

纺织服装

行业周报（20240331-20240406）

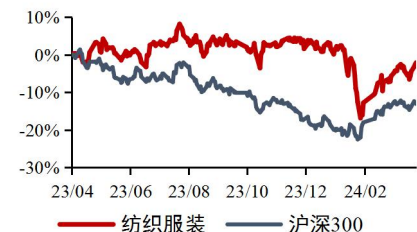
同步大市-A(维持)

2023年迪卡侬集团收入同比增长1.2%，波司登防晒服产品上新

2024年4月8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】运动服饰公司2023年报综述，名创优品chiikawa联名产品开售-【山证轻纺】行业周报2024.4.1

【山证纺织服装】耐克维持FY2024收入指引，名创优品即将上线chiikawa联名产品-【山证轻纺】行业周报2024.3.24

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：波司登2024年夏季防晒服产品全新上市

4月3日，波司登携手权威时尚媒体《时尚芭莎》在上海举办夏季防晒衣新品发布活动，推出“骄阳系列3.0”及“都市轻户外”系列产品，融合先锋SHOWROOM互动体验和专业论坛，探索防晒衣的时尚想象力。根据波司登天猫官方旗舰店，目前夏季防晒衣产品主要包括“都市轻户外”，“骄阳3.0”，“户外露营”三大系列。其中，“骄阳3.0”系列创新灵感调色，以羽毛图案结合晕染笔触描绘成水流、云彩、烟雾形状，不仅赋予设计作品更多的个性化和艺术氛围，紧跟流行的设计风格也为年轻群体提供更多选择。“都市轻户外”系列主要聚焦户外场景，适配骑行、徒步、瑜伽等多种户外及轻运动场景，贴合个性化生活趋势。“户外露营”系列主打防泼水、透气、凉感功能。根据公司2023/2024上半年财年业绩交流会，2023年夏季，公司防晒服产品实现营收约5亿元，较上年同期的约1亿元大幅增长，预计2024年防晒服产品营收有望达到10亿元。

我国防晒衣行业未来预计高单位数复合增长，市场呈现多元化竞争。根据艾瑞咨询《中国防晒衣行业标准白皮书》，2022年，我国防晒服配市场规模为675亿元，预计2026年将达到958亿元，2022-2026年年均复合增速为9.1%。其中，防晒衣占比57.8%，为防晒服配市场的重要组成部分，预计2026年我国防晒衣市场规模将达到554亿元。我国防晒衣市场呈现出多元竞争，形成了以户外生活方式品牌、网红/电商白牌品牌、垂类防晒品牌、传统户外品牌、运动品牌、常服品牌的6大主流类型竞争的局势。其中，23年户外生活方式品牌蕉下在淘系平台的防晒衣市场占有率26.5%。

行业动态：

- 迪卡侬集团发布2023年业绩报告。2023年，迪卡侬集团业绩持续保持增长，收入较2022年增长为1.15%，达156亿欧元。2023年，迪卡侬线上销售额占集团收入的17.4%，较2022年增长0.7%。2023年，迪卡侬集团净利润达9.31亿欧元。2024年3月，迪卡侬宣布全球品牌焕新，推出全新品牌宗旨“Move People Through the Wonders of Sport”，以及全新品牌战略“北极星”，致力于让最广泛的大众可持续地享受运动。基于全新的品牌宗旨，迪卡侬“北极星”战略聚焦三大关键领域，即重塑客户体验、践行可持续发展承诺以及实现企业端到端的现代化。
- 近日，周生生公布了2023年业绩。报告期内公司营业收入同比增长22%至250.1亿港元，股东应占溢利同比增加124%至10.1亿港元，毛利同比增长21.9%至66亿港元。中国内地市场营业收入同比增长15%至158.2亿港元，其中黄金饰品及产品同店销售同比增长21%，镶嵌珠宝同店销售额同比下降23%，钟表同店销售额同比增长9%。香港特区及澳门特区市场营业收入同比增长40%至81.7亿港元。其中黄金饰品及产品同店销售同比增长47%，镶嵌珠宝同店销售额同比增长21%，钟表同店销售额同比增长9%。至报告期末，公司在中国内地的“周生生”门店净增49间至815间，其他品牌门店净增3间至111间；集团在全球门店总数净增55间至1,032间。
- 在2024年全国珠宝玉石首饰行业协（商）会联席会议上，中国珠宝玉石首饰行业协会发布了《2023中国珠宝行业发展报告》。根据中宝协对珠宝行业全品类综合统计，按销售额计算，2023年我国珠宝玉石首饰产业市场规模约8,200亿元，同比增长14%。根据中宝协对珠宝行业全品类综合统计，按销售额计算，2023年各珠宝品类表现各异。其中，黄金产品市场规模约5,180亿元，钻石产品市场规模约为600



亿元，玉石市场约为 1,500 亿元，彩色宝石产品市场约为 310 亿元，珍珠产品市场约为 350 亿元，铂金及白银产品市场约为 70 亿元，流行饰品及其他品类市场共计约 190 亿元。

➤ **行情回顾（2024.04.01-2024.04.05）**

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 2.61%，SW 轻工制造板块上涨 2.91%，沪深 300 上涨 0.86%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 1.75pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 2.05pct。各子板块中，SW 纺织制造上涨 2.92%，SW 服装家纺上涨 2.45%，SW 饰品上涨 2.57%，SW 家居用品上涨 3.66%。截至 4 月 5 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 19.17 倍，为近三年的 59.6%分位；SW 服装家纺的 PE 为 17.71 倍，为近三年的 55.63%分位；SW 饰品的 PE 为 20.93 倍，为近三年的 82.12%分位；SW 家居用品的 PE 为 19.70 倍，为近三年的 11.26%分位。

