

纺织服装

行业周报（20240901-20240907）

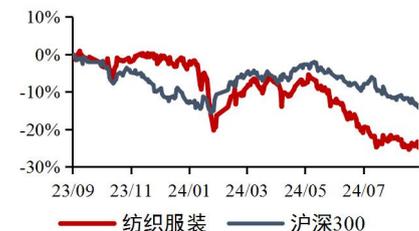
同步大市-A(维持)

Lululemon FY24Q2 营收略低于预期，下调 FY2024 收入指引

2024年9月9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：Lululemon 发布 FY24Q2 季度业绩，下调 FY2024 收入指引

北美市场平稳增长，中国大陆市场增长亮眼。FY2024Q2（截至 2024 年 7 月 28 日止前三个月，下同），Lululemon 营收同比增长 7% 至 23.71 亿美元（略低于此前指引的 24.0-24.2 亿美元），剔除汇率影响，同比增长 8%。分区域看，北美市场（含美国与加拿大，下同）、中国大陆市场、其它市场营收同比增长 1%、34%、24% 至 17.41、3.14、3.15 亿美元，剔除汇率影响，同比增长 2%、37%、27%。北美市场、中国大陆市场、其它市场营收占总营收比重为 73.4%、13.3%、13.3%。分品类看，女装、男装、其它产品营收同比增长 5.7%、10.7%、9.0% 至 14.76、5.88、3.07 亿美元，占营收比重为 62.3%、24.8%、13.0%。分渠道看，线下门店、电商渠道、其它渠道营收同比增长 10.8%、1.9%、12.0% 至 12.16、9.11、2.45 亿美元，占营收比重为 51.3%、38.4%、10.3%，

北美市场同店销售小幅下滑，中国大陆市场同店销售增长超过 20%。同店销售方面，FY2024Q2，剔除汇率影响，Lululemon 可比同店销售同比增长 3%，其中北美市场、中国大陆市场、其它市场同比增长-2%、23%、20%。门店开设方面，截至 FY2024Q2 末，Lululemon 新开设 11 家门店、关闭 1 家门店，期末门店数量为 721 家，较 FY2023Q2 末同比增加 49 家，同比增速为 7.3%。于中国大陆、其它市场、北美市场，本季度净开设门店分别为 5、4、1 家。

FY2024Q2 经营利润率同比提升，存货余额同比下降。盈利能力方面，FY2024Q2，Lululemon 毛利率同比提升 0.8pct 至 59.6%。SG&A 占营收比重同比下滑 0.2pct 至 36.8%。FY2024Q2，经营利润 5.40 亿美元，同比增长 13%，经营利润率同比提升 1.1pct 至 22.8%。FY2024Q2，净利润 3.93 亿美元，同比增长 15.0%。截至 FY2024Q2 末，存货同比下降 14% 至 14.29 亿美元。

下调 2024 财年业绩指引。Lululemon 预计 FY2024Q3 营收为 23.40-23.65 亿美元，同比增长 6%-7%，预计 FY2024 营收为 103.75-104.75 亿美元（此前预计 FY2024 营收为 107-108 亿美元），同比增长 8%-9%（此前预计同比增长 11%-12%），剔除 2024 年第 53 周的影响，同比增长 6%-7%（此前预计同比增长 10%-11%）。

行业动态：

- 1) 全球知名服装品牌 **Uniqlo**（优衣库）任命英国设计师 **Clare Waight Keller** 为新任品牌创意总监。Clare Waight Keller 曾就职于全球多家高级时装屋，于 2023 年 9 月携手优衣库品牌推出首个 UNIQLO : C 秋冬女装合作系列。2024 年秋冬起，她将全面负责优衣库主线系列的创意方向，包括男装设计，同时她也会继续设计 UNIQLO : C 系列。
- 2) 在领跑“黄金时代”特步新一代冠军版跑鞋发布会上，特步新一代冠军版跑鞋 **160X** 系列重磅发布，这一系列包括了 160X 6.0、160X 6.0 PRO，以及 160X 6.0 MONXTER。发布会上，特步跑步品类总经理陆一嘉还介绍特步的两大核心科技“XTEP POWER 动能科技升级-GT700 碳板”和“XTEP ACE 轻弹科技升级-射胚发泡”的应用。据悉，此次发布的 160X 6.0 PRO 和 160X 6.0 MONXTER 就搭载了这一核心科技“XTEP POWER 动能科技升级-GT700 碳板”，被跑者称为“黄金碳板”，是特步在碳板科技领域的革命性突破。160X 6.0 MONXTER 的名字由马拉

来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】2024H1 纺织制造板块业绩表现靓丽，运动服饰消费展现韧性-【山证纺服】2024H1 中报综述 2024.9.5

