

纺织服装

行业周报（20240303-20240309）

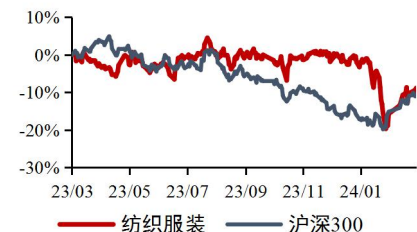
同步大市-A(维持)

1-2月我国纺织服装出口金额同比增长14.3%，本周金价环比大幅上涨

2024年3月10日

行业研究/行业周报

纺织服装行业近一年市场表现



来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】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 - 【山证轻纺】行业周报 2024.3.3

【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

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

投资要点

本周观察：纺织制造台企 2024 年 2 月营收数据

丰泰企业

2024 年 2 月，营收 59.49 亿新台币，同比下降 7.89%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 2 月单月营收 1.89 亿美元，同比下降约 11.4%。2024 年 1-2 月，累计营收 133.60 亿新台币，同比增长 4.2%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 1-2 月累计营收 4.27 亿美元（约为 22 年同期 85%），同比增长约 0.9%。

儒鸿

2024 年 2 月，营收 21.82 亿新台币，同比增长 9.03%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 2 月单月营收 0.69 亿美元，同比增长约 4.9%。2024 年 1-2 月，累计营收 48.11 亿新台币，同比增长 17.2%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 1-2 月累计营收 1.54 亿美元（约为 2022 年同期 66%），同比增长约 13.5%。

聚阳

2024 年 2 月，营收 27.26 亿新台币，同比增长 2.73%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 2 月单月营收 0.87 亿美元，同比下降约 1.2%。2024 年 1-2 月，累计营收 54.81 亿新台币，同比增长 8.7%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 1-2 月累计营收 1.75 亿美元（约为 2022 年同期 90%），同比增长约 5.2%。

行业动态：

- 3月6日，欧派家居成功举行“进化·新生态”欧派进阶美好生活暨 49800 大家居套餐战略发布会，欧派 49800 大家居套餐是行业唯一真正实现橱、衣、木、卫、配全品类高品质配齐的全案大家居套餐。套餐配置全面升维，将衣柜、橱柜定制升级为 PET 奢品板材，更标配芝华仕沙发、美国金可儿卧室配套、老板电器烟灶具、松下卫浴等全球大牌家具臻品，把高品质生活带到千家万户。全新 49800 不仅是一个套餐，更是欧派体系化绝对优势的硬核展现，以套餐为核心的行业首创“321X”大家居生态体系也在发布会上震撼亮相。以 3 大渠道入口+2 大王牌套餐+1 套落地模式+X 装修交付，实现大家居强流量、促转化、扩单值、优交付的绝对生态体系实力，赋能全体欧派家人一同装备实力，势赢新局。
- 奥维云网（AVC）《2023 年中国房地产商品住宅精装修市场智能家居年报》总结精装修市场智能家居产品呈现以下特征。智能门锁趋于标配部品，智能家居系统配置率大幅增长：智能门锁作为普及度最高的智能家居产品，已经趋于成为精装修市场的标配部品，配置率在今年达到了 82.9%。从品牌阵营分析：2023 年精装修市场智能家居系统 TOP10 品牌的市场份额合计为 60.5%，其中，华为排名第一，控客、超级智慧家、睿住智能、海尔等品牌排名前列。据奥维云网（AVC）预测，2024 年市场预计在强政策支持下平稳修复，加上全面限购放开政策利好，预计 2024 年精装市场规模达 95 万套，预测 2024 年智能家居系统、智能开关、智能门锁规模分别达到 23.8 万套、16.2 万套、80.8 万套。
- 3月6日，《中国黄金报》记者从全国工商联金银珠宝业商会处获悉，全国工商联金银珠宝业商会提出的《关于调整黄金珠宝税率的提案》喜上两会。提案建议：按照黄金珠宝零售价分区间适当调整消费税率；建议对单件黄金珠宝零售价三万元以内产品征收 1% 消费税，三万元至十万元产品征收 3% 消费税，对十万元及以上产品保



持征收 5%消费税，工费部分为成本，不征收消费税。

➤ **行情回顾（2024.03.04-2024.03.08）**

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 纺织服饰板块上涨 2.6%，SW 轻工制造板块下跌 0.27%，沪深 300 上涨 0.2%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 2.4pct，轻工制造板块落后大盘 0.47pct。各子板块中，SW 纺织制造上涨 1.85%，SW 服装家纺上涨 1.36%，SW 饰品上涨 6.48%，SW 家居用品下跌 0.99%。截至 3 月 8 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.57 倍，为近三年的 41.72%分位；SW 服装家纺的 PE 为 16.91 倍，为近三年的 41.06%分位；SW 饰品的 PE 为 20.31 倍，为近三年的 72.19%分位，SW 家居用品的 PE 为 18.14 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）2024 年 1-2 月，我国纺织品服装出口 450.95 亿美元，同比增长 14.3%。其中，纺织品出口 217.11 亿美元，同比增长 15.5%，服装出口 233.85 亿美元，同比增长 13.1%。1-2 月纺织品服装出口额恢复至 2022 年同期约九成水平。2024 年 1-2 月，越南纺织品出口金额同比增长 15.0%，恢复至 2022 年同期约九成水平，鞋类出口金额同比增长 18.3%，恢复至 2022 年同期水平。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、水星家纺、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）本周，安踏体育公布旗下 Amer Sports 截至 2023 年末年度业绩。2023 年，Amer Sports 实现营收 43.68 亿美元，同比增长 23.1%，经调整 EBITDA 为 6.11 亿美元，同比增长 34.9%，净亏损 2.09 亿美元，亏损同比收窄 4390 万美元。继续推荐港股运动服饰公司 361 度、波司登、安踏体育、李宁。

