

纺织服装

行业周报（20240818-20240824）

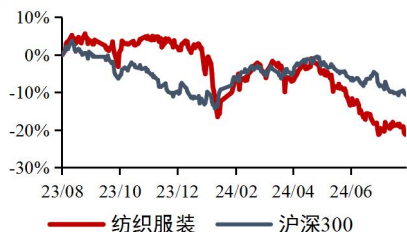
同步大市-A(维持)

Amer 发布 2024Q2 业绩，大中华区连续 4 个季度营收增速超过 40%

2024 年 8 月 25 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：Amer 披露 2024Q2 业绩，大中华区连续 4 个季度营收增速超过 40%

Amer2024Q2 收入超预期，大中华区营收增速逐季提升。2024Q2，营收同比增长 16% 至 9.94 亿美元（此前，公司指引为增长 10%），剔除汇率影响，同比增长 18%。分板块看，2024Q2，Technical Apparel、Outdoor Performance、Ball & Racquet 营收同比增长 34%、11%、1%。分渠道看，2024Q2，DTC、批发渠道营收为 4.49、5.45 亿美元，同比增长 40%、2%。分区域看，EMEA、Americas、大中华区、APAC 营收为 2.32、3.68、2.89、1.06 亿美元，同比增长 1%、1%、54%、45%，大中华区连续四个季度保持 40% 以上的增长，且增速逐季度提升。

Amer2024Q2 盈利能力超预期，季度实现扭亏为盈。盈利能力方面，2024Q2，经调整毛利率同比提升 2.1pct 至 55.8%（此前，公司指引为 54.0%），主因品牌及渠道组合优化、物流运输成本下降，部分被存货减值计提、汇率因素所抵消。SG&A 占营收比重同比提升 2.1pct 至 52.9%。2024Q2，公司实现经调整经营利润 2900 万美元，同比增长 38.1%，经调整经营利润率同比提升 0.5pct 至 2.9%（此前，公司指引为 0%），实现经调整净利润 2700 万美元，扭亏为盈，上年同期为经调整亏损 8600 万美元。截至 2024Q2 末，存货同比增长 2%，存货水平处于健康状态。

Technical Apparel 业务增速领跑，Arc'teryx 门店数量同比显著增长。2024Q2，营收同比增长 34% 至 4.07 亿美元，主要受益于大中华区和亚太区增速领跑，以及鞋履产品与女性产品表现优异。OPM 同比提升 1.1pct 至 14.2%，主要受益于渠道结构优化后的毛利率扩张。截至 2024H1 末，Arc'teryx 门店为 160 家，同比增长 19.4%，Peak Performance 门店为 43 家，同比增长 7.5%。

Outdoor Performance 业务盈利能力改善，Salomon 表现亮眼。2024Q2，营收同比增长 11% 至 3.04 亿美元，其中 Salomon 品牌营收同比增长高双位数，冬季装备产品同比下滑。营收增长主要受益于大中华区、APAC、EMEA 区域共同驱动。OPM 同比提升 3.8pct 至 -2.1%，主要受益于毛利率提升与经营杠杆释放。截至 2024H1 末，Salomon 门店为 160 家，同比增长 44.1%。

Ball&Racquet 业务营收小幅增长，盈利能力下滑。2024Q2，营收同比增长 1% 至 2.83 亿美元，OPM 同比下滑 1.6pct 至 1.1%。

展望 2024 年：预计收入同比增长 15%-17%，毛利率 54.5%，经调整经营利润率 10.5%-11.0%。其中，预计 Technical Apparel 营收增长超过 30%，经调整经营利润率轻微超过 20%；Outdoor Performance 营收增长中至高单位数，经调整经营利润率为高单位数，Ball & Racquet 营收增长低中单位数，经调整经营利润率为低中单位数。

行业动态：

1) **泡泡玛特发布 2024 上半年业绩：**营收同比增长 62.0% 至 45.58 亿元人民币，归母净利润同比大涨 93.3% 至 9.21 亿元人民币。其中，中国内地营收同比增长 31.5% 至 32.06 亿元，港澳台及海外业务始终保持了高速发展的态势，营收同比大涨 259.6% 至 13.52 亿元，为集团贡献 29.7% 的营收，而 2023 上半年这一数字为 13.4%。在 8

来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】裕元集团发布 2024H1 业绩，伟星股份 2024H1 业绩超预期-【山证纺服】行业周报 2024.8.19

【山证纺织服装】7 月国内消费市场延续偏弱表现，体育娱乐用品当月增速转正-【山证纺服】7 月社零数据点评 2024.8.15

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



月 21 日举行的业绩会上，泡泡玛特董事长兼 CEO 王宁表示，预计集团全年收入增长不低于 60%，港澳台及海外收入增长不低于 200%。“我们有信心今年销售额突破 100 亿元。”

- 2) **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 7 月出口额为 22 亿瑞士法郎，较去年同期增长 1.2%。**今年前 7 个月，瑞士手表全球出口总额约 152 亿瑞士法郎，较去年同期同比下滑 2.4%。对中国内地的手表出口额同比下滑 32.8% 至 1.76 亿瑞士法郎，对中国香港的手表出口额同比下滑 19.1% 至 1.47 亿瑞士法郎，对美国的手表出口额同比增长 11.3% 至 3.82 亿瑞士法郎，对日本的手表出口额同比增长 25.6% 至 1.87 亿瑞士法郎，对新加坡的手表出口额同比下滑 1.9% 至 1.28 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 0.6% 至 1.15 亿瑞士法郎，对意大利的手表出口额同比增长 7.1% 至 9420 万瑞士法郎，对法国的手表出口额同比增长 13.7% 至 1.12 亿瑞士法郎，对阿联酋的手表出口额同比增长 4.7% 至 1.06 亿瑞士法郎。
- 3) **8 月 15 日，全球高级运动休闲服、运动服和外套制造商 Lolë Brands 宣布收购美国运动户外鞋类集团 Deckers Brands 旗下户外生活方式鞋类品牌 Sanuk®，**具体交易条款暂未公布。交易完成后，Sanuk 将在未来数月搬迁业务，并在洛杉矶开设新办公室。与此同时，Lolë Brands 任命在 Sanuk 工作了十多年的 Katie Pruitt 为副总裁兼总经理，负责发展品牌战略，尤其是直接面向消费者和批发客户，以推动创新和增长。今后，Lolë Brands 将对 Sanuk 进行投资以巩固品牌包括产品和市场营销在内的核心优势。