【山证纺织服装】Amer 发布 2024Q2 业绩，大中华区连续 4 个季度营收增速超过 40%-【山证纺服】行业周报 2024.8.25

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



松冠军吴向东所取，全球限量发行 2000 双；160X 6.0 助力跑者安全 PB；160X 6.0 MONXTER 超级猛兽系列被称为 160X 系列有史以来最激进的产品，宣称将激发跑者速度极限。

- 3) 近日，京东宣布追加 10 亿投入全面布局服饰品类，致力于将京东服饰打造成潮流尖货聚集地，给消费者带来更多丰富的服饰选择、提供更优质的购物体验，并为国内外服饰品牌带来更具确定性的增长。在 10 亿重磅投入的加持下，京东服饰将围绕产品优化、高效运营、灵活供应链及品质服务进行优化提升。重点聚焦潮流新品，联合 NIKE、GAP、Massimo Dutti、波司登、HAZZYS 等数千家品牌同步上新，并携手小红书、VOGUE 共同开启 2024 秋冬四大穿搭趋势，实时补充新兴潮流货盘和穿搭内容供给，为消费者带来更新潮、更丰富的多元穿搭选择。今年以来，京东服饰在男女装、鞋靴、运动鞋服等上百个服饰品类的新品数量同比增长超 5 倍，京东服饰已成为一线服饰品牌商家上新的重要阵地。与此同时，京东服饰的海内外头部鞋服品牌数量同比提升超 60%、第三方商家数量同比增长超过 200%。

➤ **行情回顾（2024.09.02-2024.09.06）**

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 纺织服饰板块下跌 1.56%，SW 轻工制造板块下跌 2.57%，沪深 300 下跌 2.71%，纺织服饰板块跑赢大盘 1.16pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 0.15pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 0.51%，SW 服装家纺下跌 2.42%，SW 饰品下跌 0.91%，SW 家居用品下跌 3.01%。截至 9 月 6 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.10 倍，为近三年的 23.18%分位；SW 服装家纺的 PE 为 13.68 倍，为近三年的 14.57%分位；SW 饰品的 PE 为 12.79 倍，为近三年的 3.97%分位；SW 家居用品的 PE 为 14.46 倍，为近三年的 0%分位。

➤ **投资建议：**

（一）纺织制造板块：2024 年上半年，受益于品牌客户库存去化结束，恢复正常下单，纺织制造板块营收业绩快速增长，销售毛利率同比回升，中游纺织制造企业华利集团、伟星股份受益于客户份额持续提升，业绩表现突出。展望后续，海外纺织服装库存处于健康水平，国际运动品牌客户销售展望稳中向好。继续推荐下游客户成长性优、新客户持续放量的华利集团，伴随越南生产基地投产、客户份额提升逻辑清晰的伟星股份，建议关注申洲国际、健盛集团、浙江自然、南山智尚。

（二）运动服饰板块：2024 年上半年，国内体育娱乐用品社零双位数增长，运动服饰消费展现韧性，高端运动品牌如迪桑特、可隆、索康尼营收高速增长，大众运动品牌 361 度零售流水表现同样较优。运动服饰行业上半年零售折扣稳中向好，库存水平可控。继续推荐具备多品牌矩阵、经营稳健的安踏体育，建议关注 361 度、特步国际、波司登、李宁。

（三）黄金珠宝板块：2024 年上半年，黄金珠宝终端消费基本保持平稳，2 季度以来由于金价急速上涨，终端需求增速环比有所放缓。黄金珠宝板块公司上半年线下渠道逆势拓店，抢占市场份额，整体营收增长好于行业。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，建议关注潮宏基、老凤祥、菜百股份、周大生。

➤ **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：Lululemon 发布 FY24Q2 季度业绩，下调 FY2024 收入指引.....	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 优衣库官宣新创意总监.....	14
4.2 特步发布新一代冠军版跑鞋.....	15
4.3 京东全面布局服饰品类：追加 10 亿投入 为服饰品牌带来确定性增长.....	15
5.风险提示.....	16

图表目录

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	6
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.....	7
图 5：本周 SW 轻工制各子板块估值.....	7
图 6：棉花价格（元/吨）.....	9
图 7：澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数（澳分/公斤）.....	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：Lululemon 发布 FY24Q2 季度业绩，下调 FY2024 收入指引

北美市场平稳增长，中国大陆市场增长亮眼。FY2024Q2（截至 2024 年 7 月 28 日止前三个月，下同），Lululemon 营收同比增长 7%至 23.71 亿美元（略低于此前指引的 24.0-24.2 亿美元），剔除汇率影响，同比增长 8%。分区域看，北美市场（含美国与加拿大，下同）、中国大陆市场、其它市场营收同比增长 1%、34%、24%至 17.41、3.14、3.15 亿美元，剔除汇率影响，同比增长 2%、37%、27%。北美市场、中国大陆市场、其它市场营收占总营收比重为 73.4%、13.3%、13.3%。分品类看，女装、男装、其它产品营收同比增长 5.7%、10.7%、9.0%至 14.76、5.88、3.07 亿美元，占营收比重为 62.3%、24.8%、13.0%。分渠道看，线下门店、电商渠道、其它渠道营收同比增长 10.8%、1.9%、12.0%至 12.16、9.11、2.45 亿美元，占营收比重为 51.3%、38.4%、10.3%，

