

纺织服装

618 国牌表现靛眼，新平台快速兴起

评级：增持（维持）

分析师：王雨丝

执业证书编号：S0740517060001

电话：021-20315196

Email: wangys@r.qizq.com.cn

分析师：曾令仪

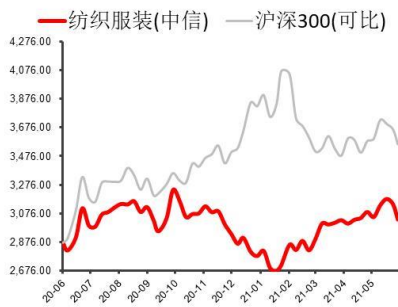
执业证书编号：S0740520080005

Email: zengly@r.qizq.com.cn

基本状况

上市公司数	90
行业总市值(亿元)	5,342.55
行业流通市值(亿元)	3,931.82

行业-市场走势对比



相关报告

1. 线上购物快速增长，全渠道融合提速
2. 双十一服装行业战报跟踪
3. 2021 全球纺服需求有望持续向好
4. 运动服饰高景气度延续，关注品牌
5. 20Q4 羽绒服热卖，头部品牌高端化趋势延续
6. 2021 年投资策略报告：危机中求变，复苏下存机
7. 3 月约五成已发布业绩预告的公司全年净利润增幅回正
8. 运动服饰高景气度延续，关注头部品牌
9. 2020 业绩逐季恢复，2021 开年纺服社零高增长

重点公司基本状况

简称	股价 (元)	EPS				PE				PEG	评级
		2020	2021E	2022E	2023E	2020	2021E	2022E	2023E		
森马服饰	12.19	0.30	0.58	0.70	0.83	41	21	17	15	1.00	买入
海澜之家	7.26	0.41	0.68	0.80	0.91	18	11	9	8	0.59	买入
地素时尚	19.89	1.31	1.53	1.77	2.05	15	13	11	10	0.95	增持
健盛集团	8.00	-1.34	0.62	0.86	1.02	-6	13	9	8	-0.03	买入
华利集团	99.78	1.61	2.19	2.72	3.33	62	46	21	17	2.26	增持
安踏体育	146.0	1.91	2.80	3.42	4.14	76	52	43	35	2.60	买入

备注：收盘价为 2021 年 6 月 18 日

投资要点

行业数据：

- **618 国牌表现靛眼，新平台快速兴起。**复盘今年 618，国牌热情高涨，其中国产运动品牌中国李宁/迪桑特/Fila/安踏/特步/李宁的天猫官方旗舰店分别同增 164%/150%/69%/59%/41%/39%，而海外品牌 Adidas/Nike/Puma 则分别同比下降 32%/26%/14%；此外，抖音直播带货成为此次 618 各品牌发力的新渠道，平台整体直播总时长达 2852 万小时，累计看播 372 亿人次。其中太平鸟女装、Teenie Weenie 及 Adidas 旗舰店销售额位列带货主播总榜前三。
- **5 月社零增速环比回落，纺服线上线下仍保持双位数增长**
2021 年 5 月社会消费品零售总额同比+12.4%（增速环比-5.3PCTs），较 2019 年同期+9.3%。其中纺服品类同比+12.3%（增速环比-18.9PCTs），较 2019 年 5 月+8.2%。从 1-5 月累计零售额看，纺服社零同比+39.1%，超过 2019 年同期+2%。

线上方面，2021 年 1-5 月全国穿着类网上实物商品销售额同比+28.2%。阿里平台（天猫&淘宝）女装/男装/童装/家纺/运动鞋服销售额同比增速分别为-9%/-23%/-12%/-27%/+37%，主要因 618 大促预售期提前所致。而期内各品类预销售额分别+192%/+320%/+189%/+1064%/+248%

出口：2021 年 1-5 月纺织服装累计出口金额同比+17.2%，相较 2019 年同期+13.2%。分品类看，纺织类/服装类产品出口金额分别累计同比-3.2%/+48.1%，单月出口金额分别同比-41.3%/+37%。纺织品出口大幅减少，主要因去年同期高基数，以及防疫物资需求减少所致。

- **行业观点及投资建议：**行业景气度高，精准差异化定位、多品牌矩阵完善的国内第一运动品牌**安踏体育**（2021 年 52x）；终端恢复优于行业，且管理效率持续提升、估值仍有提升空间的**地素时尚**（2021 年 13x）；供应链及组织架构改革红利有望持续显现，叠加高激励政策及数字化布局，盈利能力有望进入快速提升期的**太平鸟**（2021 年 24x）；童装龙头优势明显，成人装改革成效逐步显现，复苏可期的**森马服饰**（2021 年 21x）；以及下游绑定高景气优质客户、产能扩张意愿强的运动鞋制造龙头**华利集团**（2021 年 46x）。
- **风险提示：**宏观经济增速放缓风险；终端消费需求放缓；棉价异动风险。

内容目录

618: 国牌表现靛眼, 新平台快速兴起	- 3 -
板块表现	- 5 -
行业数据	- 5 -
品牌服饰: 5月社零增速环比回落, 纺服线上线下仍保持双位数增长	- 6 -
棉纺制造: 国内棉花供需缺口持续扩大, 纺织品需求景气度高	- 10 -
行业公告&资讯	- 13 -
风险提示	- 15 -
附录: 图表	- 15 -
投资评级说明	- 16 -

618: 国牌表现靛眼, 新平台快速兴起

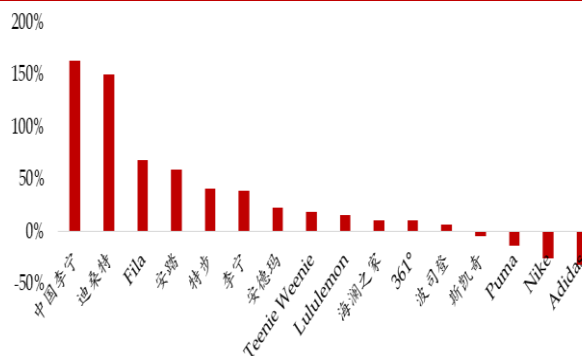
- 今年 618 全网 GMV 达 5784.8 亿元 (+26.5%), 其中天猫依然占第一 (天猫数据显示, 其 6.18 日第一小时成交额同比增长 100%), 京东、唯品会紧随其后 (来源: 星图数据)。
 - 运动服饰: 国牌热情高涨, 行业龙头表现靛眼。从品牌天猫官方旗舰店 618 销售额增速看, 运动国牌均取得了高增长, 中国李宁/迪桑特/Fila/安踏/特步/李宁分别同增 164%/150%/69%/59%/41%/39%。而海外品牌 Adidas/Nike/Puma 则分别同比下降 32%/26%/14%, 或与新疆棉事件后消费者对海外品牌的认同度有所改变, 同时国牌认知度提升有关。
 - 其他品类的 TOP10 品牌中, 均以国牌为主。此外在一些细分领域不乏亮点, 如森马女装的“森马女连衣裙印花字母”款依托高效快反成为天猫女装新品榜单的 TOP1。复合“舒适、取悦自己”趋势的无钢圈内衣品牌 Ubras、蕉内也位列内衣 TOP3。

