

纺织服装

行业周报（20240225-20240302）

同步大市-A(维持)

PUMA 预计 2024 年汇率中性收入中单增长，本周外棉价格环比上涨

2024 年 3 月 3 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：PUMA 发布 2023 年年报

2月27日，彪马公布2023年年报。2023年，PUMA实现营收86.02亿欧元，汇率中性下，同比增长6.6%。分品类看，鞋履/服装/配饰实现营收45.83/27.63/12.55亿欧元，同比增长12.4%/-0.3%/3.1%。鞋履品类继续成为PUMA营收增长的引擎。分区域看，EMEA/美洲/亚太实现营收34.18/33.90/17.93亿欧元，同比增长13.4%/-2.4%/13.6%。分渠道看，批发/DTC实现营收64.69/21.33亿欧元，同比增长3.5%/17.5%，其中自营门店（包括正价店与奥莱店）同比增长18.8%，电商同比增长15.0%，DTC占比24.8%。

23Q4，PUMA实现营收19.82亿欧元，汇率中性下，同比下降4.0%。分品类看，鞋履/服装/配饰实现营收10.32/6.57/2.93亿欧元，同比增长-5.5%/-5.9%/7.3%。分区域看，EMEA/美洲/亚太实现营收6.68/8.46/4.68亿欧元，同比增长-5.2%/-6.4%/2.8%。欧洲区域下滑主因渠道库存水平较高，美洲下滑主因阿根廷货币贬值，亚洲区域增长主因中国与印度强劲，亚洲其它地区表现较弱。分渠道看，批发/DTC实现营收13.55/6.27亿欧元，同比增长-8.7%/8.0%。23Q4，毛利率同比提升2.9pct至47.0%。

截至2023年末，存货同比下降19.6%至18.04亿欧元，环比下降3.7%，2022年9月30日存货达到峰值后，连续第五个季度实现环比下降。

公司预计2024年，汇率中性下，营收同比增长中单位数。EBIT处于6.2-7亿欧元区间。

行业动态：

- 1) 日前，总部位于瑞士伯尔尼的综合体育用品零售商Intersport集团发布了截至2023年的年度财务报告：2023年营收为137亿欧元，与2022年持平。这家基于合作原则运作的体育用品零售商联盟表示，2023年，Intersport集团继续前进。在过去的一年中，Intersport集团的业绩在2023年伊始表现强劲，但第一季度后销售有所减速，原因出于“充满挑战的经济和地缘政治形势、持续紧张的供应链、较高的产品库存以及上升的运营成本等综合因素”。从产品类别来看，2023年，Intersport集团鞋类和运动器材的销售额出现了增长，而服装产品则整体下降。而展望2024年，Intersport集团首席执行官Steve Evers表示“非常乐观”，他们预见到了“充满活力的一年”，并预计能够“恢复强劲增长”，特别是由于诸如在德国举行的欧洲足球锦标赛以及2024年巴黎举办的夏季奥运会。此外，Steve Evers还宣布，Intersport集团将在“在巴黎市中心开设旗舰店”，但暂未透露具体的选址。
- 2) 2月9日，日本运动巨头ASICS（亚瑟士）公布了截止2023年12月31日的2023财年财务数据：2023财年销售额较去年增长17.7%至5704.6亿日元（约合273亿元人民币）；归母净利润约为352.7亿日元（约合17亿元人民币），较上年增长77.4%。其中，由于所有类别的强劲销售，大中华区净销售额增长24.4%至776.15亿日元，地区利润（Segment income）增长30.2%至131.07亿日元。展望2024年，亚瑟士预计销售额达到5900亿日元，同比增长3.4%，营业利润率实现7.0%，归母利润率实现2.1%。
- 3) 美国运动品牌New Balance（新百伦）2023年销售额实现65亿美元，同比增长23%，这一业绩是由全球所有市场的增长推动的。按区域划分，欧洲市场的销售额增长超过35%，美国市场的销售额增长超过20%。按品类划分，除了New Balance标志性的鞋类业务之外，New Balance公司的全球服装业务也在2023年突

来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】安德玛预计FY2024末存货下降约15%，春节黄金珠宝消费表现靓丽 - 【山证轻纺】行业周报 2024.2.25

【山证纺织服装】Deckers再度上调FY2024业绩预期，AMER SPORTS完成上市 - 【山证轻纺】行业周报 2024.2.4

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



破了 10 亿美元，创下了新纪录。自 2020 年以来，New Balance 的销售额增长了 96.6%（2020 年的营收总额为 33 亿美元）。自 2020 年以来，New Balance 在每个地区的销售额几乎翻了一番。

➤ **行情回顾（2024.02.26-2024.03.01）**

本周纺织服饰板块跑输大盘、家居用品板块跑输大盘：本周，SW 纺织服饰板块上涨 0.66%，SW 轻工制造板块上涨 1.02%，沪深 300 上涨 1.38%，纺织服饰板块落后大盘 0.72pct，轻工制造板块落后大盘 0.36pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 0.17%，SW 服装家纺上涨 1.41%，SW 饰品下跌 0.04%，SW 家居用品上涨 0.24%。截至 3 月 1 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.62 倍，为近三年的 43.33%分位；SW 服装家纺的 PE 为 16.59 倍，为近三年的 38.00%分位；SW 饰品的 PE 为 18.50 倍，为近三年的 46.67%分位；SW 家居用品的 PE 为 18.42 倍，为近三年的 1.33%分位。

