

纺织服装

行业周报（20230806-20230812）

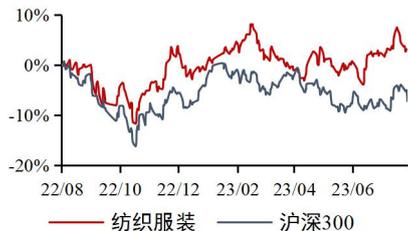
同步大市-A（维持）

7月纺织服装出口下降18%，Under Armour 维持 FY2024 收入指引

2023年8月13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：安德玛发布 FY24Q1 季报

8月8日，美国运动用品公司 Under Armour（安德玛）披露 FY24Q1（截至2023年6月30日止前三个月）季度财报。FY24Q1，公司实现营收 13.17 亿美元，同比下降 2.4%，剔除汇率影响，同比下降 1%；实现净利润 854.9 万美元，同比增长 11.3%。

分渠道看，FY24Q1，批发渠道、DTC 渠道分别实现营收 7.42、5.44 亿美元，同比下降 6.3%、增长 4.5%。DTC 渠道中，电商渠道收入同比增长 6%，占 DTC 渠道收入比重为 40%；直营门店渠道收入同比增长 3%，占 DTC 渠道收入比重为 60%。

分品类看，FY24Q1，服装、鞋履、配饰产品分别实现营收 8.25、3.64、0.98 亿美元，同比下降 5.0%、增长 4.7%、增长 1.1%。

分区域看，FY24Q1，北美、EMEA、亚太、拉美分别实现营收 8.27、2.27、2.02、0.56 亿美元，同比下降 9.1%、增长 10.5%、增长 14.5%、增长 12.7%。剔除汇率影响，EMEA 区域营收同比增长 11%，亚太区域营收同比增长 21%，拉美区域营收同比增长 5%。

盈利能力方面，FY24Q1，公司毛利率同比下滑 0.6pct 至 46.1%，主要由于更大的促销力度和汇率的不利影响，但部分被供应链成本降低所抵消。FY24Q1，SG&A 为 44.6%，同比提升 0.4pct。

存货方面，截至 FY24Q1 末，存货 13.20 亿美元，同比增长 38.4%，环比增长 10.9%。

展望 FY2024，公司维持上季指引，预计 FY2024 收入持平或小幅增长，毛利率预计提升 0.25%-0.75%。

行业动态：

- 1) 海关总署 8 月 8 日发布 7 月出口数据。纺织品服装出口按美元计：2023 年 1-7 月，纺织服装累计出口 1697.9 亿美元，下降 10%，其中纺织品出口 788.5 亿美元，下降 11.9%，服装出口 909.4 亿美元，下降 8.3%。7 月，纺织服装出口 271.1 亿美元，下降 18.3%，环比增长 0.5%，其中纺织品出口 111.5 亿美元，下降 17.8%，环比下降 3.6%，服装出口 159.6 亿美元，下降 18.7%，环比增长 3.5%。
- 2) 8 月 2 日，Hugo Boss 公布了 2023 财年第二季度的主要财务数据：按不变汇率计算，

来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】国际运动品牌 23Q2 业绩梳理，Adidas 及 Deckers 上调收入指引-纺服家居行业周报 2023.8.7

【山证纺织服装】阿迪达斯上调 2023 年收入指引，家居行业利好政策频出-纺服家居行业周报 2023.7.31

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



销售额同比增长 20%，达到 10.26 亿欧元（在实际汇率基础上：+17%），与疫情前的 2019 年相比大涨 52%，与第一季度相比，增长进一步加速。第二季度中，EMEA 地区销售额经汇率调整后增长了 15%。这一业绩主要得益于德国(+19%)和法国(+15%)等主要欧洲市场两位数的增长，而中东市场的增长势头也同样强劲。美洲地区成功地延续了两位数的增长轨迹，经汇率调整后的销售额增长了 20%，反映了该地区所有市场的两位数增长。美国作为该地区的重要市场经汇率调整后显著增长 16%，所有消费者接触点都对增长做出了贡献。亚太地区经汇率调整后的收入较上年同期增长 41%。这一业绩得益于东南亚和太平洋地区两位数的持续增长，以及中国市场在 2022 年底重新开放后的进一步复苏。经汇率调整后，中国市场营收同比增长 56%。Hugo Boss 再次上调了本财年的业绩预期。目前，公司预计 2023 财年集团销售额将增长 12%至 15%，达到 41 亿欧元至 42 亿欧元的历史新高（此前预期：增长约 10%，达到约 40 亿欧元）。

- 3) 近日，瑞典厨房制造商 Nobia 公布二季度财报，品牌在该季度营收下滑 13%，降至 35.62 亿瑞典克朗（约人民币 24 亿元），营业利润从 2.12 亿瑞典克朗下降到 8300 万瑞典克朗（约 5615 万元）。该公司对季度业绩描述是“不尽人意”，但表示这反映了市场疲软，预计这种情况将持续下去。Nobia 还表示，根据目前宏观和市场状况，已对与融资银行的协议进行了调整。企业表示，由于去年进行了提价，因此销量下降幅度很更大。另外，企业在英国的业务进行了重组，而且减少了北欧业务的员工数，但是上述策略都不足以抵挡市场低迷的影响。Nobia 总裁兼首席执行官 Jon Sintorn 说：“重组计划正在按计划执行，并实现了预期的成本节约。在英国，我们已经关闭了两家工厂，减少了管理资源，经营方式的改变也有了预期效果。通过退出低利润业务，项目业务的规模缩小，在价格调整后企业财务状况相对健康。”

