下载日志已记录，仅供内部参考

申万宏源研究 SWS RESEARCH

2026 年 09 月 13 日

江南布衣发布 FY26 财年年报，业绩及派息超预期

——纺织服装行业周报 20260913

看好

相关研究

《江南布衣（03306）点评：业绩表现超预期，特别股息强化股东回报》
2026/09/12
《服装品牌亮点频现，上游制造表现靓丽——纺织服装行业 2026 年中报总结》
2026/09/10

证券分析师
王立平 A0230511040052
wanglp@swsresearch.com
求佳峰 A0230523060001
qiujf@swsresearch.com
刘佩 A0230523070002
liupei@swsresearch.com
朱本伦 A0230526070001
zhubl@swsresearch.com
联系人
朱本伦 A0230526070001
zhubl@swsresearch.com

申万宏源研究微信服务号

本期投资提示：

- **本周纺织服饰板块表现弱于市场。**9 月 7 日～9 月 11 日，SW 纺织服饰指数下跌 4.1%，跑输 SW 全 A 指数 3.0pct。其中，SW 服装家纺指数下跌 3.5%，跑输 SW 全 A 指数 2.4pct；SW 纺织制造指数下跌 3.7%，跑输 SW 全 A 指数 2.7pct。
- **近期行业数据：1）社零：**7 月社会消费品零售总额 3.9 万亿元，同比增长 0.6%。**2）出口：**7 月我国纺织服装出口额 288 亿美元，同比+7.6%。分拆看，7 月纺织纱线、织物及制品出口额 123 亿美元，同比+6.4%，服装及衣着附件出口额 164 亿美元，同比+8.5%。**3）棉价：**据中国棉花网数据，9 月 11 日，国家棉花价格 B 指数报于 17,948 元/吨，本周下跌 1.0%。郑棉主力合约报于 16,380 元/吨，本周下跌 2.4%。国际棉花价格 M 指数报于 98 美分/磅，本周上涨 1.9%。ICE2 号棉花主力合约报 86 美分/磅，本周下跌 0.3%。**4）澳毛价格（美元口径）：**9 月 9 日，澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数报于 1,357 美分/公斤，同比上涨 55.6%，月内上涨 2.0%，年内上涨 32.9%。
- **【本周板块观点】**
- **纺织：伟星股份“两新”客户放量及全球化加速将支撑新一轮高增长，我们持续看好。**本周二（9 月 8 日）伟星股份开展投资者接待日交流，公司分享了行业形势、战略支撑、增长举措等多方面信息。26H1 公司营收及扣非净利双创历史同期新高，超市场预期，主要得益于全新、次新客户订单放量，尤其骆驼、坦博尔等势能上升的运动户外品牌，未来“两新”客户也将是每年双位数增长目标的重要支撑。此外，越南工厂经营好于预期，在 26H1 就已实现扭亏为盈。26H1 公司规模效应已有所显现，后续利润端弹性有望逐步释放。对标同行 YKK 发斯宁事业近两年营收体量约 180~200 亿元人民币，伟星全球化成长空间十分广阔，我们持续推荐！
- **服装：本周江南布衣发布 FY26 财年年报，业绩及派息超预期。**FY26 财年公司收入 60.5 亿元，同比+9.0%；归母净利润 10.0 亿元，同比+11.7%。拟派发末期股息 1.06 港元/股、特别股息 0.75 港元/股，连同中期股息合计 2.33 港元/股，派息比率 110%，重视股东回报。新财年公司活跃会员数量超 61 万，比 FY25 年的 56 万个提升 9%。其中年消费超 5000 元的会员超 36 万个（FY25 财年 33 万个），对应消费额 52.0 亿元（FY25 年：48.6 亿元），会员数量及粘性持续提升，为业务发展提供强劲增长动能。我们持续看好高端服装，推荐比音勒芬、歌力思、江南布衣，建议关注地素时尚。
- **【行业观点与投资分析意见】**
- **服装家纺：26 年或是消费拐点之年，高端复苏率先受益，同时寻找具有渗透率空间方向。①中高端服饰：**比音勒芬/江南布衣/歌力思/地素时尚，建议关注报喜鸟/锦泓集团；**②高性能户外：**安踏体育/李宁/361 度/波司登，建议关注奔赴自然（已递交招股书）；**③睡眠经济：**罗莱生活/水星家纺/富安娜。
- **纺织制造：看好上游涨价品种，关注运动制造复苏。①上游涨价周期：**优质毛纺公司/百隆东方；**②运动制造产业链：**伟星/申洲/华利/晶苑。
- **风险提示：**消费恢复低于预期；行业竞争加剧；存货减值风险；原材料成本上涨。

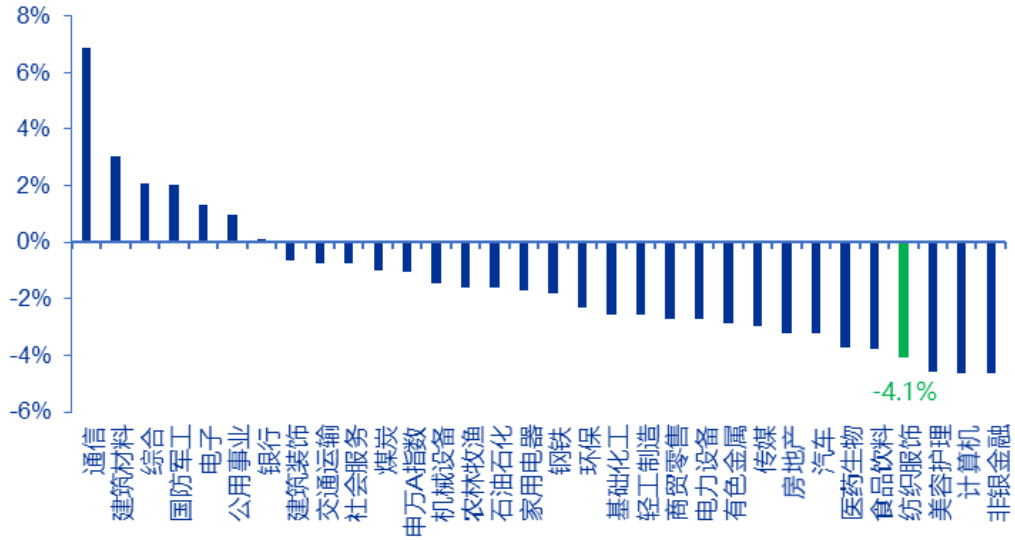
下载日志已记录，仅供内部参考

1．本周纺织服饰板块弱于市场

1.1 本周板块表现

本周纺织服饰板块表现弱于市场。9 月 7 日～9 月 11 日，SW 纺织服饰指数下跌 4.1%，跑输 SW 全 A 指数 3.0pct。其中，SW 服装家纺指数下跌 3.5%，跑输 SW 全 A 指数 2.4pct；SW 纺织制造指数下跌 3.7%，跑输 SW 全 A 指数 2.7pct。

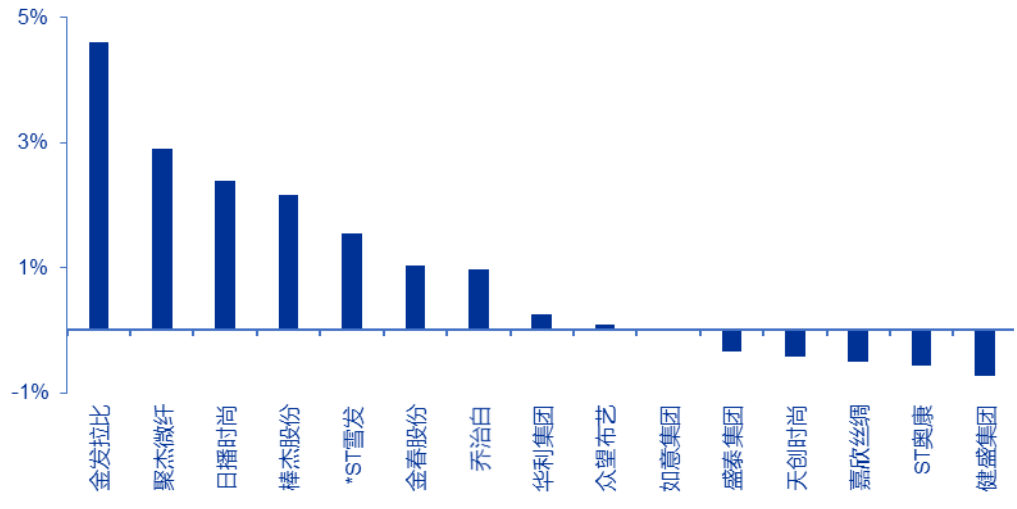
图 1：本周纺织服饰板块涨跌幅居申万全行业第 28 位



资料来源：Wind，申万宏源研究；注：此处排序包含了 31 个申万行业和申万 A 指数

本周涨幅前五的个股：金发拉比（4.6%）、聚杰微纤（2.9%）、日播时尚（2.4%）、棒杰股份（2.2%）、*ST 雪发（1.6%）。

图 2：本周纺织服装板块个股涨幅 Top15



资料来源：Wind，申万宏源研究

下载日志已记录，仅供内部参考

1.2 本周行业观点

【纺织】

伟星股份“两新”客户放量及全球化加速将支撑新一轮高增长，我们持续看好。本周二（9 月 8 日）伟星股份开展投资者接待日交流，公司分享了行业形势、企业文化、战略支撑、增长举措等多方面信息。公司愿景为致力于成为全球化、创新型的时尚辅料王国，对标同行 YKK 发斯宁事业近两年营收体量约 180~200 亿元人民币，全球化成长空间广阔！

1）“两新”客户支撑未来增长：26H1 公司营收 26.6 亿元，同比增长 14%，归母净利润 4.1 亿元，同比增长 12%，其中 26Q2 营收 16.2 亿元，同比增长 19%，归母净利润 3.2 亿元，同比增长 19%。尽管汇兑净损失同比大增，但营收及扣非净利双创历史同期新高，超市场预期！26H1 业绩增长，主要得益于“两新”客户，即全新、次新客户订单放量，尤其骆驼、坦博尔等势能上升的运动户外品牌，未来“两新”客户也将是每年“双位数”增长目标的重要支撑。

2）全球化产能推进顺利：越南工厂经营好于预期，在 26H1 就已实现扭亏为盈，前期抽调国内骨干入驻调优，顺利通过核心目标客户 Nike 验厂。未来，公司将自身差异化竞争力，持续通过全球化转化成长的逻辑非常坚实。上半年内销增速快于外销，进入到 7-8 月外销增速已追上，长远看国际业务是更具成长空间。

