

纺织服装

行业周报（20240107-20240113）

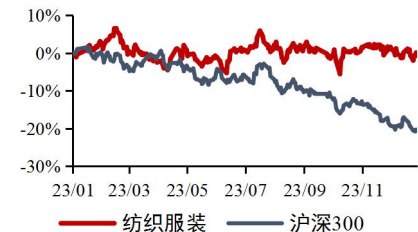
同步大市-A(维持)

迅销集团 FY24Q1 收入同增 13%，丰泰&裕元公布 23 年 12 月营收数据

2024 年 1 月 14 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

本周观察：FAST RETAIL 公布 FY2024Q1 季报

1 月 11 日，迅销集团公布 FY2024Q1（截至 2023 年 11 月 30 日止前三个月）经营数据。FY24Q1，迅销集团实现营收 8108 亿日元，同比增长 13.2%，实现归母净利润 1078 亿日元，同比增长 26.7%。

分业务看，FY24Q1，优衣库日本、优衣库海外、GU、全球品牌分别实现营收 2445、4413、879、367 亿日元，同比增长 1.5%、23.3%、10.7%、-2.4%。其中，优衣库日本同店销售额同比增长 0.2%，主要由于 9 月、10 月气温高于往年，抑制秋冬系列产品销售。但 11 月伴随气温下降，冬季保暖服装销量大幅增长，以及合作产品强劲表现，11 月销售额大幅提升。

优衣库品牌分区域看，FY24Q1，日本、大中华区、南韩&东南亚&印度&澳大利亚、北美、欧洲分别实现营收 2445、1803、1313、580、717 亿日元，同比增长 1.5%、22.9%、19.0%、22.3%、34.2%。上述区域营收占集团营收比重分别为 30.2%、22.2%、16.2%、7.1%、8.8%。

FY24Q1，集团毛利率为 54.6%，同比提升 1.5pct；销售及管理费用率为 37.2%，同比提升 0.2pct；归母净利率为 13.3%，同比提升 1.4pct。

截至 FY24Q1 末，集团存货为 4857 亿元，同比下降 14.8%，环比增长 8.1%。存货周转天数为 114 天，同比下降 27 天。

公司维持此前对 FY2024 的收入指引，预计 FY2024 集团收入同比增长 10.2%至 30500 亿日元。

行业动态：

- 1 月 5 日收盘后，在香港上市的中国男装品牌——利郎 LILANZ（中国利郎有限公司，股票代码：HK1234）公布 2023 年第四季度及全年最新营运表现，与 2022 年同期相比：第四季度 LILANZ 产品零售额录得约 35%增长；2023 全年 LILANZ 产品零售额录得约 15%增长。2023 年 3 月，集团表示对“全年审慎乐观”，目标总零售金额定为增长 10%以上。从最新数据看，利郎集团已“超额完成目标”。
- 根据中华全国商业信息中心的监测数据，2023 年全国 50 家重点大型零售企业（以百

来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】安踏体育公布 2023Q4 零售流水，Amer Sports 申请纽交所上市-

【山证轻纺】行业周报 2024.1.8

【山证纺织服装】高 ROE&高股息寻找性价比，关注制造订单拐点与品牌消费机遇 - 【山证轻纺】2024 年度策略 2024.1.4

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



货业态为主)零售额累计增长 15.6%。其中 12 月同比增长 42.4% (上年同期增速为 -35.5%)，增速相比 11 月加快了 3.8 个百分点。分品类来看，2023 年除粮油食品类零售额跟上年相比基本持平，增速为 0.1% 以外，其余品类均实现明显增长：其中服装类、家用电器类、金银珠宝类零售额均实现两位数增长，增速分别为 21.3%、16.0% 和 14.4%；日用品类、化妆品类、文化办公用品类、体育娱乐用品类分别累计增长 7.3%、7.2%、8.2% 和 5.3%。12 月份，粮油食品类零售额同比增长 7.2%，其他多数品类如服装类、化妆品类、家用电器类、金银珠宝类、体育娱乐用品类等均实现超过 2 成的显著增长。

- 3) 1 月 5 日，林氏家居 2024 供应商大会在佛山召开。2023 年，林氏家居在双 11 取得全渠道总成交额同增 42.4% 的良好成绩，并在天猫、京东等多个线上平台的家居品牌排名中保持头部阵营位置；与此同时，林氏家居全国门店年内新增 471 家，并涌现睡眠、功能沙发、实木等新店态。据林氏家居产品中心欧碧顺分享，2023 年，林氏家居在产品交付效率和品质方面均有提升。以 TOP100 7 天现货率为例，相比去年同增 17.5%。此外，产品达交率、年化周转率、售后不良率等核心指标亦有持续改善。谈及 2024 年发展规划，欧碧顺提出，“质价比”将成为 2024 年林氏家居增长方式的升级方向，具体体现为从拓量的主增方式，逐步向质量与效率等要素提升的质的发展方式并轨。

➤ **行情回顾 (2024.01.08-2024.01.12)**

本周纺织服饰板块跑赢大盘、家居用品板块跑赢大盘：本周，SW 纺织服饰板块上涨 0.15%，SW 轻工制造板块下跌 1.28%，沪深 300 下跌 1.35%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 1.50pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 0.07pct。各子板块中，SW 纺织制造上涨 0.44%，SW 服装家纺下跌 0.49%，SW 饰品上涨 1.40%，SW 家居用品下跌 0.54%。截至 1 月 12 日，SW 纺织制造的 PE (TTM 剔除负值，下同) 为 19.76 倍，为近三年的 69.08% 分位；SW 服装家纺的 PE 为 17.37 倍，为近三年的 42.76% 分位；SW 饰品的 PE 为 19.11 倍，为近三年的 51.32% 分位；SW 家居用品的 PE 为 18.85 倍，为近三年的 1.32% 分位。

