

## 纺织服装

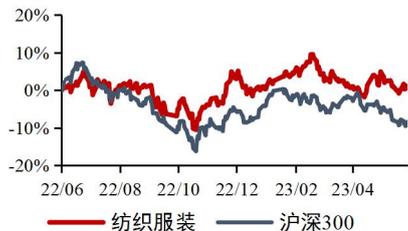
## 行业周报（20230604-20230610）

### 周大福 FY24 开局同店销售显著恢复，喜临门 618 开门红表现亮眼

2023年6月11日

行业研究/行业周报

#### 纺织服装行业近一年市场表现



#### 投资要点

**本周专题：周大福公布 2023 财年业绩与 2023 年 4-5 月经营数据**

2023 财年，公司营收同比下降 4.3%至 946.84 亿港元，其中，中国内地同比下降 6.1%，占公司营收比重 86.2%，中国港澳及其他市场同比增长 8.8%，占公司营收比重 13.8%。截至 FY23 末，公司于中国内地拥有 7269 家周大福珠宝零售门店，较年初净增加 1631 家。展望 FY2024，公司将专注于高质量扩张，提升现有零售门店的效益与顾客体验，预计净开设 600-800 家门店。分产品看，虽然 FY2023 金价波动，但公司观察到顾客对黄金首饰及产品需求依然殷切，黄金首饰营收保持稳定，占公司营收比重为 76.9%，同比提升 3.2pct。珠宝镶嵌、铂金及 K 金首饰营收同比下降 16.1%，占公司营收比重为 17.8%，同比下滑 2.6pct。钟表营收同比下降 15.3%，占公司营收比重为 5.3%，同比下滑 0.7pct。从直营门店同店销售角度看，黄金首饰、珠宝镶嵌/铂金/K 金、钟表同店销售同比下降 10.9%、19.2%、14.4%，黄金首饰同店销售均价 5400 港元，同比增加 200 港元，珠宝镶嵌/铂金/K 金同店销售均价 7900 港元，同比增长 500 港元。

2023 年 4 月-5 月，公司零售值同比增长 38.1%，其中中国内地同比增长 34.6%，中国港澳及其它市场同比增长 64.6%。中国内地方面，同店销售同比增长 16.8%，其中珠宝镶嵌/铂金/K 金同比下降 1.3%，黄金首饰同比增长 17.1%。

#### 行业动态：滔搏加大投资滑雪与户外品牌；5 月纺织服装出口；喜临门 618 开门红战报

- 1) **滔搏加大投资滑雪，又签约凯乐石与 HOKA。** 近日，滔搏运动宣布完成了对专业滑雪装备零售商“冷山”，以及专业户外内容机构“Mounster 山系文化”的投资。同时，滔搏宣布与 KAILAS 凯乐石、HOKA ONE ONE 两大户外运动品牌达成合作。签约凯乐石和 HOKA ONE ONE 一是在可以产品线上进行更多丰富，二是可以配合其“大店策略”扩展户外专业运动的产品线，以此进入更多领域，满足不同消费者的运动需求。另外，新的合作包括滑雪、登山等专业户外运动需要较高的技术支持，与这些顶尖品牌的合作，可以帮助滔搏提高自身竞争力。通过更多的合作，也可以帮助滔搏吸引更多渠道的合作，形成更多产业链促进企业的整体发展。
- 2) **数据快报|5 月纺织服装出口再降，纺织品出口下降速度超过服装。** 根据海关总署 6 月 7 日发布的最新数据，在外需仍未有效恢复的情况下，叠加去年同期供应链恢复、出口基数高的影响，5 月我国纺织服装出口再次出现下降。按美元计，当月出口同比下降 13.1%，环比下降 1.3%。1-5 月累计同比下降 5.3%，降幅较上月扩大 2.4 个百分点。从出口商品类别看，由于海外需求下降，东南亚国家服装出口订单减少，导致我中间品出口下降速度超过终端消费品，5 月纺织品出口同比下降 14.2%，环比下降 5.6%，服装出口略显企稳，同比下降 12.2%，环比增长 3%。

来源：最闻，山西证券研究所

#### 相关报告：

【山证纺织服装】天猫 23 年 618 预售阶段总结，Lululemon 发布最新季报-【山证纺服】行业周报 2023.6.5

【山证纺织服装】VF 公布 2023 财年财务数据，阿迪达斯预计 5 月末开售 Yeezy 库存-【山证纺服】行业周报 2023.5.29

#### 分析师：

王冯

执业登记编码：S0760522030003

邮箱：wangfeng@sxzq.com

孙萌

执业登记编码：S0760523050001

邮箱：sunmeng@sxzq.com



3) **喜临门 618 一阶段全网销售额超 4.3 亿！增长 79%！**6 月 3 日 24 时整，618 “开门红”收官。喜临门交出本届 618 大促的首份成绩单。618 “开门红”期间，喜临门全网销售额突破 4.3 亿，同比增长 79%！活动开始前 3 小时，喜临门于天猫、京东、苏宁、抖音平台的总销售额就已超去年开门红全周期！在核心优势品类上，喜临门今年 618 开门红再夺天猫、京东、苏宁、抖音等平台的销冠，这也是喜临门连续 9 年领跑床垫类目。而凭借强大的品牌实力和产品优势，喜临门软床开门红期间销售额同比增长 226%，家纺产品同比增长 59%，而沙发类产品销售额达成 2022 年的 61 倍。开门红活动中，年轻人群（18-29 岁）成交占比高达 41%。这表明喜临门睡眠空间拓展已取得明显成效，品牌转型升级取得阶段性成果。

➤ **行情回顾（2023.06.05-2023.06.09）**

**本周纺织服饰跑输大盘、家居用品板块跑输大盘：**本周，SW 纺织服饰板块下跌 0.74%，SW 轻工制造板块下跌 0.52%，沪深 300 下跌 0.65%，纺织服饰板块落后大盘 0.09pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 0.13pct。各子板块中，SW 纺织制造上涨 1.2%，SW 服装家纺下跌 1.61%，SW 饰品下跌 1.32%，SW 家居用品下跌 1.51%。截至 6 月 9 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.26 倍，为近三年的 32.83%分位；SW 服装家纺的 PE 为 19.97 倍，为近三年的 46.02%分位；SW 饰品的 PE 为 21.12 倍，为近三年的 74.04%分位；SW 家居用品的 PE 为 21.11 倍，为近三年的 2.47%分位。

➤ **投资建议：**

**纺织服装：**纺织制造板块，按美元计，2023 年 1-5 月，我国纺织品服装出口金额同比下降 5.5%，其中纺织品同比下降 9.4%，服装同比下降 1.1%，较 1-4 月相比有所走弱。2023 年 1-5 月，越南纺织品和服装出口金额同比下降 15.6%，制鞋出口金额同比下降 14.7%，累计同比降幅较 1-4 月收窄。国际运动品牌库存拐点普遍已经出现或保持连续两个季度库存环比下降，建议持续跟踪订单改善情况，继续关注**华利集团、申洲国际**；品牌服饰板块，天猫 618 预售阶段，男装/女装品类均呈现“量升价跌”态势，侧面印证居民收入承压、消费者信心恢复较慢，建议关注平价服饰公司**海澜之家、森马服饰**；另一方面，高端消费群体收入受损程度较小，女装公司在疫情期间保持积极净开店，抢占市场份额，建议关注中高端女装公司**锦泓集团、歌力思、赢家时尚**。中长期角度，继续看好运动服饰需求的稳健性与确定性，天猫 618 预售阶段运动鞋/运动服预售金额同比增长 70.66%、15.74%，建议继续关注**安踏体育、李宁、特步国际、361 度**。