➤ **投资建议：**

纺织服装：纺织制造板块，1）2024 年 3 月，越南纺织品、鞋类出口金额分别为 26、17 亿美元，同比增长-1.9%、9.7%。2024 年 1-3 月，越南纺织品、鞋类出口金额分别为 77.57、48.48 亿美元，同比增长 7.9%、11.7%。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**。3）我国运动服饰需求韧性强，本土运动品牌库存回归正常水平，零售折扣持续改善有望带动盈利能力回升。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：4 月 3 日，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 537.50 元/克，环比增长 4.2%；2024Q1，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 平均值为 489.18 元/克，同比增长 16.3%。金价持续创新高带动黄金珠宝板块上涨。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 年至今（截至 4 月 6 日），30 大中城市商品房成交 200455 套、成交面积 2191.06 万平方米，同比下降 42.6%、43.8%。2024 年 1-2 月，我国住宅新开工面积 6796 万平方米，同比下降 30.6%，住宅销售面积 9559 万平方米，同比下降 24.8%，住宅竣工面积 7694 万平方米，同比下降 20.2%。关注行业弱市、存量房需求提升背景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：波司登 2024 年夏季防晒服产品全新上市.....	5
2. 本周行情回顾.....	6
2.1 板块行情.....	6
2.2 板块估值.....	7
2.3 公司行情.....	8
3. 行业数据跟踪.....	9
3.1 原材料价格.....	9
3.2 出口数据.....	11
3.3 社零数据.....	12
3.4 房地产数据.....	13
4. 行业新闻.....	15
4.1 迪卡侬集团发布 2023 年业绩报告.....	15
4.2 周生生 2023 年营业收入同比增长 22%.....	15
4.3 劈波斩浪稳健增长，扬长补短向“新”而行——中宝协《2023 中国珠宝行业发展报告》正式发布.....	16
5. 风险提示.....	17

图表目录

图 1：我国防晒服配市场规模及同比增速.....	6
图 2：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	6
图 3：本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	7
图 4：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	7
图 5：本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	7
图 6：本周 SW 轻工制各子板块估值.....	7
图 7：棉花价格（元/吨）.....	9
图 8：中纤板、刨花板价格走势.....	9
图 9：皮革价格走势.....	10

图 10: 美元兑人民币汇率走势.....	10
图 11: 海绵原材料价格走势 (单位: 元/吨)	10
图 12: 金价走势 (单位: 元/克)	10
图 13: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比.....	11
图 14: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	11
图 15: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比.....	11
图 16: 家具及其零件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	11
图 17: 社零及限额以上当月.....	12
图 18: 国内实物商品线上线下增速估计.....	12
图 19: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速.....	12
图 20: 地产相关典型限额以上品类增速.....	12
图 21: 30 大中城市商品房成交套数.....	13
图 22: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)	13
图 23: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	13
图 24: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	13
图 25: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	14
图 26: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	14
图 27: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	14
图 28: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	14
表 1: 波司登夏季防晒服产品.....	5
表 2: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	8
表 3: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	8
表 4: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....	9
表 5: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	9

1. 本周观察：波司登 2024 年夏季防晒服产品全新上市

波司登 2024 年夏季防晒服产品全新上市。4 月 3 日，波司登携手权威时尚媒体《时尚芭莎》在上海举办夏季防晒衣新品发布活动，推出“骄阳系列 3.0”及“都市轻户外”系列产品，融合先锋 SHOWROOM 互动体验和专业论坛，探索防晒衣的时尚想象力。根据波司登天猫官方旗舰店，目前夏季防晒衣产品主要包括“都市轻户外”，“骄阳 3.0”，“户外露营”三大系列。其中，“骄阳 3.0”系列创新灵感调色，以羽毛图案结合晕染笔触描绘成水流、云彩、烟雾形状，不仅赋予设计作品更多的个性化和艺术氛围，紧跟流行的设计风格也为年轻群体提供更多选择。“都市轻户外”系列主要聚焦户外场景，适配骑行、徒步、瑜伽等多种户外及轻运动场景，贴合个性化生活趋势。“户外露营”系列主打防泼水、透气、凉感功能。根据公司 2023/2024 上半财年业绩交流会，2023 年夏季，公司防晒服产品实现营收约 5 亿元，较上年同期的约 1 亿元大幅增长，预计 2024 年防晒服产品营收有望达到 10 亿元。

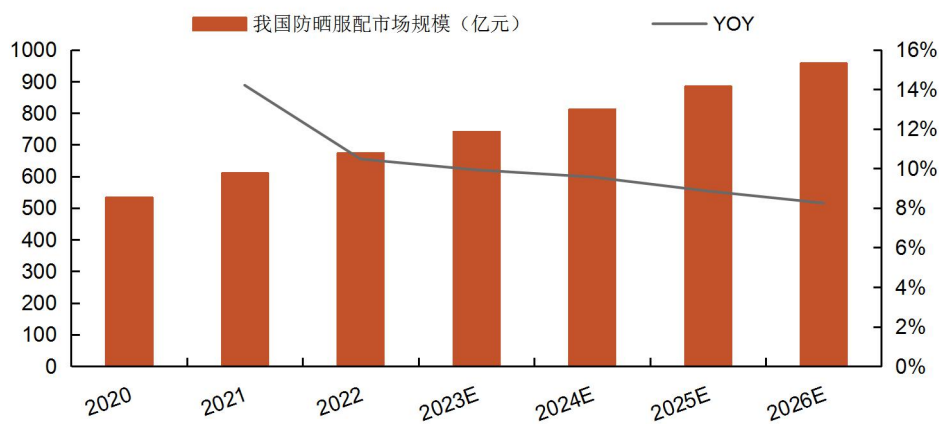
表 1：波司登夏季防晒服产品

系列	防晒工艺	UPF	透气率	凉感指数	吊牌价区间	图示
都市轻户外	原纱防晒	100+	665mm/s	0.25J/(cm ² •s)	299-399	
都市轻户外 (轻风)	原纱防晒	80+	40mm/s	0.21J/(cm ² •s)	599-699	
骄阳 3.0	原纱防晒	100+	665mm/s	0.25J/(cm ² •s)	299-699	
户外露营	原纱防晒	100+	45.7mm/s	0.21J/(cm ² •s)	499-599	

