

纺织服装

行业周报（20241110-20241116）

同步大市-A(维持)

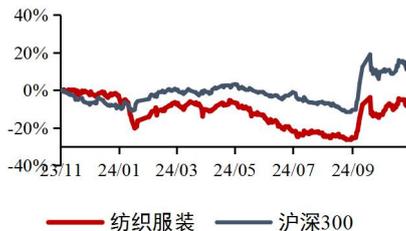
裕元集团披露 24 年前九个月业绩，上调全年鞋履出货量指引

2024 年 11 月 18 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：裕元集团披露 2024 年前九个月业绩，上调全年鞋履出货量指引

裕元集团公布 2024 年前九个月业绩。2024Q1-Q3，公司实现营业收入 60.75 亿美元，同比增长 1.5%，实现归母净利润 3.32 亿美元，同比增长 140.9%。制造业务实现营收 41.36 亿美元，同比增长 9.0%，实现归母净利润 3.02 亿美元，同比增长 174.2%；零售业务实现营收 19.40 亿美元，同比下降 11.6%，归母净利润 2980 万美元，同比增长 8.0%。

制造业务驱动集团营收增长，鞋履出货量增长超过中双位数。分业务板块看，2024Q1-Q3，制造业务实现营收 41.36 亿美元，同比增长 9.0%，拆分量价看，鞋履出货量为 1.87 亿双，同比增长 16.2%，由于高基数与产品组合变化，平均售价为 20.24 美元，同比下降 6.8%。制造业务产能利用率为 92%，同比提升 16pct，产能利用率回升，带动毛利率同比提升 1.6pct 至 19.6%，归母净利润率同比提升 4.4pct 至 7.3%。2024Q1-Q3，零售业务实现营收 19.40 亿美元，同比下降 11.6%，归母净利润 2980 万美元，同比增长 8.0%。

运动户外鞋为制造业务第一大收入来源，中国大陆营收实现高速增长。制造业务按品类拆分，2024Q1-Q3，运动鞋/户外鞋营收 32.48 亿美元，同比增长 7.2%，休闲鞋&运动凉鞋营收 5.35 亿美元，同比增长 15.1%，鞋底、配件及其它营收 3.53 亿美元，同比增长 18.3%。制造业务按区域拆分，2024Q1-Q3，美国、欧洲、中国大陆、其它区域（含亚洲其它地区、南美洲、加拿大、澳大利亚等地区）营收同比分别增长 6.0%、7.7%、19.1%、7.3%，占比分别为 27.7%、25.3%、18.5%、28.5%。

印尼与越南为主要生产地，期末制造业务员工人数净增加接近 2 万人。截至 2024Q3 末，公司员工总数为 28.2 万人，较年初增加 1.74 万人。其中，制造业务员工人数为 26.2 万人，较年初增加 1.92 万人，同比涨幅 7.5%；零售业务员工人数为 2.0 万人，较年初减少 1800 人。员工分布方面，截至 2023 年末，制造业务员工中，46%位于印尼、39%位于越南、10%位于中国大陆、5%位于其它地区。出货量区域分布方面，2024Q1-Q3，印尼、越南、中国大陆、其它地区出货量占比为 53%、31%、11%、5%，同比增长 27.4%、2.9%、10.6%、11.3%。

展望后续，公司预计制造业务，全年鞋履出货双数增长动能有望保持前三季度的销售趋势，即同比增长 16%左右，产能利用率达到 90%以上，鞋履均价跌幅有望继续收窄，Q4 有机会实现持平或转正。综上，对制造业务全年营收增长预计达到双位数。

行业动态：

- 1) 日本运动巨头 Asics（亚瑟士）发布截至 2024 年 9 月 30 日的 2024 财年前九个月财报，销售额同比增长 17.3%，其中，大中华区增幅达 27.5%。集团利润增长加快，同时进一步上调全年业绩预期。Asics 预计至 12 月 31 日的全财年，Asics 净销售额同比增长 19.2%至 6800 亿日元，经营利润同比增长 84.4%至 1000 亿日元，归母净利润同比增长 78.6%至 630 亿日元。
- 2) 天猫、京东公布 2024 年双十一战报。11 月 11 日 24 点 2024 年天猫双 11 收官，成交总额强劲增长，购买用户规模创新高。天猫双 11 全周期，589 个品牌成交额破

来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】10 月我国纺织服装出口同增 11.9%，PUMA 维持 24 全年中单位数收入增长指引-【山证纺织】行业周报 2024.11.11

【山证纺织服装】Deckers 公布 FY25Q2 季报，上调 FY2025 收入指引至 12%-【山证纺织】行业周报 2024.11.4

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



亿，同比去年增长 46.5%，刷新历史纪录。根据官方消息，2024 年京东双 11 购物用户数同比增长超 20%，京东采销直播订单量同比增长 3.8 倍。超 17000 个品牌成交额同比增长超 5 倍，超 30000 个中小商家成交额同比增长超 2 倍。服装品类方面，羽绒服、冲锋衣、保暖内衣、羊绒衫、儿童雪地靴等成交额同比增长均超 100%；瘦瘦靴、豆豆鞋、棉靴增长超 2 倍；帽子、围巾等保暖配饰超 300 个品牌增长翻倍。