➤ **行情回顾（2024.08.19-2024.08.23）**

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 2.29%，SW 轻工制造板块下跌 3.11%，沪深 300 下跌 0.55%，纺织服装板块落后大盘 1.74pct，轻工制造板块落后大盘 2.55pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 0.58%，SW 服装家纺下跌 3.15%，SW 饰品下跌 2.6%，SW 家居用品下跌 2.65%。截至 8 月 23 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.19 倍，为近三年的 25.83% 分位；SW 服装家纺的 PE 为 13.71 倍，为近三年的 15.23% 分位；SW 饰品的 PE 为 11.58 倍，为近三年的 0% 分位；SW 家居用品的 PE 为 14.82 倍，为近三年的 1.99% 分位。

➤ **投资建议：**

（一）继续推荐中游纺织制造龙头，建议关注纺织制造板块弹性标的。近期纺织制造企业陆续公布 2024H1 业绩，华利集团、伟星股份受益于行业订单整体性复苏及公司自身份额提升，上半年业绩超市场预期，健盛集团业绩符合预期。新澳股份接单饱满、羊毛纱线产品销售均价韧性较强、盈利能力提升。截至 2024 年 6 月末，美国纺织服装零售商及批发商库存均处于健康状态。根据国际运动品牌披露的 2024Q2 业绩，销售收入展望稳中向好，部分品牌上调全年业绩指引。全年维度看，纺织制造企业业绩确定性较强。继续推荐中游纺织制造龙头华利集团、申洲国际、伟星股份，建议积极关注去库进度相对较慢、业绩弹性标的南山智尚、健盛集团、浙江自然。

（二）看好运动服饰景气持续，建议关注本土运动品牌。本周，特步国际度公布 2024H1 业绩，特步主品牌营收同比增长 6.6%，盈利能力稳中有升；专业运动品牌营收同比增长 72%，超出市场预期；中期分红率 50%。2024 年 1-7 月体育娱乐用品销售额同比增长 11.1%，7 月单月增速由负转正，达到 10.7%，预计当月开幕的巴黎奥运会对终端运动消费需求有一定提振。从体育娱乐用品社零数据及运动品牌公司上半年业绩看，在国内消费市场整体偏弱的背景下，运动服饰需求韧性相对更强。建议积极关注 361 度、安踏体育、波司登、特步国际、李宁。

（三）关注金价变化及黄金珠宝终端消费。根据中国黄金协会，2024 年上半年，我国黄金首饰消费量 270 吨，同比下降 26.68%，金条及金币消费量 234 吨，同比增长 46.02%；分季度看，黄金首饰消费量 1、2 季度同比分别下降 3%、52%，金条及金币消费量 1、2 季度同比分别增长 26.8%、71.9%。上半年金价持续上涨后高位震荡，黄金首



饰和金条金币两个类别的销量呈现两极分化之势：溢价较高的黄金首饰消费大幅下降，溢价相对较低的金条及金币消费大幅上涨。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：Amer 披露 2024Q2 业绩，大中华区连续 4 个季度营收增速超过 40%.....	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.....	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 泡泡玛特上半年营收同比大涨 62%，海外业务贡献率近 30%.....	15
4.2 瑞士手表 7 月全球出口额微涨 1.2%，但中国内地和香港市场依然低迷.....	17
4.3 Deckers 集团出售旗下户外鞋履品牌 Sanuk.....	18
5. 风险提示.....	18

图表目录

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	7
图 2：本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	7
图 3：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	7
图 4：本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	8
图 5：本周 SW 轻工制各子板块估值.....	8
图 6：棉花价格（元/吨）.....	10
图 7：澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数（澳分/公斤）.....	10
图 8：皮革价格走势.....	10
图 9：美元兑人民币汇率走势.....	10



图 10: 海绵原材料价格走势 (单位: 元/吨)	11
图 11: 金价走势 (单位: 元/克)	11
图 12: 纺织纱线、织物及制品累计值 (亿美元) 及累计同比.....	11
图 13: 服装及衣着附件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	11
图 14: 家具及其零件当月值 (亿美元) 及当月同比.....	11
图 15: 家具及其零件累计值 (亿美元) 及累计同比.....	11
图 16: 社零及限额以上当月.....	12
图 17: 国内实物商品线上线下增速估计.....	12
图 18: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速.....	13
图 19: 地产相关典型限额以上品类增速.....	13
图 20: 30 大中城市商品房成交套数.....	13
图 21: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)	13
图 22: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	14
图 23: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	14
图 24: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	14
图 25: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	14
图 26: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	15
图 27: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	15
表 1: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	8
表 2: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	8
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：Amer 披露 2024Q2 业绩，大中华区连续 4 个季度营收增速超过 40%

Amer2024Q2 收入超预期，大中华区营收增速逐季提升。2024Q2，营收同比增长 16%至 9.94 亿美元（此前，公司指引为增长 10%），剔除汇率影响，同比增长 18%。分板块看，2024Q2，Technical Apparel、Outdoor Performance、Ball & Racquet 营收同比增长 34%、11%、1%。分渠道看，2024Q2，DTC、批发渠道营收为 4.49、5.45 亿美元，同比增长 40%、2%。分区域看，EMEA、Americas、大中华区、APAC 营收为 2.32、3.68、2.89、1.06 亿美元，同比增长 1%、1%、54%、45%，大中华区连续四个季度保持 40%以上的增长，且增速逐季度提升。

Amer2024Q2 盈利能力超预期，季度实现扭亏为盈。盈利能力方面，2024Q2，经调整毛利率同比提升 2.1pct 至 55.8%（此前，公司指引为 54.0%），主因品牌及渠道组合优化、物流运输成本下降，部分被存货减值计提、汇率因素所抵消。SG&A 占营收比重同比提升 2.1pct 至 52.9%。2024Q2，公司实现经调整经营利润 2900 万美元，同比增长 38.1%，经调整经营利润率同比提升 0.5pct 至 2.9%（此前，公司指引为 0%），实现经调整净利润 2700 万美元，扭亏为盈，上年同期为经调整亏损 8600 万美元。截至 2024Q2 末，存货同比增长 2%，存货水平处于健康状态。

