



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

纺织出口企稳向好，家居制造产业持续升级

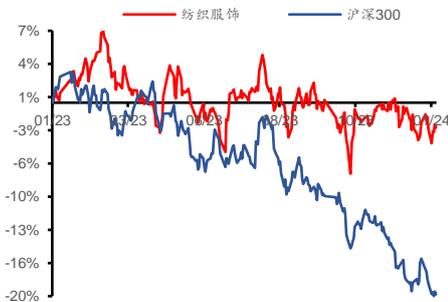
——轻工纺服行业周报（20240108-0112）

增持（维持）

行业： 纺织服饰
日期： 2024年01月14日

分析师： 杜洋
Tel: 021-53686169
E-mail: duyang@shzq.com
SAC 编号: S0870523090002

最近一年行业指数与沪深300比较



相关报告：

《户外行业空间大、崛起快，国产扫地机出海正当时》

——2024年01月07日

《我国纺服出口持续回暖，家居企业加大海外供应链布局》

——2024年01月01日

《运动品牌加速国际化布局，亚马逊欧洲站优化佣金物流》

——2023年12月24日

■ 主要观点

行情回顾：过去一周（2024.01.08-2024.01.12，下同），A股SW纺织服装行业指数上涨0.15%，轻工制造行业下跌1.28%，而沪深300下跌1.35%，上证指数下跌1.61%。纺织服装和轻工制造在申万31个一级行业中涨幅排名分别为第7位和第19位。

1) 纺织服装：纺织出口逐步走出低谷，12月同比增长转正。根据海关总署发布的最新数据，按美元计，23年12月纺织服装出口252.7亿美元，同比7个月后再次转为正增长，增幅为2.6%，环比增长6.8%。出口逐步走出低谷，企稳向好。其中纺织品出口同比增长3.5%，服装出口增长1.9%。

2023年我国纺织服装累计出口2936.4亿美元，同比下降8.1%，虽然未能突破3000亿美元，但降幅小于预期，出口额仍高于2019年。从出口市场看，我国在欧、美、日传统市场仍占据主导地位，在新兴市场的出口额和占比也在逐年增加。“一带一路”共建国家已成为拉动出口的新增长点。2024年，随着稳经济、稳外贸的政策措施进一步落地、外需逐步回升、贸易往来更加便利、外贸新业态新模式加速发展，我国纺织服装出口仍有望继续保持增长态势。

太平鸟(603877.SH)：1月8日晚间公司发布业绩预告，预计23年度实现归母净利润为4.15亿元左右，与22年同期相比，预计增加2.3亿元，同比增加125%左右。业绩变动主要原因是，报告期内，公司坚定推进组织变革，强化品牌力和产品力，严控商品零售折扣，加速关闭低效门店，聚焦公司经营质量提升。公司营业收入同比下降9%左右，但销售毛利率同比增加6个百分点，公司经营费用同比下降9%左右，对利润增长贡献较大。

特步国际(1368.HK)：1月9日，特步国际披露了23年第四季度及全年中国内地业务运营状况。23Q4特步主品牌零售销售（包括线上线下渠道）同比增长超过30%，零售折扣水平约七折。23年特步主品牌零售销售同比增长超过20%，渠道存货周转周期在四个月至四个半月。23年12月特步国际宣布以6100万美元收购索康尼所在合资公司权益，同时收购索康尼在中国40%的拥有权权益。索康尼在2023年上半年成为特步国际旗下首个实现盈利的新品牌。

2) 轻工制造：中央经济会议支持家居发展，睡眠经济或迎来新周期。

12月召开的中央经济工作会议，提出了多项关系着家居行业发展的重要政策。落实好结构性减税降费政策，重点支持科技创新和制造业发展；积极培育智能家居、国货“潮品”等新的消费增长点；推动大规模设备更新和消费品以旧换新；促进房地产市场平稳健康发展，加快推进保障性住房建设、“平急两用”公共基础设施建设、城中村改造等“三大工程”。这些政策和措施，每一条都将给家居行业带来重要影

响，也让近年来受到较大压力和挑战的家居行业对 2024 年发展更有信心。

会议重点提出了对科技创新和制造业发展的支持。家居是制造业的重要组成部分，也是积极发展科技创新推动产业升级的重要行业。会议提出要加大对制造业研发的扶持力度，鼓励企业引进先进的生产技术和设备，提升产品质量和附加值，这将有助于家居企业提升核心竞争力，实现从传统制造向高端制造的转型。