资料来源：波司登天猫官方旗舰店，山西证券研究所

我国防晒衣行业未来预计高单位数复合增长，市场呈现多元化竞争。根据艾瑞咨询《中国防晒衣行业标准白皮书》，2022年，我国防晒服配市场规模为675亿元，预计2026年将达到958亿元，2022-2026年年均复合增速为9.1%。其中，防晒衣占比57.8%，为防晒服配市场的重要组出部分，预计2026年我国防晒衣市场规模将达到554亿元。我国防晒衣市场呈现出多元竞争，形成了以户外生活方式品牌、网红/电商白牌品牌、垂类防晒品牌、传统户外品牌、运动品牌、常服品牌的6大主流类型竞争的局势。其中，23年户外生活方式品牌蕉下在淘系平台的防晒衣市场占有率26.5%。

图1：我国防晒服配市场规模及同比增速



资料来源：艾瑞咨询《中国防晒衣行业标准白皮书》，山西证券研究所

2.本周行情回顾

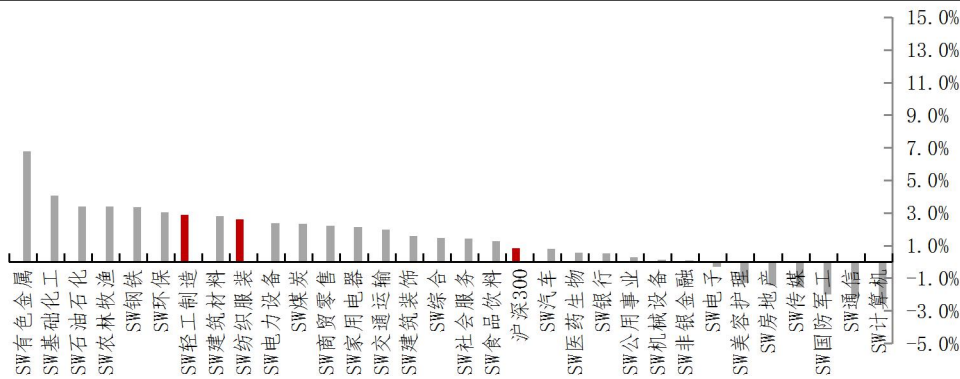
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块上涨 2.61%，SW 轻工制造板块上涨 2.91%，沪深 300 上涨 0.86%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 1.75pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 2.05pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造上涨 2.92%，SW 服装家纺上涨 2.45%，SW 饰品上涨 2.57%。

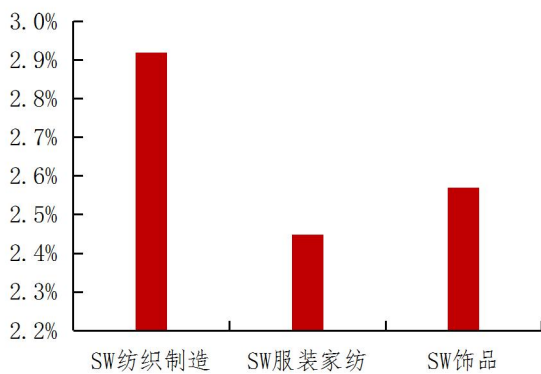
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸上涨 2.79%，SW 文娱用品上涨 3.23%，SW 家居用品上涨 3.66%，SW 包装印刷上涨 1.8%。

图2：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



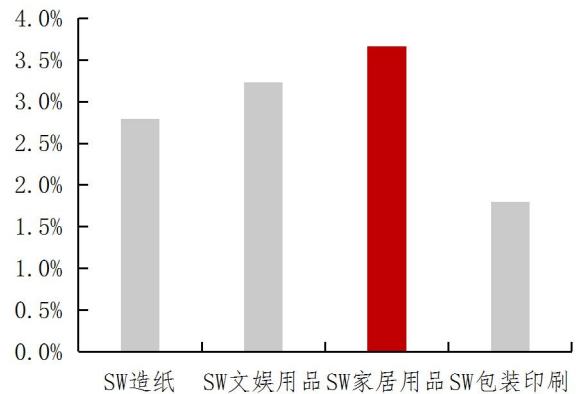
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 3: 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 4: 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 4 月 5 日, SW 纺织制造的 PE (TTM 剔除负值, 下同) 为 19.17 倍, 为近三年的 59.6%分位; SW 服装家纺的 PE 为 17.71 倍, 为近三年的 55.63%分位; SW 饰品的 PE 为 20.93 倍, 为近三年的 82.12%分位。

截至 4 月 5 日, SW 家居用品的 PE 为 19.70 倍, 为近三年的 11.26%分位。

图 5: 本周 SW 纺织服装各子板块估值

图 6: 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：莱绅通灵（+33.2%）、萃华珠宝（+18.41%）、华茂股份（+17.09%）、ST 雪发（+14.18%）、迪阿股份（+13.74%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：*ST 新纺（-6.93%）、ST 摩登（-5.88%）、中胤时尚（-5.76%）、欣龙控股（-5.02%）、浙文影业（-2.89%）。

