

信义山证汇通天下

证券研究报告

纺织服装

行业周报（20240714-20240720）

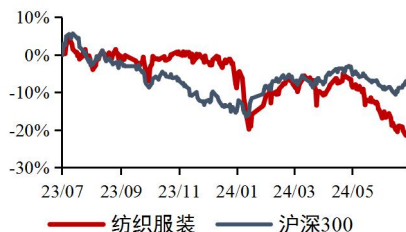
同步大市-A(维持)

Asics 上调 2024 年业绩预测，华利集团预计 24H1 业绩同增 20%-30%

2024 年 7 月 22 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：Asics 上调 2024 年业绩预测

Asics 上调 2024 年业绩预测。2024 年 2 月 9 日，公司预计 2024 年销售收入 5900 亿日元，同比增长 3.4%，归母净利润 360 亿日元，同比增长 2.1%。2024 年 7 月 12 日，公司上调 2024 年业绩预测，预计销售收入 6600 亿日元，同比增长 15.7%，归母净利润 580 亿日元，同比增长 64.4%。2023 年，公司实现营业收入 5704.63 亿元，归母净利润 352.72 亿日元。

此次上调业绩预测的原因：公司初步预计，2024 年第二季度，营业收入达到 1678 亿日元，同比增长 21.8%。分品类看，SportStyle 产品营收同比增长 79.5%，鬼冢虎产品营收同比增长 60.4%，跑步类产品营收同比增长 18.6%。分区域看，大中华区营收同比增长 37.7%，东南亚及南亚营收同比增长 30.3%，日本国内营收同比增长 24.3%，北美区域营收同比增长 16.2%，欧洲区域营收同比增长 26.9%，大洋洲区域营收同比增长 22.1%。

2024 年上半年，营业收入达到 3419 亿日元，同比增长 17.9%。分品类看，SportStyle 产品营收同比增长 64.1%，鬼冢虎产品营收同比增长 55.4%，跑步类产品营收同比增长 14.4%。分区域看，大中华区营收同比增长 31.7%，东南亚及南亚营收同比增长 31.3%，日本国内营收同比增长 23.8%，北美区域营收同比增长 21.0%，欧洲区域营收同比增长 16.7%，大洋洲区域营收同比增长 9.4%。

行业动态：

- 1) 瑞士钟表工业联合会发布的最新数据显示：瑞士手表行业 2024 年 6 月出口额为 22.74 亿瑞士法郎，较去年同期下滑 7.2%。2024 年 6 月，瑞士手表对全球各大主要市场的出口表现如下：对中国内地的手表出口额同比下滑 36.5%至 1.63 亿瑞士法郎，对中国香港的手表出口额同比下滑 23.1%至 1.66 亿瑞士法郎，对美国的手表出口额同比增长 6.5%至 3.76 亿瑞士法郎，对日本的手表出口额同比增长 13.2%至 1.75 亿瑞士法郎，对新加坡的手表出口额同比下滑 10.8%至 1.41 亿瑞士法郎。
- 2) 7 月 15 日，英国奢侈品牌 Burberry（博柏利）发布公告称：若疲态延续，预计今年上半年财年将出现经营亏损，并决定暂停分派 2025 财年的股息。截至 6 月 29 日的 2025 财年第一季度，Burberry 可比门店销售额同比下滑 21%，外加 2%的不利汇率影响，导致零售销售额同比下滑 22%至 4.58 亿英镑。除日本市场外，其他市场均出现下滑：亚太市场下滑 23%，其中，中国大陆市场下滑 21%；南亚太平洋市场下滑 38%，韩国市场下滑 26%，日本市场增长 6%。日本市场的增长主要受益于来自中国及亚洲近岸消费者强劲的旅游消费，而本地客户则依旧表现疲软。
- 3) 当地时间 7 月 15 日，德国时尚奢侈品集团 HUGO BOSS（雨果博斯）发布了第二季度初步业绩，并更新了 2024 年全年业绩展望。由于宏观经济和地缘政治环境严峻，全球消费需求承压，特别是在英国和中国等主要市场，整体市场环境仍然具有挑战性。因此，集团销售额经汇率调整后下降 1%至 10.15 亿欧元（2023 年第二季度为 10.26 亿欧元）。按市场看，尽管 HUGO BOSS 集团在美洲地区继续保持增长势头（+5%），但集团在第二季度在欧洲、中东和非洲地区（-2%）和亚太地区（-4%）的营收出现小幅下滑。按渠道看，HUGO BOSS 集团在第二季度也保持了实体批发业务的势头（+5%），尽管 hugoboss.com 实现了稳健增长，但集团数字业务（-4%）的营收低于去年同期水平。此外，实体零售收入也略有下降（-2%），反映

来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】6 月国内消费市场表现偏弱，金银珠宝社零降幅收窄-【山证纺服】6 月社零数据点评 2024.7.15

【山证纺织服装】迅销上调 FY2024 业绩指引，纺织制造台企公布 6 月营收数据-【山证纺服】行业周报 2024.7.15

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

请务必阅读最后一页股票评级说明和免责声明

1





出门店客流量减少。展望 2024 年全年，HUGO BOSS 集团更新了其 2024 年全年财务展望，预计年度销售额约为 42 亿欧元至 43.5 亿欧元；息税前利润在 3.5 亿欧元至 4.3 亿欧元之间（增长 15%至 5%）。