黄金珠宝：本周金价迎来快速上涨，3 月 8 日，上金所 AU9999 黄金现货收盘价为 505.84 元/克，环比上涨 4.6%。黄金首饰产品保值增值属性持续得到强化，有望促进终端需求持续释放。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 9 日），30 大中城市商品房成交 127549 套、成交面积 1370.10 万平方米，同比下降 41.9%、44.0%。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：纺织制造台企 2024 年 2 月营收数据.....	6
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.....	8
3.行业数据跟踪.....	10
3.1 原材料价格.....	10
3.2 出口数据.....	11
3.3 社零数据.....	12
3.4 房地产数据.....	14
4.行业新闻.....	16
1.1 进化·新生态 欧派 49800 套餐耀世首发，重塑全新大家居生态！.....	16
4.2 【智能家居年报】2023 年精装修市场智能家居：智能家居系统配置率首超 20%.....	17
4.3 两会提案 全国工商联：分区间适当调整黄金珠宝消费税率.....	18
5.风险提示.....	19

图表目录

图 1：丰泰企业月度营收及同比增速.....	6
图 2：儒鸿月度营收及同比增速.....	6
图 3：聚阳月度营收及同比增速.....	6
图 4：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	7
图 5：本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	8
图 6：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	8
图 7：本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	8
图 8：本周 SW 轻工制各子板块估值.....	8

图 9: 棉花价格 (元/吨)	10
图 10: 中纤板、刨花板价格走势.....	10
图 11: 皮革价格走势.....	11
图 12: 美元兑人民币汇率走势.....	11
图 13: 海绵原材料价格走势 (单位: 元/吨)	11
图 14: 金价走势 (单位: 元/克)	11
图 15: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比.....	11
图 16: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	11
图 17: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比.....	12
图 18: 家具及其零件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	12
图 19: 社零及限额以上当月.....	13
图 20: 国内实物商品线上线下增速估计.....	13
图 21: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速.....	13
图 22: 地产相关典型限额以上品类增速.....	13
图 23: 30 大中城市商品房成交套数.....	14
图 24: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)	14
图 25: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	14
图 26: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	14
图 27: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	15
图 28: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	15
图 29: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	15
图 30: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	15
图 31: 欧派家居 49800 套餐.....	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.....9

1. 本周观察：纺织制造台企 2024 年 2 月营收数据

丰泰企业

2024 年 2 月，营收 59.49 亿新台币，同比下降 7.89%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 2 月单月营收 1.89 亿美元，同比下降约 11.4%。2024 年 1-2 月，累计营收 133.60 亿新台币，同比增长 4.2%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 1-2 月累计营收 4.27 亿美元（约为 22 年同期 85%），同比增长约 0.9%。

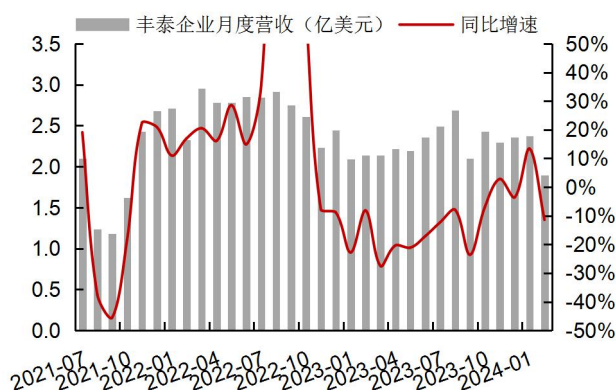
儒鸿

2024 年 2 月，营收 21.82 亿新台币，同比增长 9.03%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 2 月单月营收 0.69 亿美元，同比增长约 4.9%。2024 年 1-2 月，累计营收 48.11 亿新台币，同比增长 17.2%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 1-2 月累计营收 1.54 亿美元（约为 2022 年同期 66%），同比增长约 13.5%。

聚阳

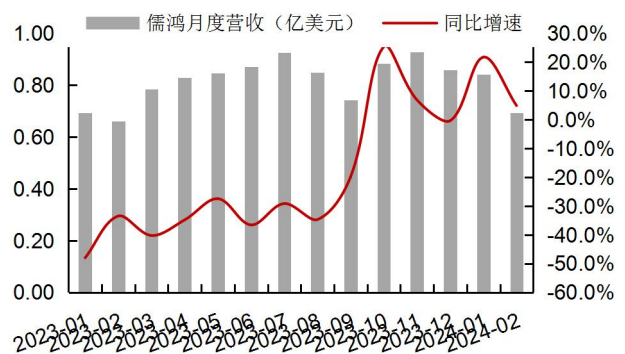
2024 年 2 月，营收 27.26 亿新台币，同比增长 2.73%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 2 月单月营收 0.87 亿美元，同比下降约 1.2%。2024 年 1-2 月，累计营收 54.81 亿新台币，同比增长 8.7%；剔除美元兑新台币升值影响，预计 1-2 月累计营收 1.75 亿美元（约为 2022 年同期 90%），同比增长约 5.2%。