➤ **投资建议：**

纺织服装：纺织制造板块，1) 2023 年 12 月，越南纺织品和服装、制鞋出口金额同比持平、增长 0.3%；我国纺织服装出口同比下降 3.3%。2023 年 12 月，丰泰企业美元口径营收同比下降 3.6%，裕元集团制造业务营收同比下降 2.4%。纺织服装出口及纺织制造台企月度高频数据持续好转。本周，优衣库公布 FY24Q1 季报，季度营收同比增长 13.2%，期末存货同比下降 14.8%，维持对 FY2024 收入同比增长 10.2% 的预期。2) 中长期，品牌供应链全球化布局要求、海外生产成本具备优势背景下，纺织制造企业产能全球化布局仍为关键；终端需求不确定性提升背景下，快速响应能力及生产效率要求提升，作为品牌战略合作伙伴的头部纺织制造企业有望获得更高订单份额。继续推荐申洲国际、华利集团、伟星股份。品牌服饰板块，1) 我国品牌服饰行业发展成熟，行业内公司股息率较高，建议关注

高股息率公司配置价值，具体标的包括罗莱生活、森马服饰、报喜鸟、海澜之家、富安娜、地素时尚、百隆东方、潮宏基、欣贺股份。2) 消费者疫后理性消费观念强化，对产品性价比重视程度提升，推荐平价品牌公司**名创优品**。3) 我国运动服饰需求韧性较强，行业2023-2028年有望实现高单位数复合增长，步入稳健增长阶段，大众运动服饰与高端户外小众运动品牌均具机遇。继续推荐**361度、波司登、安踏体育、李宁**。

黄金珠宝：我国珠宝市场规模2022-2027年CAGR预计为4.8%，黄金珠宝占珠宝市场份额有望提升至60%。黄金首饰兼具投资与消费属性，金价上涨对黄金首饰消费量支撑性强。1) 黄金价格上涨预期背景下，看好黄金珠宝投资需求释放。2) 年轻消费群体会为收获喜悦和内心满足而买单，金价上涨背景下，预计低客单、轻量化黄金首饰产品有效满足悦己需求，加大对珠宝公司产品设计能力考验。3) 2023年黄金珠宝品牌门店拓展速度有所分化，本周，周大生发布《关于公司2023年12月份新增自营门店及门店总数简报》，截至2023年末，公司门店总数为5106家，较期初净增门店490家，其中加盟门店、自营门店较期初分别净增408、82家。目前我国头部珠宝品牌门店规模在5000家左右，后续单店经营效率提升为继续获取市场份额关键。推荐**周大生、潮宏基**。

家居用品：1) 2023年家居卖场量价均承压，同时行业集中度继续向上市家居公司集中。短期看，2023年在消费者收入承压情况下，装修延迟，我国家具制造业营收增速走势与住宅竣工增速走势分化，2023年1-11月我国住宅竣工面积同比增长18.5%，有望对今年家居需求形成有效支撑，关注行业弱市下龙头家居企业份额提升，建议关注**欧派家居、索菲亚、志邦家居、喜临门**。2) 我国智能晾衣机与智能门锁产品在渗透率提升背景下，市场规模预计维持较快增长，好太太为智能晾晒行业绝对龙头，已着手布局智能门锁产品，完善智能家居产品布局。建议关注智能家居标的**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. 本周观察：FAST RETAIL 公布 FY2024Q1 季报.....	7
2. 本周行情回顾.....	8
2.1 板块行情.....	8
2.2 板块估值.....	9
2.3 公司行情.....	10
3. 行业数据跟踪.....	11
3.1 原材料价格.....	11
3.2 出口数据.....	13
3.3 社零数据.....	14
3.4 房地产数据.....	15
4. 行业新闻.....	17
4.1 中国男装品牌利郎 2023 年零售额录得约 15% 增长，超过此前预期.....	17
4.2 月度分析 2023 年 12 月份全国 50 家重点大型零售企业销售分析.....	18
4.3 林氏家居 2023 年新增门店 471 家！.....	18
5. 风险提示.....	19

图表目录

图 1： FAST RETAIL 历财年 1 季度营收及同比增速.....	7
图 2： FAST RETAIL 历财年 1 季度归母净利润及同比增速.....	7
图 3： FAST RETAIL 历财年 1 季度毛利率和归母净利率.....	7
图 4： FAST RETAIL 历财年 1 季度 SG&A 占收入比重.....	7
图 5： 本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	8
图 6： 本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	9



图 7: 本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	9
图 8: 本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	9
图 9: 本周 SW 轻工制各子板块估值.....	9
图 10: 棉花价格 (元/吨)	11
图 11: 中纤板、刨花板价格走势.....	11
图 12: 皮革价格走势.....	12
图 13: 美元兑人民币汇率走势.....	12
图 14: 海绵原材料价格走势 (单位: 元/吨)	12
图 15: 金价走势 (单位: 元/克)	12
图 16: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比.....	13
图 17: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	13
图 18: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比.....	13
图 19: 家具及其零件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	13
图 20: 社零及限额以上当月.....	14
图 21: 国内实物商品线上线下增速估计.....	14
图 22: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速.....	15
图 23: 地产相关典型限额以上品类增速.....	15
图 24: 30 大中城市商品房成交套数.....	16
图 25: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)	16
图 26: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	16
图 27: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	16
图 28: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	16
图 29: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	16



图 30: 商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	17
图 31: 商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	17
表 1: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	10
表 2: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	10
表 3: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....	10
表 4: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	11

1. 本周观察：FAST RETAIL 公布 FY2024Q1 季报

1月11日，迅销集团公布FY2024Q1（截至2023年11月30日止前三个月）经营数据。FY24Q1，迅销集团实现营收8108亿日元，同比增长13.2%，实现归母净利润1078亿日元，同比增长26.7%。

分业务看，FY24Q1，优衣库日本、优衣库海外、GU、全球品牌分别实现营收2445、4413、879、367亿日元，同比增长1.5%、23.3%、10.7%、-2.4%。其中，优衣库日本同店销售额同比增长0.2%，主要由于9月、10月气温高于往年，抑制秋冬系列产品销售。但11月伴随气温下降，冬季保暖服装销量大幅增长，以及合作产品强劲表现，11月销售额大幅提升。