➤ **投资建议：**

纺织服装：纺织制造板块，1）本周，华利集团与申洲国际的核心客户 PUMA 发布 2023 年年报，剔除汇率影响下，2023 年营收同比增长 6.6%，期末库存金额同比下降约 20%，展望 2024 年营收（汇率中性下）同比增长中单位数。2024 年 1 月，越南纺织品和服装、制鞋出口金额同比分别增长 39.20%、44.10%；丰泰企业、裕元（制造业务）单月美元口径营收同比增长 13.4%、12.5%。伴随品牌库存去化、上年同期低基数，纺织制造企业出货端实现双位数以上增速。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**，建议关注**浙江自然**。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，具体标的包括森马服饰、报喜鸟、海澜之家、富安娜、百隆东方、罗莱生活。2）消费者疫后理性消费观念强化，对产品质价比重视程度提升，推荐兼具性价比与兴趣消费属性的品牌公司**名创优品**，2024 年 2 月，名创优品国内市场实现销售 14.6 亿元，同比增长 56.5%，IP 联名产品占比提升至 33.8%，超级品类销售业绩再创记录，其中盲盒产品、毛绒玩具、旅游出行三大品类分部实现销售 1.34、1.02、1.05 亿元。3）根据久谦数据，2024 年 1 月，天猫平台 361 度品牌、特步品牌、安踏品牌、李宁品牌 GMV 同比分别增长 35%、38%、31%、10%。港股运动服饰公司估值整体处于偏低水平。继续推荐**361 度、波司登、安踏体育、李宁**。

黄金珠宝：3 月 1 日，上金所 AU9999 黄金现货收盘价为 483.40 元/克，环比上涨 0.6%，年初至今，金价保持高位小幅震荡。短期看，黄金珠宝企业即将迎来三八节销售旺季，叠加金价高位平稳波动强化黄金首饰保值属性，需求有望继续得到释放。中长期看，年轻消费群体提升对黄金首饰偏好提升背景下，黄金珠宝消费有望实现平稳增长，头部企业凭借渠道拓展能力、产品差异化设计能力、品牌势能积累，有望继续实现份额提升。继续推荐**周大生、潮宏基**。

家居用品：2024 年初至今（截至 3 月 2 日），30 大中城市商品房成交 114999 套、成交面积 1245.01 万平方米，同比下降 39.5%、41.2%。根据克而瑞地产研究微信公众号，百强房企 1-2 月实现销售操盘金额 4209.1 亿元，同比降幅较 1 月扩大约 15pct 至 48.8%。预判 3 月供求有望修复，环比增长，但同比或将延续降势，“小阳春”难现。家居企业门店接单层面，预计在低基数影响下，家居企业 23Q4 接单同比有望实现稳健增长，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、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：PUMA 发布 2023 年年报.....	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 瑞士体育用品零售巨头 Intersport 集团去年营收 137 亿欧元，对 2024 年“非常乐观”！.....	17
4.2 Asics 亚瑟士 2023 财年销售额增长 17.7%，大中华区增长 24.4%.....	18
4.3 New Balance 新百伦 2023 年销售额增长 23%至 65 亿美元.....	18
5. 风险提示.....	19

图表目录

图 1：PUMA 历年营收及同比增速.....	7
图 2：PUMA 历年分品类营收（百万欧元）.....	7
图 3：PUMA 历年分区域营收（百万欧元）.....	7
图 4：PUMA 历年 DTC 渠道营收及占比.....	7
图 5：PUMA 历年毛利率与归母净利率.....	8
图 6：PUMA 历年年末存货金额.....	8
图 7：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	8
图 8：本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	9
图 9：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	9

图 10: 本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	9
图 11: 本周 SW 轻工制各子板块估值.....	9
图 12: 棉花价格 (元/吨)	11
图 13: 中纤板、刨花板价格走势.....	11
图 14: 皮革价格走势.....	12
图 15: 美元兑人民币汇率走势.....	12
图 16: 海绵原材料价格走势 (单位: 元/吨)	12
图 17: 金价走势 (单位: 元/克)	12
图 18: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比.....	13
图 19: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	13
图 20: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比.....	13
图 21: 家具及其零件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	13
图 22: 社零及限额以上当月.....	14
图 23: 国内实物商品线上线下增速估计.....	14
图 24: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速.....	15
图 25: 地产相关典型限额以上品类增速.....	15
图 26: 30 大中城市商品房成交套数.....	15
图 27: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)	15
图 28: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	16
图 29: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	16
图 30: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	16
图 31: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	16
图 32: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	17
图 33: 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.....	11
表 4: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	11