➤ **行情回顾（2024.07.15-2024.07.19）**

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 纺织服饰板块下跌 2.95%，SW 轻工制造板块下跌 3.36%，沪深 300 上涨 1.92%，纺织服饰板块落后大盘 4.87pct，轻工制造板块落后大盘 5.28pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 4.76%，SW 服装家纺下跌 2.15%，SW 饰品下跌 2.04%，SW 家居用品下跌 4.46%。截至 7 月 19 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.08 倍，为近三年的 24.5%分位；SW 服装家纺的 PE 为 14.34 倍，为近三年的 21.85%分位；SW 饰品的 PE 为 12.96 倍，为近三年的 1.32%分位；SW 家居用品的 PE 为 15.44 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。近期，纺织服装红利标的有所回调，预计主要为市场担心国内消费恢复偏弱，2024H1，限上纺织服装类销售额同比增长 1.3%，6 月同比下降 1.9%，单月增速由正转负。内需消费复苏偏弱或将影响公司终端流水及业绩表现。横向对比看，预计男装及家纺品类终端需求相对更具韧性，业绩较为稳健，建议关注海澜之家、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，越南纺织品和服装、制鞋出口金额分别为 165.23、107.18 亿美元，同比增长 5.0%、9.1%，恢复至 2022 年同期的 89%、91%。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。本周，华利集团发布 2024 年半年度业绩报告，今年上半年，随着公司新客户合作进度的持续推进以及在主要客户的份额稳健提升，预计 2024H1，营业收入及归母净利润同比增速均为 20%-30%。在加强客户拓展、扩展产能的同时，公司持续改善运营能力，保持了净利润的稳健增长。按 2024H1 增速中枢 25%估算，我们预计公司 24Q2 营收增速略超预期，归母净利润增长放缓，预计一方面为上年同期汇兑收益基数较高，另一方面受到印尼新工厂投产影响。

（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，安踏体育、特步国际、361 度陆续公布 2024Q2 经营数据，整体来看，2 季度天气不利因素影响各品牌线下街边店铺人流，叠加基数原因，各公司线下渠道流水增速普遍不及电商渠道，电商渠道在“618”大促带动下，均实现较快增长。在零售折扣与渠道库存方面，本土运动服饰品牌零售折扣普遍保持平稳甚至有所改善，印证零售流水增长质量较高。截至 2024Q2 末，各品牌渠道库存处于健康水平。2024H1，限上体育娱乐用品类销售额同比增长 11.2%，6 月同比下降 1.5%，单月增速由正转负。

（四）关注金价变化及黄金珠宝终端消费。金价自今年 4 月中旬开启高位波动，最近三个月期间，金价在 540 元/克-570 元/克区间震荡，预计黄金珠宝公司 2024Q2 业绩增速环比放缓。本周，国家统计局公布 2024 年上半年社零数据，2024H1，限上金银珠宝类销售额同比增长 0.2%，6 月同比下降 3.7%，降幅环比有所收窄。短期继续跟踪金价变化及终端黄金珠宝销售情况，中长期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：Asics 上调 2024 年业绩预测.....	5
2. 本周行情回顾.....	5
2.1 板块行情.....	5
2.2 板块估值.....	6
2.3 公司行情.....	7
3. 行业数据跟踪.....	8
3.1 原材料价格.....	8
3.2 出口数据.....	10
3.3 社零数据.....	11
3.4 房地产数据.....	12
4. 行业新闻.....	14
4.1 中国内地和香港领跌，瑞士手表行业 6 月全球出口额下滑 7.2%.....	14
4.2 Burberry 上季度销售额同比下滑 22%，发布经营亏损预警.....	15
4.3 HUGO BOSS 公布二季度初步业绩：现金流进一步改善，亚太地区营收同比下滑 4%.....	16
5. 风险提示.....	17

图表目录

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	5
图 2：本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	6
图 3：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	6
图 4：本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	6
图 5：本周 SW 轻工制各子板块估值.....	6
图 6：棉花价格（元/吨）.....	9

图 7：中纤板、刨花板价格走势.....	9
图 8：皮革价格走势.....	9
图 9：美元兑人民币汇率走势.....	9
图 10：海绵原材料价格走势（单位：元/吨）.....	9
图 11：金价走势（单位：元/克）.....	9
图 12：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比.....	10
图 13：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比.....	10
图 14：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比.....	10
图 15：家具及其零件累计值（亿美元）及累计同比.....	10
图 16：社零及限额以上当月.....	11
图 17：国内实物商品线上线下增速估计.....	11
图 18：偏向可选消费品的典型限额以上品类增速.....	12
图 19：地产相关典型限额以上品类增速.....	12
图 20：30 大中城市商品房成交套数.....	12
图 21：30 大中城市商品房成交面积（单位：万平方米）.....	12
图 22：商品房销售面积累计值（万平方米）及累计同比.....	13
图 23：商品房销售面积当月值（万平方米）及当月同比.....	13
图 24：商品房新开工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	13
图 25：商品房新开工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	13
图 26：商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比.....	14
图 27：商品房竣工面积当月值（万平方米）及当月同比.....	14
表 1：本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	7
表 2：本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	7
表 3：本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....	8
表 4：本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	8

1. 本周观察：Asics 上调 2024 年业绩预测

Asics 上调 2024 年业绩预测。2024 年 2 月 9 日，公司预计 2024 年销售收入 5900 亿日元，同比增长 3.4%，归母净利润 360 亿日元，同比增长 2.1%。2024 年 7 月 12 日，公司上调 2024 年业绩预测，预计销售收入 6600 亿日元，同比增长 15.7%，归母净利润 580 亿日元，同比增长 64.4%。2023 年，公司实现营业收入 5704.63 亿元，归母净利润 352.72 亿日元。

