



纺织服装行业 2022 年度策略 略：国潮催化 品牌分化



报告摘要：

后疫情时代，终端修复，表现分化。2021年上半年受益于 1) 上年疫情抑制消费需求，随着疫情逐步得到控制，终端消费改善；2) 新疆棉等事件激发爱国热潮，促使整个服装消费市场快速复苏。下半年由于疫情反复、天气异常等因素，影响终端消费。2021年 1-11 月社会消费品零售总额同比上升 13.70%，整体来看已经基本修复至疫情前的水平。逐月来看，环比有所下滑，主要系 2021 年疫情局部反复以及气象灾害影响。

分板块来看：

品牌服饰：H1 疫情缓和，终端修复，Q3 经历异常天气灾害、局部疫情反复导致增速趋缓，品牌表现分化。核心公司 2021 年前三季度营收同比 2020 年增长 18%/同比 2019 年持平；通过严控终端折扣与费用投放，盈利能力有所提升，中高端板块韧性显现。

运动鞋服：上半年新疆棉以及鸿星尔克等事件掀起一波国货热潮，运动鞋服竞争格局发生撼动，本土龙头品牌市占率提升趋势显著。2021H1 安踏体育 / 李宁 / 特步国际 / 361 度营收分别同比 2021 年增长 50%/65%/12%/17%。同时，本土品牌战略扩张，安踏集团于 7 月 8 日发布《安踏品牌五年战略目标及 24 个月快速增长赢领计划 LeadtoWin》，李宁于 11 月推出“Li-Ning1990”，进一步拓宽产品线。

加工制造：短期国内外疫情不确定性仍对运营带来一定影响。但中长

期来看，①我国纺织制造供应链的相对安全稳定性得到认可；②品牌订单优先/集中于龙头供应商，以使产品质量、品控、交期更具备保障。

投资建议：短期疫情反复仍是影响行业整体表现的核心原因，预计行业增速环比放缓；中长期来看，疫情下催化质优公司将得到进一步认可，表现分化。品牌服饰公司新零售布局、供应链高效管理、加速优化渠道，整体运营能力得到提升；加工制造公司在此过程中有望切入优质客户供应商名单，获得订单。我们调整板块评级至“同步大势”，推荐关注具备成长性以及边际改善的板块/个股：【运动鞋服板块】、【申洲国际】、【波司登】、【歌力思】、【太平鸟】。

风险提示：宏观经济增速放缓风险；终端消费低迷风险；海外疫情二次爆发，影响出口订单情况；各公司门店扩张不及预期，新业务开展不顺利等；汇率波动风险。

关键词：新零售 疫情

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31653

