

## 纺织服装

行业周报（20240630-20240706）

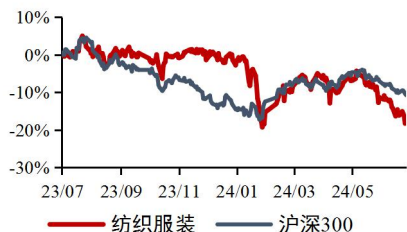
同步大市-A(维持)

2024H1 越南鞋类出口同比增长 10%，配售不改波司登长期经营趋势

2024 年 7 月 8 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：耐克 FY2024Q4 季度业绩

耐克披露 FY24Q4（截至 2024 年 5 月 31 日止前三个月）季度业绩及 FY2024 全年业绩。FY24Q4，公司实现营收 126.06 亿美元，同比下降 2%，剔除汇率影响，同比持平；实现净利润 15.00 亿美元，同比增长 45%；基本每股收益 0.99 美元，同比增长 48%。FY2024，公司实现营收 513.62 亿美元，同比持平，剔除汇率影响，同比增长 1%；实现净利润 57.00 亿美元，同比增长 12%；基本每股收益 3.76 美元，同比增长 15%。

分品牌看，FY24Q4，耐克品牌实现收入 121.49 亿美元，同比下降 1%；剔除汇率影响，同比增长 1%，其中耐克品牌于大中华区、APLA 区域、EMEA 区域营收同比增长 7%、4%、1%，北美区域营收同比下滑 1%。匡威品牌实现收入 4.80 亿美元，同比下降 18%，剔除汇率影响，同比下降 17%。FY2024，耐克品牌实现收入 493.22 亿美元，同比增长 1%；剔除汇率影响，同比增长 1%，其中耐克品牌于大中华区、APLA 区域、EMEA 区域营收同比增长 8%、5%、0%，北美区域营收同比下滑 1%。匡威品牌实现收入 20.82 亿美元，同比下降 14%，剔除汇率影响，同比下降 15%。

分渠道看，FY24Q4，耐克品牌直营渠道实现营收 51 亿美元，剔除汇率影响，同比下降 7%，其中 NIKE Digital 营收同比下降 10%，耐克门店营收同比下降 2%。批发渠道实现营收 71 亿美元，剔除汇率影响，同比增长 8%。

分品类看，FY24Q4，耐克品牌鞋履、服装、配饰产品分别实现营收 82.37、33.23、5.78 亿美元，剔除汇率影响下，同比增长-2%、4%、35%。FY2024，耐克品牌鞋履、服装、配饰产品分别实现营收 334.27、137.75、20.75 亿美元，剔除汇率影响，同比增长 1%、0%、20%。

盈利能力方面，FY24Q4，毛利率同比提升 1.1pct 至 44.7%，FY2024，毛利率同比提升 1.1pct 至 44.6%。FY24Q4，SG&A%为 32.4%，同比下滑 1.7pct，FY2024，SG&A%为 32.3%，同比提升 0.3pct。

存货方面，截至 FY24Q4 末，存货为 75.19 亿美元，同比下降 11.0%。

展望 FY2025，公司预计 FY2025 收入同比下降中单位数，预计 FY2025H1 收入同比下降高单位数，预计 FY2025Q1 收入同比下降 10%。

### 行业动态：

1) 6 月 27 日，瑞典快时尚巨头 H&M 集团发布了截至 5 月 31 日的 2024 财年第二季度及上半年关键业绩数据：季度净销售额同比增长 3.5%至 596.05 亿瑞典克朗（按当地货币计算：+3%），营业利润为 71 亿瑞典克朗，高于去年同期的 47.4 亿，但低于 LSEG 分析师调查的平均预测值 73.7 亿。2024 上半财年，净销售额同比增长 0.7%至 1132.74 亿瑞典克朗。H&M 集团首席执行官 Daniel Ervér 表示：“我们在第二季度取得了多年来最好的业绩，再次展示了 H&M 集团的实力和稳健的财务状况，现金流强劲，盈利能力和销售额也有所提高。我们现在正在进一步提高我们的目标，以加强品牌、客户服务和购物体验。下半年，我们将以客户为中心，以忠诚的同事为

来源：最闻，山西证券研究所

### 相关报告：

【山证纺织服装】制造订单强恢复，品牌消费弱复苏-【山证纺服】行业中期策略 2024.6.28

【山证纺织服装】5 月化妆品/纺织服装增速转正，体育娱乐品类景气延续-【山证轻纺】5 月社零数据点评 2024.6.17

### 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



- 中心，加快投资步伐，我们看到了持续盈利、长期和可持续增长的良好条件。”
- 2) **NITORI 宜得利家居在中国大陆的第 100 家门店——重庆龙湖云领天街店正式开业。**该店拥有近 1200 平方卖场面积，沙发、橱柜、床等大型家具，餐厨具，床上用品，窗帘等家居用品，可一站式便利购物。本次新店开业，是对中国西南地区的扩张布局。2023 年 1 月，宜得利家居在重庆开设第一家门店，本次又有两家新店在重庆同时开业，分别是重庆龙湖云领天街店、重庆龙湖源著天街店。至此宜得利家居在中国内地的门店总数达到 100 家，其中西南地区重庆 6 家，成都 6 家。Nitori 集团董事副社长发表讲话，他表示，今年是 NITORI 自 2014 年在中国大陆开设第一家店铺以来的第 10 年，我们很高兴能在重庆这片土地上迎来第 100 家店铺。NITORI 的企业理念是“将缤纷的居家环境呈献给世界上的每一个人”。作为长期目标，我们计划到 2032 年实现全球 4000 家店铺，总销售额达到 3 兆日元（约合 1349.25 亿元人民币）。中国大陆的 100 家店铺是一个重要节点，也是实现业务扩大飞跃的第一步。
  - 3) **lululemon 在华北地区的最大门店——北京三里屯店，近日焕新启幕。**作为品牌在北京社区扎根历史最悠久的门店，新店迁址三里屯太古里南区，提供瑜伽、跑步、训练、日常出型等全系列产品 and 特色服务体验。据悉，全新升级的 lululemon 北京三里屯店是一个拥有三层空间的沿街大店，设计理念始于品牌的运动 DNA。玻璃外墙交叠流线型格栅，打造随着视角变化而变幻的光影效果，富有力量和韵律感。店内延续品牌一贯的暖白色和原木作为主色调，搭配水磨石和橡木元素，三楼更创新性引入天光照明装置，营造清新自然的空間。