此次上调业绩预测的原因：公司初步预计，2024 年第二季度，营业收入达到 1678 亿日元，同比增长 21.8%。分品类看，SportStyle 产品营收同比增长 79.5%，鬼冢虎产品营收同比增长 60.4%，跑步类产品营收同比增长 18.6%。分区域看，大中华区营收同比增长 37.7%，东南亚及南亚营收同比增长 30.3%，日本国内营收同比增长 24.3%，北美区域营收同比增长 16.2%，欧洲区域营收同比增长 26.9%，大洋洲区域营收同比增长 22.1%。

2024 年上半年，营业收入达到 3419 亿日元，同比增长 17.9%。分品类看，SportStyle 产品营收同比增长 64.1%，鬼冢虎产品营收同比增长 55.4%，跑步类产品营收同比增长 14.4%。分区域看，大中华区营收同比增长 31.7%，东南亚及南亚营收同比增长 31.3%，日本国内营收同比增长 23.8%，北美区域营收同比增长 21.0%，欧洲区域营收同比增长 16.7%，大洋洲区域营收同比增长 9.4%。

2. 本周行情回顾

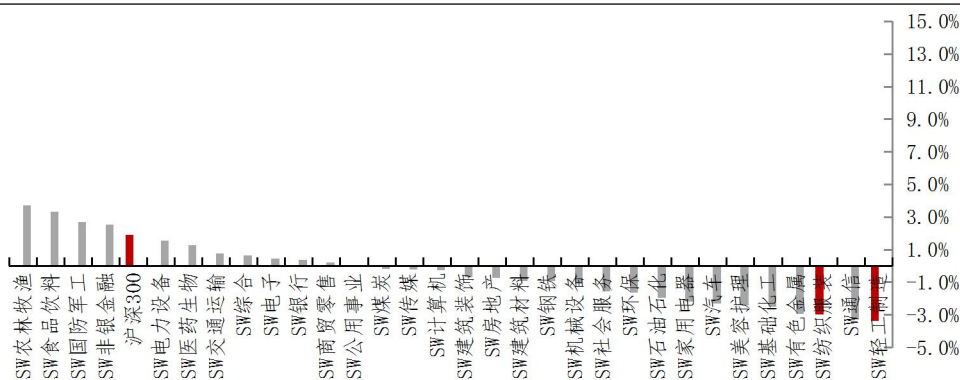
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块下跌 2.95%，SW 轻工制造板块下跌 3.36%，沪深 300 上涨 1.92%，纺织服饰板块落后大盘 4.87pct，轻工制造板块落后大盘 5.28pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造下跌 4.76%，SW 服装家纺下跌 2.15%，SW 饰品下跌 2.04%。

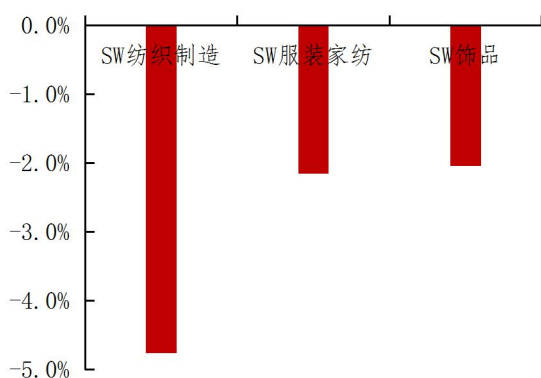
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 3.56%，SW 文娱用品下跌 0.07%，SW 家居用品下跌 4.46%，SW 包装印刷下跌 2.83%。

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



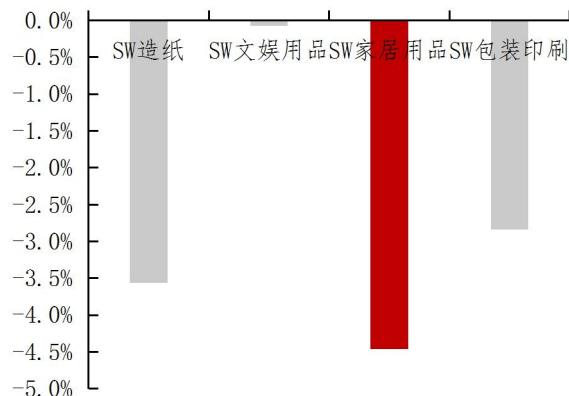
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 2：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 3：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 19 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.08 倍，为近三年的 24.5%分位；SW 服装家纺的 PE 为 14.34 倍，为近三年的 21.85%分位；SW 饰品的 PE 为 12.96 倍，为近三年的 1.32%分位。

截至 7 月 19 日，SW 家居用品的 PE 为 15.44 倍，为近三年的 0%分位。

图 4：本周 SW 纺织服装各子板块估值

图 5：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：哈森股份（+20.96%）、ST 摩登（+15.05%）、安奈儿（+14.97%）、浔兴股份（+8.66%）、台华新材（+8.58%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：华孚时尚（-14.86%）、新澳股份（-10.07%）、开润股份（-9.19%）、海澜之家（-8.93%）、华利集团（-8.25%）。