1. 本周观察：PUMA 发布 2023 年年报

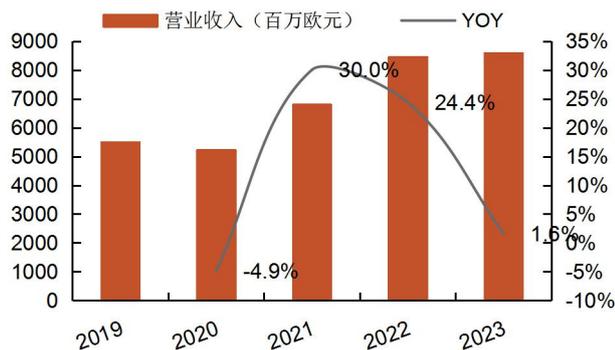
2月27日，彪马公布2023年年报。2023年，PUMA实现营收86.02亿欧元，同比增长1.6%，汇率中性下，同比增长6.6%。分品类看，鞋履/服装/配饰实现营收45.83/27.63/12.55亿欧元，同比增长12.4%/-0.3%/3.1%。鞋履品类继续成为PUMA营收增长的引擎。分区域看，EMEA/美洲/亚太实现营收34.18/33.90/17.93亿欧元，同比增长13.4%/-2.4%/13.6%。分渠道看，批发/DTC实现营收64.69/21.33亿欧元，同比增长3.5%/17.5%，其中自营门店（包括正价店与奥莱店）同比增长18.8%，电商同比增长15.0%，DTC占比24.8%。

23Q4，PUMA实现营收19.82亿欧元，汇率中性下，同比下降4.0%。分品类看，鞋履/服装/配饰实现营收10.32/6.57/2.93亿欧元，同比增长-5.5%/-5.9%/7.3%。分区域看，EMEA/美洲/亚太实现营收6.68/8.46/4.68亿欧元，同比增长-5.2%/-6.4%/2.8%。欧洲区域下滑主因渠道库存水平较高，美洲下滑主因阿根廷货币贬值，亚洲区域增长主因中国与印度强劲，亚洲其它地区表现较弱。分渠道看，批发/DTC实现营收13.55/6.27亿欧元，同比增长-8.7%/8.0%。23Q4，毛利率同比提升2.9pct至47.0%。

截至2023年末，存货同比下降19.6%至18.04亿欧元，环比下降3.7%，2022年9月30日存货达到峰值后，连续第五个季度实现环比下降。

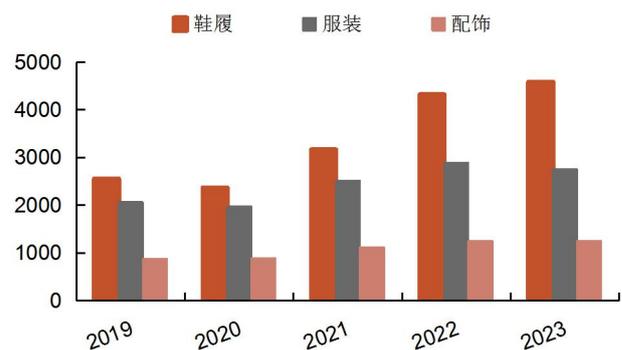
公司预计2024年，汇率中性下，营收同比增长中单位数。EBIT处于6.2-7亿欧元区间。