3）随销售扩大，逐步释放利润弹性：公司的增长节奏，是管销费用、资本开支先行投入，然后随销售扩大，规模效应显现，摊低各项费用率，提升资产周转，从而释放利润端弹性。26H1 在汇兑损失及成本上涨背景下，规模效应已有明显的对冲效果，促成 26H1 毛利率 42.6%，仅同比微降 0.3pct，展望 26H2 毛利率同比进一步改善，促进正利润杠杆。

【服装】

本周江南布衣发布 FY26 财年年报，业绩及派息超预期。FY26 财年公司收入 60.5 亿元，同比+9.0%；归母净利润 10.0 亿元，同比+11.7%。拟派发末期股息 1.06 港元/股、特别股息 0.75 港元/股，连同中期股息合计 2.33 港元/股，派息比率 110%，重视股东回报。新财年公司活跃会员数量超 61 万，比 FY25 年的 56 万个提升 9%。其中年消费超 5000 元的会员超 36 万个（FY25 财年 33 万个），对应消费额 52.0 亿元（FY25 年：48.6 亿元），会员数量及粘性持续提升，为业务发展提供强劲增长动能。

高端服装 26 年业绩反弹已开启，比音勒芬依托高端化、品牌多元化、国际化战略落地，不断打开成长空间，26H1 业绩超预期，歌力思旗下的高端女装品牌、地素时尚旗下品牌均为内部提质增效带来，展现优异的内生成长性，江南布衣业绩持续稳健增长，低估值、高股息，兼具红利属性。建议积极关注板块复苏机会，推荐比音勒芬、歌力思、江南布衣，建议关注地素时尚。

此外，运动板块首推安踏体育，上半年安踏、其他品牌均超年初指引，FILA 符合指引，狼爪整合进度超预期，业绩超预期的潜力较大，有望迎来戴维斯双击。

下载日志已记录，仅供内部参考

2．本周重点回顾

2.1 江南布衣（03306）点评：业绩表现超预期，特别股息强化股东回报

公司发布 2025/26 财年年报，业绩及派息超预期。FY26 实现收入 60.5 亿元，同比增长 9.0%；归母净利润 10.0 亿元，同比增长 11.7%，利润表现略超预期，主要得益于公司毛利率稳步提升。公司拟派发末期股息 1.06 港元/股以及特别股息 0.75 港元/股，连同中期派息合计为 2.33 港元/股，全年派息比率约为 110%，为股东持续提供优质回报。

分品牌看，JNBY 稳健增长，LESS 及新兴品牌表现突出。1）JNBY 品牌：FY26 收入 32.4 亿元，同比增长 7.6%；且毛利率同比提升 1.3 pct 至 69.9%，品牌增长质量优异。2）成长品牌：合计收入 23.3 亿元，同比增长 7.1%；其中速写收入 7.1 亿元，同比下降 1.1%，毛利率提升 1.4 pct 至 67.6%；jnby by JNBY 收入 8.8 亿元，同比增长 6.5%，毛利率提升 2.9 pct 至 60.8%；LESS 收入 7.3 亿元，同比增长 17.4%，增速亮眼，且毛利率提升 1.2 pct 至 70.2%。3）新兴品牌：包括蓬马、JNBYHOME、onmygame 及 B1OCK 等，合计收入 4.8 亿元，同比增长 32.2%，占总收入的比例提升至 7.9%，成为重要增长动能。

线上渠道快速增长，线下同店稳步提升。FY26 年公司线上渠道收入 14.5 亿元，同比增长 20.5%，收入占比同比提升 2.3 pct 至 24.0%。线下渠道收入合计同比增长 5.8%，其中，自营店、经销店收入均为 23.0 亿元，同比分别增长 10.7%、1.3%，高毛利率的直营渠道增速更快。截至 2026 年 6 月末，公司全球独立实体零售店共 2118 家，同比净增 1 家，其中自营 501 家，相比去年的 492 家净增了 9 家，经销 1617 家，相比去年的 1625 家减少 8 家。全年可比同店增长 2.4%，在当前消费环境下同店仍有逆势提升彰显经营质量。

粉丝经济持续深化，数字化运营效率提升。FY26 年公司活跃会员数量超 61 万，比 FY25 年的 56 万个提升 9%。其中年消费超 5000 元的会员超 36 万个，比 FY25 财年 33 万提升 9%，对应消费额 52.0 亿元，相比 FY25 年的 48.6 亿元提升 7%。公司持续强化数字化赋能，FY26 年库存共享及分配系统升级带来的增量零售额达到 14.1 亿元，同比增长 23.6%。

毛利率提升，销售及行政费用投入有所增加。FY26 公司毛利率同比提升 1.0 pct 至 66.6%。销售费用率同比提升 0.4 pct 至 36.0%，主要受渠道收入结构变化影响；管理费用率同比提升 1.1 pct 至 10.7%，其中产品设计与研发费用同比增长 20.7%，员工成本同比增长 29.7%，夯实研发基础，最终归母净利率同比提升 0.4pct 至 16.5%。

库存余额下降，经营现金流强劲。存货周转天数为 166.3 天，同比增加 5.4 天，存货绝对额 9.1 亿元，较 FY25 年末下降 2.9%；应收款项周转天数为 7.7 天，同比减少 0.5 天；应付款项及应付票据周转天数为 40.6 天，同比减少 7 天。FY26 经营活动产生的现金净额

下载日志已记录，仅供内部参考

14.3 亿元，同比增长 26.5%，主要得益于应收账款的周转天数控制在 10 天以内、存货金额下降。

公司多品牌矩阵资源稀缺，主品牌表现稳健，公司稀缺且优质的多品牌矩阵组合极具成长潜力，看好未来发展，维持“买入”评级。考虑到公司业绩超预期，我们上调 27-28 财年盈利预测并新增 29 财年盈利预测，预计 27-29 财年归母净利润分别为 10.7/11.3/12.1 亿元（原 27-28 财年为 10.4/11.2 亿元），对应 2026/9/11 PE 为 9 /9 /8 倍，维持买入评级。

风险提示：终端消费恢复不及预期；行业价格竞争加剧；气候异常影响销售节奏。

2.2 纺织服装行业 2026 年中报总结：服装品牌亮点频现，上游制造表现靓丽

服装消费领跑社零，外需整体趋稳。1）内需：26 年 1-7 月社零总额同比增长 1.2%至 28.8 万亿元，其中，服装鞋帽、针纺织品累计零售额同比增长 5.8%至 8628 亿元，服装消费好于社零整体。**2）外需：**26 年 1-7 月我国出口纺织品服装 1748 亿美元，同比增长 2.4%，其中，出口纺织品 854 亿美元，同比增长 3.9%，出口服装 894 亿美元，同比增长 0.9%。外需整体趋稳，纺织品出口好于鞋服，主要系上游棉花、澳毛、化纤等原材料涨价及需求复苏预期增强，上游拉货先于中游出货。

港股运动：业绩稳健增长，整体库存保持健康。安踏业绩超预期，增长动能充沛，经营质量再上台阶，26H1 收入 435.1 亿元，同比增长 12.9%；归母净利润 94.9 亿元，同比增长 34.9%。李宁 26H1 收入同比增长 2.8%至 152.4 亿元，归母净利润同比增长 4.5%至 18.2 亿元，收入稳健增长，利润好于预期。特步 26H1 收入同比下降 0.6%至 67.9 亿元，归母净利润同比下降 10.5%至 8.2 亿元，整体表现符合预期。361 度 26H1 收入同比增长 8%至 61.6 亿元，归母净利润增长 8%至 9.3 亿元，延续稳健增长态势。

高端男女装：电商、直营、多品牌矩阵优化驱动板块复苏，26H1 利润弹性加速释放。线上运营能力、直营渠道建设、多品牌矩阵布局以及细分品类拓展，逐步成为各公司的增长动力。渠道梳理与库存周期调整后，随财富效应显现及高端消费回流，国内高端男女装公司基本面迎来修复。26H1 头部公司业绩验证行业逻辑，比音勒芬/歌力思/地素实现营收 26/14.4/11.1 亿元，同比增长 24%/5%/4%，归母净利润 4.9/1.0/2.1 亿元，同比增长 18%/18%/23%。品牌溢价能力、产品差异化实力以及会员体系复购转化，已经重塑高端服饰行业核心竞争壁垒，26H1 比音勒芬、歌力思、地素等公司毛利率均维持 70%以上，盈利质量突出。

大众服饰及童装：随库存、产品周期与渠道调整，业绩缓慢修复。传统大众品牌仍在库存出清及渠道优化，修复节奏偏慢，26H1 海澜之家营收 124.2 亿元，同比增长 7.4%，归母净利润 14.9 亿元，同比下滑 5.9%。森马持续推进门店优化，26H1 营收 67.2 亿元，同比增长 9.3%，归母净利润 4.8 亿元，同比增长 47.5%。

下载日志已记录，仅供内部参考

家纺：大单品战略推进顺利，业绩表现良好。26H1 罗莱/水星/富安娜营收 23.0/19.8/ 11.8 亿元，同比增长 5.5%/2.8%/8.1%，归母净利润 2.5/1.5/1.2 亿元，同比增长 34.4%/6.4%/9.4%，大单品战略推进带动高利润产品占比提升，利润增速快于收入。

纺织制造：1）上游纺织：受益棉花、澳毛等原材料涨价，业绩表现强劲。百隆 26H1 营收 42.7 亿元，同比增长 19.0%，归母净利润 5.6 亿元，同比增长 43.5%，营收及利润超预期；伟星营收 26.6 亿元，同比增长 13.8%，扣非归母净利润 4.05 亿元，同比增长 11.9%，创历史新高。**2）中游制造：订单波动、成本上涨、汇兑损失影响下，业绩短期承压。**26H1 申洲/华利/裕元营收同比下滑 5.3%/13.7%/2.2%，归母净利润同比下滑 40%/43%/58%，多数中游制造公司业绩低于预期。