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）
603958.SH	哈森股份	20.96	9.35
002656.SZ	ST 摩登	15.05	1.07
002875.SZ	安奈儿	14.97	11.60
002098.SZ	浔兴股份	8.66	6.02
603055.SH	台华新材	8.58	11.64

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）
002042.SZ	华孚时尚	-14.86	3.38
603889.SH	新澳股份	-10.07	6.70
300577.SZ	开润股份	-9.19	18.98
600398.SH	海澜之家	-8.93	7.14
300979.SZ	华利集团	-8.25	57.50

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：好莱客（+8.23%）、美之高（+7.96%）、龙竹科技（+4.88%）、松发股份（+1.61%）、大亚圣象（+1.18%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：松霖科技（-

13.62%)、美克家居 (-10.5%)、永艺股份 (-9.38%)、顾家家居 (-8.86%)、曲美家居 (-8.57%)。

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)
603898.SH	好莱客	8.23	8.68
834765.BJ	美之高	7.96	6.51
831445.BJ	龙竹科技	4.88	4.30
603268.SH	松发股份	1.61	12.61
000910.SZ	大亚圣象	1.18	6.02

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)
603992.SH	松霖科技	-13.62	16.93
600337.SH	美克家居	-10.50	1.79
603600.SH	永艺股份	-9.38	10.05
603816.SH	顾家家居	-8.86	25.19
603818.SH	曲美家居	-8.57	2.56

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 19 日，中国棉花 328 价格指数为 15745 元/吨，环比增长 0.4%，截至 7 月 18 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 14422 元/吨，环比增长 1.0%。

2) 金价：截至 7 月 19 日，上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 561.90 元/克，环比下降 0.2%。

- 家居用品原材料：

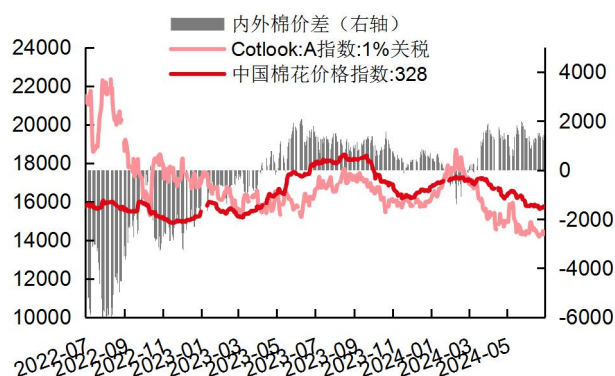
1) 板材：截至 2023 年 12 月 1 日，中国木材指数 CTI:刨花板、中国木材指数 CTI:中纤板为 1172.41、1938.17。

2) 皮革：截至 7 月 5 日，海宁皮革:价格指数:总类为 72.05。

3) 海绵：截至 7 月 19 日，华东地区 TDI 主流价格为 13300 元/吨，环比增长 0.8%；华东地区纯 MDI 主流价格为 17800 元/吨，环比持平。

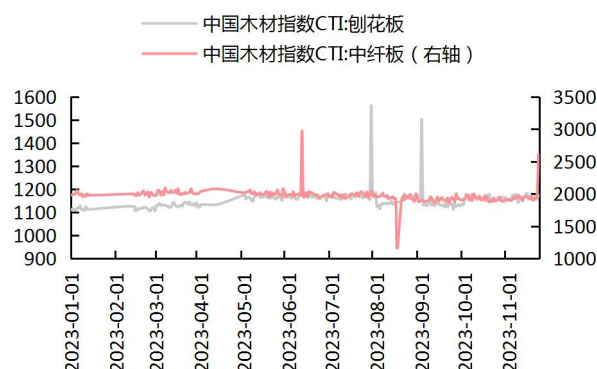
- 汇率：截至 7 月 19 日，美元兑人民币（中间价）为 7.1315，环比持平。

图 6：棉花价格（元/吨）



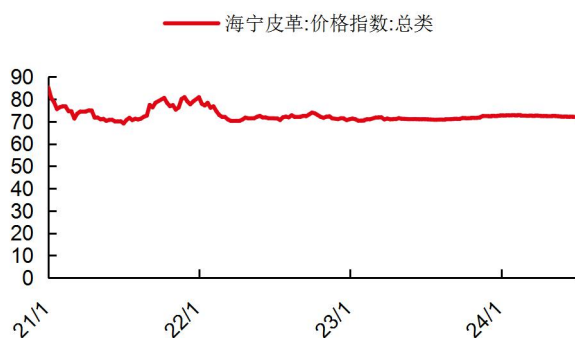
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 7：中纤板、刨花板价格走势



