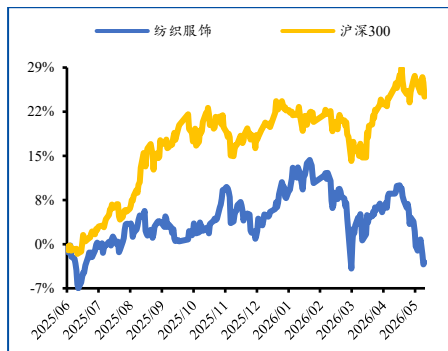


投资评级:看好 (维持)

最近 12 月市场表现


分析师 赵嘉宁

SAC 证书编号: S0160525120004

zhaojn@ctsec.com

618 服饰龙头优势延续，李宁牵手库里破局
核心观点

- ❖ **周度研究聚焦：618 服饰龙头优势延续，李宁牵手库里破局。**2026 年各大平台 618 服饰消费呈现头部集中趋势，运动户外、中高端女装、品质男装为核心高景气赛道，国际、国产龙头及专业功能品牌优势凸显，多品牌集团矩阵效应凸显。此外，李宁与库里达成十年长期合作，承接运营 Curry Brand 完整品牌资产，补齐高端篮球 IP 短板，突破原有韦德系列的国内局限，助力品牌产品升级与全球化布局，中长期战略价值突出。
- ❖ **板块行情回顾：**2026/6/1-2026/6/5 期间，沪深 300 指数-1.5%，纺织服饰板块-1.8%。细分板块看，纺织制造、服装家纺、饰品涨跌幅分别为-3.1%、-0.9%、-2.6%。个股中，本周涨幅前五名是嘉欣丝绸、千百度、瑞贝卡、维珍妮、天创时尚；本周跌幅前五名是西普尼、迎丰股份、金春股份、ST 新华锦、安奈儿。
- ❖ **投资建议：**上游制造端，纺织原料价格整体震荡上行，外棉成本红利持续兑现；叠加海外代工龙头境外厂房产能稳步爬坡、盈利修复提速，棉纺、毛纺及全球化代工企业订单能见度提升，盈利确定性持续强化。政策方面，5 月 21 日新疆维吾尔自治区棉花质量促进条例正式发布实施，规范棉花种植、检验、流通全链条，提升新疆棉品质，长期利好上游棉纺企业。消费品牌端，2026 年 1-4 月国内服装鞋帽、针纺织品类零售保持稳健复苏（累计实现零售额 5212 亿元，同比+8%，显著高于同期社会消费品零售总额 2%的累计增速），其中运动、户外等高景气细分赛道延续高增态势，头部品牌凭借产品力与渠道优势实现显著领跑。**投资主线：**①上游制造板块：建议关注华利集团/申洲国际（世界杯催化运动鞋服消费，Adidas 足球业务迎来大年，有望带动上游供应链订单）等，百隆东方/华孚时尚/新澳股份（高端棉纺纱龙头及毛纺优质标的）、富春染织（色纱印染龙头产能与成本管控优势突出）；②下游服饰品牌：建议关注李宁/安踏体育/361° 等国内运动服饰龙头（把握运动户外高景气红利，营销大年利好运动品牌销售）；比音勒芬/歌力思等中高端服饰细分龙头（多品牌盈利修复+控费释放盈利弹性）；江南布衣/海澜之家/波司登等大众休闲标的（全渠道优化与供应链提效稳步修复）；③家纺板块：建议关注罗莱生活/水星家纺/富安娜（行业转向“睡眠经济+功能爆品”双驱动，龙头凭借供应链与品牌优势快速卡位，依托大单品实现超额增长）。
- ❖ **风险提示：**居民可选消费复苏节奏低于预期风险；上游棉价、化纤原料价格大幅波动风险；行业渠道库存周转不及预期风险；海外需求及外贸订单不确定性风险；人民币汇率大幅波动扰动盈利风险。

内容目录

1 周度研究聚焦：618 服饰龙头优势延续，李宁牵手库里破局	4
1.1 2026 年 618 服饰榜单：品牌集中趋势强化，多赛道龙头受益	4
1.2 李宁牵手库里：补强全球篮球 IP，打开国际化成长空间	7
2 板块行情回顾	9
3 核心数据跟踪	11
3.1 上游纺织原料	11
3.2 中游纺织制造	13
3.3 下游终端零售	13
4 重点公告	14
5 投资建议	16
6 风险提示	16

图表目录

图 1: 2026 天猫 618 第一阶段（5 月 21 日-5 月 30 日）品牌跨榜单出现次数统计	5
图 2: 6 月 2 日李宁宣布与斯蒂芬·库里及其旗下 Curry Brand 达成长期合作	7
图 3: 纺织服饰板块本周股价下跌 1.8%（申万一级行业排名 17/31）	9
图 4: 本周纺织制造/服装家纺/饰品分别-3.1%、-0.9%、-2.6%	9
图 5: 纺织服饰板块年初至今股价下跌 7.6%（申万一级行业排名 18/31）	10
图 6: 年初至今纺织制造/服装家纺/饰品分别为-13.5%、-2.3%、-12.4%	10
图 7: 2020 年至今纺织服饰板块累计涨跌幅走势	10
图 8: 2022 年至今国内&国际棉花价格（周平均）	11
图 9: 2023 年至今国内&国际棉花价格（周平均） YoY	11
图 10: 2015 年至今 AWEX 东部市场指数及 YoY	11
图 11: 2022 年至今化纤品种价格（周平均；元/吨）	12
图 12: 2022 年至今化纤品种价格（周平均） YoY	12
图 13: 2022 年至今染料进口月度均价及同比增速	12
图 14: 2022 年至今中国纯棉普梳纱 32 支价格（周平均；元/吨）	13
图 15: 2022 年至今柯桥纺织价格指数（周平均）同比增速	13
图 16: 2022 年至今服装鞋帽/针/纺织品类月度零售额及同比增速	13
图 17: 2018 年至今服装鞋帽/针/纺织品类年度零售额及同比增速	13
图 18: 2018 年至今国内纺织业、纺织服装/服饰业存货额及同比增速	14

图 19: 2022 年至今纺织业存货占服装鞋帽/针/纺织品类当月零售额比例.....	14
图 20: 2021 年至今国内纺织服饰各品类出口额及同比增速（十亿美元）	14
表 1: 2026 天猫 618 第一阶段（5 月 21 日-5 月 30 日）品牌成交排行榜.....	4
表 2: 2026 抖音 618 好物节第一阶段品牌高光榜.....	5
表 3: 2026 抖音 618 好物节第一阶段品牌集团维度出现次数统计	6
表 4: 京东 618 于 2026 年 5 月 30 日晚 8 点开启后服饰品类表现.....	6
表 5: 京东开门红 4 小时运动户外品牌销售前十榜单.....	6
表 6: Curry Brand 已覆盖从高端签名鞋、团队款、支线鞋等完整篮球鞋价格带	8
表 7: 纺织服饰板块周涨跌幅前五名个股情况.....	9