- 3) 11 月 8 日，瑞士奢侈品巨头历峰集团 (Richemont) 公布了截至 2024 年 9 月 30 日的 2025 财年上半年财务数据：得益于集团均衡的地域组合和珠宝品牌的持续强劲增长，持续经营业务的销售额同比持平达到 101 亿欧元（按现行汇率下降 1%）；营业利润达到 22 亿欧元，按固定汇率下降 12%（按现行汇率下降 17%），主要反映了专业制表部门销售额下降、毛利率略有下降以及对品牌长期增长进行持续投资的影响。报告期内，历峰集团中国内地及香港和澳门的销售额合计同比下降了 27%。

➤ 行情回顾 (2024.11.11-2024.11.15)

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 3.38%，SW 轻工制造板块下跌 3.68%，沪深 300 下跌 3.29%，纺织服饰板块落后大盘 0.09pct，轻工制造板块落后大盘 0.38pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 3.35%，SW 服装家纺下跌 3.23%，SW 饰品下跌 3.86%，SW 家居用品下跌 5.06%。截至 11 月 15 日，SW 纺织制造的 PE (TTM 剔除负值，下同) 为 19.74 倍，为近三年的 68.21% 分位；SW 服装家纺的 PE 为 16.51 倍，为近三年的 49.01% 分位；SW 饰品的 PE 为 15.38 倍，为近三年的 21.85% 分位；SW 家居用品的 PE 为 18.43 倍，为近三年的 15.89% 分位。

➤ 投资建议：

(一) 纺织制造板块：根据国际运动服饰披露的 2024 年第三季度财报，Deckers、Adidas、Asics 上调全年收入指引，Vans 季度降幅环比收窄，Under Armour 及 Puma 维持全年收入指引。纺织制造公司下游核心客户伴随库存水平回归常态，后续销售展望偏谨慎乐观。2024 年 10 月，我国纺织品、服装出口同比分别增长 16.1%、8.1%；越南纺织服装、制鞋出口同比分别增长 25.2%、16.5%。本周，裕元集团公布 2024 年前九个月业绩，并上调全年鞋履出货量指引。中长期维度，持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；凭借面料成衣垂直一体化生产优势，不断加深与核心客户合作的申洲国际。建议积极关注充气床垫核心业务稳健、保温箱/水上用品新品类持续拓展的浙江自然；超高分子量聚乙烯产品迎来拐点、锦纶业务有望明年放量的南山智尚；棉袜产品稳健、无缝产品利润率具备提升空间的健盛集团。

(二) 运动服饰板块：本周，2024 年双十一大促收官，根据天猫、京东公布的 2024 年双十一大促战报，天猫方面，成交总额增长，购买用户规模创新高。双 11 全周期 589 个品牌成交额破亿，同比去年增长 46.5%，刷新历史纪录。京东方面，购物用户数同比增长 20%，京东采销直播订单量同比增长 3.8 倍。超 17000 个品牌成交额同比增长超 5 倍，超 30000 个中小商家成交额同比增长超 2 倍。2024 年 10 月，体育娱乐用品社零同比增长 26.7%，1-10 月累计同比增长 11.5%，今年以来，表现优于其它可选消费品类，充分展现需求韧性。继续看好运动服饰需求韧性，推荐具备多品牌矩阵、经营稳健的安踏体育，零售流水表现领先同行的大众运动服饰品牌 361 度，产品持续创新、单店经营稳健的波司登。

(三) 黄金珠宝板块：2024 年 10 月，金银珠宝社零单月降幅环比继续收窄。我们预计黄金珠宝终端销售 3 季度延续承压态势，9 月开始终端销售环比持续改善，若金价后续重新企稳，伴随年末销售旺季，黄金珠宝需求有望平稳释放。短期继续跟踪金价变化及终端黄金珠宝销售情况，重点关注年末传统黄金珠宝公司旺季动销情况。推荐下半年至今终端销售表现持续靓丽的老铺黄金，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，建议关注周大生、潮宏基、老凤祥、菜百股份。

➤ **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：裕元集团披露 2024 年前九个月业绩，上调全年鞋履出货量指引.....	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.....	14
4.1 Asics 亚瑟士大中华区前九个月销售额同比增长 27.5%，再次上调全年业绩预期.....	14
4.2 双 11：天猫 589 个品牌成交额破亿、京东超 17000 个品牌成交额同比增长超 5 倍.....	14
4.3 瑞士历峰集团上半年全球营收同比持平，中国市场下滑 27%.....	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.....	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
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.....	9
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：裕元集团披露 2024 年前九个月业绩，上调全年鞋履出货量指引