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 8：皮革价格走势



资料来源：Wind，山西证券研究所

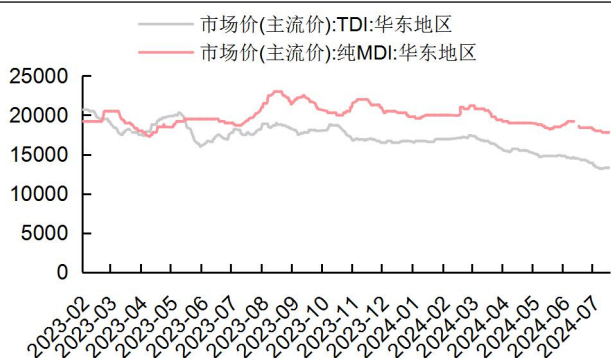
图 9：美元兑人民币汇率走势



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 10：海绵原材料价格走势（单位：元/吨）

图 11：金价走势（单位：元/克）



资料来源：Wind，山西证券研究所



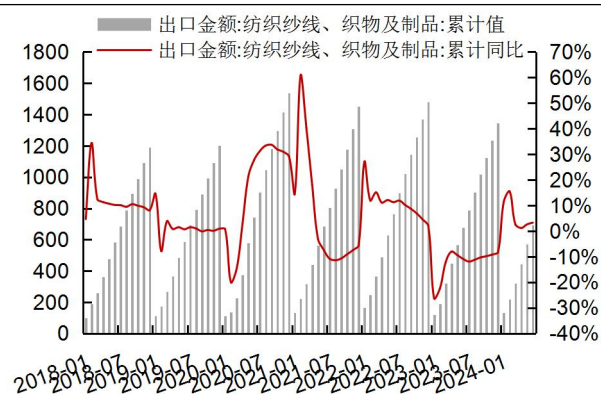
资料来源：Wind，山西证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装：2024 年 1-6 月，纺织品出口 693.51 亿美元，同比增长 3.3%，服装出口 738.25 亿美元，同比增长 0.0%。

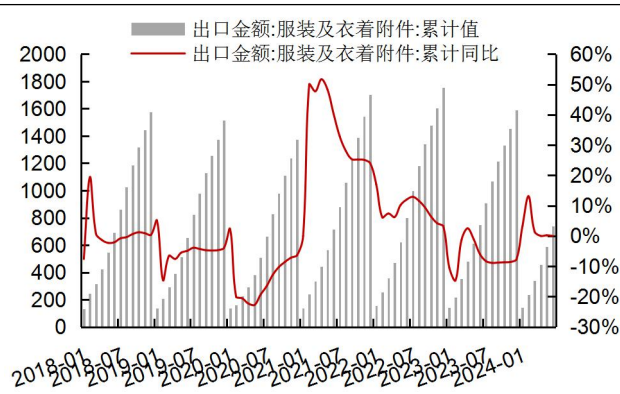
家具及其零件：2024 年 1-6 月，家具及其零件出口 353.79 亿美元，同比增长 12.76%。

图 12：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

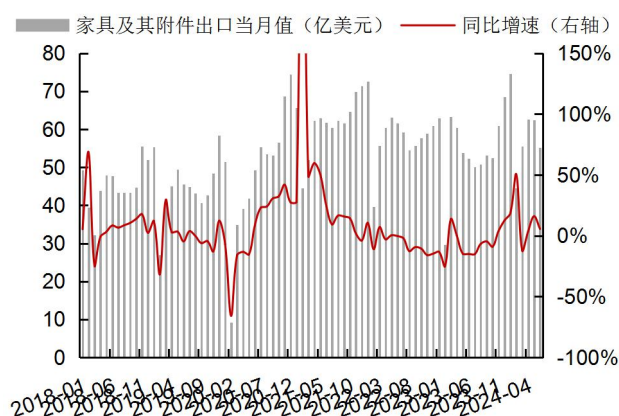
图 13：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比



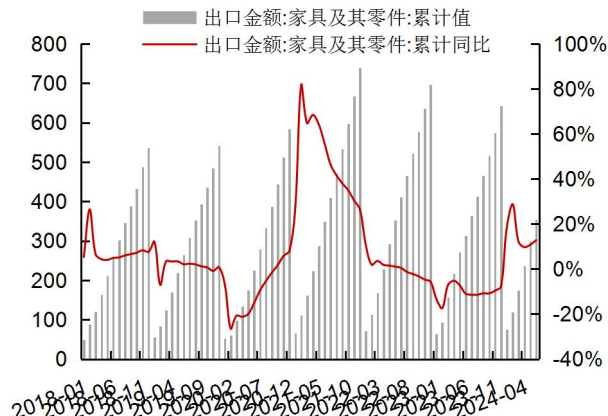
资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

图 14：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比

图 15：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

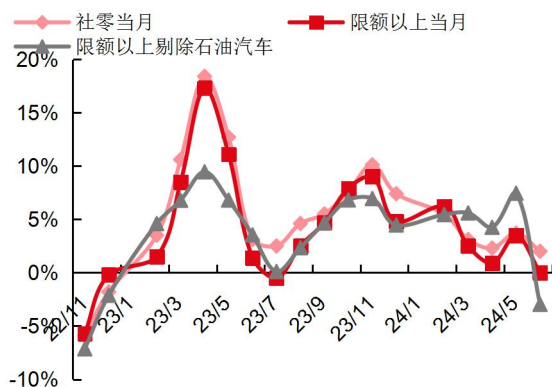
2024年6月，国内实现社零总额4.07万亿元，同比增长2.0%，表现低于市场一致预期（根据Wind，2024年6月社零当月同比增速预测平均值为+4.0%）。

线上渠道，2024年1-6月，商品零售额同比增长3.2%，实物商品网上零售额同比增长8.8%，表现好于商品零售整体；实物商品网上零售额中，其中吃类、穿类和用类商品同比分别增长17.8%、7.0%、7.8%。线下渠道，按零售业态分，2024年1-6月，限额以上零售业单位中，便利店、专业店、超市零售额同比分别增长5.8%、4.5%、2.2%；百货店、品牌专卖店零售额分别下降3.0%、1.8%，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。