北美市场同店销售小幅下滑，中国大陆市场同店销售增长超过 20%。同店销售方面，FY2024Q2，剔除汇率影响，Lululemon 可比同店销售同比增长 3%，其中北美市场、中国大陆市场、其它市场同比增长-2%、23%、20%。门店开设方面，截至 FY2024Q2 末，Lululemon 新开设 11 家门店、关闭 1 家门店，期末门店数量为 721 家，较 FY2023Q2 末同比增加 49 家，同比增速为 7.3%。于中国大陆、其它市场、北美市场，本季度净开设门店分别为 5、4、1 家。

FY2024Q2 经营利润率同比提升，存货余额同比下降。盈利能力方面，FY2024Q2，Lululemon 毛利率同比提升 0.8pct 至 59.6%。SG&A 占营收比重同比下滑 0.2pct 至 36.8%。FY2024Q2，经营利润 5.40 亿美元，同比增长 13%，经营利润率同比提升 1.1pct 至 22.8%。FY2024Q2，净利润 3.93 亿美元，同比增长 15.0%。截至 FY2024Q2 末，存货同比下降 14%至 14.29 亿美元。

下调 2024 财年业绩指引。Lululemon 预计 FY2024Q3 营收为 23.40-23.65 亿美元，同比增长 6%-7%，预计 FY2024 营收为 103.75-104.75 亿美元（此前预计 FY2024 营收为 107-108 亿美元），同比增长 8%-9%（此前预计同比增长 11%-12%），剔除 2024 年第 53 周的影响，同比增长 6%-7%（此前预计同比增长 10%-11%）。

2. 本周行情回顾

2.1 板块行情

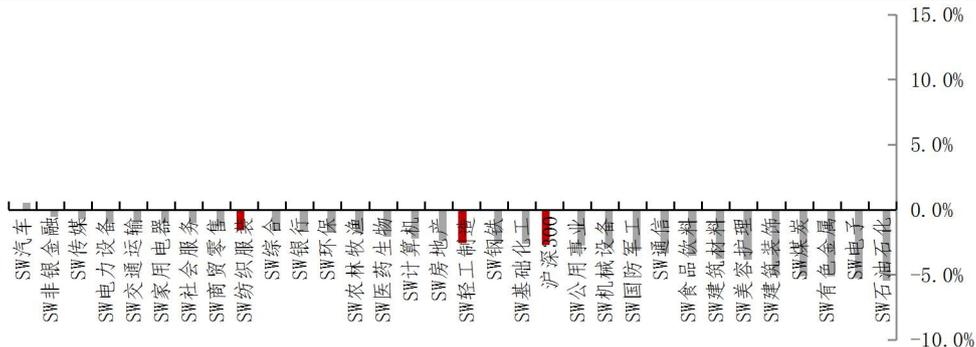
本周，SW 纺织服饰板块下跌 1.56%，SW 轻工制造板块下跌 2.57%，沪深 300 下跌 2.71%，纺织服饰

板块纺服跑赢大盘 1.16pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 0.15pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造下跌 0.51%，SW 服装家纺下跌 2.42%，SW 饰品下跌 0.91%。

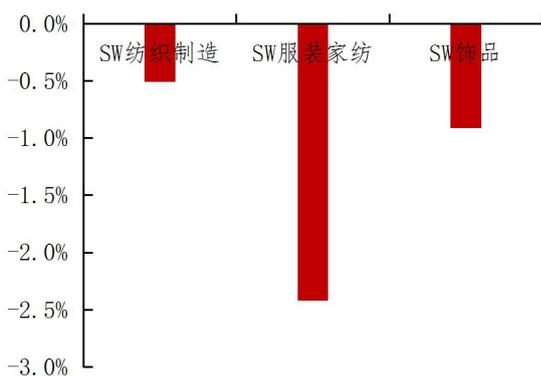
SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 3.75%，SW 文娱用品下跌 2.58%，SW 家居用品下跌 3.01%，SW 包装印刷下跌 0.75%。

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



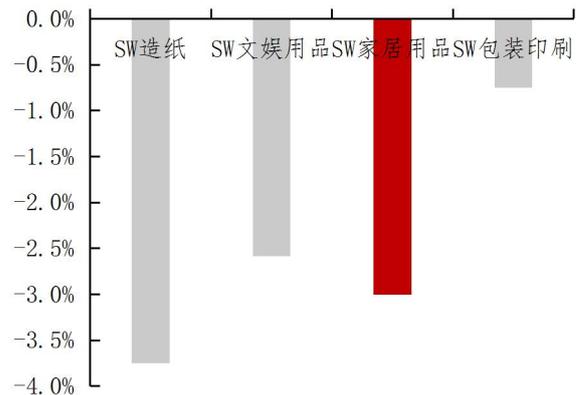
资料来源：Wind，山西证券研究所

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 9 月 6 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.10 倍，为近三年的 23.18%分位；