裕元集团公布 2024 年前九个月业绩。2024Q1-Q3，公司实现营业收入 60.75 亿美元，同比增长 1.5%，实现归母净利润 3.32 亿美元，同比增长 140.9%。制造业务实现营收 41.36 亿美元，同比增长 9.0%，实现归母净利润 3.02 亿美元，同比增长 174.2%；零售业务实现营收 19.40 亿美元，同比下降 11.6%，归母净利润 2980 万美元，同比增长 8.0%。

制造业务驱动集团营收增长，鞋履出货量增长超过中双位数。分业务板块看，2024Q1-Q3，制造业务实现营收 41.36 亿美元，同比增长 9.0%，拆分量价看，鞋履出货量为 1.87 亿双，同比增长 16.2%，由于高基数与产品组合变化，平均售价为 20.24 美元，同比下降 6.8%。制造业务产能利用率为 92%，同比提升 16pct。毛利率同比提升 1.6pct 至 19.6%，主要受益于制鞋订单需求旺盛、整体产能利用率及生产效率显著提高，且新增产能稳步提升，大幅缓解了产能负载不均的负面影响。归母净利润率同比提升 4.4pct 至 7.3%。2024Q1-Q3，零售业务实现营收 19.40 亿美元，同比下降 11.6%，归母净利润 2980 万美元，同比增长 8.0%。

运动户外鞋为制造业务第一大收入来源，中国大陆营收实现高速增长。制造业务按品类拆分，2024Q1-Q3，运动鞋/户外鞋营收 32.48 亿美元，同比增长 7.2%，休闲鞋&运动凉鞋营收 5.35 亿美元，同比增长 15.1%，鞋底、配件及其它营收 3.53 亿美元，同比增长 18.3%。制造业务按区域拆分，2024Q1-Q3，美国、欧洲、中国大陆、其它区域（含亚洲其它地区、南美洲、加拿大、澳大利亚等地区）营收同比分别增长 6.0%、7.7%、19.1%、7.3%，占比分别为 27.7%、25.3%、18.5%、28.5%。

印尼与越南为主要生产地，期末制造业务员工人数净增加接近 2 万人。截至 2024Q3 末，公司员工总数为 28.2 万人，较年初增加 1.74 万人。其中，制造业务员工人数为 26.2 万人，较年初增加 1.92 万人，同比涨幅 7.5%；零售业务员工人数为 2.0 万人，较年初减少 1800 人。员工分布方面，截至 2023 年末，制造业务员工中，46%位于印尼、39%位于越南、10%位于中国大陆、5%位于其它地区。出货量区域分布方面，2024Q1-Q3，印尼、越南、中国大陆、其它地区出货量占比为 53%、31%、11%、5%，同比增长 27.4%、2.9%、10.6%、11.3%。

展望后续，公司预计制造业务，全年鞋履出货双数增长动能有望保持前三季度的销售趋势，即同比增长 16%左右，产能利用率达到 90%以上，鞋履均价跌幅有望继续收窄，Q4 有机会实现持平或转正。综上，对制造业务全年营收增长预计达到双位数。

2.本周行情回顾

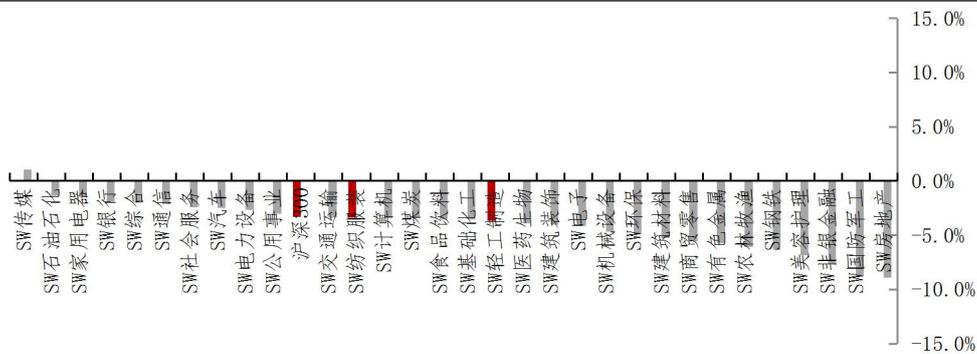
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块下跌 3.38%，SW 轻工制造板块下跌 3.68%，沪深 300 下跌 3.29%，纺织服饰板块落后大盘 0.09pct，轻工制造板块落后大盘 0.38pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造下跌 3.35%，SW 服装家纺下跌 3.23%，SW 饰品下跌 3.86%。

SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸下跌 4.07%，SW 文娱用品下跌 0.39%，SW 家居用品下跌 5.06%，SW 包装印刷下跌 2.73%。