Technical Apparel 业务增速领跑，Arc'teryx 门店数量同比显著增长。2024Q2，营收同比增长 34%至 4.07 亿美元，主要受益于大中华区和亚太区增速领跑，以及鞋履产品与女性产品表现优异。OPM 同比提升 1.1pct 至 14.2%，主要受益于渠道结构优化后的毛利率扩张。截至 2024H1 末，Arc'teryx 门店为 160 家，同比增长 19.4%，Peak Performance 门店为 43 家，同比增长 7.5%。

Outdoor Performance 业务盈利能力改善，Salomon 表现亮眼。2024Q2，营收同比增长 11%至 3.04 亿美元，其中 Salomon 品牌营收同比增长高双位数，冬季装备产品同比下滑。营收增长主要受益于大中华区、APAC、EMEA 区域共同驱动。OPM 同比提升 3.8pct 至 -2.1%，主要受益于毛利率提升与经营杠杆释放。截至 2024H1 末，Salomon 门店为 160 家，同比增长 44.1%。

Ball&Racquet 业务营收小幅增长，盈利能力下滑。2024Q2，营收同比增长 1%至 2.83 亿美元，OPM 同比下滑 1.6pct 至 1.1%。

展望 2024 年：预计收入同比增长 15%-17%，毛利率 54.5%，经调整经营利润率 10.5%-11.0%。其中，预计 Technical Apparel 营收增长超过 30%，经调整经营利润率轻微超过 20%；Outdoor Performance 营收增长中至高单位数，经调整经营利润率为高单位数，Ball & Racquet 营收增长低中单位数，经调整经营利润率为低中单位数。

2.本周行情回顾

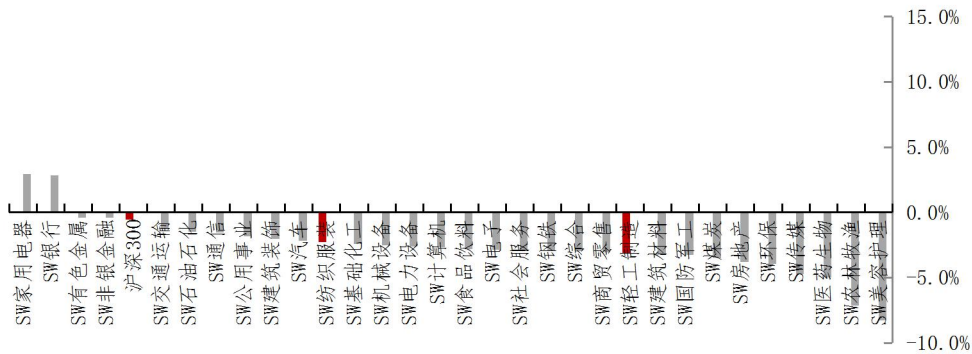
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块下跌 2.29%，SW 轻工制造板块下跌 3.11%，沪深 300 下跌 0.55%，纺织服饰板块落后大盘 1.74pct，轻工制造板块落后大盘 2.55pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造下跌 0.58%，SW 服装家纺下跌 3.15%，SW 饰品下跌 2.6%。

SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 2.58%，SW 文娱用品下跌 4.29%，SW 家居用品下跌 2.65%，SW 包装印刷下跌 3.81%。

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

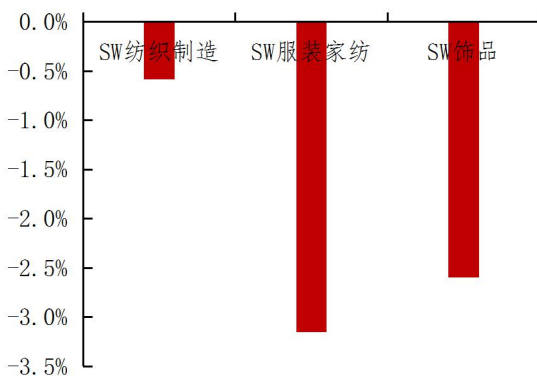
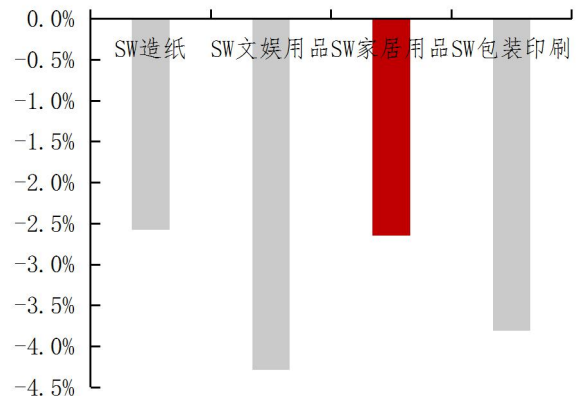


图 3：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅



资料来源：Wind，山西证券研究所

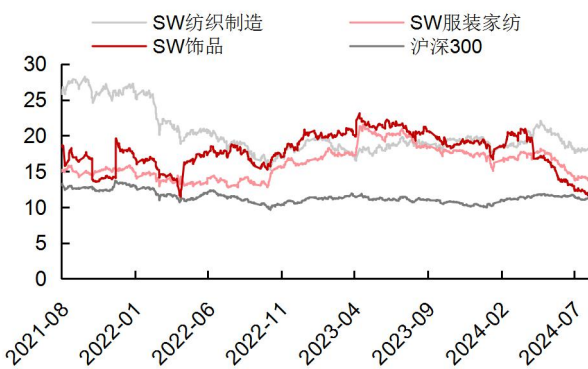
资料来源：Wind，山西证券研究所

2.2 板块估值

截至8月23日，SW 纺织制造的PE（TTM剔除负值，下同）为18.19倍，为近三年的25.83%分位；SW 服装家纺的PE为13.71倍，为近三年的15.23%分位；SW 饰品的PE为11.58倍，为近三年的0%分位。

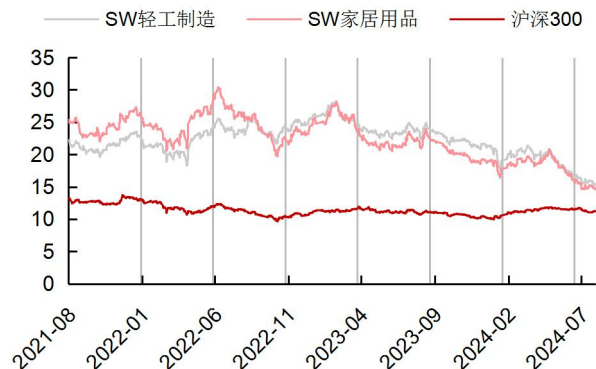
截至8月23日，SW 家居用品的PE为14.82倍，为近三年的1.99%分位。

图4：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

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：日播时尚（+7.41%）、探路者（+5.75%）、ST 摩登（+5.52%）、美邦服饰（+4.55%）、伟星股份（+4.5%）；本周跌幅前5的公司分别为：安正时尚（-21.99%）、扬州金泉（-13.67%）、报喜鸟（-13.08%）、锦泓集团（-9.9%）、云中马（-9.9%）。

