

# 24W21：户外运动品类中防晒服火热， 关注儿童防晒市场机遇

分析师：叶乐

yele@csc.com.cn

18521081258

SAC编号：S1440519030001

SFC编号：BOT812

分析师：黄杨璐

huangyanglu@csc.com.cn

17717092294

SAC编号：S1440521100001

分析师：张舒怡

zhangshuyi@csc.com.cn

18817875613

SAC编号：S1440523070004

发布日期：2024年5月26日



中信建投证券  
CHINA SECURITIES

# 并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

# 核心要点

**1.运动户外赛道：**户外运动场景扩张下，23年我国天猫户外运动服饰销售额160亿元/+20.8%（20-23CAGR为10.4%，久谦数据）；细分品类冲锋衣（23年规模35.5亿元/+84%，20-23CAGR为34%）、防晒衣（23年规模36.2亿元/+39%，20-23CAGR为34%）增速领先，防晒衣高增得益于消费者户外场景下防晒意识崛起，同时各品牌服饰重视功能性和时尚性以满足穿搭需求。

相关标的：安踏体育、波司登

**2.儿童防晒：**亲子户外场景+精细化育儿防晒意识带动婴童防晒高增，23年线上婴童防晒GMV7.83亿元/+153%，19-23CAGR为74.7%，婴童防晒占婴童个护市场仅5%。儿童防晒兼具高壁垒，儿童特殊化妆品较普通儿童化妆品审批时间更长。按24年前四个月数据，海龟爸爸、薇诺娜宝贝和润本市占率分别52%、6%、4%。

相关标的：润本股份

# 摘要

- **运动户外赛道：户外运动品类中冲锋衣、防晒服23年火热。**户外运动场景扩张下，天猫平台口径下，23年我国户外运动服饰销售额160亿元/+20.8%（20-23CAGR为10.4%，久谦数据）；细分品类冲锋衣（23年规模35.5亿元/+84%，20-23CAGR为34%）、防晒衣（23年规模36.2亿元/+39%，20-23CAGR为34%）增速领先，防晒衣快速增长得益于消费者防晒意识和户外场景催化，同时各家品牌服饰重视功能性和时尚性以满足穿搭需求。
- **相关标的-安踏体育：运动户外品牌持续发力；波司登：24年防晒服强力升级，主打中高端市场和专业性能，旗下防晒衣包含骄阳3.0系列、都市轻户外（聚焦户外场景）和户外露营（主打防水、透气、凉感）系列。**
- **儿童防晒：兼具高增长（23年线上婴童防晒GMV为7.83亿元/+153%，19-23CAGR为74.7%）、高壁垒。**亲子户外场景+精细化育儿防晒意识带动婴童防晒高增长延续，23年线上婴童防晒GMV为7.83亿元/+153%，19-23CAGR为74.7%，婴童防晒目前占婴童个护市场空间仅5%。同时儿童防晒又是高壁垒的赛道，作为唯一儿童特殊化妆品，壁垒较普通儿童化妆品更高。当前儿童防晒市场份额高度集中于海龟爸爸（23年GMV为4.6亿，市占率59%），第二大品牌贝德美与第三大品牌袋鼠比比GMV体量不到5,000万。按照24年前四个月数据看，海龟爸爸、薇诺娜宝贝和润本跻身前三，市占率分别52%、6%、4%。
- **相关标的-润本股份：公司是驱蚊线上龙头，单品定价聚焦20-50元符合性价比消费趋势。**目前基于驱蚊领域优势向婴童护肤以及精油类目拓展，公司聚焦婴童的各细分领域（重点板块面霜、洗护、婴童防晒等），且目前内容电商抖音渠道/大KA等渠道持续放量。正值防晒和驱蚊旺季，公司两款婴童类防晒产品和核心产品蚊香液已进入销售旺季，有望持续推动Q2、Q3旺季销售高增。

# 本周数据

## 本周地产&家居数据：

**新房销售面积：**本周（5.18-5.24）33个城市新房共成交215.3万平/同比-36.0%（上周为-30.3%）、环比-7.5%（上周为42.5%）；本周（5.18-5.24）北上广深新房成交6.8、22.7、11.4、5.1万方，同比-60.2%、-18.5%、-31.8%、-17.6%，环比-27.6%、-5.8%、-17.3%、-8.1%。4月，33个城市新房共成交824.8万方，环比-21.2%、同比-42.5%（较上月提升3.4个百分点）。**二手房销售面积：**本周（5.18-5.24）16个城市二手房共成交189.5万平/同比+3.3%（上周为6.5%）、环比-7.0%（上周为20.0%）；本周（5.18-5.24），北京、深圳二手房成交3313、957套，分别同比+7.7%、+45.4%，环比-7.3%、-0.3%。4月，16个重点跟踪城市二手房共成交824.7万方，环比+10.7%、同比-2.2%（较上月提升27.1pct）。4月部分家居公司接单降幅环比有所收窄。

## 造纸数据：

截至5月24日（周五），1）**浆价：**阔叶浆均价为5747元/周环比-0.5%/年同比+40.1%，针叶浆均价为6425元/周环比-0.4%/年同比+16.7%。2）**主要纸品：**双胶纸均价为5725元/周环比+0.0%/年同比-3.4%，生活用纸均价为6712元/周环比+0.2%/年同比+8.0%，白卡纸均价为4350元/周环比+0.0%/年同比-2.2%，箱板纸均价为3629元/周环比+0.0%/年同比-8.6%。

## 纺服数据：

**棉纺价格：**根据中国棉花信息网数据，截至5月24日，国内棉花现货价格、国内棉花期货价格、进口棉花价格分别为16465、15540、15595元/吨，环比上周+1.3%、+1.9%、+7.2%，年同比-0.9%、-0.2%、-0.4%；国际棉花价格为91美分/磅，环比上周+5.8%，同比-1.2%；国内棉纱现货价格、国内棉纱期货价格分别为22730、21265元/吨，环比上周-0.1%、+1.4%，年同比-3.2%、-5.4%。**品牌服饰电商流水月度同比跟踪：**4月，李宁（+12.8%）、安踏（+34.5%）、FILA（+53.1%）、特步（+17.1%）；耐克（+31.4%）、阿迪（+55%）；波司登（+72.8%）。

## 黄金珠宝数据：

**金价：**截止5月24日，COMEX黄金收盘价为2335.2美元/盎司，环比上周-3.5%、年同比+19.2%；SHFE黄金收盘价为554.5元/克，环比上周-1.84%、年同比+23.2%。**印度培育钻石进出口：**24年4月印度培育钻石毛坯进口额0.59亿美元/-1.8%、环比-32.4%；培育钻石裸钻出口金额0.84亿美元/-18.2%、环比-32.3%

## 医美数据：

**NMPA认证注射类医美产品：**目前获NMPA批准的三类胶原蛋白注射医疗器械证7张（透明质酸为60张左右），肉毒素（乐提葆、衡力、保妥适、丽舒妥四大品牌）、童颜针/少女针（爱美客-濡白天使、华东医药-伊妍仕、长春圣博玛-艾维岚、江苏吴中-aesthefill）分别为7、4张。其中24年1月江苏吴中旗下AestheFill童颜针注册获批。

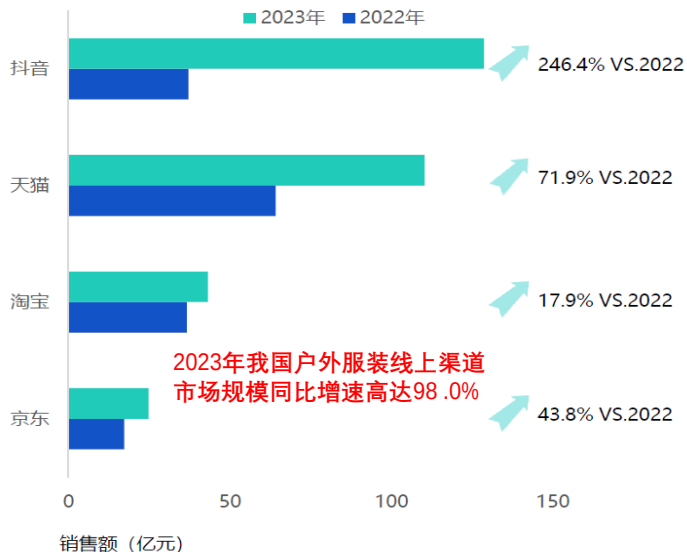
(+53.1%)、特步(+17.1%)；耐克(+31.4%)、阿迪(+55%)；波司登(+72.8%)

品牌服饰全网销售月度跟踪（淘京抖）-2024.04【建投轻工纺服教育】

| 单月GMV<br>yoy | 安踏     | 李宁     | 斐乐     | 迪桑特    | 始祖鸟    | 特步国际   | 361度  | 耐克     | 阿迪达斯   | 彪马     | 安德玛    | 露露乐蒙   | 波司登    | 比音勒芬   | 太平鸟    | 海澜之家  | 优衣库    | 牧高笛    | 挪客     |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
| 2024-04      | 34.5%  | 12.8%  | 53.1%  | 162.0% | 268.4% | 17.1%  | 17.9% | 31.4%  | 55.0%  | 33.2%  | -8.9%  | -8.7%  | 72.8%  | -5.4%  | 48.1%  | 46.6% | 10.0%  | -12.6% | 0.2%   |
| 2024-03      | 11.5%  | -7.2%  | 10.0%  | 23.4%  | 170.6% | -3.8%  | 1.3%  | 9.1%   | -10.4% | -9.6%  | 0.4%   | 26.2%  | 75.7%  | -25.3% | -25.8% | 20.6% | 9.5%   | -37.0% | -22.3% |
| 2024-02      | -7.1%  | -5.5%  | 9.0%   | 40.1%  | 71.6%  | -8.3%  | 5.7%  | 23.0%  | 34.5%  | -4.5%  | -13.4% | 169.8% | 51.9%  | -17.4% | -33.7% | 41.4% | -9.9%  | -40.3% | -34.3% |
| 2024-01      | 46.5%  | 5.8%   | 11.0%  | -2.4%  | 33.2%  | 15.9%  | 30.6% | 35.7%  | -22.7% | -8.3%  | -20.9% | 105.9% | 3.3%   | -41.1% | -13.8% | 49.0% | -17.6% | -24.7% | -32.0% |
| 2023-12      | 9.3%   | -6.0%  | 2.3%   | 13.0%  | 44.3%  | -10.1% | 41.1% | 39.9%  | -19.6% | -15.3% | -29.6% | 97.2%  | 9.9%   | -30.0% | -32.5% | 37.1% | -31.2% | -13.4% | -41.7% |
| 2023-11      | -0.7%  | -4.3%  | 15.4%  | 71.9%  | 23.4%  | -12.1% | -6.6% | 35.2%  | 7.1%   | -6.6%  | -21.9% | 48.2%  | 81.6%  | -27.5% | -23.3% | 48.2% | 9.1%   | -44.5% | -48.6% |
| 2023-10      | -6.2%  | -16.4% | 28.4%  | 15.9%  | 45.4%  | -7.7%  | 13.0% | 26.8%  | -6.1%  | -10.3% | -16.4% | 33.1%  | -11.7% | -4.5%  | -51.8% | 55.0% | -16.7% | -47.2% | -42.3% |
| 2023-09      | -6.4%  | 11.4%  | 40.7%  | 50.9%  | 64.0%  | 1.0%   | 27.2% | 46.2%  | -2.3%  | 6.5%   | 11.5%  | 8.6%   | 9.2%   | -6.7%  | -12.5% | 31.1% | 1.3%   | -29.0% | -28.0% |
| 2023-08      | 8.1%   | -14.9% | 7.3%   | 61.4%  | 88.6%  | 6.1%   | 23.6% | 58.7%  | -11.6% | 29.4%  | 13.2%  | 54.4%  | 35.7%  | 4.9%   | -23.8% | 56.1% | -17.1% | 4.6%   | -19.8% |
| 2023-07      | -4.9%  | -2.7%  | 21.6%  | 81.0%  | 31.7%  | -19.6% | 22.5% | 51.3%  | -1.4%  | 0.5%   | 31.0%  | 52.5%  | 37.0%  | 48.0%  | 13.7%  | 24.5% | -1.7%  | 33.6%  | 16.4%  |
| 2023-06      | -24.9% | -16.2% | -4.2%  | -3.2%  | -17.2% | -17.7% | 10.2% | 0.9%   | -48.1% | 11.2%  | -9.7%  | 40.8%  | 11.0%  | -25.5% | -37.6% | 46.0% | -0.9%  | 23.2%  | -32.1% |
| 2023-05      | 44.4%  | 35.9%  | 103.8% | 71.2%  | 55.4%  | -16.8% | 31.5% | 116.0% | 9.7%   | 74.0%  | 129.0% | 137.1% | 130.7% | 49.5%  | -20.1% | 67.5% | 34.4%  | -10.8% | -30.1% |
| 2023-04      | -6.0%  | -6.1%  | 45.9%  | 79.5%  | 126.0% | -2.6%  | 47.0% | 41.2%  | -22.3% | 64.7%  | 107.2% | 81.5%  | 300.8% | 13.4%  | -35.2% | 44.8% | 60.2%  | -4.8%  | -25.2% |
| 2023-03      | -7.5%  | 1.5%   | 44.5%  | 78.7%  | 43.4%  | 19.2%  | 47.2% | 49.0%  | -2.1%  | 56.3%  | 47.5%  | 38.3%  | 76.2%  | 29.5%  | -11.6% | 40.1% | -29.0% | 59.3%  | -10.5% |
| 2023-02      | -13.7% | -3.3%  | 17.2%  | 25.9%  | 54.6%  | 11.9%  | 42.2% | 61.2%  | -23.8% | 77.2%  | 51.6%  | 4.3%   | 13.5%  | 78.2%  | -14.0% | 48.7% | -28.6% | 196.2% | 52.1%  |
| 2023-01      | -37.4% | -37.5% | -0.4%  | 30.9%  | 85.1%  | -33.5% | -6.2% | 6.9%   | -35.6% | -17.2% | 16.7%  | 16.1%  | 51.8%  | 56.1%  | -34.0% | 16.1% | -35.6% | 62.5%  | 13.9%  |
| 累计GMV<br>yoy | 安踏     | 李宁     | 斐乐     | 迪桑特    | 始祖鸟    | 特步国际   | 361度  | 耐克     | 阿迪达斯   | 彪马     | 安德玛    | 露露乐蒙   | 波司登    | 比音勒芬   | 太平鸟    | 海澜之家  | 优衣库    | 牧高笛    | 挪客     |
| 2024-04      | 21.6%  | 1.2%   | 20.9%  | 46.7%  | 114.4% | 5.0%   | 12.5% | 23.6%  | 4.4%   | -0.4%  | -8.6%  | 42.2%  | 18.6%  | -23.9% | -11.5% | 40.2% | -4.0%  | -25.9% | -17.0% |
| 2024-03      | 16.6%  | -2.8%  | 10.2%  | 15.4%  | 86.8%  | 0.6%   | 10.0% | 21.3%  | -6.8%  | -8.0%  | -8.4%  | 71.8%  | 16.3%  | -30.5% | -23.6% | 38.0% | -7.3%  | -35.2% | -28.0% |
| 2024-02      | 20.5%  | 0.4%   | 10.3%  | 11.5%  | 48.2%  | 4.5%   | 17.8% | 30.0%  | -3.9%  | -6.6%  | -17.9% | 141.9% | 12.6%  | -32.9% | -22.5% | 46.6% | -14.6% | -33.0% | -33.1% |
| 2024-01      | 46.5%  | 5.8%   | 11.0%  | -2.4%  | 33.2%  | 15.9%  | 30.6% | 35.7%  | -22.7% | -8.3%  | -20.9% | 105.9% | 3.3%   | -41.1% | -13.8% | 49.0% | -17.6% | -24.7% | -32.0% |
| 2023-12      | -5.3%  | -6.6%  | 21.7%  | 38.8%  | 42.3%  | -8.7%  | 20.5% | 37.3%  | -15.0% | 12.1%  | 10.9%  | 49.9%  | 33.0%  | 4.6%   | -26.1% | 42.5% | -3.1%  | -7.0%  | -26.8% |
| 2023-11      | -6.5%  | -6.6%  | 24.3%  | 43.1%  | 42.1%  | -8.6%  | 19.1% | 37.0%  | -14.4% | 15.2%  | 14.6%  | 45.4%  | 44.1%  | 8.2%   | -25.3% | 43.4% | -3.6%  | -6.7%  | -25.8% |
| 2023-10      | -7.4%  | -7.0%  | 26.3%  | 35.2%  | 46.2%  | -8.0%  | 24.2% | 37.4%  | -18.4% | 21.1%  | 23.5%  | 44.9%  | 28.4%  | 15.8%  | -25.7% | 42.6% | -4.7%  | 2.1%   | -21.1% |
| 2023-09      | -7.6%  | -5.3%  | 25.8%  | 41.7%  | 46.4%  | -8.0%  | 25.8% | 39.1%  | -20.1% | 27.2%  | 30.5%  | 46.7%  | 43.0%  | 18.2%  | -21.7% | 40.7% | -7.0%  | 12.4%  | -17.7% |
| 2023-08      | -7.8%  | -7.3%  | 24.3%  | 40.8%  | 44.0%  | -9.2%  | 25.6% | 38.3%  | -21.8% | 29.3%  | 32.7%  | 52.6%  | 46.3%  | 21.3%  | -22.8% | 41.8% | -7.8%  | 18.6%  | -16.2% |
| 2023-07      | -9.7%  | -6.2%  | 26.7%  | 39.3%  | 38.3%  | -11.2% | 25.9% | 35.9%  | -22.9% | 29.3%  | 35.1%  | 52.4%  | 47.4%  | 23.4%  | -22.6% | 40.4% | -7.0%  | 20.5%  | -15.8% |
| 2023-06      | -10.2% | -6.7%  | 27.3%  | 36.0%  | 39.2%  | -9.7%  | 26.5% | 34.1%  | -24.8% | 32.1%  | 35.6%  | 52.3%  | 48.1%  | 20.1%  | -26.7% | 42.3% | -7.6%  | 18.8%  | -19.7% |
| 2023-05      | -4.9%  | -3.7%  | 41.4%  | 53.6%  | 65.9%  | -7.1%  | 32.5% | 52.3%  | -15.2% | 39.5%  | 69.8%  | 57.0%  | 51.5%  | 41.4%  | -24.1% | 41.1% | -3.3%  | 16.9%  | -14.6% |
| 2023-04      | -16.8% | -13.2% | 22.8%  | 48.9%  | 69.1%  | -3.6%  | 32.9% | 36.0%  | -21.7% | 32.8%  | 52.7%  | 41.2%  | 48.1%  | 38.7%  | -24.9% | 33.2% | -17.1% | 31.4%  | -8.5%  |
| 2023-03      | -20.2% | -15.4% | 16.7%  | 42.3%  | 61.8%  | -4.0%  | 27.4% | 34.6%  | -21.5% | 27.2%  | 37.8%  | 25.1%  | 44.2%  | 50.5%  | -22.4% | 29.6% | -31.9% | 79.5%  | 6.8%   |
| 2023-02      | -27.7% | -24.8% | 5.2%   | 29.2%  | 71.9%  | -17.9% | 13.8% | 25.9%  | -32.2% | 8.9%   | 28.7%  | 9.1%   | 42.6%  | 63.1%  | -26.5% | 25.0% | -33.0% | 113.3% | 28.8%  |
| 2023-01      | -37.4% | -37.5% | -0.4%  | 30.9%  | 85.1%  | -33.5% | -6.2% | 6.9%   | -35.6% | -17.2% | 16.7%  | 16.1%  | 51.8%  | 56.1%  | -34.0% | 16.1% | -35.6% | 62.5%  | 13.9%  |

# (魔镜洞察口径)，冲锋衣、防晒衣成为2023年市场热门品类

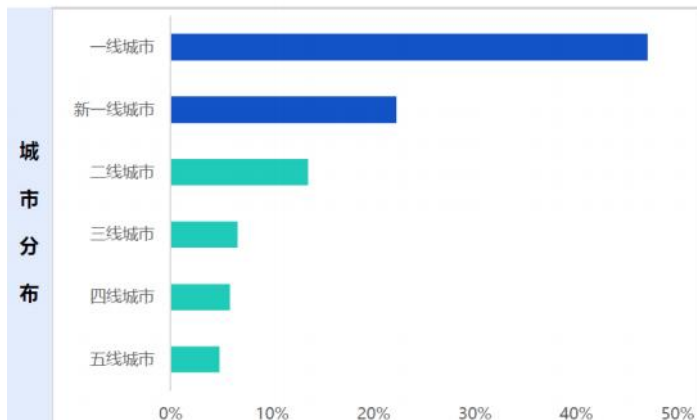
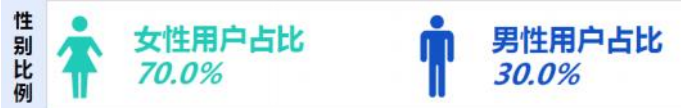
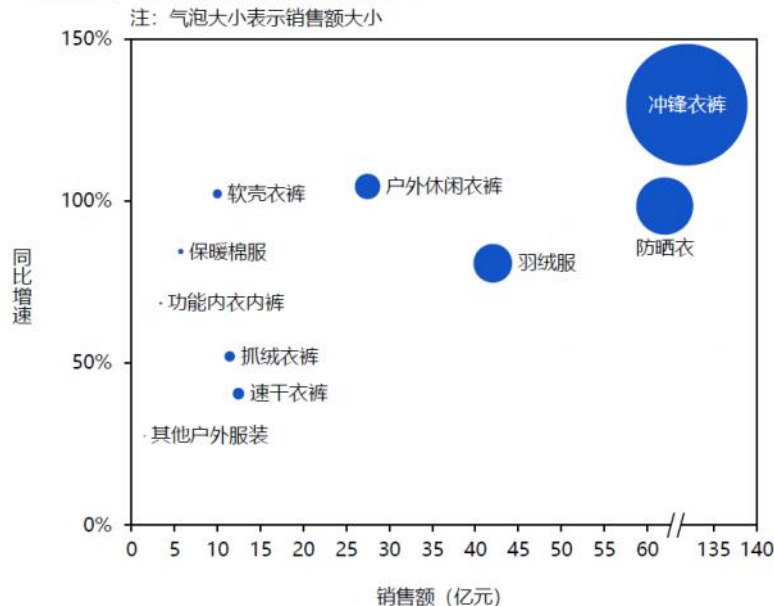
图表：2023年户外服装线上渠道市场规模及增速



热门产品示例(销售额TOP)



户外服装市场各品类销售额占比及增速





## 装、户外鞋靴 CAGR29%、16%，细分品类中冲锋衣、防晒衣CAGR为34%、34%

图表：我国天猫平台户外服饰及细分赛道GMV销售情况

| 天猫平台户外运动销售额（亿元） | 2017   | 2018  | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2023      |
|-----------------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| 天猫户外服饰          | 78.07  | 87.22 | 101.4  | 118.87 | 149.68 | 132.26 | 159.77    |
| 户外服装            | 43.39  | 46.46 | 49.73  | 53.26  | 70.22  | 79.14  | 114.37    |
| 冲锋衣             | 16.24  | 15.24 | 15.32  | 14.82  | 16.37  | 19.28  | 35.5      |
| 羽绒服             | 3.68   | 5.13  | 6.7    | 8.16   | 11.08  | 11.8   | 15.17     |
| 防晒服             | 10.05  | 13    | 14.08  | 14.95  | 23.04  | 26.04  | 36.23     |
| 户外鞋靴            | 9.92   | 8.62  | 8.43   | 10.53  | 14.25  | 11.2   | 16.54     |
| 服饰配件            | 21.79  | 26.57 | 36.04  | 49.31  | 61.25  | 39.05  | 26.2      |
| 专业服饰            | 2.96   | 5.58  | 7.2    | 5.77   | 3.96   | 2.87   | 2.67      |
| 天猫平台户外运动GMV增速   | 2018   | 2019  | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 20-23CAGR |
| 天猫户外服饰          | 11.7%  | 16.3% | 17.2%  | 25.9%  | -11.6% | 20.8%  | 10.4%     |
| 户外服装            | 7.1%   | 7.0%  | 7.1%   | 31.8%  | 12.7%  | 44.5%  | 29.0%     |
| 冲锋衣             | -6.2%  | 0.5%  | -3.3%  | 10.5%  | 17.8%  | 84.1%  | 33.8%     |
| 羽绒服             | 39.4%  | 30.6% | 21.8%  | 35.8%  | 6.5%   | 28.6%  | 23.0%     |
| 防晒服             | 29.4%  | 8.3%  | 6.2%   | 54.1%  | 13.0%  | 39.1%  | 34.3%     |
| 户外鞋靴            | -13.1% | -2.2% | 24.9%  | 35.3%  | -21.4% | 47.7%  | 16.2%     |
| 服饰配件            | 21.9%  | 35.6% | 36.8%  | 24.2%  | -36.2% | -32.9% | -19.0%    |
| 专业服饰            | 88.5%  | 29.0% | -19.9% | -31.4% | -27.5% | -7.0%  | -22.7%    |

图表：我国天猫平台户外服饰及细分赛道月度GMV销售情况

| 月度GMV（百万元） | 23M5  | 23M6  | 23M7  | 23M8 | 23M9 | 23M10 | 23M11 | 23M12 | 24M1  | 24M2 | 24M3  | 24M4  |
|------------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|
| 天猫户外服饰     | 1,761 | 2,032 | 1,131 | 855  | 910  | 1,512 | 2,385 | 1,653 | 1,172 | 682  | 1,084 | 1,423 |
| 户外服装       | 1,148 | 1,321 | 715   | 580  | 694  | 1,276 | 1,977 | 1,302 | 946   | 512  | 699   | 902   |
| 冲锋衣        | 70    | 110   | 95    | 205  | 406  | 757   | 886   | 449   | 333   | 208  | 272   | 146   |
| 防晒服        | 865   | 926   | 498   | 226  | 96   | 50    | 53    | 33    | 33    | 52   | 205   | 559   |
| 服饰配件       | 476   | 486   | 293   | 147  | 87   | 61    | 77    | 46    | 38    | 56   | 180   | 277   |
| 户外鞋靴       | 125   | 208   | 107   | 105  | 109  | 154   | 285   | 263   | 170   | 104  | 191   | 230   |
| 专业服饰       | 12    | 17    | 15    | 23   | 20   | 22    | 46    | 43    | 17    | 10   | 15    | 14    |



## 5.0、2.2、1.4亿元，波司登、优衣库、骆驼高增

图表：我国天猫平台防晒衣各品牌GMV销售情况

| 天猫平台防晒衣GMV（百万元）   | 2017   | 2018   | 2019    | 2020   | 2021   | 2022          | 2023          |
|-------------------|--------|--------|---------|--------|--------|---------------|---------------|
| 蕉下 Beneunder      |        |        | 2.4     | 76     | 274    | 414           | 502           |
| 蕉内 Bananain       |        |        |         |        | 26     | 129           | 215           |
| 骆驼 Camel          | 46     | 35     | 30      | 40     | 50     | 61            | 140           |
| 小野和子 Kazukoin     |        |        |         |        |        |               | 134           |
| Ohsunny           | 0      | 8.6    | 44      | 44     | 133    | 104           | 129           |
| 觅橘 Miejua         |        |        |         |        | 12     | 80            | 113           |
| 茉寻 Moxun          |        |        |         |        | 5.7    | 52            | 99            |
| 优衣库 Uniqlo        | -      | -      | 8.7     | 27     | 29     | 39            | 92            |
| 波司登 Bosideng      | 0.1    | 0.1    | 0       | 0.2    | 2.1    | 13            | 57            |
| 天猫平台防晒衣GMV增速      | 2018   | 2019   | 2020    | 2021   | 2022   | 2023          | 21-23CAGR     |
| 蕉下 Beneunder      |        |        | 3066.7% | 260.5% | 51.1%  | 21.3%         | 35.4%         |
| 蕉内 Bananain       |        |        |         |        | 396.2% | <b>66.7%</b>  | <b>187.6%</b> |
| 骆驼 Camel          | -23.9% | -14.3% | 33.3%   | 25.0%  | 22.0%  | <b>129.5%</b> | <b>67.3%</b>  |
| Ohsunny           |        |        | 0.0%    | 202.3% | -21.8% | 24.0%         | -1.5%         |
| 觅橘 Miejua         |        |        |         |        | 566.7% | 41.3%         | 206.9%        |
| 茉寻 Moxun          |        |        |         |        | 812.3% | 90.4%         | 316.8%        |
| 优衣库 Uniqlo        |        |        | 210.3%  | 7.4%   | 34.5%  | <b>135.9%</b> | <b>78.1%</b>  |
| 波司登 Bosideng      |        |        |         | 950.0% | 519.0% | <b>338.5%</b> | <b>421.0%</b> |
| 蕉下 Beneunder      |        |        | 3066.7% | 260.5% | 51.1%  | 21.3%         | 35.4%         |
| 均价                | 2017   | 2018   | 2019    | 2020   | 2021   | 2022          | 2023          |
| 蕉下 Beneunder      |        |        | 265     | 147    | 177    | 213           | 238           |
| 蕉内 Bananain       |        |        |         |        | 240    | 242           | 252           |
| 骆驼 Camel          | 200    | 177    | 148     | 124    | 129    | 149           | 205           |
| 彦单                |        |        |         |        | 61     | 88            | 89            |
| Ohsunny           | 166    | 189    | 183     | 155    | 167    | 175           | 201           |
| 茉寻 Moxun          |        |        |         |        | 44     | 174           | 191           |
| 加拿大鹅 Canada Goose |        |        | 5825    | 5788   | 5319   | 5214          | 5094          |
| 伯希和 Pelliot       | 171    | 157    | 177     | 138    | 154    | 171           | 207           |
| 波司登 Bosideng      | 213    | 302    | 327     | 277    | 457    | 541           | 385           |