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

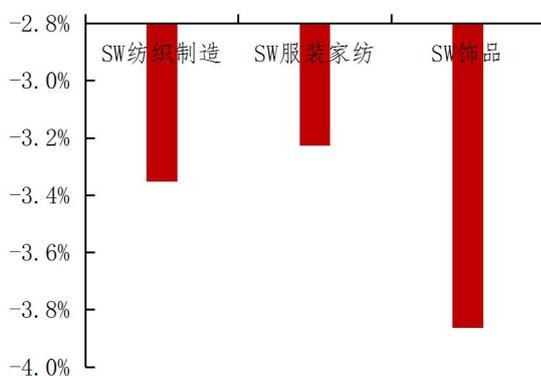
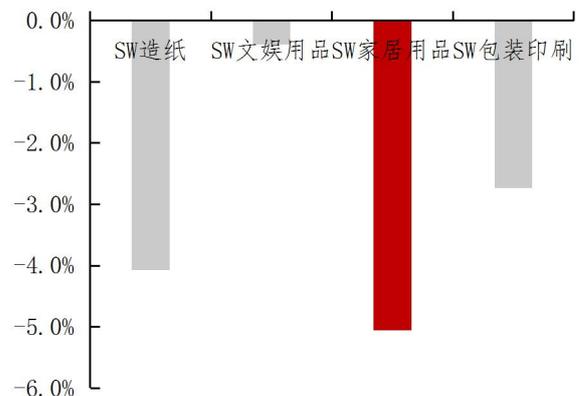


图 3：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅



资料来源：Wind，山西证券研究所

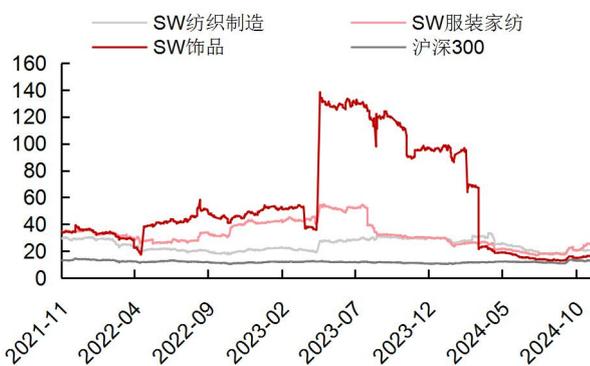
资料来源：Wind，山西证券研究所

2.2 板块估值

截至 11 月 15 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 19.74 倍，为近三年的 68.21%分位；SW 服装家纺的 PE 为 16.51 倍，为近三年的 49.01%分位；SW 饰品的 PE 为 15.38 倍，为近三年的 21.85%分位。

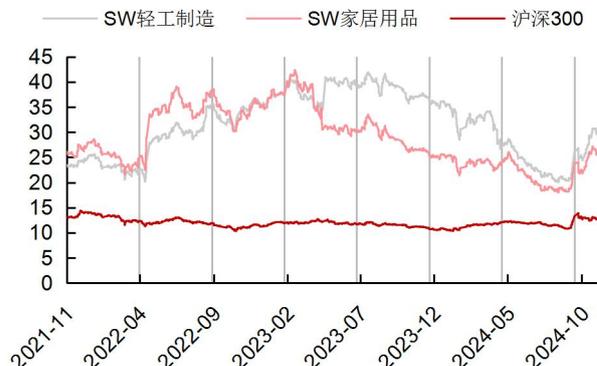
截至 11 月 15 日，SW 家居用品的 PE 为 18.43 倍，为近三年的 15.89%分位。

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：酷特智能（+43.33%）、ST 步森（+15.51%）、ST 雪发（+8.49%）、*ST 天创（+7.29%）、太平鸟（+7.17%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：日播时尚（-23.73%）、万里马（-15.6%）、瑞贝卡（-14.45%）、安奈儿（-14.29%）、美尔雅（-12.36%）。

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)
300840.SZ	酷特智能	43.33	17.20
002569.SZ	ST 步森	15.51	10.13
002485.SZ	ST 雪发	8.49	3.45
603608.SH	*ST 天创	7.29	3.68
603877.SH	太平鸟	7.17	14.50

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)
603196.SH	日播时尚	-23.73	13.92
300591.SZ	万里马	-15.60	4.87
600439.SH	瑞贝卡	-14.45	3.79
002875.SZ	安奈儿	-14.29	15.05
600107.SH	美尔雅	-12.36	5.32

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：山东华鹏 (+21.14%)、菲林格尔 (+18.34%)、联翔股份 (+9.79%)、天振股份 (+7.99%)、亚振家居 (+7.93%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：王力安防 (-17.71%)、顾家家居 (-12.93%)、美克家居 (-11.93%)、丰林集团 (-10.84%)、悦心健康 (-10.41%)。

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)
603021.SH	山东华鹏	21.14	6.19
603226.SH	菲林格尔	18.34	5.29
603272.SH	联翔股份	9.79	14.80
301356.SZ	天振股份	7.99	18.93
603389.SH	亚振家居	7.93	7.35