➤ 行情回顾（2023.08.07-2023.08.11）

本周纺织服饰板块跑赢大盘、家居用品板块跑输大盘：本周，SW 纺织服饰板块下跌 2.63%，SW 轻工制造板块下跌 3.73%，沪深 300 下跌 3.39%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 0.76pct，轻工制造板块落后大盘 0.34pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 2.71%，SW 服装家纺下跌 2.62%，SW 饰品下跌 2.53%，SW 家居用品下跌 4.35%。截至 8 月 11 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.94 倍，为近三年的 43.54%分位；SW 服装家纺的 PE 为 20.00 倍，为近三年的 47.25%分位；SW 饰品的 PE 为 20.86 倍，为近三年的 68.54%分位；SW 家居用品的 PE 为 22.38 倍，为近三年的 15.66%分位。

➤ 投资建议：

纺织服装：2023 年 7 月，丰泰企业、裕元集团（制造业务）单月营收同比下降 8.4%、23.9%，降幅环比收窄 5.3、0.3pct；2023 年 1-7 月，丰泰企业、裕元集团（制造业务）营收同比下降 13.9%、20.0%。本周安德玛发布 2023 年 4-6 月财报，23Q2 营收同比下降 2%，期末库存同、环比均有上升，维持 2024 财年营收持平或小幅增长的指引。我们预计中游纺

织制造企业有望在 3 季度迎来订单拐点，建议积极关注**华利集团、申洲国际、浙江自然**；品牌服饰板块，国内消费市场复苏表现分化，根据运动服饰公司披露的 23Q2 经营数据，迪桑特、可隆等高端运动品牌及特步、361 度平价运动品牌表现优于中端及中高端品牌。本周，李宁发布 2023 年上半年业绩及 2023 年 2 季度零售流水，23Q2，李宁牌（不含李宁 YOUNG）零售流水同比增长中双位数，其中直营零售、批发渠道、电商渠道零售流水同比分别增长 20%-30% 高段、中双位数、低双位数。建议积极关注**361 度、特步国际**，建议关注**安踏体育、李宁**，以及高端女装公司**锦泓集团、歌力思、赢家时尚**。

黄金珠宝：从黄金首饰消费看，2023H1，我国黄金首饰消费量 368.26 吨/+14.82%，占黄金消费量 66%，21-23 年 CAGR 为 2.8%。23Q1、23Q2 黄金首饰消费量为 189.61、178.65 吨，同增 12.29%、17.63%，21-23 年 CAGR 分别为 5.87%、-0.20%。2023H1，上海黄金交易所 AU9999 黄金上半年加权平均价格为 432.09 元/克，同比上涨 10.91%，21-23 年 CAGR 为 7.11%。2023H1，预计黄金首饰消费金额同比上涨 25%+，21-23 年 CAGR 接近 10%。**从限上金银珠宝社零看**，2023H1，金银珠宝社零实现 1689 亿元/+17.5%，为增速最快的限上品类。21-23 年 CAGR 为 5.19%，表现弱于黄金首饰消费，预计主因非黄金类首饰（钻石镶嵌、玉石等）消费疲软。我们看好珠宝板块全年表现，短期看，金价处于高位+下半年婚庆旺季，预计带动黄金首饰需求持续释放，且按克重计价产品销量预计显著好于按件计价产品；中长期看，黄金产品工艺迭代催化悦己需求，头部企业渠道快速扩张，市占率提升可期。建议关注**周大生、老凤祥、潮宏基**。

家居用品：2023 年至今（截至 8/12 日），30 大中城市商品房成交 778387 套、成交面积 8779.42 万平方米，同比下降 5.3%、3.5%。本周，喜临门公司 2023 年上半年业绩，23H1，公司实现营收 38.05 亿元/+5.5%，实现归母净利润 2.22 亿元/+1.2%，23Q2 营收增速环比提升且销售毛利率显著改善。进入 8 月以来，家居企业普遍开展营销活动，积极迎接“金九银十”家装消费旺季。7 月中下旬以来，地产市场及家居市场利好政策频出，有望提振板块估值中枢水平持续修复。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：**

国内消费信心恢复不及预期；地产销售不达预期；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：安德玛发布 FY24Q1 季报.....	7
2. 本周行情回顾.....	7
2.1 板块行情.....	7
2.2 板块估值.....	8
2.3 公司行情.....	9
3. 行业数据跟踪.....	10
3.1 原材料价格.....	10
3.2 出口数据.....	12
3.3 社零数据.....	13
3.4 房地产数据.....	14
4. 行业新闻.....	16
4.1 数据快报 7月纺织服装出口再降，累计降幅扩大.....	16
4.2 Hugo Boss 二季度销售额同比增长 20%突破 10 亿欧元，中国市场增幅达 56%.....	17
4.3 瑞典橱柜巨头 Nobia 二季度营收下滑 13%!	18
5. 重点公司公告.....	19
6. 风险提示.....	19

图表目录

图 1： 本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	7
图 2： 本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	8
图 3： 本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	8
图 4： 本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	8
图 5： 本周 SW 轻工制各子板块估值.....	8

图 6: 棉花价格 (元/吨)	10
图 7: 中纤板、刨花板价格走势.....	10
图 8: 五金价格走势.....	11
图 9: 皮革价格走势.....	11
图 10: 海绵原材料价格走势.....	11
图 11: 金价走势 (单位: 元/克)	11
图 12: 美元兑人民币汇率走势.....	12
图 13: 中国出口集装箱运价指数.....	12
图 14: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比.....	12
图 15: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	12
图 16: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比.....	12
图 17: 家具及其零件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	12
图 18: 社零及限额以上当月.....	13
图 19: 国内实物商品线上线下增速估计.....	13
图 20: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速.....	14
图 21: 地产相关典型限额以上品类增速.....	14
图 22: 30 大中城市商品房成交套数.....	14
图 23: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)	14
图 24: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	15
图 25: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	15
图 26: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	15
图 27: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	15
图 28: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	16



图 29: 商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	16
表 1: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	9
表 2: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	9
表 3: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....	9
表 4: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	10