图 1：丰泰企业月度营收及同比增速



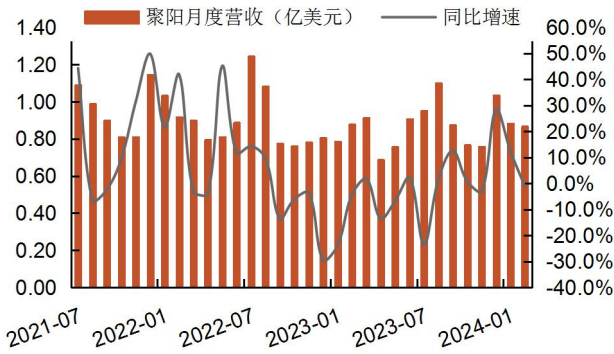
资料来源：丰泰企业官网，山西证券研究所

图 2：儒鸿月度营收及同比增速



资料来源：儒鸿官网，山西证券研究所

图 3：聚阳月度营收及同比增速



资料来源：聚阳官网，山西证券研究所

2.本周行情回顾

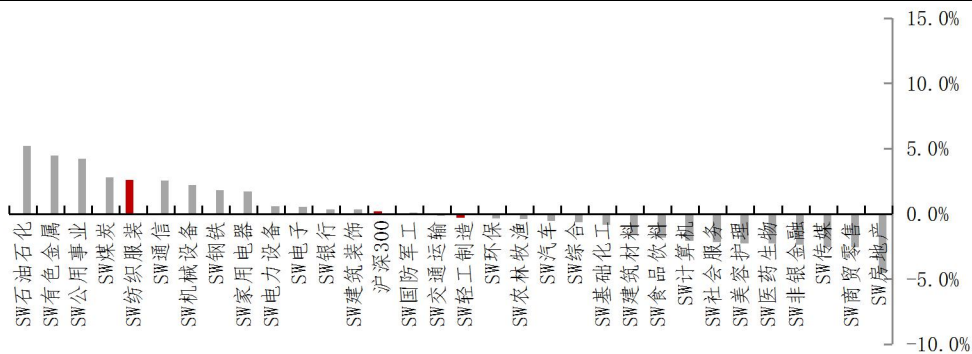
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块上涨 2.6%，SW 轻工制造板块下跌 0.27%，沪深 300 上涨 0.2%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 2.4pct，轻工制造板块落后大盘 0.47pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造上涨 1.85%，SW 服装家纺上涨 1.36%，SW 饰品上涨 6.48%。

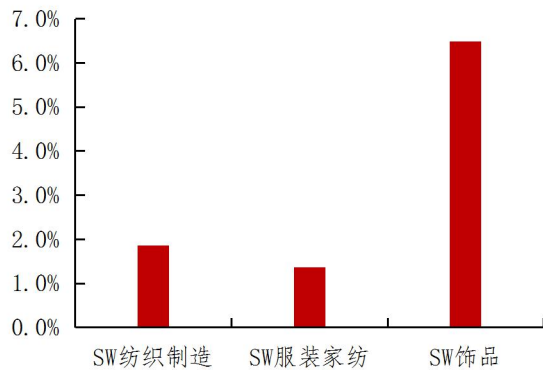
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸上涨 1.03%，SW 文娱用品下跌 1.58%，SW 家居用品下跌 0.99%，SW 包装印刷上涨 0.12%。

图 4：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



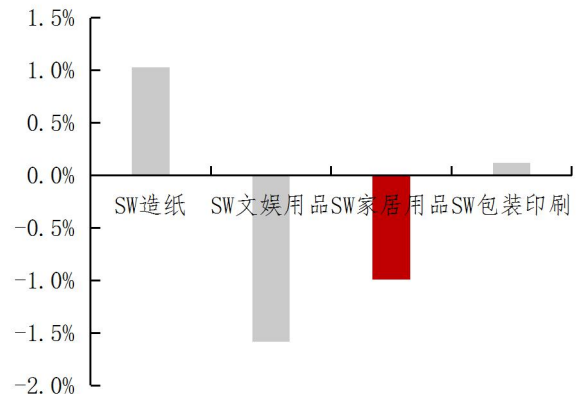
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 5：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 6：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 8 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.57 倍，为近三年的 41.72%分位；SW 服装家纺的 PE 为 16.91 倍，为近三年的 41.06%分位；SW 饰品的 PE 为 20.31 倍，为近三年的 72.19%分位。

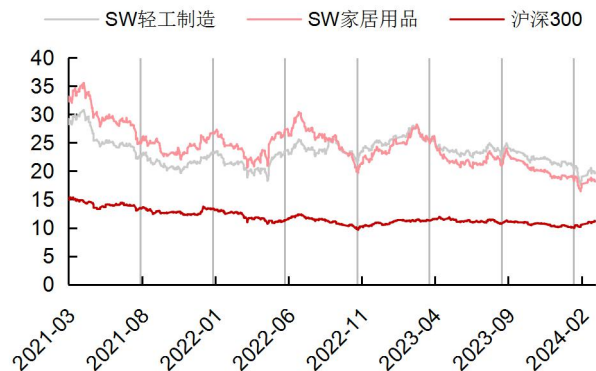
截至 3 月 8 日，SW 家居用品的 PE 为 18.14 倍，为近三年的 1.32%分位。

图 7：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 8：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：洪兴股份（+28.29%）、欣龙控股（+21.91%）、*ST

金一 (+14.94%)、ST 摩登 (+14.63%)、康隆达 (+13.29%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：ST 贵人 (-18.29%)、太湖雪 (-7.4%)、深中华 A (-7.02%)、*ST 新纺 (-6.47%)、深中华 B (-5.85%)。

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)
001209.SZ	洪兴股份	28.29	17.23
000955.SZ	欣龙控股	21.91	5.73
002721.SZ	*ST 金一	14.94	3.00
002656.SZ	ST 摩登	14.63	1.88
603665.SH	康隆达	13.29	24.21

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)
603555.SH	ST 贵人	-18.29	0.67
838262.BJ	太湖雪	-7.40	13.77
000017.SZ	深中华 A	-7.02	9.93
002087.SZ	*ST 新纺	-6.47	1.30
200017.SZ	深中华 B	-5.85	1.93

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：王力安防 (+8.99%)、匠心家居 (+8.16%)、森鹰窗业 (+7.5%)、嘉益股份 (+6.92%)、喜临门 (+3.73%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：龙竹科技 (-10.61%)、悦心健康 (-7.18%)、张小泉 (-6.19%)、恒林股份 (-5.81%)、志邦家居 (-5.41%)。

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)
605268.SH	王力安防	8.99	8.61
301061.SZ	匠心家居	8.16	56.44
301227.SZ	森鹰窗业	7.50	26.95
301004.SZ	嘉益股份	6.92	60.27
603008.SH	喜临门	3.73	16.70

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	-10.61	5.14
002162.SZ	悦心健康	-7.18	4.01
301055.SZ	张小泉	-6.19	10.30