**黄金珠宝：**珠宝首饰今年 618 期间表现优异，景气延续，我们看好珠宝板块全年表现，1) 珠宝偏中高端消费，且线下渠道占比高，叠加婚庆回补，弹性预计好于其它可选品类；2) 金价持续稳步上涨、消费回归理性利好保值增值的黄金首饰消费，短期回调有望促进加盟商补货；3) 黄金工艺进步有效满足珠宝悦己需求；4) 国内珠宝行业市场空间广阔，头部企业处于渠道快速扩张期，市占率有望提升。建议积极关注今年开店计划积极、终端销售

黄金占比高的周大生、老凤祥。

**家居用品：**从地产销售情况看，根据中指研究院，2023年1-5月，TOP100房企销售额同比增长8.4%，增幅环比回落4.4pct，5月单月销售额同比增长2.9%。5月重点100城新房成交面积环比下降约8%，同比增幅收窄至12%，2023年1-5月累计同比增长20%。根据诸葛找房，5月10个重点城市二手住宅成交套数环比下降13.83%，同比上涨57.95%；2023年1-5月累计同比上涨66.84%。从政策层面看，5月各地优化政策36条，出台频次环比下降。5月地产市场延续4月回落行情，市场等待政策落地。从家居企业基本面角度看，前期疫情期间积压需求基本释放完毕后，居民收入预期、消费者信心缓慢恢复背景下，家居行业呈现低位复苏态势，叠加基数触底回升，5月家居企业终端门店接单较4月环比有所回落，而大宗渠道受益于保交付，预计表现好于零售渠道。落实到家居企业报表层面，预计受益于春节后积压需求释放、门店接单高增，23Q2企业报表收入与业绩环比显著向好。中长期角度看，家居行业集中度较低，头部企业通过品类融合提升客单值、挖掘下沉空白市场、供应链端降本增效，市场份额提升空间仍然较大。定制家居企业建议积极关注索菲亚，欧派家居、金牌厨柜、志邦家居。软体家居方面，建议关注慕思股份、喜临门、顾家家居。同时，继续看好我国智能家居渗透率的持续提升，关注箭牌家居、好太太。

➤ **风险提示：**

618统计数据不完整或口径不一致的风险；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：周大福公布 FY2023 业绩及 2023 年 4-5 月经营数据.....	7
1.1 中国内地计划 FY2024 高质量扩张，预计净开 600-800 家门店.....	8
1.2 黄金产品展现韧性，公司持续推出高附加值黄金首饰产品.....	9
2. 本周行情回顾.....	10
2.1 板块行情.....	10
2.2 板块估值.....	11
2.3 公司行情.....	12
3. 行业数据跟踪.....	13
3.1 原材料价格.....	13
3.2 出口数据.....	15
3.3 社零数据.....	16
3.4 房地产数据.....	17
4. 行业新闻.....	19
4.1 滔搏加大投资滑雪，又签约凯乐石与 HOKA.....	19
4.2 数据快报 5 月纺织服装出口再降，纺织品出口下降速度超过服装.....	20
4.3 喜临门 618 一阶段全网销售额超 4.3 亿！增长 79%！.....	21
5. 重点公司公告.....	21
6. 风险提示.....	22

## 图表目录

图 1：周大福历年营收及同比增速.....	7
图 2：周大福营收——各区域占比.....	7
图 3：中国大陆周大福直营门店同店同比——分品类.....	7



图 4: 周大福中国大陆门店数量季度净变化.....	8
图 5: 周大福中国大陆门店城市分布 (FY2023) .....	8
图 6: 周大福中国大陆门店运营模式分布 (FY2023) .....	9
图 7: 周大福中国大陆按店龄划分的每店零售值.....	9
图 8: 周大福传承系列产品.....	10
图 9: 周大福人生四美产品.....	10
图 10: 本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	10
图 11: 本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	11
图 12: 本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	11
图 13: 本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	11
图 14: 本周 SW 轻工制各子板块估值.....	11
图 15: 棉花价格 (元/吨) .....	14
图 16: 中纤板、刨花板价格走势.....	14
图 17: 五金价格走势.....	14
图 18: 皮革价格走势.....	14
图 19: 海绵原材料价格走势.....	14
图 20: 金价走势 (单位: 元/克) .....	14
图 21: 美元兑人民币汇率走势.....	15
图 22: 中国出口集装箱运价指数.....	15
图 23: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比.....	15
图 24: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	15
图 25: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比.....	16
图 26: 家具及其零件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	16



图 27: 社零及限额以上当月.....	16
图 28: 国内实物商品线上线下增速估计.....	16
图 29: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速.....	17
图 30: 地产相关典型限额以上品类增速.....	17
图 31: 30 大中城市商品房成交套数.....	17
图 32: 30 大中城市商品房成交面积（单位：万平方米）.....	17
图 33: 商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比.....	18
图 34: 商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比.....	18
图 35: 商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	18
图 36: 商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	18
图 37: 商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	19
图 38: 商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	19
表 1: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	12
表 2: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	12
表 3: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....	13
表 4: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	13

## 1. 本周专题：周大福公布 FY2023 业绩及 2023 年 4-5 月经营数据

6月8日，周大福公布截至2023年3月31日止年度业绩与2023年4月-5月经营数据。2023财年，公司营收同比下降4.3%至946.84亿港元，其中，中国内地同比下降6.1%，占公司营收比重86.2%，中国港澳及其他市场同比增长8.8%，占公司营收比重13.8%。FY2023，公司在中国大陆的业务受到疫情的影响，然而公司稳步扩展零售网络，抵消部分疫情的负面影响。从FY23Q4起，内地边境口岸重开，同时中国香港放宽社交距离措施令被压抑的婚嫁首饰需求得到释放，使得FY23Q4中国港澳及其它市场的营收恢复至2019财年的70%以上。

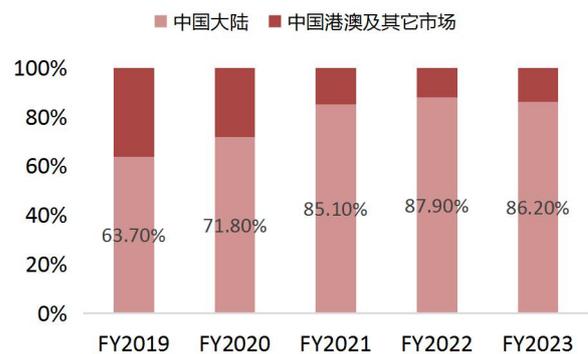
2023年4月-5月，公司零售值同比增长38.1%，其中中国内地同比增长34.6%，中国港澳及其它市场同比增长64.6%。中国内地方面，同店销售同比增长16.8%，其中珠宝镶嵌/铂金/K金同比下降1.3%，黄金首饰同比增长17.1%。在黄金首饰带动下，叠加上年低基数，今年4-5月公司中国大陆同店销售显著恢复。