➤ **行情回顾（2024.07.01-2024.07.05）**

**本周纺织服装板块跑输大盘、家居用品板块跑输大盘：**本周，SW 纺织服装板块下跌 1.34%，SW 轻工制造板块下跌 1.39%，沪深 300 下跌 0.88%，纺织服装板块落后大盘 0.46pct，轻工制造板块落后大盘 0.51pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 1.3%，SW 服装家纺下跌 2.53%，SW 饰品上涨 1.69%，SW 家居用品下跌 3.26%。截至 7 月 5 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.49 倍，为近三年的 35.1%分位；SW 服装家纺的 PE 为 15.21 倍，为近三年的 27.81%分位；SW 饰品的 PE 为 13.87 倍，为近三年的 3.97%分位；SW 家居用品的 PE 为 16.08 倍，为近三年的 0%分位。

➤ **投资建议：**

（一）**建议积极关注板块高股息率公司。**我国品牌服饰行业发展成熟，资本开支有限，自由现金流充裕，行业内公司股息率普遍较高，建议积极关注基本面稳健的高股息率公司配置价值，海澜之家、富安娜、百隆东方、森马服饰、水星家纺等。

（二）**继续推荐中游纺织制造龙头。**2024 年上半年，越南纺织品、鞋类出口金额分别为 162.82、108.40 亿美元，累计同比增长 3.06%、10.04%。海外纺织库存及主要国际运动品牌目前库存处于可控状态，品牌后续销售展望稳健增长。看好在核心客户供应链中地位稳固、份额持续提升，新客户拓展取得积极成果的中游纺织制造龙头，推荐华利集团、申洲国际、伟星股份，建议关注南山智尚、健盛集团、浙江自然。

（三）**看好下半年运动服饰景气持续。**2024 年初至今，体育娱乐品类社零在上年同期高基数情况下，持续快速增长，需求韧性较强，伴随奥运催化，运动服饰景气有望持续。推荐 361 度、波司登、安踏体育，建议关注李宁。本周，波司登公告集团创办人、董事局主席及控股股东高德康先生设立的信托间接全资拥有的盈新国际投资，拟按每股 4.31 港元的价格配售 4 亿股公司股份。我们认为此次配售事件对公司基本面无影响。公司经营扎实，有望凭借品牌势能持续提升、产品品类延申、渠道精细化运营，在 24 财年高基数基础上，继续实现稳健高质量增长。

（四）**关注金价变化及黄金珠宝终端消费。**继续跟踪金价变化及终端黄金珠宝销售情况。看好头部黄金珠宝公司品牌势能提升及渠道开拓能力，建议关注老凤祥、菜百股份、周大生、潮宏基。

➤ **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：Nike 发布 FY24Q4 季度业绩.....	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 H&M 集团上半财年销售同比增长 0.7%，下半年计划提供更多折扣以“激活客户”.....	17
4.2 日本宜得利家居中国大陆第 100 家门店开业！.....	18
4.3 lululemon 华北最大门店落地北京三里屯.....	19
5. 风险提示.....	20

## 图表目录

图 1：耐克营收及同比增速.....	7
图 2：耐克净利润及同比增速.....	7
图 3：耐克毛利率及净利率.....	8
图 4：耐克期间费用率（SG&A 占收入比重）.....	8
图 5：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	9
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) .....	12
图 11: 中纤板、刨花板价格走势.....	12
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.....	15
图 25: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米) .....	15
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.....	11

表 4: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....11

## 1. 本周观察：Nike 发布 FY24Q4 季度业绩

耐克披露 FY24Q4（截至 2024 年 5 月 31 日止前三个月）季度业绩及 FY2024 全年业绩。FY24Q4，公司实现营收 126.06 亿美元，同比下降 2%，剔除汇率影响，同比持平；实现净利润 15.00 亿美元，同比增长 45%；基本每股收益 0.99 美元，同比增长 48%。FY2024，公司实现营收 513.62 亿美元，同比持平，剔除汇率影响，同比增长 1%；实现净利润 57.00 亿美元，同比增长 12%；基本每股收益 3.76 美元，同比增长 15%。

分品牌看，FY24Q4，耐克品牌实现收入 121.49 亿美元，同比下降 1%；剔除汇率影响，同比增长 1%，其中耐克品牌于大中华区、APLA 区域、EMEA 区域营收同比增长 7%、4%、1%，北美区域营收同比下滑 1%。匡威品牌实现收入 4.80 亿美元，同比下降 18%，剔除汇率影响，同比下降 17%。FY2024，耐克品牌实现收入 493.22 亿美元，同比增长 1%；剔除汇率影响，同比增长 1%，其中耐克品牌于大中华区、APLA 区域、EMEA 区域营收同比增长 8%、5%、0%，北美区域营收同比下滑 1%。匡威品牌实现收入 20.82 亿美元，同比下降 14%，剔除汇率影响，同比下降 15%。

分渠道看，FY24Q4，耐克品牌直营渠道实现营收 51 亿美元，剔除汇率影响，同比下降 7%，其中 NIKE Digital 营收同比下降 10%，耐克门店营收同比下降 2%。批发渠道实现营收 71 亿美元，剔除汇率影响，同比增长 8%。

分品类看，FY24Q4，耐克品牌鞋履、服装、配饰产品分别实现营收 82.37、33.23、5.78 亿美元，剔除汇率影响下，同比增长-2%、4%、35%。FY2024，耐克品牌鞋履、服装、配饰产品分别实现营收 334.27、137.75、20.75 亿美元，剔除汇率影响，同比增长 1%、0%、20%。