1. 本周专题：安德玛发布 FY24Q1 季报

8月8日，美国运动用品公司 Under Armour（安德玛）披露 FY24Q1（截至 2023 年 6 月 30 日止前三个月）季度财报。FY24Q1，公司实现营收 13.17 亿美元，同比下降 2.4%，剔除汇率影响，同比下降 1%；实现净利润 854.9 万美元，同比增长 11.3%。

分渠道看，FY24Q1，批发渠道、DTC 渠道分别实现营收 7.42、5.44 亿美元，同比下降 6.3%、增长 4.5%。DTC 渠道中，电商渠道收入同比增长 6%，占 DTC 渠道收入比重为 40%；直营门店渠道收入同比增长 3%，占 DTC 渠道收入比重为 60%。

分品类看，FY24Q1，服装、鞋履、配饰产品分别实现营收 8.25、3.64、0.98 亿美元，同比下降 5.0%、增长 4.7%、增长 1.1%。

分区域看，FY24Q1，北美、EMEA、亚太、拉美分别实现营收 8.27、2.27、2.02、0.56 亿美元，同比下降 9.1%、增长 10.5%、增长 14.5%、增长 12.7%。剔除汇率影响，EMEA 区域营收同比增长 11%，亚太区域营收同比增长 21%，拉美区域营收同比增长 5%。

盈利能力方面，FY24Q1，公司毛利率同比下滑 0.6pct 至 46.1%，主要由于更大的促销力度和汇率的不利影响，但部分被供应链成本降低所抵消。FY24Q1，SG&A%为 44.6%，同比提升 0.4pct。

存货方面，截至 FY24Q1 末，存货 13.20 亿美元，同比增长 38.4%，环比增长 10.9%。

展望 FY2024，公司维持上季指引，预计 FY2024 收入持平或小幅增长，毛利率预计提升 0.25%-0.75%。

2. 本周行情回顾

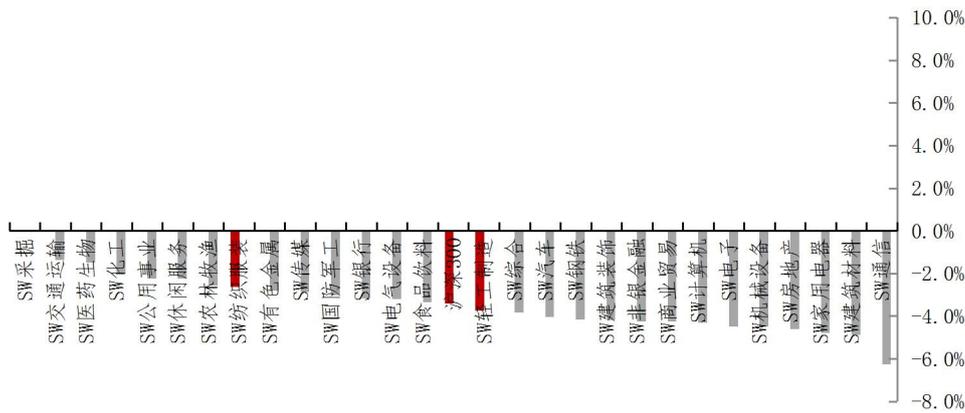
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块下跌 2.63%，SW 轻工制造板块下跌 3.73%，沪深 300 下跌 3.39%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 0.76pct，轻工制造板块落后大盘 0.34pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造下跌 2.71%，SW 服装家纺下跌 2.62%，SW 饰品下跌 2.53%。

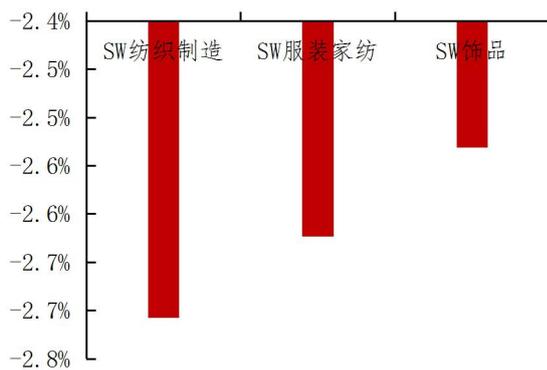
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 3.03%，SW 文娱用品下跌 3.32%，SW 家居用品下跌 4.35%，SW 包装印刷下跌 3.59%。

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



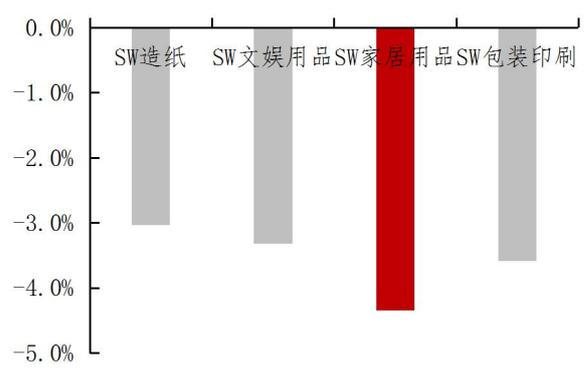
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 2: 本周 SW 纺织服装各子板块涨跌幅



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 3: 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

2.2 板块估值

截至 8 月 11 日, SW 纺织制造的 PE (TTM 剔除负值, 下同) 为 18.94 倍, 为近三年的 43.54%分位; SW 服装家纺的 PE 为 20.00 倍, 为近三年的 47.25%分位; SW 饰品的 PE 为 20.86 倍, 为近三年的 68.54%分位。

截至 8 月 11 日, SW 家居用品的 PE 为 22.38 倍, 为近三年的 15.66%分位。

图 4: 本周 SW 纺织服装各子板块估值

图 5: 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: ST 贵人(+15.64%)、*ST 新纺(+9.43%)、富安娜(+3.24%)、康隆达(+3.22%)、泰慕士(+1.74%); 本周跌幅前 5 的公司分别为: *ST 柏龙(-10.8%)、红蜻蜓(-7.31%)、航民股份(-7.03%)、万事利(-6.92%)、美邦服饰(-6.47%)。