表 2：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)
603900.SH	莱绅通灵	33.20	6.78
002731.SZ	萃华珠宝	18.41	11.77
000850.SZ	华茂股份	17.09	4.11
002485.SZ	ST 雪发	14.18	3.14
301177.SZ	迪阿股份	13.74	27.90

资料来源：Wind，山西证券研究所

表 3：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)
002087.SZ	*ST 新纺	-6.93	0.94
002656.SZ	ST 摩登	-5.88	1.60
300901.SZ	中胤时尚	-5.76	8.18
000955.SZ	欣龙控股	-5.02	5.30
601599.SH	浙文影业	-2.89	3.70

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：建霖家居（+14.87%）、恒林股份（+13.95%）、曲美家居（+13.87%）、匠心家居（+12.53%）、玉马遮阳（+12.21%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：亚振家居（-24.9%）、爱丽家居（-22.27%）、美之高（-3.44%）、顶固集创（-2.77%）、茶花股份（-2.56%）。

表 4：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)
603408.SH	建霖家居	14.87	14.68
603661.SH	恒林股份	13.95	46.32
603818.SH	曲美家居	13.87	4.35
301061.SZ	匠心家居	12.53	66.66
300993.SZ	玉马遮阳	12.21	12.50

资料来源：Wind，山西证券研究所

表 5：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)
603389.SH	亚振家居	-24.90	5.58
603221.SH	爱丽家居	-22.27	10.02
834765.BJ	美之高	-3.44	6.74
300749.SZ	顶固集创	-2.77	7.03
603615.SH	茶花股份	-2.56	18.67

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 4 月 3 日，中国棉花 328 价格指数为 17182 元/吨，环比增长 1.0%，截至 4 月 5 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 16150 元/吨，环比下降 3.2%。

2) 金价：截至 4 月 3 日，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 537.50 元/克，环比增长 4.2%。

- 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。

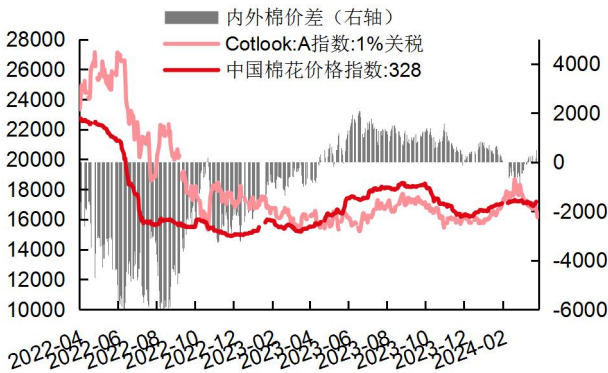
2) 皮革：截至 2023 年 12 月 29 日，海宁皮革:价格指数:总类为 72.62。

3) 海绵：截至 4 月 3 日，华东地区 TDI 主流价格为 15500 元/吨，华东地区纯 MDI 主流价格为 19200 元/吨，环比下降 3.7%、1.0%。

- 汇率：截至 3 月 29 日，美元兑人民币（中间价）为 7.0949，环比持平。

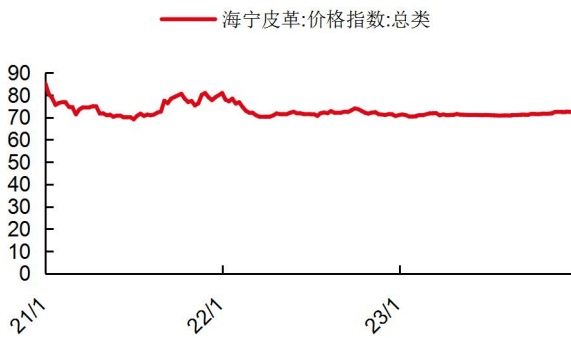
图 7：棉花价格（元/吨）

图 8：中纤板、刨花板价格走势



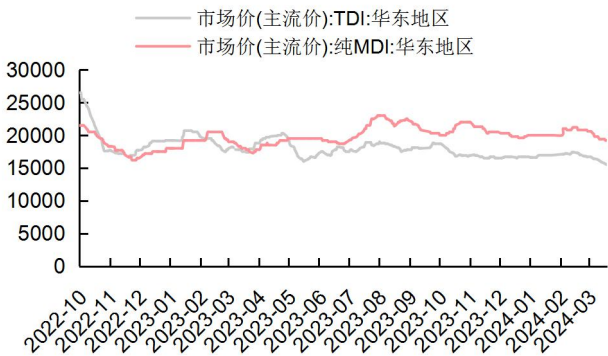
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 9: 皮革价格走势

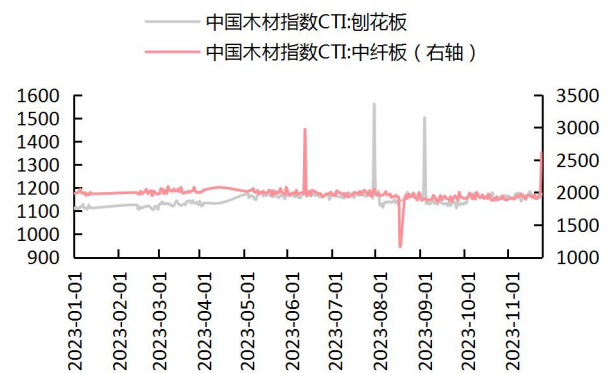


资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 11: 海绵原材料价格走势 (单位: 元/吨)