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603661.SH	恒林股份	-5.81	40.98
603801.SH	志邦家居	-5.41	14.33

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 8 日, 中国棉花 328 价格指数为 17226 元/吨, 环比下降 0.02%, 截至 3 月 7 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 17775 元/吨, 环比下降 4.9%。

2) 金价: 截至 3 月 8 日, 上海金交所黄金现货:收盘价: Au9999 为 505.84 元/克, 环比增长 4.6%。

- 家居用品原材料:

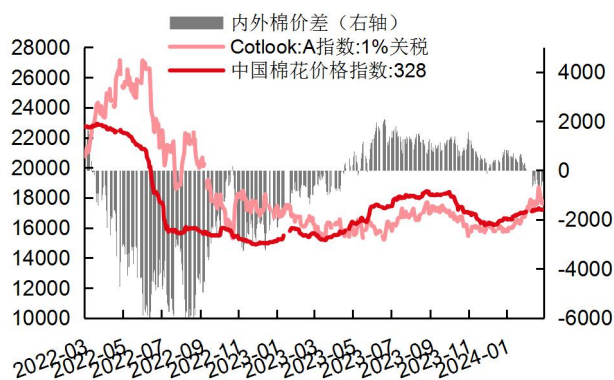
1) 板材: 截至 2023 年 12 月 1 日, 中国木材指数 CTI:刨花板、中国木材指数 CTI:中纤板为 1172.41、1938.17。

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 8 日, 华东地区 TDI 主流价格为 17000 元/吨, 华东地区纯 MDI 主流价格为 20800 元/吨, 环比下降 2.3%、1.9%。

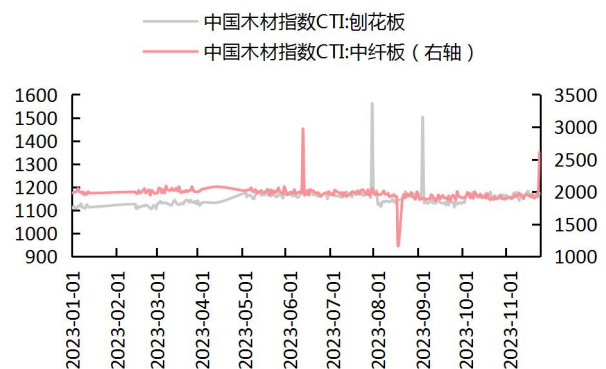
- 汇率: 截至 3 月 8 日, 美元兑人民币 (中间价) 为 7.0978, 环比下降 0.1%。

图 9: 棉花价格 (元/吨)



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 10: 中纤板、刨花板价格走势



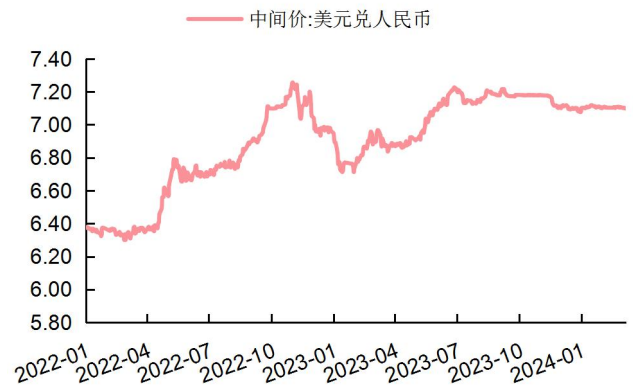
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 11: 皮革价格走势



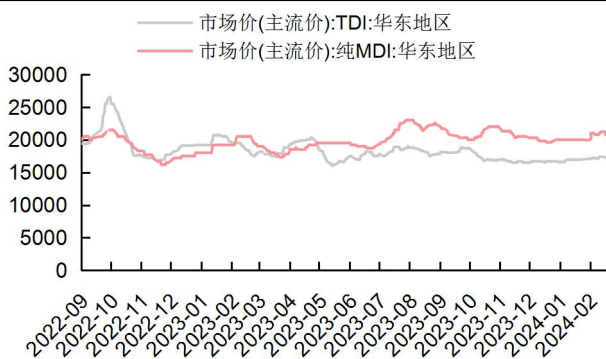
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 12: 美元兑人民币汇率走势



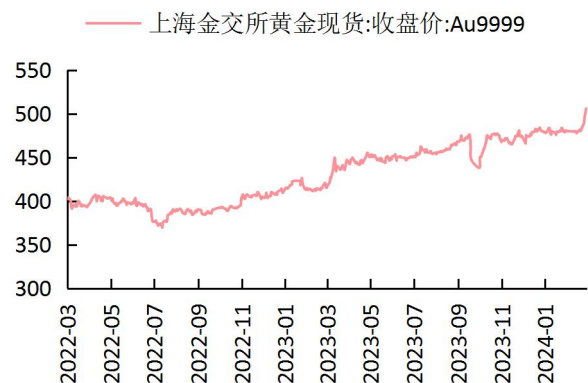
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 13: 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 14: 金价走势 (单位: 元/克)



资料来源: Wind, 山西证券研究所

3.2 出口数据

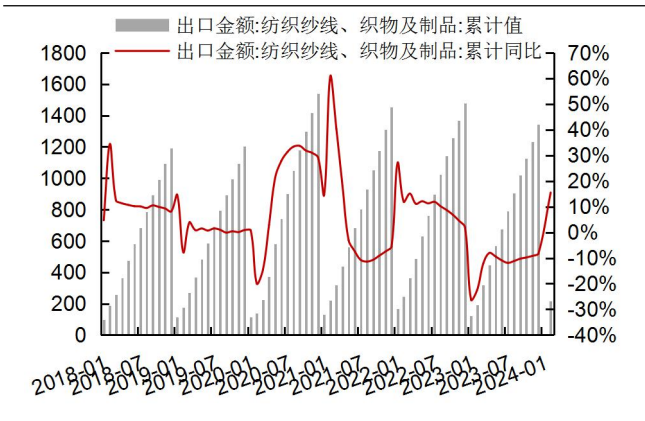
纺织品服装: 2024 年 1-2 月, 纺织品服装出口 450.95 亿美元, 同比增长 14.3%。其中, 2024 年 1-2 月纺织品出口 217.11 亿美元, 同比增长 15.5%, 服装出口 233.85 亿美元, 同比增长 13.1%。尽管增长较快, 但 1-2 月出口额仍未达到 2022 年同期的水平, 尚属于恢复性增长。当前我纺织服装对外贸易仍面临诸多不确定性因素, 外贸形势依然严峻复杂, 下一阶段出口表现仍有待观察。