图表 1: 天猫 618 新品榜单



来源: 天猫数据, 中泰证券研究所 (累计 6.1-6.17)

图表 2: 部分服装公司天猫旗舰店 618 销售同比



来源: 淘数据汇总, 中泰证券研究所 (2021.6.1-2021.6.20 品牌旗舰店销售同比)

- 除了传统电商平台外, 刚开始做电商的抖音凭借其擅长的内容营销, 利用平台丰富的主播资源, 并携手明星, 618 期间直播带货热度高涨。
 - 根据抖音数据, 618 期间平台直播总时长达 2852 万小时、商家自播总时长 1647 万小时、累计看播 372 亿人次、单长成交额破千万直播间达到 153 个。
 - 各品牌也纷纷发力抖音平台, 在抖音品牌自播带货中, 太平鸟女装、Teenie Weenie 及 Adidas 官旗店销售额位列总榜前三。分品品类看, 太平鸟/Teenie Weenie/海澜之家分别位列服饰内衣品牌榜的 1/2/10 名, 巴拉巴拉/安踏位列母婴宠物的第 1/2 名, 李宁/Fila/安踏/特步/361 度分别位列户外运动品牌的 2/3/5/8/9 名。

图表 3: 抖音品牌自播榜-618 带货主播总榜中服装品牌情况

在总榜中的名次	播主名称	销售额 (万元)
1	太平鸟女装官方旗舰店	7423.9
2	Teenie Weenie官方旗舰店	7302.3
3	Adidas官方旗舰店	4484.7
8	妖精口袋	3287.3
13	音儿YINER旗舰店	2462.6
19	森马官方旗舰店	2193.5
23	波司登	1810.4
26	Ubras官方旗舰店	1758.1
27	伊芙丽官方旗舰店	1726.2

来源: 飞瓜数据, 中泰证券研究所 (6.1-6.18日数据)

图表 4: 2020 年 618 天猫及抖音平台各服装品类榜单

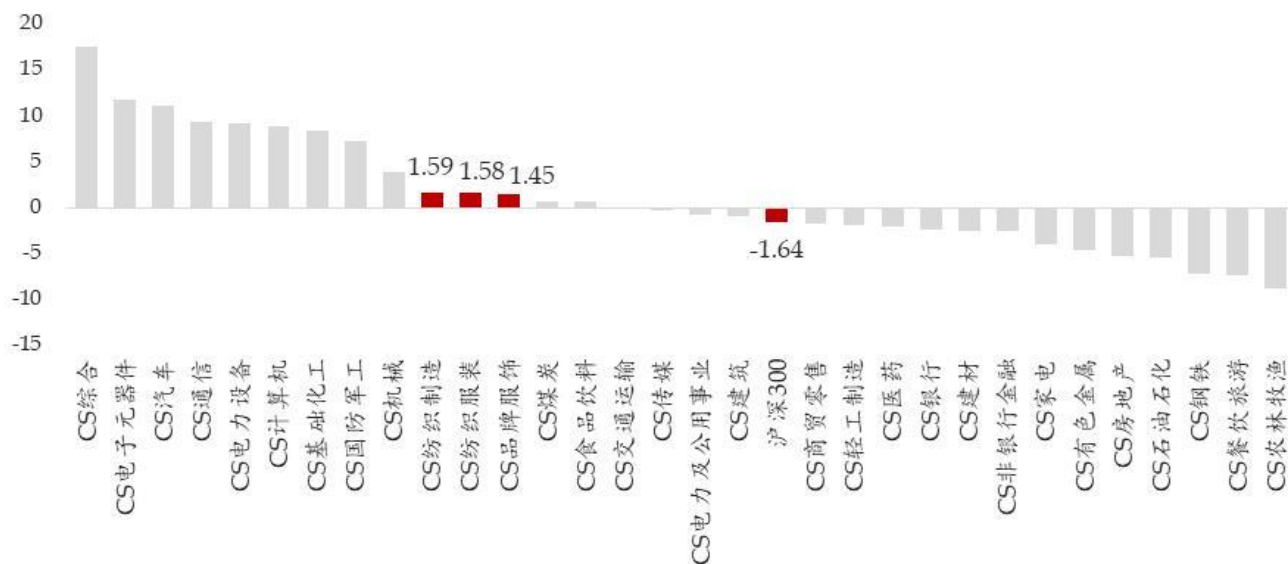
2021年天猫618服装品类销售额Top10				
女装	男装	童装	运动	内衣
1 优衣库	1 优衣库	1 巴拉巴拉	1 Nike	1 Ubras
2 UR	2 南极人	2 安踏	2 Adidas	2 南极人
3 ITIB	3 花花公子	3 Dave&Bella	3 安踏	3 蕉内
4 伊芙丽	4 海澜之家	4 南极人	4 Vans	4 内外
5 MO&CO	5 太平鸟	5 优衣库	5 李宁	5 曼妮芬
6 ONLY	6 罗蒙	6 Gap	6 Fila	6 优衣库
7 Vero Moda	7 森马	7 paw in paw	7 new balance	7 猫人
8 Zara	8 雅戈尔	8 Fila	8 斯凯奇	8 恒源祥
9 诗篇	9 恒源祥	9 迪士尼	9 Jordan	9 有棵树
10 太平鸟	10 杰克琼斯	10 Mini peace	10 Puma	10 浪莎