1 周度研究聚焦：618 服饰龙头优势延续，李宁牵手库里破局

1.1 2026 年 618 服饰榜单：品牌集中趋势强化，多赛道龙头受益

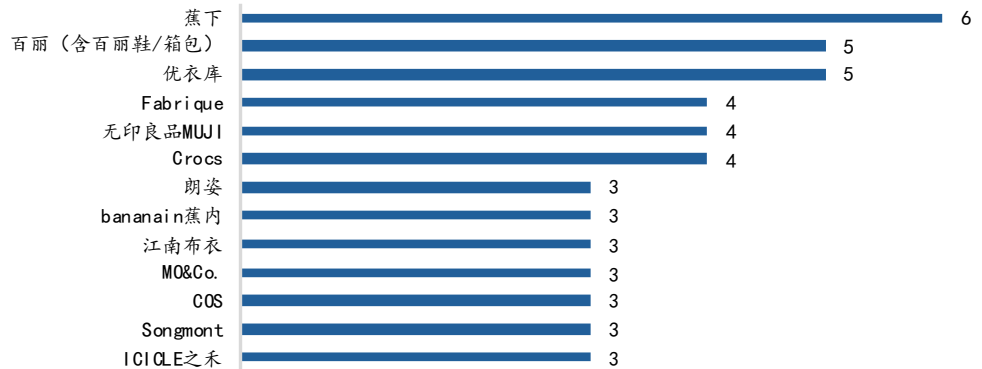
天猫：品牌成交榜最完整，服饰品牌阵地属性突出。6月1日，2026 天猫 618 第一阶段（5月21日-5月30日）品牌成交排行榜发布，头部服饰和鞋履品牌既包括全球大服饰集团旗下品牌（迅销、Inditex、H&M、PVH、Gap 等），也包括 A/H 股本土品牌（海澜之家、比音勒芬、朗姿、江南布衣、安踏、李宁等）。我们认为，本次天猫 618 第一阶段榜单验证了服饰消费正在向头部品牌集中，中高端女装和运动户外仍是景气度最高的细分方向：优衣库在全行业服饰、女装、男装及女装增长榜均位列第一，展现出极强的品牌力和全渠道运营能力；蕉下则同时进入服饰、女装、男装、增长榜及箱包服配榜前列，成为本轮 618 表现最亮眼的品牌之一。国产中高端女装方面，ICICLE 之禾、江南布衣、朗姿、DAZZLE 等品牌在女装榜和增长榜持续领先，反映中高端消费群体需求依然稳健；箱包赛道中，Songmont 山下有松位居榜首，并同时进入全行业服饰榜和女装榜，显示国产设计师品牌影响力持续提升。与此同时，运动户外板块延续高景气趋势，呈现国际品牌（Adidas、Nike）+ 国产龙头（李宁、安踏）+ 功能户外品牌（Lululemon、迪桑特、KOLON、伯希和、萨洛蒙等）三足鼎立格局，运动健康和户外生活方式仍是当前服饰消费中重要增长主线。

表1: 2026 天猫 618 第一阶段（5月21日-5月30日）品牌成交排行榜

排名	全行业服饰	女装	男装	女装增长榜	鞋靴	箱包服配	运动户外
1	优衣库	优衣库	优衣库	优衣库	百丽	Songmont	Adidas
2	蕉下	百丽	比音勒芬	ICICLE 之禾	Crocs	Cece	FILA
3	bananain 蕉内	蕉下	海澜之家	COS	Staccato	Coach	Nike
4	UR	ICICLE 之禾	Jack & Jones	UR	73Hours	裘真	李宁
5	Victoria's Secret	Songmont	蕉下	MO&Co.	百思图	蕉下	Lululemon
6	ZARA	COS	Hazzys	无印良品 MUJI	Skechers	MCM	ANTA
7	Crocs	无印良品 MUJI	龙牙	Fabrique	他她	Dissona	ASICS
8	百丽	UR	bananain 蕉内	朗姿	Birkenstock	Grotto 个乐	DESCENTE
9	Ubras	Crocs	GAP	蕉下	天美意	Charles & Keith	KOLON SPORT
10	MO&Co.	CECE	Tommy Hilfiger	江南布衣	GGCC	半坡饰族	THE NORTH FACE
11	Songmont	MO&Co.	GXG	三彩	UGG	新秀丽	DECATHLON
12	COS	Fabrique	森马	Miss Sixty	森达	Belle 百丽箱包	NEW BALANCE
13	无印良品 MUJI	bananain 蕉内	无印良品 MUJI	DAZZLE	ECCO 女鞋	ITO	CAMEL
14	朗姿	朗姿	Levi's	香影	Bata	Nucelle 纽芝兰	Onitsuka Tiger
15	三彩	江南布衣	Navigare	DZZIT	热风	Calvin Klein	XTEP
16	ICICLE 之禾	Staccato	Calvin Klein	伊芙丽	百丽男鞋	Cassile	PUMA
17	星期六	三彩	利郎	Edition	千百度	不莱玫	YONEX
18	Miiow 猫人	Miss Sixty	真维斯	致知	JoyPeace	Cuis	Skechers
19	江南布衣	霓裳	太平鸟男装	Self-Portrait	ECCO 爱步	Toutou	PELLIOT 伯希和
20	Fabrique	DAZZLE	COMMONSENSES	ELLE 女装	百丽官方奥莱	Bagtree	SALOMON

数据来源：天下网商，财通证券研究所

注：榜单不作为品牌参与天猫 618（2026 年 5 月 6 日 00:00—2026 年 5 月 30 日 23:59）期间，表现的全部体现。

图1: 2026 天猫 618 第一阶段 (5 月 21 日-5 月 30 日) 品牌跨榜单出现次数统计

数据来源: 天下网商, 财通证券研究所

抖音: 内容场效率驱动, 利于头部品牌优势强化。抖音 618 好物节第一阶段为 2026 年 5 月 15 日至 5 月 20 日。抖音商城 618 高光品牌榜显示, 服饰消费呈现明显的品牌集中趋势, 同时运动户外、中高端女装及品质男装表现突出。运动户外赛道中 Adidas、FILA、Nike 稳居前三, 李宁、安踏、Skechers、骆驼等品牌紧随其后, 反映运动消费景气度持续; 女装赛道中 AP、拉夏贝尔、阿玛施等品牌表现亮眼, 而奢侈品榜单则 ICICLE 之禾位居第一, Ralph Lauren 和 Self-Portrait 紧随其后, 显示国内高端品牌影响力持续提升; 男装方面, 海澜之家、比音勒芬、龙牙、罗蒙等品牌排名靠前, 体现功能化和商务休闲需求并存。从品牌集团维度看, 安踏集团表现最为突出, 旗下安踏和 FILA 分别在运动户外及童装童鞋赛道上榜, 合计出现 4 次, 品牌矩阵优势持续强化; 李宁集团 (李宁、李宁儿童)、森马集团 (森马、巴拉巴拉) 均在成人及儿童赛道实现双品牌覆盖, 体现出较强的全年龄段运营能力。整体来看, 本轮抖音 618 高光品牌榜进一步验证了头部服饰集团通过多品牌矩阵布局提升市场份额的趋势, 其中安踏集团的领先优势尤为明显。