家具及其零件: 2024 年 1-2 月, 家具及其零件出口 119.16 亿美元, 同比增长 28.7%。

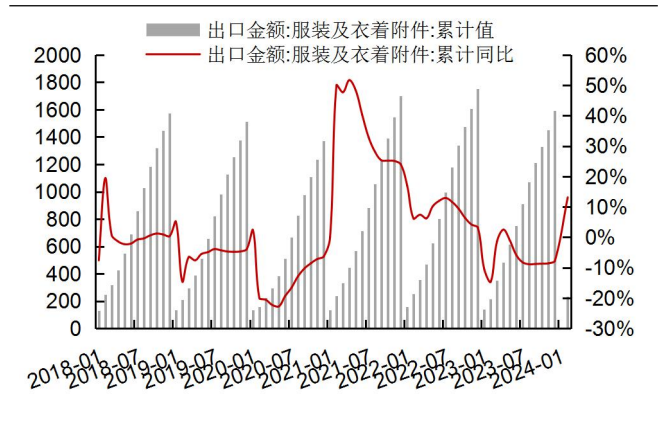
图 15: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同

图 16: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比

比



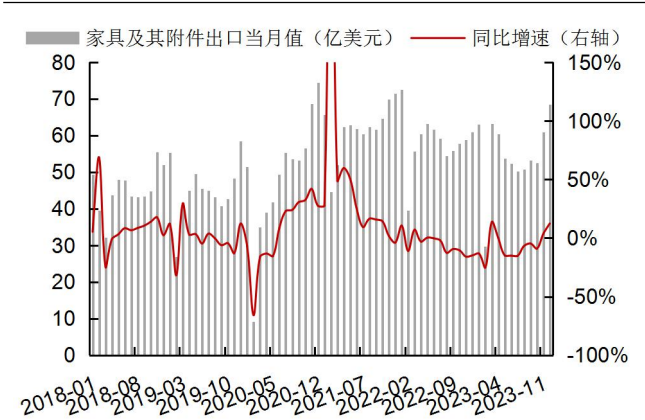
资料来源: Wind, 海关总署, 山西证券研究所



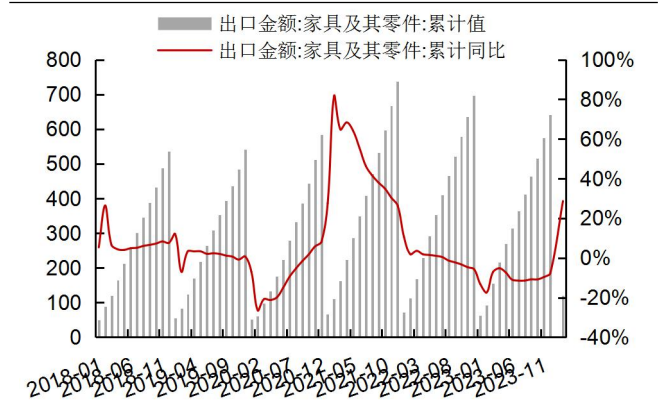
资料来源: Wind, 海关总署, 山西证券研究所

图 17: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比

图 18: 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

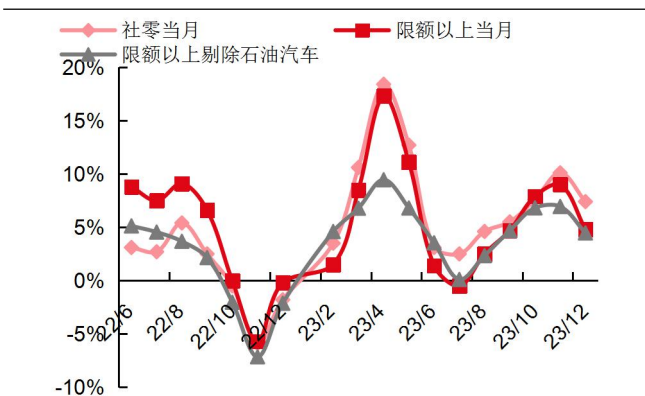
23 年 12 月, 国内实现社零总额 4.36 万亿元, 同比增长 7.4%, 表现低于市场一致预期 (根据 Wind, 23 年 12 月社零当月同比增速预测平均值为+8.19%)。与 21 年同期相比, 23 年 1-2 月、3 月、4 月、5 月、6 月、7 月、8 月、9 月、10 月、11 月、12 月单月社零的两年复合增速分别为 5.1%、3.3%、2.6%、2.6%、3.1%、2.6%、5.0%、4.0%、3.9%、1.8%、2.7%。