2021年抖音618服装品类销售额Top10				
总榜	服饰内衣	母婴宠物	户外运动	鞋靴箱包
1 出处	1 太平鸟	1 巴拉巴拉	1 Adidas	1 百丽
2 WHOO	2 Teenie Weenie	2 安踏	2 李宁	2 达芙妮
3 中国黄金	3 简&搭	3 Babycare	3 Fila	3 思加图
4 奢品匯	4 UPRAISE	4 笛莎	4 斯凯奇	4 路易卡迪
5 华为	5 音儿	5 巴布豆	5 安踏	5 OINNY
6 苹果	6 晶咕	6 贵人鸟	6 POLOSPORT	6 蔻驰
7 周六福	7 SPARTACKSS	7 other	7 安德玛	7 他她
8 太平鸟	8 罗蒙	8 爱酷熊	8 特步	8 喻可
9 Teenie Weenie	9 LENMOSTUDIOLEE	9 雅鹿	9 361°	9 凯蒂克里
10 周大生	10 海澜之家	10 迪士尼	10 佑游	10 迪柯文

来源: ECdataway 数据, 亿邦动力网, 中泰证券研究所

板块表现

图表5: 近一月板块表现: 纺织制造 (+1.59%)、品牌服饰 (+1.58%), 沪深300指数 (-1.64%)



来源: wind, 中泰证券研究所

图表6: 品牌服装 (28x)、纺织制造 (26x) 板块估值 (截至 2021.6.18 收盘价)

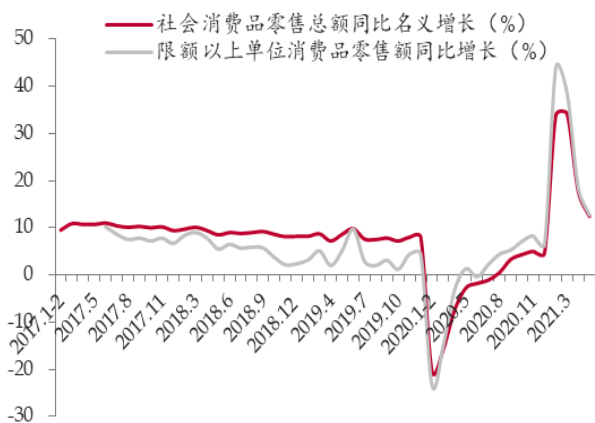


来源: Wind, 中泰证券研究所

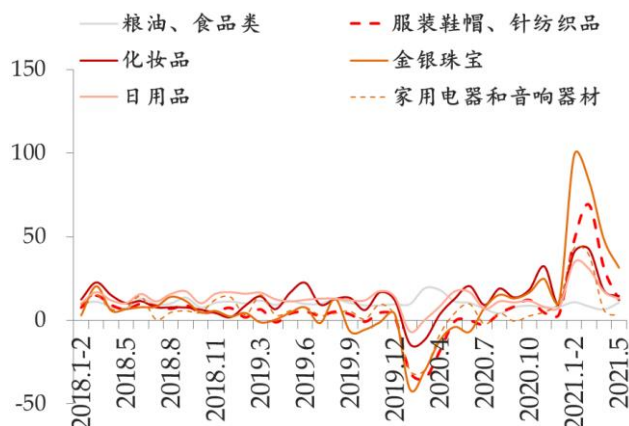
行业数据

品牌服饰：5月社零增速环比回落，纺服线上线下仍保持双位数增长

- 据国家统计局新数据显示,2021年5月社会消费品零售总额35945亿元,同比增长12.4%,比2019年5月增长9.3%,两年平均增速为4.5%。其中限额以上企业销售额增速为12.7%,增速环比-5.8PCTs。
- 分品类看,5月各品类零售额增速环比有所下滑。其中必须消费品需求相对稳健,粮油食品/日用品零售额分别同比+10.6%/+13%,增速环比+4.1/-4.2PCTs。可选消费品增长相对强劲,金银珠宝/化妆品/家用电器和音响器材零售额增速分别同比+31.5%/+14.6%/+3.1%,环比-16.8/-3.2/-3PCTs。**服装鞋帽、针纺织品零售额同比+12.3% (增速环比-18.9PCTs),较2019年5月+8.2%。从1-5月累计零售额看,纺服社零同比+39.1%,较2019年同期+2%。**

图表 7: 2021.4月社零/限额以上企业零售额当月同比增速 (%) (数据更新至 21.6.18)


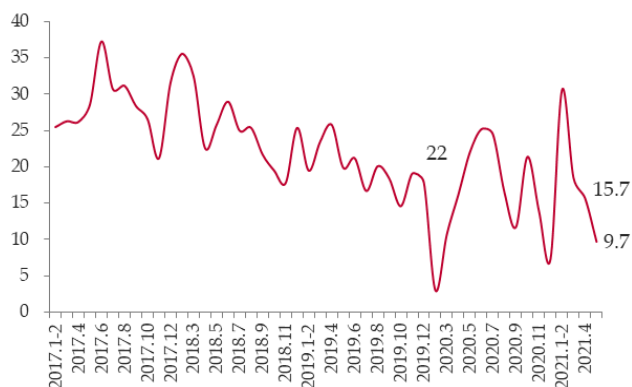
来源：国家统计局，中泰证券研究所

图表 8: 2021.5月社零总额中分品类销售额当月同比%。(数据更新至 21.6.18)


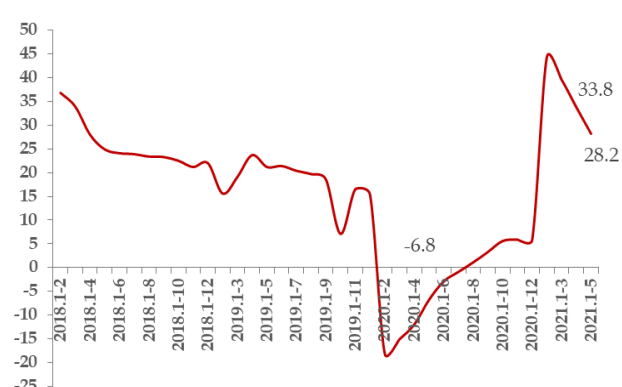
来源：国家统计局，中泰证券研究所

- 分渠道看,2021年5月全国网上零售额累计同比+24.7%,两年平均增长14.2%。实物商品网上零售额中,吃类和用类商品增长分别环比-0.3/-3PCTs至+24.2%/+17%,**穿着类网上实物商品销售额表现较为突出,同比+28.2% (增速环比-5.6PCTs)**。线下方面,5月实体店消费品零售额累计同比增长27.5%,较2019年同期增长3.2%,其中5月单月保持13.3%的双位数增长。同时,百家重点大型零售企业零售额5月单月同比+7.4%,其服装类市场销售同比+10.9%。