风险提示：需求恢复不及预期风险，库存增加风险。

2.3 国际服饰公司&奢侈品集团最新业绩汇总

表 1：国际服饰公司最新业绩一览

公司	财季	自然月	销售额	YoY	净利润	YoY
Deckers	27Q1	26.4~26.6	10.2 亿美元	6%	1.3 亿美元	-7%
			分品牌：UGG+4.9%，HOKA+7.7%			
Nike	FY26 年报	25.6~26.5	464.0 亿美元	0%	31.1 亿美元	-3%
			分地区：北美+5%，EMEA+3%，大中华区-11%，APLA 持平			
VF	27Q1	26.4~26.6	16.7 亿美元	-5%	-1.0 亿美元	减亏
			分品牌：Vans-8%，Timberland+4%，The North Face+6%			
Adidas	26H1	26.1~26.6	133.4 亿欧元	10%	8.7 亿欧元	8%
			分地区：欧洲+5%，北美+8%，大中华区+14%，拉美+27%，日韩+7%，新兴地区+5%			
Puma	26H1	26.1~26.6	35.5 亿欧元	-8%	-0.5 亿欧元	减亏
			分品类：鞋类-9.9%，服装-4.3%，配件-7.6%			
迅销	26Q3	26.3~26.5	1 万亿日元	22%	1467 亿日元	39%
			优衣库品牌分地区：日本+10.0%，海外+33.8%			
Lululemon	26Q2	26.5~26.7	24.2 亿美元	-4%	3.3 亿美元	-11%
			分地区：美国地区-8%，大中华区+4%，其他+5%			
Under Armour	FY27Q1	26.4~26.6	12.0 亿美元	-3%	54.5 万美元	扭亏
			分地区：北美-9.0%，EMEA+12.1%，亚太-6.6%，拉美+7.7%			
Ralph Lauren	FY27Q1	26.4~26.6	19.6 亿美元	14%	2.6 亿美元	19%
			分地区：北美+12.8%，欧洲+7.2%，亚洲+24.3%			
On Running	26H1	26.1~26.6	16.8 亿瑞士法郎	14%	2.1 亿瑞士法郎	1222 %
			分地区：EMEA+18.8%，美洲+3.8%，亚太+43.7%			
Gap	26Q2	26.5~26.8	37.0 亿美元	-2%	5.0 亿美元	132%
			分品牌：Old Navy-4%，Gap+10%，Banana Republic+3%，Athleta-12%			

资料来源：各公司公告，申万宏源研究

表 2：国际奢侈品公司最新业绩一览

公司	财季	自然月	销售额	YoY	利润	YoY
Hugo Boss	26H1	26.1~26.6	18.1 亿欧元	-10%	0.5 亿欧元	-40%
			分品牌：BOSS-8%，HUGO-19%			

下载日志已记录，仅供内部参考

Hermès	26H1	26.1~26.6	81.6 亿欧元	2%	22.4 亿欧元	0%
			分部门：皮具+5%，成衣-3%，丝绸+5%，其他+1%，香水和美妆-6%，手表-4%			
Prada	26H1	26.1~26.6	30.5 亿欧元	11%	3.3 亿欧元	-15%
			分品牌：Prada+3.3%，Miu Miu+2.5%			
LVMH	26H1	26.1~26.6	386.4 亿欧元	-3%	57.0 亿欧元	0%
			分部门：时装-7%，手表+9%，香水-2%，精品+2%，葡萄酒+11%			
开云集团	26H1	26.1~26.6	72.2 亿欧元	-3%	3.6 亿欧元	-12%
			分品牌：Gucci-5%，珠宝+20%，眼镜+8%			
历峰集团	27Q1	26.4~26.6	63.3 亿欧元	20%	-	-
			分地区：日本+36%，欧洲+11%，美洲+27%，中东和非洲+3%，亚太+21%			
Burberry	27Q1	26.4~26.6	4.6 亿英镑	5%	-	-
			分地区：EMEIA-3%，美洲+12%，大中华区+9%，亚太（大中华区以外）+3%			

资料来源：各公司公告，申万宏源研究

2.4 本周行业全球动态

Lee 大中华区运营模式迎来调整

美国多品牌管理集团 Authentic Brands Group（ABG）宣布正式选定 HiMaxx 集团旗下上海汇众科技作为 Lee 在中国内地、中国香港及中国澳门市场的运营合作伙伴，负责品牌在大中华区的产品开发、采购、零售及批发分销等业务；该合作将在 ABG 完成对 Lee 的收购后正式生效。

（新闻链接: https://mp.weixin.qq.com/s/PFTMA-aNTjBlVS6gUVetEQ?scene=1）

2.5 本周重点上市公司公告

表 3：本周重点上市公司公告

公司	日期	内容
江南布衣	2026/9/10	2026 财年营收 60.5 亿元，同比+9.0%；股东应占利润 10.0 亿元，同比+11.7%；经营现金流 14.3 亿元，同比+26.5%。

资料来源：公司公告，申万宏源研究

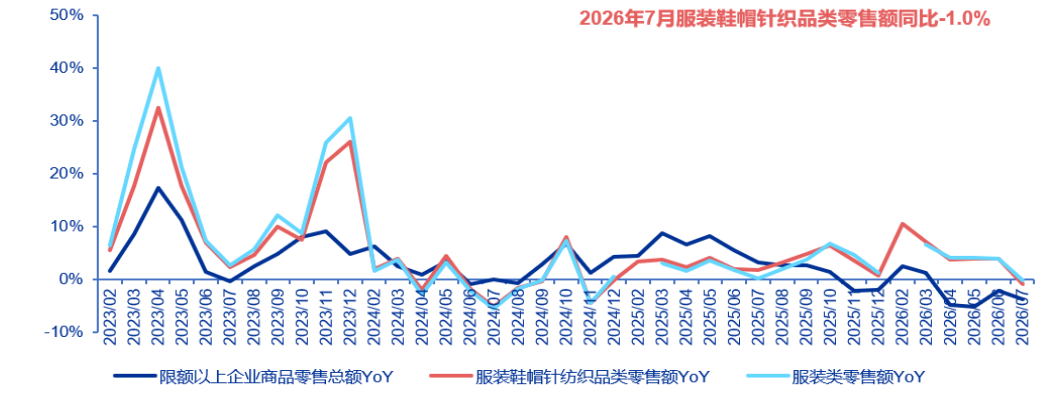
3．行业数据跟踪

3.1 7 月中国纺服社零总额同比下降

根据国家统计局数据，7 月社会消费品零售总额 3.9 万亿元，同比增长 0.6%。7 月全国服装鞋帽、针纺织品类零售总额 922 亿元，同比下降 1.0%。线上零售方面，7 月实物商品网上零售额 9669 亿元，同比增长 0.7%。1-7 月，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为 25.7%，穿类实物商品网上零售额同比增长 5.8%。

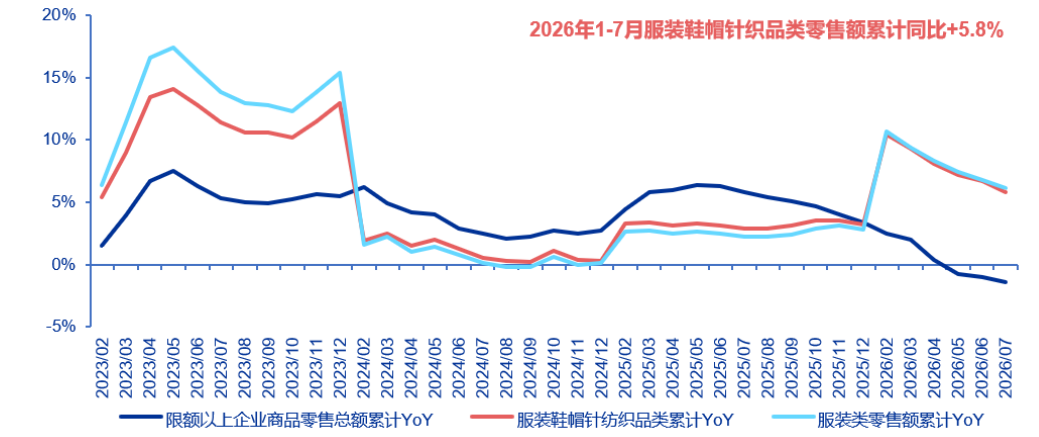
下载日志已记录，仅供内部参考

图 3：限额以上企业零售额当月增速（%）



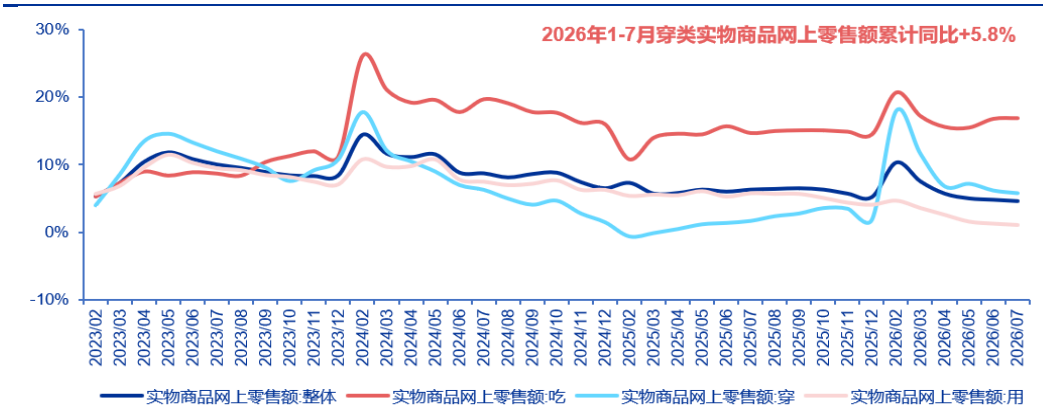
资料来源：国家统计局，申万宏源研究

图 4：限额以上企业零售额累计增速（%）



资料来源：国家统计局，申万宏源研究

图 5：实物网上零售额累计增速（%）



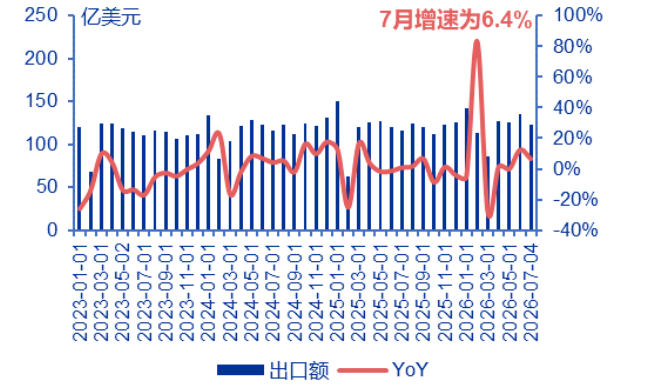
资料来源：国家统计局，申万宏源研究

下载日志已记录，仅供内部参考

3.2 7 月中国纺织业出口额同比增长

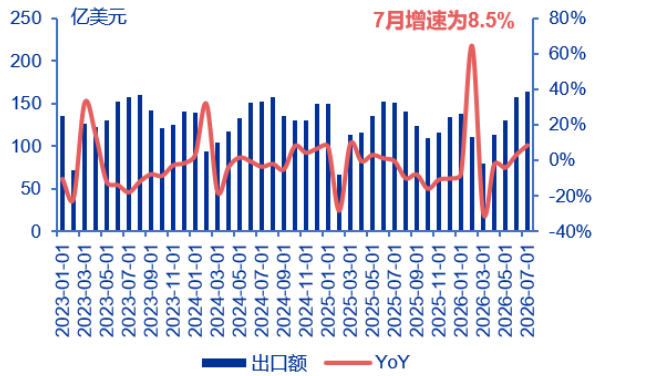
7 月国内纺织品、服装出口：据海关总署数据，2026 年 1-7 月我国出口纺织品服装 1748 亿美元，同比+2.4%，其中，出口纺织纱线、织物及制品 854 亿美元，同比+3.9%，出口服装及衣着附件 894 亿美元，同比+0.9%。其中，7 月我国纺织服装出口 288 亿美元，同比+7.6%。分拆看，7 月纺织纱线、织物及制品出口额 123 亿美元，同比+6.4%，服装及衣着附件出口额 164 亿美元，同比+8.5%。