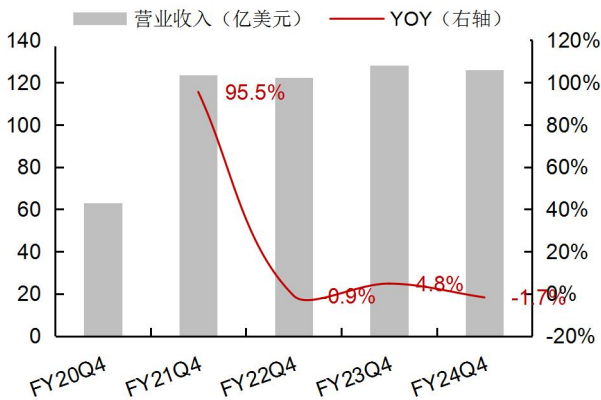
盈利能力方面，FY24Q4，毛利率同比提升 1.1pct 至 44.7%，FY2024，毛利率同比提升 1.1pct 至 44.6%。FY24Q4，SG&A%为 32.4%，同比下滑 1.7pct，FY2024，SG&A%为 32.3%，同比提升 0.3pct。

存货方面，截至 FY24Q4 末，存货为 75.19 亿美元，同比下降 11.0%。

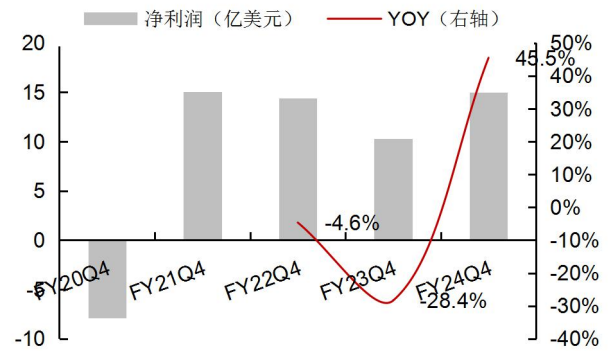
展望 FY2025，公司预计 FY2025 收入同比下降中单位数，预计 FY2025H1 收入同比下降高单位数，预计 FY2025Q1 收入同比下降 10%。

图 1：耐克营收及同比增速

图 2：耐克净利润及同比增速

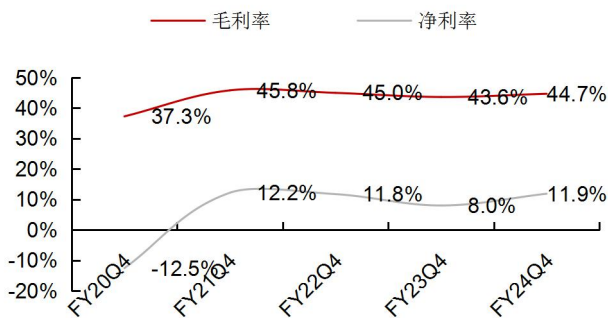


资料来源: Wind, 山西证券研究所



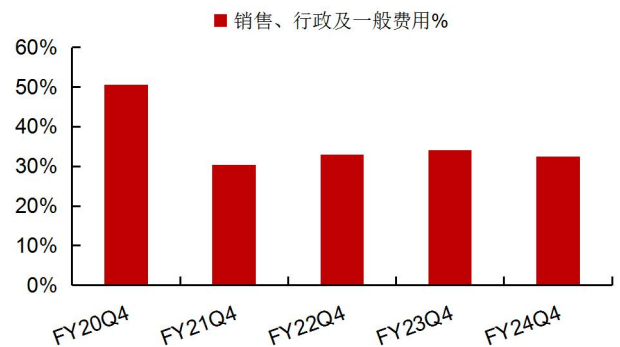
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 3: 耐克毛利率及净利率



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 4: 耐克期间费用率 (SG&A 占收入比重)



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 纺织服饰板块下跌 1.34%, SW 轻工制造板块下跌 1.39%, 沪深 300 下跌 0.88%, 纺织服饰板块落后大盘 0.46pct, 轻工制造板块落后大盘 0.51pct。

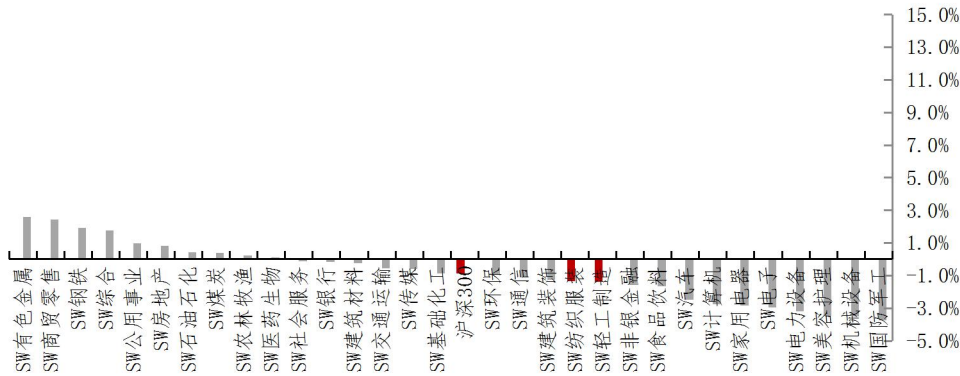
SW 纺织服饰各子板块中, SW 纺织制造下跌 1.3%, SW 服装家纺下跌 2.53%, SW 饰品上涨 1.69%。