表2: 2026 抖音 618 好物节第一阶段品牌高光榜

排名	运动户外	时尚女装	趋势男装	奢侈品	童装童鞋	服饰搭配
1	adidas	AP 女装	HLA 海澜之家	ICICLE 之禾	ANTA 安踏儿童	草本初色
2	FILA	Lucia Emily	皮尔卡丹	Ralph Lauren	FILA 儿童	九乐
3	NIKE	墨千	TUCANO 啄木鸟	self-portrait	balabala 巴拉巴拉	Daphne 达芙妮
4	李宁	La Chapelle 拉夏贝尔	Romon 罗蒙	KARL LAGERFELD	Bobdog 巴布豆	MCM
5	安踏	RENATHING	Jeanswest 真维斯	Longines 浪琴	黄小鸟	SENMA 森马
6	Skechers	AMASS 阿玛施	雷潮世家	Max Mara	TARANIS 泰兰尼斯	MiiOW 猫人
7	CAMEL 骆驼	MRHALA	Dragon Tooth 龙牙	WE11DONE	XTEP 特步	Victoria's Secret
8	Onitsuka Tiger	璦墨摩感	BIEMFLDLKK 比音勒芬	SANDRO	MOMOCO 玛米玛卡	Warrior 回力
9	THE NORTH FACE	W.diva	MBNL-F	HUGO BOSS	LI-NING KIDS 李宁儿童	St&Sat 星期六
10	ASICS	TangFaFa 唐发发	BALENO 班尼路	Tissot 天梭	moodytiger	BELLE 百丽

数据来源: IT 之家, 财通证券研究所

表3: 2026 抖音 618 好物节第一阶段品牌集团维度出现次数统计

品牌集团	相关品牌	出现次数	涉及赛道
安踏集团	ANTA、FILA	4	运动户外、童装童鞋
李宁集团	李宁、李宁儿童	2	运动户外、童装童鞋
森马集团	森马、巴拉巴拉	2	服饰搭配、童装童鞋
百丽集团	百丽、星期六	2	服饰搭配
ICICLE 集团	ICICLE 之禾	1	奢侈品
海澜之家集团	海澜之家	1	趋势男装
比音勒芬集团	比音勒芬	1	趋势男装
adidas	adidas	1	运动户外
Nike	Nike	1	运动户外

数据来源: IT 之家, 财通证券研究所

京东: 鞋服开门红增速突出, 6月5日继续资源加码。京东 618 于 2026 年 5 月 30 日晚 8 点开启, 超 600 个鞋服品牌成交额同比增长超 100%, 开门红 4 小时, 超 600 个运动户外品牌增长翻倍。FILA、阿迪达斯、安踏、李宁、亚狮龙、耐克、萨洛蒙、伯希和、亚瑟士、麦瑞克等品牌位列运动户外品牌销售前十; 6 月 5 日京东进一步开启“时尚焕新日”, 覆盖女装、男装、运动鞋服、鞋靴、箱包配饰、童装童鞋等品类。我们认为, 京东在传统 3C 家电之外正在持续强化服饰美妆承接能力, 运动户外、品质鞋履、防晒与箱包配饰构成相对明确的增量方向。

表4: 京东 618 于 2026 年 5 月 30 日晚 8 点开启后服饰品类表现

5 月 30 日晚 8 点开启	服饰品类表现
开启 1 小时	超 600 个鞋服品牌成交额同比增长超 100%
开门红 4 小时	超 600 个运动户外品牌增长翻倍
截至 6 月 1 日 23:59	儿童包、防晒配饰等品类成交额同比涨超 100%, 蕉下、Songmont、MLB 等超 500 个品牌成交额同比翻倍。

数据来源: 环球财经网, 中国质量新闻网, 财通证券研究所

表5: 京东开门红 4 小时运动户外品牌销售前十榜单

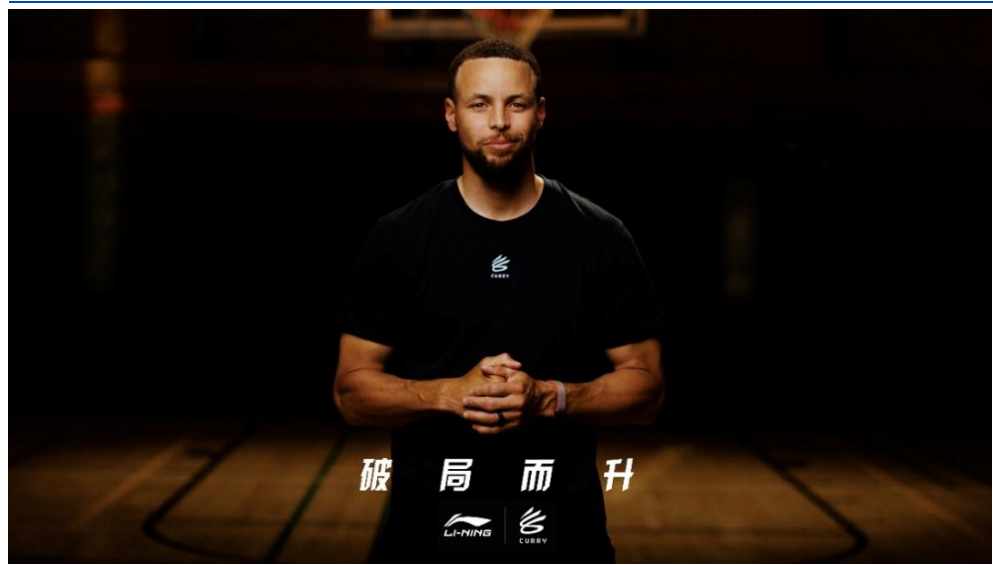
排名	品牌
1	FILA 斐乐
2	阿迪达斯
3	安踏
4	李宁
5	亚狮龙
6	耐克
7	萨洛蒙
8	伯希和
9	亚瑟士
10	麦瑞克

数据来源: 新华财经, 财通证券研究所

1.2 李宁牵手库里：补强全球篮球 IP，打开国际化成长空间

6月2日，李宁宣布与四届 NBA 总冠军、两届 NBA 常规赛 MVP、奥运金牌得主斯蒂芬·库里及其旗下库里品牌（Curry Brand）达成长期合作。双方签署了一份为期 10 年的合作协议，据新浪财经称合同总金额超过 4 亿美元。此次合作并非传统代言模式，而是李宁承接并运营独立的 Curry Brand 品牌资产，未来将围绕篮球鞋服、运动生活、Golf 等多个品类展开产品开发，库里和李宁将携手打造品牌、开发产品，并开展体育文化活动，包括在中国和美国开设 Curry 品牌门店的计划。同时库里拥有继续签约运动员、扩充品牌矩阵以及推动独立门店建设的权利，目标是将 Curry Brand 打造成为类似 Jordan Brand 的全球化运动品牌平台。

图2: 6月2日李宁宣布与斯蒂芬·库里及其旗下 Curry Brand 达成长期合作



数据来源：李宁官网，财通证券研究所

库里于 2013 年首次签约安德玛，Curry Brand 最早于 2020 年由库里与安德玛共同推出，被视为对标 Jordan Brand 的重要尝试。尽管库里个人影响力极强，但受限于安德玛近几年品牌势能下滑、渠道资源有限以及国际化推进缓慢，Curry Brand 整体发展未能达到市场此前预期（2025 财年安德玛整体收入约 51 亿美元，而篮球业务收入规模仅约 1-1.2 亿美元，占比相对有限；相比之下，Jordan Brand 年收入预估已超过 70 亿美元，双方体量差距明显）。2025 年底库里与安德玛结束长达 12 年的合作关系，并保留 Curry Brand 全部知识产权，为后续引入新的合作伙伴奠定基础。当前 Curry 品牌旗下不仅拥有完整的篮球鞋产品矩阵，还逐步签约了 De'Aaron Fox 等年轻球员，形成初步运动员矩阵，据安德玛官网，Curry 主线签名鞋成人款定价大多在 \$140-160，Fox 支线成人款为 \$120，3Z 入门款约 \$85，Curry Brand 当前已覆盖了从高端签名鞋、团队款、支线鞋等完整篮球鞋价格带。