图 6：7 月纺织纱线、织物及制品出口增长 6.4%



资料来源：海关总署，Wind，申万宏源研究

图 7：7 月服装及衣着附件出口增长 8.5%

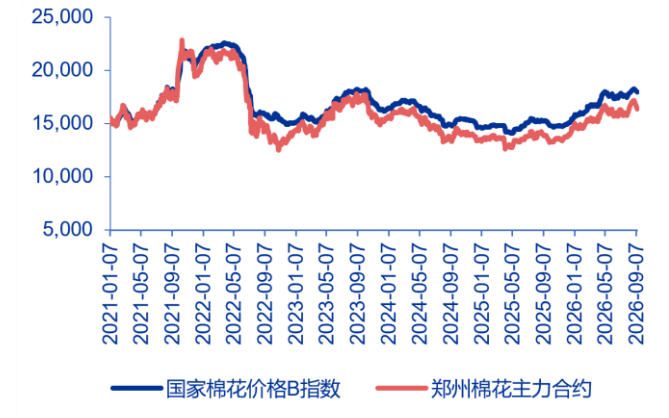


资料来源：海关总署，Wind，申万宏源研究

3.3 本周国内外棉花价格下跌

本周国内外棉花现货、期货价格：据中国棉花网数据，9 月 11 日，国家棉花价格 B 指数报于 17,948 元/吨，本周下跌 1.0%。郑棉主力合约报于 16,380 元/吨，本周下跌 2.4%。国际棉花价格 M 指数报于 98 美分/磅，本周上涨 1.9%。ICE2 号棉花主力合约报 86 美分/磅，本周下跌 0.3%。

图 8：中国棉花价格及期货指数



资料来源：中国棉花网，Wind，申万宏源研究

图 9：国际棉花价格及期货指数



资料来源：中国棉花网，Wind，申万宏源研究

下载日志已记录，仅供内部参考

3.4 9 月澳大利亚羊毛价格保持高位

澳大利亚羊毛价格指数：1）美元口径：9 月 9 日，澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数报于 1,357 美分/公斤，同比上涨 55.6%，月内上涨 2.0%，年内上涨 32.9%。**2）澳元口径：**9 月 9 日，澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数报于 1,878 澳分/公斤，同比上涨 42.4%，月内上涨 1.3%，年内上涨 21.9%。

图 10：澳大利亚羊毛价格指数（美元口径）



资料来源： Wind，申万宏源研究

图 11：澳大利亚羊毛价格指数（澳元口径）



资料来源： Wind，申万宏源研究

3.5 美元兑主要纺织出口国货币汇率变化

表 4：美元兑主要纺织出口国货币汇率变化

当月末汇率	美元兑人民币	美元兑越南盾	美元兑柬埔寨瑞尔	美元兑孟加拉国塔卡	美元兑斯里兰卡卢比
2026/01	6.97	25,074	4,026	122.4	309.4
2026/02	6.92	25,044	4,010	122.3	309.3
2026/03	6.92	25,102	4,013	122.8	315.5
2026/04	6.86	25,112	4,005	122.8	319.8
2026/05	6.82	25,139	4,026	122.8	329.4
2026/06	6.81	25,206	4,026	122.9	336.5
2026/07	6.79	25,338	4,043	123.8	335.8
2026/08	6.78	25,610	4,046	123.0	328.1
2026/9/4	6.77	25,596	4,052	123.0	328.6
较年初汇率变动	-3.6%	1.9%	1.0%	0.6%	6.0%
较月初汇率变动	-0.1%	-0.1%	0.1%	0.0%	0.1%

资料来源：Wind，各国央行，申万宏源研究

3.6 欧睿服装行业数据

3.6.1 中国运动服饰市场

2025 年中国运动服饰市场规模达 4377 亿元，同比增长 6.1%。公司口径 CR10 达

下载日志已记录，仅供内部参考

78.5%，其中安踏/Adidas/361 度/亚玛芬体育/Lululemon 市场份额同比提升 1.0/0.2/0.2/1.0/0.4pct，Nike/李宁/特步/Skechers/VF 市场份额同比下滑 3.3/0.4/0.1/0.7/0.1pct。

表 5：中国运动服饰市场规模及市占率排名

货币单位：亿人民币		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
中国	零售规模	1483	1669	1904	2215	2691	3199	3123	3549	3377	3860	4124	4377
	YoY	10.1%	12.5%	14.1%	16.3%	21.5%	18.9%	-2.4%	13.7%	-4.9%	14.3%	6.8%	6.1%
排名	公司口径	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	安踏	8.5%	9.8%	10.4%	11.0%	13.1%	15.0%	15.9%	17.8%	19.5%	19.9%	20.8%	21.8%
2	Nike	18.0%	19.5%	21.2%	22.4%	23.1%	24.0%	26.0%	23.7%	22.7%	21.9%	19.3%	16.0%
3	adidas	15.0%	15.5%	16.4%	18.6%	19.4%	19.0%	16.8%	15.2%	9.8%	9.0%	9.3%	9.5%
4	李宁	6.6%	6.9%	6.6%	6.2%	6.0%	6.5%	6.9%	9.4%	10.7%	10.5%	9.8%	9.4%
5	特步	6.6%	6.3%	5.6%	4.5%	4.7%	4.8%	4.6%	5.0%	6.1%	6.2%	6.2%	6.1%
6	361 度	4.3%	4.3%	4.2%	3.8%	3.1%	2.9%	2.7%	2.7%	3.3%	3.5%	3.8%	4.0%
7	亚玛芬体育	-	-	-	-	-	0.3%	0.5%	0.8%	1.2%	1.7%	2.6%	3.6%
8	lululemon	-	-	0.1%	0.2%	0.3%	0.5%	0.8%	1.1%	1.4%	1.9%	2.6%	3.0%
9	Skechers	0.6%	1.8%	2.0%	2.7%	3.3%	3.6%	4.0%	4.4%	4.0%	4.0%	3.6%	2.9%
10	VF	2.5%	2.3%	2.2%	2.2%	2.2%	2.3%	2.5%	2.3%	2.3%	2.3%	2.3%	2.2%
Un-biased CR10		70.8%	73.8%	75.4%	77.0%	79.6%	82.3%	83.4%	84.2%	82.4%	81.2%	80.3%	78.5%
排名	品牌口径	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	Nike	14.3%	15.5%	16.9%	18.2%	18.7%	18.8%	20.1%	18.1%	17.5%	16.8%	15.1%	12.9%
2	安踏	7.0%	7.8%	8.1%	8.4%	9.0%	9.1%	8.6%	9.8%	10.8%	10.5%	10.7%	10.6%
3	adidas	14.8%	15.3%	16.1%	18.3%	19.2%	18.8%	16.6%	15.0%	9.8%	9.0%	9.3%	9.5%
4	李宁	6.6%	6.9%	6.6%	6.2%	6.0%	6.5%	6.9%	9.4%	10.7%	10.5%	9.8%	9.4%
5	Fila	1.5%	2.0%	2.2%	2.5%	3.7%	5.4%	6.5%	6.9%	7.2%	7.3%	7.3%	7.3%
6	特步	6.6%	6.3%	5.6%	4.5%	4.7%	4.8%	4.6%	5.0%	6.1%	6.2%	6.2%	6.1%
7	361 度	4.3%	4.3%	4.2%	3.8%	3.1%	2.9%	2.7%	2.7%	3.3%	3.5%	3.8%	4.0%
8	lululemon	-	-	0.1%	0.2%	0.3%	0.5%	0.8%	1.1%	1.4%	1.9%	2.6%	3.0%
9	Skechers	0.6%	1.8%	2.0%	2.7%	3.3%	3.6%	4.0%	4.4%	4.0%	4.0%	3.6%	2.9%
10	Jordan	2.2%	2.5%	2.9%	2.9%	3.0%	3.9%	4.5%	4.3%	4.5%	4.5%	3.7%	2.7%
Un-biased CR10		65.2%	67.8%	69.2%	70.6%	73.2%	76.1%	76.5%	77.6%	76.0%	74.3%	72.1%	68.4%

资料来源：欧睿服装行业数据，申万宏源研究；注：Un-biasedCR10 为逐年重排前十大公司后计算的经调整 CR10

3.6.2 中国男装市场

2025 年中国男装市场规模达 5707 亿元，同比增长 1.6%。公司口径 CR10 达 23.0%，其中安踏/Adidas/亚玛芬体育市场份额同比提升 0.5/0.1/0.2pct，波司登/利郎/特步市场份额同比持平，海澜之家/耐克/迅销/李宁/雅戈尔/Bestseller 市场份额同比下滑 0.1/0.3/0.2/0.1/0.1/0.3pct。

表 6：中国男装市场规模及市占率排名

货币单位：亿人民币		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
中国	零售规模	4590	4797	4994	5245	5587	5806	5108	5705	5195	5617	5615	5707
	YoY	3.8%	4.5%	4.1%	5.0%	6.5%	3.9%	-12.0%	11.7%	-8.9%	8.1%	0.0%	1.6%
排名	公司口径	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	安踏	0.8%	1.0%	1.1%	1.3%	1.9%	2.5%	2.9%	3.2%	3.5%	3.9%	4.3%	4.8%
2	海澜之家	3.6%	4.4%	4.7%	4.8%	4.5%	4.8%	4.5%	4.6%	4.6%	5.0%	4.7%	4.6%
3	波司登	0.8%	0.7%	0.8%	1.0%	1.1%	1.3%	1.6%	1.6%	1.7%	2.1%	2.4%	2.4%