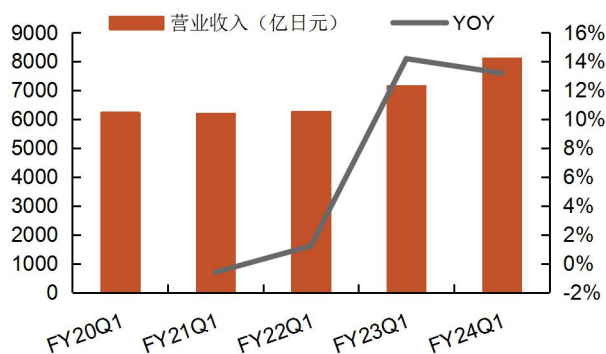
优衣库品牌分区域看，FY24Q1，日本、大中华区、南韩&东南亚&印度&澳大利亚、北美、欧洲分别实现营收2445、1803、1313、580、717亿日元，同比增长1.5%、22.9%、19.0%、22.3%、34.2%。上述区域营收占集团营收比重分别为30.2%、22.2%、16.2%、7.1%、8.8%。

FY24Q1，集团毛利率为54.6%，同比提升1.5pct；销售及管理费用率为37.2%，同比提升0.2pct；归母净利率为13.3%，同比提升1.4pct。

截至FY24Q1末，集团存货为4857亿元，同比下降14.8%，环比增长8.1%。存货周转天数为114天，同比下降27天。

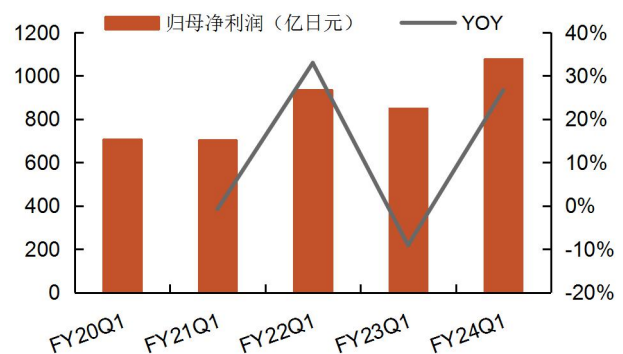
公司维持此前对FY2024的收入指引，预计FY2024集团收入同比增长10.2%至30500亿日元。

图 1：FAST RETAIL 历财年 1 季度营收及同比增速



资料来源：Wind，山西证券研究所

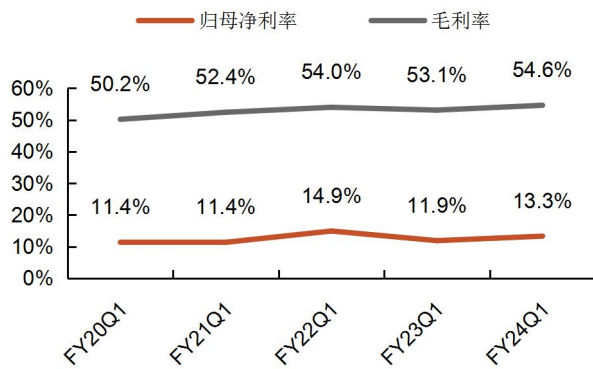
图 2：FAST RETAIL 历财年 1 季度归母净利润及同比增速



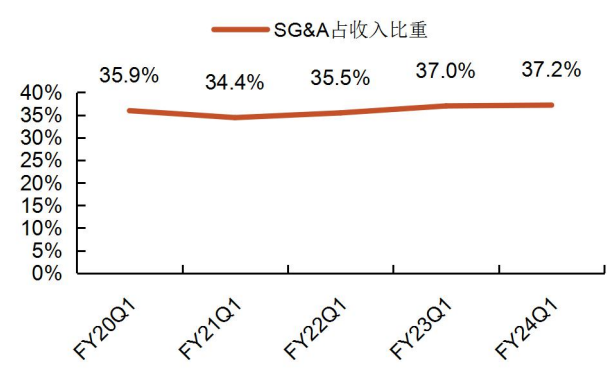
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 3：FAST RETAIL 历财年 1 季度毛利率和归母净利率

图 4：FAST RETAIL 历财年 1 季度 SG&A 占收入比重



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.本周行情回顾

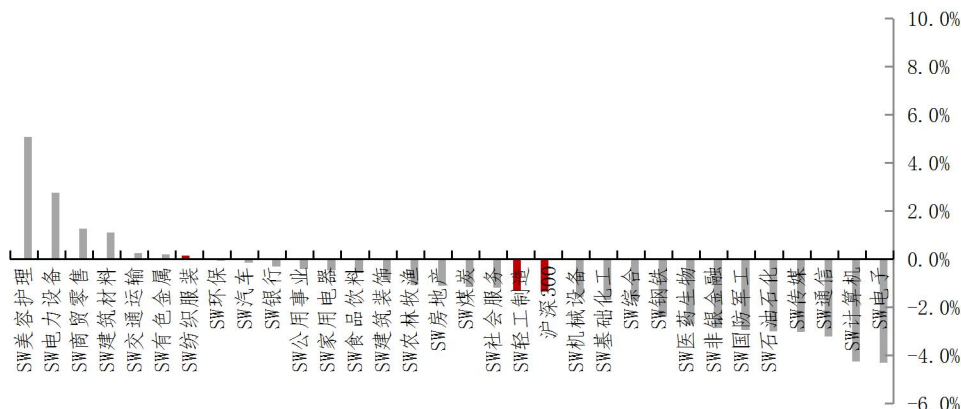
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块上涨 0.15%，SW 轻工制造板块下跌 1.28%，沪深 300 下跌 1.35%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 1.50pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 0.07pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造上涨 0.44%，SW 服装家纺下跌 0.49%，SW 饰品上涨 1.40%。