SW 轻工制造各子板块中, SW 造纸上涨 1.16%, SW 文娱用品下跌 1.79%, SW 家居用品下跌 3.26%,



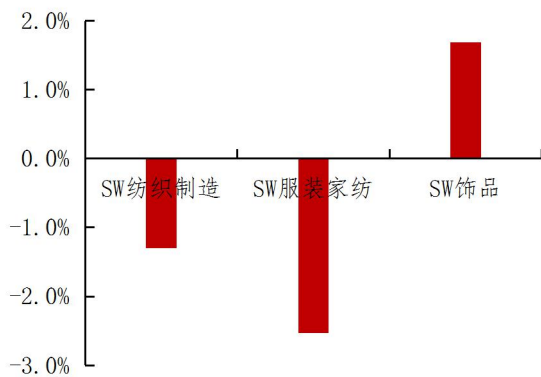
SW 包装印刷下跌 0.81%。

图 5：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



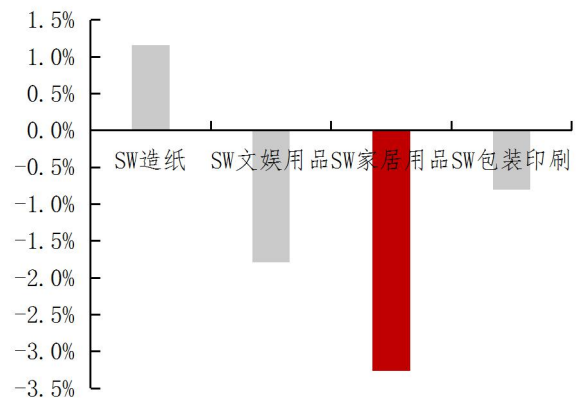
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 6：本周 SW 纺织服装各子板块涨跌幅



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

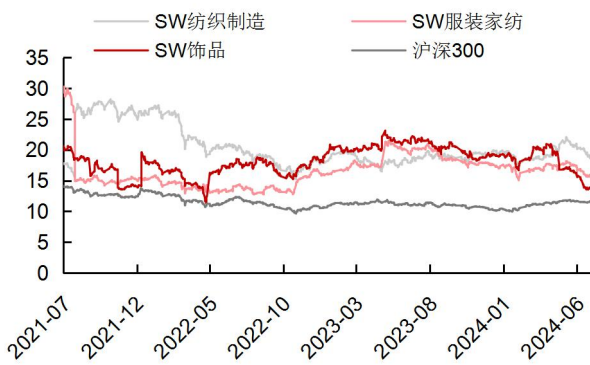
## 2.2 板块估值

截至 7 月 5 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.49 倍，为近三年的 35.1%分位；SW 服装家纺的 PE 为 15.21 倍，为近三年的 27.81%分位；SW 饰品的 PE 为 13.87 倍，为近三年的 3.97%分位。

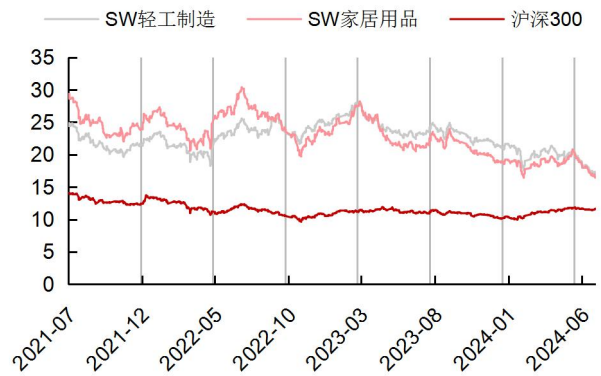
截至 7 月 5 日，SW 家居用品的 PE 为 16.08 倍，为近三年的 0%分位。

图 8：本周 SW 纺织服装各子板块估值

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



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：本周涨幅前 5 的公司分别为：ST 摩登 (+17.65%)、中胤时尚 (+8.9%)、如意集团 (+8.63%)、美邦服饰 (+6.93%)、深中华 A (+6.39%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：报喜鸟 (-12.13%)、南山智尚 (-11.01%)、莱绅通灵 (-9.42%)、安奈儿 (-7.71%)、鲁泰 A (-7.55%)。

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)
002656.SZ	ST 摩登	17.65	1.00
300901.SZ	中胤时尚	8.90	9.18
002193.SZ	如意集团	8.63	3.02
002269.SZ	美邦服饰	6.93	1.08
000017.SZ	深中华 A	6.39	6.33

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)
002154.SZ	报喜鸟	-12.13	4.78
300918.SZ	南山智尚	-11.01	8.49
603900.SH	莱绅通灵	-9.42	5.00
002875.SZ	安奈儿	-7.71	10.18
000726.SZ	鲁泰 A	-7.55	6.12

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：皮阿诺 (+17.9%)、茶花股份 (+13.68%)、悦心健康 (+5.43%)、好太太 (+5.32%)、张小泉 (+4.72%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：德力股份 (-20.74%)、

亚振家居 (-9.39%)、顾家家居 (-8.33%)、匠心家居 (-7.6%)、松发股份 (-7.27%)。

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)
002853.SZ	皮阿诺	17.90	8.76
603615.SH	茶花股份	13.68	11.97
002162.SZ	悦心健康	5.43	2.91
603848.SH	好太太	5.32	13.26
301055.SZ	张小泉	4.72	12.42

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)
002571.SZ	德力股份	-20.74	3.86
603389.SH	亚振家居	-9.39	4.73
603816.SH	顾家家居	-8.33	29.60
301061.SZ	匠心家居	-7.60	43.39
603268.SH	松发股份	-7.27	12.62

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 7 月 5 日，中国棉花 328 价格指数为 15777 元/吨，环比下降 0.3%，截至 7 月 4 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 14491 元/吨，环比下降 3.0%。

2) 金价：截至 7 月 5 日，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 557.96 元/克，环比增长 1.5%。

- 家居用品原材料：

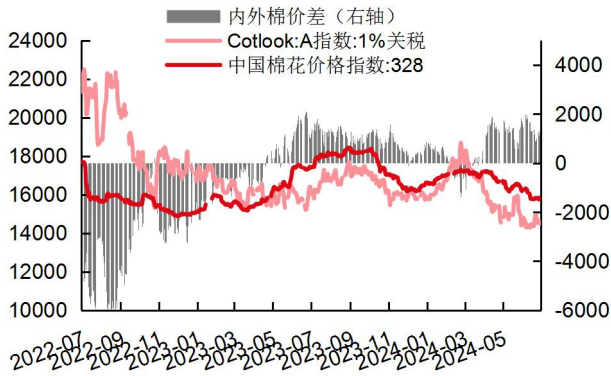
1) 板材：截至 2023 年 12 月 1 日，中国木材指数 CTI:刨花板、中国木材指数 CTI:中纤板为 1172.41、1938.17。