SW 服装家纺的 PE 为 13.68 倍，为近三年的 14.57%分位；SW 饰品的 PE 为 12.79 倍，为近三年的 3.97%分位。

截至 9 月 6 日，SW 家居用品的 PE 为 14.46 倍，为近三年的 0%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：ST 金一 (+13.06%)、华茂股份 (+12.26%)、万事利 (+10.04%)、日播时尚 (+9.84%)、*ST 天创 (+7.69%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：酷特智能 (-12.18%)、哈森股份 (-11.24%)、ST 步森 (-10.43%)、比音勒芬 (-7.06%)、探路者 (-6.32%)。

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)
002721.SZ	ST 金一	13.06	2.51
000850.SZ	华茂股份	12.26	3.48
301066.SZ	万事利	10.04	9.32
603196.SH	日播时尚	9.84	8.26
603608.SH	*ST 天创	7.69	2.94

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)
300840.SZ	酷特智能	-12.18	8.58
603958.SH	哈森股份	-11.24	8.53
002569.SZ	ST 步森	-10.43	5.58
002832.SZ	比音勒芬	-7.06	17.65
300005.SZ	探路者	-6.32	5.04

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: 曲美家居 (+8.37%)、茶花股份 (+7.16%)、松霖科技 (+5.15%)、华瓷股份 (+5.01%)、松发股份 (+4.71%); 本周跌幅前 5 的公司分别为: 张小泉 (-9.98%)、浙江永强 (-7.59%)、亚振家居 (-7.4%)、公牛集团 (-7.16%)、梦百合 (-7.14%)。

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)
603818.SH	曲美家居	8.37	2.46
603615.SH	茶花股份	7.16	13.47
603992.SH	松霖科技	5.15	17.50
001216.SZ	华瓷股份	5.01	12.15
603268.SH	松发股份	4.71	13.12

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)
301055.SZ	张小泉	-9.98	11.10
002489.SZ	浙江永强	-7.59	2.68
603389.SH	亚振家居	-7.40	5.63
603195.SH	公牛集团	-7.16	62.91
603313.SH	梦百合	-7.14	5.72

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 9 月 6 日, 中国棉花 328 价格指数为 14963 元/吨, 环比下降 0.1%, 截至 9 月 5 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 14227 元/吨, 环比增长 1.3%。

2) 金价: 截至 9 月 6 日, 上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999 为 572.84 元/克, 环比下降 0.1%。

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:

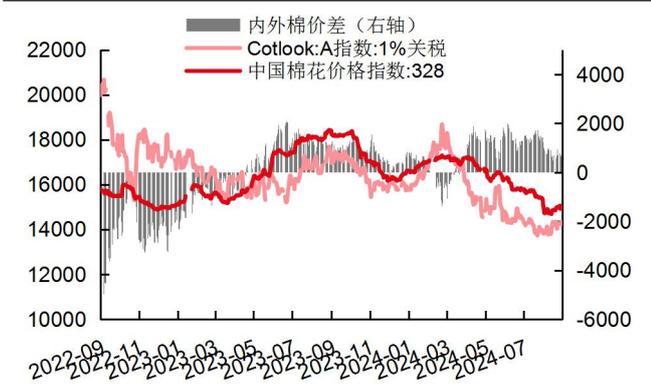
1) 皮革: 截至 8 月 23 日, 海宁皮革:价格指数:总类为 72.10。