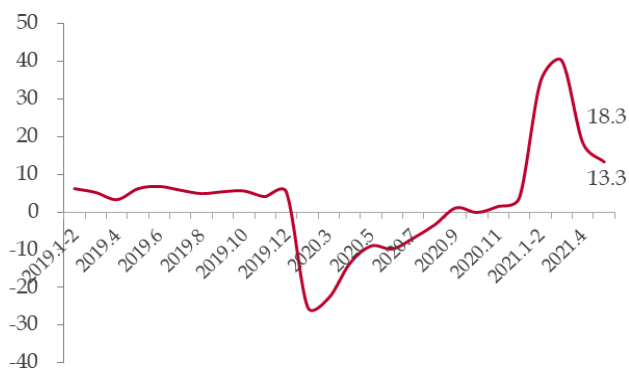
图表 9: 2017.1-2至2021.5月社零总额中线上实物销售额当月同比增速 (%)
图表 10: 2018.1-2至2021.1-5月网上穿着类服装销售额累计同比增速 (%)



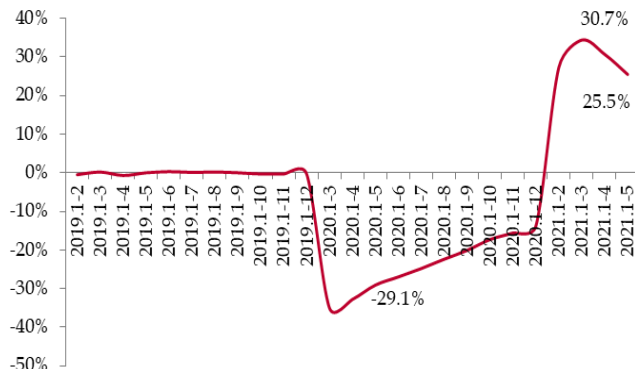
来源：中华全国商业信息网，中泰证券研究所



来源：中华全国商业信息网，中泰证券研究所

图表 21: 2019 至 2021.5 网下实体店消费品零售额当月同比增速 (%)


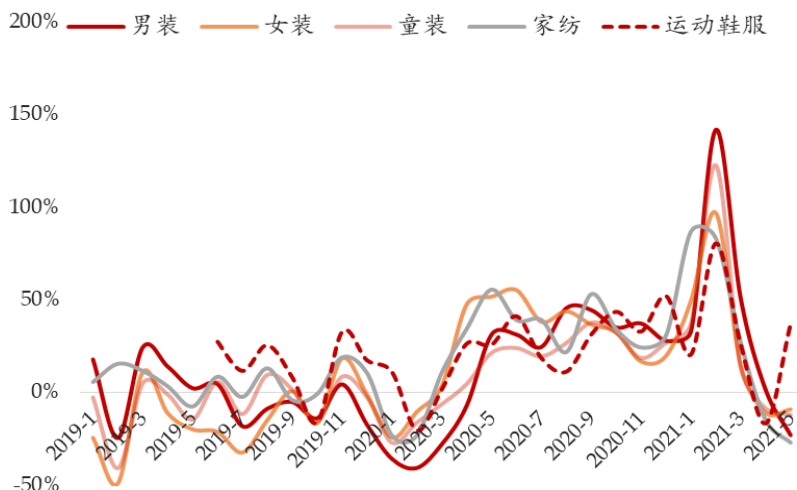
来源：中华全国商业信息网，中泰证券研究所

图表 22: 2019 至 2021.5 月百家重点大型零售企业累计零售额同比增速 (%)


来源：中华全国商业信息网，中泰证券研究所

- 从线上服装销售情况来看，2021 年 5 月服装线上销售受 618 大促预售期提前的影响，除运动服饰保持高景气度外，各品类同比均呈负增长。具体来看，阿里平台(天猫&淘宝)女装/男装/童装/家纺/运动鞋服销售额同比增速分别为-9%/-23%/-12%/-27%/+37%，其中销量分别同比-9%/-14%/-15%/+7%/+94%。而期内各品类预售额均大幅，分别+192%/+320%/+189%/+1064%/+248%，预售量分别同比+152%/+318%/+136%/+1363%/+204%。

图表 11: 2019.1 月至 2021.5 月天猫、淘宝平台男/女/童装、家纺、运动服饰销售额当月同比 (%)



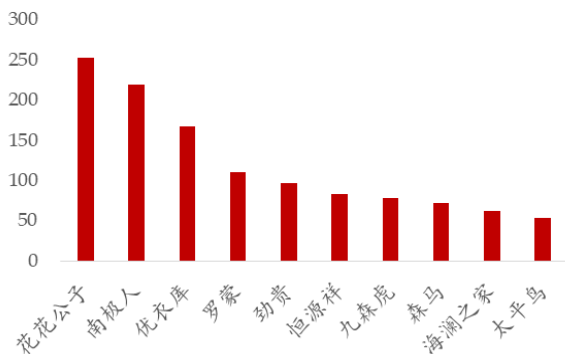
来源：淘宝数据汇总，中泰证券研究所

➤ 从品牌端看，2021年5月男女装头部品牌预售量较大，使得消费后置，导致排名有所下滑。此外，童装及家纺头部品牌格局相对稳健，国内运动服饰品牌持续走强。从集团角度看，5月安踏新品牌持续快速增长，Fila kids/Fila Fusion/Descente/始祖鸟天猫旗舰店分别同比+37%-66%/+60%/+108%。2021年5月各品类天猫销售额TOP5品牌分别为：(括号内数据为品牌旗舰店2021年5月整体成交额同比增速，非分品类数据)

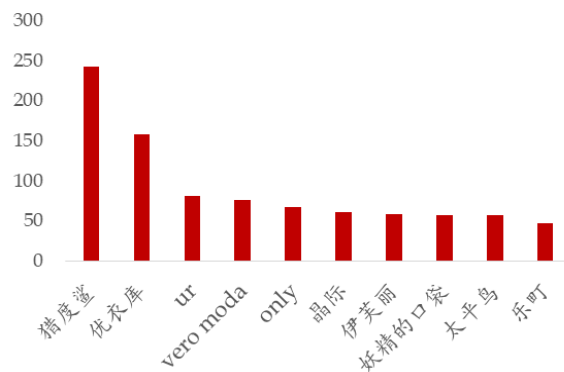
- 1) 女装：猎度鲨、优衣库(旗舰店-14%)、UR(旗舰店-10%)、Vero Moda(旗舰店-35%)、Only(旗舰店-33%);
- 2) 男装：花花公子、南极人、优衣库、罗蒙、劲贵;
- 3) 童装：巴拉巴拉(旗舰店+3%)、南极人、Dave & bella、安踏(童装旗舰店+27%)、Uniqlo;
- 4) 家纺：南极人、水星(旗舰店-5%)、博洋、北极绒、罗莱(旗舰店+69%);
- 5) 运动：①运动服：李宁(旗舰店+26%)、安踏(旗舰店+14%)、Fila(旗舰店+58%)、Adidas(旗舰店-70%)、Nike(旗舰店-66%);
②运动鞋：安踏、Nike、李宁、特步(旗舰店+43%)、Adidas。