表6: Curry Brand 已覆盖从高端签名鞋、团队款、支线鞋等完整篮球鞋价格带

Curry系列部分型号	产品图片	官网原价	折后价格	Curry系列部分型号	产品图片	官网原价	折后价格
Curry 13		\$140	\$105	Curry Signature		\$90	\$50
Curry 13		\$100	\$75		Curry Logo		\$30
Curry Series 7		\$160	\$130	Fox系列部分型号		产品图片	官网原价
Curry 11 Team		\$140	\$110	D. Fox 2 'Brilliant Coral'		\$120	\$120
Curry 12 Team		\$140	\$110	D. Fox 2		\$120	\$115
Curry 12 "What The Bay"		\$140	\$126	D. Fox 2		\$90	\$81
Curry 3Z 25 SDE		\$85	\$85	D. Fox 2 'Hooptopia'		\$120	\$120
Curry 12 'Dub Nation'		\$140	\$126				

数据来源：安德玛官网，财通证券研究所

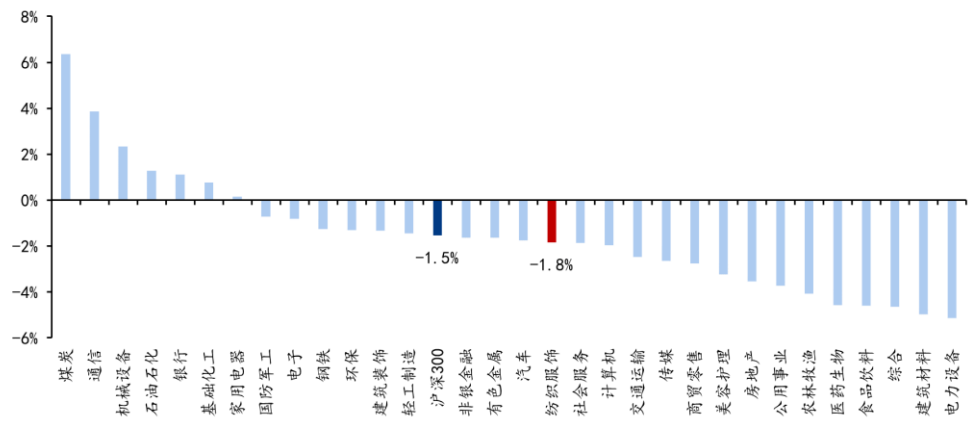
我们认为，本次合作短期将对李宁销售费用和品牌投入形成一定压力，但从中长期维度看具有显著战略价值。一方面，库里是过去十年全球影响力最大的篮球运动员之一，其个人 IP 在北美、中国及全球篮球消费群体中拥有极强号召力，有助于李宁进一步强化篮球品类心智，提升高端篮球鞋市场竞争力；另一方面，相较于此前韦德系列（Way of Wade）更多聚焦中国市场，此次 Curry Brand 具备更强的全球化基础和影响力，有望成为李宁国际化布局的重要抓手，帮助公司提升海外市场认知度和渠道拓展能力。对于库里品牌而言，李宁在篮球专业产品研发、供应链效率以及中国市场运营方面具备显著优势，同时拥有韦德系列十余年的成功经验，未来有望推动 Curry Brand 从单一签名鞋系列向独立品牌平台升级，实现品牌生命周期的进一步延长。



2 板块行情回顾

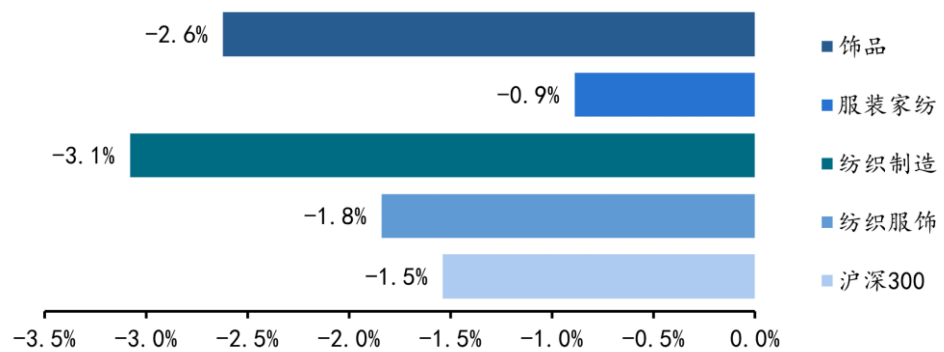
周度涨跌幅：2026/6/1-2026/6/5 期间，沪深 300 指数-1.5%，纺织服饰板块-1.8%。细分板块看，纺织制造、服装家纺、饰品涨跌幅分别为-3.1%、-0.9%、-2.6%。个股中，本周涨幅前五名是嘉欣丝绸、千百度、瑞贝卡、维珍妮、天创时尚；本周跌幅前五名是西普尼、迎丰股份、金春股份、ST 新华锦、安奈儿。

图3: 纺织服饰板块本周股价下跌 1.8% (申万一级行业排名 17/31)



数据来源：iFinD，财通证券研究所

图4: 本周纺织制造/服装家纺/饰品分别-3.1%、-0.9%、-2.6%



数据来源：iFinD，财通证券研究所

表7: 纺织服饰板块周涨跌幅前五个股情况

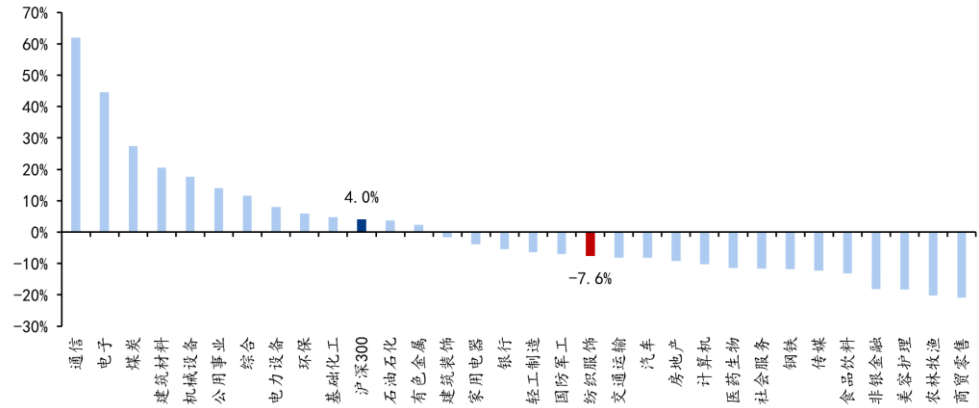
涨幅排名	证券代码	证券简称	周涨幅	周换手率	年初至今 涨跌幅	跌幅排名	证券代码	证券简称	周跌幅	周换手率	年初至今 涨跌幅
1	002404.SZ	嘉欣丝绸	18.0%	49.7%	7.5%	1	2583.HK	西普尼	-20.5%	2.9%	-68.7%
2	1028.HK	千百度	13.1%	1.9%	143.7%	2	605055.SH	迎丰股份	-19.7%	14.0%	19.1%
3	600439.SH	瑞贝卡	12.3%	29.4%	-4.7%	3	300877.SZ	金春股份	-16.9%	15.9%	-2.3%
4	2199.HK	维珍妮	11.8%	0.1%	-24.6%	4	600735.SH	ST 新华锦	-11.1%	12.8%	34.7%
5	603608.SH	天创时尚	9.9%	42.8%	100.9%	5	002875.SZ	安奈儿	-9.7%	21.5%	12.4%