2) 皮革：截至 6 月 28 日，海宁皮革:价格指数:总类为 72.10。

3) 海绵：截至 7 月 5 日，华东地区 TDI 主流价格为 13400 元/吨，环比下降 4.3%；华东地区纯 MDI 主流价格为 18000 元/吨，环比下降 2.2%。

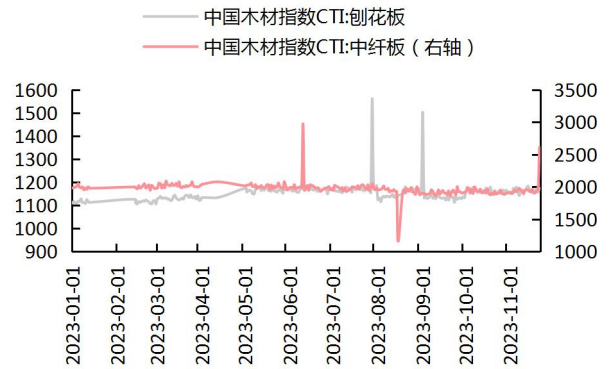
- 汇率：截至 7 月 5 日，美元兑人民币（中间价）为 7.1289，环比增长 0.03%。

图 10：棉花价格（元/吨）



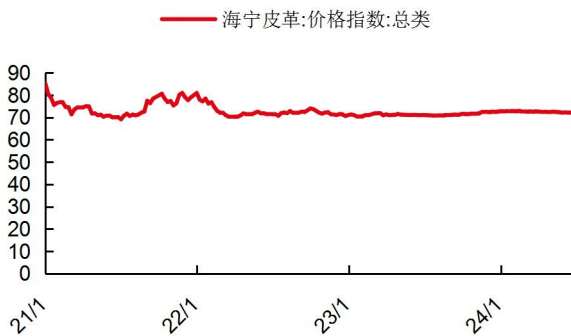
资料来源：Wind，山西证券研究所

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

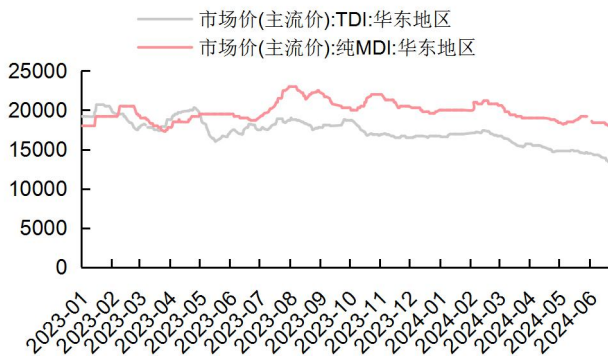
图 13：美元兑人民币汇率走势



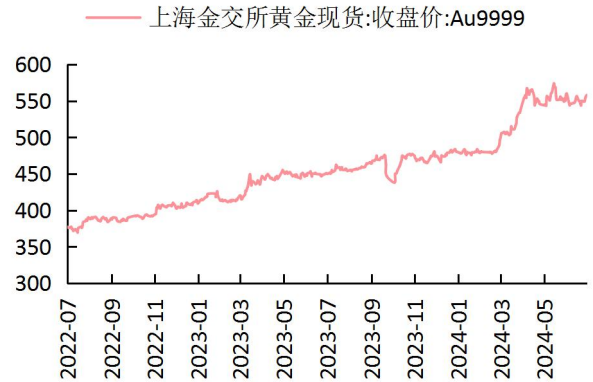
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 14：海绵原材料价格走势（单位：元/吨）

图 15：金价走势（单位：元/克）



资料来源：Wind，山西证券研究所



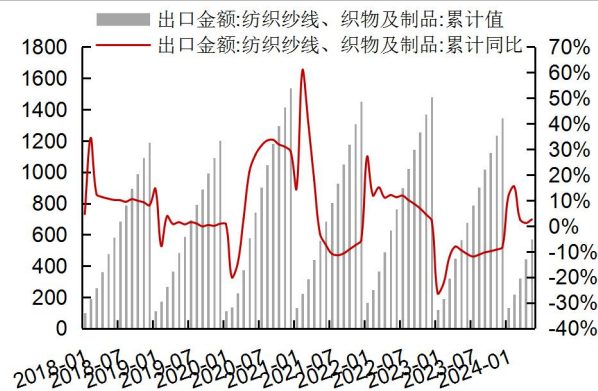
资料来源：Wind，山西证券研究所

### 3.2 出口数据

纺织品服装：2024年1-5月，纺织品出口571.26亿美元，同比增长2.6%，服装出口587.17亿美元，同比增长0.2%。

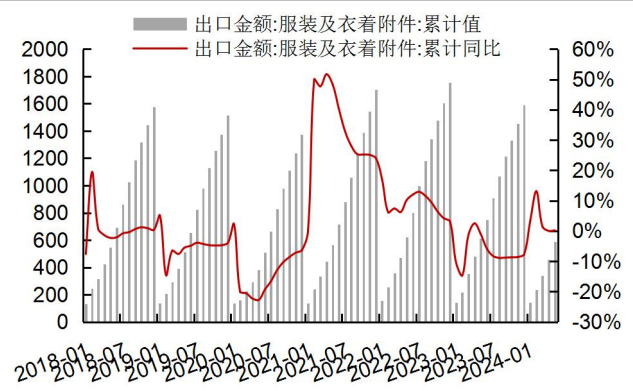
家具及其零件：2024年1-5月，家具及其零件出口299.21亿美元，同比增长10.78%。

图 16：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

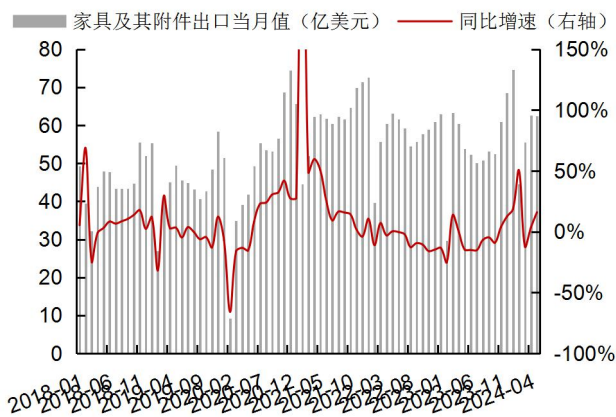
图 17：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比