图表 12: 2021.5月天猫平台男装销售额 TOP10 品牌 (万元)

图表 13: 2021.5月天猫平台女装销售额 TOP10 品牌 (万元)

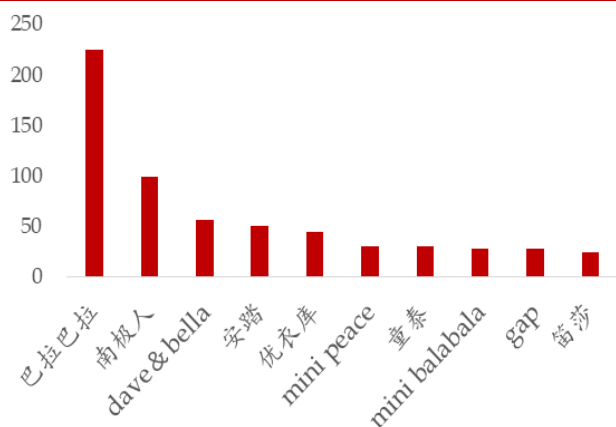


来源：淘宝数据汇总，中泰证券研究所



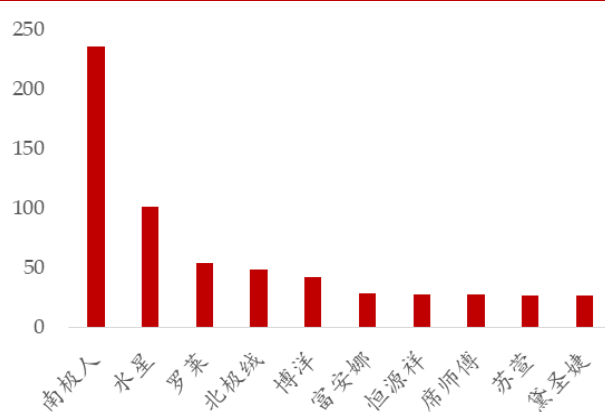
来源：淘宝数据汇总，中泰证券研究所

图表 14: 2021.5 月天猫平台童装销售额 TOP10 品牌 (万元)



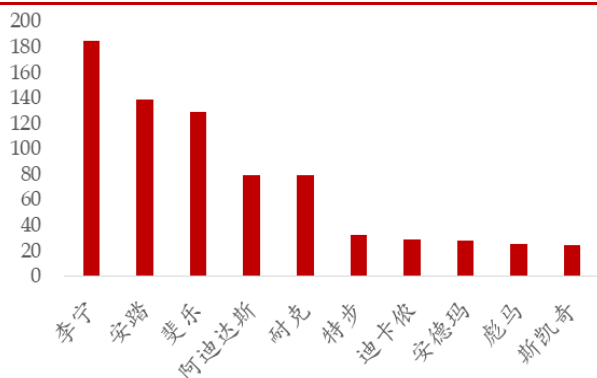
来源：淘宝数据汇总，中泰证券研究所

图表 15: 2021.5 月天猫平台床上用品销售额 TOP10 品牌 (万元)



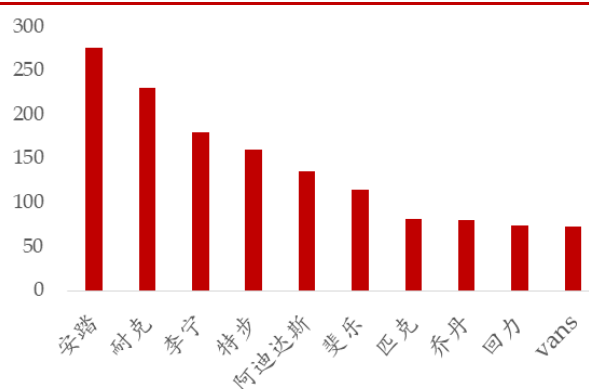
来源：淘宝数据汇总，中泰证券研究所

图表 16: 2021.5 月天猫平台运动服销售额 TOP10 品牌 (万元)



来源：淘宝数据汇总，中泰证券研究所

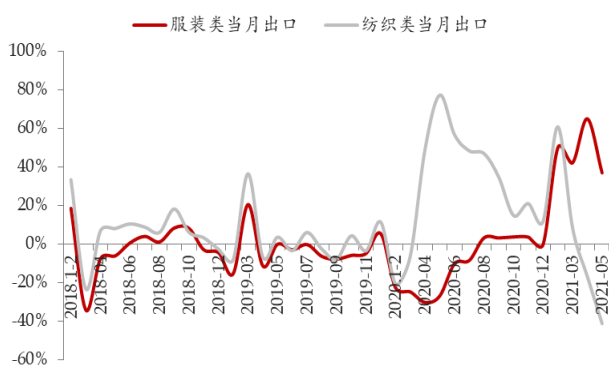
图表 17: 2021.5 月天猫平台运动鞋销售额 TOP10 品牌 (万元)



来源：淘宝数据汇总，中泰证券研究所

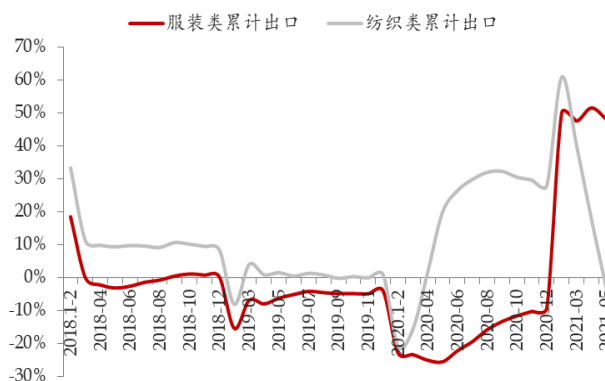
- 2021年5月服装出口景气，纺织品需求同比大幅回落。**从出口看，2021年5月纺织类/服装类产品出口金额分别累计同比-3.2%/+48.1%，单月出口金额分别同比-41.3%/+37%。其中服装出口得益于海外疫苗接种率提升，终端消费及渠道补库需求恢复，同比快速增长。而纺织品出口大幅减少，主要因去年同期高基数，以及防疫物资需求减少所致。总体来看，1-5月纺织服装累计出口金额同比+17.2%，相较2019年同期+13.2%。