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)
605268.SH	王力安防	-17.71	8.55
603816.SH	顾家家居	-12.93	29.17
600337.SH	美克家居	-11.93	1.92
601996.SH	丰林集团	-10.84	2.22
002162.SZ	悦心健康	-10.41	3.53

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 11 月 15 日，中国棉花 328 价格指数为 15368 元/吨，环比增长 0.2%，截至 11 月 14 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 14256 元/吨，环比下降 0.8%。

2) 金价: 截至 11 月 15 日, 上海金交所黄金现货: 收盘价: Au9999 为 591.97 元/克, 环比下降 3.4%。

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%。

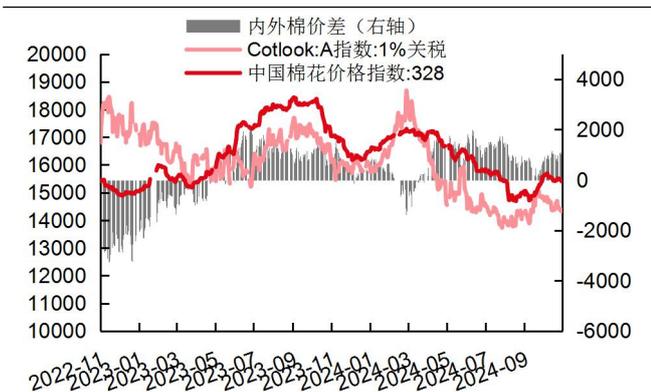
● 家居用品原材料:

1) 皮革: 截至 10 月 4 日, 海宁皮革: 价格指数: 总类为 72.42。

2) 海绵: 截至 11 月 15 日, 华东地区 TDI 主流价格为 12650 元/吨, 环比下降 1.9%; 华东地区纯 MDI 主流价格为 19300 元/吨, 环比增长 1.0%。

● 汇率: 截至 11 月 15 日, 美元兑人民币(中间价)为 7.1922, 环比增长 0.8%。

图 6: 棉花价格(元/吨)



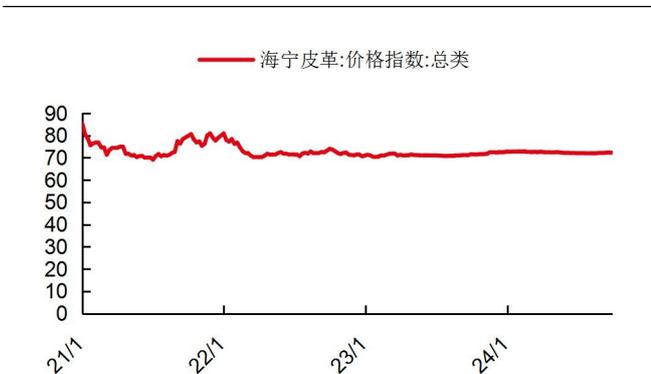
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 7: 澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数(澳分/公斤)



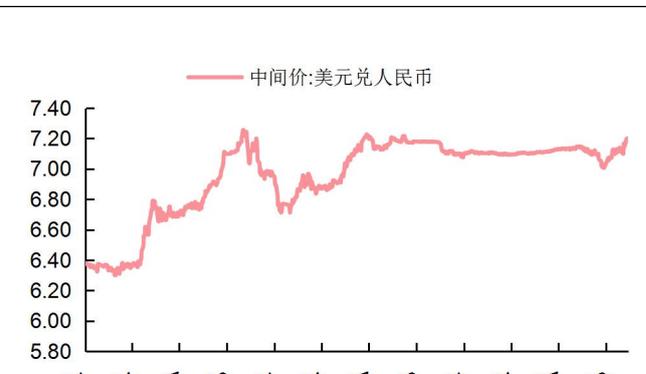
资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 8: 皮革价格走势



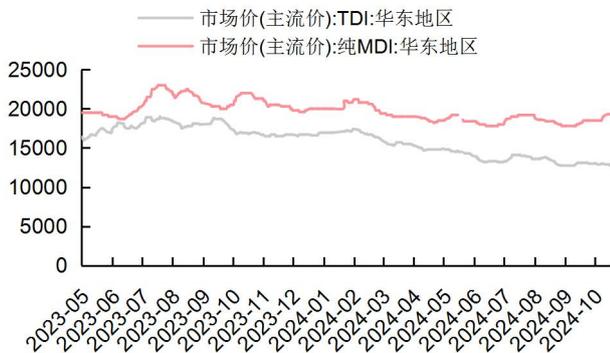
资料来源: Wind, 山西证券研究所

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)