## 加巴黎奥运会催化，有望实现双位数增长，FILA稳健增长，迪桑特等保持高增势头

- 24Q1安踏主品牌在去年同期高基数下流水增长中单位数，库销比及折扣率处于健康水平、安踏品牌折扣率收窄；3月完成率较1-2月有所提升，预计2季度高基数效应开始减弱销售有望加速；FILA品牌Q1流水增长高单位数，线下的大货表现优于Kids及Fusion、电商流水增长亮眼，线上及线下业务折扣率均有收窄；其他品牌合计流水同比增长25%-30%，其中迪桑特增长20%+、可隆增长50%+。
- 展望24年：1) 预计FILA及安踏主品牌流水低双位数增长，开店有所提速；2) 毛利率受折扣率影响将有所波动，24年奥运年下预计销售费用率略提升，OP Margin将略有回落，Amer上市还债后业绩改善+上市带来一次性非现金收益将贡献显著业绩增量。

| 安踏体育营收拆分（人民币亿元） |     | 2019A  | 2020A  | 2021A  | 2022A  | 2023A  | 2024E  | 2025E  | 2026E  |
|-----------------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 营业总收入           |     | 339.3  | 355.1  | 493.3  | 536.5  | 623.6  | 698.6  | 781.2  | 861.0  |
|                 | yoy | 40.8%  | 4.7%   | 38.9%  | 8.8%   | 16.2%  | 12.0%  | 11.8%  | 10.2%  |
| 安踏主品牌           |     | 174.5  | 157.5  | 240.1  | 277.2  | 303.1  | 333.4  | 365.4  | 394.2  |
|                 | yoy | 21.8%  | -9.7%  | 52.5%  | 15.5%  | 9.3%   | 10.0%  | 9.6%   | 7.9%   |
| 年末门店数           |     | 10,516 | 9,922  | 9,403  | 9,603  | 9,831  | 9,900  | 10,000 | 10,100 |
| 经销门店            |     | 139.6  | 92.0   | 72.4   | 43.6   | 33.7   | 33.5   | 34.1   | 35.5   |
|                 | yoy | 21.8%  | -34.1% | -21.3% | -39.8% | -22.7% | -23.3% | 2.1%   | 4.0%   |
| DTC线下营收         |     |        | 14.6   | 85.5   | 136.9  | 170.1  | 190.7  | 213.3  | 231.3  |
|                 | yoy |        |        | 484.7% | 60.0%  | 24.2%  | 12.1%  | 11.8%  | 8.5%   |
| 电商渠道收入          |     | 34.9   | 50.9   | 82.2   | 96.8   | 99.3   | 109.2  | 118.0  | 127.4  |
|                 | yoy | 21.8%  | 45.8%  | 61.6%  | 17.7%  | 2.6%   | 10.0%  | 8.0%   | 8.0%   |
| FILA品牌          |     | 147.7  | 174.5  | 218.2  | 215.2  | 251.0  | 277.0  | 306.6  | 333.4  |
|                 | yoy | 73.9%  | 18.1%  | 25.1%  | -1.4%  | 16.6%  | 10.4%  | 10.7%  | 8.7%   |
| 线下门店收入          |     | 118.2  | 132.9  | 161.5  | 137.7  | 160.7  | 175.8  | 195.3  | 210.9  |
|                 | yoy | 63.7%  | 12.5%  | 21.5%  | -14.7% | 16.6%  | 27.6%  | 11.1%  | 8.0%   |
| 年末门店数           |     | 1,951  | 2,006  | 2,054  | 1,984  | 1,972  | 2,100  | 2,100  | 2,100  |
| 平均月店效           |     | 54.7   | 56.0   | 66.3   | 56.9   | 67.7   | 71.7   | 77.5   | 83.7   |
|                 | yoy | 24.4%  | 2.4%   | 18.4%  | -14.2% | 19.1%  | 6.0%   | 8.0%   | 8.0%   |
| 电商渠道收入          |     | 29.5   | 41.6   | 56.7   | 77.5   | 90.4   | 101.2  | 111.3  | 122.5  |
|                 | yoy | 131.9% | 40.9%  | 36.3%  | 36.6%  | 16.6%  | 12.0%  | 10.0%  | 10.0%  |
| 其他品牌            |     | 17.1   | 23.1   | 34.9   | 44.1   | 69.5   | 88.2   | 109.3  | 133.4  |
|                 | yoy | 33.3%  | 35.3%  | 51.2%  | 26.1%  | 57.7%  | 27.0%  | 23.9%  | 22.1%  |

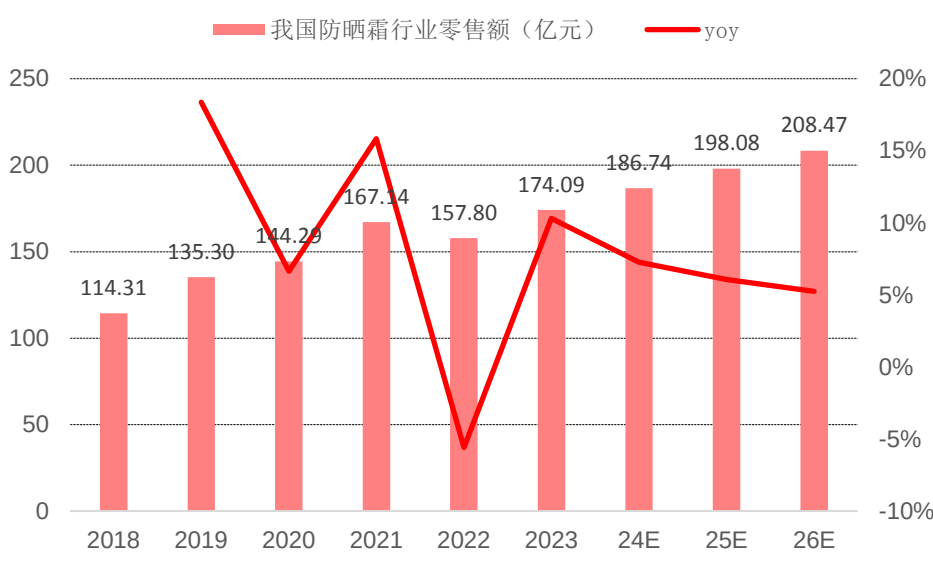
# 相关标的-波司登：2024年防晒服强力升级，品类扩张愈发坚实

- 2024年公司春夏季重点发力防晒服品类，主打中高端市场和专业性能（如UPF100+、凉感和透气性强），除骄阳3.0系列，24年新推出都市轻户外（聚焦户外场景）和户外露营（主打防泼水、透气、凉感）系列。预计2023年夏季公司防晒服产品营收约5亿元，品类拓展叠加线下门店铺货率提升，有望带动24年春夏防晒产品营收继续高增。
- 后续展望：公司在轻薄羽绒服、冲锋衣等品类拓展叠加旺季销售景气带动下营收增长强劲，预计FY24营收增速近30%；营运方面，公司在快反节机制下及前期库存的积极去化下，当前库存水平保持行业低位，库存压力较小，折扣率有望保持理想水平；费用方面，预计全年仍将保持控费战略，费用率小幅改善。



| 波司登营收拆分（人民币亿元） |     | FY2021 | FY2022 | FY2023 | FY2024E | FY2025E | FY2026E |
|----------------|-----|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| 营业总收入          |     | 135    | 162    | 168    | 217     | 249     | 281     |
|                | yoy | 10.9%  | 20.0%  | 3.5%   | 29.3%   | 14.6%   | 13.2%   |
| 波司登品牌          |     | 100    | 116    | 118    | 154     | 174     | 195     |
|                | yoy | 18.9%  | 16.3%  | 1.2%   | 31.0%   | 13.1%   | 11.8%   |
| 雪中飞品牌          |     | 6      | 10     | 12     | 17      | 22      | 26      |
|                | yoy | 10.7%  | 76.6%  | 25.4%  | 42.4%   | 23.8%   | 21.6%   |
| 贴牌代工           |     | 15     | 19     | 23     | 28      | 32      | 35      |
|                | yoy | -4.7%  | 23.8%  | 20.7%  | 20.0%   | 15.0%   | 12.0%   |

# 年我国防晒行业市场约170亿元/+10.3%、预计2024-2026年CAGR为6.2%

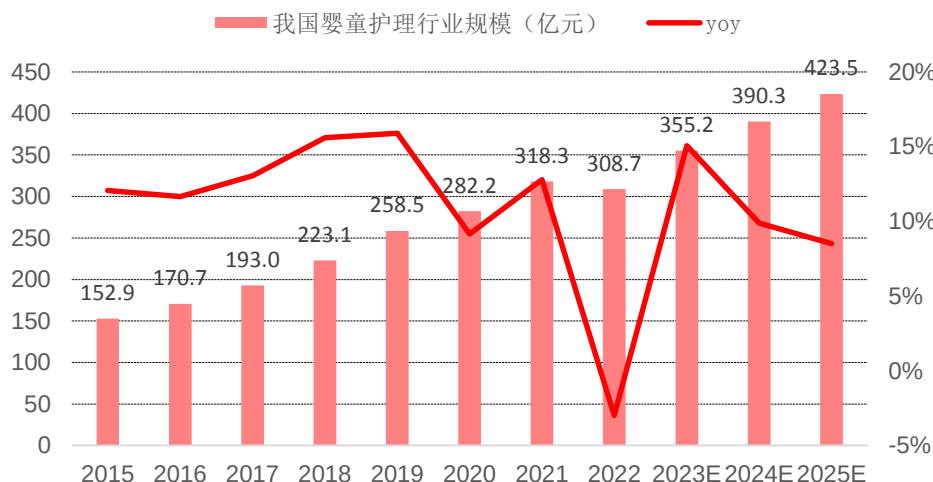


图表：23 年淘系防晒品类 GMV 负增长；抖音 23 年防晒品类增速明显快于大盘

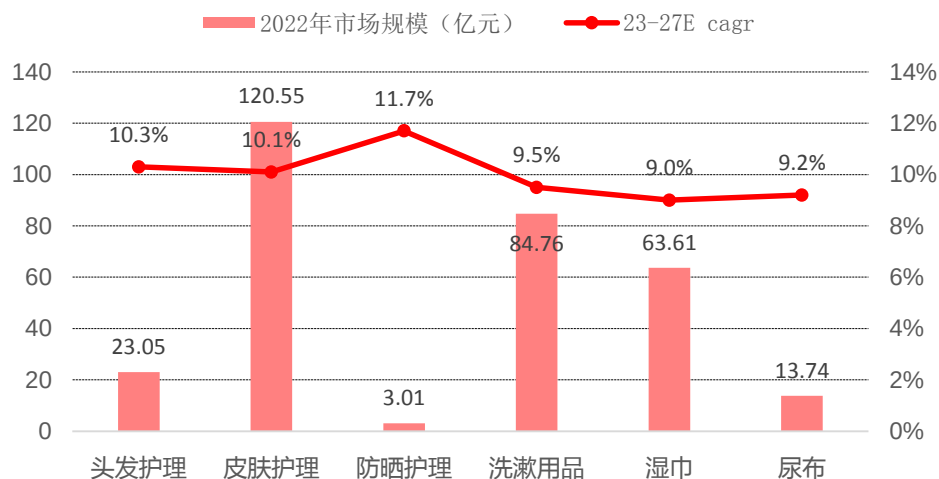
|                    | 2017   | 2018  | 2019  | 2020  | 2021   | 2022  | 2023   | 24年1-4月 |
|--------------------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|---------|
| 我国防晒线上平台 GMV (百万元) | 1,044  | 2,420 | 4,233 | 5,793 | 7,688  | 9,016 | 9,527  | 2,828   |
| 天猫                 | 1,044  | 2,420 | 3,597 | 4,649 | 6,148  | 5,369 | 4,850  | 1,000   |
| 京东                 |        |       | 636   | 1,145 | 1,346  | 1,366 | 1,639  | 343     |
| 抖音                 |        |       |       |       | 194    | 2,281 | 3,038  | 1,484   |
| 增速                 |        |       |       |       |        |       |        |         |
| 我国防晒线上平台 GMV       | 131.8% | 74.9% | 36.9% | 32.7% | 17.3%  | 5.7%  | -7.20% |         |
| 天猫                 | 131.8% | 48.6% | 29.2% | 32.2% | -12.7% | -9.7% | -33%   |         |
| 京东                 |        |       | 80.0% | 17.6% | 1.5%   | 20.0% | -14%   |         |
| 抖音                 |        |       |       |       | 1076%  | 33.2% | 27%    |         |

# 续扩大、2022年达到300亿元，其中婴童皮肤护理、防晒品类高成长

我国婴童护理行业市场规模及增速（欧睿口径）

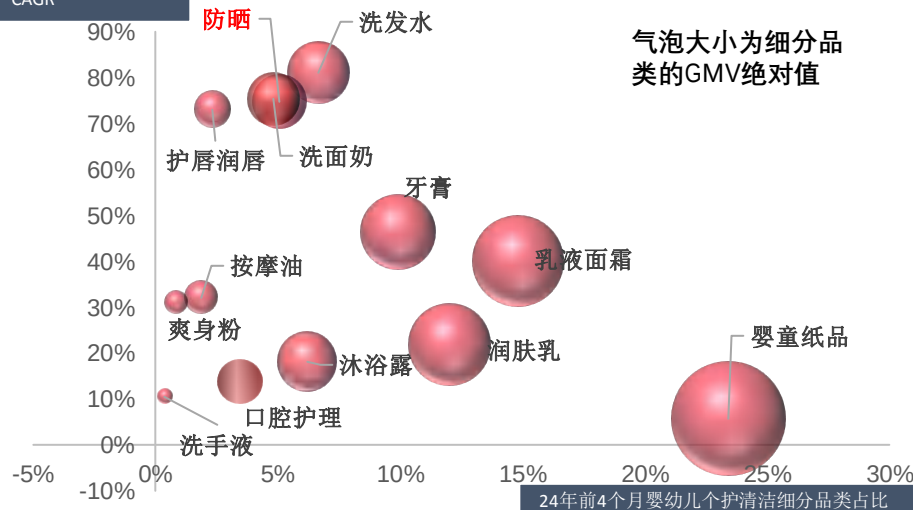


我国婴童护理市场细分领域规模及增速（欧睿口径）



2019-2023线上GMV CAGR

婴儿个护细分板块增速及占比分析



# 海龟爸爸占据半壁江山、润本24年前4个月市占率4%（跻身前三）

中国婴童防晒市场规模持续增长，目前儿童防晒市场份额高度集中于海龟爸爸。根据久谦数据，2023年天猫、京东、抖音平台婴童防晒销售额分别3.11、1.11、3.6亿元，同比增长83%、106%、324%，三个平台合计销售额为7.83亿元/+153%。第一大品牌海龟爸爸线上儿童防晒 GMV 体量达 4.6 亿，第二大品牌贝德美与第三大品牌袋鼠比比线上儿童防晒 GMV 体量均不到 5,000 万。按照24年前四个月数据看，薇诺娜宝贝和润本跻身前二，市占率分别6%、4%。

图表：婴童防晒霜线上GMV情况

| 线上平台GMV（百万元） | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022   | 2023 | 24年1-4月 |
|--------------|------|------|------|------|--------|------|---------|
| 总计           | 40   | 84   | 134  | 222  | 310    | 783  | 246     |
| 天猫           | 40   | 76   | 106  | 184  | 170    | 311  | 111     |
| 京东           |      | 8.6  | 28   | 38   | 54     | 111  | 22      |
| 抖音           |      |      |      | 0.4  | 85     | 360  | 113     |
| 线上平台GMV增速    | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022   | 2023 | 24年1-4月 |
| 总计           | 122% | 110% | 60%  | 66%  | 40%    | 153% | -26%    |
| 天猫           | 122% | 90%  | 39%  | 74%  | -8%    | 83%  | 11%     |
| 京东           |      |      | 226% | 36%  | 42%    | 106% | -9.40%  |
| 抖音           |      |      |      |      | 21150% | 324% | -46%    |

图表：部分品牌婴童防晒霜线上GMV情况

| 具体品牌              | 线上全平台GMV（百万元） |      |      |         | 线上全平台GMV增速 |       |         | 线上全平台GMV份额（%） |      |      |         |
|-------------------|---------------|------|------|---------|------------|-------|---------|---------------|------|------|---------|
|                   | 2021          | 2022 | 2023 | 24年1-4月 | 2022       | 2023  | 24年1-4月 | 2021          | 2022 | 2023 | 24年1-4月 |
| 海龟爸爸 Hipapa       | 32            | 92   | 456  | 129     | 188%       | 396%  | -32%    | 14            | 30   | 59   | 52      |
| 薇诺娜宝贝 Winona Baby | -             | 14   | 19   | 15      |            | 36%   | 172%    | -             | 4.6  | 2.5  | 6.2     |
| 润本                | -             | 0.8  | 3.2  | 10      |            | 300%  | 999%    | -             | 0.3  | 0.4  | 4       |
| 贝德美 Bodcrme       | 0.5           | 18   | 45   | 10      | 3500%      | 150%  | -64%    | 0.2           | 5.8  | 5.9  | 4       |
| Masata            | -             | -    | 7    | 7.3     |            |       | 999%    | -             | -    | 0.9  | 3       |
| 兔头妈妈              | -             | 0    | 2.1  | 6.9     |            |       | 999%    | -             | 0    | 0.3  | 2.8     |
| 宫中秘策 Goong Be     | 26            | 27   | 25   | 6.6     | 4%         | -7%   | -33%    | 12            | 8.6  | 3.3  | 2.7     |
| 英氏 Yeehoo         | 0.1           | 0    | 0.2  | 5.6     |            |       |         | 0.1           | 0    | 0    | 2.3     |
| 启初 Giving         | 10            | 11   | 23   | 5.2     | 10%        | 109%  | -48%    | 4.4           | 3.5  | 3    | 2.1     |
| 妈妈宝贝 Mama & Kids  | 10            | 9    | 11   | 4.7     | -10%       | 22%   | 9.20%   | 4.3           | 2.9  | 1.4  | 1.9     |
| Evereden          | 12            | 15   | 9.1  | 4.6     | 25%        | -39%  | 24%     | 5.3           | 4.9  | 1.2  | 1.9     |
| 袋鼠比比              | -             | 10   | 35   | 4.1     |            | 250%  | -82%    | -             | 3.2  | 4.6  | 1.7     |
| 贝亲 Pigeon         | 26            | 19   | 20   | 3.5     | -27%       | 5%    | -46%    | 12            | 6    | 2.6  | 1.4     |
| 小浣熊 Coati         | 1.8           | 2.5  | 9    | 3.1     | 39%        | 260%  |         | 0.8           | 0.8  | 1.2  | 1.3     |
| 小象妈咪              | -             | 0.8  | 12   |         |            | 1400% |         | -             | 0.3  | 1.5  | 1.1     |



## 等产品)，婴童护理业务接力成为重要增长点

- 公司是驱蚊线上龙头，婴童护理、精油个护打开新空间。公司以驱蚊产品切入，业务逐渐延伸至婴童护理、精油品类，23年驱蚊、婴童护理、精油营收占比为31.4%、50.5%、14.2%，公司单品定价聚焦20-50元符合性价比消费趋势。公司2010年开设天猫旗舰店、进军电商领域，抓住了线上流量风口和电商发展红利，成为驱蚊品类国货电商龙头。
- ✓ 核心看点在于：1) 基于驱蚊领域积累的优势逐步向婴童护肤以及精油类目拓展（23年婴童防晒上市），其中婴童护理市场较驱蚊市场更大且增速更快，公司聚焦婴童的各细分领域（重点板块面霜、洗护、婴童防晒等）；2) 内容电商/大KA等渠道持续放量。

### 驱蚊系列



**电热蚊香液、蓝牙智能加热器套装**  
个性模式以及普通模式两种搭配蓝牙加热器，一次设置，即可定时开关



**经典款电热蚊香液**  
高品质、低刺激溶剂，无香精、无烟无灰



**羟苯酯驱蚊液**  
薄荷、金银花、洋甘菊三重植萃，防蚊且护肤



**婴儿润唇膏**  
四大植物成分，搭配天然蜂蜡



**小桃喜透润保湿霜**  
四重保湿技术



**儿童洁面泡泡**  
配方仅九个成分，表面活性剂为新型APG，呵护皮脂膜，降低刺激风险



**植物精油香圈**  
选用法国罗伯特精油，其精油获得FRA认证。采用食品级的硅胶材质。



**驱蚊酯驱蚊液**  
无酒精、无香精，防蚊同时达到肌肤补水功效



**避蚊胺驱蚊液** 品牌  
第一款香氛驱蚊液，有效掩盖身体气味



**润本叮叮舒缓棒**  
取德之馨舒缓原料Symcalmin、Symrelief，复配多种草本植物成分



**洁柔金尊系列**  
洋甘菊成分，复配多重果油。



**婴童手口湿巾**  
七次净化EDI纯水，通过SCG认证，添加益生元，清洁与呵护双效合一。



**香茅香薰盒**  
香茅精油来源于大自然，采用蒸馏技术提取，温和无刺激



款婴童类防晒产品均已上市、依托性价比和产品力有望贡献业绩增量

- 公司于23年取得两项防晒特证（国妆特字20230211、国妆特字20235264），对应产品名为“润本水感防晒乳”（SPF33、PA）、“润本儿童防晒乳”（SPF20、PA），定位12岁及以上儿童和成人、3岁及以上儿童和成人，定价均为39.9元。目前两款防晒产品均已上市，且现已步入4-6月的防晒旺季，预计儿童防晒产品有望依托较强的性价比和产品力为品牌贡献业绩增量。
- 核心产品蚊香液已进入销售旺季，有望持续推动Q2、Q3旺季销售高增。

| 润本线上gmv<br>(百万元) | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 24年前4个月 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|---------|
| 总计               | 55   | 57   | 84   | 80   | 111  | 262  | 337  | 120     |
| 天猫               | 55   | 57   | 79   | 67   | 80   | 111  | 159  | 40      |
| 京东               | -    | -    | 4.7  | 12   | 14   | 34   | 62   | 23      |
| 抖音               | -    | -    | -    | -    | 17   | 118  | 116  | 57      |
| 增速               | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 24年前4个月 |
| 总计               |      | 4%   | 47%  | -5%  | 39%  | 136% | 29%  | 43%     |
| 天猫               |      | 4%   | 39%  | -15% | 19%  | 39%  | 43%  | 4%      |
| 京东               |      |      |      | 155% | 17%  | 143% | 82%  | 64%     |
| 抖音               |      |      |      |      |      | 594% | -2%  | 83%     |

图表：润本线上渠道防晒新品销售情况

| 单位:千元           | 天猫   |      |      | 抖音   |      |      |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|
|                 | 24M2 | 24M3 | 24M4 | 24M2 | 24M3 | 24M4 |
| 润本儿童防晒霜（3岁以上）   | 14   | 376  | 949  | 90   | 1000 | 5000 |
| 润本水感防晒乳（12岁及以上） | 10   | 63   | 121  |      |      |      |

图表：润本线上渠道全平台销售情况

| 单位:百万元 | 23M5 | 23M6 | 23M7 | 23M8 | 23M9 | 23M10 | 23M11 | 23M12 | 24M1 | 24M2 | 24M3 | 24M4 |
|--------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|------|------|------|------|
| 驱蚊用品   | 98   | 123  | 63   | 32   | 21   | 13    | 8.9   | 3.6   | 2.6  | 7.4  | 30   | 107  |
| 蚊香液    | 46   | 51   | 26   | 13   | 10   | 8.5   | 6.5   | 2.7   | 1.9  | 6.3  | 23   | 62   |
| 驱蚊贴    | 16   | 21   | 9.1  | 4.8  | 2.7  | 1.2   | 1.2   | 0.4   | 0.3  | 0.3  | 1.7  | 14   |
| 个护清洁   | 24   | 28   | 18   | 17   | 24   | 47    | 57    | 38    | 27   | 19   | 33   | 41   |
| 乳液面霜   | 7.9  | 9.0  | 6.9  | 4.4  | 7.3  | 16.2  | 16.4  | 11.4  | 11.3 | 6.3  | 14.2 | 17.5 |
| 防晒     | 0.6  | 0.9  | 0.4  | 0.3  | 0.1  | 0.1   | 0.1   | 0.0   | 0.0  | 0.2  | 2.8  | 7.0  |

## 等产品），婴童护理业务接力成为重要增长点、有望熨平季节影响

| 月度  | 润本股份GMV（百万元） |        |        | 驱蚊GMV（百万元） |        |        | 个护清洁GMV（百万元） |       |       |
|-----|--------------|--------|--------|------------|--------|--------|--------------|-------|-------|
|     | 2022         | 2023   | 2024   | 2022       | 2023   | 2024   | 2022         | 2023  | 2024  |
| 1月  | 23.81        | 26.24  | 36.98  | 1.82       | 1.59   | 2.62   | 14.97        | 17.91 | 26.84 |
| 2月  | 21.95        | 31.31  | 30.82  | 2.27       | 5.92   | 7.42   | 13.09        | 17.63 | 19.12 |
| 3月  | 50.11        | 65.41  | 69.00  | 31.10      | 33.78  | 29.77  | 11.90        | 22.83 | 32.93 |
| 4月  | 78.97        | 109.26 | 160.56 | 52.43      | 70.29  | 107.48 | 7.81         | 25.44 | 41.22 |
| 5月  | 111.56       | 136.89 |        | 82.45      | 97.72  |        | 13.31        | 23.52 |       |
| 6月  | 179.27       | 166.58 |        | 133.56     | 123.44 |        | 20.11        | 27.97 |       |
| 7月  | 88.11        | 91.37  |        | 59.41      | 63.10  |        | 13.02        | 18.05 |       |
| 8月  | 52.67        | 55.62  |        | 23.33      | 31.51  |        | 17.37        | 17.24 |       |
| 9月  | 56.21        | 50.33  |        | 12.01      | 21.08  |        | 31.22        | 24.49 |       |
| 10月 | 76.88        | 65.50  |        | 9.27       | 13.04  |        | 52.41        | 46.56 |       |
| 11月 | 51.63        | 76.37  |        | 13.10      | 8.92   |        | 26.53        | 57.46 |       |
| 12月 | 66.44        | 52.81  |        | 4.89       | 3.61   |        | 40.45        | 38.29 |       |

| 月度  | 润本股份GMV单月增速 |        |       | 驱蚊GMV单月增速 |        |        | 个护清洁GMV单月增速 |        |       |
|-----|-------------|--------|-------|-----------|--------|--------|-------------|--------|-------|
|     | 2022        | 2023   | 2024  | 2022      | 2023   | 2024   | 2022        | 2023   | 2024  |
| 1月  |             | 10.2%  | 40.9% |           | -12.4% | 64.3%  |             | 19.6%  | 49.9% |
| 2月  |             | 42.7%  | -1.6% |           | 160.2% | 25.4%  |             | 34.7%  | 8.4%  |
| 3月  |             | 30.5%  | 5.5%  |           | 8.6%   | -11.9% |             | 91.9%  | 44.2% |
| 4月  |             | 38.4%  | 46.9% |           | 34.1%  | 52.9%  |             | 225.9% | 62.0% |
| 5月  |             | 22.7%  |       |           | 18.5%  |        |             | 76.8%  |       |
| 6月  |             | -7.1%  |       |           | -7.6%  |        |             | 39.1%  |       |
| 7月  |             | 3.7%   |       |           | 6.2%   |        |             | 38.6%  |       |
| 8月  |             | 5.6%   |       |           | 35.1%  |        |             | -0.8%  |       |
| 9月  |             | -10.5% |       |           | 75.5%  |        |             | -21.6% |       |
| 10月 |             | -14.8% |       |           | 40.7%  |        |             | -11.2% |       |
| 11月 |             | 47.9%  |       |           | -31.9% |        |             | 116.6% |       |
| 12月 |             | -20.5% |       |           | -26.1% |        |             | -5.3%  |       |

平台分别0.78亿元/+16.1%、0.36亿元/+90.5%、0.46亿元/+102%

| 润本股份单月GMV及增速 | 单月GMV (百万元) |       |       |       | 单月GMV增速 |        |        |        |
|--------------|-------------|-------|-------|-------|---------|--------|--------|--------|
|              | 全网          | 天猫    | 京东    | 抖音    | 全网      | 天猫     | 京东     | 抖音     |
| 2024-04      | 160.6       | 78.4  | 36.0  | 46.2  | 46.9%   | 16.1%  | 90.5%  | 102.0% |
| 2024-03      | 69.0        | 25.7  | 13.1  | 30.2  | 5.5%    | -30.6% | -0.3%  | 98.5%  |
| 2024-02      | 30.8        | 13.2  | 8.7   | 8.9   | -1.6%   | -21.9% | 30.0%  | 15.6%  |
| 2024-01      | 37.0        | 15.0  | 7.1   | 14.9  | 40.9%   | 15.4%  | 18.1%  | 105.4% |
| 2023-12      | 52.8        | 27.7  | 9.1   | 16.0  | -20.5%  | -3.9%  | 46.7%  | -49.0% |
| 2023-11      | 76.4        | 41.2  | 13.7  | 21.5  | 47.9%   | 52.0%  | 59.1%  | 35.0%  |
| 2023-10      | 65.5        | 31.1  | 14.5  | 19.9  | -14.8%  | -6.4%  | 22.6%  | -37.5% |
| 2023-09      | 50.3        | 24.1  | 16.2  | 10.0  | -10.5%  | -12.1% | 99.0%  | -51.6% |
| 2023-08      | 55.6        | 27.5  | 21.4  | 6.8   | 5.6%    | -2.1%  | 52.8%  | -36.2% |
| 2023-07      | 91.4        | 44.7  | 32.8  | 13.9  | 3.7%    | 4.9%   | 13.2%  | -15.9% |
| 2023-06      | 166.6       | 105.1 | 45.4  | 16.1  | -7.1%   | 1.7%   | -8.9%  | -38.4% |
| 2023-05      | 136.9       | 85.3  | 31.9  | 19.8  | 22.7%   | 24.7%  | 20.5%  | 18.0%  |
| 2023-04      | 109.3       | 67.5  | 18.9  | 22.9  | 38.4%   | 26.5%  | 43.0%  | 84.3%  |
| 2023-03      | 65.4        | 37.0  | 13.2  | 15.2  | 30.5%   | 23.6%  | 49.5%  | 34.1%  |
| 2023-02      | 31.3        | 16.9  | 6.7   | 7.7   | 42.7%   | 84.9%  | 181.4% | -26.4% |
| 2023-01      | 26.2        | 13.0  | 6.0   | 7.3   | 10.2%   | 11.7%  | 85.6%  | -18.9% |
| 润本股份累计销售额及增速 | 累计GMV (百万元) |       |       |       | 累计GMV增速 |        |        |        |
|              | 全网          | 天猫    | 京东    | 抖音    | 全网      | 天猫     | 京东     | 抖音     |
| 2024-04      | 297.4       | 132.2 | 65.0  | 100.1 | 28.0%   | -1.6%  | 45.0%  | 89.0%  |
| 2024-03      | 136.8       | 53.9  | 29.0  | 53.9  | 11.2%   | -19.5% | 11.8%  | 79.1%  |
| 2024-02      | 67.8        | 28.2  | 15.8  | 23.8  | 17.8%   | -5.7%  | 24.4%  | 59.3%  |
| 2024-01      | 37.0        | 15.0  | 7.1   | 14.9  | 40.9%   | 15.4%  | 18.1%  | 105.4% |
| 2023-12      | 927.7       | 521.0 | 229.7 | 177.0 | 8.2%    | 12.5%  | 26.5%  | -16.9% |
| 2023-11      | 874.9       | 493.3 | 220.6 | 160.9 | 10.6%   | 13.6%  | 25.8%  | -11.4% |
| 2023-10      | 798.5       | 452.2 | 206.9 | 139.4 | 8.0%    | 11.1%  | 24.0%  | -15.8% |
| 2023-09      | 733.0       | 421.1 | 192.4 | 119.5 | 10.6%   | 12.6%  | 24.1%  | -10.7% |
| 2023-08      | 682.7       | 397.0 | 176.2 | 109.5 | 12.6%   | 14.6%  | 20.0%  | -3.2%  |
| 2023-07      | 627.1       | 369.5 | 154.8 | 102.8 | 13.2%   | 16.0%  | 16.5%  | 0.2%   |
| 2023-06      | 535.7       | 324.8 | 122.1 | 88.8  | 15.0%   | 17.8%  | 17.5%  | 3.3%   |
| 2023-05      | 369.1       | 219.7 | 76.7  | 72.7  | 28.9%   | 27.4%  | 41.7%  | 21.6%  |
| 2023-04      | 232.2       | 134.4 | 44.8  | 53.0  | 32.8%   | 29.1%  | 62.0%  | 23.0%  |
| 2023-03      | 123.0       | 66.9  | 25.9  | 30.1  | 28.3%   | 31.9%  | 79.4%  | -1.8%  |
| 2023-02      | 57.6        | 29.9  | 12.7  | 14.9  | 25.8%   | 43.9%  | 126.3% | -22.9% |
| 2023-01      | 26.2        | 13.0  | 6.0   | 7.3   | 10.2%   | 11.7%  | 85.6%  | -18.9% |