会议还提出了积极培育新的消费增长点，其中智能家居和国货“潮品”成为关注的焦点。智能家居是家居行业的重要板块，也是近年来增长最为迅速的品类，促进智能家居消费，也将有力激发整个家居市场复苏，家居企业应抓住这一机遇，加强研发创新，开发出更多符合消费者需求的智能家居产品。同时，通过创新设计和品牌打造，提升品牌的知名度和美誉度，满足消费者对品质生活的追求。

睡眠经济迎来新周期。睡眠正在成为一场全新的生活革命。2023 年，中国睡眠经济市场的预计规模高达 4955.8 亿元，预计到 2027 年，这一数字有望进一步增长至 6586.8 亿元。从传统家居品牌到科技企业，一个围绕睡眠经济的新赛道正迎来提速窗口。无论是资本巨头进军睡眠领域，还是华为、苹果、小米等科技公司布局睡眠检测，亦或是软体家居企业发力智能床垫，睡眠经济赛道渐热。随着《“健康中国 2030”规划纲要》的实施，大健康产业已经成为国家战略的一部分，相关机构预测，2023 年我国大健康产业规模将达到 14.48 万亿元。

顾家家居 (603816.SH): 1 月 10 日，顾家家居发布关于股东完成股份过户登记暨控制权变更的公告。根据该公告，顾家集团和 TB Home 已将其持有的合计 2.42 亿股顾家家居股份过户至盈峰睿和投资，过户手续已办理完成。本次交易完成后，盈峰睿和投资持股为 29.42%，变为公司最大股东；顾家集团、TBHome 合计持有 17.85% 的公司股权（其中包括 7.83% 的可交换债券已质押股份）。转让完成后，公司的控股股东由顾家集团变更为盈峰睿和投资，公司实际控制人也由顾江生、顾玉华、王火仙女士变更为何剑锋。

3) 跨境电商: 23 年跨境电商进出口同增 15.6%，TikTok Shop 即将登陆拉美。

当前，跨境电商已经成为全球贸易的一股新势力，我国网民规模突破 10 亿，是世界第一大网络零售市场，跨境电商增长尤为迅猛。在 12 日国新办就 2023 年全年进出口情况举行发布会上，海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良表示，根据初步测算，2023 年，我国跨境电商进出口 2.38 万亿元，增长 15.6%。其中，出口 1.83 万亿元，增长 19.6%；进口 5483 亿元，增长 3.9%。参与跨境电商进口的消费者人数逐年增加，2023 年达到 1.63 亿。跨境电商快速发展，每个人都能“买全球、卖全球”，既满足了国内消费者多样化个性化需求，又助力我国产品通达全世界，成为外贸发展重要动能。

2023 年，海关针对跨境电商的发展趋势和特点量体裁衣，推进海关跨境电商监管综合改革，创新开展多项改革试点，不断提升监管和服务效能，有力支持了跨境电商持续健康发展。一是响应电商企业诉求，开通了线上缴税功能，便利通关，进一步帮助企业降低运营成本；二是开展了跨境电商零售进出口商品跨关区退货试点，持续完善退货措

施，有效解决企业和消费者的“后顾之忧”，退货可能是大家不愿意遇到的，但有时候也是难以避免的；三是持续关注境外食品安全问题，及时发布预警信息，确保人民群众“舌尖上的安全”；四是加强与跨境电商平台企业协作，强化企业信用培育，引导企业合规经营，促进跨境电商高质量健康发展。

吕大良表示，中央经济工作会议提出要拓展跨境电商出口。2024年，海关将坚决认真贯彻落实中央精神，聚焦跨境电商发展中的难点和堵点问题，持续深化跨境电商综合改革，推进跨境电商智慧化监管，保障进出口产品质量安全和通关便利，不断提升海关监管效能和相关企业以及广大消费者的获得感。

TikTok Shop 即将登陆拉美。据彭博社报道，TikTok 正致力于在美国和拉美进一步扩大销售规模，同时计划在未来几个月内于拉美推出电商业务。据称，TikTok 此举是为了离 500 亿美元的 GMV 目标更进一步，抓住拉美电商潜力，寻找业绩增长的第二曲线。TikTok 已在美国、马来西亚、英国、新加坡等多个市场上线商城功能。