2) 海绵: 截至 9 月 6 日, 华东地区 TDI 主流价格为 13700 元/吨, 环比增长 0.7%; 华东地区纯 MDI

主流价格为 18600 元/吨，环比下降 1.1%。

- 汇率：截至 9 月 6 日，美元兑人民币（中间价）为 7.0925，环比下降 0.28%。

图 6：棉花价格（元/吨）



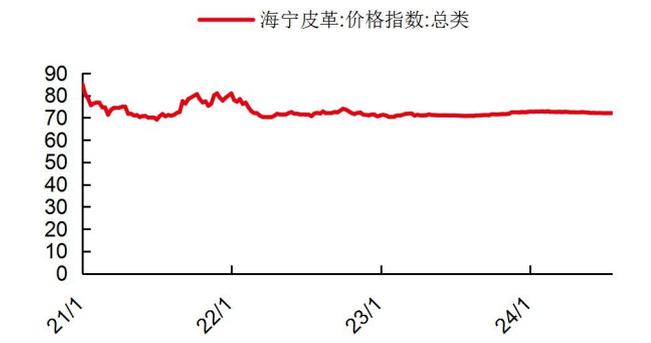
资料来源：Wind，山西证券研究所

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

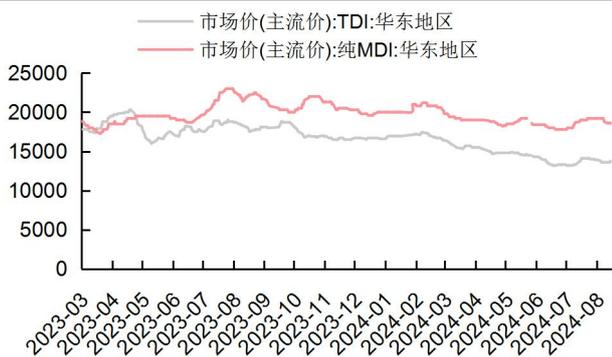
图 9：美元兑人民币汇率走势



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）

图 11：金价走势（单位：元/克）



资料来源：Wind，山西证券研究所



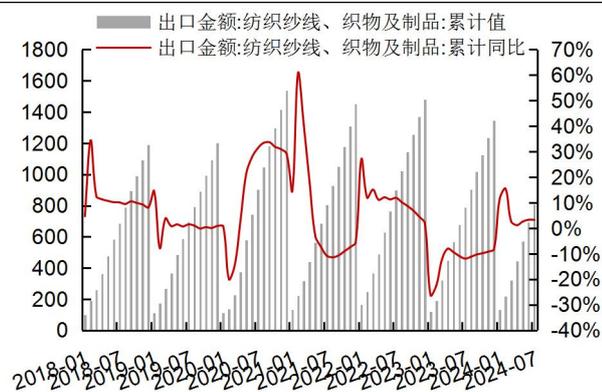
资料来源：Wind，山西证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装：2024年1-7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%。

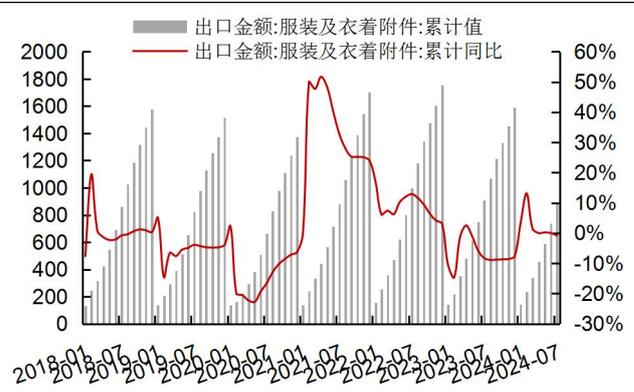
家具及其零件：2024年1-7月，家具及其零件出口400.67亿美元，同比增长10.10%。

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

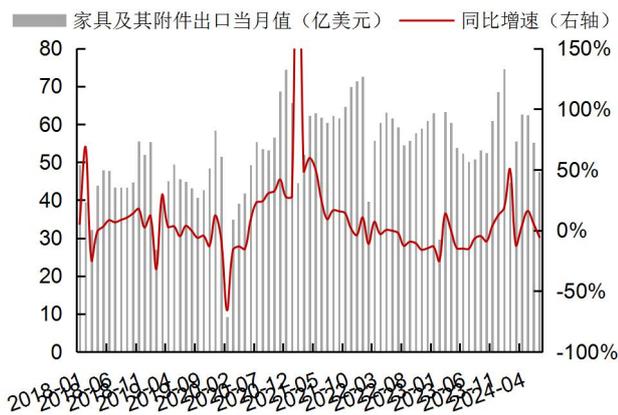
图 13：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比



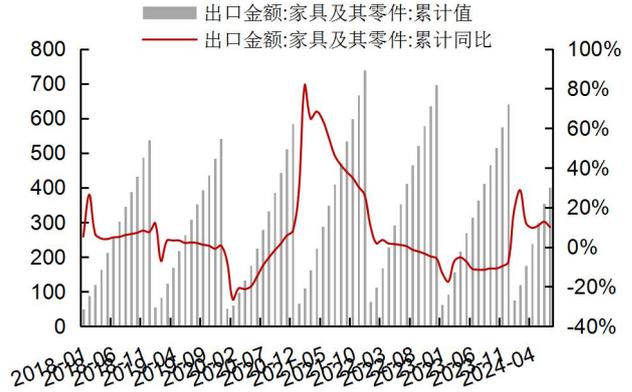
资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

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

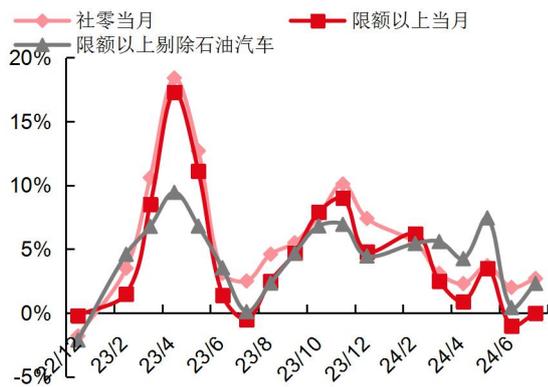
2024年7月，国内实现社零总额3.78万亿元，同比增长2.7%，环比提升0.7pct，表现低于市场一致预期。