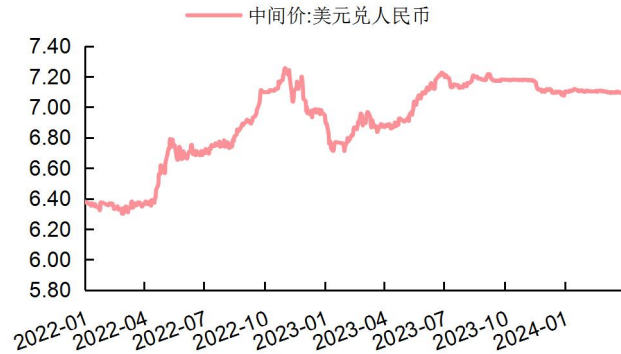


资料来源: Wind, 山西证券研究所



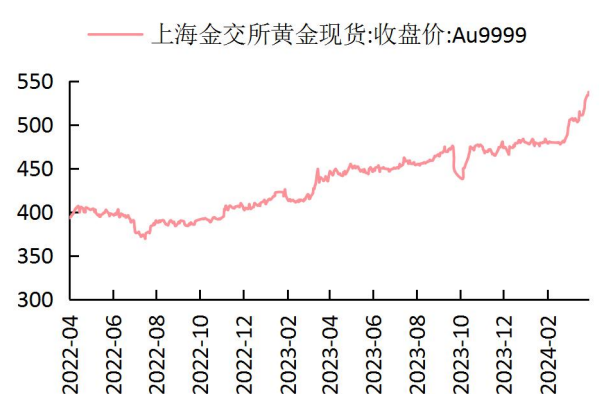
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 10: 美元兑人民币汇率走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 12: 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

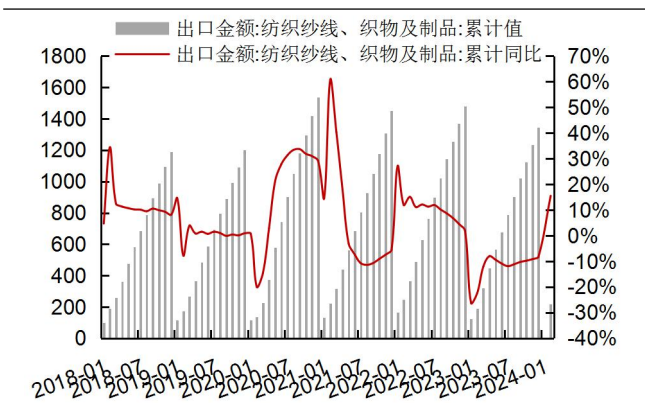
资料来源：Wind，山西证券研究所

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。

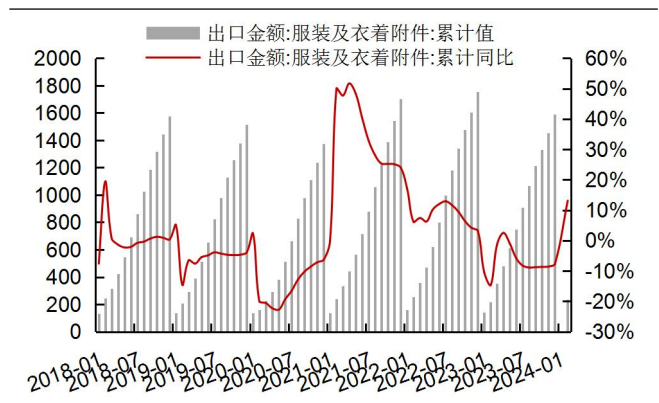
家具及其零件：2024年1-2月，家具及其零件出口119.16亿美元，同比增长28.7%。

图 13：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 14：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 15：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比

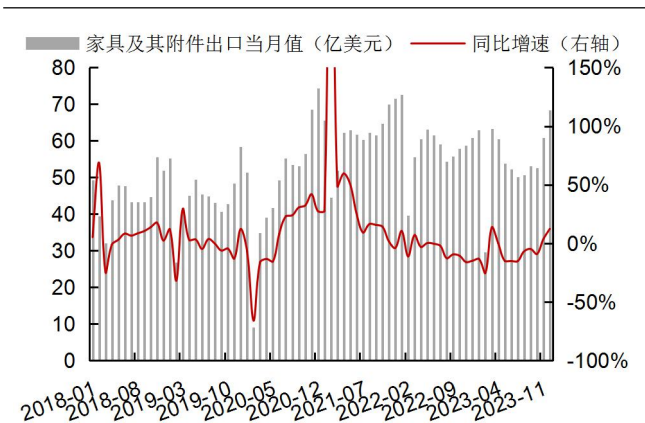
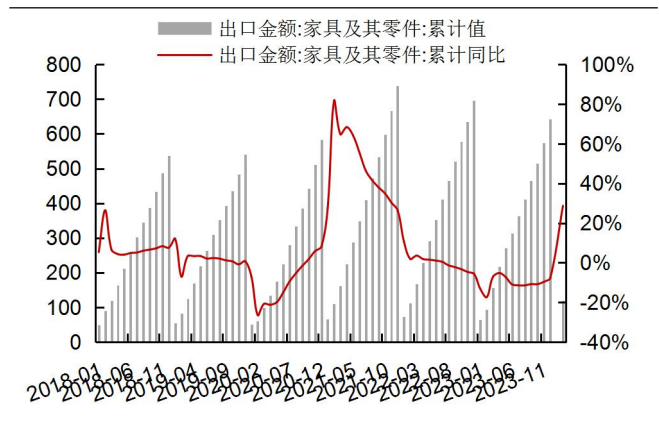