# 涨跌幅排名：轻工纺服美护教育行业

| 本周涨跌幅（2024.5.17-5.24） |       |        |        | 近30日涨跌幅（2024.4.24-2024.5.24） |       |        |        |
|-----------------------|-------|--------|--------|------------------------------|-------|--------|--------|
| 涨幅前10名                |       | 跌幅前10名 |        | 涨幅前10名                       |       | 跌幅前10名 |        |
| *ST豆神                 | 14.5% | 高途集团   | -25.4% | ST金运                         | 86.5% | ST阳光   | -56.0% |
| ST金运                  | 11.0% | *ST美吉  | -23.1% | 实丰文化                         | 33.6% | *ST三盛  | -54.1% |
| 柏星龙                   | 7.0%  | ST阳光   | -23.1% | 中国科培                         | 33.1% | *ST美吉  | -53.6% |
| 深中华B                  | 6.7%  | 大胜达    | -19.5% | ST奥康                         | 31.7% | ST东时   | -42.5% |
| 永吉股份                  | 6.3%  | ST东时   | -17.8% | 欧派家居                         | 30.2% | *ST易连  | -42.2% |
| 康隆达                   | 6.1%  | 四通股份   | -17.8% | 亚振家居                         | 28.7% | *ST开元  | -42.2% |
| 中胤时尚                  | 5.1%  | 我乐家居   | -16.4% | 中教控股                         | 24.7% | *ST天创  | -38.1% |
| 沪江材料                  | 4.2%  | 菲林格尔   | -15.5% | 惠达卫浴                         | 24.7% | 宇华教育   | -25.8% |
| 英联股份                  | 4.2%  | 爱丽家居   | -15.1% | 敏华控股                         | 24.6% | 大胜达    | -22.3% |
| *ST金时                 | 3.7%  | 希教国际控股 | -15.1% | 昂立教育                         | 24.3% | 乔治白    | -19.4% |