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。

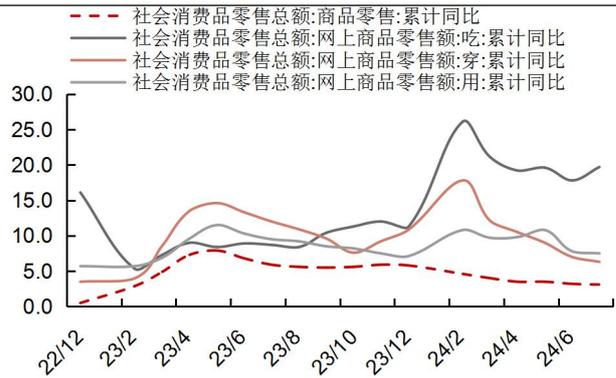
2024年7月，限上化妆品同比下降6.1%，降幅较6月收窄8.5pct；限上金银珠宝同比下降10.4%，降幅较6月扩大6.7pct。2024年7月上金所AU9999均价为560.78元/克，同比涨幅23.4%，环比增长2.0%；限上纺织服装同比下降5.2%，降幅较6月扩大3.3pct，预计1-7月线上渠道增速表现优于线下渠道；限上体育/娱乐用品同比增长10.7%，增速由负转正。2024年1-7月，限上化妆品/金银珠宝/纺织服装/体育娱乐用品累计增速分别为0.3%/-1.0%/0.5%/11.1%。

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

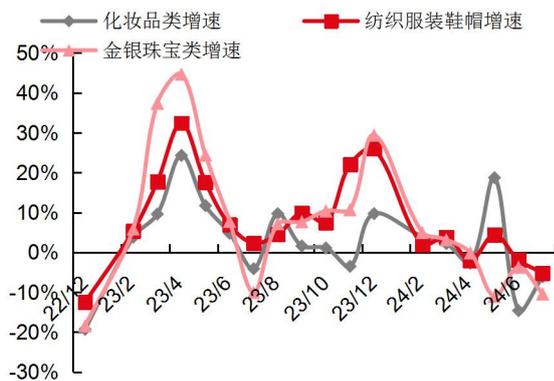


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



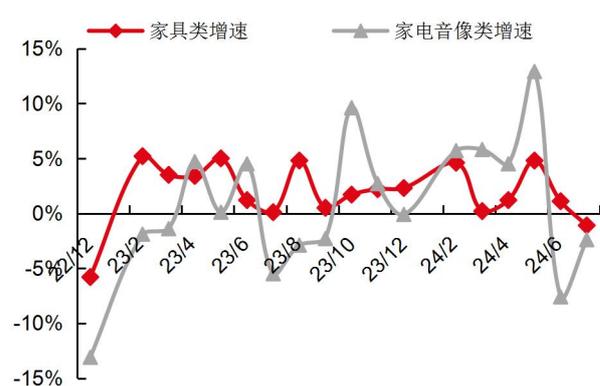
资料来源: 国家统计局, 山西证券研究所

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

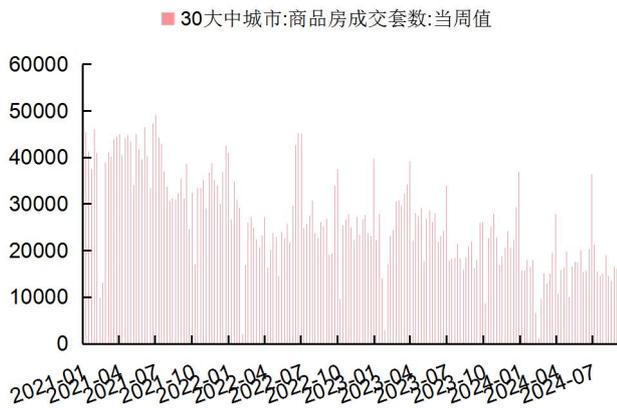
3.4 房地产数据

本周(2024年9月1日-2024年9月7日), 30大中城市商品房成交 11253 套、成交面积 124.01 万平方米, 较上周环比分别下降 33.59%、32.00%。2024 年至今(截至 9 月 7 日), 30 大中城市商品房成交 581199 套、成交面积 6354.58 万平方米, 同比下降 31.6%、33.7%。