数据来源：iFinD，财通证券研究所

年累涨跌幅：截至 2026/6/5，今年以来沪深 300 指数累计涨跌幅+4.0%，纺织服饰板块累计涨跌幅-7.6%。从细分板块看，纺织制造、服装家纺、饰品年初至今涨跌

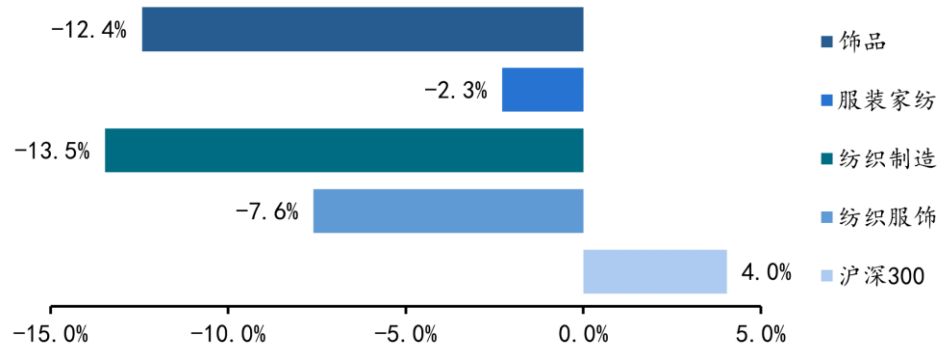
幅分别为-13.5%、-2.3%、-12.4%。

图5: 纺织服装板块年初至今股价下跌 7.6% (申万一级行业排名 18/31)



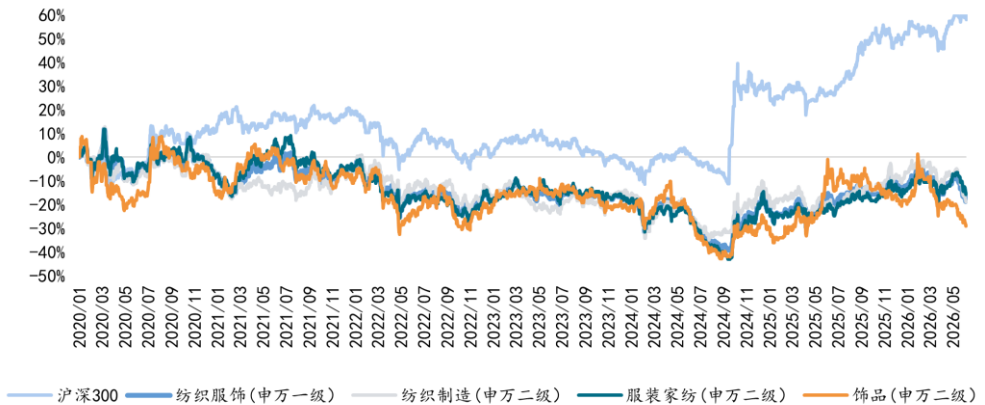
数据来源: iFinD, 财通证券研究所

图6: 年初至今纺织制造/服装家纺/饰品分别为-13.5%、-2.3%、-12.4%



数据来源: iFinD, 财通证券研究所

图7: 2020 年至今纺织服装板块累计涨跌幅走势



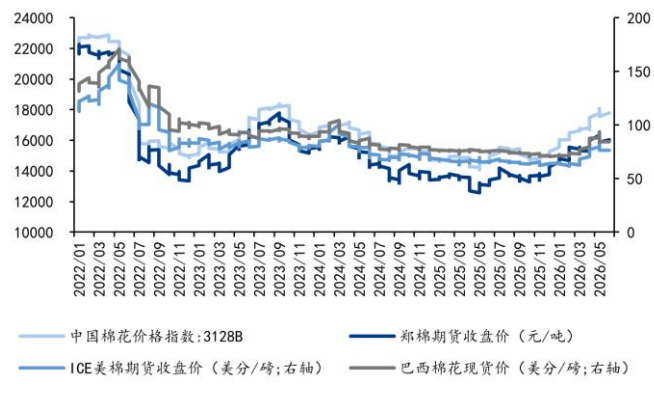
数据来源: iFinD, 财通证券研究所

3 核心数据跟踪

3.1 上游纺织原料

棉花产业链：截至6月5日，国家棉花价格3128B指数周度均值为17780元/吨，周环比+213元/吨，较去年同期上涨22%；郑棉期货收盘价（连续）周度均值为16022元/吨，周环比+134元/吨，较去年同期上涨23%。国际方面，ICE棉花期货收盘价周度均值76美分/磅，与上周持平，较去年同期上涨16%；巴西棉花现货价周度均值85美分/磅，与上周持平，较去年同期上涨12%。