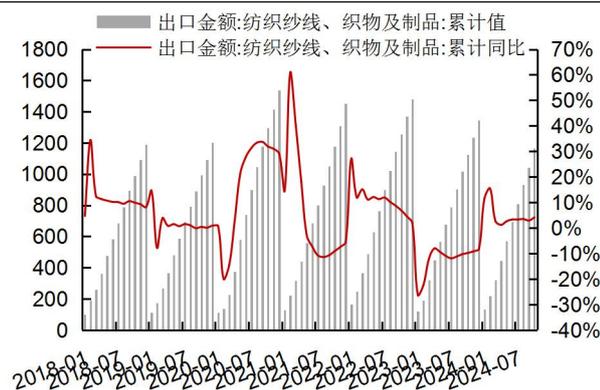
资料来源: Wind, 山西证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装: 2024 年 1-10 月, 我国纺织品、服装及衣着附件出口金额分别为 1166.86、1311.99 亿美元, 同比增长 4.1%、-0.7%。

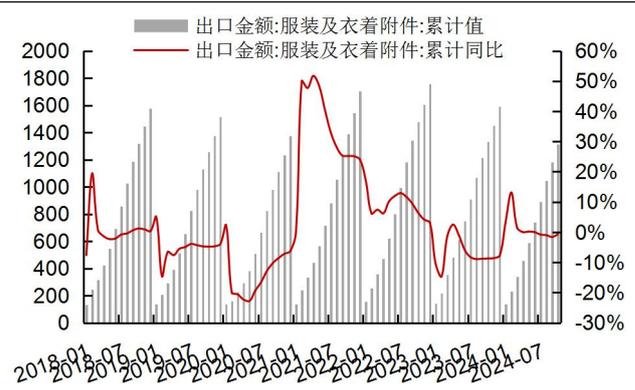
家具及其零件: 2024 年 1-10 月, 家具及其零件出口 549.32 亿美元, 同比增长 6.58%。

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



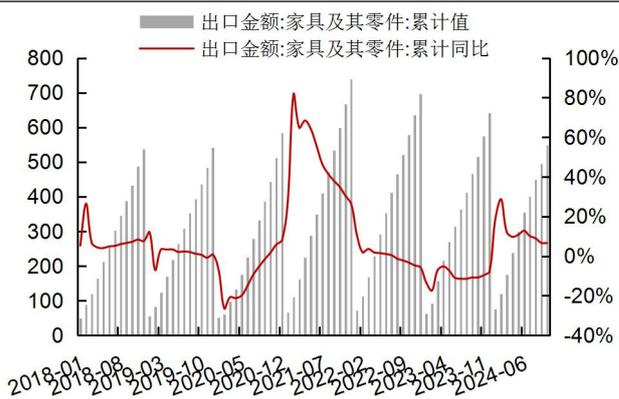
资料来源: Wind, 海关总署, 山西证券研究所

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10月,国内实现社零总额4.54万亿元,同比增长4.8%,环比提升1.6pct,表现优于市场预期(根据Wind,2024年10月社零当月同比增速预测平均值为+3.9%)。

线上渠道,2024年1-10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8.3%,表现好于商品零售整体;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17.7%、4.7%、7.7%。线下渠道,按零售业态分,2024年1-10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4.7%、3.9%、2.6%;百货店、品牌专卖店零售额分别下降3.0%、1.1%。

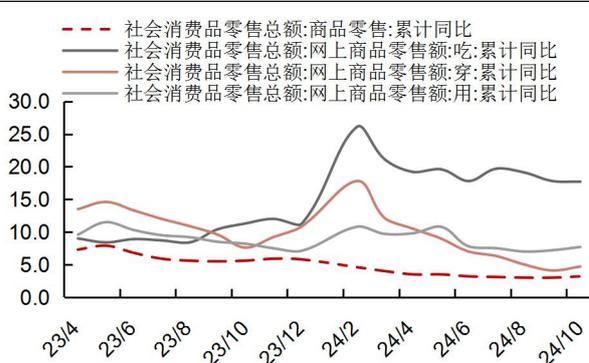
2024年10月,限上化妆品同比增长40.1%,环比提升44.6pct;限上金银珠宝同比下降2.7%,降幅收窄5.1pct;限上纺织服装同比增长8.0%,环比提升8.4pct。

图 16: 社零及限额以上当月



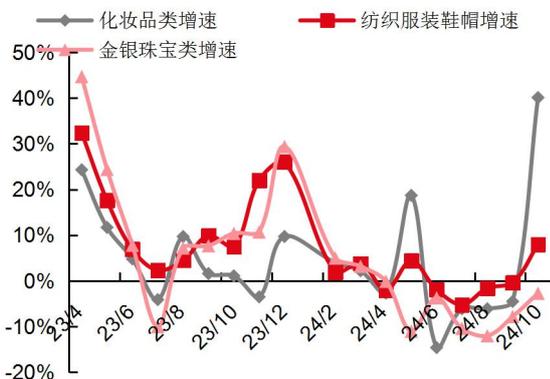
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 17: 国内实物商品线上线下增速估计