图 1：PUMA 历年营收及同比增速



资料来源：Wind，PUMA2023 年报，山西证券研究所

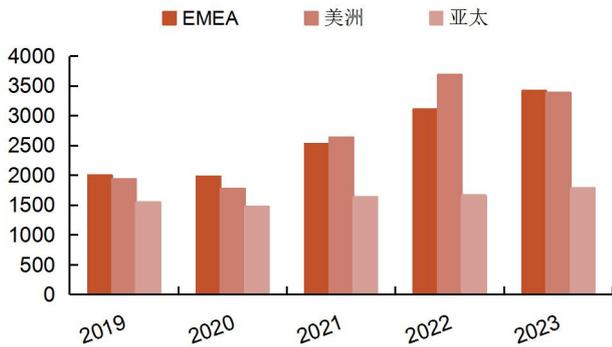
图 2：PUMA 历年分品类营收（百万欧元）



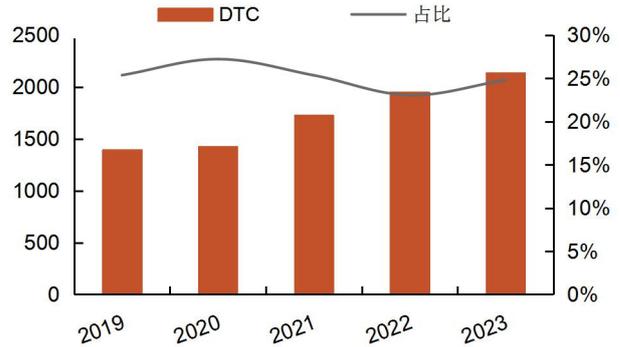
资料来源：Wind，PUMA2023 年报，山西证券研究所

图 3：PUMA 历年分区域营收（百万欧元）

图 4：PUMA 历年 DTC 渠道营收及占比



资料来源: Wind, PUMA2023 年报, 山西证券研究所



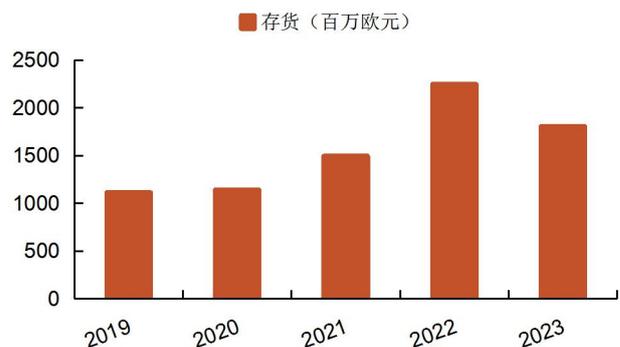
资料来源: Wind, PUMA2023 年报, 山西证券研究所

图 5: PUMA 历年毛利率与归母净利润率

图 6: PUMA 历年年末存货金额



资料来源: Wind, PUMA2023 年报, 山西证券研究所



资料来源: Wind, PUMA2023 年报, 山西证券研究所

2.本周行情回顾

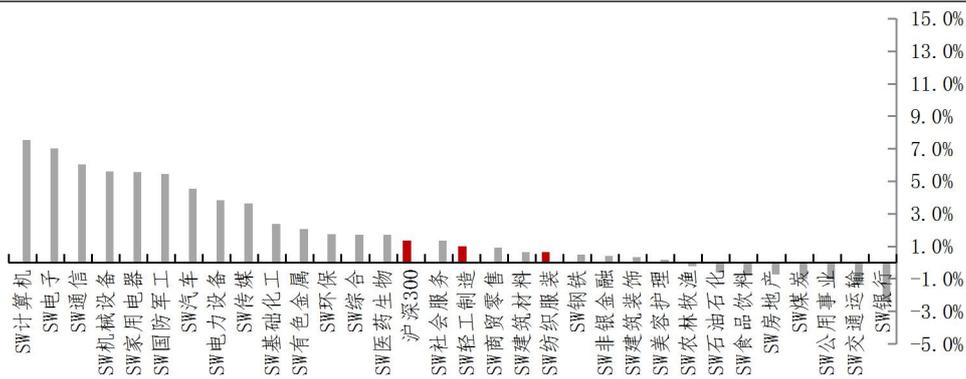
2.1 板块行情

本周, SW 纺织服饰板块上涨 0.66%, SW 轻工制造板块上涨 1.02%, 沪深 300 上涨 1.38%, 纺织服饰板块落后大盘 0.72pct, 轻工制造板块落后大盘 0.36pct。

SW 纺织服饰各子板块中, SW 纺织制造下跌 0.17%, SW 服装家纺上涨 1.41%, SW 饰品下跌 0.04%。

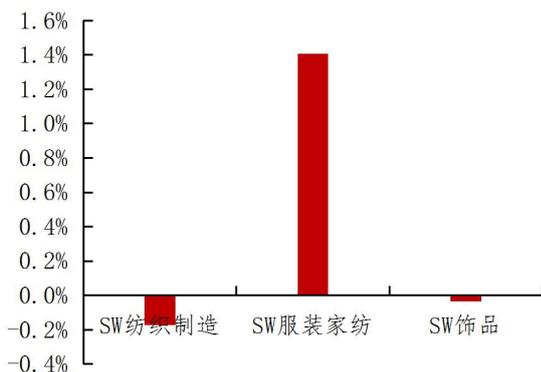
SW 轻工制造各子板块中, SW 造纸上涨 1.49%, SW 文娱用品下跌 0.6%, SW 家居用品上涨 0.24%, SW 包装印刷上涨 2.4%。

图 7: 本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



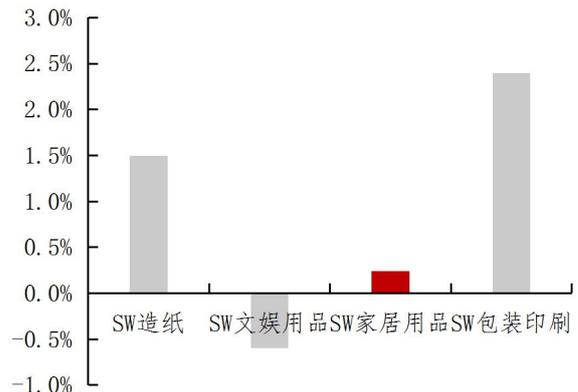
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 8: 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 9: 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 3 月 1 日, SW 纺织制造的 PE (TTM 剔除负值, 下同) 为 18.62 倍, 为近三年的 43.33%分位; SW 服装家纺的 PE 为 16.59 倍, 为近三年的 38.00%分位; SW 饰品的 PE 为 18.50 倍, 为近三年的 46.67%分位。

截至 3 月 1 日, SW 家居用品的 PE 为 18.42 倍, 为近三年的 1.33%分位。

图 10: 本周 SW 纺织服装各子板块估值

图 11: 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：安奈儿（+46.78%）、*ST 新纺（+17.8%）、康隆达（+12.06%）、深中华 B（+9.04%）、ST 步森（+8.78%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：哈森股份（-18.08%）、ST 贵人（-13.68%）、ST 雪发（-8.09%）、深中华 A（-8.09%）、ST 起步（-7.59%）。

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)
002875.SZ	安奈儿	46.78	15.97
002087.SZ	*ST 新纺	17.80	1.39
603665.SH	康隆达	12.06	21.37
200017.SZ	深中华 B	9.04	2.05
002569.SZ	ST 步森	8.78	5.95

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)
603958.SH	哈森股份	-18.08	13.50
603555.SH	ST 贵人	-13.68	0.82
002485.SZ	ST 雪发	-8.09	2.84
000017.SZ	深中华 A	-8.09	10.68
603557.SH	ST 起步	-7.59	1.46

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：悦心健康（+12.79%）、共创草坪（+6.73%）、梦百合（+5.9%）、喜临门（+5.85%）、联翔股份（+5.67%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：瑞尔特（-7.23%）、松霖科技（-5.87%）、爱丽家居（-4.82%）、山东华鹏（-4.58%）、嘉益股份（-4.34%）。

