



# 时尚轻工周观点：消费场景 继续复苏叠加春节将至 利 好线下消费



## 观点综述：

疫情后复苏叠加春节假期降至，消费可期。随着各地疫情完成达峰，以及一系列优化疫情防控政策接续发布和落地见效，消费市场呈现回暖迹象，经济复苏活力不断显现。叠加春节小长假将至，将有助于助推消费复苏小高潮。近期，多地为激发消费潜力，在当地发放各种形式、各种消费领域的消费券。短期可重点关注春节假期消费数据恢复情况，长期消费持续复苏的趋势不变。

## 重点版块方面：

**医美&化妆品：**春节将至，节假日为求美者提供了更宽松的操作和恢复时间，医美机构也会适时推出优惠项目，积压的医美需求有望得到释放，尤其轻医美具有疗程性，有望呈现更大弹性。化妆品方面整体来看，核心国货美妆品牌 12 月天猫平台的销售表现均较弱，仅有个别品牌实现了同比正增长，近期增速较好的品牌包括华熙旗下的夸迪、上海家化旗下的佰草集和玉泽，薇诺娜和珀莱雅的同比增速中枢也达到高双位数，部分国货品牌在抖音平台的销售表现较为亮眼，继续关注国货龙头珀莱雅、贝泰妮等。

**服装：**运动品牌第四季度流水承压，但终端已出现回暖趋势。第四季度安踏品牌产品之零售额同比取得高单位数的负增长；FILA 品牌产品之零售额取得 10-20%低段的负增长；所有其他品牌产品零售额同比取得得 10-20%低段的正增长。虽然线下流水受疫情影响显著，但部分品牌库销比按季改善，折扣保持稳定，显示了终端回暖的迹象。投资建议：国内运动

服饰龙头四季度流水受疫情影响，但库存压力、折扣水平出现一定的企稳甚至好转。我们认为运动服饰龙头在 23 年将迎来确定的业绩复苏及估值回升，同时赛道优势也将继续体现。继续推荐李宁、安踏体育等运动服饰龙头。

酒店旅游：春节降至，关注供需差带动经营反弹。去哪儿数据显示，1 月 8 日—11 日，老人、儿童旅客占比正恢复至疫情前，意味着出行信心恢复。线下消费复苏确定性持续增强，出行相关消费弹性大，看好酒店在供给出清、需求恢复的带动下迎来经营反弹。重点关注门店规模领先、品牌矩阵完善、经营效率高的头部酒店集团，如锦江酒店、首旅酒店、华住集团，兼具集中度提升红利和复苏弹性。

## 市场回顾

本周纺织服装行业上涨 1.65%，轻工制造上涨 0.89%，美容护理上涨 2.14%，在申万 31 个一级行业中分别排第 11、16、9 名。指数方面，上证指数上涨 1.19%，深证成指上涨 2.06%。

云报告

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\\_51313](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_51313)