下载日志已记录，仅供内部参考

4	耐克	1.4%	1.6%	1.8%	2.0%	2.3%	2.7%	3.1%	2.8%	2.7%	2.6%	2.5%	2.2%
5	迅销	0.8%	0.9%	1.2%	1.4%	1.5%	1.7%	2.1%	1.9%	2.0%	2.2%	2.3%	2.1%
6	李宁	0.6%	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%	1.1%	1.3%	1.8%	1.8%	1.9%	1.8%	1.7%
6	Adidas	1.3%	1.4%	1.6%	1.9%	2.2%	2.4%	2.4%	2.1%	1.5%	1.5%	1.6%	1.7%
8	雅戈尔	-	-	1.1%	1.2%	1.2%	1.3%	1.4%	1.3%	1.3%	1.4%	1.3%	1.2%
8	亚玛芬体育	-	-	-	-	-	0.1%	0.2%	0.3%	0.5%	0.7%	1.0%	1.2%
10	Bestseller	3.3%	3.4%	3.2%	3.0%	2.8%	2.7%	2.6%	2.6%	2.1%	1.8%	1.4%	1.1%
10	利郎	-	-	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	1.0%	1.1%	1.1%
10	特步	-	-	0.4%	0.4%	0.5%	0.7%	0.7%	0.7%	0.9%	1.1%	1.1%	1.1%
Un-biased CR10		**15.7%**	**16.9%**	**17.7%**	**18.7%**	**19.6%**	**21.7%**	**23.1%**	**23.1%**	**22.4%**	**23.6%**	**23.4%**	**23.0%**
排名	**品牌口径**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
1	海澜之家	3.6%	4.4%	4.7%	4.8%	4.5%	4.8%	4.5%	4.6%	4.6%	5.0%	4.7%	4.6%
2	波司登	0.7%	0.6%	0.8%	1.0%	1.1%	1.2%	1.5%	1.5%	1.6%	1.9%	2.1%	2.2%
3	优衣库	0.8%	0.9%	1.2%	1.4%	1.5%	1.7%	2.1%	1.9%	2.0%	2.2%	2.3%	2.1%
3	耐克	1.2%	1.4%	1.5%	1.7%	2.0%	2.2%	2.6%	2.3%	2.2%	2.1%	2.1%	1.9%
5	李宁	0.6%	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%	1.1%	1.3%	1.8%	1.8%	1.9%	1.8%	1.7%
5	安踏	0.6%	0.7%	0.8%	0.9%	1.2%	1.4%	1.3%	1.5%	1.6%	1.6%	1.7%	1.7%
5	Adidas	1.3%	1.4%	1.5%	1.9%	2.2%	2.4%	2.4%	2.1%	1.5%	1.5%	1.6%	1.7%
8	Fila	0.2%	0.2%	0.3%	0.4%	0.6%	1.0%	1.3%	1.4%	1.4%	1.5%	1.5%	1.5%
9	雅戈尔	-	-	1.1%	1.2%	1.2%	1.3%	1.4%	1.3%	1.3%	1.4%	1.3%	1.2%
10	利郎	-	-	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	1.0%	1.1%	1.1%
10	始祖鸟	-	-	-	-	-	0.1%	0.2%	0.3%	0.4%	0.6%	0.9%	1.1%
10	杰克琼斯	2.6%	2.6%	2.5%	2.3%	2.1%	2.1%	2.0%	2.0%	1.8%	1.8%	1.4%	1.1%
10	特步	-	-	0.4%	0.4%	0.5%	0.7%	0.7%	0.7%	0.9%	1.1%	1.1%	1.1%
Un-biased CR10		**14.8%**	**15.8%**	**16.3%**	**17.3%**	**17.9%**	**19.4%**	**20.4%**	**20.4%**	**19.8%**	**20.9%**	**20.5%**	**19.7%**

资料来源：欧睿服装行业数据，申万宏源研究；注：Un-biasedCR10 为逐年重排前十大公司后计算的经调整 CR10

3.6.3 中国女装市场

2025 年中国女装市场规模达 10592 亿元，同比增长 1.5%。公司口径 CR10 达 9.5%，其中安踏/Lululemon/Moncler 市场份额同比提升 0.1/0.1/0.1pct，波司登/李宁/Adidas/UR/爱帛服饰/森马市场份额同比持平，迅销/Bestseller/Inditex 市场份额同比下滑 0.2/0.2/0.1pct。

表 7：中国女装市场规模及市占率排名

货币单位：亿人民币		**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
中国	零售规模	7937	8395	8852	9409	10126	10573	9407	10540	9643	10443	10437	10592
	YoY	7.4%	5.8%	5.4%	6.3%	7.6%	4.4%	-11.0%	12.1%	-8.5%	8.3%	-0.1%	1.5%
排名	**公司口径**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
1	迅销	0.7%	0.8%	1.1%	1.3%	1.4%	1.6%	1.8%	1.7%	1.8%	1.9%	2.0%	1.8%
2	安踏	-	-	0.4%	0.5%	0.7%	0.9%	1.0%	1.1%	1.2%	1.3%	1.5%	1.6%
2	波司登	-	-	0.5%	0.6%	0.7%	0.8%	1.0%	1.0%	1.1%	1.4%	1.6%	1.6%
4	Bestseller	2.0%	2.0%	1.8%	1.7%	1.6%	1.5%	1.4%	1.4%	1.3%	1.3%	1.0%	0.8%
4	Lululemon	-	-	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.3%	0.5%	0.7%	0.8%
6	李宁	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%
6	Adidas	0.6%	0.6%	0.7%	0.8%	1.0%	1.1%	1.0%	0.9%	0.5%	0.5		
6	UR	-	-	0.2%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5		
6	爱帛服饰	-	-	0.7%	0.6%	0.7%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6		
10	Inditex	0.7%	0.7%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	0.8%	0.7		
10	森马	-	-	0.5%	0.5%	0.6%	0.7%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5		
10	Moncler	-	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.4		

人在草木间

下载日志已记录，仅供内部参考

Un-biased CR10		6.3%	6.6%	10.1%	9.4%	9.8%	10.0%	10.0%	9.9%	9.3%	9.7%	9.8%	9.5%
排名	品牌口径	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	优衣库	0.7%	0.8%	1.1%	1.3%	1.4%	1.6%	1.8%	1.7%	1.8%	1.9%	2.0%	1.8%
2	波司登	0.4%	0.4%	0.5%	0.6%	0.6%	0.7%	0.9%	0.9%	1.0%	1.3%	1.4%	1.5%
3	Lululemon	-	-	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.3%	0.5%	0.7%	0.8%
4	UR			0.2%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%
4	李宁	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%
4	Adidas	0.6%	0.6%	0.7%	0.8%	1.0%	1.1%	1.0%	0.9%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%
4	安踏	-	-	0.3%	0.3%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%
8	Moncler	-	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.4%	0.4%	0.5%
8	森马	-	-	0.5%	0.5%	0.6%	0.7%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
8	MO&Co	-	-	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%
8	Fila	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
Un-biased CR10		7.6%	8.0%	8.0%	8.0%	8.3%	8.2%	7.9%	7.8%	7.4%	7.8%	8.0%	8.0%

资料来源：欧睿服装行业数据，申万宏源研究；注：Un-biasedCR10 为逐年重排前十大公司后计算的经调整 CR10

3.6.4 中国童装市场

2025 年中国童装市场规模达 2657 亿元，同比增长 2.0%。公司口径 CR10 达 15.8%，其中森马/安踏/Adidas/特步/361 度市场份额同比提升 0.3/0.1/0.1/0.1/0.1pct，迅销/耐克/迪士尼/李宁市场份额同比持平，日冠服饰市场份额同比下滑 0.1pct。

表 8：中国童装市场规模及市占率排名

货币单位：亿人民币		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
中国	零售规模	1271	1400	1571	1800	2091	2391	2218	2517	2299	2526	2604	2657
	YoY	9.2%	10.2%	12.2%	14.6%	16.2%	14.4%	-7.3%	13.5%	-8.7%	9.9%	3.1%	2.0%
排名	公司口径	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	森马	3.6%	4.1%	4.6%	4.9%	5.9%	7.3%	7.3%	6.9%	6.3%	6.0%	6.3%	6.6%
2	安踏	0.7%	1.0%	1.3%	1.4%	1.8%	2.2%	2.6%	2.8%	3.1%	3.1%	3.1%	3.2%
3	迅销	0.7%	0.8%	1.0%	1.1%	1.2%	1.3%	1.4%	1.4%	1.4%	1.5%	1.5%	1.5%
4	Adidas	0.7%	0.8%	0.9%	1.1%	1.2%	1.3%	1.4%	1.4%	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%
5	特步	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.4%	0.5%	0.6%	0.6%	0.7%
6	耐克	0.4%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%	0.7%	0.8%	0.7%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%
6	361 度	-	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.5%	0.5%	0.6%
6	日冠服饰	-	-	-	-	-	-	-	-	0.9%	0.8%	0.7%	0.6%
9	迪士尼	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%
9	李宁	-	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.5%	0.6%	0.5%	0.5%
Un-biased CR10		10.7%	11.7%	12.4%	12.8%	14.3%	16.3%	17.0%	16.7%	15.9%	15.2%	15.2%	15.8%
排名	品牌口径	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	Balabala	3.6%	4.1%	4.6%	4.9%	5.9%	7.3%	7.3%	6.9%	6.3%	6.0%	6.3%	6.6%
2	安踏	0.6%	0.8%	1.0%	1.1%	1.2%	1.3%	1.4%	1.7%	1.9%	1.9%	1.9%	2.0%
3	优衣库	0.7%	0.8%	1.0%	1.1%	1.2%	1.3%	1.4%	1.4%	1.4%	1.5%	1.5%	1.5%
4	Fila	0.1%	0.2%	0.3%	0.3%	0.6%	0.9%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	1.1%	1.2%
5	Adidas	0.7%	0.8%	0.9%	1.1%	1.2%	1.3%	1.4%	1.4%	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%
6	特步	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.4%	0.5%	0.6%	0.6%	0.7%
7	耐克	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%
7	361 度	-	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.5%	0.5%	0.6%
7	Dave&Bella	-	-	-	-	-	-	-	-	0.9%	0.8%	0.7%	0.6%
10	李宁	-	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.5%	0.6%	0.5%	0.5%
10	迪士尼	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%
Un-biased CR10		10.3%	11.2%	11.8%	12.4%	13.6%	15.6%	16.4%	16.2%	15.2%	14.6%	14.6%	15.3%

下载日志已记录，仅供内部参考

资料来源：欧睿服装行业数据，申万宏源研究；注：Un-biasedCR10 为逐年重排前十大公司后计算的经调整 CR10

3.6.5 中国内衣市场

2025 年中国内衣市场规模达 2542 亿元，同比增长 1.6%。公司口径 CR10 达 9.8%，其中猫人集团市场份额同比提升 0.2pct，南极电商/汇洁/都市丽人/爱慕/彼悦/龙头股份/Victoria's Secret 市场份额同比持平，迅销/安莉芳/三立人市场份额同比下滑 0.1/0.1/0.1pct。