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)
603555.SH	ST 贵人	15.64	2.07
002087.SZ	*ST 新纺	9.43	2.32
002327.SZ	富安娜	3.24	8.60
603665.SH	康隆达	3.22	27.91
001234.SZ	泰慕士	1.74	37.35

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)
002776.SZ	*ST 柏龙	-10.80	1.90
603116.SH	红蜻蜓	-7.31	6.09
600987.SH	航民股份	-7.03	7.93
301066.SZ	万事利	-6.92	15.33
002269.SZ	美邦服饰	-6.47	1.88

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: 玉马遮阳(+10.52%)、松发股份(+4.77%)、哈尔斯(+1.64%)、嘉益股份(+1.55%)、力诺特玻(+0.99%); 本周跌幅前 5 的公司分别为: 海象新材(-13.82%)、海鸥住工(-10.09%)、蒙娜丽莎(-9.92%)、金牌厨柜(-9.74%)、欧派家居(-8.51%)。

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)
300993.SZ	玉马遮阳	10.52	11.87
603268.SH	松发股份	4.77	21.74
002615.SZ	哈尔斯	1.64	6.80
301004.SZ	嘉益股份	1.55	36.11
301188.SZ	力诺特玻	0.99	14.22

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)
003011.SZ	海象新材	-13.82	24.89
002084.SZ	海鸥住工	-10.09	4.19
002918.SZ	蒙娜丽莎	-9.92	18.35
603180.SH	金牌厨柜	-9.74	30.20
603833.SH	欧派家居	-8.51	97.01

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 8 月 11 日, 中国棉花 328 价格指数为 18118 元/吨, 环比上涨 0.1%, 截至 8 月 10 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 16839 元/吨, 环比上涨 3.1%。
- 2) 金价: 截至 8 月 11 日, 上海金交所黄金现货:收盘价: Au9999 为 455.25 元/克, 环比增长 0.27%。

✚ 家居用品原材料:

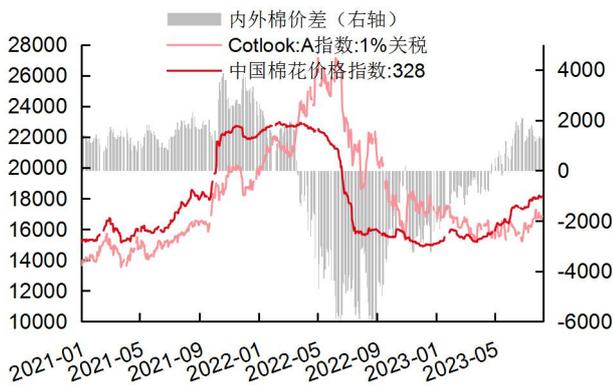
- 1) 板材: 截至 2022 年 3 月 1 日, 中国木材指数 CTI:刨花板、中国木材指数 CTI:中纤板为 1130.09、2028.07。
- 2) 五金: 截至 2022 年 6 月 5 日, 永康五金市场交易价格指数为 104.73。
- 3) 皮革: 截至 8 月 4 日, 海宁皮革:价格指数:总类为 70.85。
- 4) 海绵: 截至 8 月 11 日, 华东地区 TDI 主流价格为 18400 元/吨, 华东地区纯 MDI 主流价格为 22500 元/吨, TDI、MDI 价格环比分别下降 2.6%、上涨 4.7%。

✚ 汇率: 截至 8 月 11 日, 美元兑人民币 (中间价) 为 7.1587, 环比上涨 0.24%。

✚ 中国出口集装箱运价指数 (CCFI): 截至 8 月 11 日, CCFI 综合指数为 874.58。

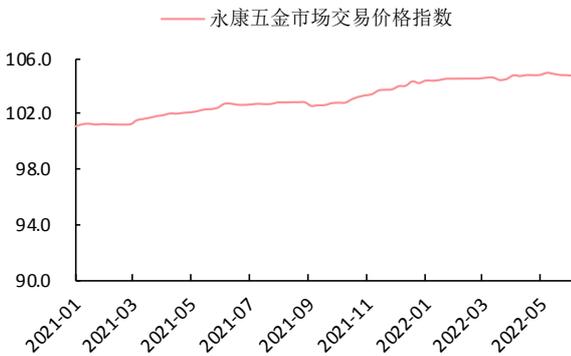
图 6: 棉花价格 (元/吨)

图 7: 中纤板、刨花板价格走势



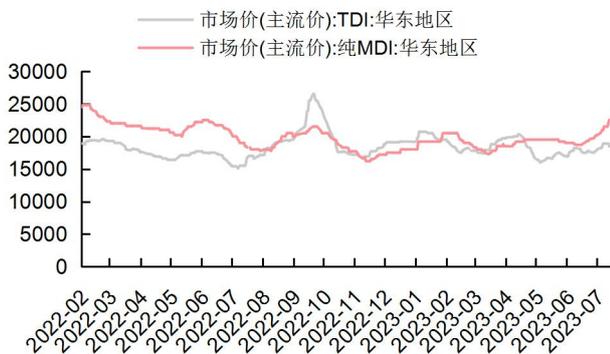
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 8: 五金价格走势

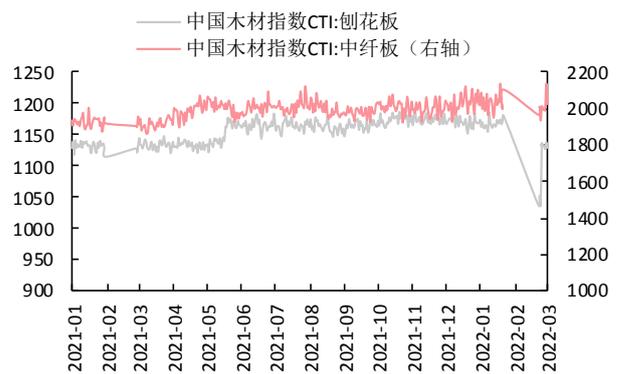


资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 10: 海绵原材料价格走势 (单位: 元/吨)