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）
603196.SH	日播时尚	7.41	8.12
300005.SZ	探路者	5.75	5.52
002656.SZ	ST摩登	5.52	1.53
002269.SZ	美邦服饰	4.55	1.38
002003.SZ	伟星股份	4.50	12.54

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)
603839.SH	安正时尚	-21.99	4.08
603307.SH	扬州金泉	-13.67	28.10
002154.SZ	报喜鸟	-13.08	3.39
603518.SH	锦泓集团	-9.90	6.28
603130.SH	云中马	-9.90	17.30

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: 海鸥住工 (+11.24%)、茶花股份 (+7.45%)、公牛集团 (+5%)、亚振家居 (+2.96%)、悦心健康 (+2.5%); 本周跌幅前 5 的公司分别为: 海象新材 (-9.11%)、趣睡科技 (-8.56%)、天振股份 (-8.44%)、惠达卫浴 (-8.21%)、力诺特玻 (-8.14%)。

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)
002084.SZ	海鸥住工	11.24	2.87
603615.SH	茶花股份	7.45	12.26
603195.SH	公牛集团	5.00	70.80
603389.SH	亚振家居	2.96	5.56
002162.SZ	悦心健康	2.50	2.87

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)
003011.SZ	海象新材	-9.11	11.37
301336.SZ	趣睡科技	-8.56	26.72
301356.SZ	天振股份	-8.44	11.28
603385.SH	惠达卫浴	-8.21	5.03
301188.SZ	力诺特玻	-8.14	10.95

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 8 月 23 日, 中国棉花 328 价格指数为 14866 元/吨, 环比增长 1.0%, 截至 8 月 22 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 14333 元/吨, 环比增长 4.0%。

2) 金价: 截至 8 月 23 日, 上海金交所黄金现货: 收盘价: Au9999 为 571.58 元/克, 环比增长 1.0%。

3) 羊毛价格: 截至 7 月 25 日, 澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数(澳元)为 1124 澳分/公斤, 环比增长 1.5%。

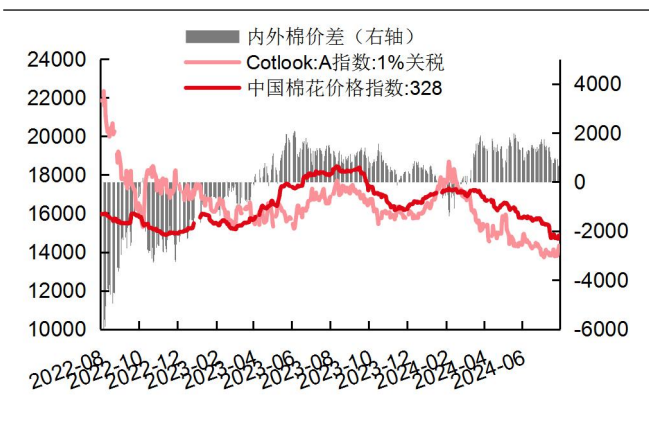
● 家居用品原材料:

1) 皮革: 截至 7 月 26 日, 海宁皮革:价格指数:总类为 72.02。

2) 海绵: 截至 8 月 23 日, 华东地区 TDI 主流价格为 13900 元/吨, 环比下降 0.7%; 华东地区纯 MDI 主流价格为 19200 元/吨, 环比持平。

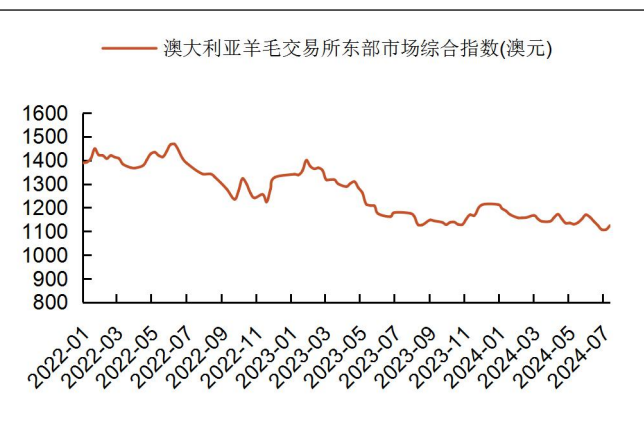
● 汇率: 截至 8 月 23 日, 美元兑人民币(中间价)为 7.1358, 环比下降 0.15%。

图 6: 棉花价格(元/吨)



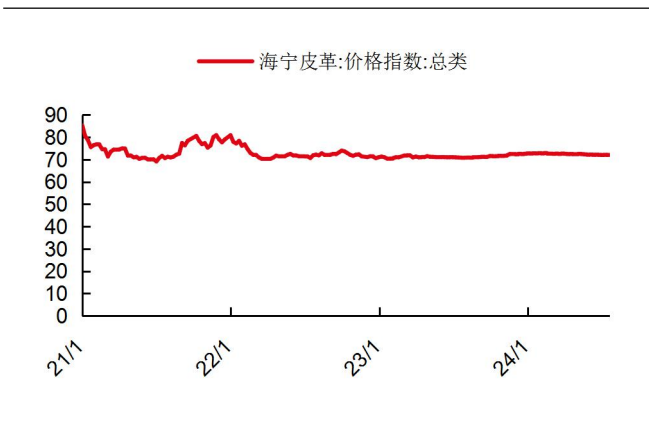
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 7: 澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数(澳分/公斤)



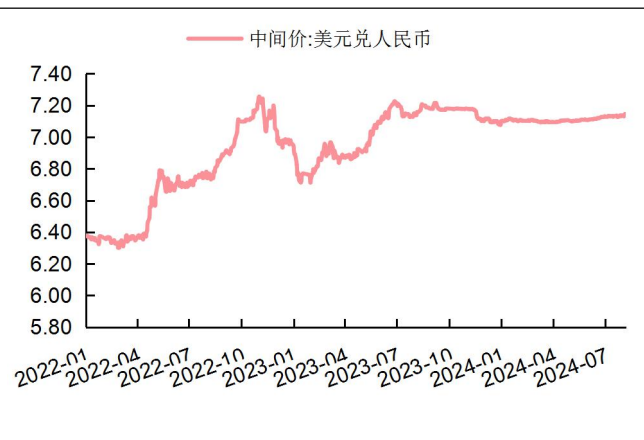
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 8: 皮革价格走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