图 1：周大福历年营收及同比增速



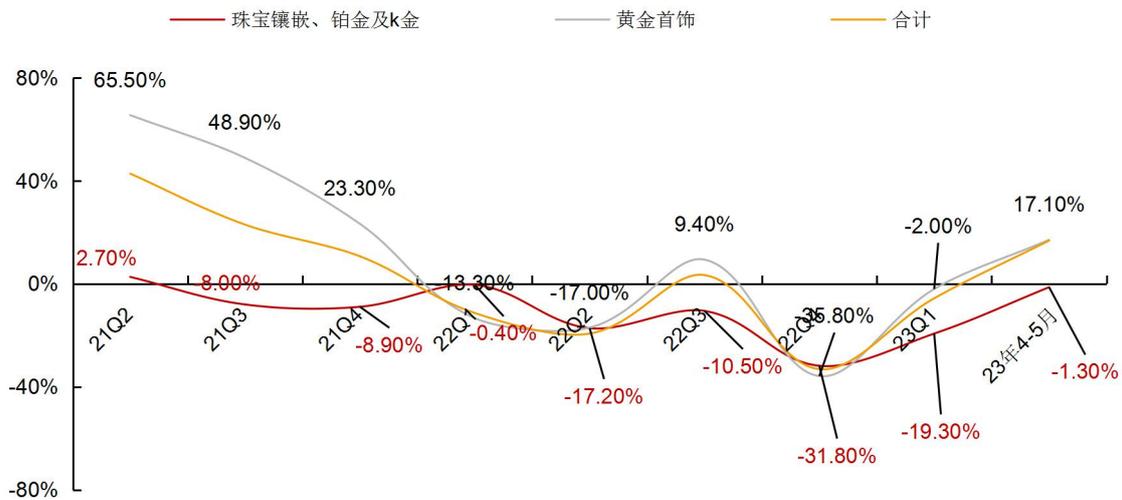
资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 2：周大福营收——各区域占比



资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 3：中国大陆周大福直营门店同店同比——分品类



资料来源：公司公告，山西证券研究所（注：21Q2-22Q1 为 FY2022 四个季度，22Q2-23Q1 为 FY2023 四个季度）

## 1.1 中国内地计划 FY2024 高质量扩张，预计净开 600-800 家门店

FY2023，公司于中国内地营收同比下降 6.1% 至 816.23 亿港元，剔除汇率影响，同比小幅下降 0.6%。截至 FY23 末，公司于中国内地拥有 7269 家周大福珠宝零售门店，较年初净增加 1631 家（新开 1853 家，关闭 222 家），提前两年完成在内地开设 7000 个零售点的里程碑。FY2023，同店店均零售值为 1830 万港元。分城市等级看，截至 FY23 末，一线城市门店占比 12.3%，贡献 15.4% 的零售值；二线城市门店占比 41.8%，贡献 46.7% 的零售值；三线城市及以下门店占比 45.9%，贡献 37.8% 的零售值。展望 FY2024，公司将专注于高质量扩张，提升现有零售门店的效益与顾客体验，预计净开设 600-800 家门店。

直营渠道方面，FY2023，直营渠道营收同比下降 15.0%，零售值同比下降 10.1%，占中国大陆比重为 33.8%。截至 FY2023 末，公司于中国大陆共有 1709 家直营门店，较年初净增加 169 家。直营同店销售同比下降 13.1%，分季度看，FY2023 四个季度分别为下跌 19.3%、增长 3.4%、下跌 33.1%、下跌 5.6%。

加盟渠道方面，FY2023，加盟渠道营收同比增长 2.9%，受益于新增加盟零售门店，加盟渠道零售值同比增长 15.6%，占中国大陆比重为 66.2%。截至 FY2023 末，公司于中国大陆共有 5560 家周大福珠宝加盟门店，较年初净增加 1462 家。加盟同店销售同比下降 11.2%。

智慧零售方面，FY2023，电子商务渠道零售值同比下降 6.4%，占比 4.7%，占销量比重 12.0%，平均售价 1870 港元，同比 FY2022 提升 70 港元。

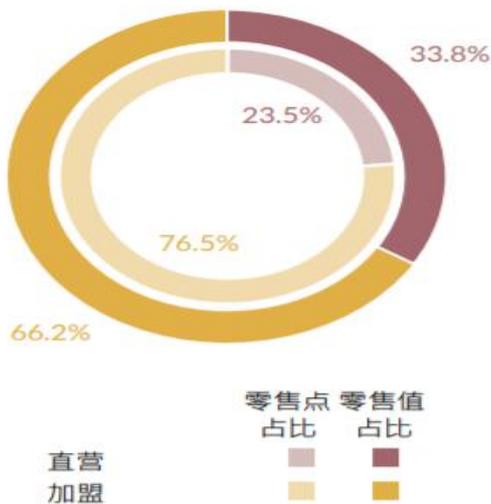
图 4：周大福中国大陆门店数量季度净变化

图 5：周大福中国大陆门店城市分布（FY2023）

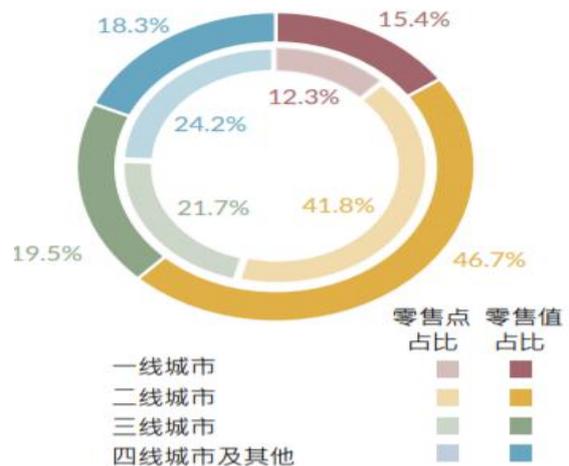


资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 6：周大福中国大陆门店运营模式分布（FY2023）

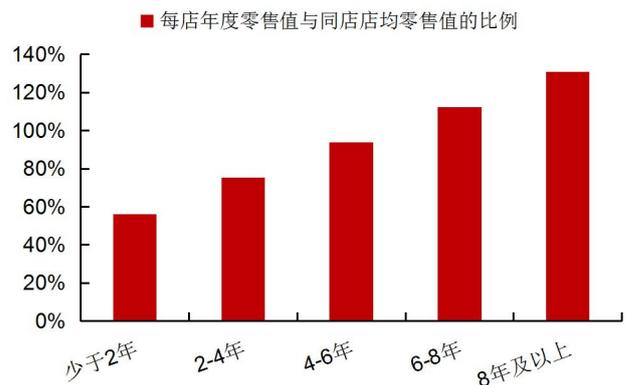


资料来源：公司公告，山西证券研究所



资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 7：周大福中国大陆按店龄划分的每店零售值



资料来源：公司公告，山西证券研究所

## 1.2 黄金产品展现韧性，公司持续推出高附加值黄金首饰产品

FY2023，公司与良渚博物院合作，为周大福传承系列增添新成员，本财年，周大福传承系列占中国内地整体黄金产品零售值的 38.5%，平均售价 15000 港元。2022 年 7 月，公司推出人生四美系列产品，将 T Mark 钻石镶嵌在黄金之中，市场反馈热烈。