表 9：中国内衣市场规模及市占率排名

货币单位：亿人民币		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
中国	零售规模	1701	1832	1966	2129	2326	2461	2227	2496	2312	2491	2502	2542
	YoY	9.2%	7.7%	7.3%	8.3%	9.3%	5.8%	-9.5%	12.1%	-7.4%	7.7%	0.5%	1.6%
排名	公司口径	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	迅销	0.9%	1.0%	1.3%	1.4%	1.5%	1.7%	2.0%	1.8%	1.8%	1.8%	2.0%	1.9%
2	猫人集团	-	-	-	-	-	-	0.3%	0.5%	0.8%	1.0%	1.3%	1.5%
3	南极电商	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.4%	1.4%	1.3%	1.3%	1.3%	1.3%	1.3%
4	汇洁	1.0%	1.1%	1.1%	1.0%	1.0%	1.1%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%
5	都市丽人	2.6%	3.0%	2.5%	2.3%	2.4%	1.8%	1.5%	1.4%	1.4%	1.2%	1.1%	1.1%
6	爱慕	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	0.8%	0.8%
7	彼悦	-	-	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.5%	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%
7	龙头股份	1.0%	1.1%	1.0%	0.9%	0.8%	0.9%	0.9%	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%
9	安莉芳	1.2%	1.2%	1.0%	1.0%	1.0%	0.8%	0.7%	0.7%	0.6%	0.5%	0.5%	0.4%
9	Victoria's Secret	-	-	-	-	-	-	-	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%
9	三立人	-	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.3%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%
Un-biased CR10		11.1%	11.7%	11.2%	10.8%	10.7%	10.3%	10.4%	10.2%	10.1%	9.7%	9.9%	9.8%
排名	品牌口径	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	优衣库	0.9%	1.0%	1.3%	1.4%	1.5%	1.7%	2.0%	1.8%	1.8%	1.8%	2.0%	1.9%
2	MIIOW（猫人）			-	-	-	-	0.3%	0.5%	0.8%	1.0%	1.3%	1.5%
3	南极人	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	1.4%	1.4%	1.3%	1.3%	1.3%	1.3%	1.3%
4	都市丽人	2.6%	3.0%	2.5%	2.3%	2.4%	1.8%	1.5%	1.4%	1.4%	1.2%	1.1%	1.1%
5	曼妮芬	0.7%	0.7%	0.8%	0.7%	0.7%	0.8%	0.9%	0.9%	0.8%	0.9%	0.9%	0.9%
6	爱慕	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	0.8%	0.8%
7	Ubras	-	-	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.5%	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%
7	三枪	1.0%	1.1%	1.0%	0.9%	0.8%	0.9%	0.9%	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%
9	Victoria's Secret	-	-	-	-	-	-	-	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%
9	蕉内	-	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.3%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.4%
Un-biased CR10		10.4%	11.0%	10.7%	11.4%	10.1%	9.8%	10.0%	9.7%	10.1%	9.3%	9.5%	9.5%

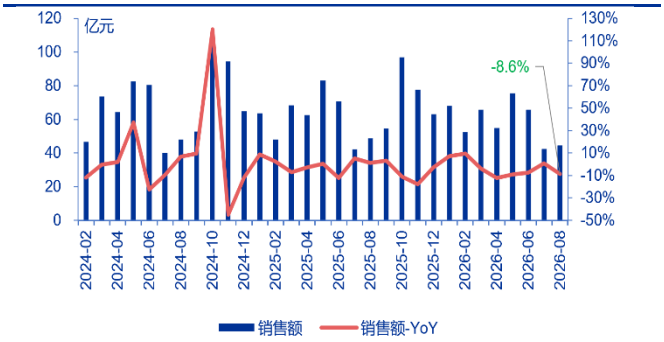
资料来源：欧睿服装行业数据，申万宏源研究；注：Un-biasedCR10 为逐年重排前十大公司后计算的经调整 CR10

下载日志已记录，仅供内部参考

3.7 电商数据

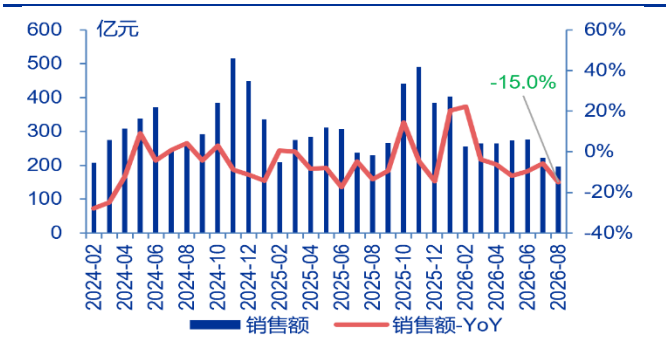
3.7.1 行业大盘

图 12：8 月运动鞋服淘系销售额同比-8.6%



资料来源：魔镜市场情报服装行业数据，申万宏源研究

图 13：8 月女装淘系销售额同比-15.0%



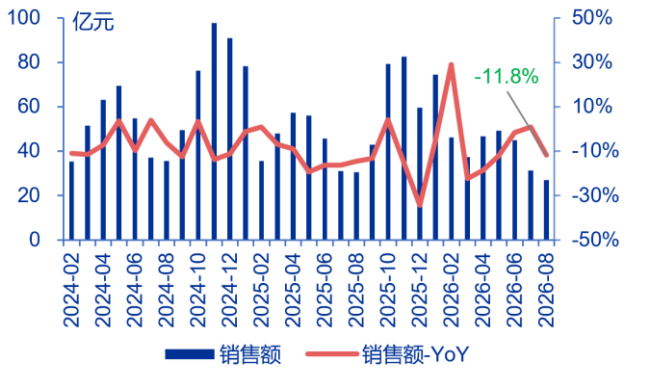
资料来源：魔镜市场情报服装行业数据，申万宏源研究

图 14：8 月男装淘系销售额同比-12.2%



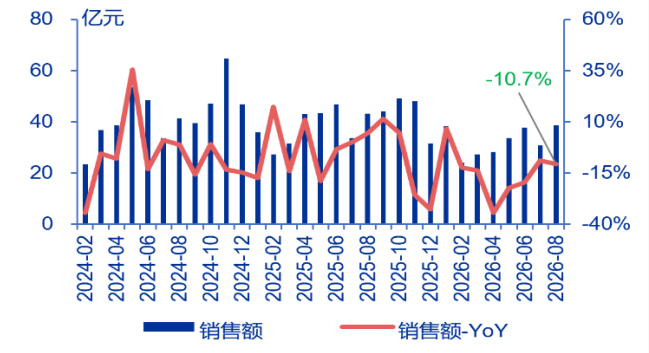
资料来源：魔镜市场情报服装行业数据，申万宏源研究

图 15：8 月童装淘系销售额同比-11.8%



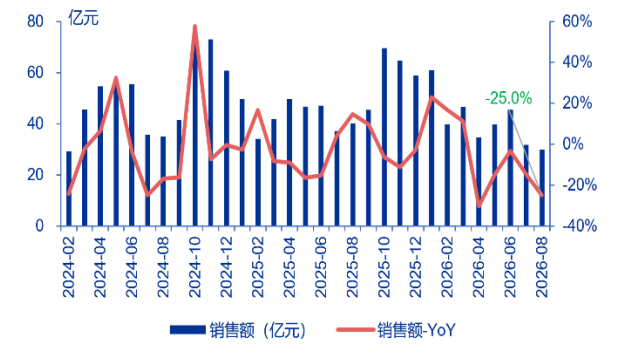
资料来源：魔镜市场情报服装行业数据，申万宏源研究

图 16：8 月家纺淘系销售额同比-10.7%



资料来源：魔镜市场情报服装行业数据，申万宏源研究

图 17：8 月户外淘系销售额同比-25.0%



资料来源：魔镜市场情报服装行业数据，申万宏源研究

下载日志已记录，仅供内部参考

3.7.2 品牌表现

表 10：运动品牌淘系月度销售情况

品牌	市占率								同比增速							
	26 年 1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	26 年 1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月
Nike	9.8%	10.1%	9.0%	7.5%	9.3%	8.4%	7.0%	8.0%	-9.5%	8.6%	24.3%	3.5%	-13.5%	-29.4%	-9.7%	-24.5%
Adidas	7.6%	9.3%	9.2%	7.9%	9.9%	9.4%	7.9%	8.8%	9.3%	60.7%	43.7%	17.1%	26.3%	16.6%	49.9%	10.9%
Puma	1.8%	1.9%	2.1%	1.6%	2.1%	2.3%	1.6%	1.7%	-0.7%	19.1%	11.5%	-12.5%	-19.9%	-4.3%	-0.5%	-3.1%
Under Armour	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%	0.6%	0.8%	0.7%	0.5%	-11.0%	37.3%	22.1%	56.5%	-8.1%	-19.6%	33.1%	-14.1%
Skechers	1.5%	1.5%	1.7%	1.4%	1.5%	1.5%	1.5%	1.1%	0.6%	19.2%	-15.8%	10.7%	-35.8%	-10.4%	18.1%	-10.3%
李宁	7.5%	8.0%	7.3%	7.7%	6.9%	7.1%	6.5%	6.9%	4.1%	32.7%	10.1%	-13.6%	0.3%	1.1%	0.7%	1.9%
安踏	6.8%	6.8%	5.9%	6.2%	6.5%	6.4%	5.9%	5.5%	7.1%	32.2%	3.6%	0.4%	9.6%	0.6%	4.6%	0.5%
Fila	7.8%	7.7%	8.3%	7.7%	11.0%	9.7%	5.3%	5.7%	12.5%	59.2%	38.5%	25.5%	1.6%	12.4%	-12.1%	-10.3%
Fila Fusion	0.4%	0.3%	0.3%	0.4%	0.6%	0.6%	0.4%	0.3%	68.4%	54.2%	102.5%	113.1%	49.0%	53.2%	112.9%	52.4%
始祖鸟/Arc'teryx	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	151.8%	152.8%	167.8%	-37.7%	126.9%	42.0%	119.8%	122.1%
迪桑特/DESCENTE	2.2%	1.8%	1.9%	1.8%	1.9%	2.0%	1.8%	0.8%	30.3%	64.1%	41.0%	5.8%	-22.3%	-10.0%	9.1%	-47.9%
可隆/KOLON SPORT	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	47808.8%	22743.5%	6072.2%	1351.0%	243.1%	164.1%	204.4%	65.6%
特步	2.0%	2.2%	2.4%	2.7%	2.2%	2.0%	2.1%	2.0%	-17.3%	4.0%	-11.7%	-16.2%	-14.2%	-24.4%	-9.1%	-20.6%
361 度	1.5%	1.5%	1.8%	1.6%	1.2%	1.2%	1.2%	1.0%	-30.3%	-48.6%	-35.6%	-50.5%	-43.5%	-52.7%	-37.5%	-44.4%