图8: 2022年至今国内&国际棉花价格（周平均）



数据来源：iFinD，中国棉花协会，郑州商品交易所，洲际交易所，中国棉花信息网，财通证券研究所

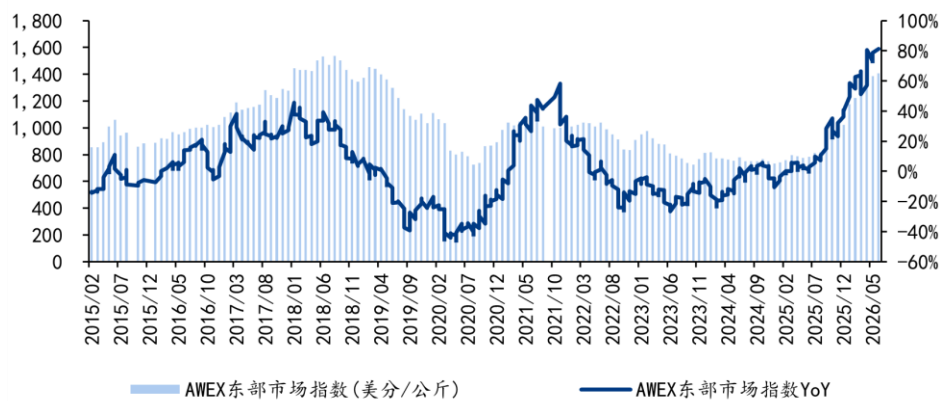
图9: 2023年至今国内&国际棉花价格（周平均）YoY



数据来源：iFinD，中国棉花协会，郑州商品交易所，洲际交易所，中国棉花信息网，财通证券研究所

羊毛产业链：截至6月5日，AWEX东部市场指数本周收1407美分/公斤，周环比+22美分/公斤，较去年同期增长80%。

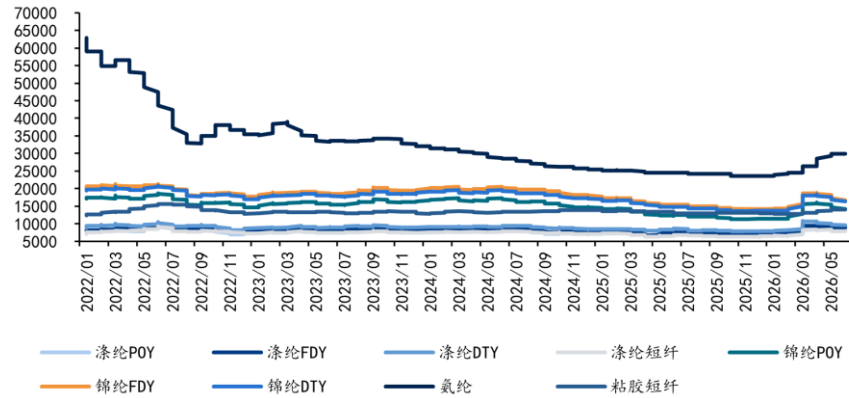
图10: 2015年至今 AWEX 东部市场指数及 YoY



数据来源：iFinD，财通证券研究所

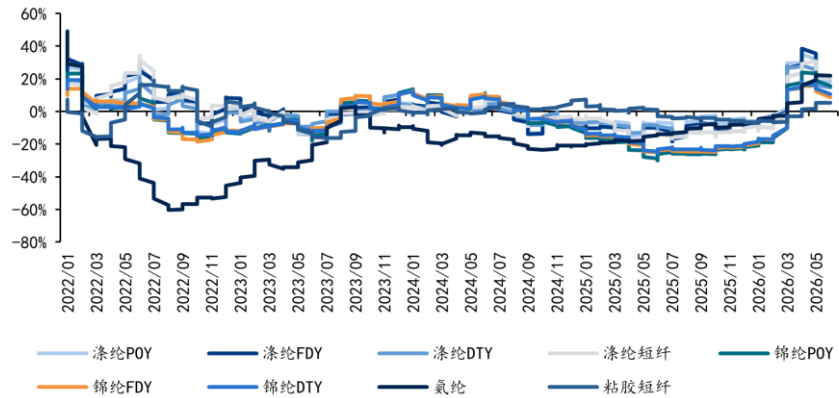
化纤品种：截至6月5日，涤纶产业链价格整体走弱，其中POY、FDY、DTY及短纤周度均价分别为8461、8975、9591、7855元/吨，周环比分别-103、-13、-123、-31元/吨，同比分别+18%、+21%、+14%、+21%；锦纶POY、FDY、DTY周度均价分别为14230、16730、16316元/吨，周环比分别下降440、545、512元/吨，同比分别+16%、+9%、+11%；氨纶周度均价为29833元/吨，周环比下降100元/吨，同比+22%；粘胶短纤周度均价为14060元/吨，周环比0元/吨，同比+5%。

图11: 2022 年至今化纤品种价格（周平均；元/吨）



数据来源：iFinD，生意社，财通证券研究所

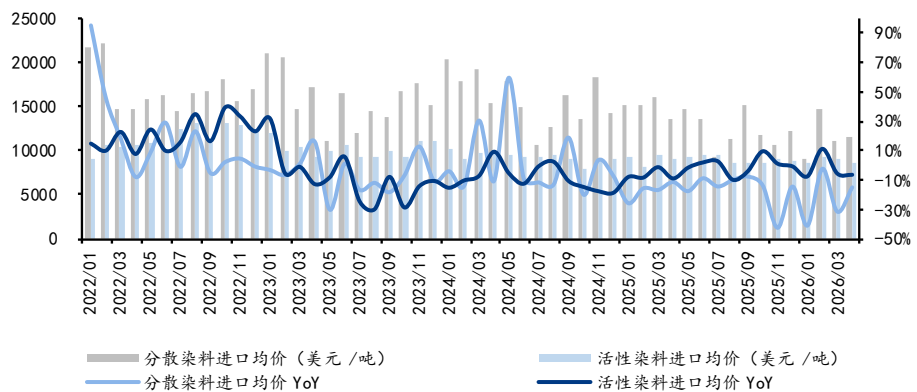
图12: 2022 年至今化纤品种价格（周平均）YoY



数据来源：iFinD，生意社，财通证券研究所

染料：截至2026年4月，分散染料进口价格11593美元/吨（同比-15%），活性染料进口价格8552美元/吨（同比-6%）。

图13: 2022 年至今染料进口月度均价及同比增速



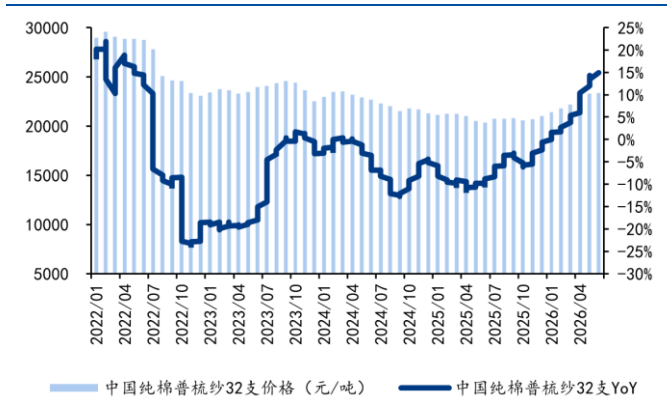
数据来源：iFinD，海关总署，财通证券研究所

3.2 中游纺织制造

纺纱环节:截至6月6日,中国纯棉普梳纱32S周度平均价格为23374元/吨,周环比154元/吨,同比+15%。

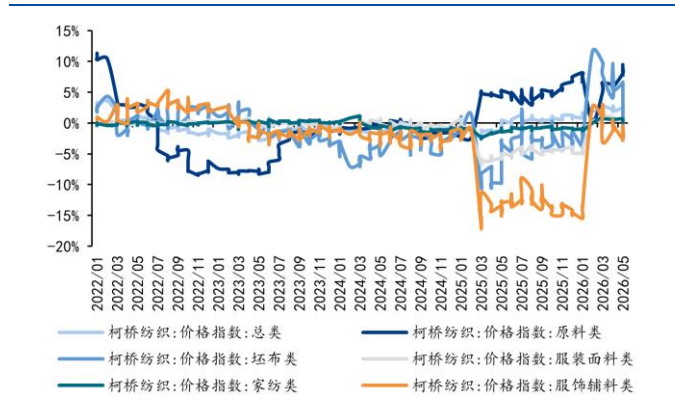
织造环节:截至5月29日,柯桥纺织价格指数周度平均值约106.94,周环比+0.01,同比+2%。其中,原料类、坯布类、服装面料类、家纺、服饰辅料类价格指数分别约94.2、117.4、110.3、100.1、111.1,周环比分别-0.3、+3.0、-0.4、+0.0、-0.5,同比分别+9%、+3%、0%、0%、-2%。

图14: 2022年至今中国纯棉普梳纱32支价格(周平均;元/吨)