资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

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

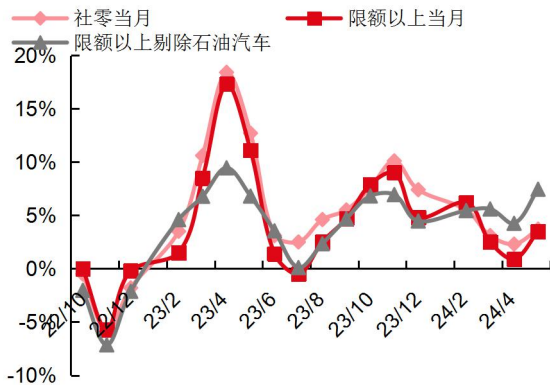
2024年5月，国内实现社零总额3.92万亿元，同比增长3.7%，表现低于市场一致预期（根据Wind，2024年5月社零当月同比增速预测平均值为+4.5%）。

线上渠道，2024年1-5月，实物商品网上零售额同比增长11.5%，其中吃类、穿类和用类商品同比分别增长19.6%、9.0%、10.8%。线下渠道，按零售业态分，2024年1-5月，限额以上零售业单位中，专业店、便利店、超市零售额同比分别增长5.1%、4.9%、1.8%；百货店、品牌专卖店零售额分别下降3.2%、1.0%，本月品牌专卖店累计增速延续负增长，百货业态延续弱势表现。

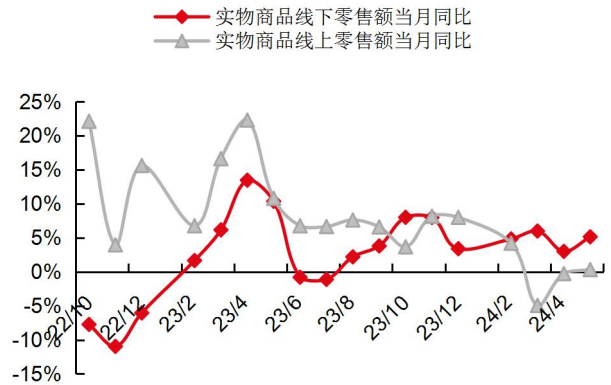
2024年5月，限上化妆品同比增长18.7%，增速较4月提升21.4pct，限上金银珠宝同比下降11.0%，降幅较4月扩大10.9pct，限上纺织服装同比增长4.4%，增速由负转正，限上体育/娱乐用品同比增长20.2%，增速较4月提升7.5pct。2024年1-5月，限上化妆品/金银珠宝/纺织服装/体育娱乐用品累计增速分别为5.4%/0.9%/2.0%/15.2%。

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

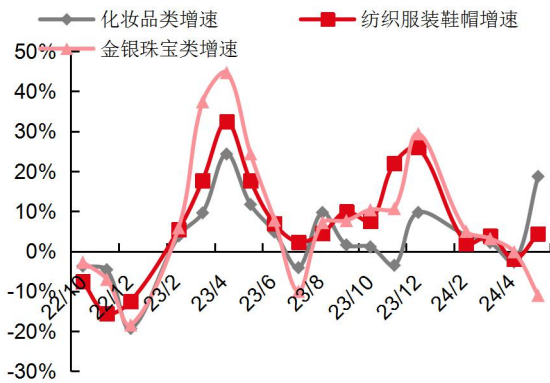


资料来源：国家统计局，山西证券研究所

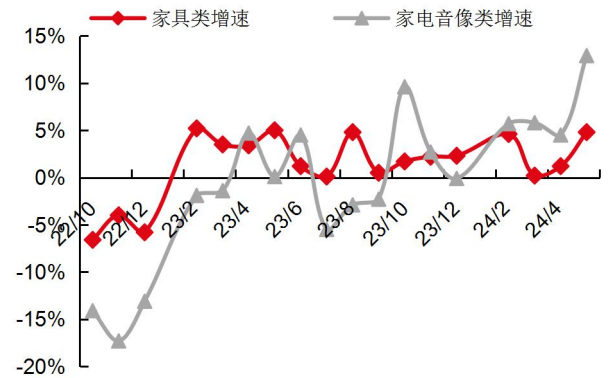
注：实物商品线下零售额=商品零售额-实物商品网上零售额。

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6月30日-2024年7月6日)，30大中城市商品房成交28590套、成交面积247.29万平方米，较上周环比分别下降2.70%、28.54%。2024年至今（截至7月6日），30大中城市商品房成交443500套、成交面积4879.32万平方米，同比下降34.8%、36.6%。

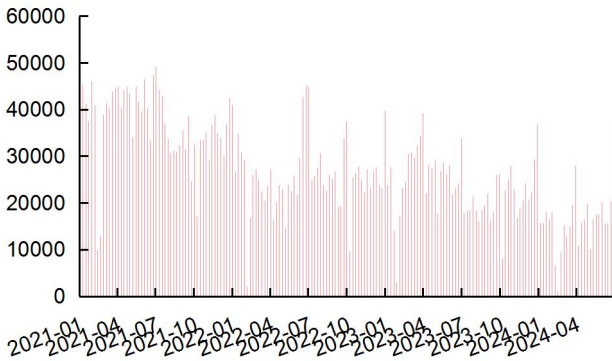
2024年1-5月，我国住宅新开工面积21760万平方米，同比下降25.0%，住宅销售面积30744万平方米，同比下降23.6%，住宅竣工面积16199万平方米，同比下降19.8%。