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)
002162.SZ	悦心健康	12.79	4.32
605099.SH	共创草坪	6.73	19.83
603313.SH	梦百合	5.90	9.69
603008.SH	喜临门	5.85	16.10
603272.SH	联翔股份	5.67	12.68

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)
002790.SZ	瑞尔特	-7.23	9.24
603992.SH	松霖科技	-5.87	16.21
603221.SH	爱丽家居	-4.82	7.70
603021.SH	山东华鹏	-4.58	3.75
301004.SZ	嘉益股份	-4.34	56.37

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 3 月 1 日，中国棉花 328 价格指数为 17230 元/吨，环比增长 0.3%，截至 2 月 29 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 18682 元/吨，环比增长 6.4%。

2) 金价：截至 3 月 1 日，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 483.4 元/克，环比增长 1.2%。

- 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。

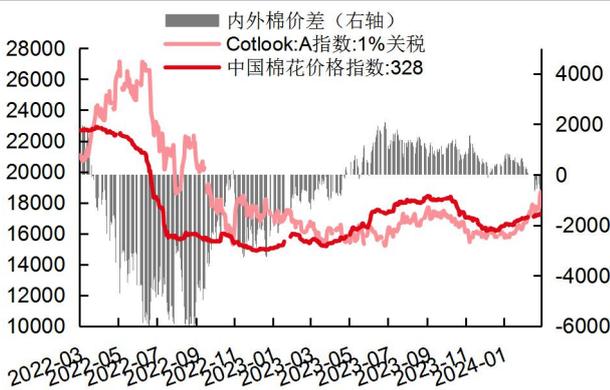
2) 皮革：截至 2023 年 12 月 29 日，海宁皮革:价格指数:总类为 72.62。

3) 海绵：截至 3 月 1 日，华东地区 TDI 主流价格为 17400 元/吨，华东地区纯 MDI 主流价格为 21200 元/吨，环比增长 1.2%、1.9%。

- 汇率：截至 3 月 1 日，美元兑人民币（中间价）为 7.1059，环比下降 0.01%。

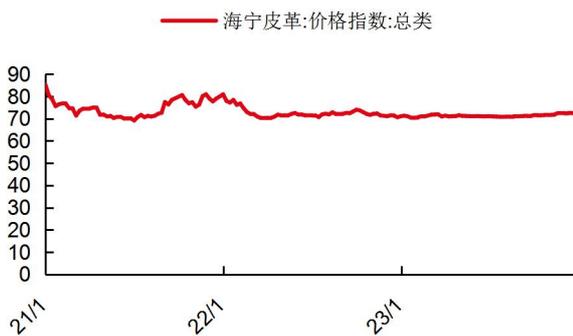
图 12：棉花价格（元/吨）

图 13：中纤板、刨花板价格走势



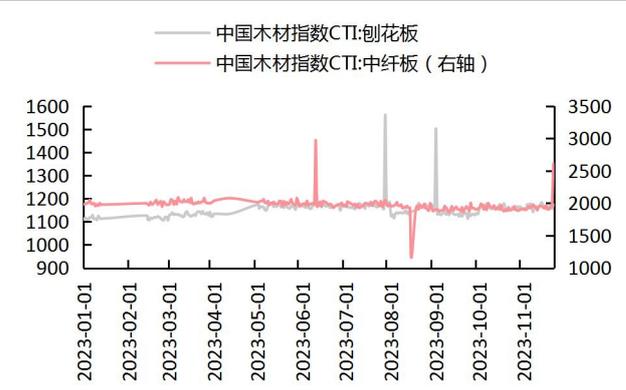
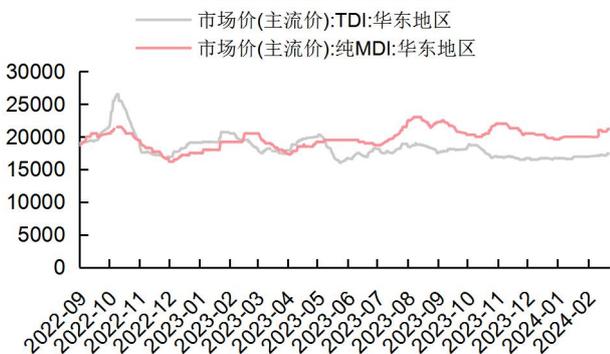
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 14: 皮革价格走势



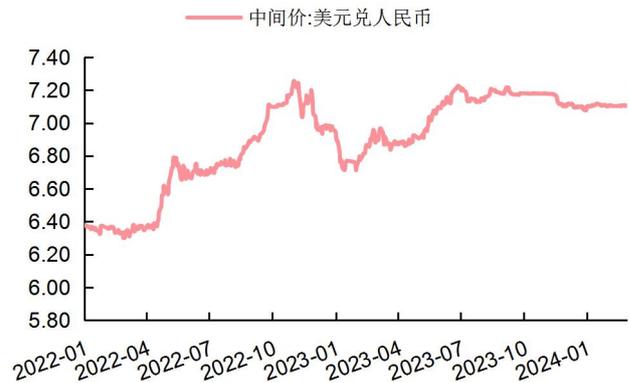
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 16: 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: 美元兑人民币汇率走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 17: 金价走势(单位:元/克)