资料来源: Wind, 山西证券研究所



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 9: 皮革价格走势



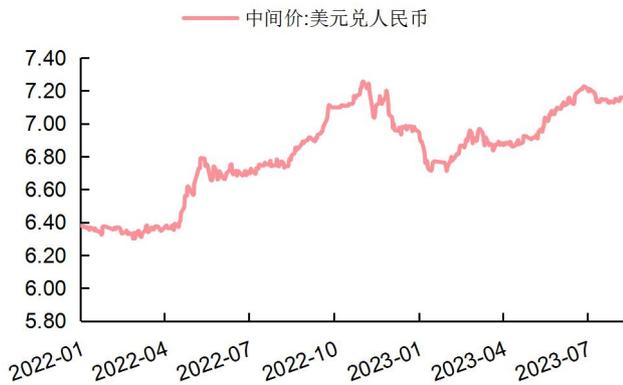
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 11: 金价走势 (单位: 元/克)



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 12: 美元兑人民币汇率走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 13: 中国出口集装箱运价指数



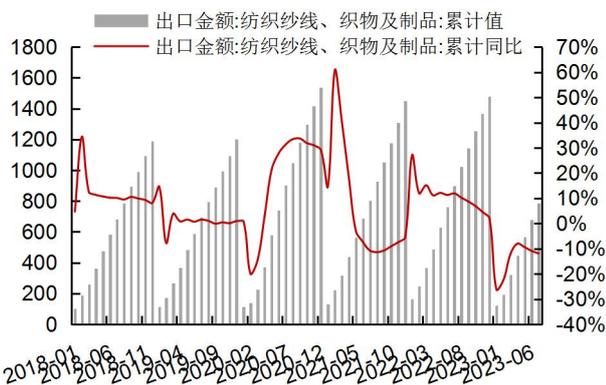
资料来源: Wind, 山西证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装: 2023 年 1-7 月, 纺织品服装出口 1697.91 亿美元, 同比下降 10.3%。其中, 2023 年 1-7 月纺织品出口 788.49 亿美元, 同比下降 11.9%, 服装出口 909.42 亿美元, 同比下降 8.3%。2023 年 7 月, 纺织品服装出口 271.12 亿美元, 同比下降 17.50%; 其中 2023 年 7 月纺织品出口 111.52 亿美元, 同比下降 17.5%, 服装出口 159.60 亿美元, 同比下降 18.1%。

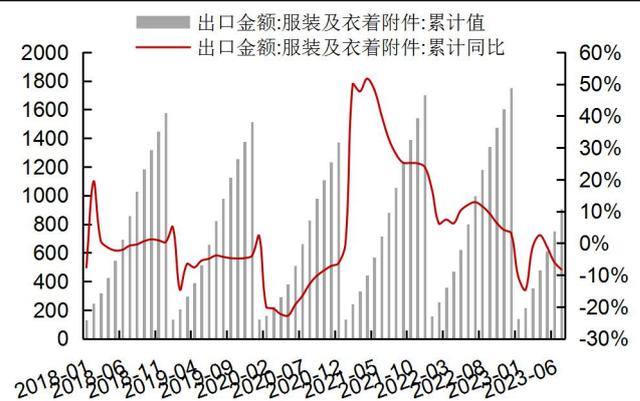
家具及其零件: 2023 年 1-7 月, 家具及其零件出口 363.93 亿美元, 同比下降 11.46%。2023 年 7 月, 家具及其零件出口 50.18 亿美元, 同比下降 15.19%。

图 14: 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 15: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比



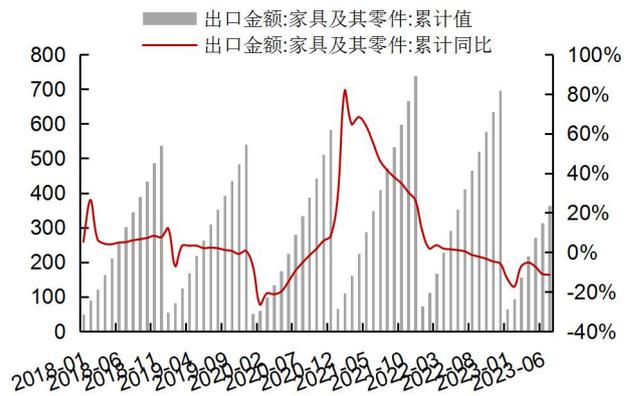
资料来源: Wind, 海关总署, 山西证券研究所

图 16: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比

图 17: 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



资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

3.3 社零数据

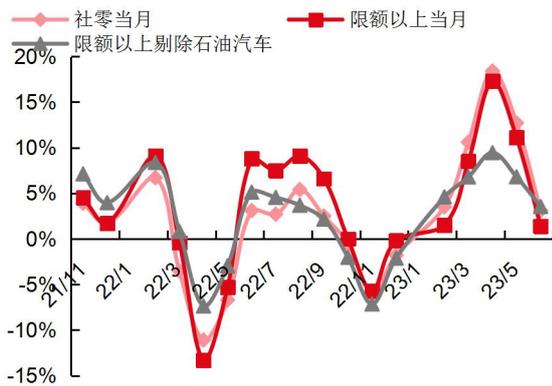
23 年 6 月，国内实现社零总额 4.00 万亿元，同比增长 3.1%，表现弱于市场一致预期（根据 Wind，23 年 6 月社零当月同比增速预测平均值为+3.5%）。剔除基数影响，与 21 年同期相比，23 年 1-2 月、3 月、4 月、5 月、6 月单月社零的两年复合增速分别为 5.1%、3.3%、2.6%、2.6%、3.1%。