分产品看，虽然 FY2023 金价波动，但公司观察到顾客对黄金首饰及产品需求依然殷切，黄金首饰营收同比基本持平，占公司营收比重为 76.9%，同比提升 3.2pct。珠宝镶嵌、铂金及 K 金首饰营收同比下降 16.1%，占公司营收比重为 17.8%，同比下滑 2.6pct。钟表营收同比下降 15.3%，占公司营收比重为 5.3%，同比下滑

0.7pct。从直营门店同店销售角度看，黄金首饰、珠宝镶嵌/铂金/K 金、钟表同店销售同比下降 10.9%、19.2%、14.4%，黄金首饰同店销售均价 5400 港元，同比增加 200 港元，珠宝镶嵌/铂金/K 金同店销售均价 7900 港元，同比增长 500 港元。

从零售值角度看，FY2023，中国大陆零售值同比增长 3.7%，其中黄金首饰、珠宝镶嵌/铂金/K 金、钟表零售值同比增长 7.9%、下降 7.6%、下降 13.2%。

图 8：周大福传承系列产品



资料来源：公司公告，山西证券研究所

图 9：周大福人生四美产品



资料来源：公司公告，山西证券研究所

## 2. 本周行情回顾

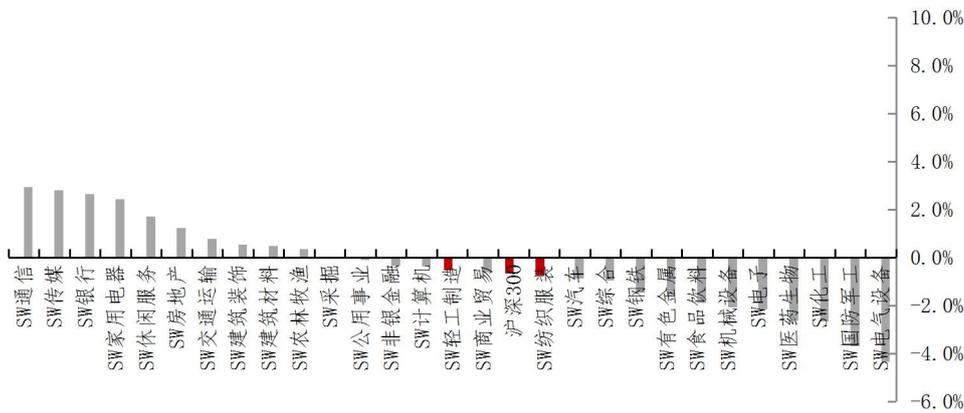
### 2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块下跌 0.74%，SW 轻工制造板块下跌 0.52%，沪深 300 下跌 0.65%，纺织服饰板块落后大盘 0.09pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 0.13pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造上涨 1.2%，SW 服装家纺下跌 1.61%，SW 饰品下跌 1.32%。

SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸上涨 0.43%，SW 文娱用品下跌 2.84%，SW 家居用品下跌 1.51%，SW 包装印刷上涨 1.13%。

图 10：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 11: 本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅

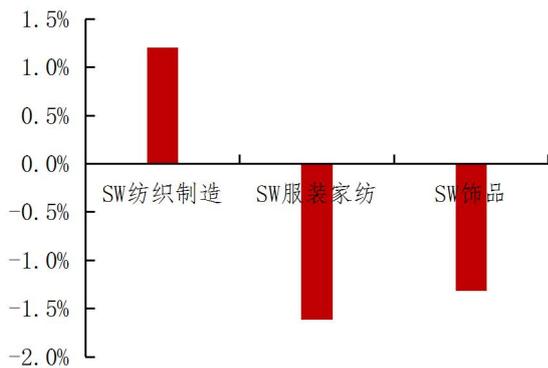
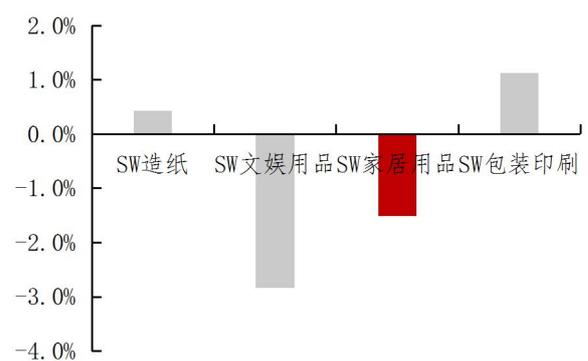


图 12: 本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅



资料来源: Wind, 山西证券研究所

资料来源: Wind, 山西证券研究所

## 2.2 板块估值

截至 6 月 9 日, SW 纺织制造的 PE (TTM 剔除负值, 下同) 为 18.26 倍, 为近三年的 32.83%分位; SW 服装家纺的 PE 为 19.97 倍, 为近三年的 46.02%分位; SW 饰品的 PE 为 21.12 倍, 为近三年的 74.04%分位。

截至 6 月 9 日, SW 家居用品的 PE 为 21.11 倍, 为近三年的 2.47%分位。

图 13: 本周 SW 纺织服装各子板块估值

图 14: 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

## 2.3 公司行情

SW 纺织服饰板块：本周涨幅前 5 的公司分别为：新澳股份 (+17.43%)、\*ST 柏龙 (+16.08%)、华利集团 (+14.1%)、天创时尚 (+13.57%)、浙文影业 (+12.56%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：棒杰股份 (-8.86%)、牧高笛 (-6.39%)、康隆达 (-6.26%)、梦洁股份 (-5.52%)、朗姿股份 (-5.51%)。

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)
603889.SH	新澳股份	17.43	7.14
002776.SZ	*ST 柏龙	16.08	2.96
300979.SZ	华利集团	14.10	46.60
603608.SH	天创时尚	13.57	4.77
601599.SH	浙文影业	12.56	4.39

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)
002634.SZ	棒杰股份	-8.86	7.20
603908.SH	牧高笛	-6.39	44.09
603665.SH	康隆达	-6.26	25.31
002397.SZ	梦洁股份	-5.52	3.25
002612.SZ	朗姿股份	-5.51	22.29

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：松发股份 (+19.56%)、志邦家居 (+9.38%)、箭牌家居 (+6.77%)、德力股份 (+5.36%)、皮阿诺 (+4.42%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：哈尔斯 (-18.31%)、家联科技 (-7.87%)、龙竹科技 (-7.35%)、梦百合 (-6.61%)、曲美家居 (-6.41%)。