图 16：家具及其零件累计值（亿美元）及累计同比



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

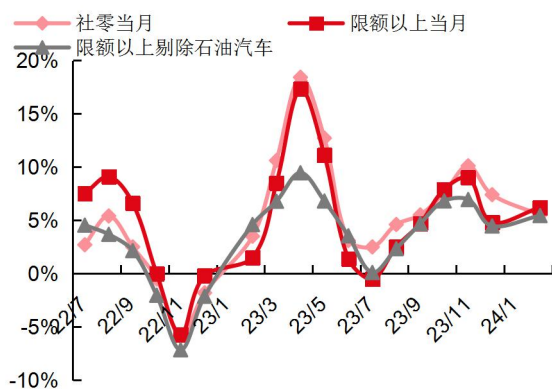
3.3 社零数据

2024年1-2月，国内实现社零总额8.13万亿元，同比增长5.5%，表现略优于市场一致预期（根据Wind，2024年1-2月社零当月同比增速预测平均值为+5.41%）。

线上渠道，2024年1-2月，实物商品网上零售额为18206亿元，同比增长14.4%，实物商品网上零售额占商品零售比重为25.3%。2024年1-2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26.1%、17.8%、10.8%。根据商务大数据对重点电商平台监测，“2024全国网上年货节”期间，全国网络零售额达11860.2亿元，较去年年货节日均增长9%。线下渠道，2024年1-2月，实物商品线下零售额（商品零售额-实物商品网上零售额）约为5.36万亿元，同比增长4.8%。按零售业态分，2024年1-2月，限额以上专业店、便利店、品牌专卖店、超市、百货店零售额同比分别增长7.8%、5.8%、4.2%、0.9%、-3.0%。

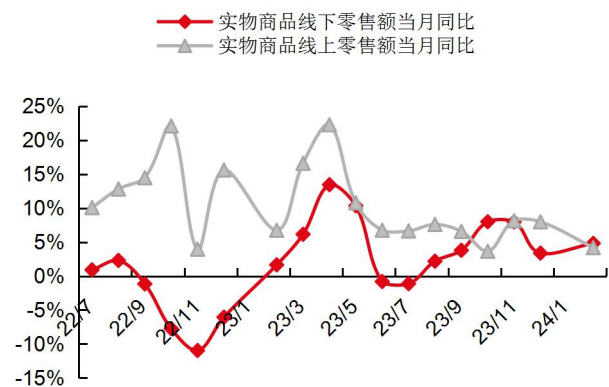
2024年1-2月，限上化妆品同比增长4.0%，限上金银珠宝同比增长5.0%，限上纺织服装同比增长1.9%，限上体育/娱乐用品同比增长11.3%，地产相关消费品家具类社零同比增长4.6%。

图 17：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 18：国内实物商品线上线下增速估计

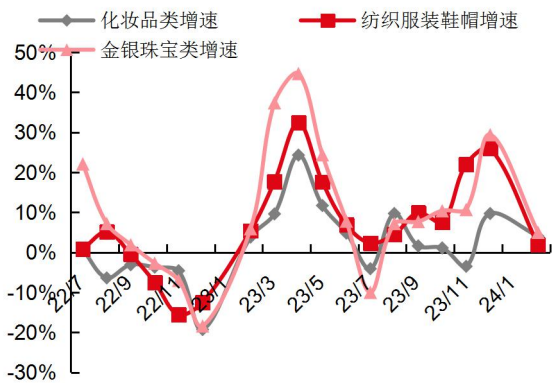


资料来源：国家统计局，山西证券研究所

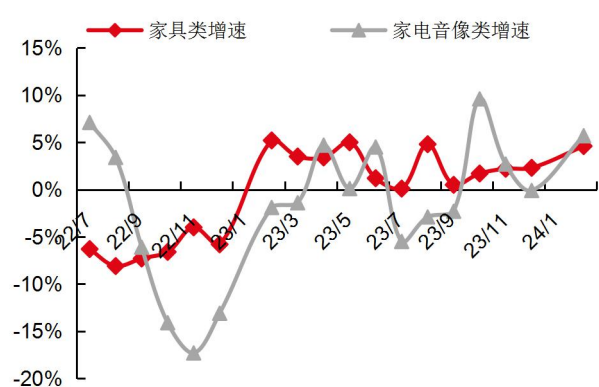
注：实物商品线下零售额=商品零售额-实物商品网上零售。

图 19：偏向可选消费品的典型限额以上品类增速

图 20：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



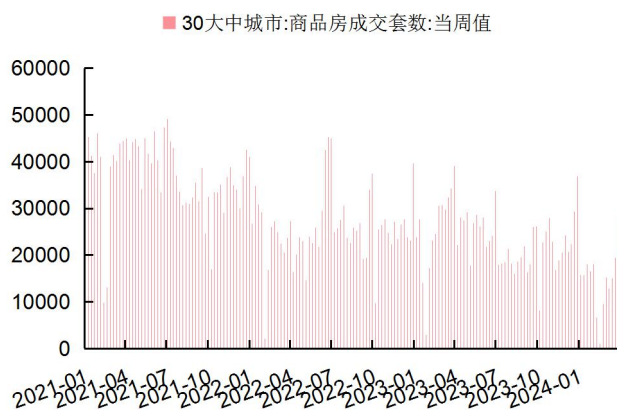
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

3.4 房地产数据

本周(2024年3月31日-2024年4月6日), 30大中城市商品房成交 11899套、成交面积 133.78万平方米, 较上周环比分别下降 55.35%、57.41%。2024年至今(截至4月6日), 30大中城市商品房成交 200455套、成交面积 2191.06万平方米, 同比下降 42.6%、43.8%。