■ 投资建议

建议关注：纺织服装（A 股）：报喜鸟、比音勒芬、海澜之家、歌力思、伟星股份、华利集团、台华新材、锦泓集团、三夫户外等；**纺织服装（港股）：**李宁、安踏、波司登等。**轻工制造：**欧派家居、志邦家居、顾家家居、慕思股份、匠心家居、太阳纸业、公牛集团、浙江自然等。**跨境电商：**拼多多（美股）、华凯易佰、赛维时代、致欧科技等。

■ 风险提示

原材料价格波动；终端消费疲软；行业政策变动风险；市场竞争加剧风险等。

目录

1 本周观点：纺织出口企稳向好，家居制造产业持续升级	5
1.1 纺织服装：纺织出口逐步走出低谷，12月同比增长回正	5
1.2 轻工制造：中央经济会议支持家居发展，睡眠经济或迎来新周期	6
1.3 跨境电商：23年跨境电商进出口同增15.6%，TikTok Shop即将登陆拉美	7
2 市场回顾	8
2.1 板块行情回顾	8
2.2 本周轻工纺服股资金流向	9
3 行业新闻	10
4 风险提示	10

图

图 1：过去一周，A股大盘指数和各申万一级行业涨跌幅情况	8
图 2：过去一周，A股申万纺织服装板块子行业涨跌幅情况	9
图 3：过去一周，A股申万轻工制造板块子行业涨跌幅情况	9

表

表 1：本周轻工纺服及家电行业北上资金持股比例变化前十名	10
------------------------------	----

1 本周观点：纺织出口企稳向好，家居制造产业持续升级

1.1 纺织服装：纺织出口逐步走出低谷，12月同比增长回正

根据海关总署发布的最新数据，按美元计，23年12月纺织服装出口252.7亿美元，同比7个月后再次转为正增长，增幅为2.6%，环比增长6.8%。出口逐步走出低谷，企稳向好。其中纺织品出口同比增长3.5%，服装出口增长1.9%。

2023年我国纺织服装累计出口2936.4亿美元，同比下降8.1%，虽然未能突破3000亿美元，但降幅小于预期，出口额仍高于2019年。从出口市场看，我国在欧、美、日传统市场仍占据主导地位，在新兴市场的出口额和占比也在逐年增加。“一带一路”共建国家已成为拉动出口的新增长点。2024年，随着稳经济、稳外贸的政策措施进一步落地、外需逐步回升、贸易往来更加便利、外贸新业态新模式加速发展，我国纺织服装出口仍有望继续保持增长态势。

太平鸟 (603877.SH): 1月8日晚间公司发布业绩预告，预计23年度实现归母净利润为4.15亿元左右，与22年同期相比，预计增加2.3亿元，同比增加125%左右。业绩变动主要原因是，报告期内，公司坚定推进组织变革，强化品牌力和产品力，严控商品零售折扣，加速关闭低效门店，聚焦公司经营质量提升。公司营业收入同比下降9%左右，但销售毛利率同比增加6个百分点，公司经营费用同比下降9%左右，对利润增长贡献较大。

特步国际(1368.HK): 1月9日，特步国际披露了23年第四季度及全年中国内地业务运营状况。23Q4特步主品牌零售销售（包括线上线下渠道）同比增长超过30%，零售折扣水平约七折。23年特步主品牌零售销售同比增长超过20%，渠道存货周转周期在四个月至四个半月。23年12月特步国际宣布以6100万美元收购索康尼所在合资公司权益，同时收购索康尼在中国40%的拥有权权益。索康尼在2023年上半年成为特步国际旗下首个实现盈利的新品牌。

1.2 轻工制造：中央经济会议支持家居发展，睡眠经济或迎来新周期

12月召开的中央经济工作会议，提出了多项关系着家居行业发展的重要政策。落实好结构性减税降费政策，重点支持科技创新和制造业发展；积极培育智能家居、国货“潮品”等新的消费增长点；推动大规模设备更新和消费品以旧换新；促进房地产市场平稳健康发展，加快推进保障性住房建设、“平急两用”公共基础设施建设、城中村改造等“三大工程”。这些政策和措施，每一条都将给家居行业带来重要影响，也让近年来受到较大压力和挑战的家居行业对2024年发展更有信心。