## 第一章地产及家居行业—地产、家居内销订单月度跟踪

## 第二章造纸行业—浆价、纸价周度跟踪

## 第三章纺服行业—品牌服饰电商月度、棉价周度、海外品牌季度跟踪

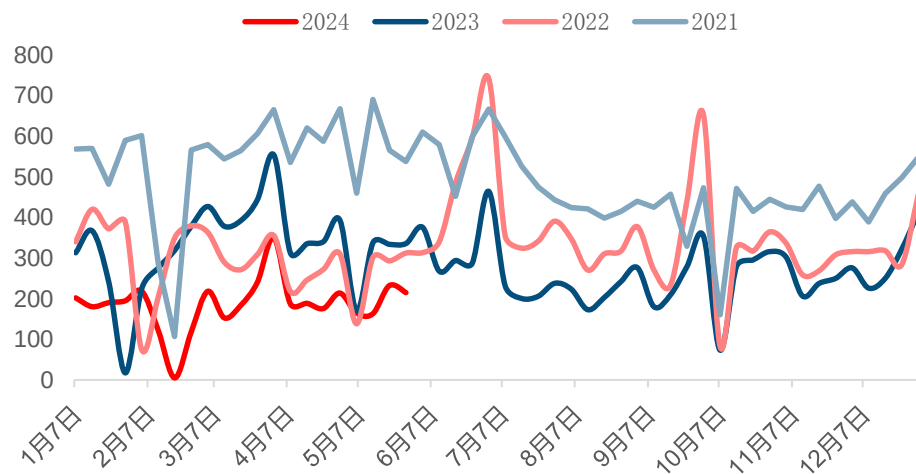
## 第四章黄金钻石—金价周度跟踪、培育钻石印度进出口数据月度跟踪

## 第五章出口链—中国出口、越南出口数据月度跟踪

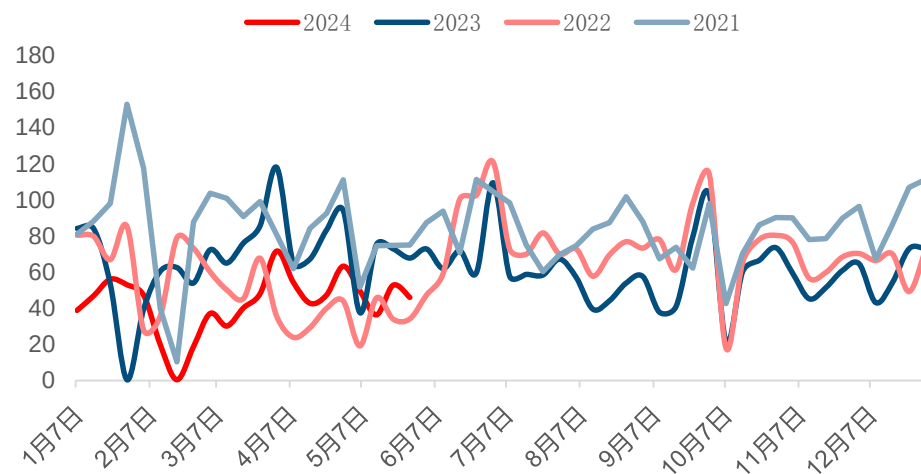
## 第六章医美—NMPA认证注射类医美产品跟踪

# 比-36.0%（上周为-30.3%）、环比-7.5%（上周为42.5%）

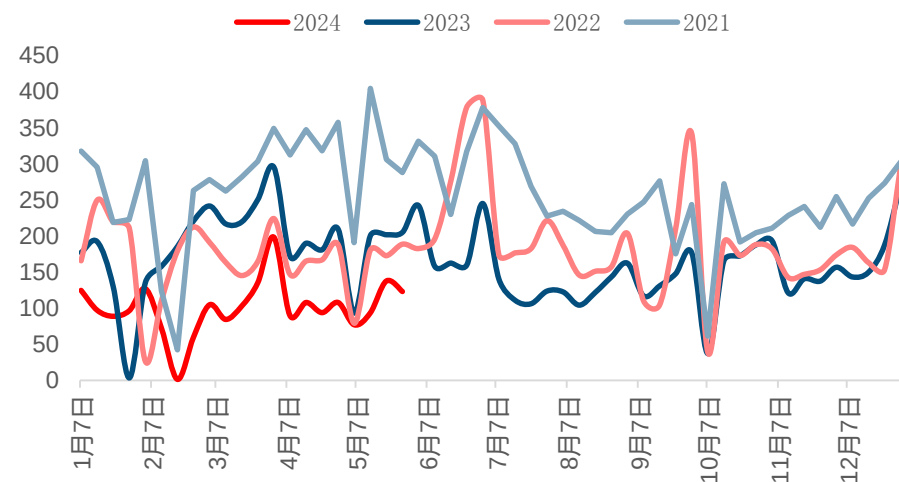
33城新房销售面积周度数据（万平）



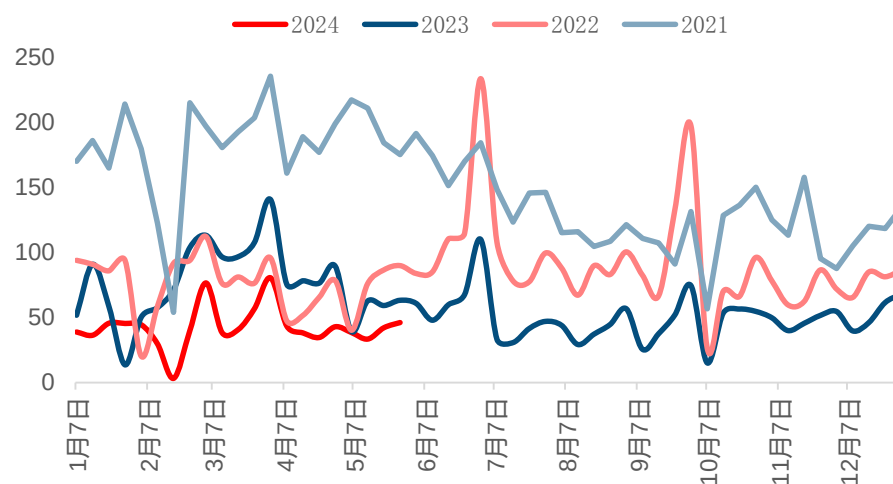
一线城市（4城）新房销售面积周度数据（万平）



二线城市（12城）新房销售面积周度数据（万平）



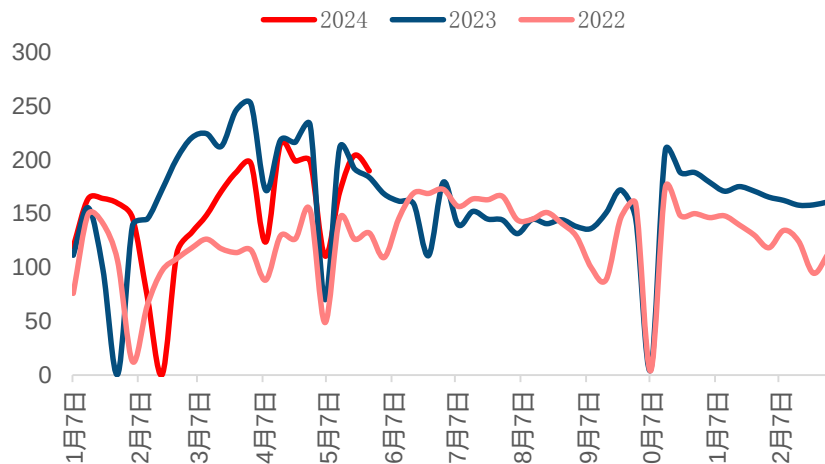
三线城市（17城）新房销售面积周度数据（万平）



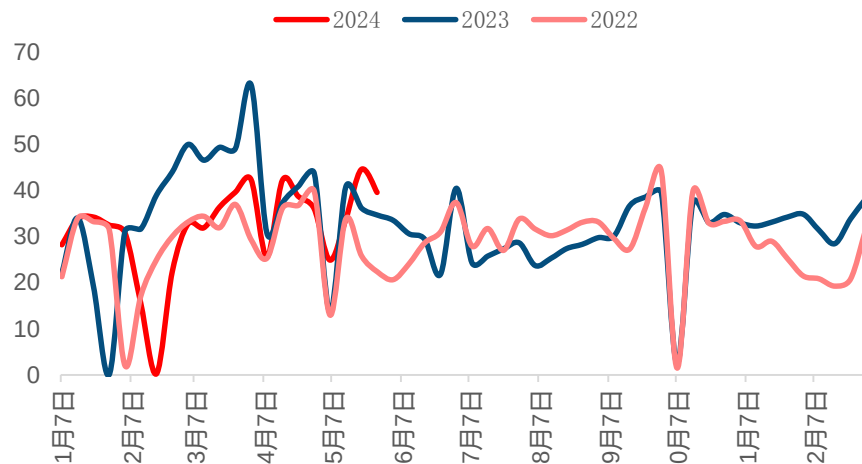


万平/同比+3.3%（上周为6.5%）、环比-7.0%（上周为20.0%）

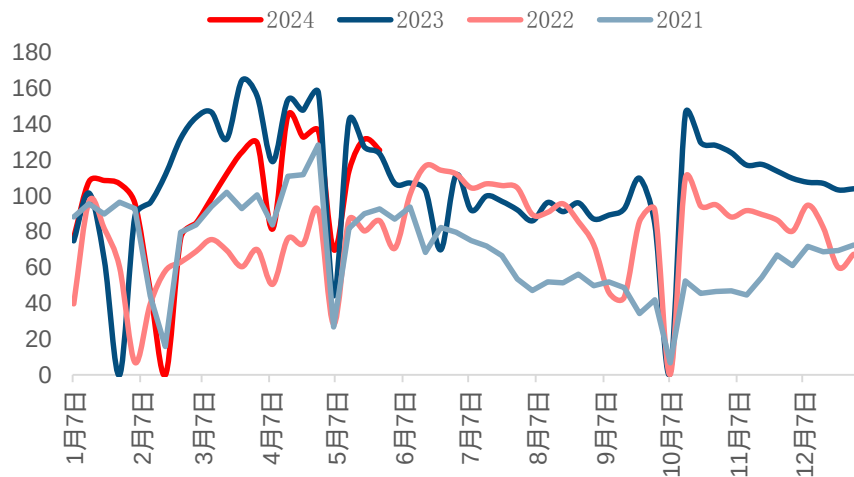
16城二手房销售面积周度数据（万平）



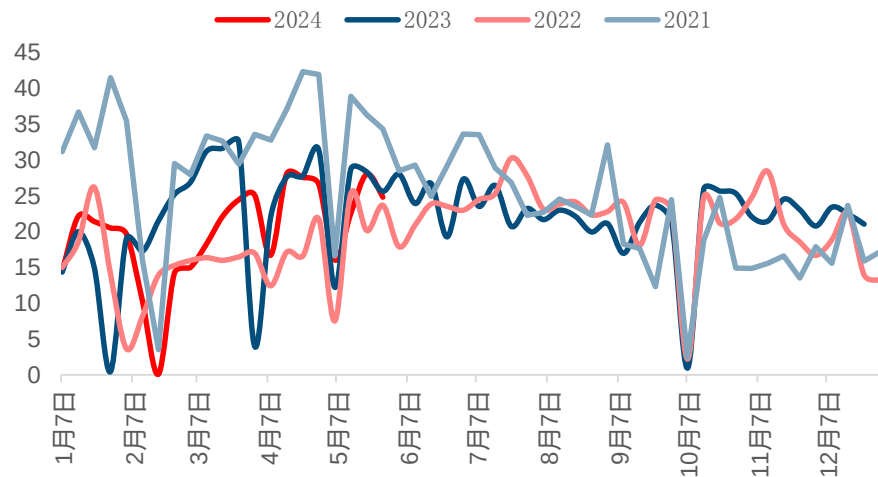
一线城市（2城）二手房销售面积周度数据（万平）



二线城市（8城）二手房销售面积周度数据（万平）

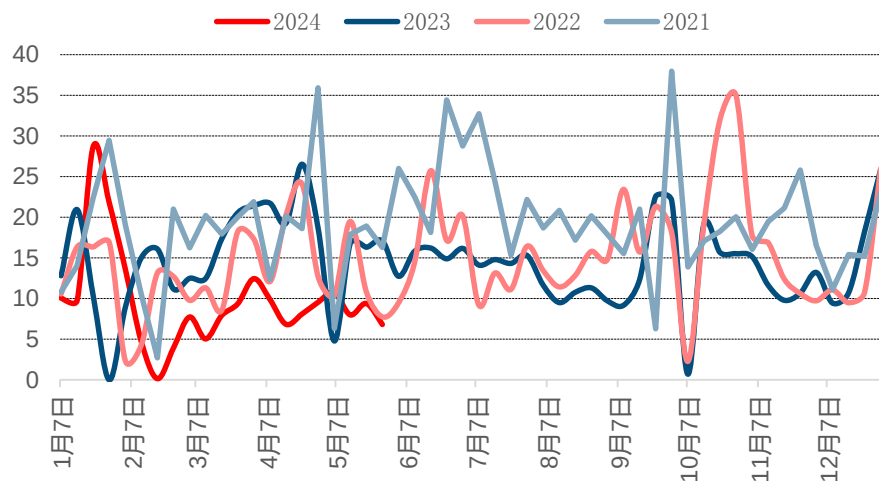


三线城市（6城）二手房销售面积周度数据（万平）

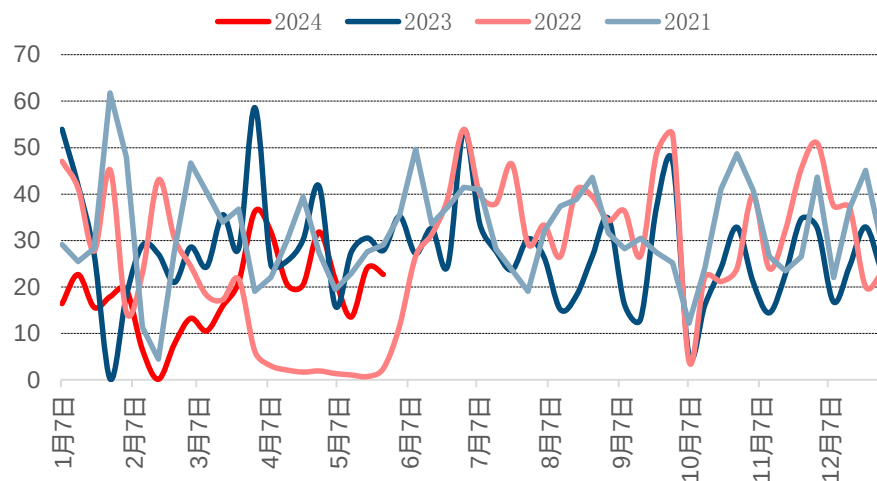


5.1万方，同比-60.2%、-18.5%、-31.8%、-17.6%，环比-27.6%、-5.8%、-17.3%、-8.1%

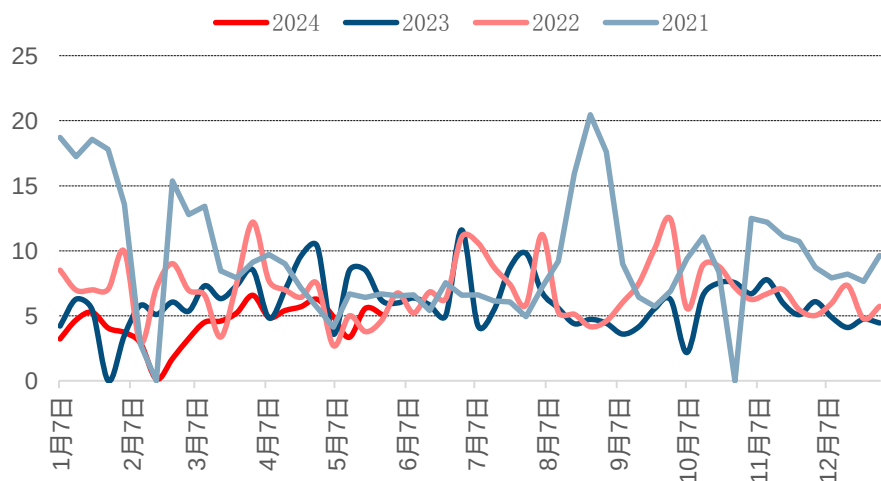
北京新房销售面积周度数据（万平）



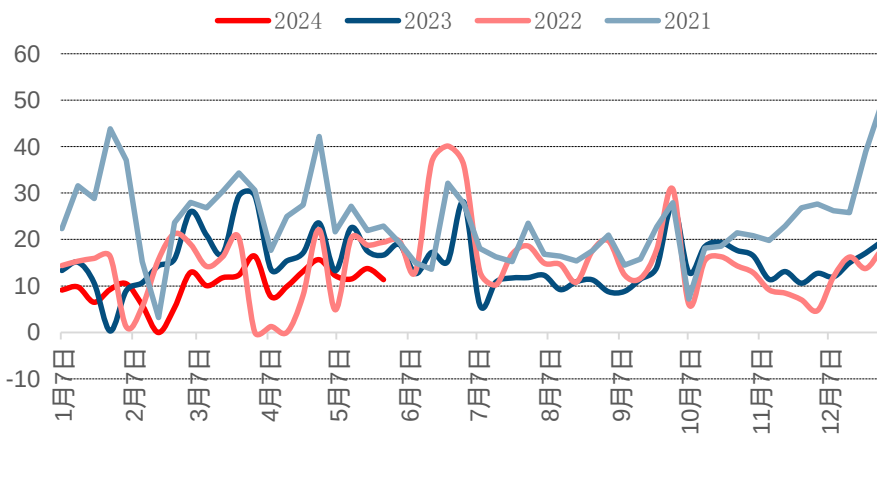
上海新房销售面积周度数据（万平）



深圳新房销售面积周度数据（万平）

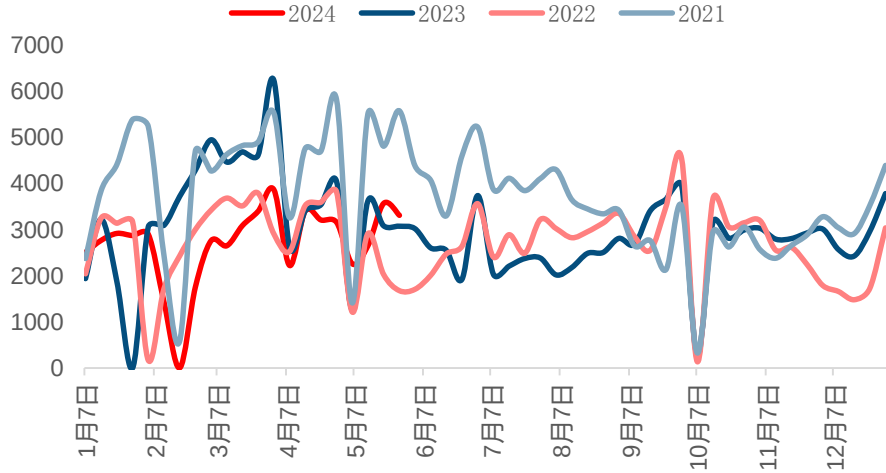


广州新房销售面积周度数据（万平）

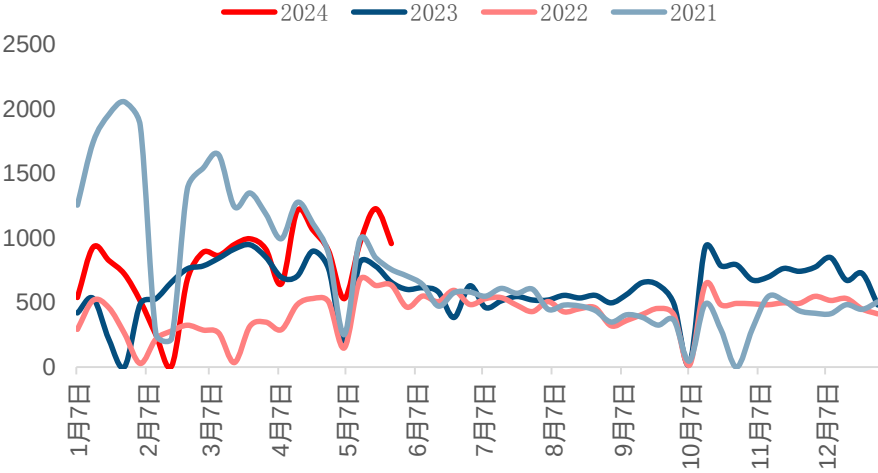


交3313、957套，分别同比+7.7%、+45.4%，环比-7.3%、-0.3%

北京二手房销售套数周度数据（套）

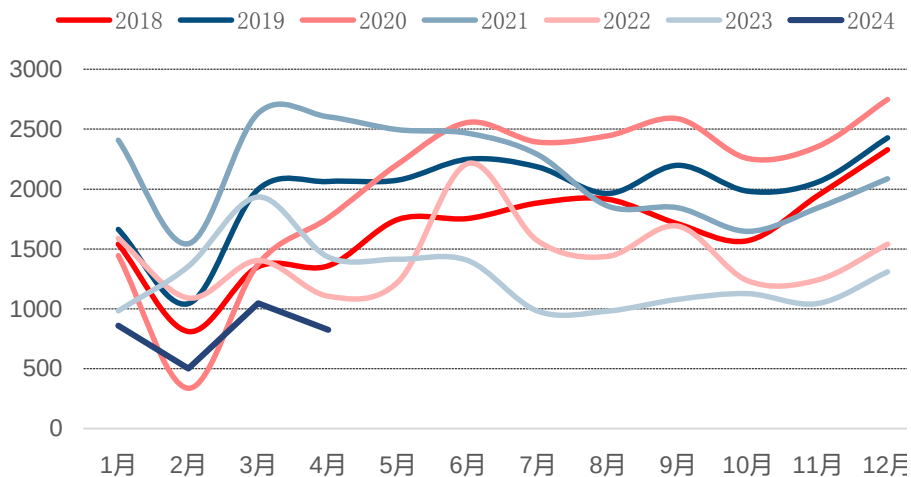


深圳二手房销售套数周度数据（套）

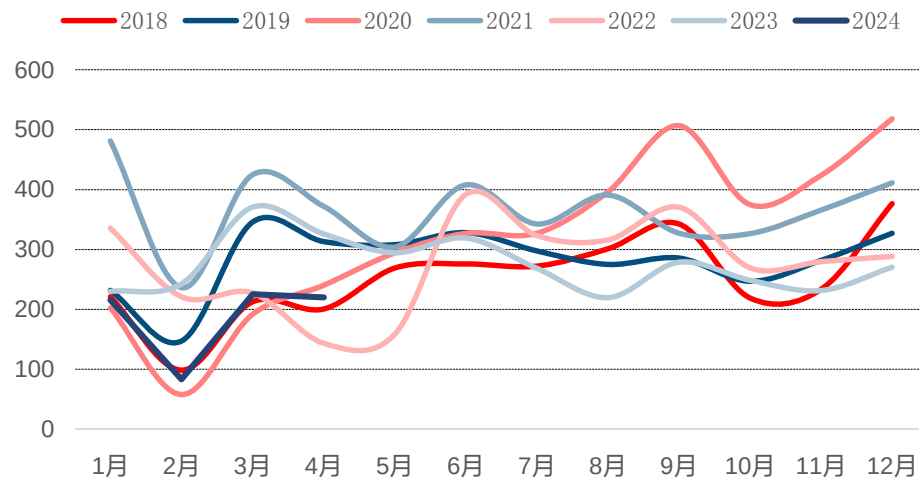


21.2%、同比-42.5%（较上月提升3.4个百分点）

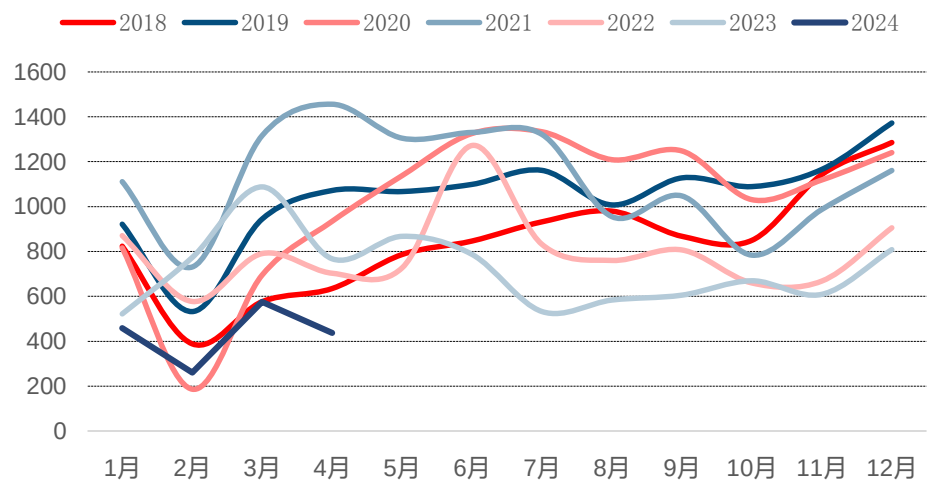
### 33城新房月度成交面积（万平方米）



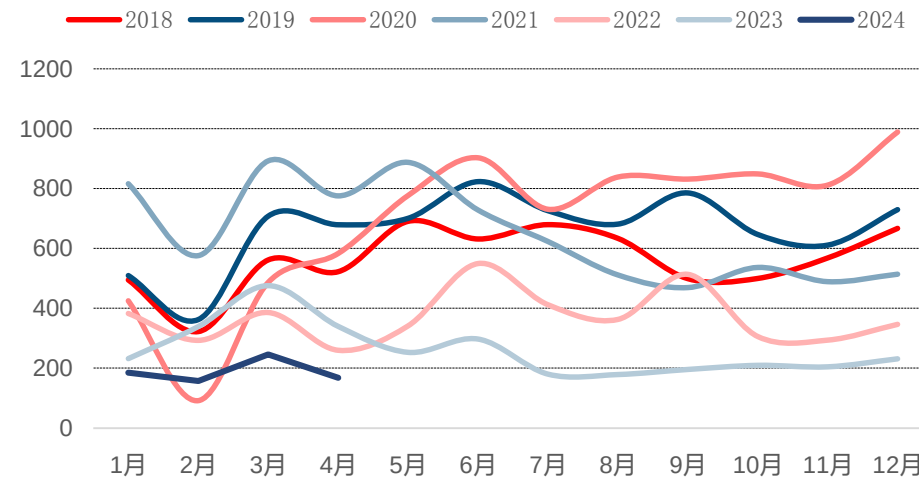
一线城市（4城）新房月度成交面积（万平方米）



二线城市（12城）新房月度成交面积（万平方米）

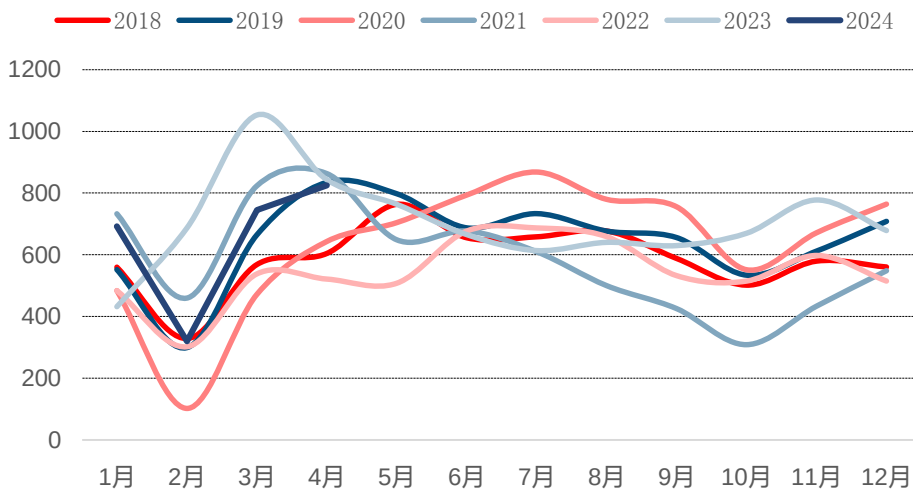


### 三线城市（17城）新房月度成交面积（万平方米）

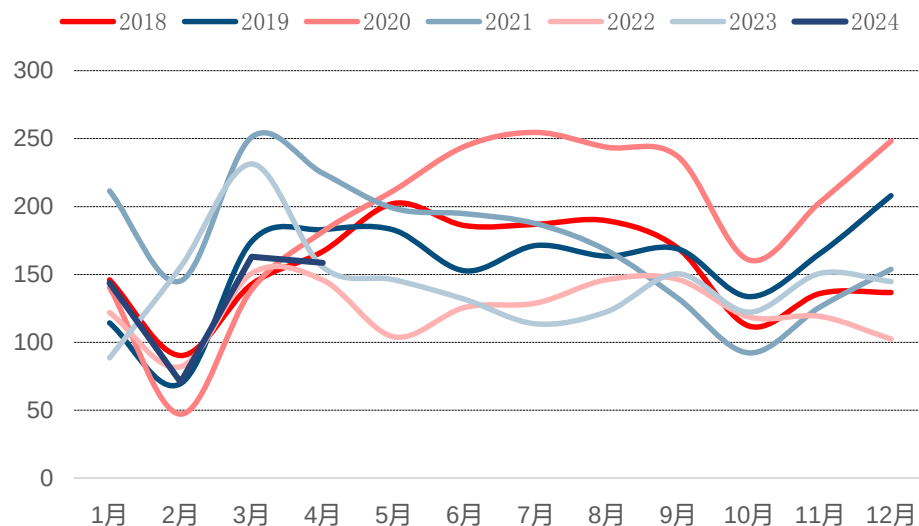


# 平方，环比+10.7%、同比-2.2%（较上月提升27.1pct）

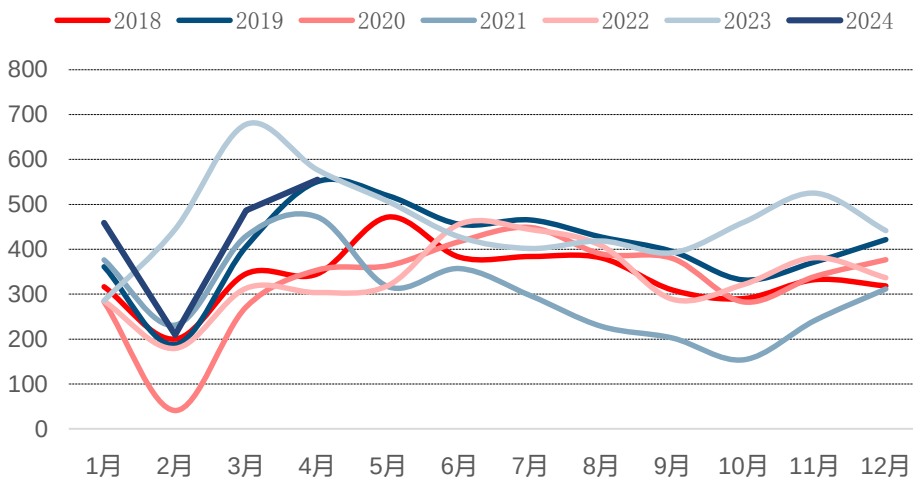
16城二手房月度成交面积（万平米）



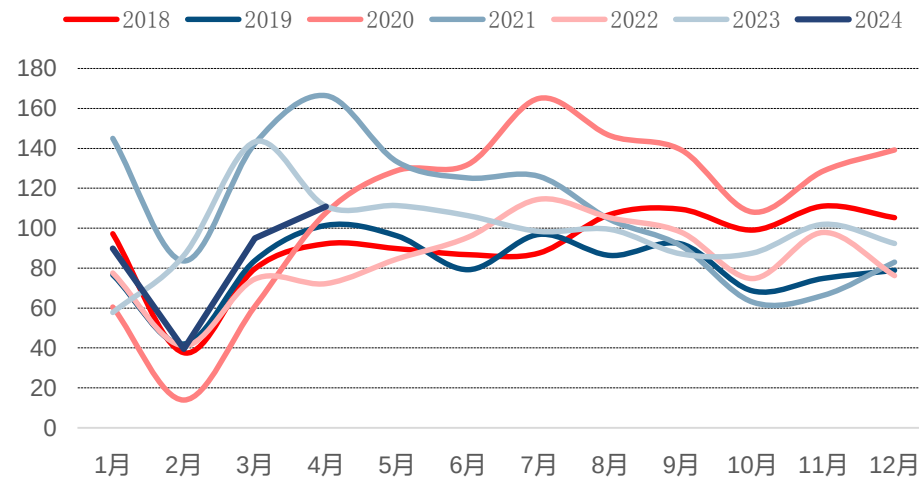
一线城市（2城）二手房月度成交面积（万平米）



二线城市（8城）二手房月度成交面积（万平米）



三线城市（6城）二手房月度成交面积（万平米）





# 同比-16.9%、-14.0%、-22.8%

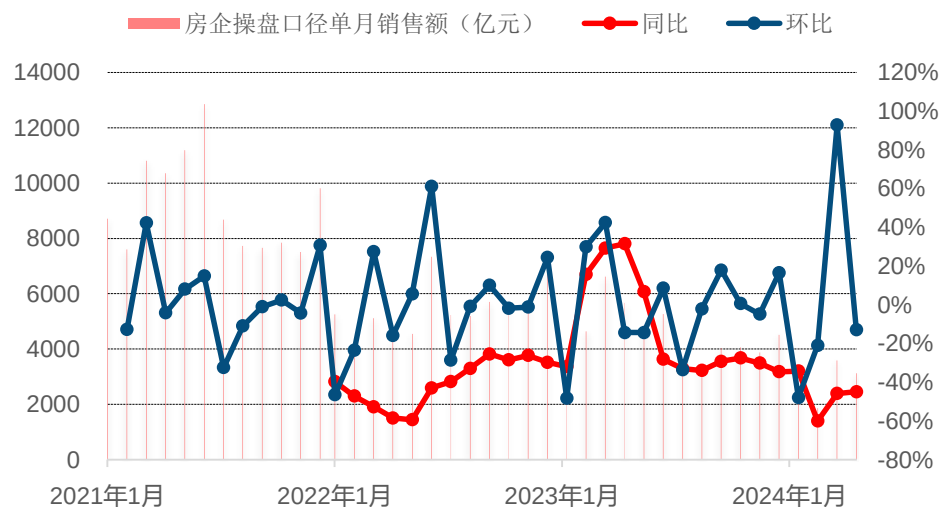
| 房地产销售、投资、土地数据当月同比(%)   | 2024-04 | 2024-03 | 2024-02 | 2023-12 | 2023-11 | 2023-10 | 2023-09 | 2023-08 | 2023-07 | 2023-06 | 2023-05 | 2023-04 | 2023-03 | 2023-02 |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 商品房销售面积                | -22.8   | -18.3   | -20.5   | -12.7   | -10.3   | -11.0   | -10.1   | -12.2   | -15.5   | -18.2   | -2.7    | 4.5     | 0.1     | -3.6    |
| 商品房销售面积:住宅             | -25.1   | -21.9   | -24.8   | -16.1   | -12.9   | -12.0   | -11.6   | -15.4   | -15.5   | -18.0   | 0.8     | 7.3     | 3.6     | -0.6    |
| 商品房销售额                 | -30.4   | -25.9   | -29.3   | -17.1   | -8.6    | -8.1    | -13.6   | -16.4   | -19.3   | -19.2   | 7.0     | 26.2    | 8.8     | -0.1    |
| 70个大中城市新建商品住宅价格指数      | -3.5    | -2.7    | -1.9    | -1.2    | -0.7    | -0.6    | -0.6    | -0.6    | -0.6    | -0.4    | -0.5    | -0.7    | -1.4    | -1.9    |
| 70个大中城市新建商品住宅价格指数:一线城市 | -2.5    | -1.5    | -1.0    | -0.5    | 0.3     | 0.4     | 0.7     | 0.6     | 1.0     | 1.3     | 1.7     | 2.0     | 1.7     | 1.7     |
| 70个大中城市新建商品住宅价格指数:二线城市 | -2.9    | -2.0    | -1.1    | -0.4    | 0.2     | 0.3     | 0.2     | 0.3     | 0.2     | 0.5     | 0.5     | 0.2     | -0.2    | -0.7    |
| 70个大中城市新建商品住宅价格指数:三线城市 | -4.2    | -3.4    | -2.7    | -2.1    | -1.6    | -1.5    | -1.4    | -1.4    | -1.5    | -1.4    | -1.6    | -1.9    | -2.7    | -3.3    |
| 销售均价(元/平米)             | 10,194  | 9,549   | 9,294   | 10,069  | 10,286  | 10,409  | 10,051  | 10,436  | 10,440  | 10,176  | 10,877  | 11,308  | 10,526  | 10,451  |
| 房屋新开工面积                | -14.0   | -25.4   | -29.7   | -10.3   | 4.9     | -21.1   | -14.6   | -23.6   | -25.9   | -30.3   | -27.3   | -27.2   | -29.0   | -9.4    |
| 房地产开发投资                | -10.5   | -10.1   | -9.0    | -12.5   | -10.6   | -11.3   | -11.3   | -11.0   | -12.2   | -10.3   | -10.1   | -7.2    | -5.9    | -5.7    |
| 房地产竣工面积                | -19.1   | -21.7   | -20.2   | 15.3    | 12.2    | 13.3    | 25.3    | 10.6    | 33.1    | 16.3    | 24.4    | 40.5    | 31.8    | 8.0     |
| 房地产竣工面积:住宅             | -16.9   | -25.4   | -20.2   | 14.8    | 14.4    | 13.7    | 25.8    | 10.8    | 40.9    | 16.3    | 17.8    | 31.5    | 35.0    | 9.7     |
| 百城土地成交建面               | -30.5   | -4.2    | -18.6   | -0.8    | -8.6    | -5.5    | -35.5   | -43.5   | -47.0   | -19.9   | 21.7    | -17.9   | 8.8     | 23.2    |
| 百城土地成交总价:一线城市          | -82.0   | 0.0     | 34.3    | 199.3   | 69.1    | 70.9    | -75.2   | 0.4     | -47.0   | -25.0   | -71.8   | 277.3   | 9.8     | -53.9   |
| 百城土地成交总价:二线城市          | -5.4    | -4.8    | -45.1   | 171.5   | 20.4    | -18.6   | -34.5   | 38.0    | -74.2   | -30.8   | 77.8    | -61.4   | -21.2   | 196.2   |
| 百城土地成交总价:三线城市          | -16.3   | -16.8   | -22.9   | -14.0   | -6.7    | -11.6   | 1.6     | -31.7   | -38.1   | -15.8   | 28.8    | -31.8   | -12.4   | 32.9    |
| 房地产销售、新开工及投资数据累计同比增速   | 2024-04 | 2024-03 | 2024-02 | 2023-12 | 2023-11 | 2023-10 | 2023-09 | 2023-08 | 2023-07 | 2023-06 | 2023-05 | 2023-04 | 2023-03 | 2023-02 |
| 商品房销售面积                | -20.2   | -19.4   | -20.5   | -8.5    | -8.0    | -7.8    | -7.5    | -7.1    | -6.5    | -5.3    | -0.9    | -0.4    | -1.8    | -3.6    |
| 商品房销售面积:住宅             | -23.8   | -23.4   | -24.8   | -8.2    | -7.3    | -6.8    | -6.3    | -5.5    | -4.3    | -2.8    | 2.3     | 2.7     | 1.4     | -0.6    |
| 商品房销售额                 | -28.3   | -27.6   | -29.3   | -6.5    | -5.2    | -4.9    | -4.6    | -3.2    | -1.5    | 1.1     | 8.4     | 8.8     | 4.1     | -0.1    |
| 房屋新开工面积                | -24.6   | -27.8   | -29.7   | -20.4   | -21.2   | -23.2   | -23.4   | -24.4   | -24.5   | -24.3   | -22.6   | -21.2   | -19.2   | -9.4    |
| 房地产开发投资                | -9.8    | -9.5    | -9.0    | -9.6    | -9.4    | -9.3    | -9.1    | -8.8    | -8.5    | -7.9    | -7.2    | -6.2    | -5.8    | -5.7    |
| 房地产竣工面积                | -20.4   | -20.7   | -20.2   | 17.0    | 17.9    | 19.0    | 19.8    | 19.2    | 20.5    | 19.0    | 19.6    | 18.8    | 14.7    | 8.0     |
| 房地产竣工面积:住宅             | -21.0   | -21.9   | -20.2   | 17.2    | 18.5    | 19.3    | 20.1    | 19.5    | 20.8    | 18.5    | 19.0    | 19.2    | 16.8    | 9.7     |
| 房地产销售、新开工投资单月数据(百万平方米) | 2024-04 | 2024-03 | 2024-02 | 2023-12 | 2023-11 | 2023-10 | 2023-09 | 2023-08 | 2023-07 | 2023-06 | 2023-05 | 2023-04 | 2023-03 | 2023-02 |
| 商品房单月销售面积              | 65.8    | 113.0   | 113.7   | 112.3   | 79.3    | 77.7    | 108.6   | 73.9    | 70.5    | 130.7   | 97.8    | 85.3    | 138.2   | 143.0   |
| 商品房单月销售面积:住宅           | 55.7    | 93.8    | 95.6    | 88.3    | 65.8    | 66.2    | 89.6    | 61.9    | 60.3    | 109.3   | 85.0    | 74.3    | 120.2   | 127.1   |
| 房地产单月竣工面积              | 36.0    | 48.6    | 103.9   | 345.9   | 100.9   | 64.5    | 49.8    | 53.2    | 45.0    | 60.8    | 41.3    | 44.5    | 62.2    | 130.3   |
| 房地产单月竣工面积:住宅           | 26.0    | 34.5    | 76.9    | 248.5   | 75.0    | 47.6    | 35.4    | 38.2    | 33.5    | 44.1    | 27.9    | 31.3    | 46.3    | 96.4    |
| 商品房单月销售额(亿元)           | 67.1    | 107.9   | 105.7   | 113.0   | 81.6    | 80.9    | 109.1   | 77.1    | 73.6    | 133.1   | 106.4   | 96.5    | 145.5   | 149.5   |
| 房屋新开工单月面积              | 62.3    | 78.5    | 94.3    | 79.2    | 82.8    | 70.5    | 82.3    | 69.2    | 70.9    | 101.6   | 85.4    | 72.4    | 105.2   | 134.1   |
| 房地产开发投资单月(百亿元)         | 88.5    | 102.4   | 118.4   | 68.7    | 81.2    | 86.5    | 103.7   | 91.8    | 91.7    | 128.5   | 114.1   | 98.9    | 113.9   | 130.1   |

数据来源:国家统计局、中信建投

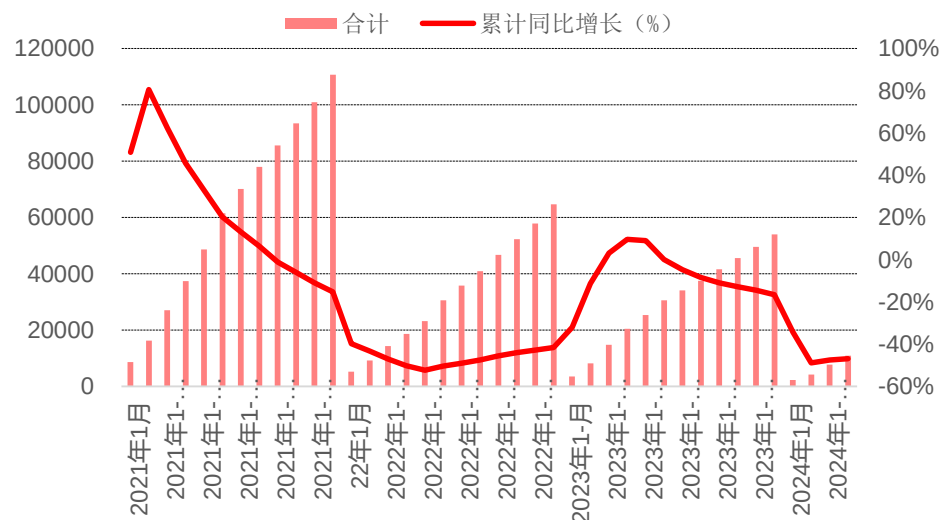
注:23年3、4月、5月、6月、7月、8月、9月、10月、11月、12月调整基数

# 月同比34.2%/-60%/-45.8%)、环比-12.9% (2月、3月为-20.9%、+92.8%)

我国百强房企单月销售额情况（操盘金额）



我国百强房企累计销售额情况（亿元，操盘金额）

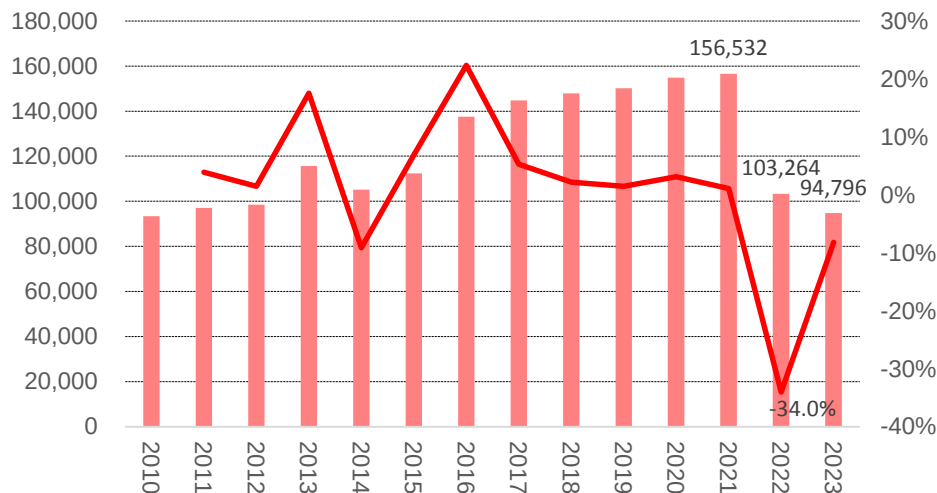




## 附：地产年度数据国家统计局口径

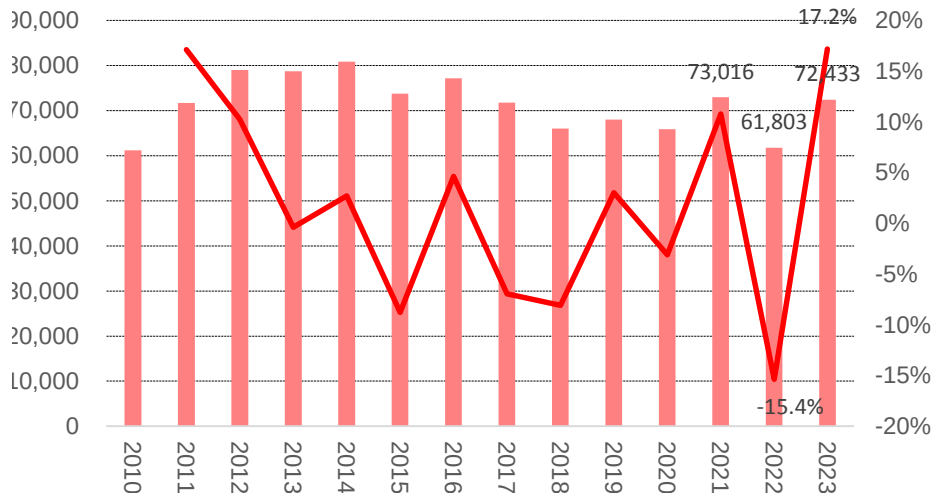
商品房销售面积:住宅 (万平方米)

yoy



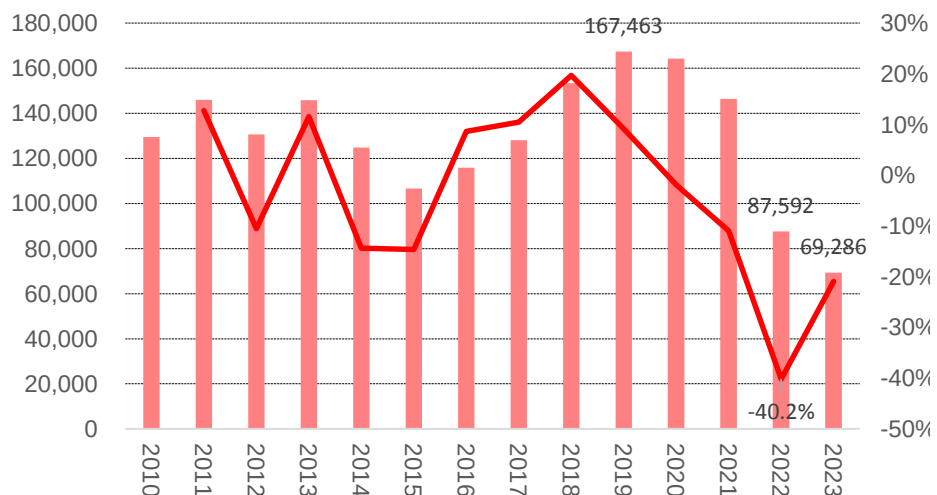
房屋竣工面积:住宅 (万平方米)

yoy



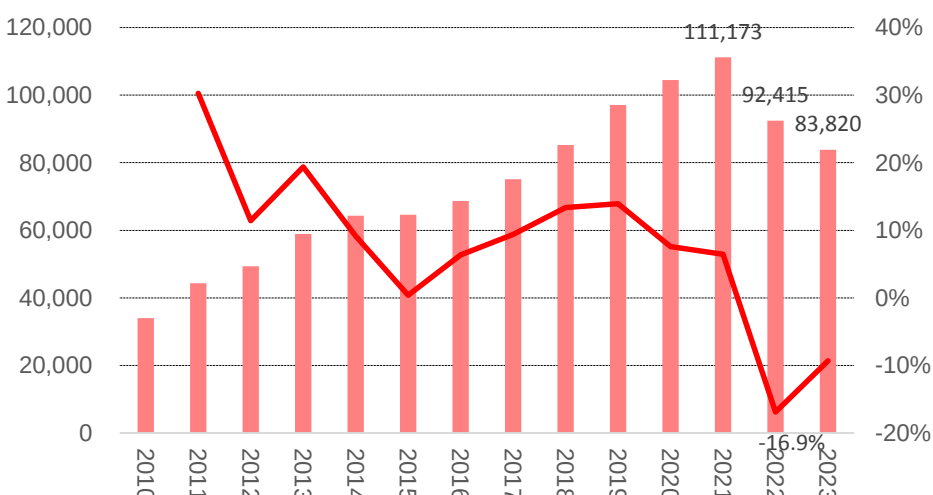
房屋新开工面积:住宅 (万平方米)

yoy



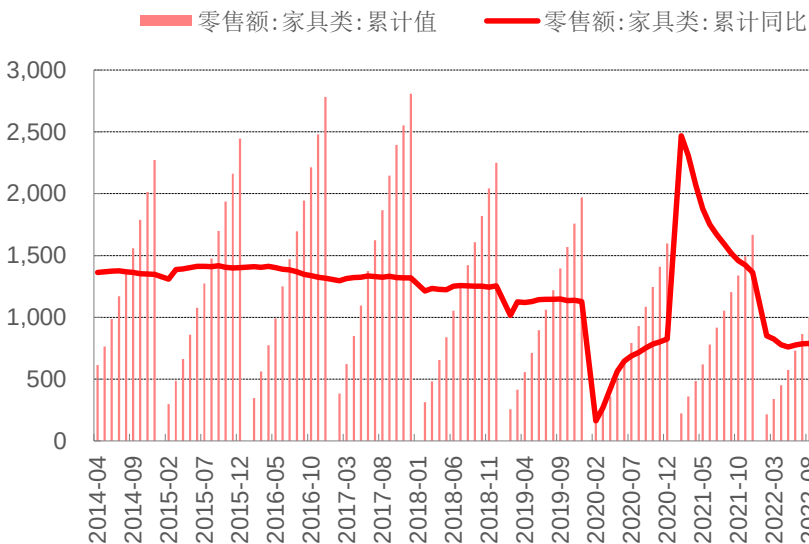
房地产开发投资完成额:住宅 (亿元)