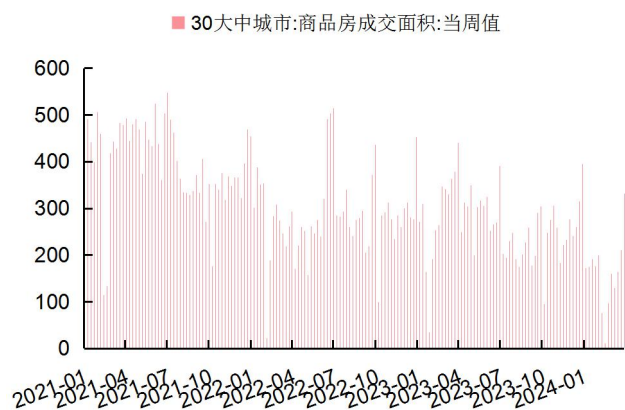
2024年1-2月, 我国住宅新开工面积 6796万平方米, 同比下降 30.6%, 住宅销售面积 9559万平方米, 同比下降 24.8%, 住宅竣工面积 7694万平方米, 同比下降 20.2%。

图 21: 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

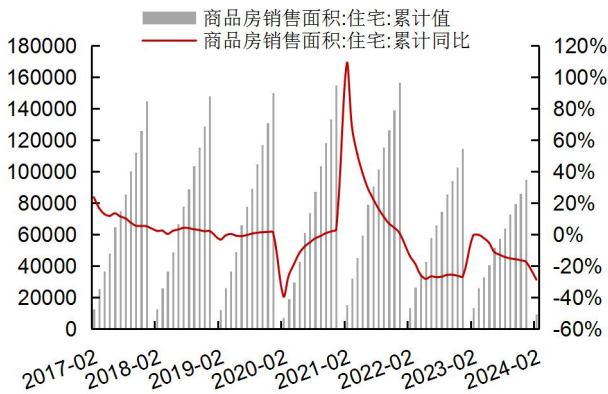
图 22: 30 大中城市商品房成交面积(单位: 万平方米)



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

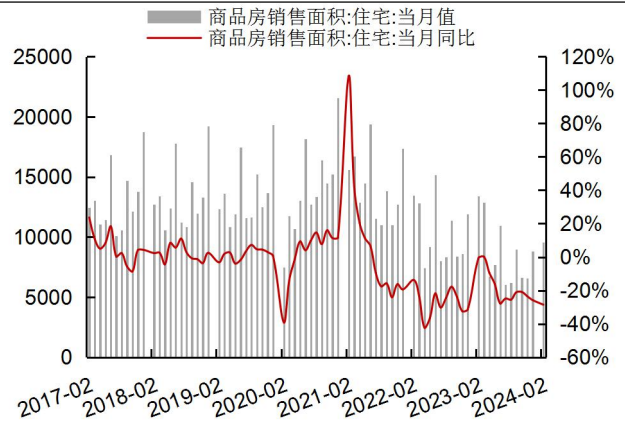
图 23: 商品房销售面积累计值(万平方米)及累计同比

图 24: 商品房销售面积当月值(万平方米)及当月同比



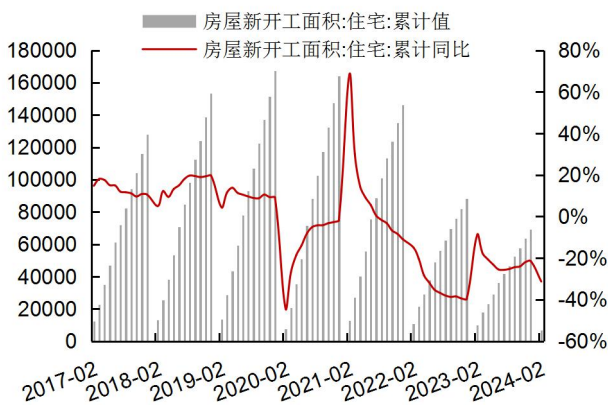
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 25：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比



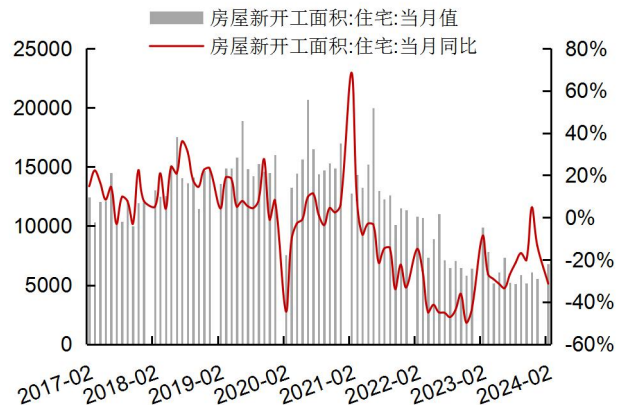
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 26：商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比



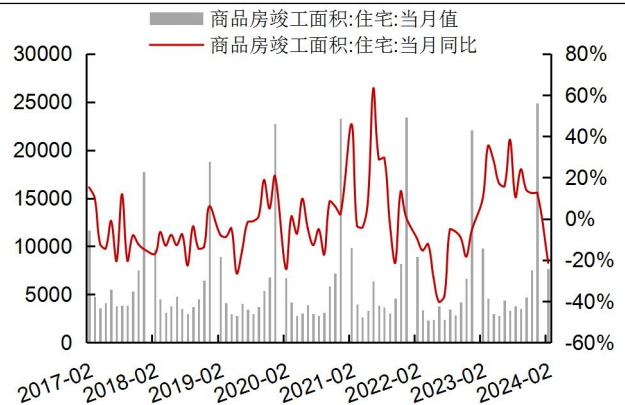
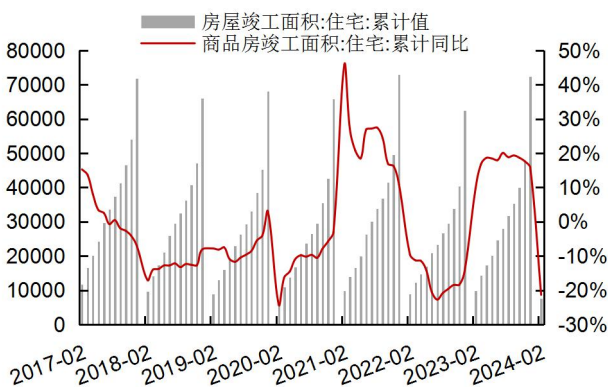
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 27：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 迪卡侬集团发布 2023 年业绩报告