分渠道看，线上渠道，2023 年 6 月，实物商品网上零售额为 1.26 万亿元/+6.7%，21-23 年两年复合增速为 7.4%，环比放缓 5.1pct，实物商品网上零售额占商品零售比重为 35.3%。23 年 1-6 月，实物商品网上零售额为 6.06 万亿元，同比增长 10.8%，21-23 年同期两年复合增速为 9.8%，环比放缓 0.65pct。23 年 1-6 月，实物商品网上零售额中吃类、穿类和用类商品同比分别增长 8.9%、13.3%、10.3%。线下渠道，2023 年 6 月，实物商品线下零售额（商品零售额-实物商品网上零售额，下同）约为 2.30 万亿元/-0.8%，21-23 年两年复合增速为 0.5%，环比提升 2.0pct。2023 年 1-6 月，实物商品线下零售额约为 14.26 万亿元，同比增长 5.0%，21-23 年同期两年复合增速为 1.0%，环比放缓 0.1pct。按零售业态分，2023 年 1-6 月限额以上便利店、专业店、品牌专卖店、百货店、超市零售额同比分别增长 8.2、5.4%、4.6%、9.8%、-0.4%。

分品类看，2023 年 6 月，限上化妆品同比增长 4.8%，金银珠宝同比增长 7.8%，纺织服装同比增长 6.9%，体育/娱乐用品同比增长 9.2%。23 年 1-6 月，上述品类累计同比增长分别为 8.6%、17.5%、12.8%、10.5%。剔除基数影响，21-23 年同期（6 月）化妆品、金银珠宝、纺织服装、体育/娱乐用品两年复合增速为 9.0%、5.5%、2.7%、11.4%，环比变化+7.3、+4.8、+5.1、+2.8pct。

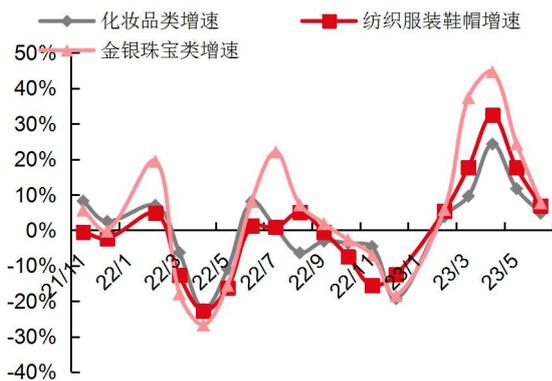
图 18：社零及限额以上当月

图 19：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

图 20：偏向可选消费品的典型限额以上品类增速



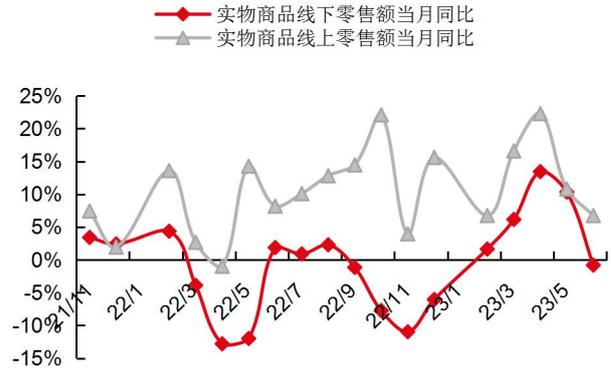
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

3.4 房地产数据

本周(8.6-8.12日)，30大中城市商品房成交 15095 套、成交面积 165.60 万平方米，较上周环比分别下降 23.70%、18.68%。2023 年至今，30 大中城市商品房成交 778387 套、成交面积 8779.42 万平方米，同比下降 5.3%、3.5%。

2023 年 6 月，住宅新开工面积、销售面积、竣工面积分别为 7330、10929、4410 万平方米，同比下降 33.5%、27.9%、增长 15.8%。

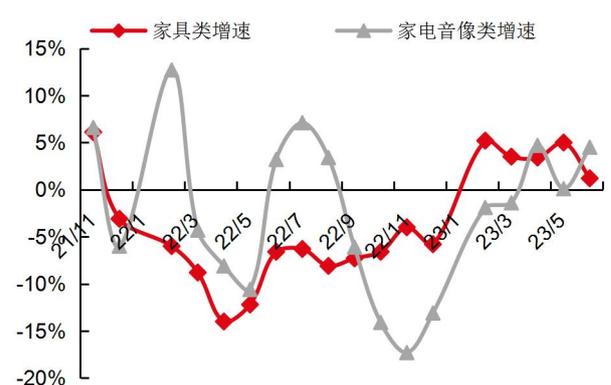
图 22：30 大中城市商品房成交套数



资料来源：国家统计局，山西证券研究所

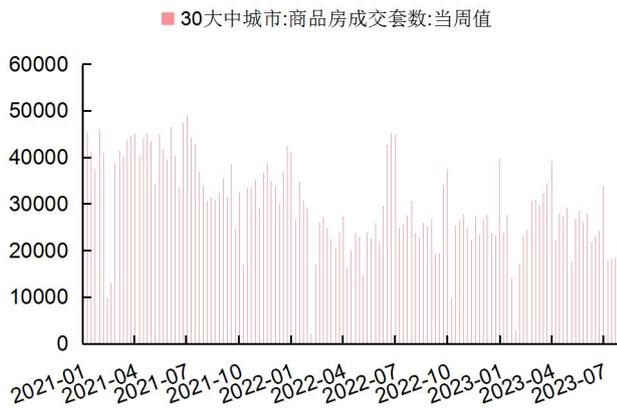
注：实物商品线下零售额=商品零售额-实物商品网上零售。

图 21：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

图 23：30 大中城市商品房成交面积（单位：万平方米）



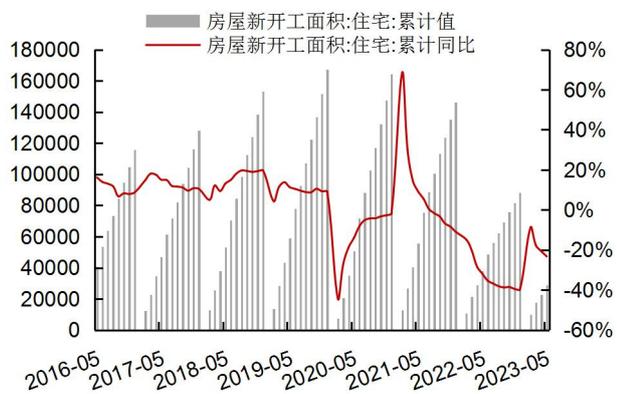
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 24: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比