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)
603268.SH	松发股份	19.56	20.11
603801.SH	志邦家居	9.38	31.83
001322.SZ	箭牌家居	6.77	18.30
002571.SZ	德力股份	5.36	6.68
002853.SZ	皮阿诺	4.42	18.41

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)
002615.SZ	哈尔斯	-18.31	5.71
301193.SZ	家联科技	-7.87	17.10
831445.BJ	龙竹科技	-7.35	5.17
603313.SH	梦百合	-6.61	9.18
603818.SH	曲美家居	-6.41	5.11

资料来源：Wind，山西证券研究所

### 3. 行业数据跟踪

#### 3.1 原材料价格

##### ✚ 纺织服饰原材料：

1) 棉花：截至 6 月 9 日，中国棉花 328 价格指数为 17414 元/吨，环比上涨 5.5%，截至 6 月 8 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 16256 元/吨，环比上涨 1.2%。

2) 金价：截至 6 月 9 日，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 450.88 元/克，环比下跌 0.05%。

##### ✚ 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。

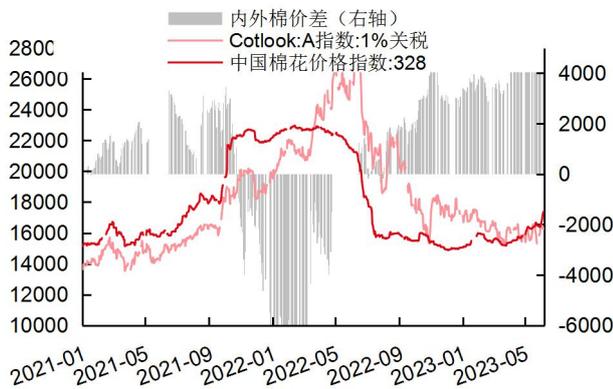
3) 皮革：截至 6 月 9 日，海宁皮革:价格指数:总类为 71.12。

4) 海绵：截至 6 月 9 日，华东地区 TDI 主流价格为 16700 元/吨，华东地区纯 MDI 主流价格为 19500 元/吨，TDI、MDI 价格环比分别上涨 3.7%、持平。

✚ 汇率：截至 6 月 9 日，美元兑人民币（中间价）为 7.1115，环比上涨 0.25%。

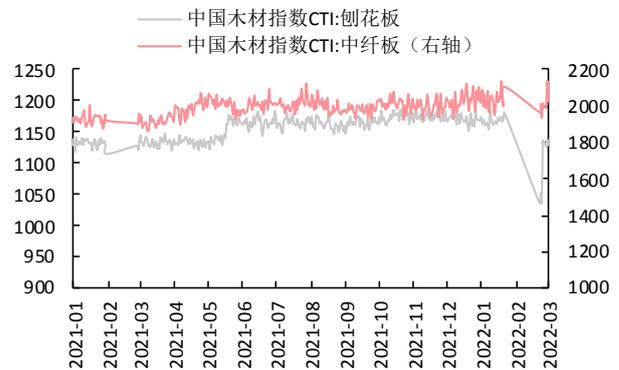
✚ 中国出口集装箱运价指数（CCFI）：截至 6 月 9 日，CCFI 综合指数为 921.48。

图 15: 棉花价格 (元/吨)



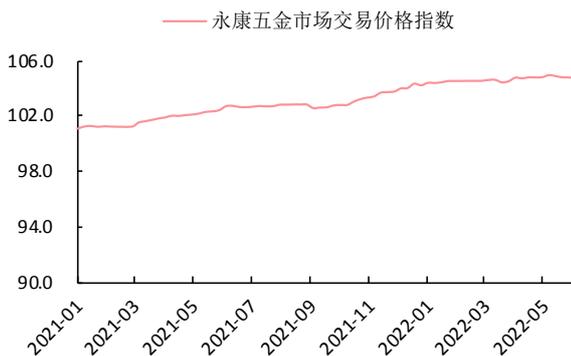
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 16: 中纤板、刨花板价格走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 17: 五金价格走势



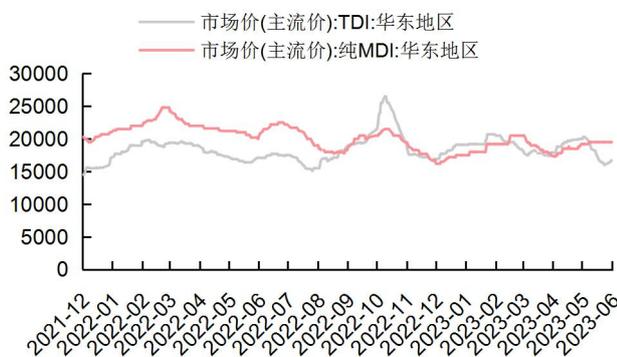
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 18: 皮革价格走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 19: 海绵原材料价格走势



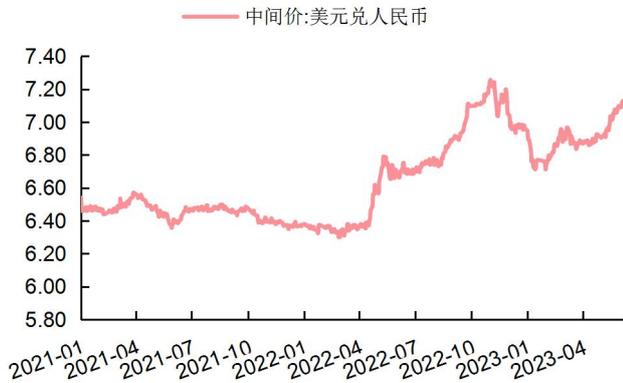
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 20: 金价走势 (单位: 元/克)



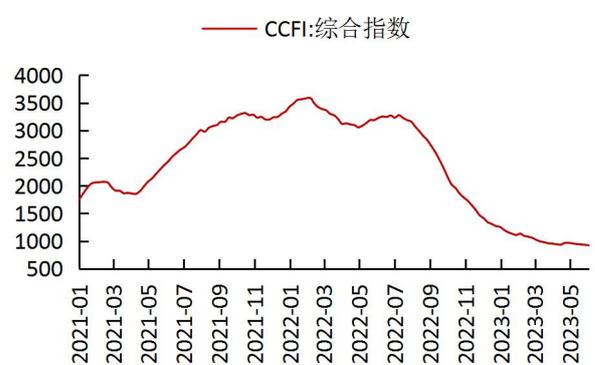
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 21: 美元兑人民币汇率走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 22: 中国出口集装箱运价指数