yoy

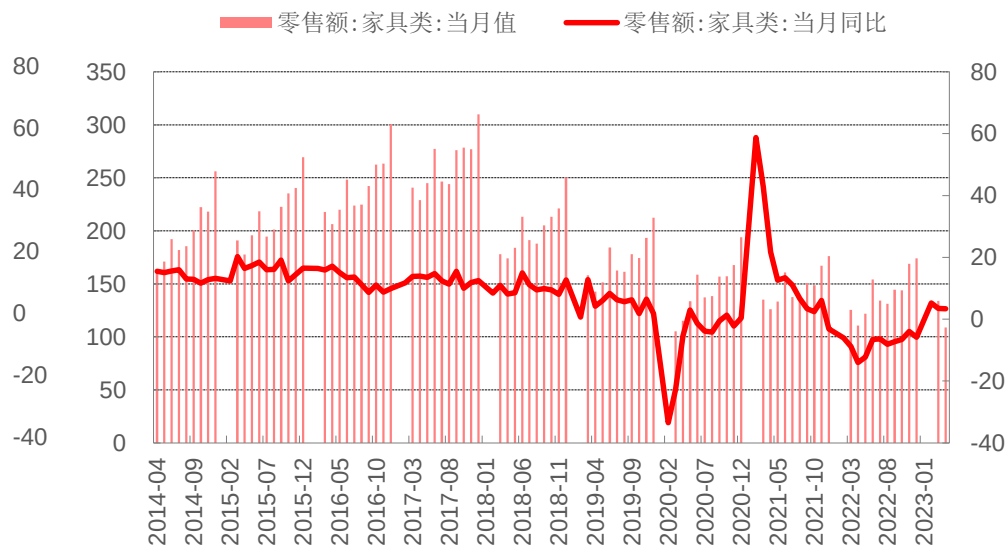


1.0pct)，1-3月累计增长2.5%

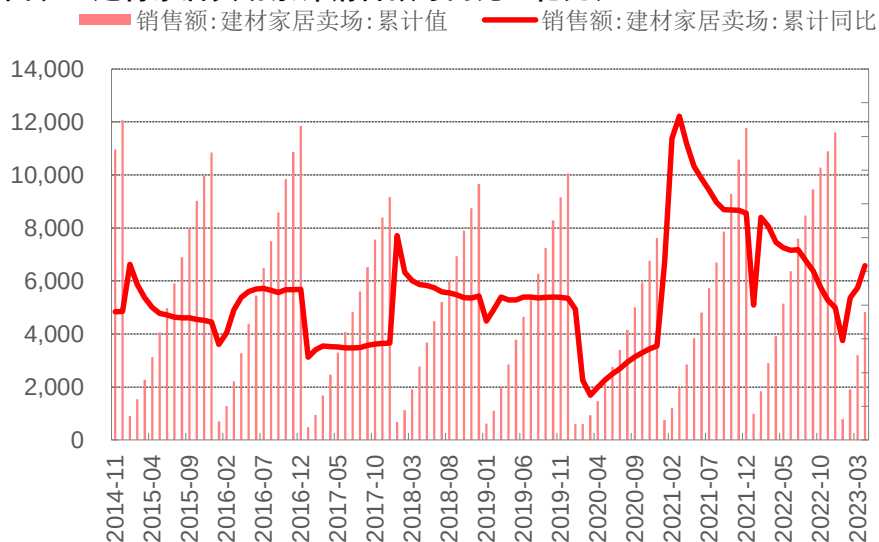
图表：全国家具累计零售额及同比（亿元，%）



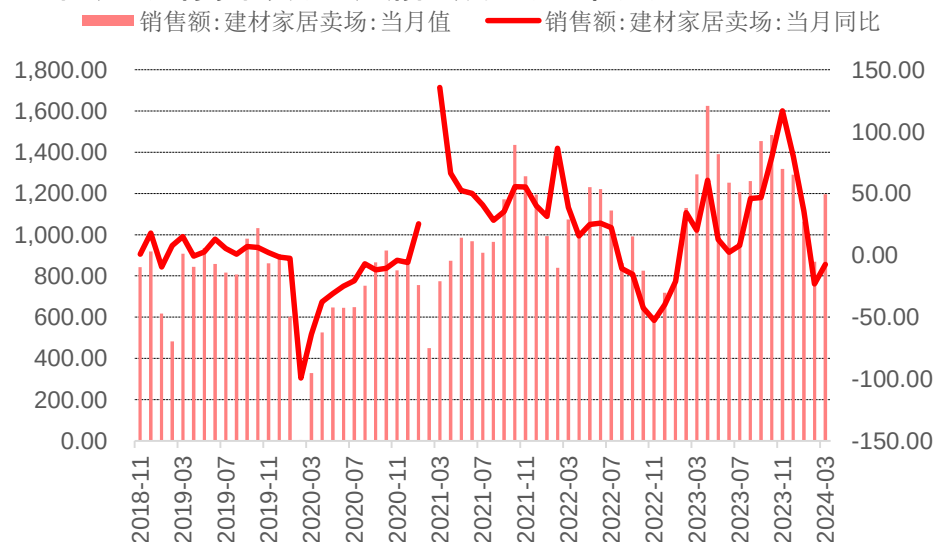
图表：全国家具当月零售额及同比（亿元，%）



图表：建材家居卖场累计销售额与同比（亿元，%）



图表：建材家居卖场当月销售额与同比（亿元，%）



## 服装同比+1.2%、-0.1%、-2.0%

| 当月同比 (%)       | 24M4 | 24M3 | 24M1-2 | 23M12 | 23M11 | 23M10 | 23M9  | 23M8  | 23M7  | 23M6 | 23M5  | 23M4  | 23M3 | 23M1-2 |
|----------------|------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|------|--------|
| 社会消费品零售额       | 2.3  | 3.1  | 5.5    | 7.4   | 10.1  | 7.6   | 5.5   | 4.6   | 2.5   | 3.1  | 12.7  | 18.4  | 10.6 | 3.5    |
| 全国居民消费价格 (CPI) | 0.3  | 0.1  | 0.7    | -0.3  | -0.5  | -0.2  | 0.0   | 0.1   | -0.3  | 0.0  | 0.2   | 0.1   | 0.7  | 1.0    |
| 其中：商品零售        | 2.0  | 2.7  | 4.6    | 4.8   | 8.0   | 6.5   | 4.6   | 3.7   | 1.0   | 1.7  | 10.5  | 15.9  | 9.1  | 2.9    |
| 其中：餐饮收入        | 4.4  | 6.9  | 12.5   | 30.0  | 25.8  | 17.1  | 13.8  | 12.4  | 15.8  | 16.1 | 35.1  | 43.8  | 26.3 | 9.2    |
| 限额以上企业消费品零售总额  | 0.9  | 2.6  | 6.7    | 6.6   | 10.0  | 8.7   | 5.2   | 3.1   | 0.3   | 2.3  | 12.5  | 19.0  | 10.1 | 2.1    |
| 粮油食品类          | 8.5  | 11.0 | 9.0    | 5.8   | 4.4   | 4.4   | 8.3   | 4.5   | 5.5   | 5.4  | -0.7  | 1.0   | 4.4  | 9.0    |
| 饮料类            | 6.4  | 5.8  | 6.9    | 7.7   | 6.3   | 6.2   | 8.0   | 0.8   | 3.1   | 3.6  | -0.7  | -3.4  | -5.1 | 5.2    |
| 烟酒类            | 8.4  | 9.4  | 13.7   | 8.3   | 16.2  | 15.4  | 23.1  | 4.3   | 7.2   | 9.6  | 8.6   | 14.9  | 9.0  | 6.1    |
| 纺织服装类          | -2.0 | 3.8  | 1.9    | 26.0  | 22.0  | 7.5   | 9.9   | 4.5   | 2.3   | 6.9  | 17.6  | 32.4  | 17.7 | 5.4    |
| 化妆品类           | -2.7 | 2.2  | 4.0    | 9.7   | -3.5  | 1.1   | 1.6   | 9.7   | -4.1  | 4.8  | 11.7  | 24.3  | 9.6  | 3.8    |
| 金银珠宝类          | -0.1 | 3.2  | 5.0    | 29.4  | 10.7  | 10.4  | 7.7   | 7.2   | -10.0 | 7.8  | 24.4  | 44.7  | 37.4 | 5.9    |
| 日用品类           | 4.4  | 3.5  | -0.7   | -5.9  | 3.5   | 4.4   | 0.7   | 1.5   | -1.0  | -2.2 | 9.4   | 10.1  | 7.7  | 3.9    |
| 家用电器和音像器材类     | 4.5  | 5.8  | 5.7    | -0.1  | 2.7   | 9.6   | -2.3  | -2.9  | -5.5  | 4.5  | 0.1   | 4.7   | -1.4 | -1.9   |
| 中西药品类          | 7.8  | 5.9  | 2.0    | -18.0 | 7.1   | 8.2   | 4.5   | 3.7   | 3.7   | 6.6  | 7.1   | 3.7   | 11.7 | 19.3   |
| 文化办公用品类        | -4.4 | -6.6 | -8.8   | -9.0  | -8.2  | 7.7   | -13.6 | -8.4  | -13.1 | -9.9 | -1.2  | -4.9  | -1.9 | -1.1   |
| 家具类            | 1.2  | 0.2  | 4.6    | 2.3   | 2.2   | 1.7   | 0.5   | 4.8   | 0.1   | 1.2  | 5.0   | 3.4   | 3.5  | 5.2    |
| 通讯器材类          | 13.3 | 7.2  | 16.2   | 11.0  | 16.8  | 14.6  | 0.4   | 8.5   | 3.0   | 6.6  | 27.4  | 14.6  | 1.8  | -8.2   |
| 石油及制品类         | 1.6  | 3.5  | 5.0    | 8.6   | 7.2   | 5.4   | 8.9   | 6.0   | -0.6  | -2.2 | 4.1   | 13.5  | 9.2  | 10.9   |
| 汽车类            | -5.6 | -3.7 | 8.7    | 4.0   | 14.7  | 11.4  | 2.8   | 1.1   | -1.5  | -1.1 | 24.2  | 38.0  | 11.5 | -9.4   |
| 建筑及装潢材料类       | -4.5 | 2.8  | 2.1    | -7.5  | -10.4 | -4.8  | -8.2  | -11.4 | -11.2 | -6.8 | -14.6 | -11.2 | -4.7 | -0.9   |

第一章 地产及家居行业—地产、家居内销订单月度跟踪

第二章 造纸行业—浆价、纸价周度跟踪

第三章 纺服行业—品牌服饰电商月度、棉价周度、海外品牌季度跟踪

第四章 黄金钻石—金价周度跟踪、培育钻石印度进出口数据月度跟踪

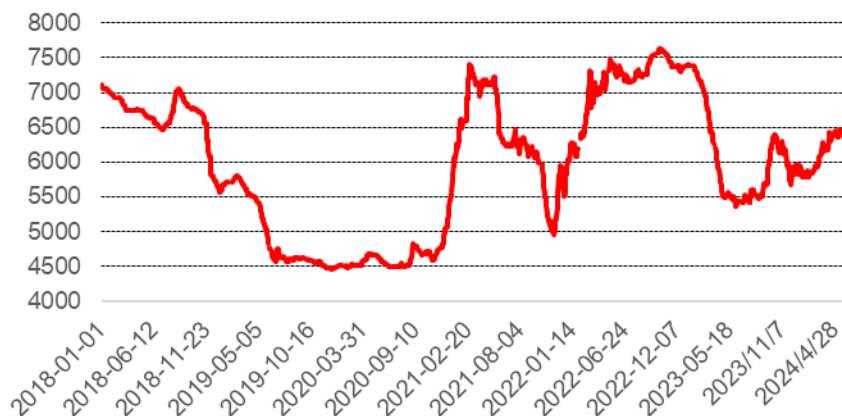
第五章 出口链—中国出口、越南出口数据月度跟踪

第六章 医美—NMPA认证注射类医美产品跟踪

## 价为6425元/周环比-0.4%，国废均价1425元/周环比-0.5%

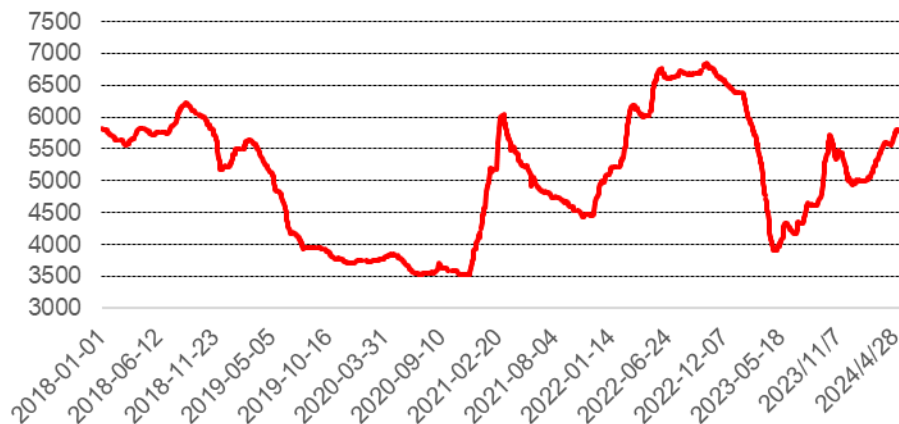
针叶浆内盘均价（元/吨）

— 中国针叶浆日度均价（元/吨）



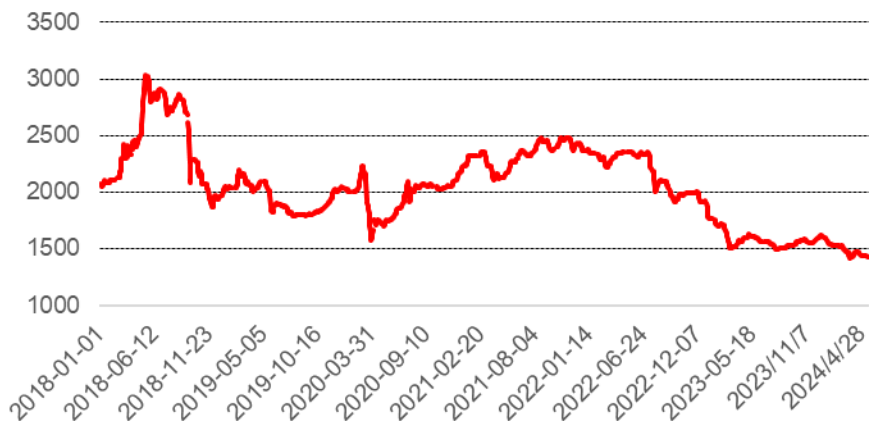
阔叶浆内盘均价（元/吨）

— 中国阔叶浆日度均价（元/吨）



国废均价（元/吨）

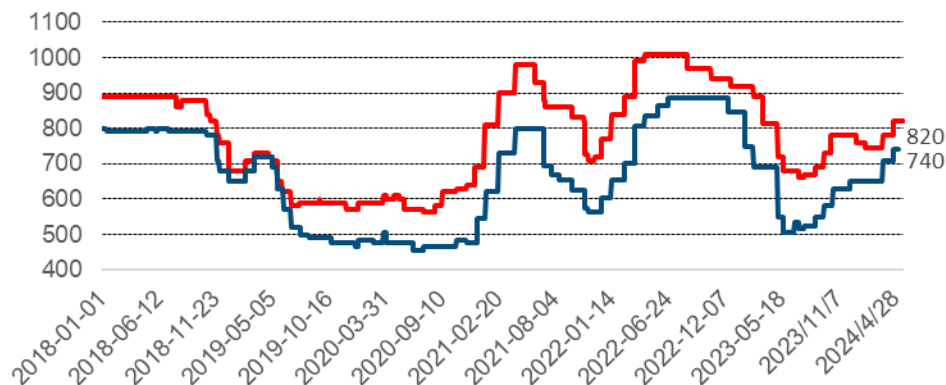
— 中国废黄板纸(A级)日度均价(元/吨)



木浆外盘均价（美元/吨）

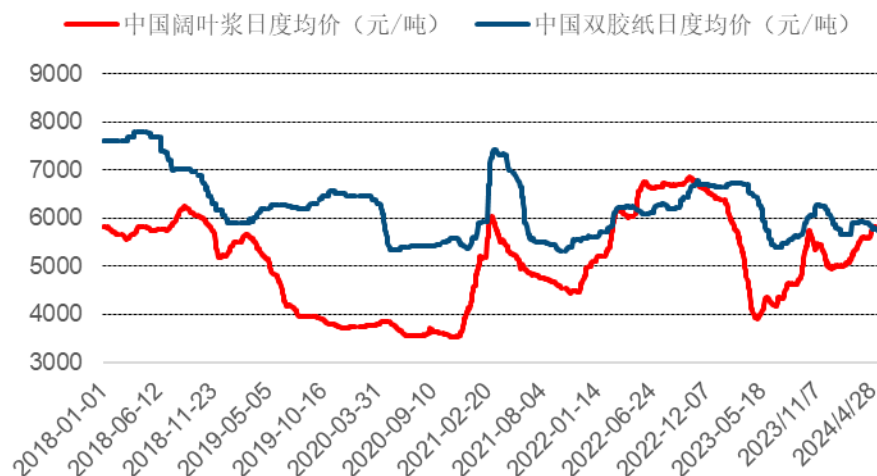
— 中国主港市场ARAUCO针叶浆(银星)日度外盘价（美元/吨）

— 中国主港市场ARAUCO阔叶浆(明星)日度外盘价（美元/吨）

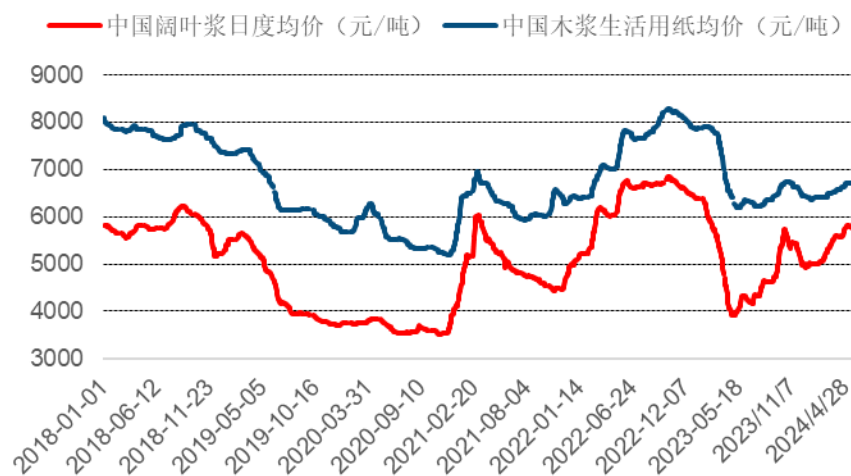


均价为6712元/+0.2%，白卡纸均价为4350元/+0.0%，箱板纸均价为3629元/+0.0%

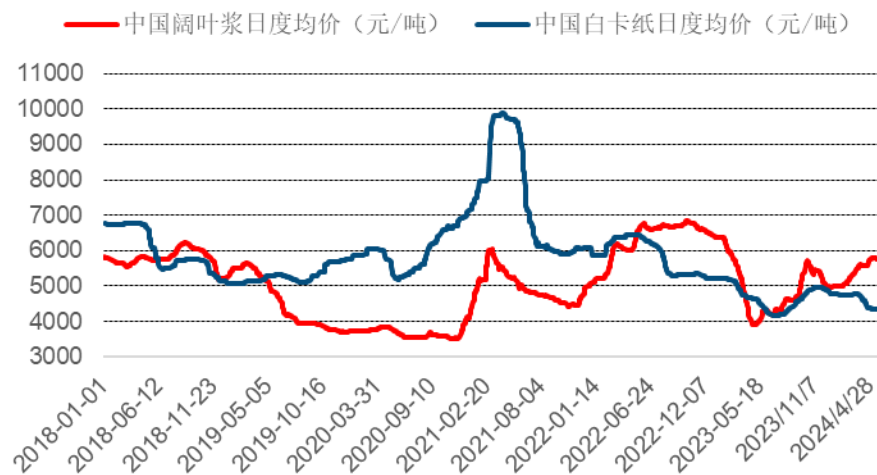
双胶纸均价（元/吨）



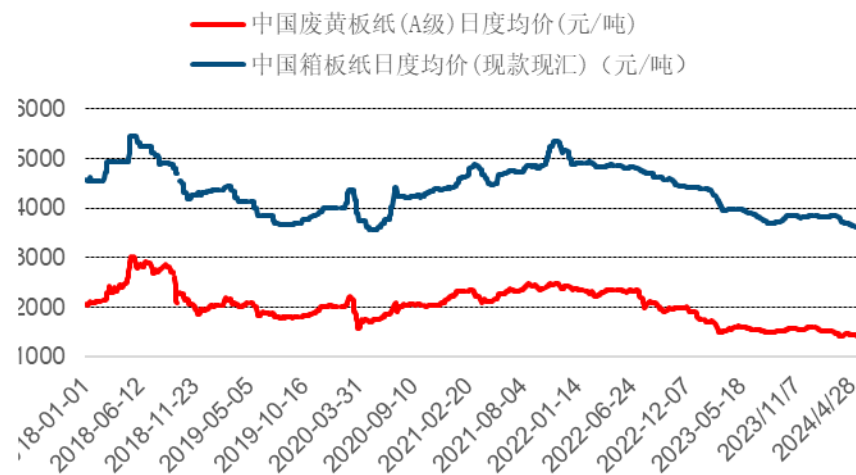
生活用纸均价（元/吨）



白卡纸均价（元/吨）



箱板纸均价（元/吨）





第一章地产及家居行业—地产、家居内销订单月度跟踪

第二章造纸行业—浆价、纸价周度跟踪

第三章纺服行业—品牌服饰电商月度、棉价周度、海外品牌季度跟踪

第四章黄金钻石—金价周度跟踪、培育钻石印度进出口数据月度跟踪

第五章出口链—中国出口、越南出口数据月度跟踪

第六章医美—NMPA认证注射类医美产品跟踪

分/磅，环比上周+1.3%、+5.8%；国内棉纱价格为22730元/吨，环比上周-0.1%

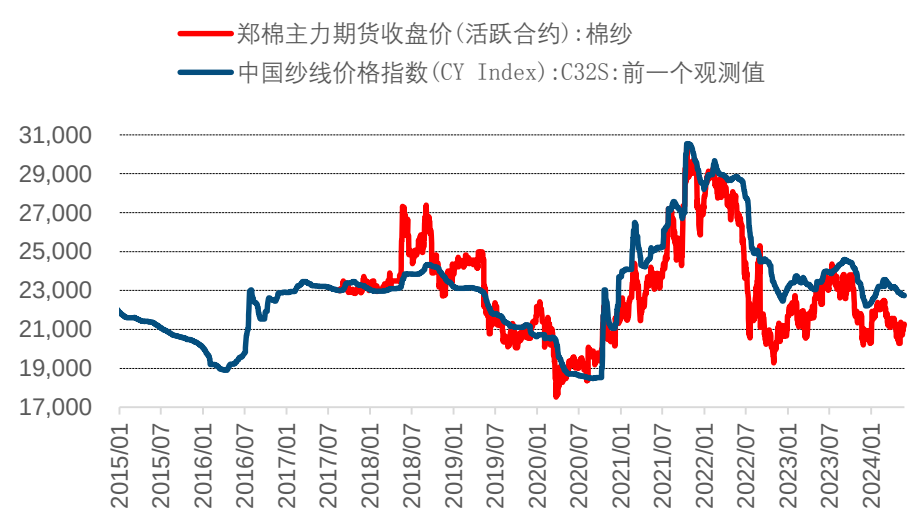
国内棉花现货价格与期货价格（元/吨）



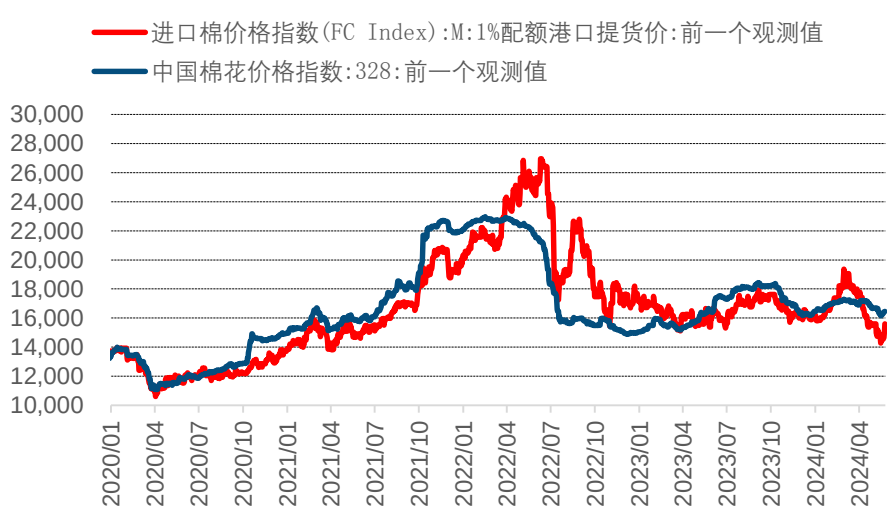
国际棉花价格指数（美分/磅）



国内棉纱现货价格与期货价格（元/吨）

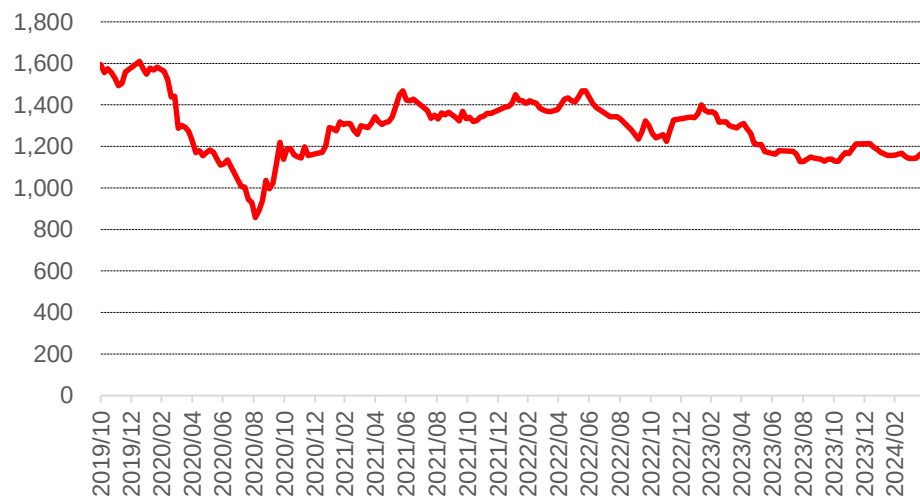


国内外棉花价格情况（元/吨）



公斤，环比上周+0.1%；BOCE山羊绒现货价为386元RMB/公斤，环比上周0.0%

澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数（澳分/公斤）



羊绒价格走势-现货结算价:BOCE山羊绒宏业（元RMB/公斤）



33.0%，UGG同增14.9%，存货周转天数95.3天/同比-8.7天，环比-2.3天

| 公司          | 财报期        | 3QFY24    | 2QFY24     | 1QFY24    | 4QFY23    | 3QFY23    | 2QFY23     | 1QFY23    | 4QFY22    | 3QFY22    | 2QFY22     | 1QFY22    | 4QFY21    | 3QFY21    |
|-------------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|
|             | 自然年截止日     | 2024/2/29 | 2023/11/30 | 2023/8/31 | 2023/5/31 | 2023/2/28 | 2022/11/30 | 2022/8/31 | 2022/5/31 | 2022/2/28 | 2021/11/30 | 2021/8/31 | 2021/5/31 | 2021/2/28 |
| Nike        | 收入 (亿美元)   | 124.3     | 133.9      | 129.4     | 128.3     | 123.9     | 133.2      | 126.9     | 122.3     | 108.7     | 113.6      | 122.5     | 123.4     | 103.6     |
|             | yoy        | 0.3%      | 0.6%       | 2.0%      | 4.9%      | 14.0%     | 17.2%      | 3.6%      | -0.9%     | 5.0%      | 1.1%       | 15.6%     | 95.5%     | 2.5%      |
|             | 存货周转天数     | 102       | 101        | 107       | 105       | 108       | 109        | 115       | 109       | 106       | 95         | 93        | 104       | 106       |
| 公司          | 财报期        | 1QFY24    | 4QFY23     | 3QFY23    | 2QFY23    | 1QFY23    | 4QFY22     | 3QFY22    | 2QFY22    | 1QFY22    | 4QFY21     | 3QFY21    | 2QFY21    | 1QFY21    |
|             | 自然年截止日     | 2024/3/31 | 2023/12/31 | 2023/9/30 | 2023/6/30 | 2023/3/31 | 2022/12/31 | 2022/9/30 | 2022/6/30 | 2022/3/31 | 2021/12/31 | 2021/9/30 | 2021/6/30 | 2021/3/31 |
| Adidas      | 收入 (亿欧元)   | 54.6      | 48.1       | 60.0      | 53.4      | 52.7      | 52.05      | 64.1      | 56.0      | 53.0      | 51.4       | 57.5      | 50.8      | 52.7      |
|             | yoy        | 3.5%      | -7.6%      | -6.4%     | -4.5%     | -0.5%     | 1.3%       | 11.4%     | 10.2%     | 0.7%      | -0.1%      | 3.4%      | 51.5%     | 20.3%     |
|             | 存货周转天数     | 151       | 168        | 170       | 187       | 180       | 151        | 160       | 157       | 145       | 145        | 139       | 153       | 148       |
| 公司          | 财报期        | 4QFY24    | 3QFY24     | 2QFY24    | 1QFY24    | 4QFY23    | 3QFY23     | 2QFY23    | 1QFY23    | 4QFY22    | 3QFY22     | 2QFY22    | 1QFY22    | 4QFY21    |
|             | 自然年截止日     | 2024/3/31 | 2023/12/31 | 2023/9/30 | 2023/6/30 | 2023/3/31 | 2022/12/31 | 2022/9/30 | 2022/6/30 | 2022/3/31 | 2021/12/31 | 2021/9/30 | 2021/6/30 | 2021/3/31 |
| Deckers     | 总收入 (亿美元)  | 9.6       | 15.6       | 10.9      | 6.8       | 7.9       | 13.5       | 8.8       | 6.1       | 7.4       | 11.9       | 7.2       | 5.1       | 5.6       |
|             | yoy        | 21.2%     | 15.9%      | 23.7%     | 10.0%     | 7.5%      | 13.3%      | 21.3%     | 21.8%     | 31.2%     | 10.2%      | 15.8%     | 78.2%     | 49.7%     |
|             | 存货周转天数     | 95        | 98         | 135       | 174       | 104       | 118        | 167       | 190       | 92        | 96         | 137       | 136       | 91        |
|             | 其中：HOKA    | 5.3       | 4.3        | 4.2       | 4.2       | 4.0       | 3.5        | 3.3       | 3.3       | 2.8       | 1.8        | 2.1       | 2.1       | 1.8       |
|             | yoy        | 34.0%     | 21.9%      | 27.3%     | 27.4%     | 42.0%     | 90.8%      | 58.3%     | 54.9%     | 59.7%     | 30.3%      | 47.0%     | 95.5%     | 74.2%     |
|             | 其中：UGG     | 3.6       | 10.7       | 6.1       | 2.0       | 3.1       | 9.3        | 4.8       | 2.1       | 3.7       | 9.5        | 4.5       | 2.1       | 3.0       |
|             | yoy        | 14.9%     | 15.2%      | 28.1%     | -6.0%     | -15.1%    | 1.6%       | 6.3%      | -2.4%     | 24.7%     | 7.9%       | 8.0%      | 70.8%     | 53.1%     |
| 公司          | 财报期        | 1QFY24    | 4QFY23     | 3QFY23    | 2QFY23    | 1QFY23    | 4QFY22     | 3QFY22    | 2QFY22    | 1QFY22    | 4QFY21     | 3QFY21    | 2QFY21    | 1QFY21    |
|             | 自然年截止日     | 2024/3/31 | 2023/12/31 | 2023/9/30 | 2023/6/30 | 2023/3/31 | 2022/12/31 | 2022/9/30 | 2022/6/30 | 2022/3/31 | 2021/12/31 | 2021/9/30 | 2021/6/30 | 2021/3/31 |
| Puma        | 收入 (亿欧元)   | 21.0      | 19.8       | 23.1      | 21.2      | 21.9      | 22.0       | 23.5      | 20.0      | 19.1      | 17.7       | 19.0      | 15.9      | 15.5      |
|             | yoy        | -3.9%     | -9.8%      | -1.8%     | 5.9%      | 14.4%     | 24.3%      | 16.9%     | 18.4%     | 23.4%     | 16.2%      | 20.0%     | 96.0%     | 19.2%     |
|             | 存货周转天数     | 146       | 158        | 156       | 169       | 169       | 147        | 157       | 152       | 136       | 132        | 136       | 148       | 146       |
| 公司          | 财报期        | 4QFY24    | 3QFY24     | 2QFY24    | 1QFY24    | 4QFY23    | 3QFY23     | 2QFY23    | 1QFY23    | 4QFY22    | 3QFY22     | 2QFY22    | 1QFY22    | 4QFY21    |
|             | 自然年截止日     | 2024/3/31 | 2023/12/31 | 2023/9/30 | 2023/6/30 | 2023/3/31 | 2022/12/31 | 2022/9/30 | 2022/6/30 | 2022/3/31 | 2021/12/31 | 2021/9/30 | 2021/6/30 | 2021/3/31 |
| UA          | 收入 (亿美元)   | 13.3      | 14.9       | 15.7      | 13.2      | 14.0      | 15.8       | 15.7      | 13.5      | 13.0      | 15.3       | 15.5      | 13.5      | 12.6      |
|             | yoy        | -4.8%     | -6.1%      | -0.5%     | -2.4%     | 7.7%      | 3.4%       | 1.8%      | -0.1%     | 3.4%      | 8.9%       | 7.9%      | 91.0%     | 35.2%     |
|             | 存货周转天数     | 126       | 132        | 138       | 159       | 111       | 112        | 109       | 111       | 109       | 113        | 122       | 125       | 139       |
| 公司          | 财报期        | 4QFY24    | 3QFY24     | 2QFY24    | 1QFY24    | 4QFY23    | 3QFY23     | 2QFY23    | 1QFY23    | 4QFY22    | 3QFY22     | 2QFY22    | 1QFY22    | 4QFY21    |
|             | 自然年截止日     | 2024/3/30 | 2023/12/31 | 2023/9/30 | 2023/7/1  | 2023/4/3  | 2023/1/1   | 2022/10/1 | 2022/7/2  | 2022/4/2  | 2022/1/1   | 2021/10/2 | 2021/7/3  | 2021/4/3  |
| VF          | 收入 (亿美元)   | 23.7      | 29.6       | 30.3      | 20.9      | 27.4      | 35.3       | 30.8      | 22.6      | 28.3      | 36.2       | 32.0      | 22.0      | 25.8      |
|             | yoy        | -13.4%    | -16.1%     | -1.5%     | -7.5%     | -3.2%     | -2.6%      | -3.7%     | 3.1%      | 9.4%      | 22.0%      | 22.6%     | 103.9%    | 22.8%     |
|             | 存货周转天数     | 146       | 158        | 174       | 232       | 121       | 131        | 148       | 162       | 83        | 79         | 93        | 107       | 97        |
| 公司          | 财报期        | 4QFY23    | 3QFY23     | 2QFY23    | 1QFY23    | 4QFY22    | 3QFY22     | 2QFY22    | 1QFY22    | 4QFY21    | 3QFY21     | 2QFY21    | 1QFY21    | 4QFY20    |
|             | 自然年截止日     | 2024/1/28 | 2023/10/29 | 2023/7/30 | 2023/4/30 | 2023/1/29 | 2022/10/30 | 2022/7/31 | 2022/5/1  | 2022/1/30 | 2021/10/31 | 2021/8/1  | 2021/5/2  | 2021/1/31 |
| lululemon   | 收入 (亿美元)   | 32.1      | 22.0       | 22.1      | 20.0      | 27.7      | 18.6       | 18.7      | 16.13     | 21.3      | 14.5       | 14.5      | 12.3      | 17.3      |
|             | yoy        | 15.6%     | 18.7%      | 18.2%     | 24.1%     | 30.2%     | 28.0%      | 28.8%     | 31.6%     | 23.1%     | 29.9%      | 60.7%     | 88.0%     | 23.8%     |
|             | 存货周转天数     | 124       | 155        | 159       | 160       | 115       | 154        | 140       | 136       | 110       | 122        | 114       | 118       | 108       |
| 公司          | 财报期        | 2QFY24    | 1QFY24     | 4QFY23    | 3QFY23    | 2QFY23    | 1QFY23     | 4QFY22    | 3QFY22    | 2QFY22    | 1QFY22     | 4QFY21    | 3QFY21    | 2QFY21    |
|             | 自然年截止日     | 2024/2/29 | 2023/11/30 | 2023/8/31 | 2023/5/31 | 2023/2/28 | 2022/11/30 | 2022/8/31 | 2022/5/31 | 2022/2/28 | 2021/11/30 | 2021/8/31 | 2021/5/31 | 2021/2/28 |
| 迅销 (优衣库母公司) | 收入 (亿美元)   | 52.7      | 55.3       | 43.6      | 53.7      | 55.1      | 51.7       | 39.0      | 43.4      | 51.4      | 55.3       | 39.8      | 45.4      | 55.0      |
|             | yoy        | 4.7%      | 13.3%      | 16.2%     | 23.8%     | 7.2%      | 13.9%      | 23.3%     | 11.2%     | 1.6%      | 1.5%       | -5.8%     | 47.0%     | -0.3%     |
|             | 存货周转天数     | 103       | 114        | 127       | 114       | 115       | 141        | 145       | 120       | 114       | 125        | 138       | 123       | 115       |
| 公司          | 财报期        | 1QFY24    | 4QFY23     | 3QFY23    | 2QFY23    | 1QFY23    | 4QFY22     | 3QFY22    | 2QFY22    | 1QFY22    | 4QFY21     | 3QFY21    | 2QFY21    | 1QFY21    |
|             | 自然年截止日     | 2024/3/31 | 2023/12/31 | 2023/9/30 | 2023/6/30 | 2023/3/31 | 2022/12/31 | 2022/9/30 | 2022/6/30 | 2022/3/31 | 2021/12/31 | 2021/9/30 | 2021/6/30 | 2021/3/31 |
| ON          | 收入 (亿瑞士法郎) | 5.1       | 4.5        | 4.8       | 4.4       | 4.2       | 3.67       | 3.28      | 2.92      | 2.36      | 1.91       | 2.18      | 1.75      | 1.4       |
|             | yoy        | 21.0%     | 21.9%      | 46.5%     | 52.3%     | 78.0%     | 92.1%      | 50.5%     | 66.9%     | 68.6%     | 54.0%      | 67.7%     |           |           |
|             | 存货周转天数     | 177       | 179        | 181       | 188       | 177       | 158        | 159       | 159       | 168       | 145        | 156       | 175       | 137       |
| 公司          | 财报期        | 1QFY24    | 4QFY23     | 3QFY23    | 2QFY23    | 1QFY23    | 4QFY22     | 3QFY22    | 2QFY22    | 1QFY22    | 4QFY21     | 3QFY21    | 2QFY21    | 1QFY21    |
|             | 自然年截止日     | 2024/3/31 | 2023/12/31 | 2023/9/30 | 2023/6/30 | 2023/3/31 | 2022/12/31 | 2022/9/30 | 2022/6/30 | 2022/3/31 | 2021/12/31 | 2021/9/30 | 2021/6/30 | 2021/3/31 |
| ASICS       | 收入 (亿美元)   | 11.3      | 8.7        | 10.6      | 9.6       | 11.5      | 9.3        | 9.5       | 8.8       | 8.7       | 7.1        | 10.1      | 9.3       | 9.6       |
|             | yoy        | 14.3%     | 0.7%       | 14.5%     | 15.1%     | 44.6%     | 48.4%      | 22.4%     | 16.3%     | -1.2%     | 1.6%       | 11.3%     | 67.2%     | 24.9%     |
|             | 存货周转天数     | 135       | 169        | 161       | 175       | 159       | 159        | 153       | 153       | 153       | 148        | 142       | 159       | 152       |