资料来源：Wind，山西证券研究所

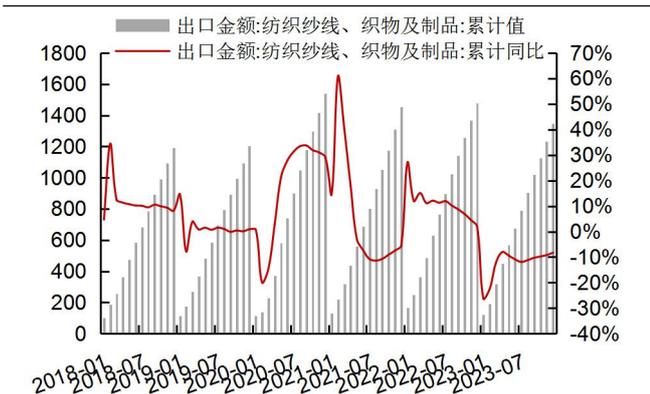
资料来源：Wind，山西证券研究所

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%。

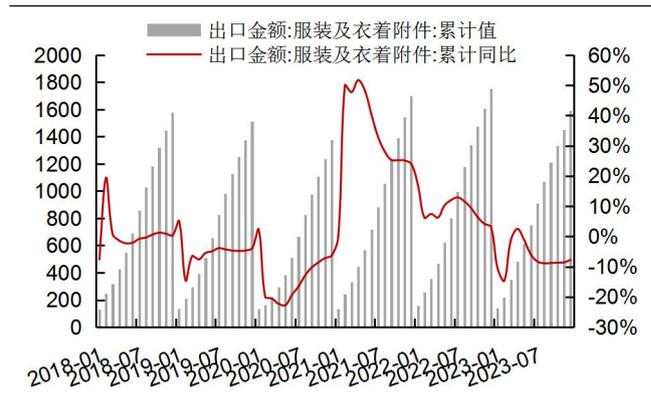
家具及其零件：2023年1-12月，家具及其零件出口641.96亿美元，同比下降7.87%。2023年12月，家具及其零件出口68.49亿美元，同比增长12.40%。

图 18：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

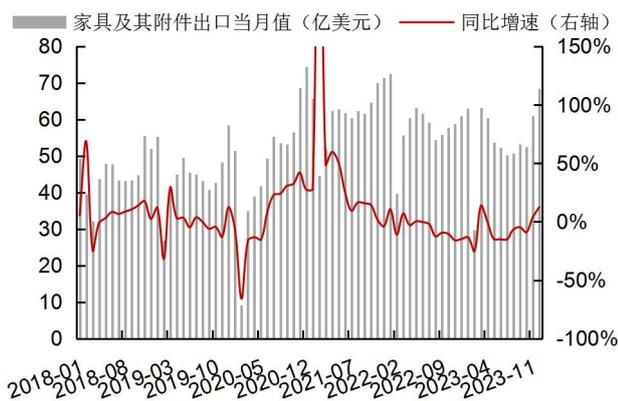
图 19：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比



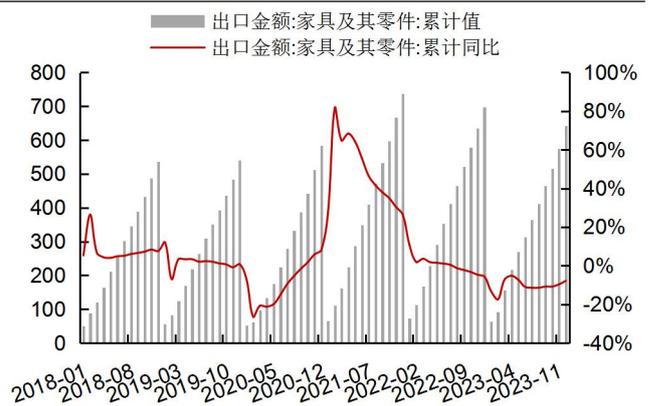
资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

图 20：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比

图 21：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 12 月，国内实现社零总额 4.36 万亿元，同比增长 7.4%，表现低于市场一致预期（根据 Wind，23 年 12 月社零当月同比增速预测平均值为 +8.19%）。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、12 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%、2.7%。

线上渠道，2023 年 12 月，实物商品网上零售额为 12465 亿元/+8.0%，21-23 年两年复合增速为 11.7%，环比提升 5.7pct，实物商品网上零售额占商品零售比重为 32.7%。2023 年，实物商品网上零售额为 13.02 万亿元，同比增长 8.4%，21-23 年同期两年复合增速为 9.8%，环比提升 0.2pct。2023 年，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 11.2%、10.8%、7.1%。线下渠道，2023 年 12 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 2.57 万亿元/+3.4%，21-23 年两年复合增速为 -1.5%，降幅环比收窄 0.5pct。2023 年，实物商品线下零售额约为 28.84 万亿元，同比增长 4.5%，21-23 年同期两年复合增速为 0.4%，环比下滑 0.2pct。按零售业态分，2023 年，限额以上百货店、便利店、专业店、品牌专卖店、超市零售额同比分别增长 8.8%、7.5%、4.9%、4.5%、-0.4%。