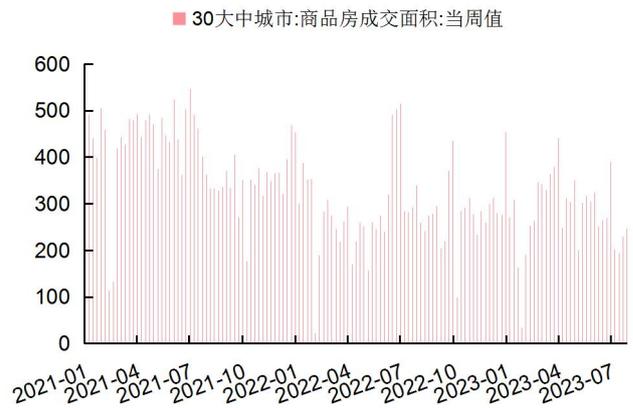


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 26: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比

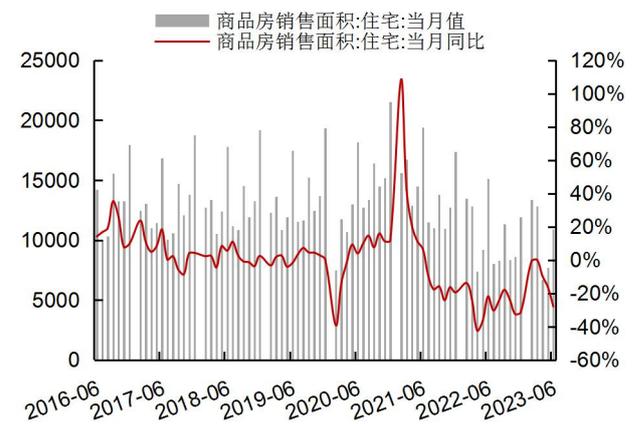


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



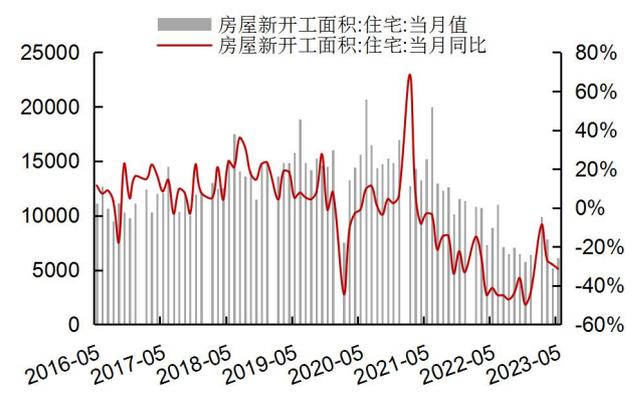
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 25: 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 27: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



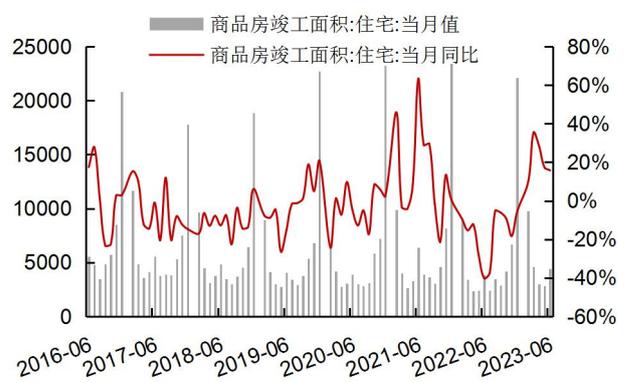
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 28：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 29：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 数据快报|7 月纺织服装出口再降，累计降幅扩大

【来源：中国纺织品进出口商会 2023-08-08】

根据海关总署 8 月 8 日发布的最新数据，在外需下降、订单减少和去年高基数的影响下，7 月我国纺织服装出口再次出现下降。按美元计，7 月纺织服装出口同比下降 18.3%，降幅大于全国货物贸易。1-7 月累计同比下降 10%，降幅较上月扩大 1.7 个百分点。从出口商品类别看，由于终端消费品订单减少，纺织品出口持续收缩，当月出口同比下降 17.8%，环比下降 3.6%。服装出口没有持续 6 月的复苏趋势，当月出口同比下降 18.7%，环比增长 3.5%。纺织品和服装前 7 月累计降幅均较上月进一步扩大。

纺织品服装出口按人民币计：2023 年 1-7 月，纺织服装累计出口 11771.9 亿元，比去年同期（下同）下降 3.8%，其中纺织品出口 5460.5 亿元，下降 5.7%，服装出口 6311.4 亿元，下降 2.1%。

7 月，纺织服装出口 1939.9 亿元，同比下降 13.2%，环比增长 3.1%，其中纺织品出口 797.8 亿元，下降 12.7%，环比下降 1%，服装出口 1142.1 亿元，下降 13.6%，环比增长 6.2%。

纺织品服装出口按美元计：2023 年 1-7 月，纺织服装累计出口 1697.9 亿美元，下降 10%，其中纺织品出口 788.5 亿美元，下降 11.9%，服装出口 909.4 亿美元，下降 8.3%。

7 月，纺织服装出口 271.1 亿美元，下降 18.3%，环比增长 0.5%，其中纺织品出口 111.5 亿美元，下降 17.8%，环比下降 3.6%，服装出口 159.6 亿美元，下降 18.7%，环比增长 3.5%。