资料来源：魔镜市场情报，申万宏源研究；注：数据为第三方平台抓取，与实际收入存在差异

表 11：男装品牌淘系月度销售情况

公司	品牌	市占率								同比增速							
		26 年 1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	26 年 1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月
迅销集团	优衣库	1.9%	1.6%	3.1%	2.4%	2.8%	2.5%	2.4%	2.8%	70.7%	55.0%	81.9%	3.5%	27.0%	1.8%	39.2%	36.1%
海澜之家	海澜之家	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	1.3%	1.9%	1.0%	0.9%	27.1%	112.2%	33.8%	-14.2%	0.7%	-4.4%	19.5%	4.8%
南极人	南极人	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-80.1%	-63.6%	-78.3%	-85.2%	-51.2%	-16.3%	-31.2%	-16.7%
森马服饰	森马	0.4%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	-62.9%	-60.0%	-61.1%	-67.6%	-37.0%	-30.1%	-16.4%	-35.6%
太平鸟	太平鸟	0.8%	0.9%	0.7%	0.6%	0.6%	0.5%	0.4%	0.5%	20.2%	14.1%	46.4%	6.3%	13.4%	-6.1%	19.6%	6.3%
报喜鸟	Hazzys	0.2%	0.3%	0.5%	0.5%	0.7%	0.6%	0.4%	0.3%	30.8%	25.8%	55.6%	79.5%	67.7%	52.3%	39.4%	14.0%
	报喜鸟	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	59.6%	43.2%	100.4%	108.5%	71.8%	28.2%	48.5%	47.0%
七匹狼	七匹狼	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	-13.3%	1.0%	-47.9%	-24.2%	-25.7%	-16.4%	29.1%	3.0%
九牧王	九牧王	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	23.3%	29.2%	2.9%	46.1%	9.1%	-14.5%	24.1%	19.0%

资料来源：魔镜市场情报，申万宏源研究；注：数据为第三方平台抓取，与实际收入存在差异

表 12：女装品牌淘系月度销售情况

公司	品牌	市占率								同比增速							
		26 年 1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	26 年 1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月
迅销集团	优衣库	0.42%	0.46%	0.89%	0.68%	0.71%	0.62%	0.66%	0.65%	-0.3%	19.3%	55.0%	10.5%	-23.0%	-36.4%	13.6%	-14.7%
	Theory	0.04%	0.05%	0.08%	0.05%	0.05%	0.06%	0.06%	0.05%	13.7%	1.2%	-17.0%	-16.4%	-56.5%	-43.1%	-11.7%	-41.4%
	GU	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.00%	0.00%	-29.3%	-39.3%	-39.3%	-19.2%	-47.3%	-42.3%	-49.9%	-71.1%
太平鸟	太平鸟	0.18%	0.22%	0.23%	0.13%	0.12%	0.12%	0.11%	0.12%	11.7%	42.0%	106.7%	29.2%	5.5%	-14.4%	-10.8%	-40.4%
	乐町	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%	0.02%	0.02%	-56.7%	-57.2%	-56.7%	-34.1%	-43.9%	-26.4%	-26.3%	-45.9%
森马服饰	森马	0.11%	0.09%	0.07%	0.05%	0.07%	0.07%	0.05%	0.06%	15.2%	35.6%	-27.1%	-53.8%	-37.9%	-41.7%	-38.5%	-25.9%
地素时尚	地素/DAZZLE	0.06%	0.11%	0.10%	0.13%	0.15%	0.10%	0.12%	0.08%	14.2%	65.4%	65.1%	140.5%	57.6%	-28.3%	-12.2%	-26.5%
歌力思	歌力思	0.02%	0.01%	0.02%	0.02%	0.02%	0.03%	0.02%	0.01%	-49.8%	-66.8%	-59.4%	-50.2%	-52.7%	-56.2%	-59.2%	-57.6%

下载日志已记录，仅供内部参考

	Self-portrait	0.03%	0.07%	0.06%	0.04%	0.08%	0.07%	0.04%	0.03%	-26.4%	40.3%	46.0%	10.1%	24.8%	-8.7%	-24.7%	-44.6%
	Ed Hardy	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%	-21.9%	-49.3%	-65.1%	-36.3%	-34.7%	-48.9%	-33.4%	-62.7%
	Laurel	0.02%	0.02%	0.03%	0.02%	0.04%	0.05%	0.03%	0.03%	-39.5%	-39.8%	-5.8%	3.0%	10.8%	-1.4%	4.1%	-21.2%
	IRO	0.02%	0.03%	0.03%	0.03%	0.02%	0.03%	0.02%	0.02%	72.3%	89.6%	34.7%	77.8%	-18.7%	-22.6%	-16.2%	-31.3%
锦泓集团	TEENIE WEENIE	0.12%	0.17%	0.15%	0.11%	0.10%	0.09%	0.06%	0.13%	-26.9%	-38.2%	-36.0%	-44.6%	-55.4%	-67.4%	-61.2%	-30.3%
	Jorya	0.02%	0.03%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	12.8%	20.1%	-21.7%	-18.6%	-54.3%	-48.8%	-6.7%	-43.0%
	Jorya Weekend	0.03%	0.05%	0.04%	0.04%	0.04%	0.04%	0.03%	0.03%	-55.5%	-48.7%	-28.6%	6.5%	-39.8%	-37.4%	-28.0%	-25.8%
欣贺股份	Caroline	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	-52.2%	-67.8%	-69.9%	-59.4%	-28.5%	-25.0%	-24.9%	-6.9%
	AIVEI	0.02%	0.04%	0.04%	0.03%	0.04%	0.01%	0.03%	0.03%	-42.0%	-30.0%	3.2%	4.1%	-33.3%	-36.1%	-35.0%	-36.9%
	ANMANI	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	-40.7%	-68.2%	83.1%	-49.7%	-14.5%	-14.3%	4.3%	0.8%
戎美股份	戎美	0.15%	0.07%	0.02%	0.01%	0.04%	0.03%	0.09%	0.10%	96.1%	8.6%	-41.0%	-95.0%	-86.8%	-87.2%	-38.3%	-61.4%

资料来源：魔镜市场情报，申万宏源研究；注：数据为第三方平台抓取，与实际收入存在差异

表 13：童装品牌淘系月度销售情况

类型	公司	品牌	市占率								同比增速							
			26 年 1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	26 年 1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月
休闲童装	森马服饰	巴拉巴拉	4.4%	4.1%	4.4%	3.9%	4.3%	4.1%	4.2%	3.1%	7.3%	64.2%	-27.1%	-7.0%	24.9%	27.8%	35.4%	-16.5%
	迅销集团	优衣库	0.6%	0.5%	0.9%	0.7%	0.6%	0.5%	0.5%	0.4%	21.3%	19.5%	21.4%	-5.8%	-13.8%	-47.2%	-22.5%	-17.0%
	太平鸟	mini peace	0.6%	0.6%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	-0.3%	21.9%	-27.2%	-17.2%	-26.2%	-17.1%	-35.6%	-31.5%
	锦泓集团	teenieweeniekids	0.5%	0.5%	0.4%	0.3%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	-5.1%	-26.7%	-20.7%	-33.3%	-39.0%	-72.7%	-62.9%	-59.4%
	嘉曼服饰	暇步士	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	-25.5%	-20.3%	-14.7%	-19.8%	16.1%	-26.9%	-30.3%	-71.0%
		水孩儿	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-43.1%	-35.1%	-26.3%	-1.1%	-18.9%	-44.1%	-16.5%	-61.3%
		Hazzys	0.2%	0.3%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	-25.2%	10.8%	17.8%	23.1%	-4.1%	6.3%	14.8%	-52.2%
运动品牌 Kids 系列	Nike	Nike	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	-23.6%	-26.3%	-44.8%	9.5%	-46.6%	-70.4%	-28.9%	-15.2%
	Adidas	Adidas	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	90.8%	41.2%	33.8%	43.1%	-35.4%	9.7%	8.3%	-17.6%
	Puma	Puma	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.4%	91.0%	187.3%	93.1%	78.4%	182.6%	237.1%	75.8%	153.5%
	李宁	李宁	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	-2.6%	82.4%	-36.8%	-24.9%	-22.2%	-30.3%	-35.3%	-51.8%
	安踏体育	安踏	0.8%	0.8%	0.6%	0.5%	0.7%	0.8%	0.8%	0.7%	-8.5%	89.3%	-9.7%	-29.6%	-21.2%	-22.8%	-13.0%	-5.9%
		Fila	0.7%	0.6%	0.5%	0.3%	0.5%	0.6%	0.2%	0.4%	22.2%	6.0%	25.3%	7.8%	-30.7%	-18.0%	-48.2%	-10.6%
	特步	特步	0.3%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	12.5%	119.6%	-30.2%	-47.7%	-24.8%	-26.3%	-26.3%	-44.7%
	361 度	361°	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	-11.9%	-3.5%	-15.1%	-37.7%	-17.1%	38.7%	-27.0%	-20.1%

资料来源：魔镜市场情报，申万宏源研究；注：数据为第三方平台抓取，与实际收入存在差异

4.纺织服装板块交易数据跟踪

4.1 纺织服装行业 2026Q2 基金重仓分析

表 14：纺织服装行业主要标的 2026Q2 基金重仓变化

纺织服装（含港股）行业主要标的 2026Q2 基金重仓变化汇总									
公司名称	持有基金数量			持股总量（万股）			持股总市值（万元）		
	2026Q1	2026Q2	变化	2026Q1	2026Q2	变化(%)	2026Q1	2026Q2	变化(%)
比音勒芬	14	70	56	1,415	5,023	255%	24,227	103,677	328%
波司登	2	17	15	1,076	18,744	1642%	3,798	69,683	1735%
安踏体育	43	35	-8	1,086	787	-28%	72,619	48,595	-33%
李宁	61	25	-36	7,827	3,554	-55%	147,891	45,440	-69%

下载日志已记录，仅供内部参考

华利集团	14	9	-5	983	1,426	45%	42,752	42,436	-1%
罗莱生活	21	23	2	989	2,613	164%	9,914	25,846	161%
伟星股份	15	10	-5	4,016	2,774	-31%	39,559	23,357	-41%
申洲国际	9	9	0	436	457	5%	17,998	15,635	-13%
锦泓集团	7	5	-2	2,455	2,041	-17%	21,850	14,596	-33%
水星家纺	19	5	-14	760	743	-2%	15,876	11,561	-27%
天创时尚	0	4	4	0	327	0%	0	7,454	新增
江南布衣	3	3	0	467	387	-17%	8,657	5,784	-33%
特步国际	3	1	-2	788	1,550	97%	3,112	5,062	63%
航民股份	8	8	0	941	834	-11%	6,957	5,043	-28%
歌力思	2	4	2	17	622	3519%	182	4,707	2489%
开润股份	4	2	-2	1,306	289	-78%	23,673	4,220	-82%
百隆东方	10	9	-1	1,745	598	-66%	12,497	4,049	-68%
富安娜	2	2	0	102	673	561%	706	4,000	466%

资料来源：Wind，申万宏源研究

4.2 解禁时间

表 15：纺织服饰上市公司非流通股解禁明细（截至 2026 年 12 月 31 日）

代码	简称	解禁日期	解禁数量（万股）	变动前流通 A 股占比(%)	变动后流通 A 股占比(%)	解禁股份类型
001312.SZ	福恩股份	2026/10/21	117	24.5%	25.0%	首发机构配售股份