【来源：迪卡侬集团咨询中心 Daily2024-04-04】

2023 年是迪卡侬集团的关键之年，为未来长足发展奠定了坚实基础。由于持续的高通胀、地缘政治等不稳定因素，导致全球消费者支出行为放缓。尽管如此，迪卡侬 2023 年业绩表现依然强劲，同时进一步加快了为人类和地球带来积极影响的行动步伐。

迪卡侬全球首席执行官 Barbara Martin Coppola 表示：“2023 年，全球企业都面临着前所未有的市场环境挑战。在迪卡侬，我们选择于这一时刻进行品牌升级，为未来长远发展奠定坚实基础。我十分欣喜地看到我们已取得的成绩，这正是我们团队成员敬业奉献与坚定承诺的有力证明。在保持业绩增长的同时，我们的碳排放量已经大幅减少，对此我深感自豪。践行可持续发展是迪卡侬的首要任务之一，也是我们致力于保护地球运动场的重要一环。2024 年，随着全新品牌形象及战略目标的推出，迪卡侬步入高质量发展阶段，旨在通过 Move People Through the Wonders of Sport 的品牌宗旨，构建一个更快乐、更健康的社会。”

2023 年，迪卡侬集团业绩持续保持增长，收入较 2022 年增长为 1.15%，达 156 亿欧元。

2023 年，迪卡侬线上销售额占集团收入的 17.4%，较 2022 年增长 0.7%。

2023 年，迪卡侬集团净利润达 9.31 亿欧元。

2024 年 3 月，迪卡侬宣布全球品牌焕新，推出全新品牌宗旨“Move People Through the Wonders of Sport”，以及全新品牌战略“北极星”，致力于让最广泛的大众可持续地享受运动。

基于全新的品牌宗旨，迪卡侬“北极星”战略聚焦三大关键领域，即重塑客户体验、践行可持续发展承诺以及实现企业端到端的现代化。

作为品牌焕新的一部分，迪卡侬集团还发布了包含“轨道”形标志的全新品牌形象，彰显品牌活力与前瞻性视野。

4.2 周生生 2023 年营业收入同比增长 22%

【来源：上海黄金饰品行业协会 2024-04-07】

近日，周生生公布了2023年业绩。报告期内公司营业收入同比增长22%至250.1亿港元，股东应占溢利同比增加124%至10.1亿港元，毛利同比增长21.9%至66亿港元。

中国内地市场营业收入同比增长15%至158.2亿港元，其中黄金饰品及产品同店销售同比增长21%，镶嵌珠宝同店销售额同比下降23%，钟表同店销售额同比增长9%。

香港特区及澳门特区市场营业收入同比增长40%至81.7亿港元。其中黄金饰品及产品同店销售同比增长47%，镶嵌珠宝同店销售额同比增长21%，钟表同店销售额同比增长9%。

至报告期末，公司在中国内地的“周生生”门店净增49间至815间，其他品牌门店净增3间至111间；集团在全球门店总数净增55间至1,032间。

4.3 劈波斩浪稳健增长，扬长补短向“新”而行——中宝协《2023中国珠宝行业发展报告》正式发布

【来源：中国珠宝玉石首饰行业协会 2024-03-25】

3月20日，在2024年全国珠宝玉石首饰行业协（商）会联席会议上，中国珠宝玉石首饰行业协会（以下简称：“中宝协”）发布了《2023中国珠宝行业发展报告》（以下简称：“《报告》”）。《报告》显示，2023年中国珠宝首饰市场总规模突破8,000亿元大关，面对市场较为剧烈的振荡，我国珠宝行业经受住了大风大浪的严峻考验，高质量发展进入了行稳致远的新航程。

《报告》引用国家统计局的数据与中宝协自主采集的数据进行综合分析。国家统计局数据显示，限额以上单位金银珠宝类零售额3,310亿元，同比增长13.3%，零售额创历史新高，远高于社会消费品零售总额7.2%的平均水平，该增速居于近10年来第二位，仅次于2021年29.8%的增速。根据中宝协对珠宝行业全品类综合统计，按销售额计算，2023年我国珠宝玉石首饰产业市场规模约8,200亿元，同比增长14%。

根据中宝协对珠宝行业全品类综合统计，按销售额计算，2023年各珠宝品类表现各异。其中，黄金产品市场规模约5,180亿元，钻石产品市场规模约为600亿元，玉石市场约为1,500亿元，彩色宝石产品市场约为310亿元，珍珠产品市场约为350亿元，铂金及白银产品市场约为70亿元，流行饰品及其他品类市场共计约190亿元。

2023年，我国珠宝电商销售额约为3,398亿元，同比增长40.3%。国家统计局数据显示，2023年全国网上零售额达15.4万亿元，同比增长11%。在中华人民共和国商务部重点监测的18类商品中，2023年有6类商品零售额增速超过两位数，其中金银珠宝类商品以40.3%的增速领先于其他商品。

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

