



2022 年纺服行业春季投资策略：周期与成长共舞 紧跟行业景气度



1、运动服饰：国货上半年高基数压力，长期景气持续，持续看好品牌升级。短中期，新疆棉事件影响仍在，高基数下预计国货品牌 1H22 零售流水增速回落，关注 2H22 增长提速；长期，中国运动服饰处于渗透率提升阶段，在全民健身政策支持下有望长期景气；需求端国潮消费发力，女子瑜伽、户外等细分需求不断涌现，国产品牌从渠道为王转向产品为王，崛起趋势延续。推荐多品牌运营能力凸显、冬奥催化的安踏体育；国潮战略引领品牌焕新、产品力持续提升、发布李宁 1990 新品牌的李宁。

2、功能与休闲服饰：天气因素不改国货羽绒服品牌提升趋势，看好风衣羽绒服品类拓展+强化高端化定位，与高端滑雪品牌博格纳（Bogner）合作进军滑雪赛道的波司登；加盟拓店助力收入增长，关闭低效直营门店带动利润率改善的太平鸟。建议关注定位高尔夫男装优质细分赛道，销售+研发费用投入保持品牌高调性的比音勒芬。

3、服饰上游制造：短期海外疫情带来订单回流、原涨价提升业绩弹性，长期国产制造及服务实力崛起。推荐 Nike、Deckers 客户表现强劲、产能持续建设、未来增长确定性强的华利集团；大客户稳健，纵向一体化+面料开发长期优势不变的申洲国际；品类+服务优势满足客户时尚性、快速反应要求，拉链份额提升的伟星股份；精纺盈利改善，粗纺形成第二增长曲线的新澳股份。建议关注差异化锦纶产能拓展，锦纶一体化优势凸显的台华新材；垂直一体化 TPU 制造优势明显，深度绑定迪卡侬等优质客户的浙江自然。

风险提示：消费疲软、产能建设和释放不及预期、行业竞争加剧、原材料价格波动加剧等。

关键词：健身 涨价 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_37478