会议重点提出了对科技创新和制造业发展的支持。家居是制造业的重要组成部分，也是积极发展科技创新推动产业升级的重要行业。会议提出要加大对制造业研发的扶持力度，鼓励企业引进先进的生产技术和设备，提升产品质量和附加值，这将有助于家居企业提升核心竞争力，实现从传统制造向高端制造的转型。

会议还提出了积极培育新的消费增长点，其中智能家居和国货“潮品”成为关注的焦点。智能家居是家居行业的重要板块，也是近年来增长最为迅速的品类，促进智能家居消费，也将有力激发整个家居市场复苏，家居企业应抓住这一机遇，加强研发创新，开发出更多符合消费者需求的智能家居产品。同时，通过创新设计和品牌打造，提升品牌的知名度和美誉度，满足消费者对品质生活的追求。

睡眠经济迎来新周期。睡眠正在成为一场全新的生活革命。**2023年，中国睡眠经济市场的预计规模高达4955.8亿元，预计到2027年，这一数字有望进一步增长至6586.8亿元。**从传统家居品牌到科技企业，一个围绕睡眠经济的新赛道正迎来提速窗口。无论是资本巨头进军睡眠领域，还是华为、苹果、小米等科技公司布局睡眠检测，亦或是软体家居企业发力智能床垫，睡眠经济赛道渐热。随着《“健康中国2030”规划纲要》的实施，大健康产业已经成为国家战略的一部分，相关机构预测，2023年我国大健康产业规模将达到14.48万亿元。

顾家家居 (603816.SH): 1月10日, 顾家家居发布关于股东完成股份过户登记暨控制权变更的公告。根据该公告, 顾家集团和TB Home已将其持有的合计2.42亿股顾家家居股份过户至盈峰睿和投资, 过户手续已办理完成。本次交易完成后, 盈峰睿和投资持股为29.42%, 变为公司最大股东; 顾家集团、TBHome合计持有17.85%的公司股权(其中包括7.83%的可交换债券已质押股份)。转让完成后, 公司的控股股东由顾家集团变更为盈峰睿和投资, 公司实际控制人也由顾江生、顾玉华、王火仙女士变更为何剑锋。

1.3 跨境电商: 23年跨境电商进出口同增15.6%,

TikTok Shop即将登陆拉美

当前, 跨境电商已经成为全球贸易的一股新势力, 我国网民规模突破10亿, 是世界第一大网络零售市场, 跨境电商增长尤为迅猛。在12日国新办就2023年全年进出口情况举行发布会上, 海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良表示, 根据初步测算, 2023年, 我国跨境电商进出口2.38万亿元, 增长15.6%。其中, 出口1.83万亿元, 增长19.6%; 进口5483亿元, 增长3.9%。参与跨境电商进口的消费者人数逐年增加, 2023年达到1.63亿。跨境电商快速发展, 每个人都能“买全球、卖全球”, 既满足了国内消费者多样化个性化需求, 又助力我国产品通达全世界, 成为外贸发展重要动能。

2023年, 海关针对跨境电商的发展趋势和特点量体裁衣, 推进海关跨境电商监管综合改革, 创新开展多项改革试点, 不断提升监管和服务效能, 有力支持了跨境电商持续健康发展。一是响应电商企业诉求, 开通了线上缴税功能, 便利通关, 进一步帮助企业降低运营成本; 二是开展了跨境电商零售进出口商品跨关区退货试点, 持续完善退货措施, 有效解决企业和消费者的“后顾之忧”, 退货可能是大家不愿意遇到的, 但有时候也是难以避免的; 三是持续关注境外食品安全问题, 及时发布预警信息, 确保人民群众“舌尖上的安全”; 四是加强与跨境电商平台企业协作, 强化企业信用培育, 引导企业合规经营, 促进跨境电商高质量健康发展。

吕大良表示，中央经济工作会议提出要拓展跨境电商出口。2024年，海关将坚决认真贯彻落实中央精神，聚焦跨境电商发展中的难点和堵点问题，持续深化跨境电商综合改革，推进跨境电商智慧化监管，保障进出口产品质量安全和通关便利，不断提升海关监管效能和相关企业以及广大消费者的获得感。