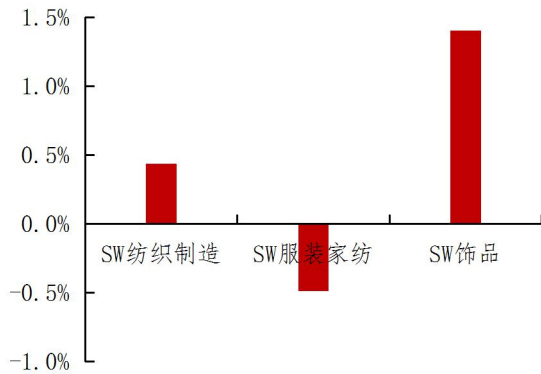
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 1.72%，SW 文娱用品下跌 2.67%，SW 家居用品下跌 0.54%，SW 包装印刷下跌 1.33%。

图 5：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



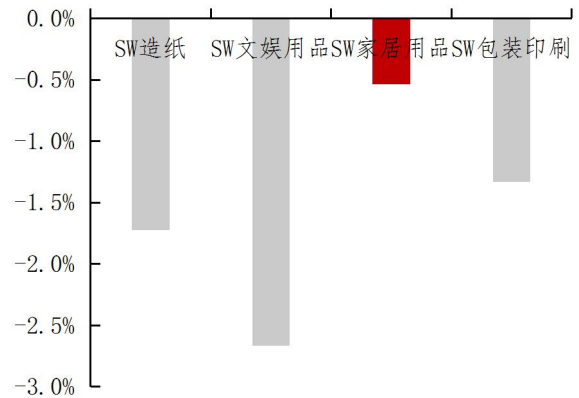
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 6：本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 7：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅



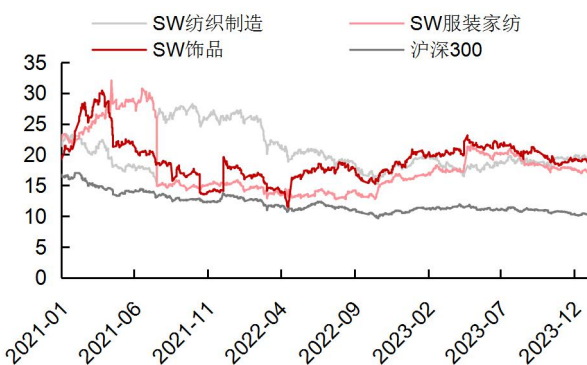
资料来源：Wind，山西证券研究所

2.2 板块估值

截至 1 月 12 日，SW 纺织制造的 PE (TTM 剔除负值，下同) 为 19.76 倍，为近三年的 69.08%分位；SW 服装家纺的 PE 为 17.37 倍，为近三年的 42.76%分位；SW 饰品的 PE 为 19.11 倍，为近三年的 51.32%分位。

截至 1 月 12 日，SW 家居用品的 PE 为 18.85 倍，为近三年的 1.32%分位。

图 8：本周 SW 纺织服装各子板块估值



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 9：本周 SW 轻工制各子板块估值



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：深中华 A (+46.86%)、深中华 B (+22.22%)、太平鸟 (+18.32%)、中银绒业 (+12.59%)、金发拉比 (+10.02%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：*ST 爱迪 (-22.58%)、康隆达 (-20.47%)、安正时尚 (-12.96%)、太湖雪 (-11.78%)、ST 摩登 (-6.52%)。

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)
000017.SZ	深中华 A	46.86	6.55
200017.SZ	深中华 B	22.22	1.21
603877.SH	太平鸟	18.32	19.05
000982.SZ	中银绒业	12.59	1.61
002762.SZ	金发拉比	10.02	9.66

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)
002740.SZ	*ST 爱迪	-22.58	0.48
603665.SH	康隆达	-20.47	21.60
603839.SH	安正时尚	-12.96	6.92
838262.BJ	太湖雪	-11.78	15.35
002656.SZ	ST 摩登	-6.52	1.72

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：家联科技 (+14.17%)、嘉益股份 (+12.21%)、松发股份 (+9.46%)、共创草坪 (+3.99%)、悦心健康 (+3.98%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：龙竹科技 (-17.46%)、中源家居 (-14.32%)、美之高 (-12.38%)、乐歌股份 (-9.58%)、茶花股份 (-7.98%)。

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)
301193.SZ	家联科技	14.17	19.01
301004.SZ	嘉益股份	12.21	52.38
603268.SH	松发股份	9.46	19.20
605099.SH	共创草坪	3.99	20.85
002162.SZ	悦心健康	3.98	4.70

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)
831445.BJ	龙竹科技	-17.46	6.62
603709.SH	中源家居	-14.32	17.83
834765.BJ	美之高	-12.38	8.00
300729.SZ	乐歌股份	-9.58	17.36
603615.SH	茶花股份	-7.98	16.25

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 1 月 12 日，中国棉花 328 价格指数为 16574 元/吨，环比下降 0.3%，截至 1 月 4 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 15770 元/吨，环比下降 0.9%。

2) 金价：截至 1 月 12 日，上海金交所黄金现货:收盘价: Au9999 为 479.18 元/克，环比下跌 0.2%。

- 家居用品原材料：

1) 板材：截至 2023 年 12 月 1 日，中国木材指数 CTI:刨花板、中国木材指数 CTI:中纤板为 1172.41、1938.17。

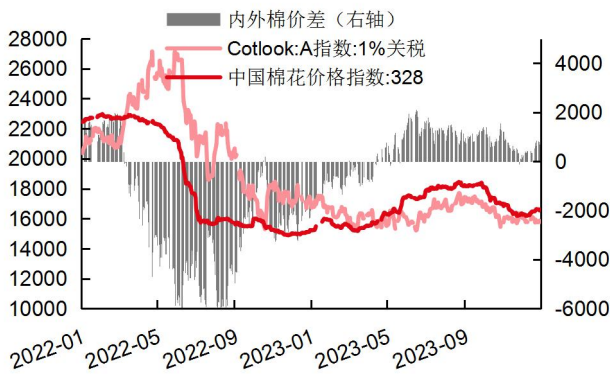
2) 皮革：截至 2023 年 12 月 29 日，海宁皮革:价格指数:总类为 72.62。