2023 年 12 月，限上化妆品同比增长 9.7%，金银珠宝同比增长 29.4%（12 月上金所 AU9999 收盘价同比增长约 17%），纺织服装同比增长 26.0%，体育/娱乐用品同比增长 16.7%。2023 年，上述品类累计同比增长分别为 5.1%、13.3%、12.9%、11.2%。21-23 年同期（12 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 -2.7%、2.5%、2.9%、4.5%，环比下滑 0.8、提升 1.0、提升 2.3、下滑 2.0pct。

图 22：社零及限额以上当月

图 23：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

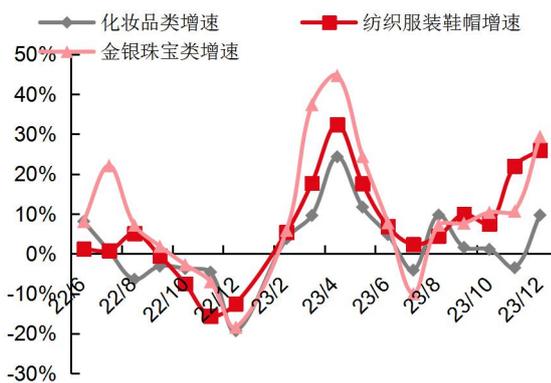


资料来源: 国家统计局, 山西证券研究所

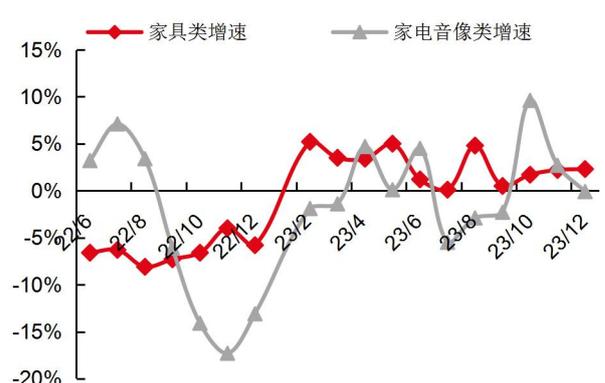
注: 实物商品线下零售额=商品零售额-实物商品网上零售额。

图 24: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速

图 25: 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2月25日-2024年3月2日), 30大中城市商品房成交14860套、成交面积156.66万平方米, 较上周环比分别增长63.98%、66.80%。2024年至今(截至3月2日), 30大中城市商品房成交114999套、成交面积1245.01万平方米, 同比下降39.5%、41.2%。

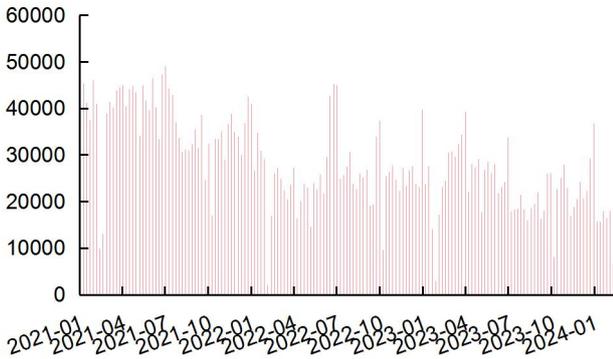
2023年12月, 我国住宅新开工面积5548.58万平方米, 同比下降13.31%, 住宅销售面积8831.85万平方米, 同比下降25.81%, 住宅竣工面积24851.88万平方米, 同比增长12.46%。

图 26: 30大中城市商品房成交套数

图 27: 30大中城市商品房成交面积(单位: 万平方米)

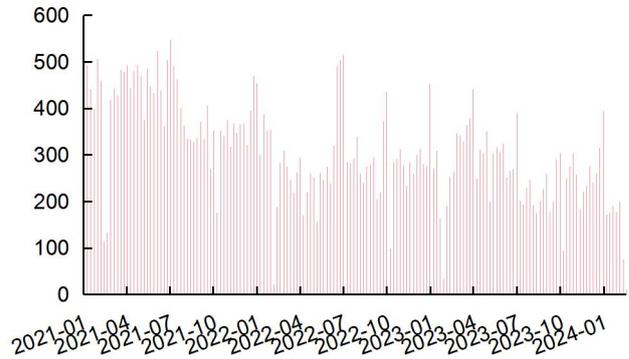


■ 30大中城市:商品房成交套数:当周值



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

■ 30大中城市:商品房成交面积:当周值



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 28: 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 29: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



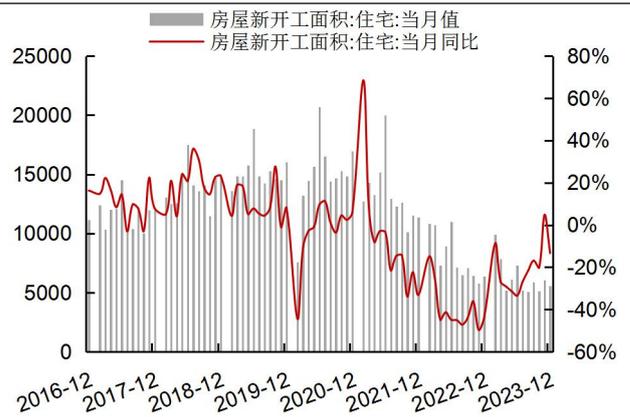
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 30: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比

图 31: 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 32：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 33：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

1.1 瑞士体育用品零售巨头 Intersport 集团去年营收 137 亿欧元，对 2024 年“非常乐观”！

【来源：华丽志 2024-02-24】

日前，总部位于瑞士伯尔尼的综合体育用品零售商 Intersport 集团发布了截至 2023 年的年度财务报告：2023 年营收为 137 亿欧元，与 2022 年持平。