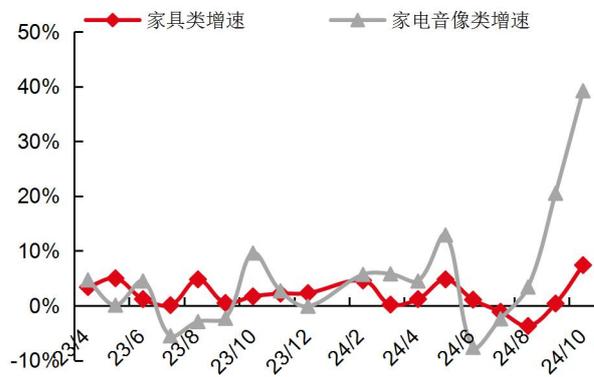
资料来源: 国家统计局, 山西证券研究所

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



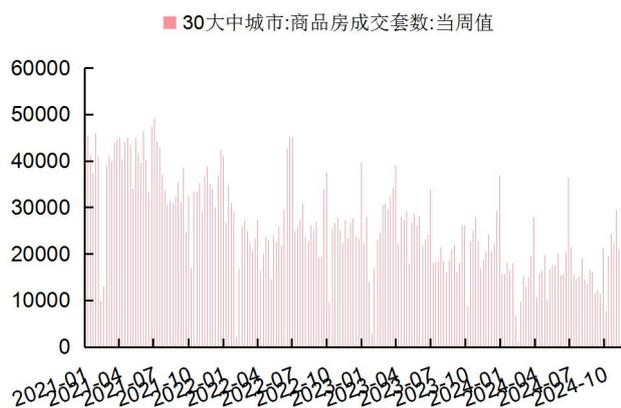
资料来源：Wind，国家统计局，山西证券研究所

3.4 房地产数据

本周(2024年11月10日-2024年11月16日)，30大中城市商品房成交19637套、成交面积256.23万平方米，较上周环比分别增长-3.78%、9.49%。2024年至今（截至11月16日），30大中城市商品房成交768726套、成交面积8494.20万平方米，同比下降27.7%、28.9%。

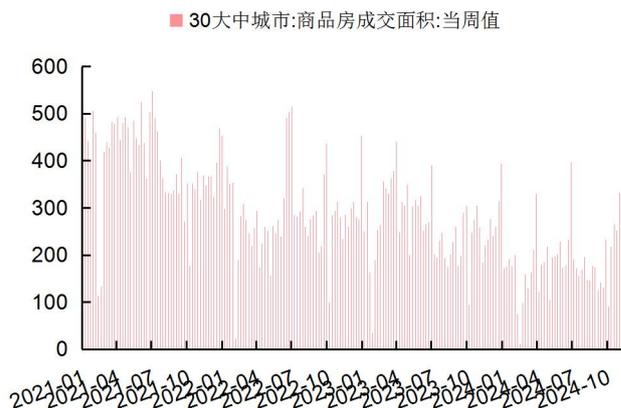
2024年1-10月，我国住宅新开工面积44659万平方米，同比下降22.7%，住宅销售面积65368万平方米，同比下降17.7%，住宅竣工面积30702万平方米，同比下降23.4%。

图 20：30 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 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

4.行业新闻

4.1 Asics 亚瑟士大中华区前九个月销售额同比增长 27.5%，再次上调全年业绩预期

【来源：华丽志 2024-11-11】

日本运动巨头 Asics（亚瑟士）发布截至 2024 年 9 月 30 日的 2024 财年前九个月财报，销售额同比增长 17.3%，其中，大中华区增幅达 27.5%。集团利润增长加快，同时进一步上调全年业绩预期。

前九个月，Asics 净销售额同比增长 17.3%至 5254.5 亿日元，经营利润同比增长 64%至 915.2 亿日元，归母净利润同比增长 61.2%至 659.4 亿日元。（注：当前 100 日元约合人民币 4.7 元）Asics 预计至 12 月 31 日的全财年，Asics 净销售额同比增长 19.2%至 6800 亿日元，经营利润同比增长 84.4%至 1000 亿日元，归母净利润同比增长 78.6%至 630 亿日元。Asics 指出，净销售额的增长受益于所有品类的销售额强劲增长，以及部分汇率变动影响。而净销售额和利润的增长带动了经营利润及归母净利润的增长。Asics 指出：今年前九个月，公司的毛利率达到 55.4%，经营利润率为 17.4%，均连续第二年创下历史新高。此外，延续上半财年的趋势，SportStyle 运动时尚部门和 Onitsuka Tiger 鬼塚虎部门继续推动全公司的发展势头。其中，SportStyle 部门同比大幅增长 63.4%，北美区销售额同比增长 2 倍多，大中华区销售额增幅则接近两倍。前九个月 Onitsuka Tiger 部门销售额同比也大幅增长 52.7%。

4.2 双 11：天猫 589 个品牌成交额破亿、京东超 17000 个品牌成交额同比增长超 5 倍

【来源：亿邦动力 2024-11-12】

天猫双 11 战报：589 个品牌成交额破亿，同比增长 46.5%

11 月 11 日 24 点 2024 年天猫双 11 收官，成交总额强劲增长，购买用户规模创新高。天猫双 11 全周期，589 个品牌成交额破亿，同比去年增长 46.5%，刷新历史纪录。