3) 海绵：截至 1 月 12 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 19800 元/吨，环比持平、增长 1.0%。

- 汇率：截至 1 月 12 日，美元兑人民币（中间价）为 7.1050，环比增长 0.1%。

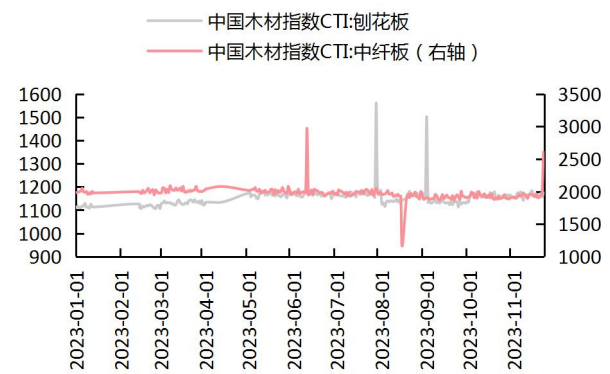
图 10：棉花价格（元/吨）

图 11：中纤板、刨花板价格走势



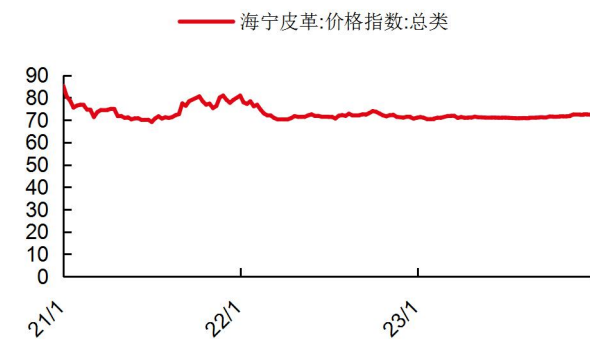
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 12: 皮革价格走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 13: 美元兑人民币汇率走势



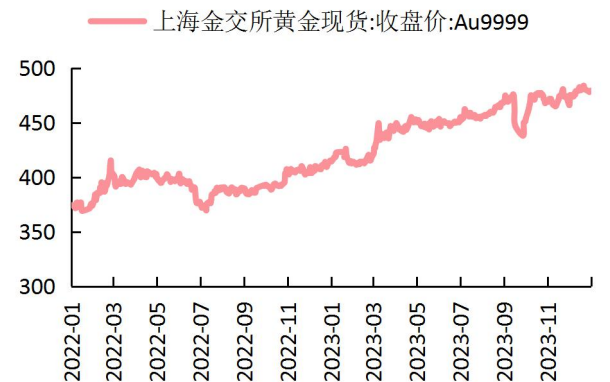
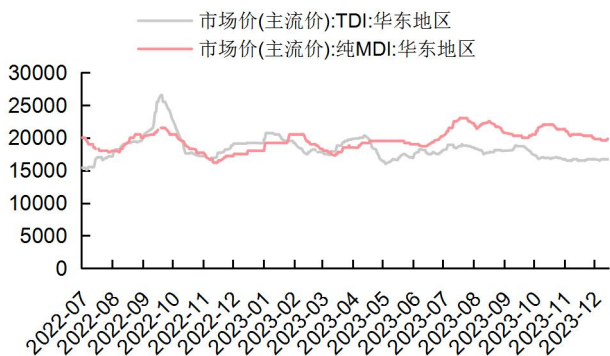
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 14: 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

图 15: 金价走势 (单位: 元/克)



资料来源：Wind，山西证券研究所

资料来源：Wind，山西证券研究所

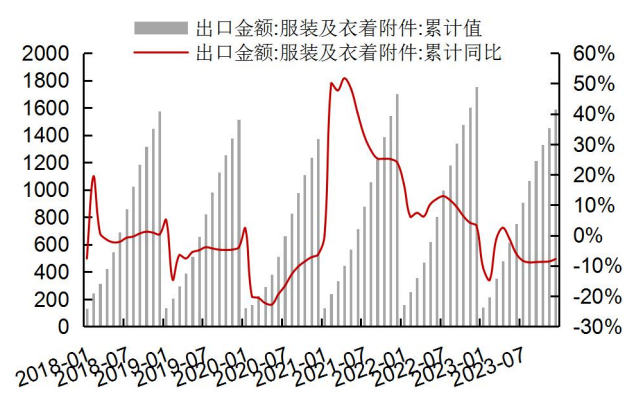
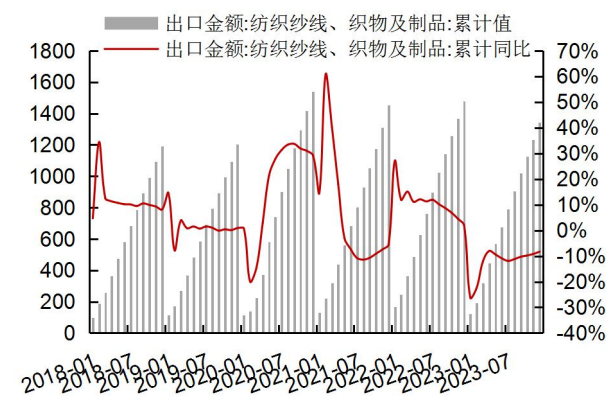
3.2 出口数据

纺织品服装：2023年1-12月，纺织品服装出口2936.42亿美元，同比下降9.2%。其中，2023年1-12月纺织品出口1344.98亿美元，同比下降8.3%，服装出口1591.45亿美元，同比下降7.8%。2023年12月，纺织品服装出口250.81亿美元，同比下降3.34%；其中2023年12月纺织品出口111.35亿美元，同比增长0.5%，服装出口139.47亿美元，同比下降6.2%。

家具及其零件：2023年1-12月，家具及其零件出口641.96亿美元，同比下降7.87%。2023年12月，家具及其零件出口68.49亿美元，同比增长12.40%。