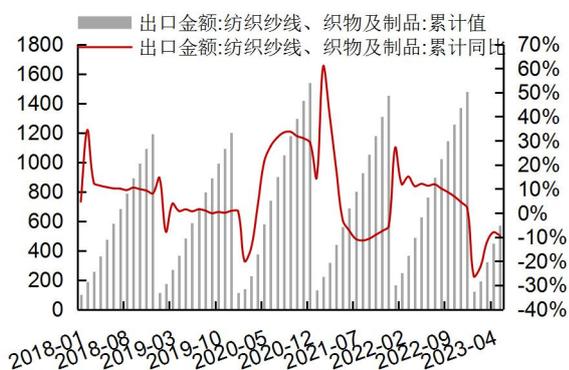
资料来源: Wind, 山西证券研究所

### 3.2 出口数据

纺织品服装: 2023 年 1-5 月, 纺织品服装出口 1182.03 亿美元, 同比下降 5.5%。其中, 2023 年 1-5 月纺织品出口 568.29 亿美元, 同比下降 9.3%, 服装出口 613.73 亿美元, 同比下降 1.1%。2023 年 5 月, 纺织品服装出口 253.19 亿美元, 同比下降 13.37%; 其中 2023 年 5 月纺织品出口 120.20 亿美元, 同比下降 14.3%, 服装出口 132.98 亿美元, 同比下降 12.2%。

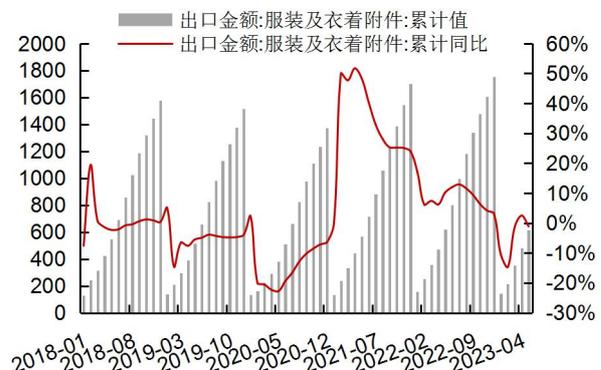
家具及其零件: 2023 年 1-5 月, 家具及其零件出口 270.11 亿美元, 同比下降 7.31%。2023 年 5 月, 家具及其零件出口 53.79 亿美元, 同比下降 14.81%。

图 23: 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, 山西证券研究所

图 24: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比



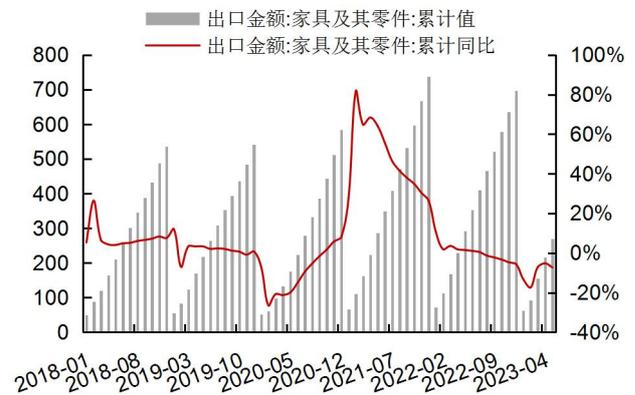
资料来源: Wind, 海关总署, 山西证券研究所

图 25: 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 26: 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

### 3.3 社零数据

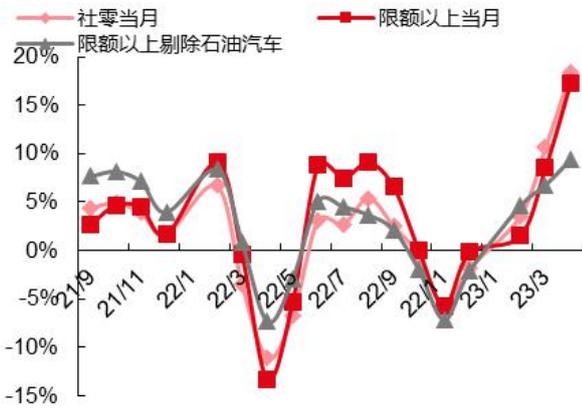
23 年 4 月, 国内实现社零总额 3.49 万亿元, 同比增长 18.4%, 增速环比提升 7.8pct, 表现低于市场一致预期 (根据 Wind, 23 年 4 月社零当月同比增速预测平均值为+20.21%), 21-23 两年复合增速为 2.6%。

分渠道看, 线上渠道, 2023 年 4 月, 实物商品网上零售额为 9329 亿元/+22.3%, 实物商品网上零售额占商品零售比重为 29.9%。2023 年 1-4 月, 实物商品网上零售额为 3.72 万亿元/+13.0%, 其中, 吃类、穿类和用类商品同比分别增长 9.0%、13.5%、9.6%。线下渠道, 2023 年 4 月, 实物商品线下零售额 (商品零售额-实物商品网上零售额) 约为 2.18 万亿元/+13.4%。2023 年 1-4 月, 实物商品线下零售额 (商品零售额-实物商品网上零售额) 约为 9.68 万亿元/+5.2%, 按零售业态分, 2023 年 1-4 月限额以上超市、便利店、专业店、品牌专卖店、百货店零售额同比分别增长 0.7%、8.1%、6.5%、2.9%、11.1%。

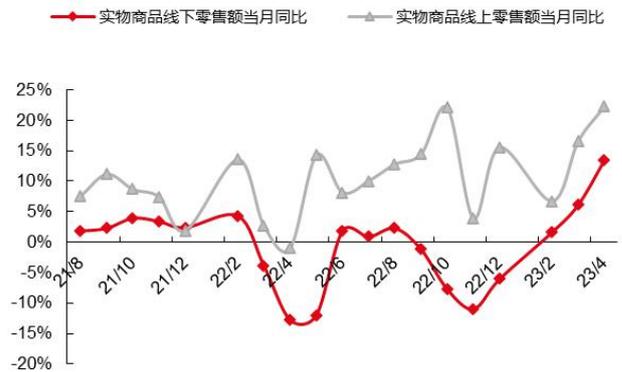
分品类看, 2023 年 4 月, 限上化妆品同比增长 24.3%, 增速环比提升 14.7pct; 限上金银珠宝同比增长 44.7%, 增速环比提升 7.3pct; 限上纺织服装同比增长 32.4%, 增速环比提升 14.7pct。剔除上年同期低基数影响, 21.4-23.4 化妆品、金银珠宝、纺织服装品类复合增速为 0.7%、2.0%、1.0%。