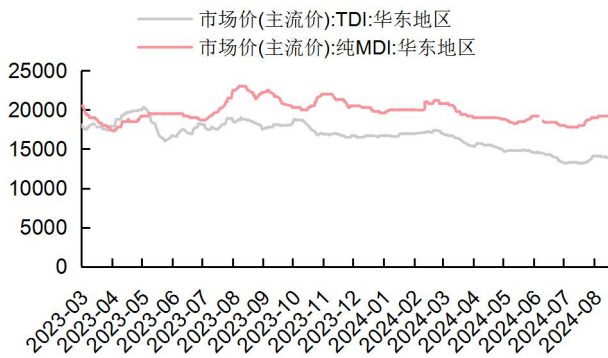
图 9: 美元兑人民币汇率走势



资料来源: Wind, 山西证券研究所

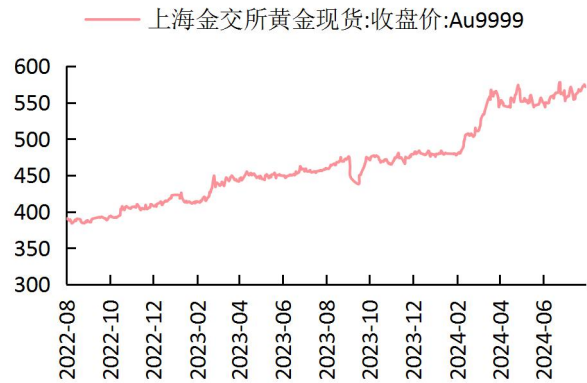


图 10：海绵原材料价格走势（单位：元/吨）



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 11：金价走势（单位：元/克）



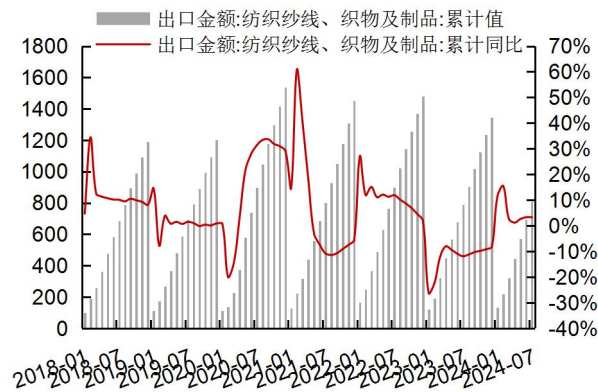
资料来源：Wind，山西证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装：2024 年 1-7 月，我国纺织品、服装及衣着附件出口金额分别为 808.56、889.83 亿美元，同比增长 3.3%、-0.8%。

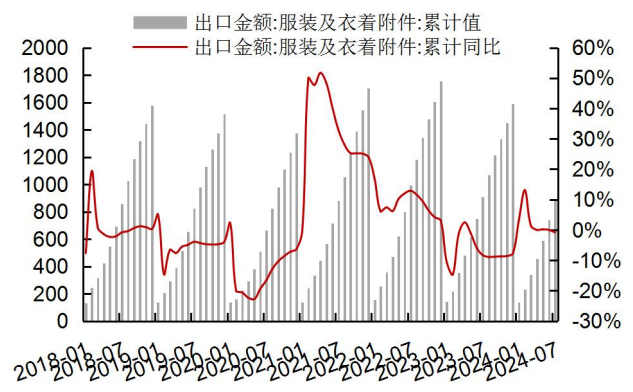
家具及其零件：2024 年 1-7 月，家具及其零件出口 400.67 亿美元，同比增长 10.10%。

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

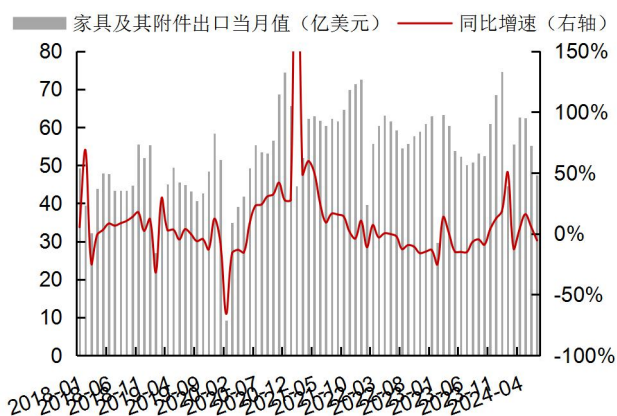
图 13：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比



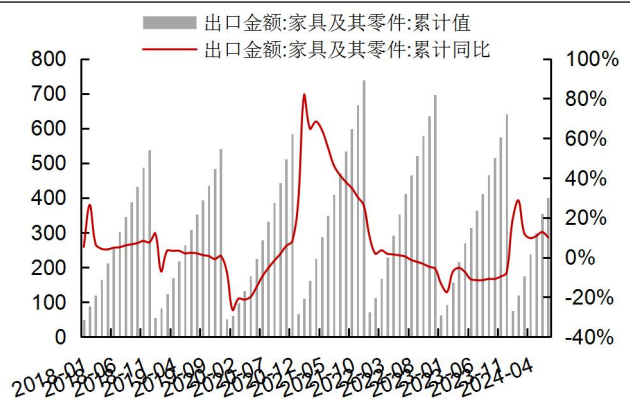
资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

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

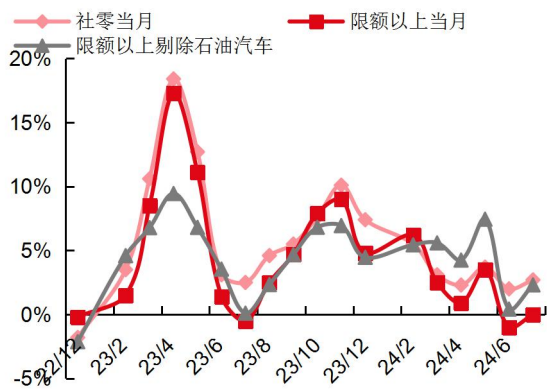
2024 年 7 月，国内实现社零总额 3.78 万亿元，同比增长 2.7%，环比提升 0.7pct，表现低于市场一致预期。