图 16：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比

图 17：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比

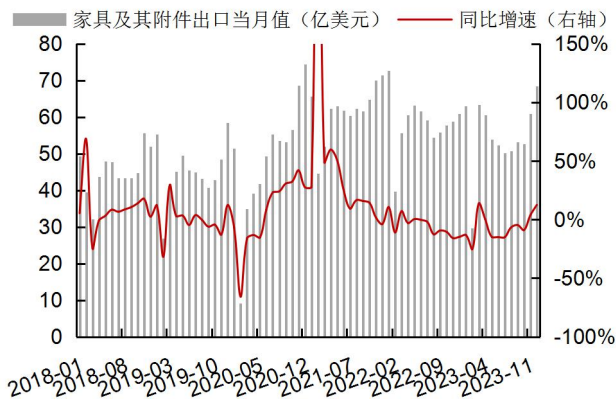


资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

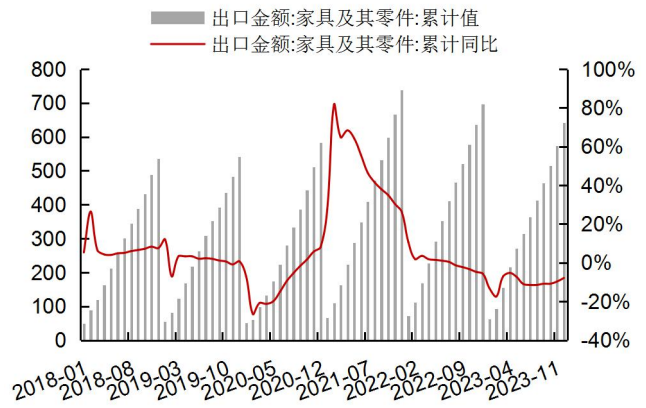
资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

图 18：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比

图 19：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

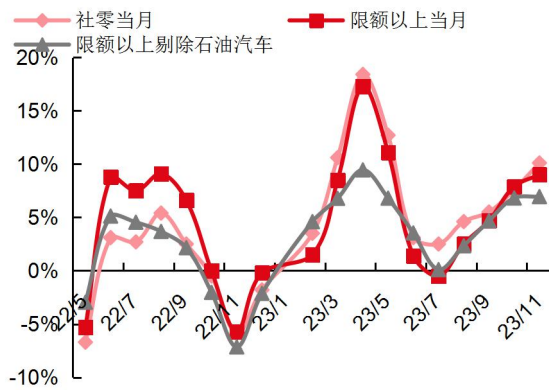
23年11月，国内实现社零总额4.25万亿元，同比增长10.1%，表现低于市场一致预期（根据Wind，23年11月社零当月同比增速预测平均值为+12.61%）。与21年同期相比，23年1-2月、3月、4月、5月、6月、7月、8月、9月、10月、11月单月社零的两年复合增速分别为5.1%、3.3%、2.6%、2.6%、3.1%、2.6%、5.0%、4.0%、3.9%、1.8%。

线上渠道，2023年11月，实物商品网上零售额为14699亿元/+8.1%，21-23年两年复合增速为6.0%，环比下滑6.5pct，实物商品网上零售额占商品零售比重为39.8%。23年1-11月，实物商品网上零售额为11.77万亿元，同比增长8.3%，21-23年同期两年复合增速为9.6%，环比下滑0.5pct。23年1-11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12.0%、9.2%、7.5%。线下渠道，2023年11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2.22万亿元/+8.0%，21-23年两年复合增速为-2.0%，环比下滑1.8pct。2023年1-11月，实物商品线下零售额约为26.28万亿元，同比增长4.6%，21-23年同期两年复合增速为0.6%，环比下滑0.3pct。按零售业态分，2023年1-11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7.4%、5.1%、4.5%、7.7%、-0.5%。

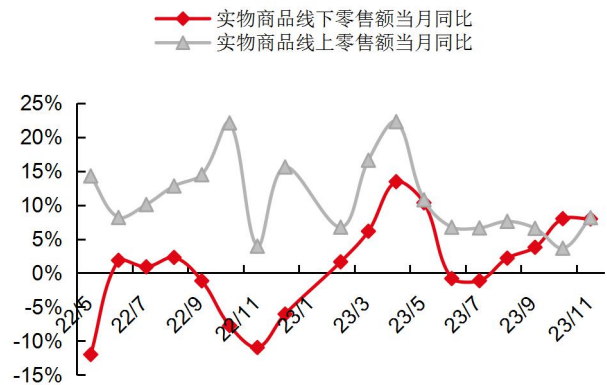
2023年11月，限上化妆品同比下降3.5%，金银珠宝同比增长10.7%（11月上金所AU9999收盘价同比增长约17%），纺织服装同比增长22.0%，体育/娱乐用品同比增长16.0%。23年1-11月，上述品类累计同比增长分别为4.7%、11.9%、11.5%、10.7%。21-23年同期（11月）化妆品、金银珠宝、纺织服装、体育/娱乐用品两年复合增速为-2.0%、1.4%、0.6%、6.5%，环比下滑3.2、1.9、提升1.5、下滑10.1pct。