图 24：30 大中城市商品房成交套数

图 25：30 大中城市商品房成交面积（单位：万平方米）

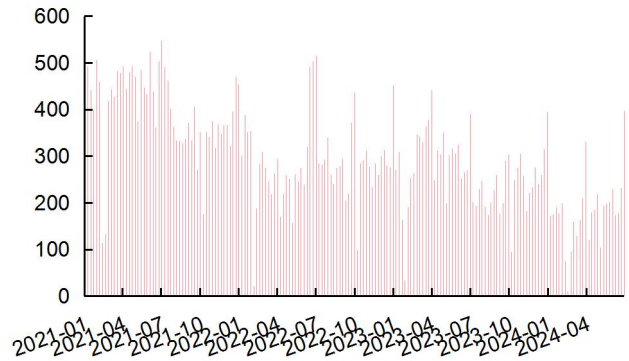


■ 30大中城市:商品房成交套数:当周值



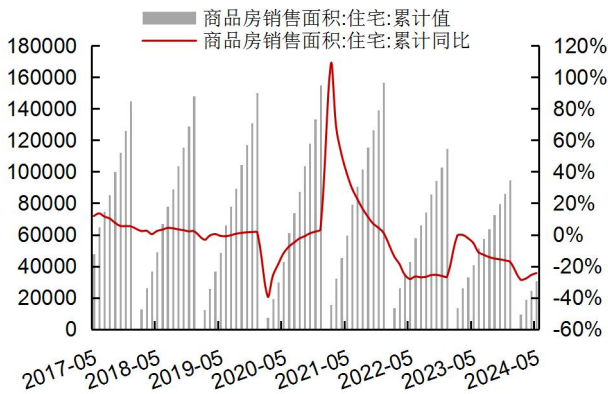
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

■ 30大中城市:商品房成交面积:当周值



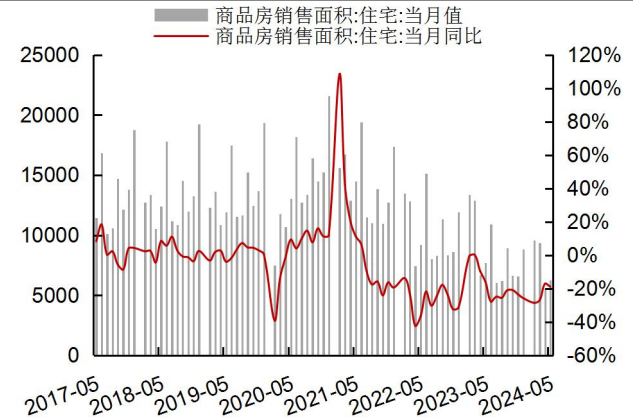
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 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

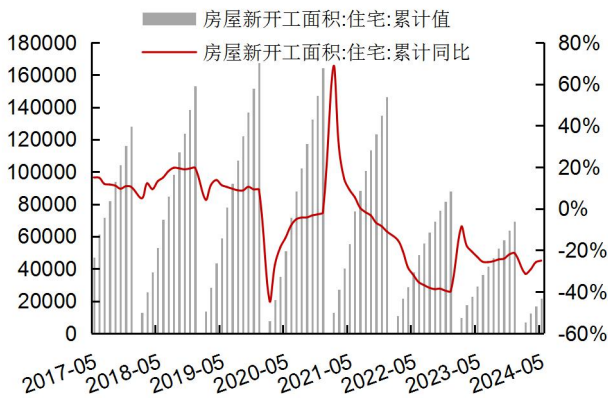


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

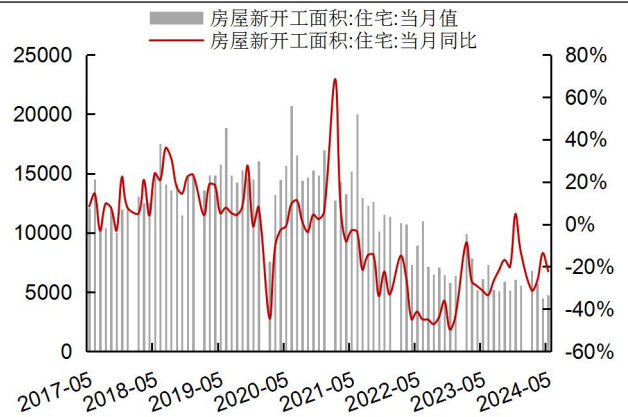
图 28: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比

图 29: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比





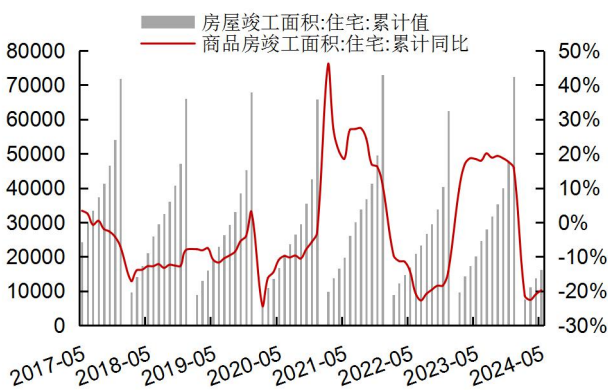
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所



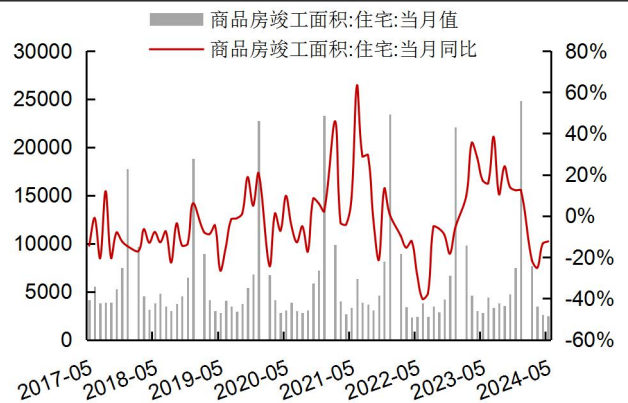
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 30：商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比

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



资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

## 4. 行业新闻

### 4.1 H&M 集团上半财年销售同比增长 0.7%，下半年计划提供更多折扣以“激活客户”

【来源：华丽志 2024-07-01】

6月27日，瑞典快时尚巨头 H&M 集团发布了截至5月31日的2024财年第二季度及上半年关键业绩数据：季度净销售额同比增长 3.5%至 596.05 亿瑞典克朗（按当地货币计算：+3%），营业利润为 71 亿瑞典克朗，高于去年同期的 47.4 亿，但低于 LSEG 分析师调查的平均预测值 73.7 亿。2024 上半财年，净销售