数据来源: iFinD, 中国棉花信息网, 财通证券研究所

图15: 2022年至今柯桥纺织价格指数(周平均)同比增速



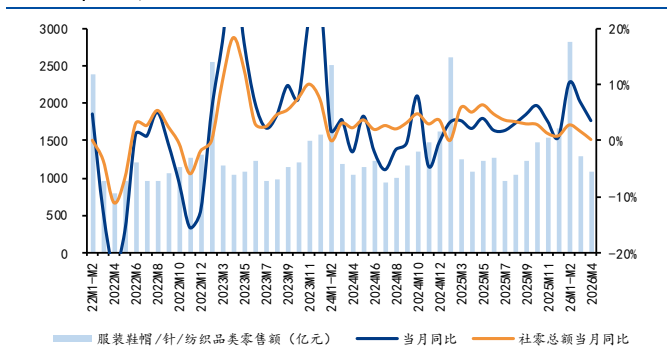
数据来源: iFinD, 中国柯桥纺织指数编制办公室, 财通证券研究所

3.3 下游终端零售

国内终端零售及库存

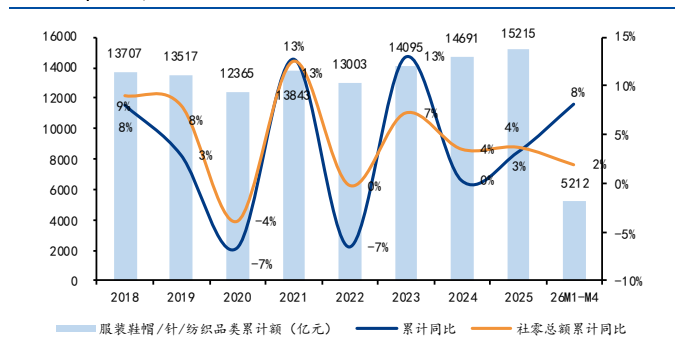
2026年1-4月,我国服装鞋帽、针、纺织品类商品零售延续稳健复苏态势,累计实现零售额5212亿元,同比+8%,显著高于同期社会消费品零售总额2%的累计增速;其中,4月单月实现零售额1090亿元,同比增长4%,同样高于社零总额0%的当月同比增速,表明今年以来纺服消费表现明显优于整体大盘。从趋势看,纺服品类自2022年以来持续回暖,2023-2025年零售额分别为14095/14691/15215亿元,同比增速由-7%修复至13%、0%、3%,2026年1-4月8%的增速为近三年同期较高水平,体现出终端消费对纺服板块的支撑力边际增强,行业景气度持续改善。

图16: 2022年至今服装鞋帽/针/纺织品类月度零售额及同比增速



数据来源: iFinD, 国家统计局, 财通证券研究所

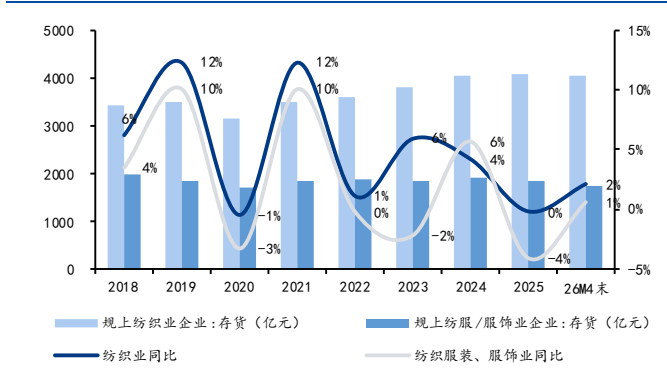
图17: 2018年至今服装鞋帽/针/纺织品类年度零售额及同比增速



数据来源: iFinD, 国家统计局, 财通证券研究所

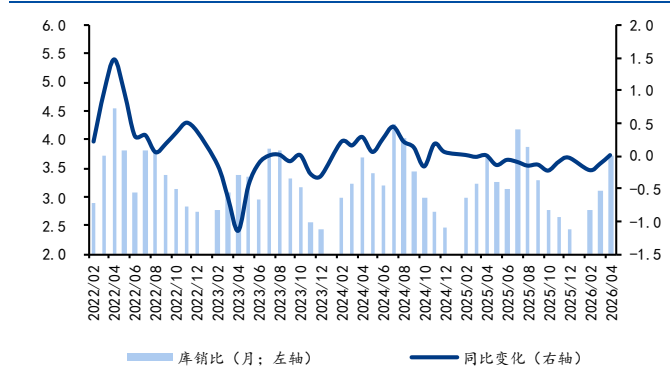
截至2026年4月末，国内纺织业、纺织服装服饰业规上企业存货规模保持平稳运行，行业整体存货同比增速温和回升至低位区间。同时2022年以来纺服行业库销比中枢同比波动收窄，渠道库存周转效率稳步改善，终端零售高景气与库存良性去化双向共振，为全年纺服终端动销提供保障。

图18: 2018年至今国内纺织业、纺织服装/服饰业存货额及同比增速



数据来源：iFinD，国家统计局，财通证券研究所

图19: 2022年至今纺织业存货占服装鞋帽/针纺织品类当月零售额比例

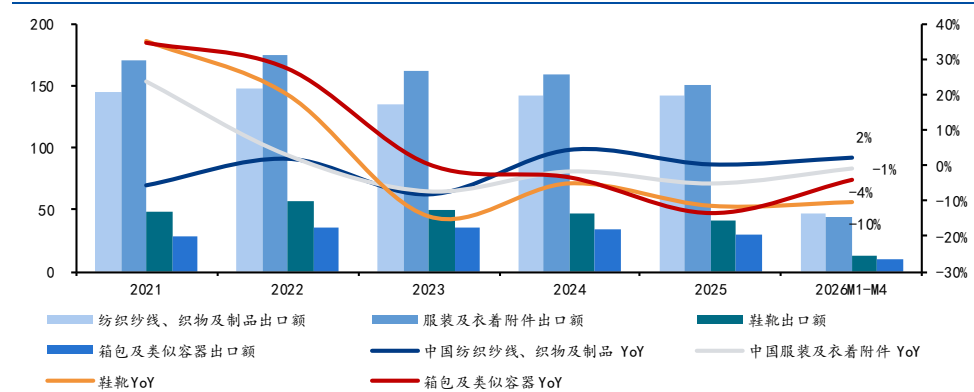


数据来源：iFinD，国家统计局，财通证券研究所

► 行业出口数据

据海关总署，2026年1-4月纺织纱线、织物及制品出口额469亿美元，同比+2%；服装出口442亿美元，同比下降1%；鞋靴出口额123亿美元，同比-10%；箱包出口额96亿美元，同比-4%。其中，4月单月纺织纱线、织物及制品出口额127亿美元，同比+1%；服装出口113亿美元，同比-2%；鞋靴出口额29亿美元，同比-17%；箱包出口额25亿美元，同比-11%。

图20: 2021年至今国内纺织服饰各品类出口额及同比增速（十亿美元）



数据来源：iFinD，海关总署，财通证券研究所

4 重点公告

● 6月1日

稳健医疗：关于回购公司股份的进展公告

稳健医疗先后于2026年4月30日、5月14日经董事会、年度股东大会审议通过回购议案，拟以集中竞价方式回购股份用于减资，原定回购资金区间2-4亿元、

初始回购价格上限 48 元/股,受 2025 年度权益分派除权影响,回购限价调整至 47.7 元/股,后续公司又在 5 月 22 日将回购资金来源由自有资金变更为自有资金及/或自筹资金,回购其余条款不变;截至 2026 年 5 月 31 日,公司已累计回购股份 101.9 万股,占总股本 0.1750%,成交价格区间为 28.53-30.06 元/股,不含手续费的成交总额 2999.67004 万元,本次回购操作全程符合监管规则与回购预案,公司还将在剩余回购周期内结合市场行情持续推进回购并依规披露后续进展。

● 6 月 2 日

*ST 棒杰：重整计划草案（预案）

公司因光伏业务巨亏 2025 年末归母净利润资产-7.21 亿元面临退市风险,经过公开招募和遴选,确定美年健康为棒杰股份的产业投资人。美年健康产业集团成立于 2004 年 6 月 8 日,注册资本为 32 亿元,美年健康产业集团系美年健康的一级全资子公司,美年健康为在深圳证券交易所挂牌交易的 A 股上市公司。美年健康主要从事专业健康体检业务,以健康体检为核心,集健康咨询、健康评估、健康干预于一体,以健康体检大数据为依据,围绕专业预防、健康保障、医疗管家式服务等领域,为企业和个人客户提供更高品质的健康管理服务。