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

销售额中吃类、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%。

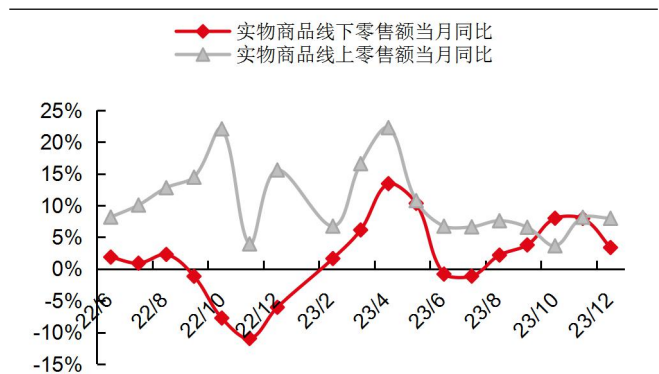
2023 年 12 月，限上化妆品同比增长 9.7%，金银珠宝同比增长 29.4%（12 月上金所 AU9999 收盘价同比增长约 17%），纺织服装同比增长 26.0%，体育/娱乐用品同比增长 16.7%。2023 年，上述品类累计同比增长分别为 5.1%、13.3%、12.9%、11.2%。21-23 年同期（12 月）化妆品、金银珠宝、纺织服装、体育/娱乐用品两年复合增速为-2.7%、2.5%、2.9%、4.5%，环比下滑 0.8、提升 1.0、提升 2.3、下滑 2.0pct。

图 19：社零及限额以上当月



资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 20：国内实物商品线上线下增速估计

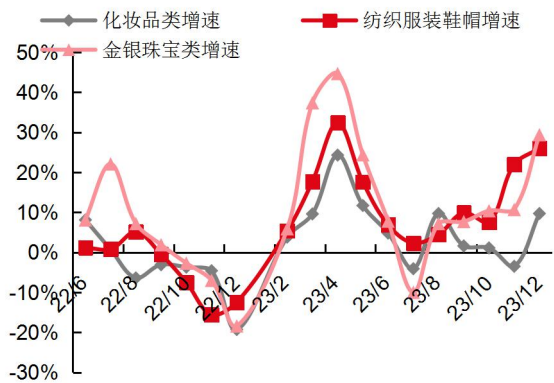


资料来源：国家统计局，山西证券研究所

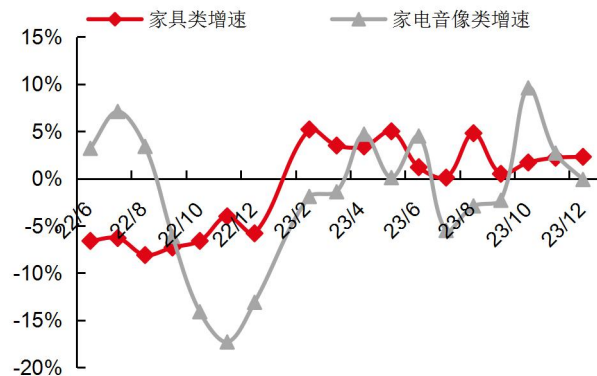
注：实物商品线下零售额=商品零售额-实物商品网上零售。

图 21：偏向可选消费品的典型限额以上品类增速

图 22：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



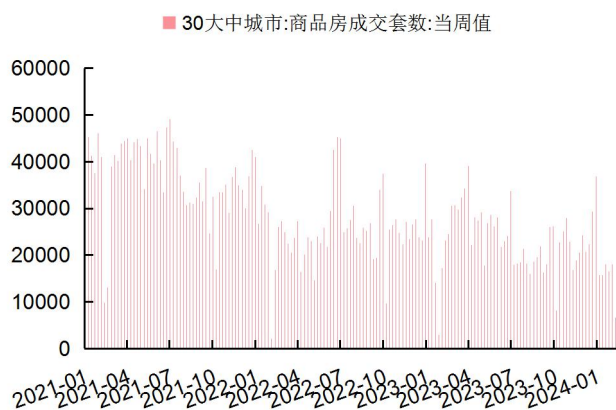
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

3.4 房地产数据

本周(2024年3月3日-2024年3月9日), 30大中城市商品房成交 12250 套、成交面积 121.69 万平方米, 较上周环比分别下降 19.20%、23.98%。2024 年至今(截至 3 月 9 日), 30 大中城市商品房成交 127549 套、成交面积 1370.10 万平方米, 同比下降 41.9%、44.0%。

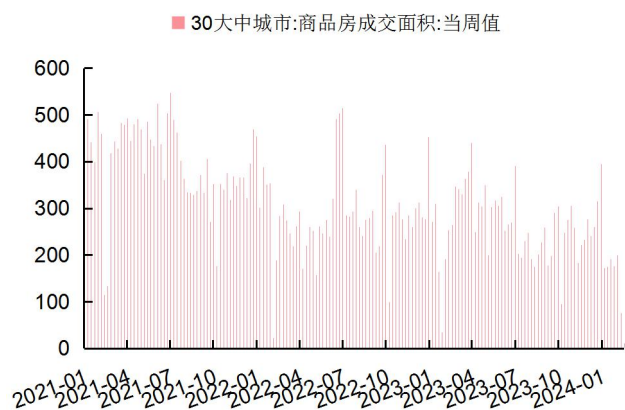
2023 年 12 月, 我国住宅新开工面积 5548.58 万平方米, 同比下降 13.31%, 住宅销售面积 8831.85 万平方米, 同比下降 25.81%, 住宅竣工面积 24851.88 万平方米, 同比增长 12.46%。

图 23: 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

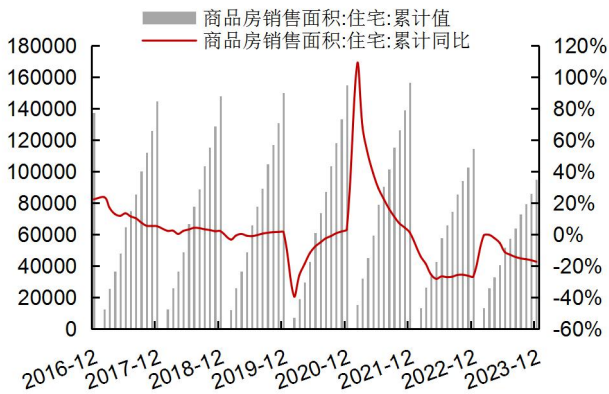
图 24: 30 大中城市商品房成交面积(单位: 万平方米)