图表 18: 2021.5月当月服装类出口金额同比+37%，纺织类出口金额同比-41.3%



来源: Wind, 中泰证券研究所

图表 19: 2021.5月服装类出口金额累计同比+48.1%，纺织类出口金额累计同比-3.2%



来源: Wind, 中泰证券研究所

棉纺制造：国内棉花供需缺口持续扩大，纺织品需求景气度高

- 截至2021年6月17日，棉花328价格指数收于15904元/吨，单价环比/同比变动-20/+3954元；Cotlook A价格指数收于95.6美分/磅，环比/同比变动+7.6/+29.1美分。
- 从原材料端看，6月USDA预期2021/22年国内外棉花供需缺口持续扩大。**从国内看，USDA预计2020/21年中国棉花供给为821.9万吨，需求为893.8万吨，供需缺口71.9万吨，5月预期扩大27.2万吨，主要因国内消费量增长21.8万吨，而产量减少16.3万吨、进口量增加10.9万吨所致。对比2020/21年，供给量/需求量分别-92.6/+22.2万吨，库销比相应-10.5PCTs至86.7%。从全球市场看，棉花供需缺口环比扩大35.3至79.8万吨，主要因国内新疆棉花种植面积低于预期，整体产能较上月预期-12.4万吨。消费量调增23万吨，主要得益于中国、孟加拉及土耳其

等地需求的复苏。此外，全球棉花进出口量基本持平。对比 2020/21 年，全球棉花供给量/需求量分别+103.1/+80.1 万吨，库销比-3.4PCTs 至 52.8%，主要因期末库存的大幅减少。

- **从终端需求看，纺服国内外终端市场需求持续复苏。**内需方面，2021 年 1-5 月服装鞋帽、针纺织品/网上穿着类实物商品零售额分别累计同比+39.1%/+28.2%。出口方面，2021 年 1-5 月纺织服装累计出口增速为+17.2%，其中纺织类/服装类产品出口金额分别累计同比-3.2%/+48.1%。
- **从库存情况看，5 月市场景气度高，产品库存加速周转。**5 月国内棉花工业库存环比+0.6 至 86.2 万吨（同比+18.3）。从中间环节看，国内纱线/坯布库存天数分别 8.1/15.4 天，较上月分别-1.9/-1.4 天，主要因印度订单回流，国内纺企开工率较高（5 月纱线/布产量环比持平/+0.4%，同比+3.7%/+6.4%），产品出货顺畅产。

图表 20: USDA 对中国棉花供需预测 (万吨)

	期初库存	产量	进口量	国内消费量	出口量	期末库存
2014/15	1,365.4	653.2	180.3	740.3	1.5	1,457.0
2015/16	1,365.4	479.0	95.9	783.8	2.8	1,234.5
2016/17	1,234.5	495.3	109.6	838.2	1.3	999.8
2017/18	999.8	598.7	124.3	892.7	1.1	827.2
2018/19	827.2	604.2	209.9	860.0	3.5	776.6
2019/20	776.7	593.3	155.4	718.5	3.5	803.4
2020/21	803.5	642.3	272.2	870.9	0.7	846.4
2021/22 (21 年 6 月)	846.4	582.4	239.5	892.7	1.1	774.5
2021/22 (21 年 5 月)	840.5	598.7	228.6	870.9	1.1	795.8

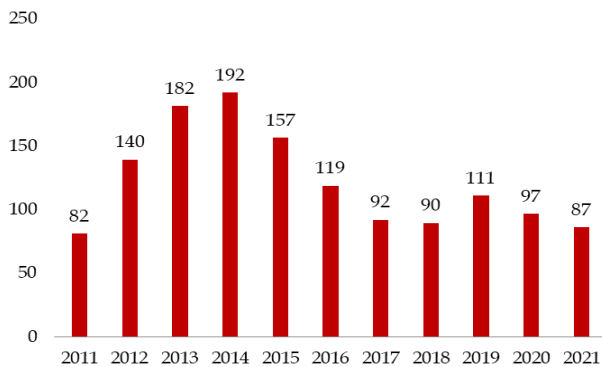
来源: USDA, 中泰证券研究所

图表 21: USDA 对全球棉花供需预测 (万吨)

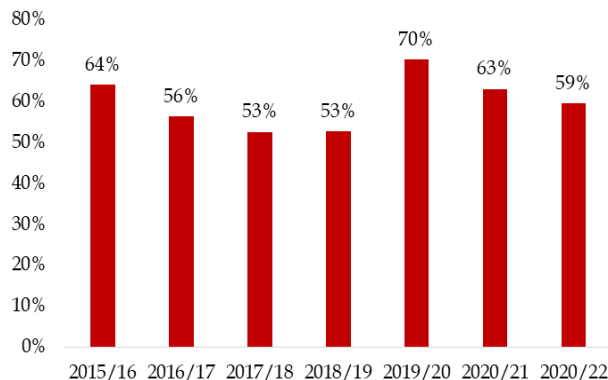
	期初库存	产量	进口量	国内消费量	出口量	期末库存
2014/15	2,249.3	2,595.1	785.3	2,425.9	768.8	2,431.4
2015/16	2,324.0	2,093.5	771.2	2,465.4	755.5	1,962.8
2016/17	1,962.8	2,322.6	820.8	2,529.3	824.7	1,747.5
2017/18	1,747.5	2,695.0	895.9	2,672.7	905.4	1,757.9
2018/19	1,757.9	2,583.4	921.3	2,619.9	901.4	1,747.7
2019/20	1,748.3	2,655.9	871.5	2,223.6	887.0	2,165.1
2020/21	2,128.7	2,465.9	1,033.5	2,569.9	1,032.3	2,025.9
2021/22 (21 年 6 月)	2,024.1	2,588.1	1,014.4	2,667.9	1,014.4	1,944.3
2021/22 (21 年 5 月)	2,025.6	2,600.5	990.8	2,644.9	990.9	1,981.1