线上渠道，2024 年 1-7 月，商品零售额同比增长 3.1%，实物商品网上零售额同比增长 8.7%，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 19.7%、6.3%、7.5%。线下渠道，按零售业态分，2024 年 1-7 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 5.2%、4.5%、2.0%；百货店、品牌专卖店零售额分别下降 3.8%、1.6%，侧重于可选消费业态的百货与品牌专卖店延续较弱表现。

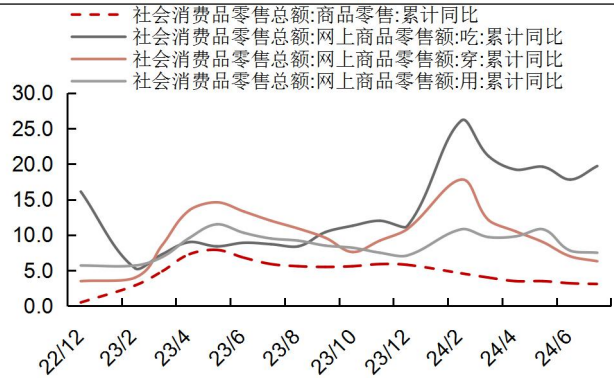
2024 年 7 月，限上化妆品同比下降 6.1%，降幅较 6 月收窄 8.5pct；限上金银珠宝同比下降 10.4%，降幅较 6 月扩大 6.7pct。2024 年 7 月上金所 AU9999 均价为 560.78 元/克，同比涨幅 23.4%，环比增长 2.0%；限上纺织服装同比下降 5.2%，降幅较 6 月扩大 3.3pct，预计 1-7 月线上渠道增速表现优于线下渠道；限上体育/娱乐用品同比增长 10.7%，增速由负转正。2024 年 1-7 月，限上化妆品/金银珠宝/纺织服装/体育娱乐用品累计增速分别为 0.3%/-1.0%/0.5%/11.1%。

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

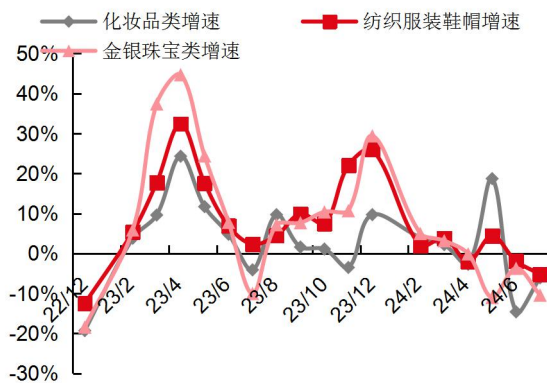


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



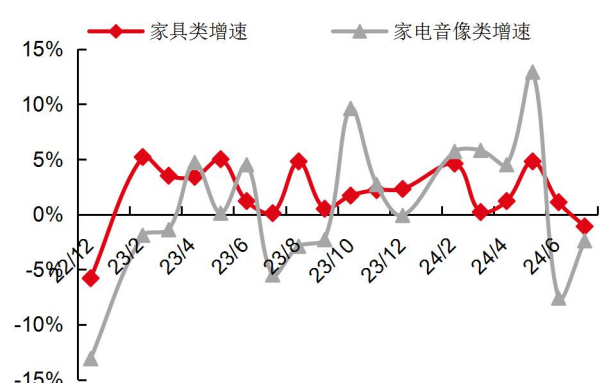
资料来源: 国家统计局, 山西证券研究所

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

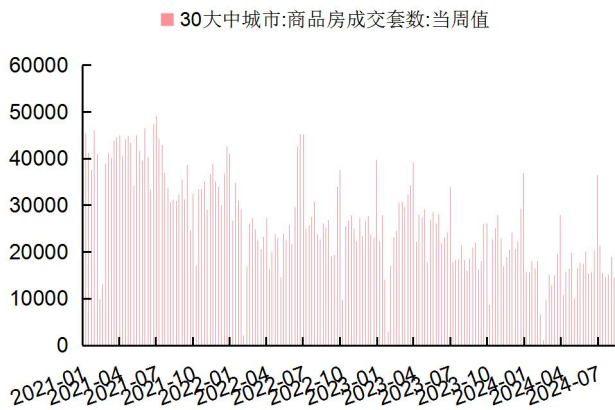
3.4 房地产数据

本周(2024年8月18日-2024年8月24日), 30大中城市商品房成交 16064 套、成交面积 174.04 万平方米, 较上周环比分别增长 20.40%、22.82%。2024 年至今(截至 8 月 24 日), 30 大中城市商品房成交 552726 套、成交面积 6045.26 万平方米, 同比下降 31.8%、33.8%。

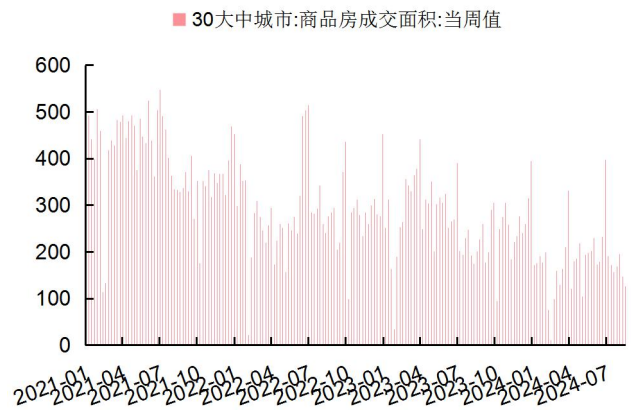
2024 年 1-7 月, 我国住宅新开工面积 31684 万平方米, 同比下降 23.7%, 住宅销售面积 45401 万平方米, 同比下降 21.1%, 住宅竣工面积 21867 万平方米, 同比下降 21.8%。

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)