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

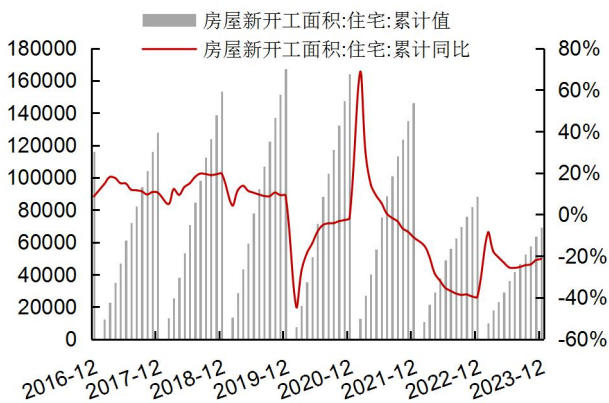
图 25: 商品房销售面积累计值(万平方米)及累计同比

图 26: 商品房销售面积当月值(万平方米)及当月同比



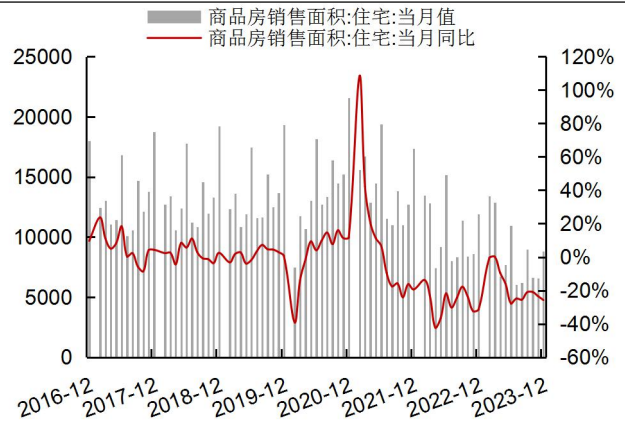
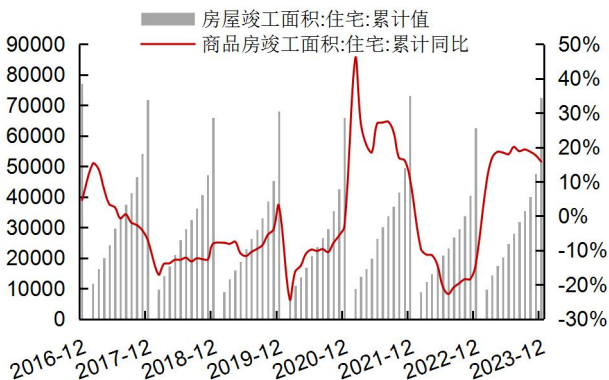
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 27：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比



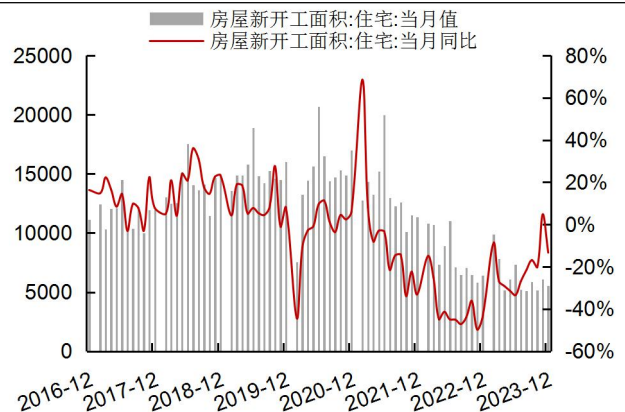
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 29：商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比



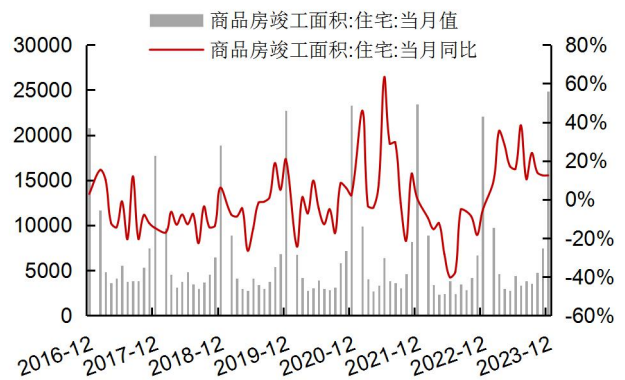
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 28：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 30：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

资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

4.行业新闻

1.1 进化·新生态 | 欧派 49800 套餐耀世首发，重塑全新大家居生态！

【来源：欧派集团官方 2024-03-06】

承接欧派集团 2024 年营销峰会召开之势，欧派营销第一事业部贯彻深耕大家居发展的集团总战略，并乘胜出击，于 3 月 6 日成功举行“进化·新生态”欧派进阶美好生活暨 49800 大家居套餐战略发布会，以主动进化之姿，重构大家居秩序，推出震撼行业的全新大家居套餐，为行业全面赋能升维，为消费者带来高品质、优价格的全案装好家选择。

欧派 49800 大家居套餐是行业唯一真正实现橱、衣、木、卫、配全品类高品质配齐的全案大家居套餐。为感恩消费者 30 载相伴，套餐配置全面升维，将衣柜、橱柜定制升级为 PET 奢品板材，更标配芝华仕沙发、美国金可儿卧室配套、老板电器烟机灶具、松下卫浴等全球大牌家具臻品，把高品质生活带到千家万户。

集合超高品、超大牌、超齐全、超高颜、超环保全王炸实力于一体，是欧派 49800 大家居套餐的最强内核。以不足 5 万元的价格，配齐价值超过 10 万元的全案家居臻品，兼备欧派专业全案装好家产品及服务，实现从所想到所享的美好生活打造，真正卷出行业新高度，实现 100 万元内装新家更好的选择！

全新 49800 不仅是一个套餐，更是欧派体系化绝对优势的硬核展现，以套餐为核心的行业首创“321X”大家居生态体系也在发布会上震撼亮相。以 3 大渠道入口+2 大王牌套餐+1 套落地模式+X 装修交付，实现大家居强流量、促转化、扩单值、优交付的绝对生态体系实力，赋能全体欧派家人一同装备实力，势赢新局。