来源: USDA, 中泰证券研究所

图表 22: USDA 预期 2021 年中国棉花库存消费比为 86.7% (更新至 2021.6.18)
图表 23: ICAC 预期 2021/22 年全球棉花库存消费比较上月持平为 59.5% (更新至 2021.6.18)

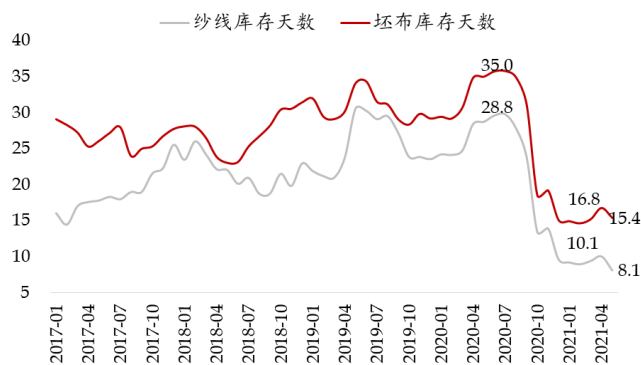


来源: USDA, 中泰证券研究所



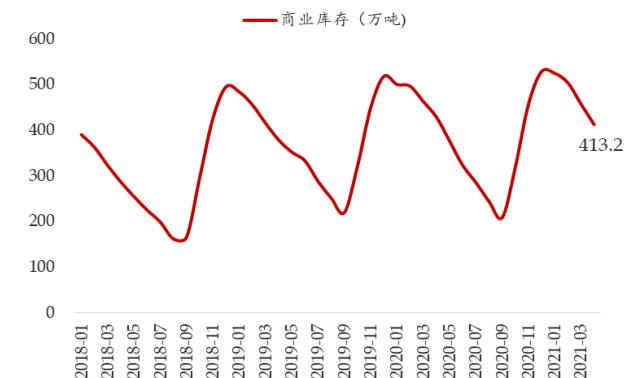
来源: ICAC, 纺织网, 中泰证券研究所

图表 24: 2021.5 月国内纱线/坯布库存天数分别为 8.1/15.4 天, 分别环比-1.93/-1.36 天



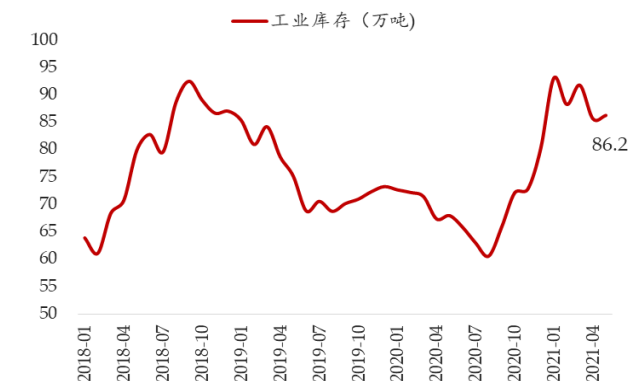
来源: 中国棉花协会, Wind, 中泰证券研究所

图表 25: 2021.4 月国内棉花商业库存为 413.2 万吨, 环比-44.9 万吨



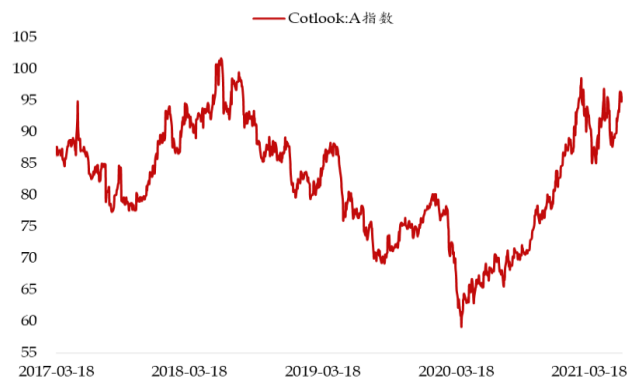
来源: Wind, 中泰证券研究所

图表 26: 2021.5 月国内棉花工业库存为 86.2 万吨, 环比+0.6 万吨



来源: 国家统计局, 中泰证券研究所

图表 27: CotlookA 指数 (较上月+7.6 至 95.6 美分/磅) (更新至 2021.6.18)



来源: Wind, 中泰证券研究所

图表 28: 国棉现货 328 (较上月-20 元至 15904 元/吨) (更新至 2021.6.18)

图表 29: 长绒棉 237 (较上月+200 元至 22300 元/吨) (更新至 2021.6.18)



来源：Wind，中泰证券研究所



来源：Wind，中泰证券研究所

行业公告&资讯

■ 行业公告

【太平鸟】关于持股5%以上股东宁波鹏灏持有公司股份比例从9.15%减少至8.20%；公司持股5%以上股东禾乐投资持有公司股份比例从6.37%减少至6.16%。宁波鹏灏系公司控股股东太平鸟集团有限公司控制的有限合伙企业，太平鸟集团有限公司系禾乐投资的第一大股东。上述股东为一致行动人，合计减持比例占公司股份总数的1.16%。

【乔治白】公司本员工持股计划拟筹集资金总额不超过4200万元，参加对象包括公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员，公司（含子公司）核心业务人员和一线基层员工，参加对象总人数不超过2500人。本员工持股计划将以3.00元/股的价格购买公司回购专用账户已回购的股份，共计不超过1,400万股。第一批解锁时点目标以2020年营业收入为基数，2022年营业收入增长率不低于32%；第二批解锁时点目标以2020年营业收入为基数，2023年营业收入增长率不低于50%。

【地素时尚】公司首次公开发行限售股上市流通，本次涉及股东为马艺芯，锁定期自公司股票上市之日起三十六个月，本次限售股上市流通数量为48,016,296股，占公司总股本的9.9784%，将于2021年6月22日起上市流通。

【朗姿股份】公司于2021年6月4日收到股东申炳云先生发来的《关于拟减持朗姿股份股票的告知函》，申炳云先生拟通过集中竞价交易或大宗交易等方式减持其持有的公司股份不超过19,876,900股，占公司总股本的4.49%。本次减持系其本人生活安排和资产规划的需要，坚定地看好公司未来发展的前景，尤其对公司医美业务的发展充满信心。为此，2021年6月8日，申炳云先生向公司发来《承诺函》，结合其本人资产