图 27: 社零及限额以上当月

图 28: 国内实物商品线上线下增速估计



资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

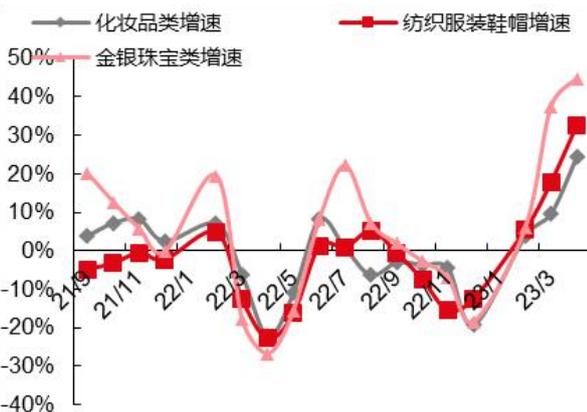


资料来源：国家统计局，山西证券研究所

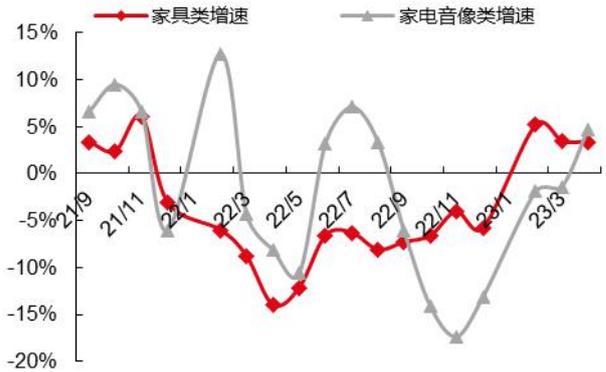
注：实物商品线下零售额=商品零售额-实物商品网上零售。

图 29：偏向可选消费品的典型限额以上品类增速

图 30：地产相关典型限额以上品类增速



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

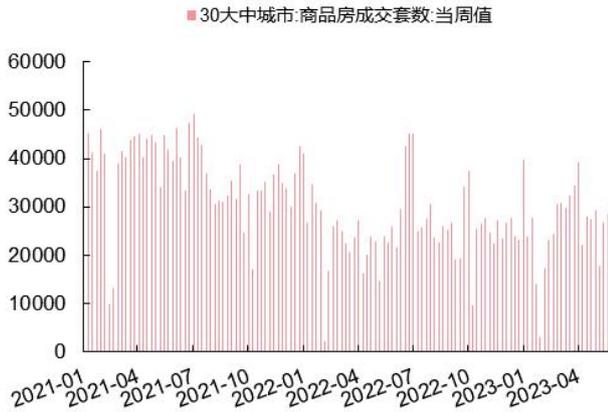
### 3.4 房地产数据

本周(6.4-6.10日)，30大中城市商品房成交20803套、成交面积240.16万平方米，较上周环比分别下降30.76%、29.77%。年初至今，30大中城市商品房成交587338套、成交面积6608.31万平方米，同比增长10.5%、12.6%。

2023年4月，住宅新开工面积、销售面积、竣工面积分别为5181、6714、3000万平方米，同比下降29.21%、9.47%、增长28.26%。

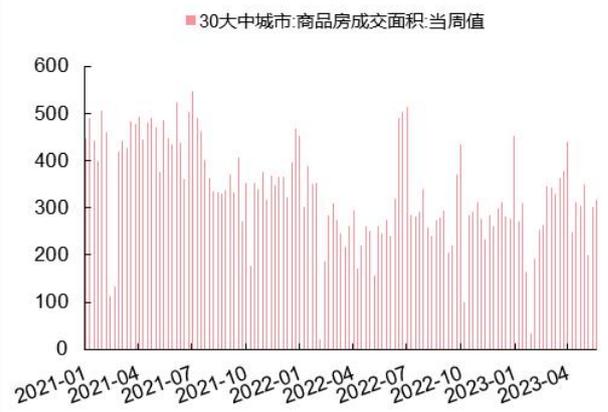
图 31：30 大中城市商品房成交套数

图 32：30 大中城市商品房成交面积（单位：万平方米）



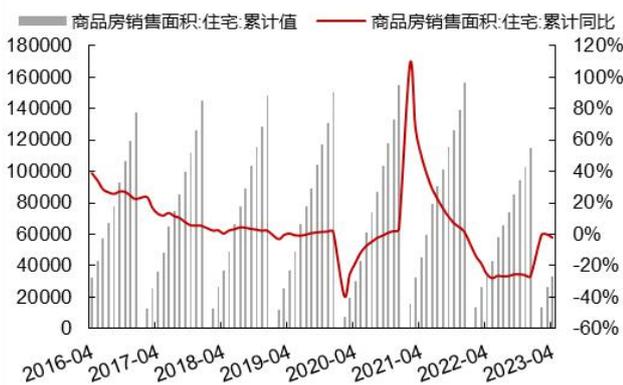
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 33: 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, 山西证券研究所

图 34: 商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比



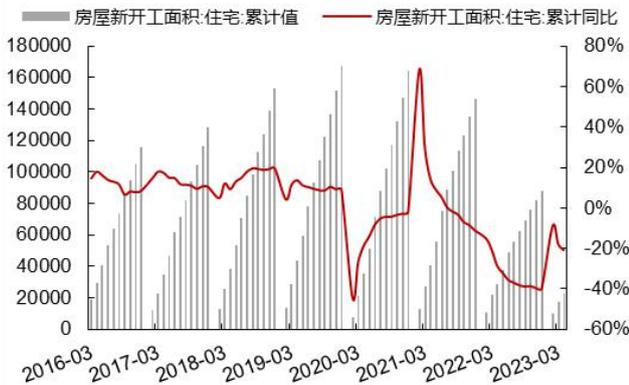
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 35: 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 36: 商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比

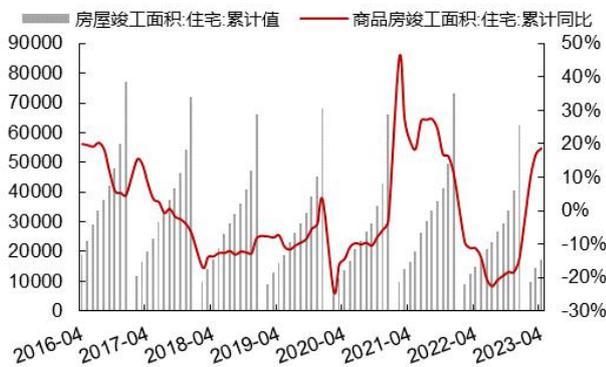


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



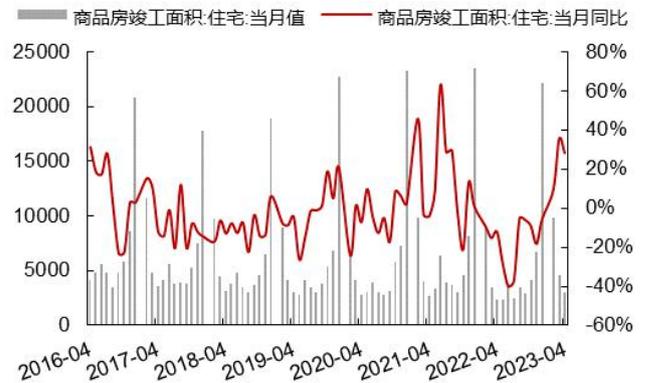
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 37：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

图 38：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

## 4. 行业新闻

### 4.1 滔搏加大投资滑雪，又签约凯乐石与 HOKA

【来源：中服圈 2023-06-07】

近日，滔搏运动宣布完成了对专业滑雪装备零售商“冷山”，以及专业户外内容机构“Mounster 山系文化”的投资。

同时，滔搏宣布与 KAILAS 凯乐石、HOKA ONE ONE 两大户外运动品牌达成合作。

“冷山”成立于 2005 年，总部位于北京，是目前国内最大的雪具装备零售连锁机构之一，在国内拥有 30 余家门店、8 家线上门店。冷山目前拥有 20 多个国外雪具品牌的中国区总代理权，其中有 Nitro、Burton、Jones 等国际一线品牌，也有如 Goski 等中国本土的原创品牌。