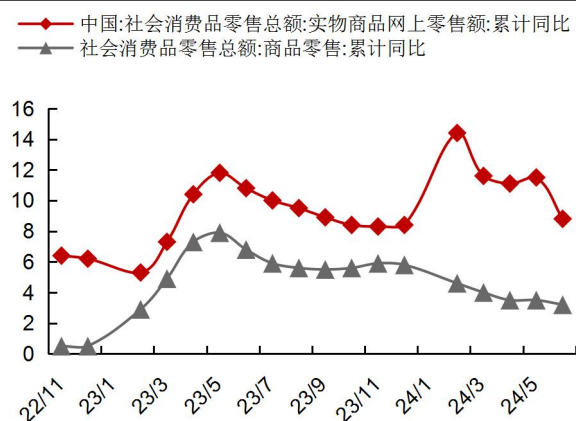
2024年6月，限上化妆品同比下降14.6%，增速较5月下滑33.3pct；限上金银珠宝同比下降3.7%，降幅较5月收窄7.3pct；限上纺织服装同比下降1.9%，增速由正转负；限上体育/娱乐用品同比下降1.6%，增速由正转负。2024年1-6月，限上化妆品/金银珠宝/纺织服装/体育娱乐用品累计增速分别为1.0%/0.2%/1.3%/11.2%。

图 16：社零及限额以上当月

图 17：国内实物商品线上线下增速估计



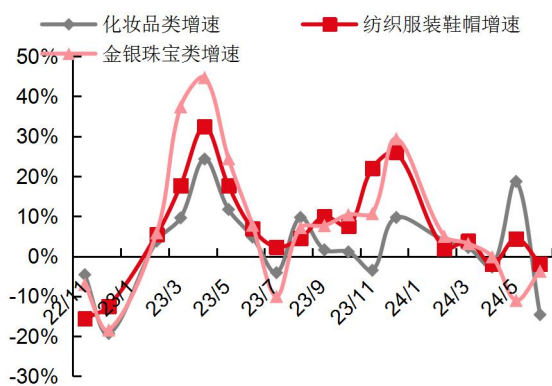
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



资料来源: 国家统计局, 山西证券研究所

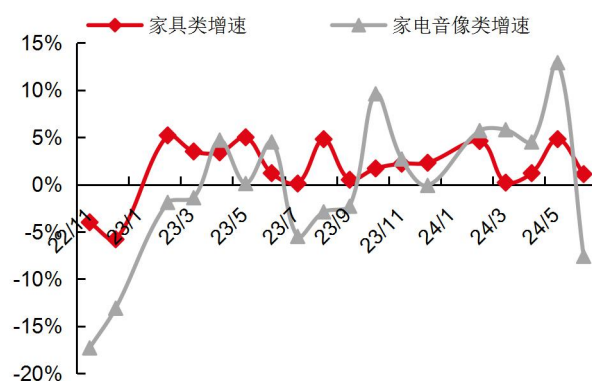
注: 实物商品线下零售额=商品零售额-实物商品网上零售额。

图 18: 偏向可选消费品的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

图 19: 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

3.4 房地产数据

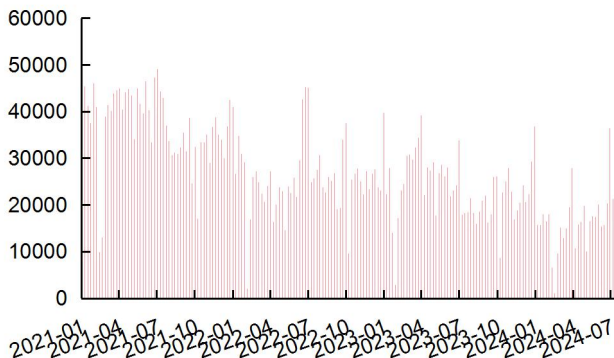
本周(2024年7月14日-2024年7月20日), 30大中城市商品房成交14382套、成交面积155.52万平方米, 较上周环比分别下降7.88%、9.01%。2024年至今(截至7月20日), 30大中城市商品房成交473811套、成交面积5209.56万平方米, 同比下降33.8%、35.5%。

2024年1-6月, 我国住宅新开工面积27748万平方米, 同比下降23.6%, 住宅销售面积40114万平方米, 同比下降21.9%, 住宅竣工面积19259万平方米, 同比下降21.7%。

图 20: 30 大中城市商品房成交套数

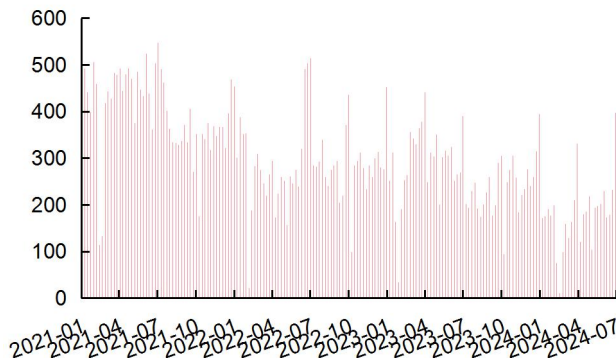
图 21: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)

■ 30大中城市:商品房成交套数:当周值



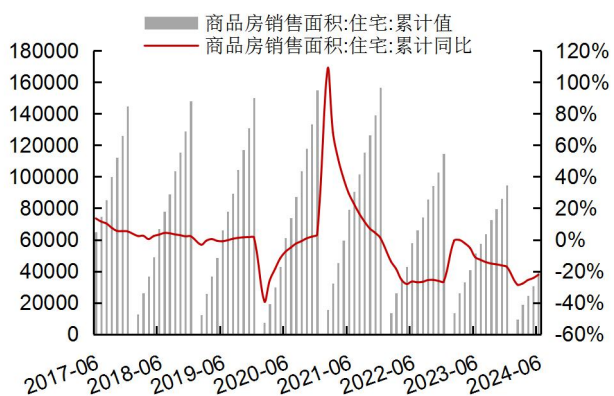
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