图 20：社零及限额以上当月

图 21：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

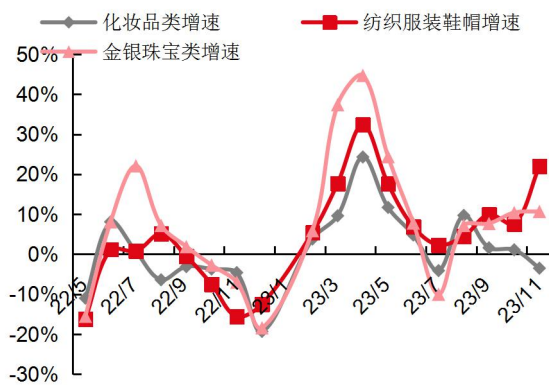


资料来源：国家统计局，山西证券研究所

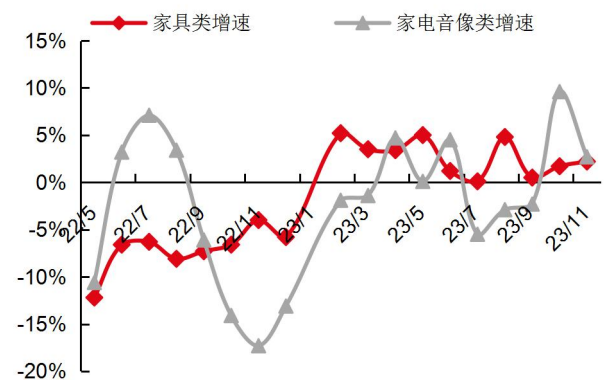
注：实物商品线下零售额=商品零售额-实物商品网上零售。

图 22：偏向可选消费品的典型限额以上品类增速

图 23：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



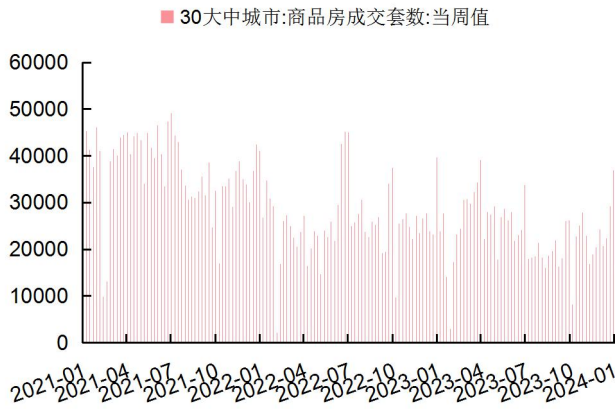
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

3.4 房地产数据

本周(2024年1月7日-2024年1月13日)，30大中城市商品房成交15486套、成交面积172.79万平方米，较上周环比分别下降9.94%、6.86%。2024年，30大中城市商品房成交29691套、成交面积329.28万平方米，同比下降40.6%、41.5%。

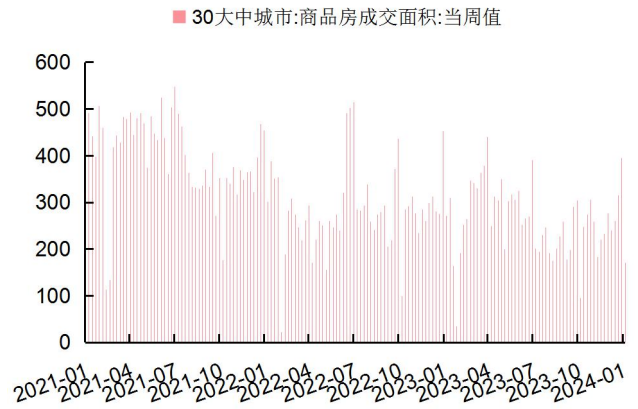
2023年11月，我国住宅新开工面积6078万平方米，同比增长4.8%，住宅销售面积6578万平方米，同比下降23.5%，住宅竣工面积7502万平方米，同比增长12.5%。

图 24：30 大中城市商品房成交套数



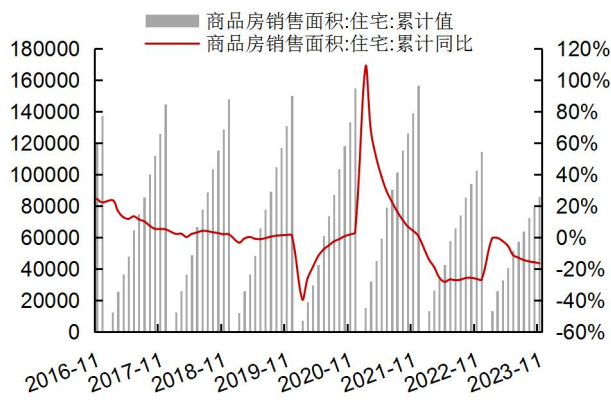
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 25：30 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 26：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

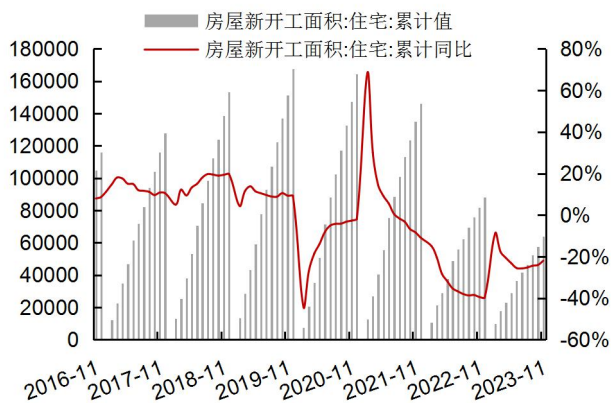
图 27：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比



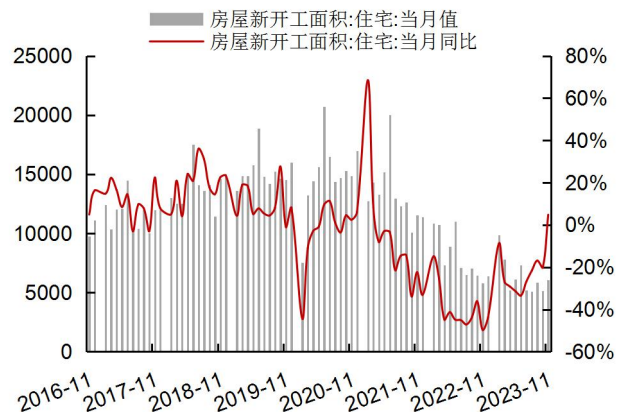
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 28：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比