额同比增长 0.7%至 1132.74 亿瑞典克朗。

H&M 集团首席执行官 Daniel Ervér 表示：“我们在第二季度取得了多年来最好的业绩，再次展示了 H&M 集团的实力和稳健的财务状况，现金流强劲，盈利能力和销售额也有所提高。我们现在正在进一步提高我们的目标，以加强品牌、客户服务和购物体验。下半年，我们将以客户为中心，以忠诚的同事为中心，加快投资步伐，我们看到了持续盈利、长期和可持续增长的良好条件。”

Ervér 告诉分析师和记者，H&M 在 6 月份减少了折扣，从长远来看这是一个积极的迹象，但对当月产生了负面影响。由于季度盈利未达预期，以及公司预测 6 月销售额将下降，财报发布后，截至 6 月 27 日收盘，H&M 集团股价较上一交易日下降近 13%，当前市值约为 2700 亿瑞典克朗。

“随着营业利润连续四个季度大幅增长，我们正朝着实现营业利润率超过 10%的长期目标迈进。我们 2024 年全年营业利润率达到 10%的目标仍然存在。然而，今年达到这一水平的条件变得更具挑战性，因为据评估，影响我们采购成本和销售收入的外部因素，包括材料和外汇，将在今年下半年产生比我们预期的更大的负面影响。实现我们的目标最重要的前提是，下半年的销售增长比第二季度的增长进一步加强。” Daniel Ervér 说道。

Daniel Erver 在接受路透社的采访时表示，今年剩余两个季度的销售回升至关重要。随着天气的改善，预计第三季度经济将从 6 月的低迷中复苏。他还表示，春夏两季的时装都很受欢迎。“我们抓住了结合的最佳时机……我们看到客户的反应非常好。与第一个月相比，我们对本季度剩余时间的表现更有信心。

“如果我们在第三季度看到销售增长疲软，这将非常难以实现。” Erver 在电话会议上对分析师表示，H&M 计划在下半年提供更多折扣，以提振销售。该公司在其网站上出售的夏季连衣裙最低售价为 9.99 美元，牛仔裤起价为 19.99 美元。

“我们……预计（价格）降幅会略有增加，因为我们认为有必要激活客户，”“我们希望让人们重新对 H&M 重新产生兴趣……所以打折是一种方式，当然，创造令人兴奋的系列、体验和活动也是另一种方式，”他补充道。

## 4.2 日本宜得利家居中国大陆第 100 家门店开业！

【来源：77 度 2024-07-02】

NITORI 宜得利家居在中国大陆的第 100 家门店——重庆龙湖云领天街店正式开业。该店拥有近 1200 平方卖场面积，沙发、橱柜、床等大型家具，餐厨具，床上用品，窗帘等家居用品，可一站式便利购物。

据悉，NITORI 宜得利家居于 1967 年在日本北海道成立，目前已在全球拥有超 1000 家店铺，店铺数量及业绩方面均为日本家居业界之首。2014 年，宜得利家居首先在武汉开出中国大陆的第一家店铺，之后

陆续在北京、上海、重庆、深圳、成都、青岛等一、二线城市展开，目前中国大陆已拥有 100 家店铺。

本次新店开业，是对中国西南地区的扩张布局。2023 年 1 月，宜得利家居在重庆开设第一家门店，本次又有两家新店在重庆同时开业，分别是重庆龙湖云领天街店、重庆龙湖源著天街店。至此宜得利家居在中国内地的门店总数达到 100 家，其中西南地区重庆 6 家，成都 6 家。

在开业活动现场，日本国驻重庆总领事高田真里女士在致辞中表示，越来越多的日本企业看好中国西南地区的市场潜力，加大在西南地区的店铺布局。宜得利家居为广大中国消费者提供优质的日式生活家居产品和高质量的服务。希望宜得利家居在中国市场取得长足稳定的发展，为日中经济合作发展继续做出贡献。

随后，Nitori 集团董事副社长发表讲话，他表示，今年是 NITORI 自 2014 年在中国大陆开设第一家店铺以来的第 10 年，我们很高兴能在重庆这片土地上迎来第 100 家店铺。NITORI 的企业理念是“将缤纷的居家环境呈献给世界上的每一个人”。作为长期目标，我们计划到 2032 年实现全球 4000 家店铺，总销售额达到 3 兆日元（约合 1349.25 亿元人民币）。中国大陆的 100 家店铺是一个重要节点，也是实现业务扩大飞跃的第一步。

### 4.3 lululemon 华北最大门店落地北京三里屯

【来源：全球纺织网 2024-07-05】

lululemon 在华北地区的最大门店——北京三里屯店，近日焕新启幕。

作为品牌在北京社区扎根历史最悠久的门店，新店迁址三里屯太古里南区，提供瑜伽、跑步、训练、日常出型等全系列产品 and 特色服务体验。

据悉，全新升级的 lululemon 北京三里屯店是一个拥有三层空间的沿街大店，设计理念始于品牌的运动 DNA。玻璃外墙交叠流线型格栅，打造随着视角变化而变幻的光影效果，富有力量和韵律感。店内延续品牌一贯的暖白色和原木作为主色调，搭配水磨石和橡木元素，三楼更创新性引入天光照明装置，营造清新自然的空间。

三里屯太古里一直都是 lululemon 布局的重点。自 2015 年 lululemon 在三里屯太古里开设了北京首家展厅之后，2016 年在太古里北区开设首家门店。直至当前新门店开业，原有的产品服务、产品数量以及店铺面积都得以扩大，而位于太古里北区原有门店已经关闭。

此次 lululemon 旗舰级别门店开门，被多家媒体误认为是其亚太最大门店。而事实上，该品牌的亚太最大门店仍是上海静安嘉里中心的门店，这家门店于 2023 年夏天开门。

## 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