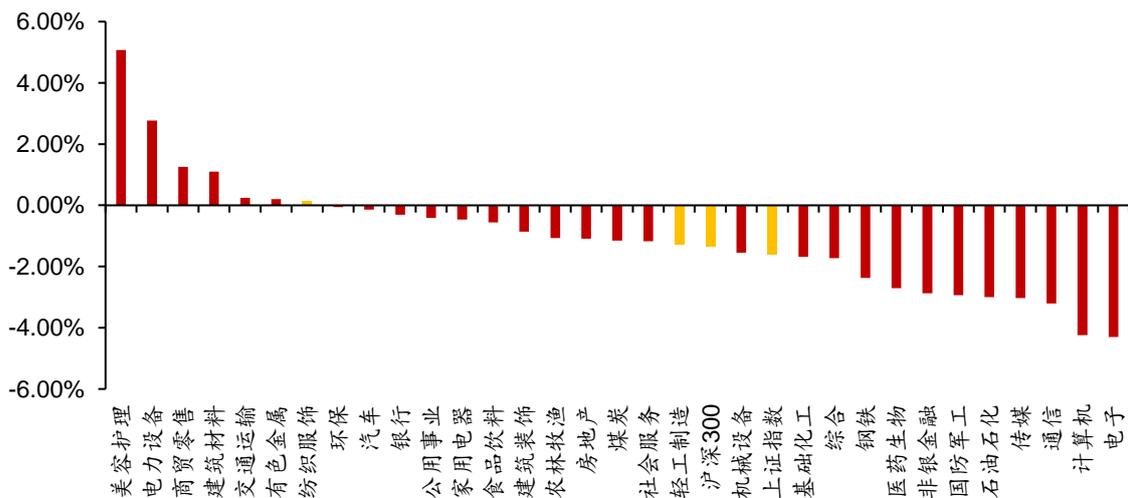
TikTok Shop 即将登陆拉美。据彭博社报道，TikTok 正致力于在美国和拉美进一步扩大销售规模，同时计划在未来几个月内于拉美推出电商业务。据称，TikTok 此举是为了离 500 亿美元的 GMV 目标更进一步，抓住拉美电商潜力，寻找业绩增长的第二曲线。TikTok 已在美国、马来西亚、英国、新加坡等多个市场上线商城功能。

2 市场回顾

2.1 板块行情回顾

过去一周（2024.01.08-2024.01.12，下同），A 股 SW 纺织服装行业指数上涨 0.15%，轻工制造行业下跌 1.28%，而沪深 300 下跌 1.35%，上证指数下跌 1.61%。纺织服装和轻工制造在申万 31 个一级行业中涨幅排名分别为第 7 位和第 19 位。

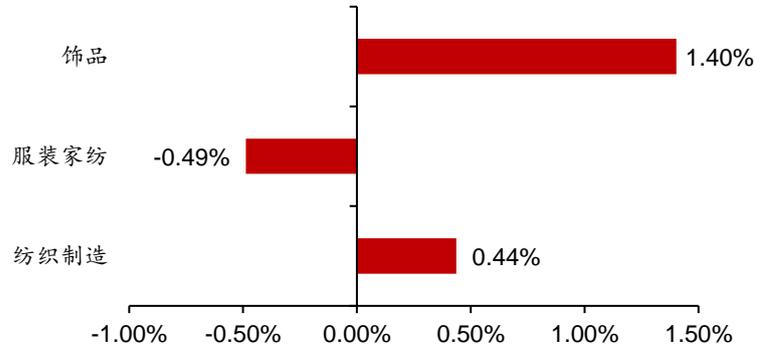
图 1：过去一周，A 股大盘指数和各申万一级行业涨跌幅情况



资料来源：iFind，上海证券研究所

过去一周 SW 纺织服装二级行业中，子行业表现分化，上涨幅度最大的是饰品，上涨 1.40%；其次是纺织制造，上涨 0.44%；子行业中仅服装家纺下跌 0.49%。

