能在本财年取得圆满成功。”

展望未来，lululemon 对截至 2023 年 1 月 29 日的 2022 财年的预期如下：

表 11：业绩展望

业绩展望	单位	2022 财年
净收入	十亿美元	7.944~7.994
净销售额三年复合年增长率		26%
摊薄后每股收益	美元	9.94~10.04
调整后摊薄后每股收益	美元	9.87~9.97

资料来源：华丽志，华金证券研究所

此外，Meghan Frank 表示，第四季度的假日季开局良好，感恩节假日客流量强劲。2022 财年第四季度，公司预计净收入将在 26.05 亿美元至 26.55 亿美元之间，三年复合年增长率约为 24%。每股摊薄收益预计在 4.2 美元至 4.3 美元之间。不过，公司对假日季度的预期低于分析师的预估。根据汤森路透旗下 Refinitiv 的 IBES 数据库数据，分析师预计 lululemon 第四季度销售额为 26.5 亿美元，每股盈利为 4.3 美元。

路透社分析，预期偏低的原因或出于高通胀、利率上升和美国经济衰退的威胁，导致消费者支出发生变化，影响了服装和运动服的销售，消费者对高价服装支出持谨慎态度，导致 lululemon 股价下跌。

Lululemon 的库存在第三季度末增长了 85%至 17 亿美元，三年复合年增长率为 38%，其中包括三个百分点的在途库存。首席执行官 Calvin McDonald 表示，由于供应链限制，去年库存水平过低。而本财年，公司增加了库存。公司认为其库存处于有利地位，可以支持其第四季度的预期收入增长，“我们对库存的质量和数量都感到满意。”

此外，报告期内，lululemon 的 Power of Three×2 增长计划获得出色成效，在产品创新、客户体验和市场拓展三大战略支柱方面均取得了进步。

产品创新方面，男女装的三年复合年均增长率分别为 28%和 23%，为全新类别及现有类别开发了创新产品，继续推动 Wunder Puff 等关键授权产品的增长。

客户体验方面，公司自营门店收入的三年复合年增长率为 16%，数字渠道收入的三年复合年增长率为 46%。同时，lululemon 通过 10 公里跑步系列及新的会员计划加强了与客人和社群的联结。

市场拓展方面，国际市场收入三年复合年增长率为 42%，北美市场收入三年复合年增长率为 24%。此外，本季度，lululemon 新开了 23 家门店，包括在西班牙的首店。截至 2022 财年第三季度，lululemon 在全球共开设了 623 家门店。

5、重点公司公告

【尚品宅配】向特定对象发行股票预案(修订稿)

[2022-12-06] 公司向不超过 35 名特定对象发行股票预案吗,募集资金总额不超过 80,000,000 万元，扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于成都维尚生产基地建设项目。

【华利集团】关于收购英雄心国际有限公司 100%股权的公告

[2022-12-10] 华利集团全资子公司香港宏太拟以 6300 万美元（折合人民币约 4.39 亿元），收购英雄心国际有限公司 100%股权。交易完成后，英雄心及其全资子公司越南永川、佳达国际将成为公司全资子公司；越南永川主营鞋履生产业务，佳达国际主营鞋业贸易业务。公司将通过收购英雄心 100%股权，尽快获得越南永川年产约 1000 万双运动鞋的产能。

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.汇率大幅波动；
- 5.原材料价格波动风险。

行业评级体系

收益评级：

领先大市—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 10%以上；

同步大市—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-10%至 10%；

落后大市—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 10%以上；

风险评级：

A —正常风险，未来 6 个月投资收益率的波动小于等于沪深 300 指数波动；

B —较高风险，未来 6 个月投资收益率的波动大于沪深 300 指数波动；

分析师声明

刘荆声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本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、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准，如有需要，客户可以向本公司投资顾问进一步咨询。

在法律许可的情况下，本公司及所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示：

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。投资者对其投资行为负完全责任，我公司及其雇员对使用

本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

华金证券股份有限公司

地址：上海市浦东新区杨高南路 759 号（陆家嘴世纪金融广场）31 层

电话：021-20655588

网址： www.huajinsc.cn