图 29：商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比

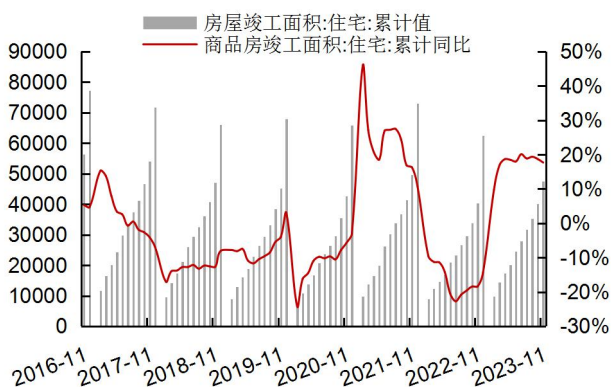


资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所



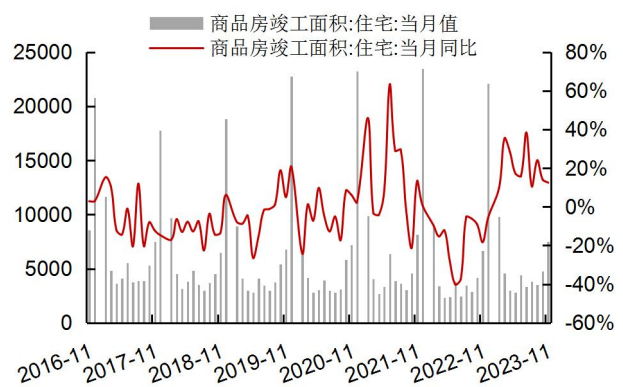
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 30：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 31：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 中国男装品牌利郎 2023 年零售额录得约 15%增长，超过此前预期

【来源：华丽志 2024-01-08】

1月5日收盘后，在香港上市的中国男装品牌——利郎 LILANZ(中国利郎有限公司,股份代码:HK1234)公布 2023 年第四季度及全年最新营运表现，与 2022 年同期相比：

第四季度 LILANZ 产品零售额录得约 35%增长；

2023 全年 LILANZ 产品零售额录得约 15%增长。

2023年3月，集团表示对“全年审慎乐观”，目标总零售金额定为增长10%以上。从最新数据看，利郎集团已“超额完成目标”。

2023全年，利郎股价从3.64港元/股上涨至4.23港元/股，上涨幅度16.2%，目前市值51亿港元。

2023年第四季度，利郎在产品创新和社会公益等方面均取得新进展（来源：华丽通）：

10月，利郎向晋江市文物保护基金捐赠首笔善款200万元。

10月，利郎LILANZ LESS IS MORE“青年知行”青年商务系列年度大秀在福建泉州晋江举办。走秀地点为泉州世遗古迹安平桥，利郎与晋江文保部门通力合作，充分调研安平桥的现状，在妥善保护文物的基础上举办活动。

11月，利郎LILANZ发布2023冬季拒水羽绒服2.0：全新3D立体版型设计，1000+分钟、20+倍、5级长效拒水，全国线下门店同步发售。

11月，利郎LILANZ与中国国家地理合作，发布“最美公路暨中国极致景观”的专线考察计划第三站视频，与微博博主“博物君”无穷小亮一起沿G214国道一路深入香格里拉秘境，前往普达措国家公园。

12月，利郎LILANZ受邀出席在北京举办的2023T-EDGE全球创新大会，参与“探索适合中国品牌的建设与升级”圆桌对话，并荣获“年度品牌升级探索奖”。

4.2 月度分析 | 2023年12月份全国50家重点大型零售企业销售分析

【来源：中华全国商业信息 2024-01-09】

根据中华全国商业信息中心的监测数据，2023年全国50家重点大型零售企业（以百货业态为主）零售额累计增长15.6%。其中12月同比增长42.4%（上年同期增速为-35.5%），增速相比11月加快了3.8个百分点。

分品类来看，2023年除粮油食品类零售额跟上年相比基本持平，增速为0.1%以外，其余品类均实现明显增长：其中服装类、家用电器类、金银珠宝类零售额均实现两位数增长，增速分别为21.3%、16.0%和14.4%；日用品类、化妆品类、文化办公用品类、体育娱乐用品类分别累计增长7.3%、7.2%、8.2%和5.3%。12月份，粮油食品类零售额同比增长7.2%，其他多数品类如服装类、化妆品类、家用电器类、金银珠宝类、体育娱乐用品类等均实现超过2成的显著增长。

4.3 林氏家居2023年新增门店471家！

【来源：77度 2024-01-08】

1月5日，林氏家居2024供应商大会在佛山召开。会上，林氏家居全面回顾2023年公司发展情况。

回顾2023年，林氏家居依然保持较好的增长态势，线上线下渠道多点开花。2023年，林氏家居在双11取得全渠道总成交额同增42.4%的良好成绩，并在天猫、京东等多个线上平台的家居品牌排名中保持头部阵营位置；与此同时，林氏家居全国门店年内新增471家，并涌现睡眠、功能沙发、实木等新店态。

据林氏家居产品中心欧碧顺分享，2023年，林氏家居在产品交付效率和品质方面均有提升。以TOP100 7天现货率为例，相比去年同增17.5%。此外，产品达交率、年化周转率、售后不良率等核心指标亦有持续改善。

谈及2024年发展规划，欧碧顺提出，“质价比”将成为2024年林氏家居增长方式的升级方向，具体体现为从拓量的主增方式，逐步向质量与效率等要素提升的质的发展方式并轨。

他表示，结合大数据和社会发展的历史来看，质价比好货将成为最广泛社会群众的追求。站在企业经营的角度，需要符合市场逻辑应时而变，才能实现可持续的增长。

在质价比战略的方向指引下，林氏家居将在新一年发起标准化、原材料质价比工程和品质革命三大战略专项，从源头到制造赋能进行供应链全流程规划布局，通过建立标准、理解标准和目标管理切实落实品质提升举措，以“质”取胜2024。

据了解，随着业务不断扩张，林氏家居2023年采购额增速同比增长了30%+，从而也带动了供应链的扩增，合作伙伴队伍已扩展至207家供应商，其中，代表优质供应商的A级供应商数量更是增长了5%。

5.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