(+53.1%)、特步(+17.1%)；耐克(+31.4%)、阿迪(+55%)；波司登(+72.8%)

品牌服饰全网销售月度跟踪（淘京抖）-2024.04【建投轻工纺服教育】

| 单月GMV<br>yoy | 安踏     | 李宁     | 斐乐     | 迪桑特    | 始祖鸟    | 特步国际   | 361度  | 耐克     | 阿迪达斯   | 彪马     | 安德玛    | 露露乐蒙   | 波司登    | 比音勒芬   | 太平鸟    | 海澜之家  | 优衣库    | 牧高笛    | 挪客     |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
| 2024-04      | 34.5%  | 12.8%  | 53.1%  | 162.0% | 268.4% | 17.1%  | 17.9% | 31.4%  | 55.0%  | 33.2%  | -8.9%  | -8.7%  | 72.8%  | -5.4%  | 48.1%  | 46.6% | 10.0%  | -12.6% | 0.2%   |
| 2024-03      | 11.5%  | -7.2%  | 10.0%  | 23.4%  | 170.6% | -3.8%  | 1.3%  | 9.1%   | -10.4% | -9.6%  | 0.4%   | 26.2%  | 75.7%  | -25.3% | -25.8% | 20.6% | 9.5%   | -37.0% | -22.3% |
| 2024-02      | -7.1%  | -5.5%  | 9.0%   | 40.1%  | 71.6%  | -8.3%  | 5.7%  | 23.0%  | 34.5%  | -4.5%  | -13.4% | 169.8% | 51.9%  | -17.4% | -33.7% | 41.4% | -9.9%  | -40.3% | -34.3% |
| 2024-01      | 46.5%  | 5.8%   | 11.0%  | -2.4%  | 33.2%  | 15.9%  | 30.6% | 35.7%  | -22.7% | -8.3%  | -20.9% | 105.9% | 3.3%   | -41.1% | -13.8% | 49.0% | -17.6% | -24.7% | -32.0% |
| 2023-12      | 9.3%   | -6.0%  | 2.3%   | 13.0%  | 44.3%  | -10.1% | 41.1% | 39.9%  | -19.6% | -15.3% | -29.6% | 97.2%  | 9.9%   | -30.0% | -32.5% | 37.1% | -31.2% | -13.4% | -41.7% |
| 2023-11      | -0.7%  | -4.3%  | 15.4%  | 71.9%  | 23.4%  | -12.1% | -6.6% | 35.2%  | 7.1%   | -6.6%  | -21.9% | 48.2%  | 81.6%  | -27.5% | -23.3% | 48.2% | 9.1%   | -44.5% | -48.6% |
| 2023-10      | -6.2%  | -16.4% | 28.4%  | 15.9%  | 45.4%  | -7.7%  | 13.0% | 26.8%  | -6.1%  | -10.3% | -16.4% | 33.1%  | -11.7% | -4.5%  | -51.8% | 55.0% | -16.7% | -47.2% | -42.3% |
| 2023-09      | -6.4%  | 11.4%  | 40.7%  | 50.9%  | 64.0%  | 1.0%   | 27.2% | 46.2%  | -2.3%  | 6.5%   | 11.5%  | 8.6%   | 9.2%   | -6.7%  | -12.5% | 31.1% | 1.3%   | -29.0% | -28.0% |
| 2023-08      | 8.1%   | -14.9% | 7.3%   | 61.4%  | 88.6%  | 6.1%   | 23.6% | 58.7%  | -11.6% | 29.4%  | 13.2%  | 54.4%  | 35.7%  | 4.9%   | -23.8% | 56.1% | -17.1% | 4.6%   | -19.8% |
| 2023-07      | -4.9%  | -2.7%  | 21.6%  | 81.0%  | 31.7%  | -19.6% | 22.5% | 51.3%  | -1.4%  | 0.5%   | 31.0%  | 52.5%  | 37.0%  | 48.0%  | 13.7%  | 24.5% | -1.7%  | 33.6%  | 16.4%  |
| 2023-06      | -24.9% | -16.2% | -4.2%  | -3.2%  | -17.2% | -17.7% | 10.2% | 0.9%   | -48.1% | 11.2%  | -9.7%  | 40.8%  | 11.0%  | -25.5% | -37.6% | 46.0% | -0.9%  | 23.2%  | -32.1% |
| 2023-05      | 44.4%  | 35.9%  | 103.8% | 71.2%  | 55.4%  | -16.8% | 31.5% | 116.0% | 9.7%   | 74.0%  | 129.0% | 137.1% | 130.7% | 49.5%  | -20.1% | 67.5% | 34.4%  | -10.8% | -30.1% |
| 2023-04      | -6.0%  | -6.1%  | 45.9%  | 79.5%  | 126.0% | -2.6%  | 47.0% | 41.2%  | -22.3% | 64.7%  | 107.2% | 81.5%  | 300.8% | 13.4%  | -35.2% | 44.8% | 60.2%  | -4.8%  | -25.2% |
| 2023-03      | -7.5%  | 1.5%   | 44.5%  | 78.7%  | 43.4%  | 19.2%  | 47.2% | 49.0%  | -2.1%  | 56.3%  | 47.5%  | 38.3%  | 76.2%  | 29.5%  | -11.6% | 40.1% | -29.0% | 59.3%  | -10.5% |
| 2023-02      | -13.7% | -3.3%  | 17.2%  | 25.9%  | 54.6%  | 11.9%  | 42.2% | 61.2%  | -23.8% | 77.2%  | 51.6%  | 4.3%   | 13.5%  | 78.2%  | -14.0% | 48.7% | -28.6% | 196.2% | 52.1%  |
| 2023-01      | -37.4% | -37.5% | -0.4%  | 30.9%  | 85.1%  | -33.5% | -6.2% | 6.9%   | -35.6% | -17.2% | 16.7%  | 16.1%  | 51.8%  | 56.1%  | -34.0% | 16.1% | -35.6% | 62.5%  | 13.9%  |
| 累计GMV<br>yoy | 安踏     | 李宁     | 斐乐     | 迪桑特    | 始祖鸟    | 特步国际   | 361度  | 耐克     | 阿迪达斯   | 彪马     | 安德玛    | 露露乐蒙   | 波司登    | 比音勒芬   | 太平鸟    | 海澜之家  | 优衣库    | 牧高笛    | 挪客     |
| 2024-04      | 21.6%  | 1.2%   | 20.9%  | 46.7%  | 114.4% | 5.0%   | 12.5% | 23.6%  | 4.4%   | -0.4%  | -8.6%  | 42.2%  | 18.6%  | -23.9% | -11.5% | 40.2% | -2.0%  | -25.9% | -17.0% |
| 2024-03      | 16.6%  | -2.8%  | 10.2%  | 15.4%  | 86.8%  | 0.6%   | 10.0% | 21.3%  | -6.8%  | -8.0%  | -8.4%  | 71.8%  | 16.3%  | -30.5% | -23.6% | 38.0% | -7.3%  | -35.2% | -28.0% |
| 2024-02      | 20.5%  | 0.4%   | 10.3%  | 11.5%  | 48.2%  | 4.5%   | 17.8% | 30.0%  | -3.9%  | -6.6%  | -17.9% | 141.9% | 12.6%  | -32.9% | -22.5% | 46.6% | -14.6% | -33.0% | -33.1% |
| 2024-01      | 46.5%  | 5.8%   | 11.0%  | -2.4%  | 33.2%  | 15.9%  | 30.6% | 35.7%  | -22.7% | -8.3%  | -20.9% | 105.9% | 3.3%   | -41.1% | -13.8% | 49.0% | -17.6% | -24.7% | -32.0% |
| 2023-12      | -5.3%  | -6.6%  | 21.7%  | 38.8%  | 42.3%  | -8.7%  | 20.5% | 37.3%  | -15.0% | 12.1%  | 10.9%  | 49.9%  | 33.0%  | 4.6%   | -26.1% | 42.5% | -3.1%  | -7.0%  | -26.8% |
| 2023-11      | -6.5%  | -6.6%  | 24.3%  | 43.1%  | 42.1%  | -8.6%  | 19.1% | 37.0%  | -14.4% | 15.2%  | 14.6%  | 45.4%  | 44.1%  | 8.2%   | -25.3% | 43.4% | -3.6%  | -6.7%  | -25.8% |
| 2023-10      | -7.4%  | -7.0%  | 26.3%  | 35.2%  | 46.2%  | -8.0%  | 24.2% | 37.4%  | -18.4% | 21.1%  | 23.5%  | 44.9%  | 28.4%  | 15.8%  | -25.7% | 42.6% | -4.7%  | 2.1%   | -21.1% |
| 2023-09      | -7.6%  | -5.3%  | 25.8%  | 41.7%  | 46.4%  | -8.0%  | 25.8% | 39.1%  | -20.1% | 27.2%  | 30.5%  | 46.7%  | 43.0%  | 18.2%  | -21.7% | 40.7% | -7.0%  | 12.4%  | -17.7% |
| 2023-08      | -7.8%  | -7.3%  | 24.3%  | 40.8%  | 44.0%  | -9.2%  | 25.6% | 38.3%  | -21.8% | 29.3%  | 32.7%  | 52.6%  | 46.3%  | 21.3%  | -22.8% | 41.8% | -7.8%  | 18.6%  | -16.2% |
| 2023-07      | -9.7%  | -6.2%  | 26.7%  | 39.3%  | 38.3%  | 11.2%  | 25.9% | 35.9%  | -22.9% | 29.3%  | 35.1%  | 52.4%  | 47.4%  | 23.4%  | -22.6% | 40.4% | -7.0%  | 20.5%  | -15.8% |
| 2023-06      | 10.2%  | -6.7%  | 27.3%  | 36.0%  | 39.2%  | -9.7%  | 26.5% | 34.1%  | -24.8% | 32.1%  | 35.6%  | 52.3%  | 48.1%  | 20.1%  | -26.7% | 42.3% | -7.6%  | 18.8%  | -19.7% |
| 2023-05      | -4.9%  | -3.7%  | 41.4%  | 53.6%  | 65.9%  | -7.1%  | 32.5% | 52.3%  | -15.2% | 39.5%  | 69.8%  | 57.0%  | 51.5%  | 41.4%  | -24.1% | 41.1% | -3.3%  | 16.9%  | -14.6% |
| 2023-04      | 16.8%  | -13.2% | 22.8%  | 48.9%  | 69.1%  | -3.6%  | 32.9% | 36.0%  | -21.7% | 32.8%  | 52.7%  | 41.2%  | 48.1%  | 38.7%  | -24.9% | 33.2% | -17.1% | 31.4%  | -8.5%  |
| 2023-03      | 20.2%  | -15.4% | 16.7%  | 42.3%  | 61.8%  | -4.0%  | 27.4% | 34.6%  | -21.5% | 27.2%  | 37.8%  | 25.1%  | 44.2%  | 50.5%  | -22.4% | 29.6% | -31.9% | 79.5%  | 6.8%   |
| 2023-02      | 27.7%  | 24.8%  | 5.2%   | 29.2%  | 71.9%  | -17.9% | 13.8% | 25.9%  | -32.2% | 8.9%   | 28.7%  | 9.1%   | 42.6%  | 63.1%  | -26.5% | 25.0% | -33.0% | 113.3% | 28.8%  |
| 2023-01      | 37.4%  | 37.5%  | -0.4%  | 30.9%  | 85.1%  | -33.5% | -6.2% | 6.9%   | -35.6% | -17.2% | 16.7%  | 16.1%  | 51.8%  | 56.1%  | -34.0% | 16.1% | -35.6% | 62.5%  | 13.9%  |

第一章地产及家居行业—地产、家居内销订单月度跟踪

第二章造纸行业—浆价、纸价周度跟踪

第三章纺服行业—品牌服饰电商月度、棉价周度、海外品牌季度跟踪

第四章黄金钻石—金价周度跟踪、培育钻石印度进出口数据月度跟踪

第五章出口链—中国出口、越南出口数据月度跟踪

第六章医美—NMPA认证注射类医美产品跟踪

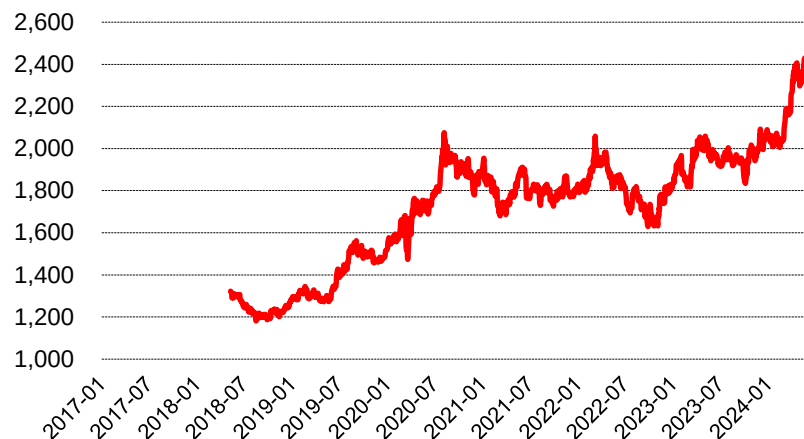


比-32.4%；培育钻石裸钻出口金额0.84亿美元/-18.2%、环比-32.3%

| 时间        | 印度培育钻石毛坯进口额（亿美元） | 同比     | 环比     | 印度天然钻石毛坯进口金额（亿美元） | 培育钻石占钻石品类比重 | 印度培育钻石裸钻出口金额（亿美元） | 同比     | 环比     | 印度天然钻石裸钻出口金额（亿美元） | 培育钻石占钻石品类比重 |
|-----------|------------------|--------|--------|-------------------|-------------|-------------------|--------|--------|-------------------|-------------|
| 2024年1-4月 | 4.12             | 16.1%  |        | 53.38             | 7.2%        | 4.60              | 1.8%   |        | 51.87             | 8.2%        |
| 2024年4月   | 0.59             | -1.8%  | -32.4% | 11.91             | 4.7%        | 0.84              | -18.2% | -32.3% | 11.55             | 6.8%        |
| 2024年3月   | 0.87             | -12.4% | -31.5% | 13.93             | 5.9%        | 1.24              | 11.0%  | -11.0% | 11.64             | 9.6%        |
| 2024年2月   | 1.27             | 100.3% | -8.9%  | 15.89             | 7.4%        | 1.39              | 2.9%   | 22.2%  | 17.07             | 7.5%        |
| 2024年1月   | 1.39             | 5.3%   | 2.3%   | 11.65             | 10.7%       | 1.14              | 10.3%  | 36.3%  | 11.61             | 8.9%        |
| 2023年12月  | 1.36             | 22.2%  | 117.0% | 13.10             | 9.4%        | 0.84              | -18.5% | -23.2% | 8.62              | 8.8%        |
| 2023年11月  | 0.63             | -18.8% | -29.7% | 3.14              | 16.6%       | 1.09              | 3.2%   | -20.3% | 11.00             | 9.0%        |
| 2023年10月  | 0.89             | 62.4%  | 5.2%   | 10.19             | 8.1%        | 1.36              | -23.7% | 2.7%   | 12.61             | 9.8%        |
| 2023年9月   | 0.85             | -23.1% | -37.3% | 10.33             | 7.6%        | 1.33              | -25.3% | 12.9%  | 16.74             | 7.4%        |
| 2023年8月   | 1.35             | 19.8%  | 15.7%  | 13.17             | 9.3%        | 1.18              | -17.8% | 11.5%  | 13.60             | 8.0%        |
| 2023年7月   | 1.17             | -15.3% | 47.2%  | 11.03             | 9.6%        | 1.05              | -28.4% | 8.1%   | 11.74             | 8.2%        |
| 2023年6月   | 0.79             | -46.4% | 36.3%  | 13.66             | 5.5%        | 0.98              | -34.9% | -29.9% | 13.82             | 6.6%        |
| 2023年5月   | 0.58             | -46.9% | 2.6%   | 11.68             | 4.8%        | 1.39              | -21.5% | 36.0%  | 17.23             | 7.5%        |
| 2023年4月   | 0.60             | -40.3% | -39.7% | 14.75             | 3.9%        | 1.02              | -30.8% | -8.1%  | 13.87             | 6.9%        |
| 2023年3月   | 0.99             | -51.1% | 56.6%  | 16.52             | 5.7%        | 1.11              | -18.7% | -17.6% | 16.05             | 6.5%        |
| 2023年2月   | 0.63             | -59.1% | -52.1% | 16.88             | 3.6%        | 1.35              | 7.3%   | 31.0%  | 23.69             | 5.4%        |
| 2023年1月   | 1.32             | -13.7% | 18.7%  | 8.17              | 13.9%       | 1.03              | -15.4% | 0.8%   | 14.45             | 6.7%        |
| 2022年12月  | 1.11             | -15.5% | 44.2%  | 15.25             | 6.8%        | 1.02              | -0.6%  | -2.8%  | 12.70             | 7.5%        |
| 2022年11月  | 0.77             | -14.0% | 40.6%  | 13.30             | 5.5%        | 1.05              | 22.6%  | -41.0% | 12.48             | 7.8%        |
| 2022年10月  | 0.55             | -46.5% | -50.2% | 9.33              | 5.6%        | 1.79              | 22.4%  | 0.5%   | 18.79             | 8.6%        |
| 2022年9月   | 1.10             | 8.3%   | 2.2%   | 15.56             | 6.6%        | 1.78              | 85.2%  | 23.7%  | 21.35             | 7.7%        |
| 2022年8月   | 1.13             | 54.0%  | -18.2% | 13.62             | 7.4%        | 1.43              | 14.5%  | -2.4%  | 18.82             | 7.1%        |
| 2022年7月   | 1.38             | 25.4%  | 6.9%   | 19.53             | 6.6%        | 1.47              | 36.5%  | -1.3%  | 19.33             | 7.1%        |
| 2022年6月   | 1.48             | 47.4%  | 35.0%  | 18.06             | 7.7%        | 1.50              | 57.8%  | -15.8% | 20.17             | 6.9%        |
| 2022年5月   | 1.10             | 46.0%  | 9.6%   | 14.33             | 7.1%        | 1.77              | 136.4% | 19.7%  | 20.89             | 7.8%        |
| 2022年4月   | 1.00             | 25.1%  | -50.6% | 13.11             | 7.1%        | 1.48              | 64.4%  | 8.0%   | 21.60             | 6.4%        |
| 2022年3月   | 2.03             | 157.1% | 31.0%  | 20.37             | 9.1%        | 1.37              | 59.3%  | 8.9%   | 21.99             | 5.9%        |
| 2022年2月   | 1.55             | 84.4%  | 1.0%   | 20.62             | 7.0%        | 1.26              | 113.6% | 3.2%   | 19.79             | 6.0%        |
| 2022年1月   | 1.53             | 77.3%  | 16.2%  | 12.14             | 11.2%       | 1.22              | 69.4%  | 18.1%  | 20.50             | 5.6%        |

年同比+19.2%；SHFE黄金收盘价为554.5元/克，环比上周-1.84%、年同比+23.2%

COMEX黄金收盘价（单位：美元/盎司）



SHFE黄金收盘价（单位：元/克）



第一章 地产及家居行业—地产、家居内销订单月度跟踪

第二章 造纸行业—浆价、纸价周度跟踪

第三章 纺服行业—品牌服饰电商月度、棉价周度、海外品牌季度跟踪

第四章 黄金钻石—金价周度跟踪、培育钻石印度进出口数据月度跟踪

第五章 出口链—中国出口、越南出口数据月度跟踪

第六章 医美—NMPA认证注射类医美产品跟踪

速为+4.3%，其中服装、家具、鞋靴、纺织品分别+1.8%/+1.8%/-3.8%/-0.3%

图表：全国重点商品出口当月同比增速（以美元计价）

| 当月同比（%）       | 2年CAGR<br>24/4 | 2年CAGR<br>24/3 | 24/4  | 24/3  | 24/2  | 24/1  | 23/12 | 23/11 | 23/10 | 23/9  | 23/8  | 23/7  | 23/6  | 23/5  | 23/4  | 23/3  | 23/2  | 23/1  |
|---------------|----------------|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 出口总额          | 4.3            | 1.2            | -1.5  | -7.5  | 5.6   | 8.2   | 2.3   | 0.5   | -6.6  | -6.8  | -8.5  | -14.2 | -12.3 | -7.4  | 7.4   | 10.9  | -2.8  | -12.0 |
| 农产品           | 1.5            | 4.1            | 0.0   | -7.4  | -14.7 | 17.8  | 2.7   | 4.5   | 0.6   | 2.1   | -1.6  | -5.0  | -6.1  | -7.0  | 3.4   | 17.0  | 30.6  | -13.9 |
| 水产品           | -9.2           | -6.2           | -8.0  | -18.4 | -29.1 | 19.2  | -12.3 | -7.2  | -9.7  | -8.6  | -12.7 | -18.6 | -21.9 | -20.4 | -10.3 | 8.3   | 26.9  | -30.4 |
| 粮食            | -14.0          | 1.3            | 9.3   | 1.3   | -27.5 | 12.5  | 13.1  | 3.5   | 0.3   | 14.1  | -8.8  | -6.5  | -19.2 | 6.9   | -32.3 | 1.4   | -35.8 | 3.9   |
| 成品油           | -0.9           | 19.4           | 25.2  | 14.1  | -34.3 | -34.3 | -42.7 | -20.2 | 9.9   | -19.6 | -10.6 | 5.6   | -2.2  | 16.0  | -22.6 | 23.1  | 105.0 | 99.0  |
| 稀土            | -45.1          | -27.4          | -59.9 | -31.3 | -45.1 | -43.0 | -25.7 | -36.3 | -61.0 | -36.8 | -32.2 | -41.5 | -31.9 | -30.8 | -23.7 | -22.9 | -5.5  | 42.1  |
| 医药材及药品        |                |                | 1.2   | 6.4   | -11.0 | 4.6   | -3.8  | -11.6 | -18.2 | -16.3 | -22.9 | -28.1 | -22.3 | -21.7 | -16.1 | -54.9 | -61.1 | -62.2 |
| 肥料            | -10.0          | -26.8          | -0.7  | -47.2 | -56.7 | -53.1 | -26.8 | 13.6  | -33.5 | -23.6 | -38.1 | -26.2 | -6.8  | 1.7   | -18.2 | 1.5   | 36.5  | 24.9  |
| 塑料制品          | 2.5            | 3.2            | 2.6   | -7.8  | 29.3  | 19.1  | 9.5   | -0.4  | -9.2  | -3.8  | -5.1  | -12.8 | -10.3 | -10.2 | 8.6   | 27.5  | -6.4  | -11.5 |
| 箱包及类似容器       | 8.8            | 17.2           | -7.6  | -19.6 | 52.5  | 10.4  | 9.2   | -1.1  | -11.5 | -7.8  | -6.0  | -9.1  | -3.0  | 2.4   | 38.6  | 92.8  | -7.4  | 9.3   |
| 纺织纱线、织物及制品    | -0.3           | -6.3           | -2.4  | -16.8 | 22.6  | 11.5  | 3.5   | -0.5  | -5.0  | -2.9  | -5.6  | -17.2 | -13.8 | -14.1 | 4.1   | 9.5   | -14.4 | -26.3 |
| 服装及衣着附件       | 1.8            | 1.0            | -3.9  | -17.6 | 31.9  | 3.2   | 1.9   | -2.8  | -8.7  | -7.9  | -11.9 | -18.0 | -13.9 | -12.2 | 14.3  | 32.3  | -21.6 | -10.5 |
| 鞋靴            | -3.8           | -4.4           | -14.9 | -26.8 | 47.2  | 0.5   | -8.2  | -18.1 | -20.3 | -16.0 | -20.7 | -23.3 | -20.3 | -9.3  | 14.1  | 32.9  | -26.3 | -3.3  |
| 家具及其零件        | 1.8            | -0.1           | 8.7   | -5.2  | 57.6  | 25.9  | 19.1  | 8.1   | -5.8  | -2.1  | -4.0  | -13.0 | -12.7 | -14.4 | 0.6   | 14.4  | -24.9 | -13.0 |
| 玩具            | -6.0           | -0.7           | -3.9  | -15.7 | 30.7  | 8.5   | -2.8  | -12.9 | -14.6 | -13.0 | -12.7 | -23.8 | -24.5 | -22.2 | 1.4   | 33.1  | -13.9 | -8.0  |
| 陶瓷产品          | -12.7          | -5.0           | -26.3 | -28.0 | 28.8  | 23.5  | -6.0  | -16.6 | -29.4 | -22.7 | -19.9 | -23.9 | -25.0 | -21.4 | 16.3  | 45.9  | -16.2 | -13.4 |
| 钢材            |                |                | -14.8 | -17.3 | -11.7 | -8.5  | -8.7  | -8.1  | -1.3  | -3.4  | -28.7 | -39.4 | -41.5 | -27.5 | 22.9  | 52.8  | 38.5  | 19.6  |
| 未锻轧铝及铝材       | -17.7          | -16.2          | 5.3   | -3.5  | -2.7  | 2.9   | -3.7  | -2.7  | -17.4 | -18.8 | -24.7 | -37.4 | -35.3 | -42.1 | -35.4 | -26.6 | -18.0 | -25.2 |
| 高新技术产品        | -1.5           | -6.6           | 4.5   | -0.8  | -4.4  | 4.2   | 0.5   | 4.2   | -8.0  | -7.3  | -12.7 | -17.6 | -16.0 | -13.5 | -5.8  | -10.0 | -13.7 | -22.5 |
| 机电产品          | 5.8            | 1.2            | 3.8   | -5.2  | 7.9   | 8.9   | 3.6   | 3.3   | -5.0  | -4.7  | -6.2  | -10.7 | -6.6  | -1.3  | 11.0  | 13.1  | -2.9  | -10.2 |
| 通用机械设备        | 9.2            | -0.9           | 0.6   | -10.7 | 58.5  | 14.1  | 6.3   | 2.6   | -0.2  | -0.4  | -1.0  | -11.4 | -1.8  | 7.7   | 21.0  | 13.3  | -2.3  | -4.6  |
| 自动数据处理设备及其零部件 | -5.2           | -11.9          | 9.2   | 6.3   | 1.5   | 6.1   | -2.6  | -10.7 | -19.9 | -11.3 | -17.8 | -28.6 | -24.6 | -10.8 | -17.0 | -25.9 | -28.4 | -35.2 |
| 手机            | -3.3           | -16.8          | 7.7   | 2.1   | -10.4 | -22.8 | -0.3  | 54.6  | 21.8  | -7.1  | -20.6 | 2.2   | -23.3 | -25.0 | -12.7 | -31.9 | -11.6 | 12.1  |
| 家用电器          | 6.5            | 3.3            | 13.9  | -0.6  | 24.5  | 18.3  | 17.4  | 13.4  | 9.5   | 14.1  | 12.8  | -2.6  | 4.6   | 1.0   | 2.6   | 12.2  | -16.2 | -10.9 |
| 音视频设备及其零件     | -1.6           | 2.9            | 0.5   | -7.6  | 15.2  | 12.1  | 7.9   | -0.5  | -6.3  | 0.3   | -3.9  | -14.4 | -13.8 | -10.2 | -1.1  | 22.6  | -4.0  | -13.5 |
| 集成电路          | 4.5            | 4.0            | 18.9  | 13.3  | 6.8   | 43.8  | 9.0   | 15.8  | -14.1 | -3.1  | -4.3  | -14.0 | -17.6 | -25.0 | -7.2  | -2.2  | -10.2 | -37.9 |
| 汽车包括底盘        | 95.1           | 69.5           | 28.8  | 29.1  | 7.6   | 17.2  | 52.0  | 27.9  | 45.1  | 45.4  | 35.3  | 83.7  | 109.9 | 123.5 | 195.7 | 123.8 | 68.7  | 62.1  |
| 船舶            | 85.1           | 56.3           | 91.3  | 34.0  | 148.8 | 186.3 | 28.6  | 127.1 | 34.3  | 12.1  | 41.0  | 82.4  | -24.0 | 23.5  | 79.2  | 82.4  | -13.1 | -30.2 |
| 灯具照明装置及其零件    | -2.7           | -2.9           | -4.5  | -24.2 | 87.0  | 8.9   | 8.9   | -1.3  | -12.7 | -8.4  | -5.2  | -8.6  | -8.1  | -2.4  | 8.7   | 39.9  | -34.3 | -7.9  |