滔搏投资的“Mounster 山系文化”是一家专业户外内容机构，创办于 2019 年，专注于介绍户外文化的内容。

随着冬季运动的普及，越来越多的人开始关注及参与滑雪。中国市场尤其如此，可见滔搏加大这个领域的投资以获得市场回报。

另外，在合作品牌方面，凯乐石和 HOKA ONE ONE 都是知名的户外运动品牌，凯乐石是中国知名高海拔登山品牌，产品线覆盖登山、攀岩、攀冰、徒步、越野跑山等多项户外运动，是中国国家登山队、中国国家登山滑雪队、中国国家攀岩队官方指定装备供应商。此次与滔搏达成合作后，双方将在门店经营、消费者运营等方面开展合作。

HOKA ONE ONE 则是一个诞生于山脉的国际高性能鞋服品牌，从创立之初便致力于为全球跑者提供专业、高端、高性能的跑步装备与服务，未来滔搏将与 HOKA ONE ONE 在重点城市建立零售运营合作。HOKA ONE ONE 全球首家直营品牌体验店在 2021 年 1 正式于上海开业。

根据滔搏发布的截至 2023 年 2 月 28 日年度业绩显示，总营业收入 270.74 亿元，同比下滑 15.07%；净利润 18.37 亿元，同比下滑 24.93%。

从近三年表现来看，公司业绩已经连续两年下滑。截止 2022 年 2 月 28 日，滔搏的营收为 318.78 亿元，同比下滑 11.5%。2021 年 2 月-2023 年 2 月滔搏的存货分别为 62.11 亿元、66.86 亿元、62.47 亿元。

滔搏主要依赖于代理销售迪达斯与耐克，从营收结构来看，主力阿迪达斯和耐克创收能力大幅下降，到 2023 年 2 月 28 日前的一年里实现收入 233.24 亿元，占总营收的 86.20%，同比下滑 15.40%。

此外，包括彪马、匡威、威富集团的品牌（即范斯、TheNorthFace 及添柏岚）、亚瑟士、鬼冢虎、斯凯奇、NBA 及李宁在内的其他品牌销量也出现下滑。同期其他品牌创收 35.2 亿元，占总营收的 13.00%，同比下滑 12.10%。

签约凯乐石和 HOKA ONE ONE 一是在可以产品线上进行更多丰富，二是可以配合其“大店策略”扩展户外专业运动的产品线，以此进入更多领域，满足不同消费者的运动需求。

另外，新的合作包括滑雪、登山等专业户外运动需要较高的技术支持，与这些顶尖品牌的合作，可以帮助滔搏提高自身竞争力。通过更多的合作，也可以帮助滔搏吸引更多渠道的合作，形成更多产业链促进企业的整体发展。

截至 2023 年 2 月 28 日，滔搏共运营 6565 家直营店铺，店铺总数同比下降 14.7%，毛销售面积同比减少 6.80%，单店销售面积同比增加 9.20%。与 2022 年 8 月 31 日相比，店铺总数下降 5.20%。毛销售面积减少 1.80%。

数据显示，近年来滔搏一直在削减门店数量，2020 年 2 月-2023 年 2 月，滔搏的门店数量分别为 8395 家、8006 家、7695 家、6565 家。虽然门店数量整体减少，但 300 平方米以上规模的门店正在逐年增加。最近三年公司 300 平方米以上门店数量分别为 612 家、750 家、989 家、1056 家。

## 4.2 数据快报|5 月纺织服装出口再降，纺织品出口下降速度超过服装

【来源：中国纺织品进出口商会 2023-06-07】

根据海关总署 6 月 7 日发布的最新数据，在外需仍未有效恢复的情况下，叠加去年同期供应链恢复、出口基数高的影响，5 月我国纺织服装出口再次出现下降。按美元计，当月出口同比下降 13.1%，环比下降 1.3%。1-5 月累计同比下降 5.3%，降幅较上月扩大 2.4 个百分点。从出口商品类别看，由于海外需求下降，

东南亚国家服装出口订单减少,导致我中间品出口下降速度超过终端消费品,5月纺织品出口同比下降14.2%,环比下降5.6%,服装出口略显企稳,同比下降12.2%,环比增长3%。

纺织品服装出口按人民币计:2023年1-5月,纺织服装累计出口8123.7亿元,比去年同期(下同)增长2.1%,其中纺织品出口3904.8亿元,下降2.4%,服装出口4218.9亿元,增长6.6%。

5月,纺织服装出口1740.7亿元,同比下降10.8%,环比下降1.1%,其中纺织品出口826.4亿元,下降11.9%,环比下降5.5%,服装出口914.3亿元,下降9.8%,环比增长3.2%。

纺织品服装出口按美元计:2023年1-5月,纺织服装累计出口1182亿美元,下降5.3%,其中纺织品出口568.3亿美元,下降9.4%,服装出口613.7亿美元,下降1.1%。

5月,纺织服装出口253.2亿美元,下降13.1%,环比下降1.3%,其中纺织品出口120.2亿美元,下降14.2%,环比下降5.6%,服装出口133亿美元,下降12.2%,环比增长3%。

### 4.3 喜临门 618 一阶段全网销售额超 4.3 亿! 增长 79%!

【来源:77度 2023-06-06】

6月3日24时整,618“开门红”收官。

喜临门交出本届618大促的首份成绩单。618“开门红”期间,喜临门全网销售额突破4.3亿,同比增长79%!活动开始前3小时,喜临门于天猫、京东、苏宁、抖音平台的总销售额就已超去年开门红全周期!

在核心优势品类上,喜临门今年618开门红再夺天猫、京东、苏宁、抖音等平台的销冠,这也是喜临门连续9年领跑床垫类目。而凭借强大的品牌实力和产品优势,喜临门软床开门红期间销售额同比增长226%,家纺产品同比增长59%,而沙发类产品销售额达成2022年的61倍。

值得关注的是,开门红活动中,年轻人群(18-29岁)成交占比高达41%。这表明喜临门睡眠空间拓展已取得明显成效,品牌转型升级取得阶段性成果。。

值得一提的是,活动期间,喜临门推出的床垫新品深睡AIR、软床维森系列销售额破千万,沙发新品蔚蓝海岸销售破百万,而软床、家纺产品销售同比2022年分别增长226%、59%,沙发类产品则更是同期的61倍。

## 5. 重点公司公告

【志邦家居】关于股东减持计划提前实施完毕公告

[2023-06-06] 安徽谨志企业管理有限公司,本次减持计划实施前持股7,998,413股(均为IPO前及权益分派转增股份取得股份),持股比例2.57%。安徽谨志企业管理有限公司自2023年6月5日至6月6日期间,合

计以集中竞价方式减持公司股份 3,118,100 股，占公司当前总股本的 1%。

## 6. 风险提示

1. 金价大幅波动
2. 地产销售或不达预期；
3. 品牌库存去化不及预期；
4. 原材料价格波动；
5. 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