资料来源：Wind，申万宏源研究

表 16：本周纺服沪港通/深港通持股比例变化

港股纺服港股通持股占全部股本比例（%）								
行业	代码	名称	09/07	09/08	09/09	09/10	09/11	本期变动方向
纺服	02020.HK	安踏体育	7.35	7.35	7.37	7.38	7.40	+0.05
	02331.HK	李宁	16.37	16.39	16.39	16.40	16.82	+0.45
	03998.HK	波司登	9.32	9.33	9.39	9.45	9.49	+0.17
	02313.HK	申洲国际	9.08	9.16	9.17	9.19	9.23	+0.15
	01368.HK	特步国际	17.08	17.22	17.27	17.46	17.57	+0.49
	01361.HK	361 度	18.16	18.17	18.18	18.19	18.21	+0.05
	06110.HK	滔搏	6.48	6.45	6.48	6.45	6.51	+0.03

资料来源：Wind，申万宏源研究；注：蓝色底代表本期流入

表 17：本周重点公司沪深港通持股变动

公司	日期	收盘价（港元）	系统持股量（万股）	系统持股市值（亿港元）	持股数量变动(万股)	占自由流通股本比例	占港股总股数比例
李宁	2026-09-11	13.01	43495	57	1085	26.2%	16.8%
	2026-09-10	13.06	42410	55	-4	25.5%	16.4%

下载日志已记录，仅供内部参考

	2026-09-09	13.37	42413	57	-2	25.5%	16.4%
	2026-09-08	14.23	42415	60	66	25.5%	16.4%
	2026-09-07	13.75	42348	58	239	25.5%	16.4%
安踏体育	2026-09-11	72.45	20712	150	44	15.9%	7.4%
	2026-09-10	72.05	20668	149	41	15.9%	7.4%
	2026-09-09	73.50	20628	152	57	15.8%	7.4%
	2026-09-08	75.95	20571	156	9	15.8%	7.4%
	2026-09-07	74.34	20562	153	80	15.8%	7.4%
特步国际	2026-09-11	3.29	49484	16	304	50.6%	17.6%
	2026-09-10	3.37	49180	17	517	50.3%	17.5%
	2026-09-09	3.47	48663	17	171	49.8%	17.3%
	2026-09-08	3.53	48492	17	391	49.6%	17.2%
	2026-09-07	3.50	48100	17	192	49.2%	17.1%
滔搏	2026-09-11	1.02	40434	4	349	17.2%	6.5%
	2026-09-10	1.04	40085	4	-168	17.0%	6.5%
	2026-09-09	1.10	40253	4	171	17.1%	6.5%
	2026-09-08	1.11	40082	4	-153	17.0%	6.5%
	2026-09-07	1.11	40235	4	255	17.1%	6.5%
申洲国际	2026-09-11	35.98	13888	50	49	22.3%	9.2%
	2026-09-10	35.26	13839	49	50	22.2%	9.2%
	2026-09-09	35.98	13790	50	17	22.1%	9.2%
	2026-09-08	36.34	13772	50	101	22.1%	9.2%
	2026-09-07	35.98	13672	49	382	21.9%	9.1%
波司登	2026-09-11	4.37	111376	49	399	23.9%	9.5%
	2026-09-10	4.36	110977	48	786	23.8%	9.5%
	2026-09-09	4.31	110191	47	602	23.7%	9.4%
	2026-09-08	4.48	109589	49	112	23.5%	9.3%
	2026-09-07	4.39	109477	48	204	23.5%	9.3%

资料来源：Wind，申万宏源研究

5.风险提示

消费恢复低于预期，导致品牌服饰公司业绩承压；

行业竞争加剧，导致企业盈利能力下滑；

终端动销不畅导致存货增加，存货面临减值，影响企业周转及盈利能力的风险；

原材料成本上涨，成本传导不畅挤压盈利空间。

下载日志已记录，仅供内部参考

6.估值表

表 18：纺织服装行业估值比较表

板块	证券代码	公司简称	当前股价 2026/9/11	总市值（亿元）	归母净利润（亿元）			PE			评级
					26E	27E	28E	26E	27E	28E	
运动服饰	2020.HK	安踏体育	72.45	2,026	159.6	160.7	176.6	11	11	10	买入
	2331.HK	李宁	13.01	336	22.0	25.7	28.6	13	11	10	增持
	1368.HK	特步国际	3.29	92	11.4	12.0	12.9	7	7	6	买入
	1361.HK	361 度	4.38	95	14.4	15.7	17.0	6	5	5	买入
	6110.HK	滔搏	1.02	63	10.6	9.0	10.0	5	6	5	增持
大众服饰	600398.SH	海澜之家	5.83	280	20.8	22.6	24.8	13	12	11	买入
	002563.SZ	森马服饰	5.61	151	11.1	12.1	13.1	14	13	12	买入
中高端服饰	3998.HK	波司登	4.37	512	42.7	45.7	48.5	10	10	9	买入
	3306.HK	江南布衣	21.14	113	10.7	11.5	12.3	9	8	8	买入
	002832.SZ	比音勒芬	25.06	143	7.5	9.4	11.4	19	15	13	买入
	002154.SZ	报喜鸟	4.00	58	4.8	5.3	5.9	12	11	10	买入
	603587.SH	地素时尚	12.50	59	3.1	3.4	3.7	19	17	16	增持
	603808.SH	歌力思	8.44	31	2.2	2.6	2.8	14	12	11	买入
	3709.HK	赢家时尚	4.80	34	4.6	4.9	5.1	6	6	6	增持
	301276.SZ	嘉曼服饰	17.18	22	1.7	2.0	2.2	13	11	10	买入
家纺	002293.SZ	罗莱生活	10.74	90	6.2	6.8	7.5	14	13	12	买入
	002327.SZ	富安娜	6.15	51	3.5	3.7	4.0	15	14	13	增持
	603365.SH	水星家纺	16.19	42	4.4	4.9	5.5	10	9	8	买入
纺织制造	2313.HK	申洲国际	35.98	541	43.8	58.8	64.8	11	8	7	增持
	300979.SZ	华利集团	32.94	384	23.9	30.0	36.9	16	13	10	增持
	0551.HK	裕元集团	13.20	212	2.4	2.7	3.1	11	10	9	增持
	2232.HK	晶苑国际	6.68	190	2.6	2.8	3.1	10	9	8	增持
	300888.SZ	稳健医疗	28.24	165	9.0	10.5	11.9	18	16	14	买入
	603238.SH	诺邦股份	11.82	21	1.4	1.7	2.1	15	12	10	买入
	002003.SZ	伟星股份	11.31	134	7.3	8.4	9.5	19	16	14	买入
	603558.SH	健盛集团	12.15	42	4.1	4.4	4.8	10	9	9	买入
	605080.SH	浙江自然	22.15	31	2.1	2.5	2.8	15	12	11	-
	300577.SZ	开润股份	19.62	47	3.8	4.4	5.0	12	11	9	增持
	603055.SH	台华新材	9.18	82	7.3	8.3	9.4	11	10	9	-
	601339.SH	百隆东方	7.11	107	10.0	11.5	13.3	11	9	8	买入
	605189.SH	富春染织	13.57	32	2.4	2.3	2.6	13	14	12	-
跨境电商	300866.SZ	安克创新	127.43	738	36.2	42.8	51.7	20	17	14	买入

资料来源：Wind，申万宏源研究；注：1）裕元、晶苑的股价、市值为港元，归母净利润单位为美元，其他港股股价、市值单位为港元，归母净利润单位为人民币，计算 PE 过程中按相关汇率换算；2）波司登、滔搏、江南布衣 26-28E 对应 FY27-29；3）有评级者对应申万宏源预测，无评级者对应 Wind 一致预期

下载日志已记录，仅供内部参考

信息披露

证券分析师承诺

本报告署名分析师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，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,并对本报告的内容和观点负责。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。

与公司有关的信息披露

本公司隶属于申万宏源证券有限公司。本公司经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可。本公司关联机构在法律许可情况下可能持有或交易本报告提到的投资标的，还可能为或争取为这些标的提供投资银行服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露义务。客户可通过 compliance@swsresearch.com 索取有关披露资料或登录 www.swsresearch.com 信息披露栏目查询从业人员资质情况、静默期安排及其他有关的信息披露。

机构销售团队联系人

华东团队	茅炯	021-33388488	maojiong@swhysc.com
华北团队	肖霞	15724767486	xiaoxia@swhysc.com
华南团队	王维宇	0755-82990590	wangweiyu@swhysc.com
华北创新团队	潘烨明	15201910123	panyeming@swhysc.com
华东创新团队	朱晓艺	18702179817	zhuxiaoyi@swhysc.com

股票投资评级说明

证券的投资评级：

以报告日后的 6 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅为标准，定义如下：

买入（Buy）　　：相对强于市场表现 20%以上；

增持（Outperform）　　：相对强于市场表现 5%～20%；

中性（Neutral）　　：相对市场表现在 - 5%～ + 5%之间波动；

减持（Underperform）　　：相对弱于市场表现 5%以下。

行业的投资评级：

以报告日后的 6 个月内，行业相对于市场基准指数的涨跌幅为标准，定义如下：

看好（Overweight）　　：行业超越整体市场表现；

中性（Neutral）　　：行业与整体市场表现基本持平；

看淡 (Underweight)　　：行业弱于整体市场表现。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。申银万国使用自己的行业分类体系，如果您对我们的行业分类有兴趣，可以向我们的销售员索取。

本报告采用的基准指数　　：沪深 300 指数（A 股）、恒生中国企业指数（H 股）、纳斯达克指数（美股）

法律声明

本报告由上海申银万国证券研究所有限公司（隶属于申万宏源证券有限公司，以下简称“本公司”）在中华人民共和国内地（香港、澳门、台湾除外）发布，仅供本公司的客户（包括合格的境外机构投资者等合法合规的客户）使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。客户应当认识到有关本报告的短信提示、电话推荐等只是研究观点的简要沟通，需以本公司 http://www.swsresearch.com 网站刊载的完整报告为准，本公司接受客户的后续问询。本报告是基于已公开信息撰写，但本公司不保证该等信息的真实性、准确性或完整性。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的邀请。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。客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突，不应视本报告为作出投资决策的惟一因素。客户应自主作出投资决策并自行承担投资风险。本公司特别提示，本公司不会与任何客户以任何形式分享证券投资收益或分担证券投资损失，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。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。本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司强烈建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，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。市场有风险，投资需谨慎。若本报告的接收人非本公司的客户，应在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咨询独立投资顾问。

版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记，未获本公司同意，任何人均无权在任何情况下使用他们。