比-3.6%，对美国同比-2.8%，对俄罗斯同比-13.6%，对东盟同比+8.1%

图表：出口数据分地区当月同比增速（以美元计价）

| 单月同比（%） | 我国出口  | 东南亚国家联盟 | 欧盟    | 美国    | 日本    | 韩国    | 澳大利亚  | 印度    | 俄罗斯   | 巴西    | 中国台湾  | 中国香港  |
|---------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 2024-04 | 1.5   | 8.1     | -3.6  | -2.8  | -10.9 | -6.1  | -6.2  | -6.2  | -13.6 | 16.6  | 4.0   | 8.9   |
| 2024-03 | -7.5  | -6.3    | -14.9 | -15.9 | -7.8  | -12.1 | -19.4 | -19.2 | -15.7 | -1.9  | 5.4   | -1.4  |
| 2024-02 | 5.5   | -12.5   | 5.1   | 13.4  | -22.2 | -22.3 | -3.8  | 12.7  | 9.1   | 74.0  | -22.1 | -17.6 |
| 2024-01 | 8.2   | 10.7    | -7.4  | -4.0  | -0.3  | -2.0  | -17.3 | 9.8   | 14.1  | 6.0   | 29.5  | 45.4  |
| 2023-12 | 2.2   | -6.1    | -1.9  | -6.9  | -7.3  | -3.1  | -12.4 | 6.2   | 21.6  | 23.3  | -3.0  | -1.1  |
| 2023-11 | 0.7   | -7.1    | -14.5 | 7.3   | -8.3  | -3.6  | -9.1  | 5.8   | 33.6  | 16.6  | 6.4   | 1.4   |
| 2023-10 | -6.6  | -15.1   | -12.6 | -8.2  | -13.0 | -17.0 | 5.9   | -1.5  | 17.2  | -12.1 | -4.4  | -5.2  |
| 2023-09 | -6.8  | -15.8   | -11.6 | -9.3  | -6.4  | -7.0  | -17.8 | 2.1   | 20.6  | -11.7 | -4.1  | -10.0 |
| 2023-08 | -8.5  | -13.4   | -19.6 | -9.5  | -20.1 | -14.5 | -12.3 | 0.7   | 16.3  | -14.5 | -4.8  | -2.5  |
| 2023-07 | -14.3 | -21.4   | -20.6 | -23.1 | -18.4 | -17.9 | -19.9 | -9.5  | 51.8  | -22.7 | -23.3 | -8.5  |
| 2023-06 | -12.4 | -16.9   | -12.9 | -23.7 | -15.6 | -19.8 | -9.5  | -13.6 | 90.9  | -3.9  | -30.7 | -20.6 |
| 2023-05 | -7.6  | -15.9   | -7.0  | -18.2 | -13.3 | -20.3 | -5.8  | -4.1  | 114.3 | -15.3 | -33.6 | -14.9 |
| 2023-04 | 7.1   | 4.5     | 3.9   | -6.5  | 11.5  | 0.9   | 10.2  | 6.1   | 153.1 | 10.6  | -14.4 | -3.0  |
| 2023-03 | 10.8  | 35.4    | 3.4   | -7.7  | -4.8  | 11.3  | 23.7  | 15.3  | 136.4 | 16.0  | -27.6 | 20.0  |
| 2023-02 | -2.9  | 33.7    | -16.1 | -31.8 | 17.1  | 26.4  | -4.9  | -2.9  | 32.7  | -5.2  | 4.7   | 6.0   |
| 2023-01 | -12.0 | -6.7    | -9.5  | -14.2 | -13.4 | -14.6 | 9.3   | -2.0  | 9.5   | -6.9  | -32.3 | -41.0 |
| 2022-12 | -12.6 | 7.5     | -17.5 | -19.5 | -3.3  | -9.7  | 8.0   | 2.3   | 8.3   | -21.4 | -18.8 | -22.7 |
| 2022-11 | -10.4 | 5.2     | -10.6 | -25.4 | -5.6  | -11.9 | 7.2   | -0.8  | 17.9  | -12.7 | -20.6 | -25.5 |
| 2022-10 | -1.8  | 20.3    | -9.0  | -12.6 | 3.8   | 7.0   | -2.1  | -2.4  | 34.6  | 7.1   | -2.7  | -13.4 |
| 2022-09 | 4.4   | 29.5    | 5.6   | -11.6 | 5.9   | 6.8   | 34.2  | 13.4  | 21.2  | 10.9  | 0.1   | -7.6  |
| 2022-08 | 5.9   | 25.1    | 11.1  | -3.8  | 7.7   | 4.8   | 20.6  | 15.9  | 26.5  | 22.9  | -5.5  | -22.5 |
| 2022-07 | 16.4  | 33.5    | 23.2  | 11.0  | 19.0  | 15.3  | 38.4  | 52.6  | 22.2  | 51.1  | 5.4   | -18.1 |
| 2022-06 | 15.4  | 29.0    | 17.1  | 19.3  | 8.2   | 25.3  | 22.9  | 63.8  | -17.0 | 41.2  | 18.6  | -6.2  |
| 2022-05 | 15.5  | 25.9    | 20.3  | 15.7  | 3.7   | 23.7  | 19.4  | 42.6  | -8.6  | 33.3  | 21.5  | -10.0 |
| 2022-04 | 2.2   | 7.6     | 7.9   | 9.4   | -9.4  | 7.8   | 7.4   | 18.1  | -25.9 | 8.6   | 3.1   | -15.7 |
| 2022-03 | 13.4  | 10.4    | 21.4  | 22.4  | 9.7   | 14.4  | 31.8  | 31.6  | -7.7  | 22.0  | 33.1  | -21.9 |
| 2022-02 | 5.1   | 5.9     | 15.4  | 9.7   | -6.4  | 6.7   | 3.1   | 12.9  | 25.8  | 2.2   | 3.9   | -5.6  |



# 发、办公椅、PVC地板出口同比分别为+5.8%、+21.9%、--14.3%、-3.4%

图表：全国轻工-家具类出口公司重点品类出口及当月同比增速（以美元计价）

| 细分类    | 海关编码                        | 代表公司                   | 单位（亿美元） | 24-4   | 24-3   | 24-1&2 | 23-12  | 23-11  | 23-10  | 23-9   | 23-8   | 23-7    | 23-6    | 23-5    | 23-4   | 23-3   | 23-2    | 23-1    |
|--------|-----------------------------|------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|--------|--------|---------|---------|
| 家具及其零件 |                             |                        | 出口金额    | 62.60  | 55.53  | 119.16 | 68.49  | 60.96  | 52.57  | 53.16  | 50.73  | 50.18   | 52.35   | 53.79   | 60.46  | 63.3   | 29.63   | 62.98   |
|        |                             |                        | yoy     | 8.70%  | -5.20% | 36.10% | 19.10% | 8.10%  | -5.80% | -2.10% | -4.00% | -13.00% | -12.70% | -14.40% | 0.60%  | 14.40% | -24.90% | -13.00% |
| 细分类    | 海关编码                        | 代表公司                   |         |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |         |        |        |         |         |
| 沙发类    | 带软垫的木框架坐具(940161)           | 敏华控股、<br>顾家家居、<br>匠心家居 | 出口金额    | 6.95   | 5.96   | 12.96  | 7.95   | 7.78   | 7.17   | 6.84   | 6.61   | 6.1     | 6.39    | 6.58    | 6.57   | 6.35   | 2.92    | 5.96    |
|        | yoy                         |                        | 5.8%    | -6.3%  | 45.9%  | 28.8%  | 24.6%  | 18.2%  | 14.7%  | 11.0%  | -12.0% | -9.8%   | -12.1%  | -7.2%   | -9.4%  | -39.1% | -31.4%  |         |
|        | 其他金属框架坐具(940179)            |                        | 出口金额    | 3.58   | 3.61   | 7.48   | 3.54   | 2.86   | 2.1    | 1.84   | 1.87   | 1.89    | 2.17    | 2.49    | 3.37   | 3.81   | 2.28    | 4.43    |
|        | yoy                         |                        | 6.4%    | -5.3%  | 11.5%  | -6.3%  | -14.7% | -25.7% | -27.4% | -20.3% | -30.9% | -31.5%  | -32.4%  | -29.8%  | -23.4% | -34.1% | -23.2%  |         |
|        | 按摩器具(90191010)              |                        | 出口金额    | 3.92   | 3.81   | 7.00   | 4.58   | 3.92   | 3.86   | 4.41   | 3.97   | 3.4     | 3.5     | 3.61    | 3.83   | 4.15   | 2.08    | 3.88    |
|        | yoy                         |                        | 2.5%    | -8.2%  | 17.2%  | 14.3%  | 3.2%   | -2.7%  | 5.9%   | -13.1% | -20.7% | -16.9%  | -13.3%  | -13.7%  | -0.7%  | -33.8% | -31.7%  |         |
|        | 带软垫的金属框架坐具(940171)          |                        | 出口金额    | 7.81   | 6.99   | 15.4   | 8.52   | 6.95   | 5.59   | 5.18   | 5.09   | 5.43    | 5.41    | 5.79    | 6.41   | 7.07   | 3.46    | 7.88    |
|        | yoy                         |                        | 21.9%   | -1.2%  | 35.8%  | 9.5%   | -6.1%  | -21.0% | -18.8% | -16.3% | -13.2% | -21.7%  | -23.3%  | -18.1%  | -5.5%  | -37.6% | -20.0%  |         |
|        | 其他金属家具(940320)              |                        | 出口金额    | 10.85  | 11.18  | 20.58  | 11.78  | 9.85   | 7.98   | 8.04   | 7.96   | 7.9     | 8.16    | 7.97    | 9.42   | 10.34  | 5.07    | 10.02   |
| yoy    | 15.1%                       | 8.1%                   | 36.4%   | 11.5%  | -7.3%  | -25.3% | -18.9% | -16.7% | -19.0% | -20.1% | -20.9% | -3.3%   | 8.9%    | -26.6%  | -14.2% |        |         |         |
| 办公家具   | 办公室用金属家具(940310)            | 恒林股份、<br>永艺股份          | 出口金额    | 1.18   | 0.81   | 1.51   | 0.88   | 0.8    | 0.73   | 0.81   | 0.73   | 0.77    | 0.9     | 0.85    | 0.82   | 0.84   | 0.43    | 0.76    |
|        | yoy                         |                        | 43.6%   | -3.4%  | 26.4%  | 26.5%  | 26.7%  | -3.9%  | 8.0%   | 6.4%   | 11.3%  | 30.7%   | 20.7%   | 43.4%   | 48.2%  | 31.5%  | 10.2%   |         |
|        | 可调高度的转动坐具(940131+940139)    |                        | 出口金额    | 3.58   | 2.98   | 6.28   | 3.86   | 3.69   | 3.48   | 3.56   | 3.1    | 2.99    | 3.06    | 2.97    | 3.13   | 3.24   | 1.46    | 2.88    |
|        | yoy                         |                        | -14.3%  | -8.2%  | 44.7%  | 7.4%   | 120.5% | 36.7%  | 23.3%  | -1.5%  | -1.0%  | 6.7%    | 6.4%    | 5.8%    | 1.2%   | -52.3% | -2.9%   |         |
| 床垫类    | 其他寝具及类似用品(940490)           | 顾家家居、<br>梦百合、麒<br>盛科技  | 出口金额    | 4.98   | 4.70   | 8.5    | 4.98   | 4.61   | 4.55   | 5.11   | 4.99   | 4.81    | 4.69    | 4.53    | 5.27   | 5.6    | 3.11    | 4.92    |
|        | yoy                         |                        | -5.5%   | -16.0% | 5.9%   | -5.2%  | -8.3%  | -17.9% | -4.5%  | -8.2%  | -14.1% | -14.5%  | -16.6%  | 10.0%   | 2.5%   | -25.9% | -32.7%  |         |
|        | 弹簧床垫(940410)                |                        | 出口金额    | 1.03   | 0.94   | 1.79   | 1.09   | 1.04   | 0.98   | 0.95   | 0.9    | 0.79    | 0.86    | 0.77    | 0.77   | 0.78   | 0.4     | 0.68    |
|        | yoy                         |                        | 33.2%   | 20.9%  | 66.1%  | 40.0%  | 25.5%  | 18.3%  | 18.4%  | 25.7%  | 12.4%  | 15.7%   | -2.9%   | -12.7%  | 20.7%  | -4.2%  | -18.0%  |         |
|        | 海绵橡胶或泡沫塑料制褥垫,不论是否包面(940421) |                        | 出口金额    | 0.65   | 0.67   | 1.13   | 0.71   | 0.66   | 0.59   | 0.65   | 0.57   | 0.57    | 0.6     | 0.57    | 0.63   | 0.64   | 0.36    | 0.55    |
|        | yoy                         |                        | 3.7%    | 4.4%   | 23.2%  | 20.9%  | 12.9%  | 3.7%   | 12.1%  | 18.8%  | 13.9%  | 20.1%   | 5.9%    | 6.4%    | 13.2%  | -12.3% | -18.3%  |         |
| PVC地板  | 氯乙烯聚合物制铺地制品(39181090)       | 海象新材、<br>天振股份          | 出口金额    | 4.41   | 3.92   | 8.54   | 4.99   | 4.58   | 4.15   | 4.59   | 4.38   | 4.18    | 4.59    | 4.69    | 4.56   | 4.52   | 2.15    | 4.39    |
|        |                             | yoy                    | -3.4%   | -13.3% | 30.4%  | 8.6%   | 7.5%   | 1.1%   | 0.4%   | -9.6%  | -30.9% | -27.3%  | -21.0%  | -16.5%  | -22.5% | -49.0% | -31.3%  |         |

# 品、人造草坪、卫生陶瓷出口同比分别为+1.7%、-0.3%、+2.0%、-5.8%

图表：全国轻工-家具类出口公司重点品类出口及当月同比增速（以美元计价，单位：亿美元）

| 细分类  | 海关编码                                                   | 代表公司                | 单位   | 24-4   | 24-3   | 24-1&2 | 23-12  | 23-11  | 23-10  | 23-9   | 23-8   | 23-7   | 23-6   | 23-5   | 23-4   | 23-3   | 23-2   | 23-1   |
|------|--------------------------------------------------------|---------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 保温杯  | 带壳的保温瓶和其他真空容器及其零件,但玻璃瓶胆除外(9617)                        | 嘉益股份、哈尔斯            | 出口金额 | 4.26   | 3.14   | 7.83   | 4.02   | 4.22   | 3.91   | 4.24   | 4.05   | 3.87   | 3.80   | 3.78   | 4.18   | 3.69   | 1.54   | 3.84   |
|      |                                                        |                     | yoy  | 1.7%   | -15.0% | 45.3%  | 21.2%  | 21.4%  | 4.2%   | 22.8%  | 24.7%  | -2.3%  | -6.1%  | -4.9%  | 19.4%  | 26.6%  | -29.4% | -4.5%  |
| 塑料制品 | 塑料制餐具及厨房用具(39241000)                                   | 家联科技、茶花股份           | 出口金额 | 8.45   | 7.30   | 15.47  | 8.46   | 8.04   | 7.10   | 7.34   | 7.89   | 7.67   | 7.86   | 7.90   | 8.47   | 8.36   | 3.98   | 7.87   |
|      |                                                        |                     | yoy  | -0.3%  | -12.7% | 30.5%  | 6.0%   | -7.8%  | -18.6% | -17.6% | -6.7%  | -18.7% | -19.4% | -19.2% | -6.4%  | 7.7%   | -25.7% | -17.0% |
|      | 塑料浴缸、淋浴盘、洗涤槽及盥洗盆(392210)                               |                     | 出口金额 | 0.61   | 0.48   | 1.17   | 0.71   | 0.64   | 0.57   | 0.59   | 0.60   | 0.54   | 0.55   | 0.59   | 0.63   | 0.60   | 0.23   | 0.58   |
|      |                                                        |                     | yoy  | -3.1%  | -19.1% | 44.2%  | 19.5%  | 7.1%   | -1.4%  | -2.1%  | 1.5%   | -18.6% | -21.6% | -19.6% | -4.8%  | 9.6%   | -43.8% | -26.9% |
| 陶瓷卫浴 | 瓷制固定卫生设备(691010)                                       | 瑞尔特                 | 出口金额 | 4.85   | 4.07   | 10.36  | 6.75   | 5.54   | 4.85   | 4.75   | 4.83   | 4.75   | 5.10   | 4.90   | 5.15   | 4.97   | 1.75   | 4.81   |
|      |                                                        |                     | yoy  | -5.8%  | -18.1% | 58.0%  | -20.1% | -32.5% | -45.6% | -44.1% | -34.3% | -38.8% | -40.4% | -46.3% | -33.2% | 5.3%   | -55.4% | -46.8% |
|      | 其他家用或盥洗用瓷器(691190)                                     |                     | 出口金额 | 0.15   | 0.11   | 0.32   | 0.23   | 0.16   | 0.14   | 0.18   | 0.15   | 0.15   | 0.17   | 0.26   | 0.93   | 0.80   | 0.21   | 0.43   |
|      |                                                        |                     | yoy  | -84.4% | -85.8% | -49.6% | -60.1% | -63.2% | -73.3% | -61.3% | -58.6% | -55.9% | -31.7% | 3.8%   | 380.3% | 405.3% | 16.0%  | 36.7%  |
| 宠物食品 | 零售包装的狗食或猫食饲料(230910)                                   | 中宠股份、佩蒂股份、乖宝        | 出口金额 | 1.20   | 1.09   | 1.99   | 1.13   | 1.04   | 1.01   | 1.12   | 1.03   | 1.12   | 1.08   | 1.05   | 1.08   | 1.06   | 0.65   | 0.88   |
|      |                                                        |                     | yoy  | 10.9%  | 2.9%   | 29.9%  | 19.3%  | 28.2%  | 14.6%  | 29.3%  | -3.9%  | -5.4%  | -3.6%  | -17.4% | 2.8%   | -9.6%  | -12.4% | -33.2% |
| 户外用品 | 合成纤维制油苫布、天蓬及遮阳篷(630612)                                | 浙江正特、浙江自然、浙江永强、玉马遮阳 | 出口金额 | 1.35   | 1.41   | 2.29   | 0.91   | 0.64   | 0.48   | 0.47   | 0.52   | 0.58   | 0.82   | 0.94   | 1.05   | 1.31   | 0.67   | 1.33   |
|      |                                                        |                     | yoy  | 28.8%  | 7.3%   | 15.1%  | -1.4%  | -16.9% | -18.1% | -6.5%  | -11.9% | -16.4% | -10.6% | -22.8% | -35.2% | -15.5% | -43.1% | -26.5% |
|      | 其他纺织材料制油苫布、天蓬及遮阳篷(630619)                              |                     | 出口金额 | 0.20   | 0.20   | 0.39   | 0.16   | 0.14   | 0.12   | 0.14   | 0.13   | 0.15   | 0.16   | 0.17   | 0.22   | 0.22   | 0.15   | 0.23   |
|      |                                                        |                     | yoy  | -7.1%  | -12.1% | 3.4%   | -2.9%  | -9.2%  | -18.1% | -15.1% | -27.4% | -41.9% | -37.9% | -24.7% | -9.2%  | -11.3% | -16.9% | -17.1% |
|      | 滑板板、冲浪板及其他水上运动器械(95062900)                             |                     | 出口金额 | 1.34   | 1.17   | 1.72   | 0.58   | 0.41   | 0.38   | 0.44   | 0.41   | 0.54   | 0.70   | 0.96   | 1.21   | 1.37   | 0.75   | 1.31   |
|      |                                                        |                     | yoy  | 10.7%  | -14.7% | -16.5% | -25.6% | -27.3% | -30.2% | -31.4% | -36.5% | -34.6% | -41.6% | -45.6% | -44.6% | -35.2% | -58.4% | -38.5% |
|      | 其他运动或户外游戏用设备;游泳池或戏水池(950699)                           |                     | 出口金额 | 3.13   | 3.12   | 6.12   | 2.60   | 1.95   | 1.81   | 1.98   | 1.77   | 1.79   | 1.83   | 1.94   | 2.65   | 3.39   | 1.97   | 3.55   |
|      |                                                        |                     | yoy  | 18.0%  | -7.9%  | 10.9%  | -8.8%  | -16.7% | -14.0% | -4.1%  | -15.6% | -22.0% | -30.3% | -43.7% | -45.8% | -35.5% | -52.2% | -31.9% |
| 人造草坪 | 其他化学纤维制簇绒人造草皮(57033100)+其他化学纤维簇绒地毯及未列名簇绒铺地制品(57033900) | 共创草坪                | 出口金额 | 1.07   | 1.03   | 1.89   | 1.03   | 0.91   | 0.90   | 0.88   | 0.91   | 0.93   | 0.95   | 1.05   | 1.17   | 0.65   | 1.04   | 0.92   |
|      |                                                        |                     | yoy  | 2.0%   | -12.1% | 11.3%  | 12.6%  | 7.8%   | -4.0%  | -2.1%  | -5.3%  | -3.9%  | -4.8%  | 17.4%  | 19.8%  | -7.4%  | -10.4% | -22.5% |
| 自行车  | 自行车等非机动车脚踏车(包括运货三轮车)(871200)                           | 久祺股份                | 出口金额 | 2.45   | 2.43   | 4.66   | 2.14   | 1.92   | 1.69   | 2.01   | 1.89   | 1.96   | 2.01   | 2.03   | 2.67   | 3.30   | 1.84   | 2.55   |
|      |                                                        |                     | yoy  | -8.3%  | -26.2% | 6.4%   | -11.0% | -21.7% | -35.2% | -34.0% | -40.6% | -43.4% | -43.8% | -37.0% | -11.2% | -7.5%  | -33.5% | -40.7% |
| 体育设备 | 一般的体育活动、体操或竞技用品及设备(950691)                             | 英派斯                 | 出口金额 | 7.72   | 6.69   | 13.28  | 7.45   | 7.12   | 7.15   | 7.35   | 6.56   | 5.95   | 6.10   | 5.94   | 6.72   | 6.89   | 3.35   | 6.05   |
|      |                                                        |                     | yoy  | 14.9%  | -2.9%  | 41.2%  | 29.5%  | 20.1%  | 12.1%  | 13.3%  | 8.5%   | -5.4%  | 0.3%   | 6.4%   | 21.3%  | 10.3%  | -36.4% | -28.5% |
| 电子烟  | 未列名具有独立功能的电气设备及装置(85437099)                            | 思摩尔国际、劲嘉股份、         | 出口金额 | 9.30   | 8.58   | 15.37  | 9.96   | 9.60   | 9.87   | 11.34  | 7.96   | 8.13   | 8.64   | 8.20   | 8.91   | 9.83   | 5.92   | 8.42   |
|      |                                                        |                     | yoy  | 4.4%   | -12.7% | 7.1%   | -7.8%  | -11.5% | -12.6% | -1.8%  | -32.3% | -35.1% | -28.4% | -30.6% | -17.7% | -5.9%  | -17.9% | -33.9% |



# 比-2.4%，其中拉锁出口同比+3.4%、纽扣出口同比+10.0%

图表：全国纺织服装类出口公司重点品类出口额（亿美元）及当月同比增速（以美元计价）

| 细分类别       | 海关编码                      | 代表公司 | 单位   | 24-4   | 24-3   | 24-1&2 | 23-12  | 23-11  | 23-10  | 23-9   | 23-8   | 23-7   | 23-6   | 23-5   | 23-4   | 23-3   | 23-2   | 23-1   |
|------------|---------------------------|------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 纺织纱线、织物及制品 |                           |      | 出口金额 | 121.90 | 103.84 | 217.10 | 112.06 | 111.20 | 107.10 | 116.38 | 116.93 | 111.54 | 115.67 | 120.22 | 127.42 | 129.05 | 69.47  | 122.17 |
|            |                           |      | yoy  | -2.4%  | -16.8% | 15.5%  | 3.5%   | -0.5%  | -5.0%  | -2.9%  | -5.6%  | -17.2% | -13.8% | -14.1% | 4.1%   | 9.5%   | -14.4% | -26.3% |
| 细分类别       | 海关编码                      | 代表公司 |      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| 拉锁         | 装有贱金属齿的拉锁(96071100)       | 伟星股份 | 出口金额 | 0.31   | 0.24   | 0.45   | 0.23   | 0.23   | 0.21   | 0.26   | 0.25   | 0.25   | 0.25   | 0.29   | 0.32   | 0.29   | 0.13   | 0.25   |
|            |                           |      | yoy  | -1.4%  | -18.4% | 18.2%  | -2.3%  | -2.5%  | -14.5% | 4.9%   | 5.1%   | -4.4%  | -7.4%  | -7.9%  | 18.3%  | 31.5%  | -5.4%  | -23.1% |
|            | 其他拉锁(96071900)            |      | 出口金额 | 0.98   | 0.78   | 1.60   | 0.76   | 0.75   | 0.70   | 0.74   | 0.77   | 0.73   | 0.76   | 0.85   | 0.93   | 0.97   | 0.45   | 0.92   |
|            |                           |      | yoy  | 5.0%   | -20.0% | 17.0%  | -13.1% | -10.3% | -8.6%  | -9.9%  | 2.3%   | -17.2% | -11.8% | -12.8% | 9.9%   | 36.8%  | -2.0%  | -21.7% |
| 纽扣         | 贱金属制钮扣,未用纺织材料包裹(96062200) |      | 出口金额 | 0.30   | 0.26   | 0.51   | 0.25   | 0.25   | 0.23   | 0.26   | 0.26   | 0.23   | 0.22   | 0.23   | 0.26   | 0.28   | 0.14   | 0.27   |
|            |                           |      | yoy  | 14.4%  | -7.2%  | 23.8%  | -2.5%  | 0.4%   | -8.1%  | -1.9%  | -2.9%  | -16.1% | -23.3% | -19.3% | -9.1%  | 7.4%   | 1.8%   | -25.3% |
|            | 塑料制钮扣,未用纺织材料包裹(96062100)  |      | 出口金额 | 0.23   | 0.22   | 0.42   | 0.27   | 0.22   | 0.19   | 0.22   | 0.21   | 0.20   | 0.20   | 0.21   | 0.22   | 0.21   | 0.09   | 0.24   |
|            |                           |      | yoy  | 4.1%   | 3.8%   | 25.2%  | 20.5%  | -5.4%  | -6.4%  | -10.5% | -3.7%  | -10.0% | -16.8% | -12.7% | 11.1%  | 41.3%  | 4.6%   | -8.4%  |