■ 30大中城市:商品房成交面积:当周值



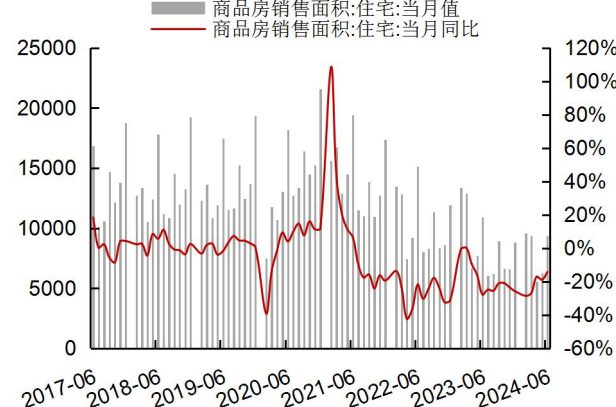
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 22: 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

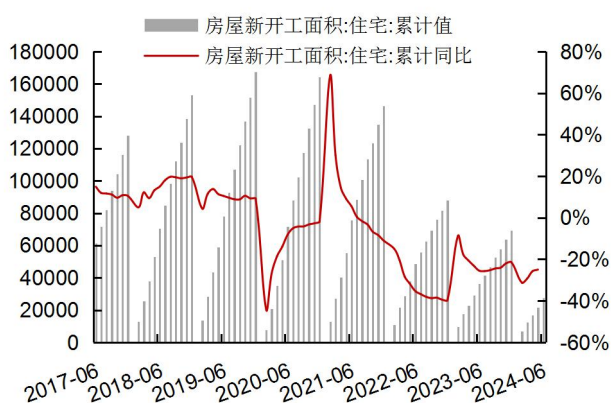
图 23: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



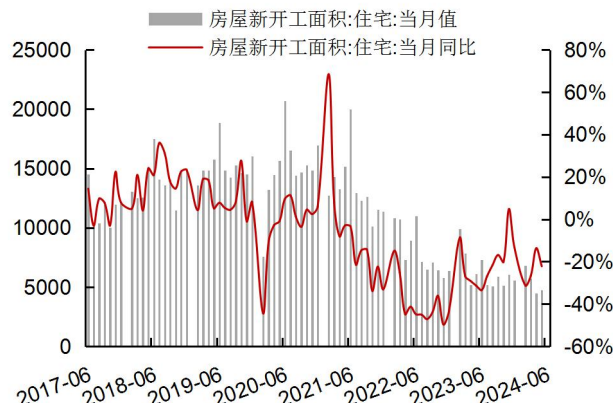
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 24: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比

图 25: 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



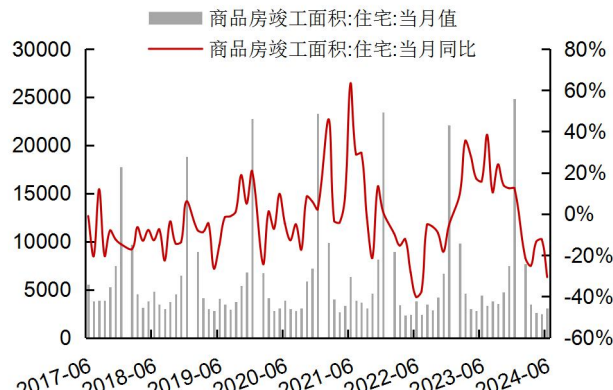
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 26：商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比

图 27：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 中国内地和香港领跌，瑞士手表行业 6 月全球出口额下滑 7.2%

【来源：华丽志 2024-07-19】

瑞士钟表工业联合会发布的最新数据显示：瑞士手表行业 2024 年 6 月出口额为 22.74 亿瑞士法郎，较去年同期下滑 7.2%。

6 月的下滑一方面是由于减少了两个工作日，另一方面是除日本以外的亚洲市场出现较大幅度下滑。截至今年前 6 个月，瑞士手表全球出口总额约 129 亿瑞士法郎，较去年同期同比下滑 3.3%。

2024 年 6 月，瑞士手表对全球各大主要市场的出口表现如下：

对中国内地的手表出口额同比下滑 36.5%至 1.63 亿瑞士法郎

对中国香港的手表出口额同比下滑 23.1%至 1.66 亿瑞士法郎

对美国的手表出口额同比增长 6.5%至 3.76 亿瑞士法郎

对日本的手表出口额同比增长 13.2%至 1.75 亿瑞士法郎

对新加坡的手表出口额同比下滑 10.8%至 1.41 亿瑞士法郎

对英国的手表出口额同比下滑 2.3%至 1.56 亿瑞士法郎

对德国的手表出口额同比下滑 5.5%至 1.19 亿瑞士法郎

对意大利的手表出口额同比下滑 13%至 1.11 亿瑞士法郎

对法国的手表出口额同比下滑 0.1%至 1.29 亿瑞士法郎

对阿联酋的手表出口额同比下滑 19.6%至 9690 万瑞士法郎

4.2 Burberry 上季度销售额同比下滑 22%，发布经营亏损预警

【来源：华丽志 2024-07-17】

7月15日，英国奢侈品牌 Burberry（博柏利）发布公告称：若疲态延续，预计今年上半财年将出现经营亏损，并决定暂停分派 2025 财年的股息。

截至 6 月 29 日的 2025 财年第一季度，Burberry 可比门店销售额同比下滑 21%，外加 2%的不利汇率影响，导致零售销售额同比下滑 22%至 4.58 亿英镑。