图 31：欧派家居 49800 套餐



资料来源：欧派集团官方，山西证券研究所

4.2 【智能家居年报】2023 年精装修市场智能家居：智能家居系统配置率 首超 20%

【来源：奥维云网 2024-03-02】

随着我国房地产行业的不断调控，住房不炒已经成为房地产的长效机制。据奥维云网（AVC）监测数据显示：2023 年中国房地产精装修市场新开盘项目 1564 个，同比下滑 21.9%，降幅收窄 20.6 个百分点，市场规模 93.39 万套，同比下滑 35.9%，降幅收窄 13.2 个百分点，市场有所改善。其中智能家居整体（智能家居系统、智能开关、智能门锁）精装修市场开盘项目 1314 个，市场规模 112.8 万套。

奥维云网（AVC）《2023 年中国房地产商品住宅精装修市场智能家居年报》总结精装修市场智能家居产品呈现以下特征：

智能门锁趋于标配部品，智能家居系统配置率大幅增长：智能门锁作为普及度最高的智能家居产品，已经趋于成为精装修市场的标配部品，配置率在今年达到了 82.9%。智能家居系统配置率连续三年增长，精装修市场配置率从 2021 年的 9.6% 增长到 2023 年的 20.5%，翻了一番。智能开关由于功能单一被智能家居系统取代了部分市场，导致配置率有所下降。

据奥维云网（AVC）监测数据显示：2023 年精装修市场智能家居系统配套项目个数 347 个，同比上升 7.4%；配套规模为 19.09 万套，同比下降 4.2%；2023 年精装修市场智能开关配套项目个数 266 个，同比下降 23.1%；配套规模为 15.97 万套，同比下降 37.7%；2023 年精装修市场智能门锁配套项目个数 1274 个，同比下降 17.5%；配套规模为 77.42 万套，同比下降 32.9%。

TOP10 品牌份额超 6 成，头部玩家变化较大：从品牌阵营分析：2023 年精装修市场智能家居系统 TOP10 品牌的市场份额合计为 60.5%，其中，华为排名第一，控客、超级智慧家、睿住智能、海尔等品牌

排名前列。和去年相比，华为、控客进入前三品牌。2023年精装修智能开关市场 TOP10 品牌的市场份额合计为 62.4%，其中 TCL-罗格朗排名第一，华为、西蒙、西门子、控客等品牌排名前列，和去年相比，华为、控客进入前五品牌。2023年精装修智能门锁市场 TOP10 品牌的市场份额合计为 61.4%，其中凯迪仕连续两年排名第一，坚朗海贝斯、耶鲁、名门、飞利浦等品牌排名前列，和去年相比，耶鲁进入前三品牌。可以看出智能家居市场竞争激烈，头部玩家变化较大。

据奥维云网（AVC）预测，2024年市场预计在强政策支持下平稳修复，加上全面限购放开政策利好，预计 2024 年精装市场规模达 95 万套，预测 2024 年智能家居系统、智能开关、智能门锁规模分别达到 23.8 万套、16.2 万套、80.8 万套。随着人们对智能家居的认识不断提高，以及消费者对便捷、舒适和安全的家居环境的需求增加，智能家居市场前景一片光明。

4.3 两会提案 | 全国工商联：分区间适当调整黄金珠宝消费税率

【来源：上海黄金饰品行业协会 2024-03-07】

3月6日，《中国黄金报》记者从全国工商联金银珠宝业商会处获悉，全国工商联金银珠宝业商会提出的《关于调整黄金珠宝税率的提案》喜上两会。

提案建议：按照黄金珠宝零售价分区间适当调整消费税率；建议对单件黄金珠宝零售价三万元以内产品征收 1% 消费税，三万元至十万元产品征收 3% 消费税，对十万元及以上产品保持征收 5% 消费税，工费部分为成本，不征收消费税。

提案指出，近年来受消费市场的影响，民众对黄金珠宝的消费意愿虽然强烈，但消费力在降低，主要体现在客单价降低，总消费金额减少。另一方面，金价上涨较快，造成企业原材料成本不断攀升，加上各种税负，企业的总经营成本越来越高。为了促进消费，企业在销售过程中，不得不采取各种优惠措施和工费减免等办法，企业间竞争激烈，持续压缩利润空间。

全国工商联金银珠宝业商会在实际调研中发现，由于黄金珠宝原料为贵金属，价格透明，以 20 克黄金产品为例测算，扣除原材料和加工成本，再加上各种优惠，企业缴纳各项税后的实际毛利只有两千多元，毛利率不足 15%。另一方面，原材料价格、用工等经营成本都在不断上涨，加上较高的税负，企业利润微乎其微，造成企业经营承压更重。2023 年，“关店潮”现象成行业痛点，企业持续稳定发展受到影响。

我国黄金珠宝企业主要涉及税种包括：进口关税、增值税、消费税，城建税、教育费附加税、印花税、企业所得税等。关税在进口环节征收，税率 8%-13%；增值税在生产和流通环节征收，税率 13%；消费税

在零售环节征收，税率 5%，且消费税按照零售价+工费后的总额计算，由企业缴纳。相比国际其他国家，总体纳税额较高。

全国工商联金银珠宝业商会提出的《关于调整黄金珠宝税率的提案》建议：按照黄金珠宝零售价分区间适当调整消费税率；建议对单件黄金珠宝零售价三万元以内产品征收 1%消费税，三万元至十万元产品征收 3%消费税，对十万元及以上产品保持征收 5%消费税，工费部分为成本，不征收消费税。

提案表示，调整消费税税率后，企业减轻了负担，利润有所增加，可以将更多资金投入研发和创新工作；同时按照价格区间征收消费税，低价低征高价高征，不会影响国家整体税收收入，还会对保增长稳就业，鼓励大众消费，助力企业持续发展，发挥积极的作用。

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