# 同比-2.4%/-3.9%/-14.9%，环比3月改善

图表：中国纺织品和服装、越南纺织品出口金额当月同比（%）

| 单月同比       | 24/4  | 24/3  | 24/2 | 24/1 | 23/12 | 23/11 | 23/10 | 23/9  | 23/8  | 23/7  | 23/6  | 23/5  | 23/4 | 23/3 | 23/2  | 23/1  | 22/12 | 22/11 | 22/10 |
|------------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 纺织纱线织物及其制品 | -2.4  | -16.8 | 22.6 | 11.5 | 3.5   | -0.5  | -5.0  | -2.9  | -5.6  | -17.2 | -13.8 | -14.1 | 4.1  | 9.5  | -14.4 | -26.3 | -22.9 | -14.8 | -9.0  |
| 纺织纱线       | -0.8  | -10.7 | -9.9 | 2.3  | -10.1 | -4.0  | -5.5  | 9.7   | 2.1   | -16.0 | -19.0 | -16.0 | -2.0 | -3.9 | -4.5  | -22.7 | -20.2 | -14.6 | -7.2  |
| 纺织织物       | -1.7  | -22.2 | 37.4 | 13.0 | 2.9   | 0.2   | -3.6  | -5.7  | -5.5  | -16.8 | -11.5 | -14.2 | 1.5  | 12.1 | -12.1 | -29.4 | -25.5 | -11.9 | -2.8  |
| 纺织制品       | -3.5  | -12.3 | 19.0 | 12.0 | 7.6   | -0.4  | -6.4  | -2.4  | -7.4  | -17.9 | -15.1 | -13.5 | 9.1  | 10.4 | -19.2 | -23.0 | -20.3 | -18.0 | -15.4 |
| 服装及衣着附件    | -3.9  | -17.6 | 31.9 | 3.2  | 1.9   | -2.8  | -8.7  | -7.9  | -11.9 | -18.0 | -13.9 | -12.2 | 14.3 | 32.3 | -21.6 | -10.5 | -10.1 | -14.4 | -16.8 |
| 服装         | -3.0  | -17.4 | 32.4 | 2.5  | 2.0   | -3.1  | -8.9  | -8.6  | -13.0 | -18.3 | -14.3 | -12.4 | 13.8 | 33.0 | -21.9 | -9.5  | -9.6  | -14.1 | -16.8 |
| 鞋靴         | -14.9 | -26.8 | 47.2 | 0.5  | -8.2  | -18.1 | -20.3 | -16.0 | -20.7 | -23.3 | -20.3 | -9.3  | 14.1 | 32.9 | -26.3 | -3.3  | 2.5   | 4.2   | 3.1   |
| 帽类         | -10.4 | -25.2 | 27.6 | -1.8 | -7.8  | -17.8 | -21.6 | -18.6 | -18.9 | -27.9 | -17.9 | -8.5  | 12.0 | 31.8 | -23.4 | 3.4   | 3.7   | 6.7   | 4.5   |
| 伞          | -4.9  | -13.2 | 40.2 | 8.8  | -8.0  | -17.3 | -22.8 | -16.5 | -0.2  | -8.3  | -4.8  | -3.3  | 7.6  | 16.5 | -20.8 | -4.1  | 14.2  | 10.2  | 17.8  |

# 鞋类出口同比分别+6.3%/-2.8%（3月同比分别为-1.9%/+9.7%）

图表：越南出口金额月度增速

| 单月同比          | 24/4   | 24/3   | 24/2   | 24/1  | 23/12 | 23/11  | 23/10  | 23/9   | 23/8   | 23/7   | 23/6   | 23/5   | 23/4   | 23/3   | 23/2  | 23/1   |
|---------------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|
| 越南出口          | 12.3%  | 15.0%  | -4.1%  | 33.9% | 11.0% | 6.5%   | 6.7%   | 4.9%   | -3.0%  | -2.1%  | -10.2% | -4.7%  | -17.2% | -13.2% | 12.8% | -13.5% |
| 纺织品           | 6.3%   | -1.9%  | -8.7%  | 16.0% | -1.8% | -7.1%  | -3.6%  | 5.3%   | -13.2% | -11.1% | -15.1% | -16.1% | -22.6% | -17.2% | 0.0%  | -24.2% |
| 鞋类            | -2.8%  | 9.7%   | -7.1%  | 15.6% | 5.3%  | -10.0% | -28.9% | -16.7% | -22.9% | -19.6% | -22.0% | -2.4%  | -12.2% | -22.5% | 7.7%  | -20.0% |
| 手提袋、钱包、手提箱及雨伞 | -3.0%  | -16.2% | 7.7%   | 12.5% | 2.9%  | 14.3%  | -16.7% | -25.7% | -15.0% | 8.1%   | -12.5% | 5.3%   | 0.0%   | -2.9%  | 73.3% | -8.6%  |
| 电子零件、电脑及备件    | 29.3%  | 21.3%  | 13.5%  | 35.1% | 26.7% | 25.6%  | 17.9%  | 9.4%   | 25.0%  | 30.0%  | 3.3%   | 2.4%   | -14.6% | -7.8%  | 0.0%  | 5.7%   |
| 机械、设备及配件      | 12.5%  | 11.5%  | -20.0% | 35.7% | 5.4%  | 5.3%   | 12.2%  | -5.0%  | -14.0% | -13.5% | -18.8% | -4.3%  | -8.6%  | -2.8%  | 40.0% | -6.7%  |
| 钢材            | -19.5% | 1.0%   | 17.9%  | 60.7% | 32.1% | 35.4%  | 51.6%  | 39.4%  | 56.8%  | 18.8%  | -10.2% | 15.0%  | -20.6% | -22.8% | 12.3% | -49.0% |
| 出口金额占比        | 24/4   | 24/3   | 24/2   | 24/1  | 23/12 | 23/11  | 23/10  | 23/9   | 23/8   | 23/7   | 23/6   | 23/5   | 23/4   | 23/3   | 23/2  | 23/1   |
| 纺织品           | 8.2%   | 7.6%   | 8.5%   | 8.6%  | 8.5%  | 8.4%   | 8.4%   | 9.6%   | 10.2%  | 10.8%  | 10.6%  | 9.0%   | 8.7%   | 9.0%   | 8.9%  | 10.0%  |
| 鞋类            | 5.7%   | 5.0%   | 5.2%   | 5.5%  | 6.1%  | 5.8%   | 4.2%   | 4.8%   | 5.7%   | 6.2%   | 6.7%   | 6.9%   | 6.5%   | 5.2%   | 5.4%  | 6.4%   |
| 手提袋、钱包、手提箱及雨伞 | 1.0%   | 0.8%   | 1.1%   | 1.1%  | 1.1%  | 1.3%   | 0.8%   | 0.8%   | 1.1%   | 1.3%   | 1.2%   | 1.4%   | 1.2%   | 1.1%   | 1.0%  | 1.3%   |
| 电子零件、电脑及备件    | 17.1%  | 16.8%  | 16.9%  | 14.9% | 17.3% | 15.8%  | 17.3%  | 16.7%  | 17.0%  | 17.5%  | 16.0%  | 14.8%  | 14.9%  | 15.9%  | 14.3% | 14.8%  |
| 机械、设备及配件      | 11.6%  | 11.5%  | 11.3%  | 11.3% | 11.9% | 12.9%  | 14.2%  | 12.1%  | 11.4%  | 10.8%  | 11.1%  | 11.5%  | 11.6%  | 11.8%  | 13.5% | 11.2%  |
| 钢材            | 2.1%   | 2.0%   | 2.7%   | 2.2%  | 2.3%  | 2.0%   | 2.0%   | 1.9%   | 2.2%   | 2.5%   | 2.8%   | 3.2%   | 2.9%   | 2.3%   | 2.2%  | 1.8%   |
| 出口金额（亿美元）     | 24/4   | 24/3   | 24/2   | 24/1  | 23/12 | 23/11  | 23/10  | 23/9   | 23/8   | 23/7   | 23/6   | 23/5   | 23/4   | 23/3   | 23/2  | 23/1   |
| 越南出口          | 309.4  | 340.1  | 248.2  | 335.7 | 329.1 | 310.8  | 323.1  | 314.1  | 323.7  | 296.8  | 293.0  | 290.5  | 275.4  | 295.7  | 258.8 | 250.8  |
| 纺织品           | 25.5   | 26.0   | 21.0   | 29.0  | 28.0  | 26.0   | 27.0   | 30.0   | 33.0   | 32.0   | 31.0   | 26.0   | 24.0   | 26.5   | 23.0  | 25.0   |
| 鞋类            | 17.5   | 17.0   | 13.0   | 18.5  | 20.0  | 18.0   | 13.5   | 15.0   | 18.5   | 18.5   | 19.5   | 20.0   | 18.0   | 15.5   | 14.0  | 16.0   |
| 手提袋、钱包、手提箱及雨伞 | 3.2    | 2.9    | 2.8    | 3.6   | 3.5   | 4.0    | 2.5    | 2.6    | 3.4    | 4.0    | 3.5    | 4.0    | 3.3    | 3.4    | 2.6   | 3.2    |
| 电子零件、电脑及备件    | 53.0   | 57.0   | 42.0   | 50.0  | 57.0  | 49.0   | 56.0   | 52.5   | 55.0   | 52.0   | 47.0   | 43.0   | 41.0   | 47.0   | 37.0  | 37.0   |

**(前值为-3.0%)，成屋售价中位数为40.8万美元/同比+5.7% (前值为4.7%)**

|                         | 24M4 | 24M3 | 24M2 | 24M1 | 23M12 | 23M11 | 23M10 | 23M9  | 23M8  | 23M7  | 23M6  | 23M5  | 23M4  | 23M3  |
|-------------------------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 汇率、通胀、利率                |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 美元兑人民币中间价               |      | 7.1  | 7.1  | 7.1  | 7.1   | 7.2   | 7.2   | 7.2   | 7.2   | 7.2   | 7.1   | 7.0   | 6.9   | 6.9   |
| 美国CPI同比(%)              | 3.4  | 3.5  | 3.2  | 3.1  | 3.4   | 3.1   | 3.2   | 3.7   | 3.7   | 3.2   | 3.0   | 4.0   | 4.9   | 5.0   |
| 美国核心CPI同比(%)            | 3.6  | 3.8  | 3.8  | 3.9  | 3.9   | 4.0   | 4.0   | 4.1   | 4.3   | 4.7   | 4.8   | 5.3   | 5.5   | 5.6   |
| 有效联邦基金利率(EFFR,%)        |      | 5.3  | 5.3  | 5.3  | 5.3   | 5.3   | 5.3   | 5.3   | 5.3   | 5.1   | 5.1   | 5.1   | 4.8   | 4.7   |
| 30年期抵押贷款固定利率(%)         |      | 6.8  | 6.9  | 6.7  | 6.6   | 7.2   | 7.8   | 7.3   | 7.2   | 6.8   | 6.7   | 6.6   | 6.4   | 6.3   |
| 美国房地产                   |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 美国成屋销量:季调:折年数 (万套)      | 414  | 422  | 438  | 400  | 388   | 391   | 385   | 398   | 403   | 405   | 411   | 423   | 422   | 435   |
| yoy                     | -1.9 | -3.0 | -3.3 | -1.7 | -3.7  | -5.1  | -13.3 | -15.0 | -15.5 | -17.0 | -19.9 | -21.7 | -24.2 | -23.6 |
| 美国成屋售价中位数 (万美元)         | 40.8 | 39.3 | 38.4 | 37.9 | 38.1  | 38.8  | 39.2  | 39.3  | 40.4  | 40.6  | 41.0  | 39.7  | 38.6  | 37.5  |
| yoy                     | 5.7  | 4.7  | 5.6  | 4.9  | 4.1   | 4.1   | 3.4   | 2.4   | 3.2   | 1.7   | -0.9  | -3.0  | -2.5  | -1.1  |
| 标普20城房价指数同比(%)          |      |      | 7.3  | 6.6  | 6.1   | 5.4   | 4.9   | 4.0   | 2.2   | 0.2   | -1.2  | -1.7  | -1.6  | -1.0  |
| 美国销售与库存                 |      |      |      |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| 美国:销售总额:季调:同比(%)        |      | 2.1  | 0.8  | -1.2 | 2.0   | 0.9   | -0.1  | 1.6   | 0.3   | -1.2  | -3.3  | -1.6  | -1.3  | -0.9  |
| 美国:库存总额:季调:同比(%)        |      | 0.7  | 0.7  | 0.3  | 0.2   | -0.1  | 0.3   | 0.7   | 0.5   | 0.8   | 1.5   | 2.9   | 4.6   | 5.9   |
| 美国:制造商销售额:季调:同比(%)      |      | 1.5  | 0.6  | -1.8 | 0.4   | -0.6  | -1.9  | 0.7   | 0.6   | -0.8  | -2.9  | -1.8  | -0.5  | 0.5   |
| 美国:制造商库存:季调:同比(%)       |      | 0.7  | -0.2 | -0.6 | -0.3  | -0.4  | -0.5  | -0.1  | 0.0   | -0.4  | -0.3  | 0.4   | 1.9   | 2.1   |
| 美国:零售商销售额:季调:同比(%)      |      | 3.5  | 1.4  | -0.3 | 4.6   | 3.0   | 1.8   | 3.3   | 2.2   | 1.7   | 0.5   | 1.1   | 0.5   | 0.8   |
| 美国:零售商库存:季调:同比(%)       |      | 4.2  | 4.6  | 4.3  | 4.3   | 4.2   | 4.5   | 4.2   | 3.1   | 2.9   | 4.0   | 5.4   | 6.2   | 6.7   |
| 美国:批发商销售额:季调:同比(%)      |      | 1.4  | 0.5  | -1.7 | 1.1   | 0.2   | -0.3  | 0.7   | -1.6  | -4.1  | -6.9  | -3.8  | -3.7  | -3.7  |
| 美国:批发商库存:季调:同比(%)       |      | -2.3 | -1.8 | -2.2 | -2.6  | -3.2  | -2.3  | -1.4  | -1.1  | 0.2   | 1.1   | 3.2   | 5.9   | 9.1   |
| 美国:批发商销售额:非耐用品:季调:同比(%) |      | 1.5  | 0.7  | -3.0 | 1.0   | -0.2  | 0.8   | 1.9   | -1.6  | -6.0  | -10.7 | -5.9  | -3.6  | -4.2  |
| 美国:批发商库存:非耐用品:季调:同比(%)  |      | -9.1 | -8.2 | -8.4 | -8.1  | -8.8  | -8.4  | -7.4  | -7.6  | -6.4  | -6.9  | -4.8  | -0.4  | 4.3   |
| 美国:批发商销售额:耐用品:季调:同比(%)  |      | 1.3  | 0.3  | -0.1 | 1.3   | 0.8   | -1.4  | -0.6  | -1.5  | -1.8  | -2.4  | -1.3  | -3.8  | -3.1  |
| 美国:批发商库存:耐用品:季调:同比(%)   |      | 2.1  | 2.3  | 1.8  | 0.9   | 0.5   | 1.7   | 2.6   | 3.3   | 4.7   | 6.6   | 8.8   | 10.3  | 12.4  |

第一章地产及家居行业—地产、家居内销订单月度跟踪

第二章造纸行业—浆价、纸价周度跟踪

第三章纺服行业—品牌服饰电商月度、棉价周度、海外品牌季度跟踪

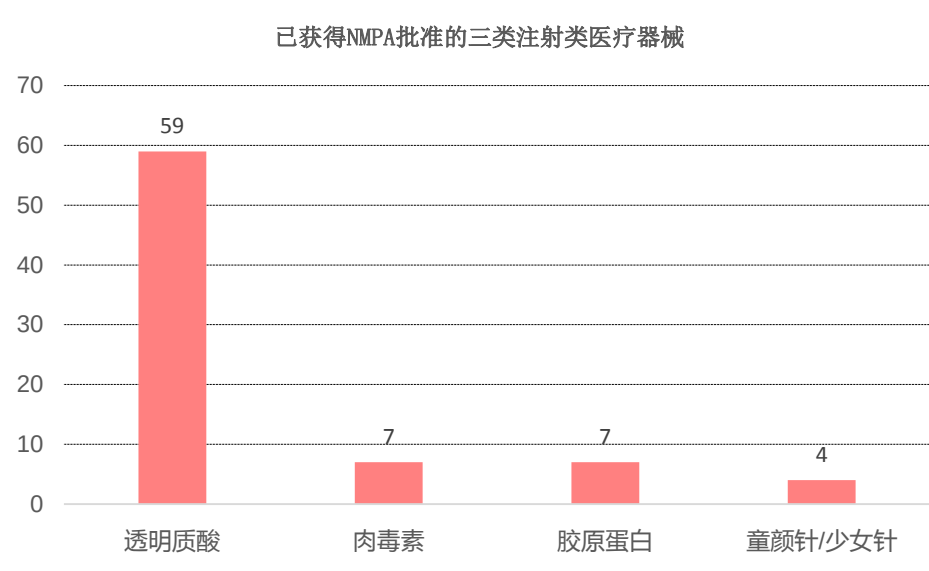
第四章黄金钻石—金价周度跟踪、培育钻石印度进出口数据月度跟踪

第五章出口链—中国出口、越南出口数据月度跟踪

第六章医美—NMPA认证注射类医美产品跟踪

右)

图表：已获得NMPA批准的三类注射类医疗器械数量对比（胶原蛋白、玻尿酸、童颜针/少女针）



图表：透明质酸、肉毒素和胶原蛋白注射类产品情况

| 类型              | 公司      | 名称                        | 国内首次获批时间 |
|-----------------|---------|---------------------------|----------|
| 胶原蛋白<br>(4大品牌)  | 锦波生物    | 薇旖美                       | 2021     |
|                 | 台湾双美    | 肤柔美                       | 2009     |
|                 |         | 肤立美                       | 2017     |
|                 |         | 肤力原                       | 2019     |
|                 | 荷兰汉福生物  | 爱贝芙                       | 2002     |
|                 | 长春博泰    | 弗缦                        | 2012     |
| 肉毒素<br>(4大品牌)   | 兰州生物    | 衡力                        | 1993     |
|                 | 艾尔建     | 保妥适                       | 2009     |
|                 | 高德美（代理） | 吉适                        | 2020.06  |
|                 | 四环（代理）  | 乐提葆                       | 2020.1   |
| 透明质酸<br>(40+品牌) | 进口      | 艾尔建、Q-Med、LGLife、Humedix等 |          |
|                 | 国产      | 爱美客、华熙生物、昊海生科等            |          |

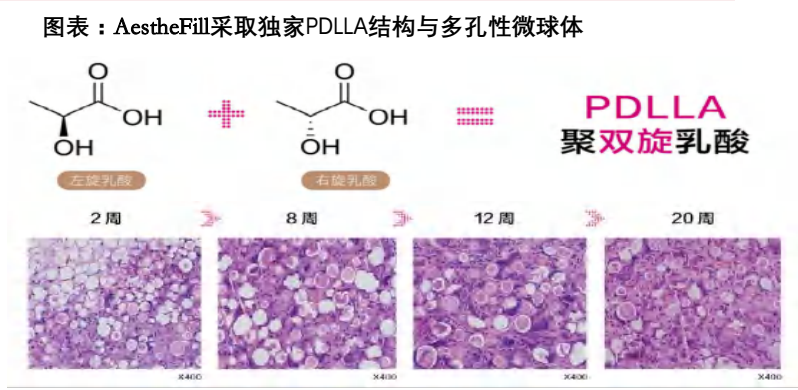
图表：我国胶原蛋白注射针剂获批产品

| 公司   | 产品  | 型号规格        | 主打成分                                          | 价格区间                                | 维持时间   | 上市时间        | 功效                     |
|------|-----|-------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------|--------|-------------|------------------------|
| 台湾双美 | 肤柔美 | 0.5ml、1ml/支 | 非凝固型Ⅰ型胶原蛋白（猪皮）                                | 4800-7600元/0.5ml                    | 3-6个月  | 2009年       | 改善皮肤肤质肤色,可作为胶原蛋白美塑疗法治疗 |
|      | 肤丽美 | 1ml/支       | 凝固型Ⅰ型胶原蛋白（猪皮）                                 | 7800元-13000元                        | 12个月左右 | 2012年       | 改善组织老化, 可做为全面部注射       |
|      | 肤莱美 | 1ml/支       | 凝固型Ⅰ型胶原蛋白（猪皮）+0.3%利多卡因                        |                                     |        | 2022年       | 填充皱纹                   |
| 锦波生物 | 薇旖美 | 4mg/支、10mg  | 重组人源化Ⅲ型胶原蛋白冻干纤维                               | 6800元/支、19800元/支                    | 3-6个月  | 2021年/2023年 | 纠正额部动力性皱纹              |
|      |     | 2mg/ml      | 注射用重组Ⅲ型人源化胶原蛋白溶液, 重组Ⅲ型人源化胶原蛋白（A型）和0.9%的生理盐水组成 |                                     |        | 2023年8月获批   | 纠正额部动力性皱纹              |
| 长春博泰 | 弗缦  | 0.5ml、1ml/支 | 3.5%牛胶原蛋白（Ⅰ+Ⅲ型）+0.3%盐酸利多卡因                    | 4980-8800/0.5ml;<br>6800-15600元/1ml | 6-8个月  | 2016年       | 除皱、纠正鼻勾唇               |
| 汉福生物 | 爱贝芙 | 0.5ml/支     | 80%胶原蛋白溶液(澳大利亚), 20%PMMA微球, 0.3%利多卡因          | 11800-22800元/0.5ml                  | 6-12个月 | 2016年       | 除皱、填充凹陷                |



# 多孔微球在塑形和促进胶原再生效果更强，规划于2024年上半年上市销售

- 江苏吴中孙公司达透医疗独家销售代理的聚乳酸面部填充剂 AestheFill 于24年1月正式获批，其主要是PDLLA多孔微球，在塑形和促进胶原再生效果更强，获批适应症为中重度鼻唇沟皱纹。AestheFill自2014年首次在韩国获批上市以来，截至目前已在全球60余个国家和地区销售，表现良好。据头豹研究院，2022年AestheFill在中国台湾地区医美再生注射剂市场以26.5%的份额位列第一。
- 公司目前准备好AestheFill的上市相关推广工作，预计将于2024年上半年在中国大陆正式上市销售。价格上预计整体定位延续高端（与Ellansé、艾维岚价位带差异不大）。目前公司负责医美和营销团队负责人具备丰富的产品推广及医生培训教育经验，正在逐步扩充销售团队，预计渠道铺设和新品推广放量将贡献业绩增量。



图表：我国目前已获批的再生类医美注射产品

| 企业      | 濡白天使<br>爱美客                                  | 伊妍仕少女针<br>华东医药              | 艾维岚童颜针<br>长春圣博玛                                 | AestheFill童颜针S<br>江苏吴中                    |
|---------|----------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 注册证获批时间 | 2021年6月                                      | 2021年4月                     | 2021年4月                                         | 2024年1月                                   |
| 规格      | 0.75ml/支                                     | 1.5ml/支                     | 340mg/支                                         | V100 (100mg)、V200 (200mg)、V200-RF (200mg) |
| 进货价     | 3200元                                        | 4000元                       | 4800元                                           |                                           |
| 终端价格    | 12800元                                       | 18800元                      | 18800元                                          |                                           |
| 适应症     | 真皮深层、皮下浅层及深层注射填充纠正中、重度鼻唇沟皱纹                  | 用于皮下层植入，以纠正中到重度鼻唇沟皱纹        | 注射到真皮深层，以纠正中重度鼻唇沟皱纹                             | 注射到面部真皮深层，以纠正中重度鼻唇沟皱纹                     |
| 微球材料    | 修饰聚左旋乳酸微球（PLLA-PEG）                          | 聚己内酯微球（PCL）                 | 聚左旋乳酸（PLLA）                                     | 聚双旋乳酸（PDLLA）                              |
| 塑性效果    | 含交联HA，即刻填充                                   | 含CMC，即刻填充                   | 无                                               | 即时填充                                      |
| 支撑性     | 极强                                           | 较强                          | 无                                               | 极强                                        |
| 胶原再生原理  | 物理刺激+降解产物                                    | 物理刺激                        | 降解产物                                            | 降解产物                                      |
| 操作可逆性   | 透明质酸可溶解                                      | 无法即刻处理                      | 无法即刻处理                                          | 无法即刻处理                                    |
| 疗程      | 1个疗程为2次注射，第1次注射2~3针，第2次注射1针，第2次在10~12个月视情况补充 | 第1次打2~3针，后续最好再打加强针。维持10个月左右 | 1个疗程为2~3次注射。第1次注射后，间隔1~1.5个月，注射第2次。3次注射效果可达2年以上 |                                           |

## 风险提示

- 1) **原材料价格波动风险**：行业内部分公司处于产业链中上游，需要采购各类大宗商品作为原材料进行加工制造，直接材料采购成本占公司总成本比重较高。原材料价格波动将直接影响公司盈利能力。
- 2) **行业竞争加剧**：家居行业进入从高速步入中高速增长的换挡期，加之行业跨界进入者增多、上市公司募投项目产能释放、客流碎片化等因素相互交杂，内外部因素的变化导致行业竞争将从产品价格的低层次竞争进入到由品牌、网络、服务、人才、管理以及规模等构成的复合竞争层级上。市场竞争的加剧可能导致行业平均利润率的下滑，从而对公司的经营业绩带来不确定性影响。
- 3) **消费需求不达预期**：目前国内外市场的经营环境、供应链也将面临不确定性，从而对公司生产经营目标达成带来不确定性。

## 分析师介绍

**叶乐：**中信建投轻工纺服及教育行业首席分析师，复旦大学金融硕士，2016年加入中信建投证券，2019年“水晶球”中小市值入围，2020年“新财富”海外最佳分析师第5名团队成员，2023年新浪财经金麒麟菁英分析师纺服第4、家居第5，专注于轻工、纺服、教育人力、黄金珠宝、医美等产业研究。联系方式：yele@csc.com.cn。

**黄杨璐：**中信建投证券轻工纺服&教育行业分析师，同济大学金融学硕士，专注于家居、黄金珠宝、教育人力、医美个护等消费服务产业研究，4年证券从业经验。

**张舒怡：**中信建投证券轻工纺服及教育行业分析师，上海财经大学学士、博士，专注于造纸包装、个护文娱、黄金珠宝、出口链、碳中和等产业研究，2年证券从业经验。

### 评级说明

| 投资评级标准                                                                                                                                         |      | 评级   | 说明            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|---------------|
| 报告中投资建议涉及的评级标准为报告发布日后6个月内的相对市场表现，也即报告发布日后的6个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。A股市场以沪深300指数作为基准；新三板市场以三板成指为基准；香港市场以恒生指数作为基准；美国市场以标普500指数为基准。 | 股票评级 | 买入   | 相对涨幅15%以上     |
|                                                                                                                                                |      | 增持   | 相对涨幅5%—15%    |
|                                                                                                                                                |      | 中性   | 相对涨幅-5%—5%之间  |
|                                                                                                                                                |      | 减持   | 相对跌幅5%—15%    |
|                                                                                                                                                |      | 卖出   | 相对跌幅15%以上     |
|                                                                                                                                                | 行业评级 | 强于大市 | 相对涨幅10%以上     |
|                                                                                                                                                |      | 中性   | 相对涨幅-10-10%之间 |
|                                                                                                                                                |      | 弱于大市 | 相对跌幅10%以上     |

## 分析师声明

本报告署名分析师在此声明：(i) 以勤勉的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，结论不受任何第三方的授意或影响。(ii) 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而直接或间接收到任何形式的补偿。

## 法律主体说明

本报告由中信建投证券股份有限公司及/或其附属机构（以下合称“中信建投”）制作，由中信建投证券股份有限公司在中华人民共和国（仅为本报告目的，不包括香港、澳门、台湾）提供。中信建投证券股份有限公司具有中国证监会许可的投资咨询业务资格，本报告署名分析师所持中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格证书编号已披露在报告首页。

在遵守适用的法律法规情况下，本报告亦可能由中信建投（国际）证券有限公司在香港提供。本报告作者所持香港证监会牌照的中央编号已披露在报告首页。

## 一般性声明

本报告由中信建投制作。发送本报告不构成任何合同或承诺的基础，不因接收者收到本报告而视其为中信建投客户。

本报告的信息均来源于中信建投认为可靠的公开资料，但中信建投对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告所载观点、评估和预测仅反映本报告出具日该分析师的判断，该等观点、评估和预测可能在不发出通知的情况下有所变更，亦有可能因使用不同假设和标准或者采用不同分析方法而与中信建投其他部门、人员口头或书面表达的意见不同或相反。本报告所引证券或其他金融工具的过往业绩不代表其未来表现。报告中所含任何具有预测性质的内容皆基于相应的假设条件，而任何假设条件都可能随时发生变化并影响实际投资收益。中信建投不承诺、不保证本报告所含具有预测性质的内容必然得以实现。

本报告内容的全部或部分均不构成投资建议。本报告所包含的观点、建议并未考虑报告接收人在财务状况、投资目的、风险偏好等方面的具体情况，报告接收者应当独立评估本报告所含信息，基于自身投资目标、需求、市场机会、风险及其他因素自主做出决策并自行承担投资风险。中信建投建议所有投资者应就任何潜在投资向其税务、会计或法律顾问咨询。不论报告接收者是否根据本报告做出投资决策，中信建投都不对该等投资决策提供任何形式的担保，亦不以任何形式分享投资收益或者分担投资损失。中信建投不对使用本报告所产生的任何直接或间接损失承担责任。

在法律法规及监管规定允许的范围内，中信建投可能持有并交易本报告中所提公司的股份或其他财产权益，也可能在过去12个月、目前或者将来为本报告中所提公司提供或者争取为其提供投资银行、做市交易、财务顾问或其他金融服务。本报告内容真实、准确、完整地反映了署名分析师的观点，分析师的薪酬无论过去、现在或未来都不会直接或间接与其所撰写报告中的具体观点相联系，分析师亦不会因撰写本报告而获取不当利益。

本报告为中信建投所有。未经中信建投事先书面许可，任何机构和/或个人不得以任何形式转发、翻版、复制、发布或引用本报告全部或部分内容，亦不得从未经中信建投书面授权的任何机构、个人或其运营的媒体平台接收、翻版、复制或引用本报告全部或部分内容。版权所有，违者必究。

## 中信建投证券研究发展部

北京  
东城区朝内大街2号凯恒中心B座12层  
电话：(8610) 8513-0588  
联系人：李祉瑶  
邮箱：lizhiyao@csc.com.cn

上海  
浦东新区浦东南路528号南塔2103室  
电话：(8621) 6882-1600  
联系人：翁起帆  
邮箱：wengqifan@csc.com.cn

深圳  
福田区福中三路与鹏程一路交汇处广电金融中心35楼  
电话：(86755) 8252-1369  
联系人：曹莹  
邮箱：caoying@csc.com.cn

## 中信建投（国际）

香港  
中环交易广场2期18楼  
电话：(852) 3465-5600  
联系人：刘泓麟  
邮箱：charleneliu@csc.hk