此外，Burberry 还指出，集团在奢侈品需求放缓的背景下开展业务，且所有主要市场均受到宏观经济不确定的影响，导致奢侈品行业整体放缓。

除日本市场外，其他市场均出现下滑：亚太市场下滑 23%，其中，中国大陆市场下滑 21%；南亚太平洋市场下滑 38%，韩国市场下滑 26%，日本市场增长 6%。

在全球范围内，中国人消费者的销售额也有所下滑，但由于更多（中国游客）在海外消费，因此整体表现仍优于中国大陆市场。

日本市场的增长主要受益于来自中国及亚洲近岸消费者强劲的旅游消费，而本地客户则依旧表现疲软。

美洲市场下滑 23%，原因在于当地客户减少。在全球范围内，美洲客户群的表现与各地区基本一致。

欧洲、中东和非洲市场下滑 16%，当地消费与上季度相比有所下降。游客贡献了一半以上的零售销售额，但以高个位数下滑。

集团董事会主席 Gerry Murphy 在新闻稿中指出：“2025 财年第一季度的业绩令人失望。我们迅速进行了创意转型，但事实证明奢侈品市场比预期的更具挑战性。我们在 25 财年初期时强调的疲软态势已经加

深，如果目前的趋势持续到第二季度，我们预计上半年将出现经营亏损。鉴于目前的交易情况，集团决定暂停发放 25 财年的股息。我们正在采取果断行动，在让核心客户对 Burberry 产品供应更为熟悉的同时，提供相对的新意。预计包括节约成本在内的行动将在下半年生效，并加强我们的竞争地位，巩固长期增长。”

4.3 HUGO BOSS 公布二季度初步业绩：现金流进一步改善，亚太地区营收同比下滑 4%

【来源：华丽志 2024-07-17】

当地时间 7 月 15 日，德国时尚奢侈品集团 HUGO BOSS（雨果博斯）发布了第二季度初步业绩，并更新了 2024 年全年业绩展望。

由于宏观经济和地缘政治环境严峻，全球消费需求承压，特别是在英国和中国等主要市场，整体市场环境仍然具有挑战性。因此，集团销售额经汇率调整后下降 1%至 10.15 亿欧元（2023 年第二季度为 10.26 亿欧元）。

不过，HUGO BOSS 第二季度的营收继续大幅超过（疫情前）2019 年的水平，增幅超过 50%，这反映了公司过去三年成功实施“CLAIM 5”增长战略，这一战略有力提升了品牌发展势头，并为 BOSS 和 HUGO 带来了大幅的市场份额增长。

同时，第二季度的营业利润（EBIT）初步估计为 7000 万欧元（2023 年第二季度：1.21 亿欧元）。除了整体销售趋势疲软外，额外的营销投资（增长 21%至 8200 万欧元）和更高的实体零售成本（增长 12%至 2.38 亿欧元）也导致了 EBIT 的下降。这些因素被第二季度毛利率的强劲改善部分抵消（+50 个基点至 62.9%；2023 年第二季度：62.3%），因 HUGO BOSS 继续成功提高其全球采购活动的效率。

从资产负债表来看，HUGO BOSS 集团的现金状况进一步改善，第二季度自由现金流达 1.43 亿欧元（2023 年第二季度：6000 万欧元）。这一发展主要反映了库存水平的进一步优化，在持续严格的库存管理下，库存减少 7%、有所改善，库存占集团销售额的百分比为 24.9%，较去年同期（截止 2023 年 6 月 30 日为 28.3%）低 340 个基点。同时，资本支出在三个月内增长了 14%，总计 7600 万欧元（2023 年第二季度为 6600 万欧元）。

按市场看，尽管 HUGO BOSS 集团在美洲地区继续保持增长势头（+5%），但集团在第二季度在欧洲、中东和非洲地区（-2%）和亚太地区（-4%）的营收出现小幅下滑。

按渠道看，HUGO BOSS 集团在第二季度也保持了实体批发业务的势头（+5%），尽管 hugoboss.com

实现了稳健增长，但集团数字业务（-4%）的营收低于去年同期水平。此外，实体零售收入也略有下降（-2%），反映出门店客流量减少。

整体消费者信心走弱也影响了各品牌的表现。具体按品牌看，BOSS 男装经汇率调整后的收入仍比去年同期低 2%，而 BOSS 女装经汇率调整后的销售额增长了 2%。HUGO 品牌经汇率调整后的销售额增长了 3%，这得益于其成功推出主打牛仔产品的新品牌系列 HUGO BLUE。

展望 2024 年全年，HUGO BOSS 集团更新了其 2024 年全年财务展望，预计年度销售额约为 42 亿欧元至 43.5 亿欧元；息税前利润在 3.5 亿欧元至 4.3 亿欧元之间（增长 15%至 5%）。

以当地货币计算，下半年度，海外 UNIQLO 事业分部各个地区业绩表现不一：其中，大中华地区下半年度预估将录得营收下降、经营利润大幅下降；全年度则将录得营收增长、经营利润略微下降。

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