重整方案拟以剔除回购股份后股本为基数,按每 10 股转增约 14.5 股,合计转增约 6.5 亿股,转增股份不向原股东分配,其中 8000 万股用于抵债、剩余 5.7 亿股由投资人受让,美年产业以 3.235 元/股受让 1.8 亿股、出资 5.823 亿元,剩余 3.9 亿股由财务投资人认购。重整后美年产业成为实控人,公司剥离不良光伏业务,公司将依托近三十年无缝针织制造的核心技术积淀,全面推动传统针织业务向医疗及健康可穿戴领域转型升级,嫁接美年健康的流量资源、渠道网络与医疗技术储备,打造 C 端场景化零售、B 端企业定制化服务、医疗及智能穿戴配套三大增长路径,打破传统代工业务的增长瓶颈,推动针织主业从传统纺织制造向医疗及健康柔性织物先进制造企业跨越,筑牢公司持续经营的基本盘。

● 6 月 5 日

雅戈尔：与私募基金合作投资公告

公司与已在中基协完成备案、由郭军海实控的雅榕私募基金管理（浙江）有限公司共同设立雅榕极光（温州）创业投资合伙企业（有限合伙），该基金总认缴规模 5155 万元，其中雅戈尔作为有限合伙人以自有资金认缴 5150 万元、出资占比 99.9030%，雅榕私募作为普通合伙人认缴 5 万元、出资占比 0.0970%。该基金存续架构上基金整体存续期限 5 年、投资期 2 年、退出期 3 年，存续期内管理人可经协商将退出期最长顺延 2 年，基金管理费总额固定 150 万元且需在交割日后 15 日内一次性提取，基金专项投资一家新兴产业公司 5000 万元，闲置资金仅可配置安全性和流动性较好的固定收益类资产。

● 6 月 6 日

健盛集团：关于回购公司股份比例达 5%暨回购进展公告

浙江健盛集团于 2025 年 9 月审议通过股份回购预案、10 月 10 日经临时股东大会落地,回购实施周期为 2025 年 10 月 10 日至 2026 年 10 月 9 日,计划使用自有资金与中信银行专项贷款开展集中竞价回购,拟定回购资金区间 15000-30000 万元、

回购价格上限 14.69 元/股，回购股份用途为减少注册资本，公司自 2025 年 10 月 15 日启动首次回购后，截至 2026 年 6 月 4 日，已累计回购股份 1713.545 万股，占公司总股本 5.00%，回购成交单价区间 10.27-14.55 元/股，累计动用资金 19970.588223 万元（含交易手续费），后续公司仍将在剩余回购期限内结合盘面择机继续实施回购并依规披露进展

5 投资建议

上游制造端，纺织原料价格整体震荡上行，外棉成本红利持续兑现；叠加海外代工龙头境外厂房产能稳步爬坡、盈利修复提速，棉纺、毛纺及全球化代工企业订单能见度提升，盈利确定性持续强化。政策方面，5 月 21 日新疆维吾尔自治区棉花质量促进条例正式发布实施，规范棉花种植、检验、流通全链条，提升新疆棉品质，长期利好上游棉纺企业。

消费品牌端，2026 年 1-4 月国内服装鞋帽、针纺织品类零售保持稳健复苏（累计实现零售额 5212 亿元，同比+8%，显著高于同期社会消费品零售总额 2% 的累计增速），其中运动、户外等高景气细分赛道延续高增态势，头部品牌凭借产品力与渠道优势实现显著领跑。整体来看，板块估值与基本面共振改善，建议优选具备成本优势、订单韧性、产品壁垒及高效渠道管控的细分龙头。

投资主线方面：①上游制造板块：建议关注华利集团/申洲国际（世界杯催化运动鞋服消费，Adidas 足球业务迎来大年，有望带动上游供应链订单）等，百隆东方/华孚时尚/新澳股份（高端棉纺纱龙头及毛纺优质标的）、富春染织（色纱印染龙头产能与成本管控优势突出）；②下游服饰品牌：建议关注安踏体育/李宁/361° 等国内运动服饰龙头（把握运动户外高景气红利，营销大年利好运动品牌销售）；比音勒芬/歌力思等中高端服饰细分龙头（多品牌盈利修复+控费释放盈利弹性）；江南布衣/海澜之家/波司登等大众休闲标的（全渠道优化与供应链提效稳步修复）；③家纺板块：建议关注罗莱生活/水星家纺/富安娜（行业转向“睡眠经济+功能爆品”双驱动，龙头凭借供应链与品牌优势快速卡位，依托大单品实现超额增长）。

6 风险提示

居民可选消费复苏节奏低于预期风险：若后续居民消费意愿修复放缓、线下终端动销季节性偏弱，或将阶段性拖累纺服行业零售景气上行幅度，导致收入兑现不及预期。

上游棉价、化纤原料价格大幅波动风险：若国际原油、棉花等上游供需格局出现边际扰动，原料价格阶段性大幅涨跌，产业链成本传导效率不及假设，或将压缩上下游企业盈利弹性。

行业渠道库存周转不及预期风险：若终端换季销售走弱、品牌备货节奏偏快，库销比修复速度放缓，存货周转效率低于乐观假设，或将带来阶段性存货减值压力。

海外需求及外贸订单不确定性风险：若欧美终端消费疲软、海外补库周期延后，

叠加贸易环境边际变化，行业出口订单修复力度或将弱于当前景气假设。

人民币汇率大幅波动扰动盈利风险：若人民币阶段性大幅升值，将影响出口制造企业汇兑收益与海外报价竞争力，企业外销盈利水平或有所偏离。

信息披露

● 分析师承诺

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，并注册为证券分析师，具备专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解。本报告清晰地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，作者也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。

● 资质声明

财通证券股份有限公司具备中国证券监督管理委员会许可的证券投资咨询业务资格。

● 公司评级

以报告发布日后 6 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅为标准：

买入：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅大于 10%；

增持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 5%-10% 之间；

中性：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅在 -5%-5% 之间；

减持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅小于 -5%；

无评级：由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级。

A 股市场代表性指数以沪深 300 指数为基准；中国香港市场代表性指数以恒生指数为基准；美国市场代表性指数以标普 500 指数为基准。

● 行业评级

以报告发布日后 6 个月内，行业相对于市场基准指数的涨跌幅为标准：

看好：相对表现优于同期相关证券市场代表性指数；

中性：相对表现与同期相关证券市场代表性指数持平；

看淡：相对表现弱于同期相关证券市场代表性指数。

A 股市场代表性指数以沪深 300 指数为基准；中国香港市场代表性指数以恒生指数为基准；美国市场代表性指数以标普 500 指数为基准。

● 免责声明

本报告仅供财通证券股份有限公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司不保证该等信息的准确性、完整性。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的邀请或向他人作出邀请。

本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本公司通过信息隔离墙对可能存在利益冲突的业务部门或关联机构之间的信息流动进行控制。因此，客户应注意，在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。在法律许可的情况下，本公司的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。

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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告仅作为客户作出投资决策和公司投资顾问为客户提供投资建议的参考。客户应当独立作出投资决策，而基于本报告作出任何投资决定或就本报告要求任何解释前应咨询所在证券机构投资顾问和服务人员的意见；

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。