截至 11 月 11 日 0 点，淘宝直播成交破亿直播间已超 100 个，创历史新高，其中有 32 个破亿直播间同比增速超 100%。此外，今年双 11 淘宝直播整体成交金额、购买用户数均实现大幅度同比增长。

截至 11 月 11 日 0 点，淘宝“百亿超级补贴”订单量超过 1.5 亿，下单人次同比增长 50%；带动家电、影音数码、美妆、个护、服饰、运动户外、家装等行业成交额翻倍以上增长，超百个大牌爆款单品成交破亿。双 11 期间百亿补贴日订单量达 470 万单。

京东双 11 战报：超 17000 个品牌成交额同比增长超 5 倍

根据官方消息，2024 年京东双 11 购物用户数同比增长超 20%，京东采销直播订单量同比增长 3.8 倍。超 17000 个品牌成交额同比增长超 5 倍，超 30000 个中小商家成交额同比增长超 2 倍。

服装品类方面，羽绒服、冲锋衣、保暖内衣、羊绒衫、儿童雪地靴等成交额同比增长均超 100%；瘦瘦靴、豆豆鞋、棉靴增长超 2 倍；帽子、围巾等保暖配饰超 300 个品牌增长翻倍。

家电和消费电子产品类上，全国超过 90% 的县域农村地区均有消费者通过京东进行以旧换新，大屏电视成为换新首选，扫地机器人、烘干机等在内的 519 个家电家居品类成交额同比增长 2 海外业务 00%，AI 电脑、AI 手机、AI 键鼠、AI 音箱成交额同比增长均超 100%，AI 智能眼镜成交额同比增长 200%。游戏 CPU、头戴式耳机、运动相机成交额同比增长超 100%。

4.3 瑞士历峰集团上半年全球营收同比持平，中国市场下滑 27%

【来源：华丽志 2024-11-12】

11 月 8 日，瑞士奢侈品巨头历峰集团（Richemont）公布了截至 2024 年 9 月 30 日的 2025 财年上半年财务数据：得益于集团均衡的地域组合和珠宝品牌的持续强劲增长，持续经营业务的销售额同比持平达到 101 亿欧元（按现行汇率下降 1%）；营业利润达到 22 亿欧元，按固定汇率下降 12%（按现行汇率下降 17%），主要反映了专业制表部门销售额下降、毛利率略有下降以及对品牌长期增长进行持续投资的影响。

报告期内，历峰集团中国内地及香港和澳门的销售额合计同比下降了 27%。

对此，集团主席 Johann Rupert 评论称，本财年的前六个月，在宏观经济和地缘政治环境充满挑战的情况下，凭借对分销和制造能力的持续投资，历峰集团表现出了持续的韧性。“在本财年上半年，我们继续在充满不确定性的世界里保持持续的韧性。我们在大多数地区都实现了稳健的销售增长，抵消了中国需求持续疲软的影响。正如我所预测的那样，中国市场需求需要更长的时间才能恢复，对我们的专业制表部门影响尤其大”。

欧洲：按固定汇率计算，截至 2024 年 9 月 30 日的六个月内，欧洲的销售额同比增长 5%，主要受本地需求增加和来自北美的游客消费推动。欧洲地区的增长主要反映了珠宝部门和零售渠道的销售增长。总体而言，欧洲对集团销售的贡献为 23%，略高于去年同期的 22%。

亚太：按固定汇率计算，亚太地区销售额萎缩 18%。尽管部分市场（包括韩国马来西亚）实现了增长，但中国内地及香港和澳门的销售额合计同比下降了 27%，这也与去年同期较高的基数有关（去年同期的同比增速为+34%）。销售额的下降出现在所有渠道和所有业务领域，但程度不同。亚太地区对集团销售的贡

献从去年同期的 42%降至 34%。

美洲：按固定汇率计算，美洲地区的销售额同比增长 11%，受益于所有分销渠道的稳健本地需求。增长主要来自珠宝部门和其他业务领域，专业制表部门的销售额与去年同期持平。美洲对集团销售的贡献为 23%，高于去年同期的 21%。值得一提的是，美国进一步巩固了其作为集团最大单一市场的地位。

日本：按固定汇率计算，日本市场报告期内的增长率最高，销售额同比增长 42%。该地区强劲增长，受益于本地需求和游客消费的双位数增长，后者部分得益于日元走弱。日本占总销售额的 11%，高于去年同期的 8%。

中东和非洲：按固定汇率计算，中东和非洲地区的销售额同比增长 11%，所有业务领域均实现增长，除了专业制表部门。销售额的上升主要由本地需求增加推动。中东及非洲地区占集团销售额的 9%，略高于去年同期。

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