规划，其同意并承诺，待其所持公司股票减持计划实施完毕后，将通过合规的途径和合适的方式，以不低于 5 亿元人民币的金额，助力公司医美业务的战略实施。

【华利股份】2021 年 5 月 20 日召开了第一届董事会第十一次会议，审议通过了《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意使用暂时闲置募集资金购买安全性高、流动性好的现金管理类理财产品，预计交易金额不超过人民币 25 亿元。至 6 月 11 日，公司购买现金理财 4.92 亿元预期年化收益率 1.65%或 2.95%或 3.15%

■ 行业新闻

【豪掷 10 亿，高瓴对特步出手了】2021 年 6 月 15 日，特步与高瓴订立认购协议，认购发行本金总额为 5 亿港元的可换股债券，初步换股价每股换换股份 10.244 港元，较 6 月 11 日收市价每股股份 8.88 港元溢价约 15.4%。与此同时，高瓴还将战略投资 6500 万美元（约 5.06 亿港元）于特步环球旗下“盖世威”及“帕拉丁”品牌的全球业务。这意味着，对特步及其旗下公司，高瓴此次共计出手约 10 亿港元（约合 8.24 亿人民币）。

原文：<https://mp.weixin.qq.com/s/UJqUb53s0hIW9sHkeLRA6w>（资料来源：中服网）

【Chanel 连续跑输行业，去年收入大跌 18%】，Chanel 周二在官网发布了 2020 年年度报告。受疫情影响，该品牌去年销售额同比大跌 18%至 101 亿美元，营业利润也减少 41.4%至 20.49 亿美元。相较之下，2020 年 LVMH 核心品牌 Louis Vuitton、Dior 所在的时装皮具部门全年有机销售额仅下跌 3%至 212 亿欧元，第四季度收入大涨 18%至 72.73 亿欧元，远超过分析师预期，成为下半年该集团表现最强劲的业务。

原文：<https://mp.weixin.qq.com/s/jneXpGG3A99NQoT3MpJ3BA>（资料来源：LADYMAX）

【361° 官宣龚俊为品牌全球代言人】2021 年 6 月 16 日，运动品牌 361° 官宣青年演员龚俊为全球品牌代言人，成为各界关注热议的焦点。作为国内领先运动品牌，361° 此前的代言人矩阵以体育明星和专业运动员为主，此次官宣当红青年演员龚俊作为其全球品牌代言人，展现了 361° 品牌年轻化、时尚化的决心。

原文：https://mp.weixin.qq.com/s/_M7DLmi7m5tN7YFUi5fPPQ（资料来源：中服圈）

【安踏上半年归母净利预增 110%，市值超阿迪达斯】发截至 6 月 30 日，按综合基准，预期与 2020 年中期相比，安踏预期今年上半年经营溢利将增长不少于 55%，也就是不低于 55.8 亿人民币（去年中期约 36 亿元人民币）不考虑去年上半年 Amer Sports 的亏损影响，股东应占溢利将增长不少于 65%（2020 年中期约 23.8

亿元人民币),如果考虑 Amer Sports 的数据则增长不少于 110%,也就是不低于 34.8 亿(2020 年中期约 16.58 亿元人民币)。

原文:

<https://mp.weixin.qq.com/s/JwG0Uryi1b5WMc54nQ-Jcw>
<https://mp.weixin.qq.com/s/JwG0Uryi1b5WMc54nQ-Jcw> (资料来源:中服网)

风险提示

- **宏观经济增速放缓风险。**经济增速下行影响居民可支配收入,削弱消费升级驱动力。
- **终端消费低迷风险。**消费疲软恐致品牌服饰公司销售情况低于预期。
- **棉价异动致风险。**棉花产业政策存在不确定性,价格剧烈波动下纺织企业盈利恐承压。

附录: 图表

图表 30: 纺织服装行业重点公司盈利预测及估值

简称	股价 (元)	EPS (元)				PE				PEG
		2019A	2021E	2022E	2023E	2019A	2021E	2022E	2023E	
安踏体育	146.06	1.91	2.80	3.42	4.14	76	52	43	35	2.60
波司登	3.78	0.16	0.19	0.22	0.25	24	20	17	15	1.28
歌力思	15.80	1.34	1.39	1.11	1.28	12	11	14	12	-7.72
森马服饰	12.19	0.30	0.58	0.70	0.83	41	21	17	15	1.00
海澜之家	7.26	0.41	0.68	0.80	0.91	18	11	9	8	0.59
地素时尚	19.89	1.31	1.53	1.77	2.05	15	13	11	10	0.95
水星家纺	14.30	1.03	1.38	1.60	1.81	14	10	9	8	0.67
健盛集团	8.00	-1.34	0.62	0.86	1.02	-6	13	9	8	-0.03
太平鸟	47.18	1.50	2.01	2.47	2.94	32	24	19	16	1.25
华利集团	99.78	1.61	2.19	2.72	3.33	62	46	21	17	2.26

来源: Wind, 中泰证券研究所预测整理 注: 收盘价截至 2021 年 6 月 18 日

投资评级说明

	评级	说明
股票评级	买入	预期未来 6~12 个月内相对同期基准指数涨幅在 15%以上
	增持	预期未来 6~12 个月内相对同期基准指数涨幅在 5%~15%之间
	持有	预期未来 6~12 个月内相对同期基准指数涨幅在-10%~+5%之间
	减持	预期未来 6~12 个月内相对同期基准指数跌幅在 10%以上
行业评级	增持	预期未来 6~12 个月内对同期基准指数涨幅在 10%以上
	中性	预期未来 6~12 个月内对同期基准指数涨幅在-10%~+10%之间
	减持	预期未来 6~12 个月内对同期基准指数跌幅在 10%以上
备注：评级标准为报告发布日后的 6~12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的相对市场表现。其中 A 股市场以沪深 300 指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以摩根士丹利中国指数为基准，美股市场以标普 500 指数或纳斯达克综合指数为基准（另有说明的除外）。		

重要声明：

中泰证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证券监督管理委员会许可的证券投资咨询业务资格。本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告基于本公司及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响。但本公司及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，可能会随时调整。本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。本报告所载的资料、工具、意见、信息及推测只提供给客户作参考之用，不构成任何投资、法律、会计或税务的最终操作建议，本公司不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。

市场有风险，投资需谨慎。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

投资者应注意，在法律允许的情况下，本公司及其本公司的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。本公司及其本公司的关联机构或个人可能在本报告公开发布之前已经使用或了解其中的信息。

本报告版权归“中泰证券股份有限公司”所有。未经事先本公司书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“中泰证券研究所”，且不得对本报告进行有悖原意的删节或修改。