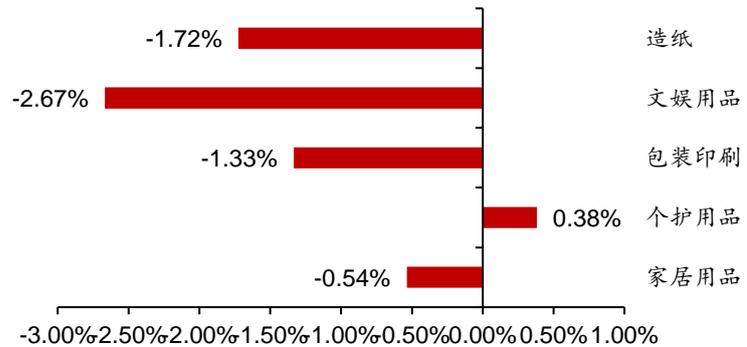
图 2：过去一周，A 股申万纺织服装板块子行业涨跌幅情况



资料来源：iFind，上海证券研究所

过去一周 SW 轻工制造二级行业中，仅个护用品上涨 0.38%，其余板块均有不同程度下跌。下跌幅度最大的是文娱用品板块，下跌 2.67%；下跌幅度最小的是家居用品板块，下跌 0.54%。

图 3：过去一周，A 股申万轻工制造板块子行业涨跌幅情况



资料来源：iFind，上海证券研究所

2.2 本周轻工纺服股资金流向

本周北上资金增持幅度较大的有匠心家居、赛维时代、箭牌家居、志邦家居、鸿博股份、迪阿股份、美利云、喜临门、森马服饰、慕思股份。

表 1：本周轻工纺服及家电行业北上资金持股比例变化前十名

证券简称	沪(深)股通持股占流通 A 股比例% (最新收盘日)	沪(深)股通持股占流通 A 股比例% (1 周前)	比例差 (%)	证券简称	沪(深)股通持股占流通 A 股比例% (最新收盘日)	沪(深)股通持股占流通 A 股比例% (1 周前)	比例差 (%)
匠心家居	3.6307	2.6031	1.0276	迪阿股份	1.5552	1.0409	0.5143
赛维时代	1.9519	1.1075	0.8445	美利云	0.6676	0.2517	0.4159
箭牌家居	6.4783	5.7726	0.7057	喜临门	1.8851	1.5347	0.3504
志邦家居	2.7464	2.0709	0.6754	森马服饰	11.3329	11.0303	0.3026
鸿博股份	2.7431	2.1431	0.6001	慕思股份	1.8023	1.5108	0.2915

资料来源：iFind，上海证券研究所

3 行业新闻

1. 湖南将每年重点培育 10 家纺织服装品牌

1 月 9 日，湖南省工信厅印发《湖南省纺织服装行业重点品牌培育办法》，明确将每年重点培育 10 家左右纺织服装品牌。到“十五五”末，力争培育出 10 家年营业收入超 20 亿元的企业、20 家年营业收入超 10 亿元的企业。湖南省工信厅消费品工业处相关负责人介绍，《办法》旨在提升湖湘纺织服装品牌公信力、影响力，改造提升传统纺织服装产业，促进全省纺织服装行业高质量发展。品牌建设成果突出的企业，将被优先纳入消费品工业“三品”标杆企业重点培育对象，同等条件下在政策、项目、资金等方面给予重点支持。（来源：湖南日报）

2. TikTok Shop 全托管保证金政策即将上线

TikTok Shop 称 2024 年 1 月 18 日起，TikTok Shop 跨境电商将面向经营全托管模式的商家推出“全托管保证金政策”。全托管商家保证金是 TikTok Shop 跨境电商面向全托管商家收取的一笔款项，适用范围为经营全托管模式的商家，包含所有已入驻商家、新入驻商家。针对经营全托管模式的商家，TikTok Shop 平台统一收取 1000 元人民币整。

此外，TikTok 发给美国卖家的信息显示，从 4 月 1 日起，TikTok 将把大部分销售的佣金提高到 6%，7 月 1 日将提高到 8%。与此同时，TikTok Shop 已开始减少对在该应用上销售的商家的一些补贴，限制了对最畅销商品的优惠。（来源：科创板日报）

4 风险提示

原材料价格波动；终端消费疲软；行业政策变动风险；市场竞争加剧风险等。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

投资评级体系与评级定义

股票投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
行业投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

免责声明

本报告仅供上海证券有限责任公司(以下简称“本公司”)的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己的判断。