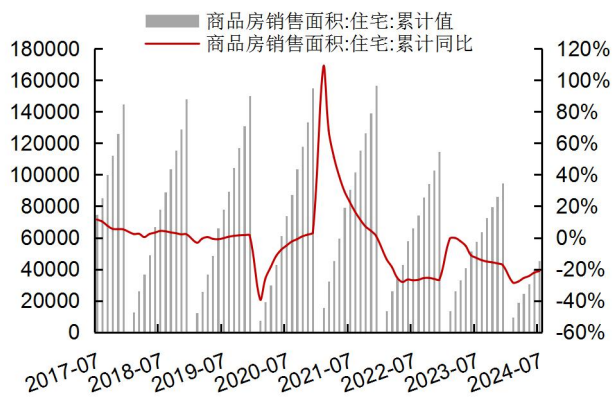


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



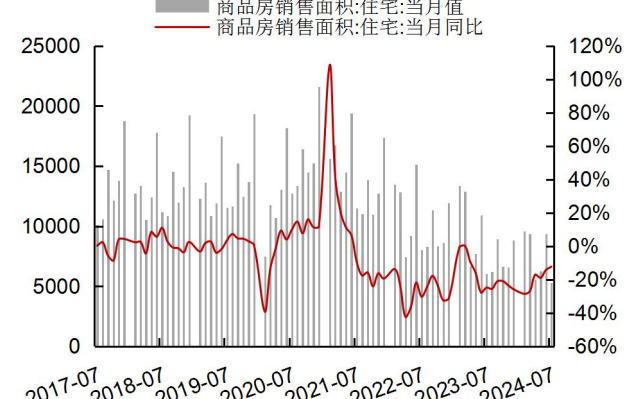
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 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

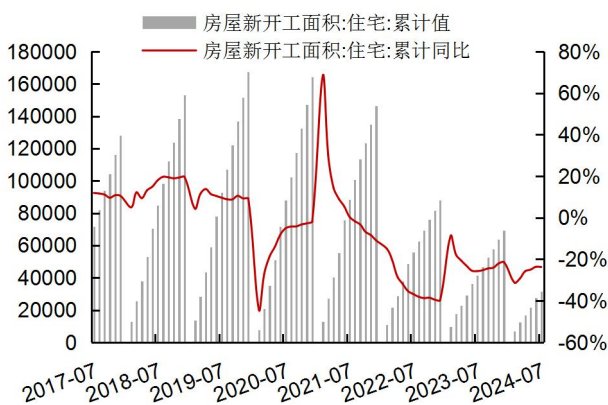
图 23: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



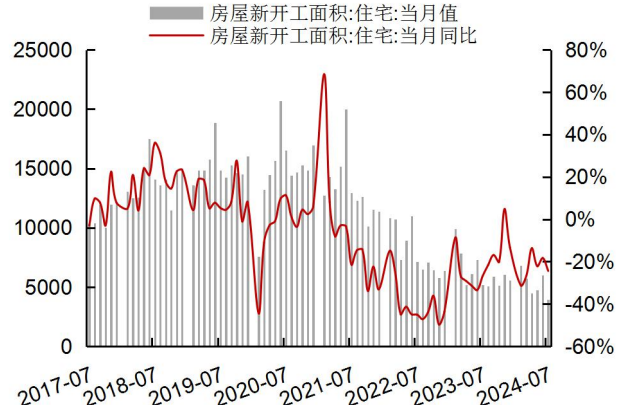
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

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

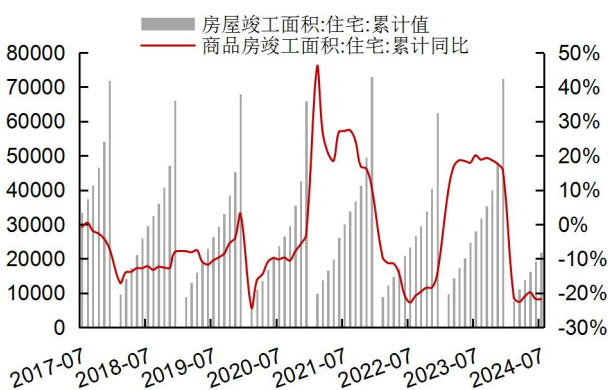


资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所



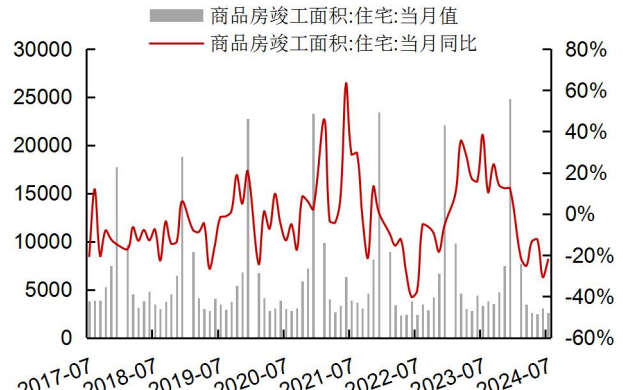
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

图 26：商品房竣工面积累计值（万平方米）及累计同比



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

4.1 泡泡玛特上半年营收同比大涨 62%，海外业务贡献率近 30%

【来源：华丽志 2024-08-21】

8月20日收盘后，总部设在北京的潮流玩具公司泡泡玛特（POP MART, 港股代码：9992）发布2024上半年业绩：营收同比增长62.0%至45.58亿元人民币，归母净利润同比大涨93.3%至9.21亿元人民币。

其中，中国内地营收同比增长31.5%至32.06亿元，港澳台及海外业务始终保持了高速发展的态势，营收同比大涨259.6%至13.52亿元，为集团贡献29.7%的营收，而2023上半年这一数字为13.4%。

在8月21日举行的业绩会上，泡泡玛特董事长兼CEO王宁表示，预计集团全年收入增长不低于60%，

港澳台及海外收入增长不低于 200%。“我们有信心今年销售额突破 100 亿元。”

受业绩推动，泡泡玛特 8 月 21 日股价上涨 10.51%至 46.25 港元/股，总市值约 621 亿港元。今年以来，其股价已累计上涨了 130%。

就 IP 而言：

头部的 IP MOLLY、THE MONSTERS 和 SKULLPANDA 取得强劲的销售表现，在 2024 年上半年分别实现营收 7.82 亿元、6.27 亿元和 5.75 亿元，同比分别增长 90.1%、292.2%、9.2%。

内部 IP 原创工作室 PDC（Pop Design Center）旗下的多个 IP 取得了出色的成绩，Hirono 小野表现突出，营收同比大涨 124.3%至 2.45 亿元。公司在各大城市开设了小野 IP 生活方式类快闪店，快闪店中除了潮玩，全新推出了服装、家居及周边等众多品类。