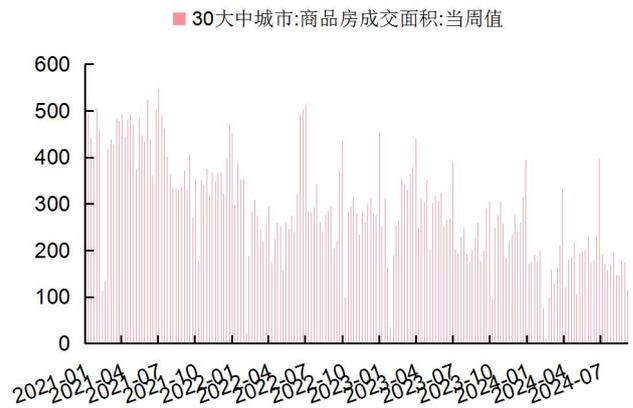
2024 年 1-7 月, 我国住宅新开工面积 31684 万平方米, 同比下降 23.7%, 住宅销售面积 45401 万平方米, 同比下降 21.1%, 住宅竣工面积 21867 万平方米, 同比下降 21.8%。

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)

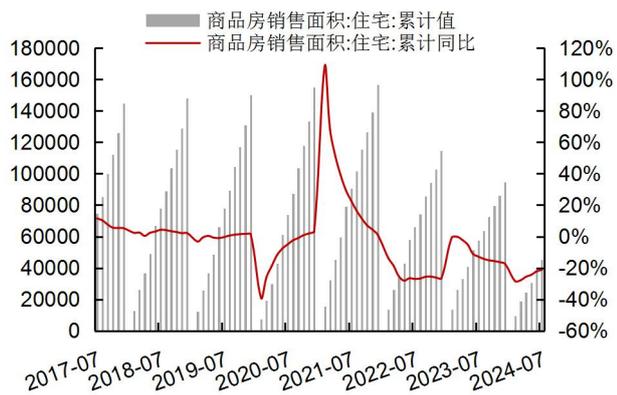


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



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

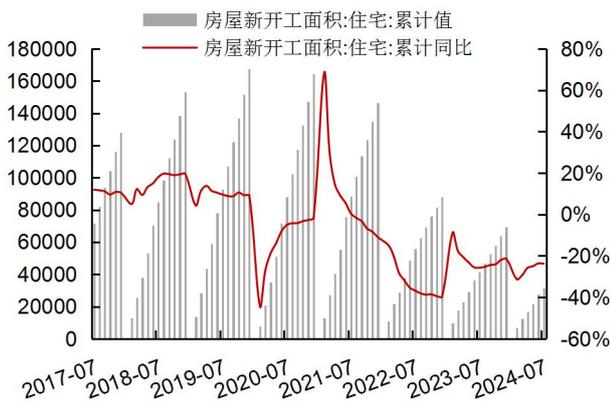
图 23: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



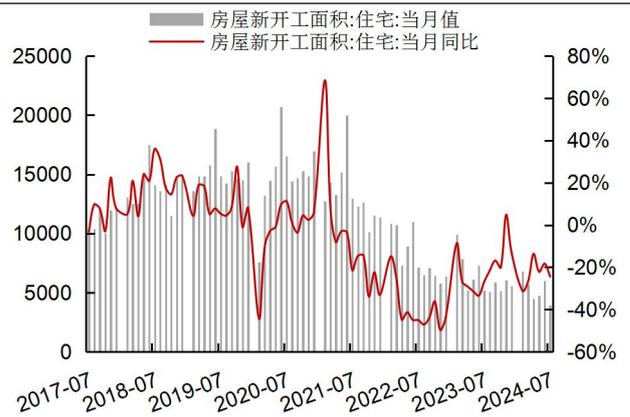
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

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



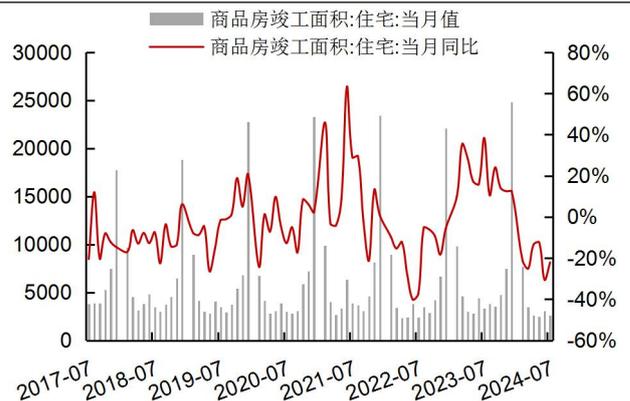
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

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 优衣库官宣新创意总监

【来源：华丽志 2024-09-04】

全球知名服装品牌 Uniqlo（优衣库）任命英国设计师 Clare Waight Keller 为新任品牌创意总监。

Clare Waight Keller 曾就职于全球多家高级时装屋，于 2023 年 9 月携手优衣库品牌推出首个 UNIQLO : C 秋冬女装合作系列。2024 年秋冬起，她将全面负责优衣库主线系列的创意方向，包括男装设计，同时她也会继续设计 UNIQLO : C 系列。迅销集团董事长、总裁兼首席执行官 柳井正（Tadashi Yanai）表示：“我们非常荣幸地欢迎 Clare Waight Keller 加入优衣库担任创意总监一职。Clare 不仅拥有卓越的设计作品和丰