Intersport 集团成立于 1968 年，是全球领先的体育用品零售商之一，目前在 42 个国家拥有 5,381 家门店，较上一年增加了 72 家。财报中，Intersport 集团还强调了集团在某些市场的出色表现，例如，法国、

希腊、爱尔兰以及整个中欧和东欧地区的销售额都实现了两位数增长。

这家基于合作原则运作的体育用品零售商联盟表示，2023年，Intersport集团继续前进。在过去的一年中，Intersport集团的业绩在2023年伊始表现强劲，但第一季度后销售有所减速，原因出于“充满挑战的经济和地缘政治形势、持续紧张的供应链、较高的产品库存以及上升的运营成本等综合因素”。从产品类别来看，2023年，Intersport集团鞋类和运动器材的销售额出现了增长，而服装产品则整体下降。

而展望2024年，Intersport集团首席执行官 Steve Evers 表示“非常乐观”，他们预见到了“充满活力的一年”，并预计能够“恢复强劲增长”，特别是由于诸如在德国举行的欧洲足球锦标赛以及2024年巴黎举办的夏季奥运会。此外，Steve Evers 还宣布，Intersport集团将在“在巴黎市中心开设旗舰店”，但暂未透露具体的选址。

4.2 Asics 亚瑟士 2023 财年销售额增长 17.7%，大中华区增长 24.4%

【来源：华丽志 2024-02-23】

2月9日，日本运动巨头 ASICS（亚瑟士）公布了截止2023年12月31日的2023财年财务数据：2023财年销售额较去年增长17.7%至5704.6亿日元（约合273亿元人民币）；归母净利润约为352.7亿日元（约合17亿元人民币），较上年增长77.4%。

其中，由于所有类别的强劲销售，大中华区净销售额增长24.4%至776.15亿日元，地区利润（Segment income）增长30.2%至131.07亿日元。

展望2024年，亚瑟士预计销售额达到5900亿日元，同比增长3.4%，营业利润率实现7.0%，归母利润率实现2.1%。

4.3 New Balance 新百伦 2023 年销售额增长 23%至 65 亿美元

【来源：华丽志 2024-02-29】

2023年，美国运动品牌 New Balance（新百伦）迎来了业绩稳健增长的一年。

2月23日，New Balance 首席执行官兼总裁 Joe Preston 在一声明中称，公司2023年的年销售额将达到65亿美元，较2022年增长了23%，这一业绩是由全球所有市场的增长推动的。

其中，按品类划分，除了 New Balance 标志性的鞋类业务之外，New Balance 公司的全球服装业务也在2023年突破了10亿美元，创下了新纪录。Joe Preston 表示，这一领域“在2024年仍然是重点关注的焦点”。

按地区划分，欧洲市场的销售额增长超过 35%，美国市场的销售额增长超过 20%。

总体而言，自 2020 年以来，New Balance 的销售额增长了 96.6%（2020 年的营收总额为 33 亿美元）。自 2020 年以来，New Balance 在每个地区的销售额几乎翻了一番。

报告期内，New Balance 也因其赞助的美国网球运动员 Coco Gauff 在美国公开赛上赢得她的第一个大满贯冠军而收获了极大关注。此外，New Balance 与如美国职业篮球运动员 Kawhi Leonard 以及在美国职业棒球大联盟崭露头角的日本棒球运动员 Shohei Ohtani 等的合作也推动了品牌的热度，特别是在年轻消费者中的热度。目前，New Balance 在全球拥有 350 名品牌大使。

Joe Preston 还介绍称，“2023 年，我们在数字能力、品牌活动和对美国国内制造的承诺方面持续进行创纪录的投资”。他强调，New Balance 最近扩大了其位于缅因州斯科维根（Skowhegan）的工厂，并在新罕布什尔州伦敦德里（Londonderry）建立了一座新工厂。

Joe Preston 表示，零售方面 2023 年，超过一半（63%）的 New Balance 网站客户为新客户。批发方面，在整个 2023 年，New Balance 的顶级运动鞋零售商在其销售门店中一致将 New Balance 作为顶级品牌进行销售。

在 11 月份与分析师的电话会议中，美国的运动鞋和服装零售商 Foot Locker 首席执行官 Mary Dillon 表示，与去年同期相比，New Balance 第三季度的销售增长超过了 100%，各系列产品在男、女和儿童产品领域均表现强劲，“我们在 New Balance 的门店扩张机会上仍然看到机会”，并且正在努力利用该品牌的快速增长来进一步扩展公司的业务。这表明 Foot Locker 对 New Balance 品牌在其门店中的表现持乐观态度，并计划继续投资和扩张这一品牌的销售。

在 11 月份与分析师的电话会议中，美国高端百货公司 Nordstrom Inc. 的总裁兼首席品牌官 Pete Nordstrom 则表示，New Balance 是驱动这一季度运动鞋销售增长的关键品牌之一。

展望 2024 年，New Balance 计划在全球开设 90 家新店，并进行 50 家店铺的翻新，并计划采用一个以社群为中心的全新设计模式。同时，公司还计划通过全球大客户、专业零售商及其直接面向消费者业务等渠道共同推动销售。

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。本报告清晰准确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