Zsiga 作为 2022 年推出的新晋 IP，营收同比大涨 169.5%至 1.23 亿元。

就品类而言：

2024 年是泡泡玛特推出 MEGA COLLECTION 的第四年，品牌运营逐渐进入成熟阶段。2024 年上半年，GRAND 系列推出第二款特殊材质潮玩 MEGA SPACE MOLLY 400%藏金无痕·木。此外，MEGA ROYAL MOLLY 今年也与韩美林、蜷川实花、梵高博物馆等多个国际知名艺术家、艺术机构进行联名。2024 年上半年，MEGA COLLECTION 共实现营收 5.86 亿元，占比达到 12.9%。

毛绒产品作为 2023 年推出的爆款产品品类，2024 年上半年实现营收 4.46 亿元，占比达到 9.8%。

就地区而言：

中国内地营收同比增长 31.5%至 32.06 亿元

港澳台及海外业务始终保持了高速发展的态势，营收同比大涨 259.6%至 13.52 亿元，为集团贡献 29.7%的营收，而 2023 年上半年这一数字为 13.4%。

此外，公司首次将港澳台及海外按照区域进一步划分为：东南亚、东亚及港澳台地区、北美和欧澳及其他，四大区域的占比分别为 41.1%、35.4%、13.2%及 10.3%。

就渠道而言：

对于中国内地：线下销售收入由 2023 上半年的 14.51 亿元上升到 2024 上半年的 17.86 亿元，增长了 23.1%。其中零售店销售收入从 11.80 亿元增加到 14.71 亿元，同比增长了 24.7%。截至 2024 年 6 月 30 日零售店共 374 家，较 2023 年 6 月底增加 34 家。线上销售收入由 2023 上半年的 8.17 亿元增长到 10.96 亿元，增长了 34.0%。批发及其他收入从 2023 上半年的 1.71 亿元增长到 3.24 亿元，增长了 90.8%，主要由于泡泡玛特城市乐园带来的收入增加。

对于港澳台及海外：线下销售收入由 2023 年上半年的 1.91 亿元上升到 2024 年上半年的 9.47 亿元，增

长了 397.3%。其中零售店销售收入从 1.65 亿元增加到 8.94 亿元，增长了 441.5%。截至 2024 年 6 月 30 日，零售店共 83 家，较 2023 年 6 月底增加了 45 家。线上销售收入由 2023 上半年的 0.57 亿元增加到 2.47 亿元，增长了 335.4%。批发及其他收入由 2023 年上半年的 1.29 亿元增长至 1.58 亿元，增长了 22.5%。主要为港澳台及海外业务持续拓展，品牌认可度增加。

4.2 瑞士手表 7 月全球出口额微涨 1.2%，但中国内地和香港市场依然低迷

【来源：华丽志 2024-08-20】

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 7 月出口额为 22 亿瑞士法郎，较去年同期增长 1.2%。今年前 7 个月，瑞士手表全球出口总额约 152 亿瑞士法郎，较去年同期同比下滑 2.4%。

2024 年 7 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 32.8%至 1.76 亿瑞士法郎

对中国香港的手表出口额同比下滑 19.1%至 1.47 亿瑞士法郎

对美国的手表出口额同比增长 11.3%至 3.82 亿瑞士法郎

对日本的手表出口额同比增长 25.6%至 1.87 亿瑞士法郎

对新加坡的手表出口额同比下滑 1.9%至 1.28 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 0.6%至 1.15 亿瑞士法郎

对意大利的手表出口额同比增长 7.1%至 9420 万瑞士法郎

对法国的手表出口额同比增长 13.7%至 1.12 亿瑞士法郎

对阿联酋的手表出口额同比增长 4.7%至 1.06 亿瑞士法郎

从 7 月的数据看，包括韩国和西班牙在内的前十二大市场中，仅中国内地（-32.8%）、中国香港（-19.1%）、新加坡（-1.9%）、德国（-0.6%）出现下滑，其它市场均呈增长。本月，瑞士手表的 30 个市场中，其他下滑的市场包括：澳大利亚（-2.9%）、荷兰（-6.1%）、土耳其（-8.6%）、泰国（-16.2%）、卡塔尔（-22.2%）、希腊（-23.5%）。中国台湾（+25.3%）、沙特阿拉伯（+24.8%）、墨西哥（+16.8%）、印度（+44.9%）、爱尔兰（+24.1%）、奥地利（+11.5%）、科威特（+15.1%）、比利时（+11.2%）、巴林王国（+47.7%）、葡萄牙（+14%）、马来西亚（+28.5%）实现两位数增长。7 月，瑞士手表对美国、日本、中

国内地、中国香港、英国和新加坡这 6 个主要市场的出口总额同比下滑 3.7%至 11.67 亿瑞士法郎，贡献了全球市场出口总额的 52.1%。

4.3 Deckers 集团出售旗下户外鞋履品牌 Sanuk

【来源：华丽志 2024-08-19】

8 月 15 日，全球高级运动休闲服、运动服和外套制造商 Lolë Brands 宣布收购美国运动户外鞋类集团 Deckers Brands 旗下户外生活方式鞋类品牌 Sanuk®，具体交易条款暂未公布。

创立于 1997 年，Sanuk 发源于充满活力的冲浪、极限运动和户外社区，其宗旨是通过趣味性和功能性兼具的鞋类产品，将微笑传播得更远更广。凭借独创的款式和不拘一格的营销方式，Sanuk 成为了舒适、创意和自由冒险的代名词。

交易完成后，Sanuk 将在未来数月搬迁业务，并在洛杉矶开设新办公室。与此同时，Lolë Brands 任命在 Sanuk 工作了十多年的 Katie Pruitt 为副总裁兼总经理，负责发展品牌战略，尤其是直接面向消费者和批发客户，以推动创新和增长。今后，Lolë Brands 将对 Sanuk 进行投资以巩固品牌包括产品和市场营销在内的核心优势。“Sanuk 忠实的批发合作伙伴客户群可以期待体验品牌的发展，包括灵活、先进的市场管理和客户服务等”，新闻稿中写道。此次是 Lolë 在过去一年中进行的第二笔收购，旨在扩大集团的环保消费品牌组合。2002 年，发现了女式功能性外衣市场空白的 Evelyn Trempe 在加拿大创立 Lolë。通过改变平淡无奇且风格平平的女士旅行外衣，Lolë 已发展成为一个全球性品牌，在全球 1500 多家零售店有售，提供高级运动休闲服、运动装和外套，其产品所具备的多功能性和时尚性，使得穿着者能在不同的场合无缝切换。

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金田路 3086 号大百汇广场 43 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