富的经验，更难能可贵的是她始终以消费者为核心的设计理念，给我留下了深刻印象。相信她的加入，将进一步深化我们 LifeWear 服适人生的品牌理念，为消费者带来更加贴心的日常服饰。”迅销集团高级执行董事兼优衣库研发负责人 胜田幸宏（Yukihiro Katsuta）表示：“Clare 在与优衣库合作的 UNIQLO : C 系列中展现了她在设计与市场需求之间的精妙平衡。我坚信，她独到的审美、深厚的经验，以及丰富的专业技能，将极大地推动优衣库 LifeWear 服适人生理念的深入发展。”优衣库创意总监 Clare Waight Keller 表示：“在与优衣库的合作中，我对优衣库的创新精神和卓越的产品开发能力深感钦佩。能够与这样一个富有远见的团队共事，我感到无比兴奋。能够参与 LifeWear 服适人生的持续演进，我深感荣幸。”

4.2 特步发布新一代冠军版跑鞋

【来源：北京商报 2024-09-02】

北京商报讯（记者 张君花）9月2日，北京商报记者从特步官方获悉，在领跑“黄金时代”特步新一代冠军版跑鞋发布会上，特步新一代冠军版跑鞋 160X 系列重磅发布，这一系列包括了 160X 6.0、160X 6.0 PRO，以及 160X 6.0 MONXTER。发布会上，特步跑步品类总经理陆一嘉还介绍特步的两大核心科技“XTEP POWER 动能科技升级-GT700 碳板”和“XTEP ACE 轻弹科技升级-射胚发泡”的应用。据悉，此次发布的 160X 6.0 PRO 和 160X 6.0 MONXTER 就搭载了这一核心科技“XTEP POWER 动能科技升级-GT700 碳板”，被跑者称为“黄金碳板”，是特步在碳板科技领域的革命性突破。160X 6.0 MONXTER 的名字由马拉松冠军吴向东所取，全球限量发行 2000 双；160X 6.0 助力跑者安全 PB；160X 6.0 MONXTER 超级猛兽系列被称为 160X 系列有史以来最激进的产品，宣称将激发跑者速度极限。

根据悦跑数据研究院的统计，过去五年悦跑鞋库中月均添加人数、月均添加量、月均跑量等榜单上，160X 系列均名列榜首。2023 年，特步成为中国马拉松穿着率最高的品牌，全球销量同样位居前列。

4.3 京东全面布局服饰品类：追加 10 亿投入为服饰品牌带来确定性增长

【来源：北晚在线 2024-09-06】

近日，京东宣布追加 10 亿投入全面布局服饰品类，致力于将京东服饰打造成潮流尖货聚集地，给消费者带来更多丰富的服饰选择、提供更优质的购物体验，并为国内外服饰品牌带来更具确定性的增长。

在 10 亿重磅投入的加持下，京东服饰将围绕产品优化、高效运营、灵活供应链及品质服务进行优化提升。重点聚焦潮流新品，联合 NIKE、GAP、Massimo Dutti、波司登、HAZZYS 等数千家品牌同步上新，并携手小红书、VOGUE 共同开启 2024 秋冬四大穿搭趋势，实时补充新兴潮流货盘和穿搭内容供给，为消

费者带来更新潮、更丰富的多元穿搭选择。

值得一提的是，京东百亿补贴也将全面加强对服饰品类的扶持力度，通过在大牌服饰百亿补贴会场每日额外发放满 300 减 30 优惠券的方式，为消费者提供更多高性价比时尚单品。

与此同时，京东服饰也将全面开展与品牌的合作共建，以明星同款、知名设计师联名款、品牌异业合作款等实现服饰商品的爆款打造，同时加大营销资源投入，通过与京东小魔方等站内资源以及站外投放资源的深度合作，更精准地触达消费者，缩短新品孵化周期，助力品牌合作伙伴实现确定性增长。下半年，京东服饰计划通过一系列营销活动，加速新品推广，为品牌和消费者搭建更直接、更高效的沟通桥梁，推动时尚产业的创新与升级。

今年以来，京东服饰在男女装、鞋靴、运动鞋服等上百个服饰品类的新品数量同比增长超 5 倍，京东服饰已成为一线服饰品牌商家上新的重要阵地。与此同时，京东服饰的海内外头部鞋服品牌数量同比提升超 60%、第三方商家数量同比增长超过 200%。

更多国际大牌也纷纷选择拥抱京东服饰。截至目前，京东服饰已与 Inditex 爱特思、H&M、GAP 等全球知名时尚集团达成战略合作，亦有包括 LOUIS VUITTON、GUCCI、TIFFANY & CO.、BOTTEGA VENETA、SAINT LAURENT 在内的全球 9 成以上奢品大牌选择入驻，并实现同步上新。

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