4.2 Hugo Boss 二季度销售额同比增长 20%突破 10 亿欧元，中国市场增幅达 56%

【来源：华丽志 2023-08-06】

8月2日，德国时尚奢侈品集团 Hugo Boss（雨果波斯）公布了2023财年第二季度的主要财务数据：延续此前几个季度战略，公司持续严格执行“CLAIM 5”再次推动业绩增长创下新高：按不变汇率计算，销售额同比增长20%，达到10.26亿欧元（在实际汇率基础上：+17%），与疫情前的2019年相比大涨52%，与第一季度相比，增长进一步加速。在强劲的营收势头推动下，第二季度EBIT（息税前利润）实现了21%的增长，达到1.21亿欧元。在这些强劲业绩的背景下，Hugo Boss继5月份上调指导后，再次上调了2023财年的业绩预期。

Hugo Boss首席执行官 Daniel Grieder表示：“继年初的强劲势头之后，我们在第二季度继续保持强劲表现。尽管整体市场环境充满挑战 and 不确定性，但我们的发展势头再次超出了我们的预期，” “继六月份战略更新之后，BOSS 和 HUGO 两个品牌都成功地保持了增长轨迹。我们将使2023年成为Hugo Boss创纪录的一年，从而为实现我们更新的2025年财务目标奠定坚实的基础。”

得益于销售收入的强劲增长，Hugo Boss第二季度的EBIT（息税前利润）也大幅增加，增长21%，达到1.21亿欧元，因此，推动集团EBIT利润率提高了40个基点，达到11.8%。

收入的增加弥补了毛利率的下降（毛利率下降了120个基点，降至62.3%），以及作为“CLAIM 5”的一部分对业务的进一步投资。

在2023春夏广告宣传的推动下，BOSS 和 HUGO 在第二季度继续保持强劲的销售势头。因此，这两个品牌进一步扩大了全球市场份额，尤其是在年轻消费者中。最新的BOSS 和 HUGO 系列的持续成功推动了所有分销渠道的强劲销售。

因此，BOSS 男装、BOSS 女装和 HUGO 在第二季度实现了两位数的销售增长。经汇率调整后，BOSS 男装的收入同比增长18%，而BOSS 女装的收入同比甚至增长了32%。HUGO 经汇率调整后的销售额增长了21%。

就渠道来看，数字业务的发展势头在第二季度加速。所有渠道都为第二季度强劲的营收表现做出了贡献：

实体零售销售额实现了强劲的两位数增长，收入同比增长17%。这一增长主要得益于第二季度门店效率的进一步提高。

实体批发经汇率调整后的收入也增长了17%，反映出全球批发合作伙伴对最新BOSS 和 HUGO 系列的

持续强劲欢迎。

线上业务发展势头进一步加快，与去年同期相比，经汇率调整后的收入增长了 30%。这一业绩反映了所有线上渠道的两位数增长，包括集团的旗舰网站以及与合作伙伴产生的线上收入。

第二季度中，集团在 EMEA 和美洲的业务继续受益于强劲的当地消费者需求和旅游业务的回升，亚太季度也在第二季度取得了优异的增长：

EMEA 地区销售额经汇率调整后增长了 15%。这一业绩主要得益于德国(+19%)和法国(+15%)等主要欧洲市场两位数的增长，而中东市场的增长势头也同样强劲。

美洲地区成功地延续了两位数的增长轨迹，经汇率调整后的销售额增长了 20%，反映了该地区所有市场的两位数增长。美国作为该地区的重要市场经汇率调整后显著增长 16%，所有消费者接触点都对增长做出了贡献。

亚太地区经汇率调整后的收入较上年同期增长 41%。这一业绩得益于东南亚和太平洋地区两位数的持续增长，以及中国市场在 2022 年底重新开放后的进一步复苏。经汇率调整后，中国市场营收同比增长 56%。

在第二季度强劲财务表现的基础上，Hugo Boss 再次上调了本财年的业绩预期。目前，公司预计 2023 财年集团销售额将增长 12%至 15%，达到 41 亿欧元至 42 亿欧元的历史新高（此前预期：增长约 10%，达到约 40 亿欧元）。

4.3 瑞典橱柜巨头 Nobia 二季度营收下滑 13%!

【来源：77 度 2023-08-07】

近日，瑞典厨房制造商 Nobia 公布二季度财报，品牌在该季度营收下滑 13%，降至 35.62 亿瑞典克朗（约人民币 24 亿元），营业利润从 2.12 亿瑞典克朗下降到 8300 万瑞典克朗（约 5615 万元）。

该公司对季度业绩描述是“不尽人意”，但表示这反映了市场疲软，预计这种情况将持续下去。Nobia 还表示，根据目前宏观和市场状况，已对与融资银行的协议进行了调整。

企业表示，由于去年进行了提价，因此销量下降幅度很更大。

另外，企业在英国的业务进行了重组，而且减少了北欧业务的员工数，但是上述策略都不足以抵挡市场低迷的影响。

Nobia 总裁兼首席执行官 Jon Sintorn 说：“重组计划正在按计划执行，并实现了预期的成本节约。在英国，我们已经关闭了两家工厂，减少了管理资源，经营方式的改变也有了预期效果。通过退出低利润业务，项目业务的规模缩小，在价格调整后企业财务状况相对健康。”

5.重点公司公告

【喜临门】2023 年半年度报告

[2023-08-09] 公司披露 2023 年半年报。2023 年上半年，公司实现营收 38.05 亿元，同比增长 5.53%，实现归母净利润 2.22 亿元，同比增长 1.20%，实现扣非净利润 2.12 亿元，同比增长 2.84%。

6.风险提示

1. 国内消费信心恢复不及预期；
2. 地产销售不达预期；
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 3 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

北京市丰台区金泽西路 2 号院 1 号楼丽泽平安金融中心 A 座 25 层

