下载日志已记录，仅供内部参考

申万宏源研究 SWS RESEARCH

2026 年 10 月 07 日

Nike 业绩承压，26Q3 前瞻看好高端品牌及上游制造

——纺织服装行业周报 20261007

看好

相关研究

《预计高端品牌表现亮眼，关注上游涨价周期——纺织服装行业 2026 年三季报业绩前瞻》 2026/09/29

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强于市场。**9 月 28 日~9 月 30 日，SW 纺织服饰指数下跌 2.0%，跑赢 SW 全 A 指数 0.5pct。其中，SW 服装家纺指数下跌 1.5%，跑赢 SW 全 A 指数 1.0pct；SW 纺织制造指数下跌 3.1%，跑输 SW 全 A 指数 0.6pct。
- **近期行业数据：1）社零：**8 月社会消费品零售总额约 4 万亿元，同比增长 0.4%。**2）出口：**8 月我国纺织服装出口额 286 亿美元，同比增长 7.7%。分拆看，8 月纺织品出口额 127 亿美元，同比增长 2.4%，服装出口额 159 亿美元，同比增长 12.3%。**3）棉价：**9 月 30 日，国家棉花价格 B 指数报于 17,210 元/吨，本周下跌 0.9%。郑棉主力合约报于 15,615 元/吨，本周下跌 1.4%。国际棉花价格 M 指数报于 88 美分/磅，本周下跌 4.4%。ICE2 号棉花主力合约报于 79 美分/磅，本周下跌 5.7%。**4）澳毛价格（美元口径）：**9 月 30 日，澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数报于 1,268 美分/公斤，同比上涨 31.9%，月内下跌 4.7%，年内上涨 24.2%。
- **【本周板块观点】**
- **纺织：Nike 预计全年营收下滑高个位数，继续关注运动产业链订单修复节奏。**FY27Q1（26 年 6~8 月），Nike 公司整体营收 112.1 亿美元，同比下滑 4%，剔除汇率因素后营收同比下滑 5%，不及市场预期，归母净利润 7.1 亿美元，同比下滑 2%，公司预计 FY27 全年营收将同比下滑高个位数。25Q3 受美国对等关税和贸易摩擦影响，中游制造公司业绩基数较低，展望 26Q3，随贸易环境趋于平稳，海外客户逐步恢复正常下单节奏，预计中游制造公司业绩有所修复，期待 Nike 等品牌业绩修复带动相关制造产业链订单回暖。**前瞻判断 26Q3 纺织制造板块业绩，预计上游表现领先中游，原材料涨价周期中利润弹性持续释放。**澳毛产量供给收缩、运动羊毛服饰需求增长，支撑澳毛价格维持高位，优质毛纺公司有望持续受益。全球棉花存在减产预期，棉价上行存在支撑，百隆东方前瞻低位备料，持续受益于棉价上行，利润端有望实现超预期增长。
- **服装：Nike 财报显示，大中华区、Converse 品牌持续承压。1）分品牌：**FY27Q1，Nike 品牌营收 109.5 亿美元，同比下滑 4%，Converse 品牌营收 2.6 亿美元，同比下滑 28%。**2）分渠道：**FY27Q1，Nike 品牌批发营收 68.0 亿美元，同比-1%，DTC 营收 41.4 亿美元，同比-8%。**3）分地区：**FY27Q1，Nike 品牌销售情况继续呈现区域分化，大中华区/北美/EMEA/亚太及拉美地区营收 11.8/51.3/31.8/14.6 亿美元，同比-22%/+2%/-5%/-2%，大中华区延续下滑，北美市场保持增长。
- **【本周重点回顾】**
- **纺织服装行业 2026 年三季报业绩前瞻：预计高端品牌表现亮眼，关注上游涨价周期。**前瞻判断 26Q3，高端品牌、上游涨价品种业绩或有亮眼表现，同时高性能户外、睡眠经济值得关注，中游制造公司压力较上半年有所缓解，仍须等待拐点信号。
- **【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：**伟星股份/申洲国际/华利集团/晶苑国际。
- **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。

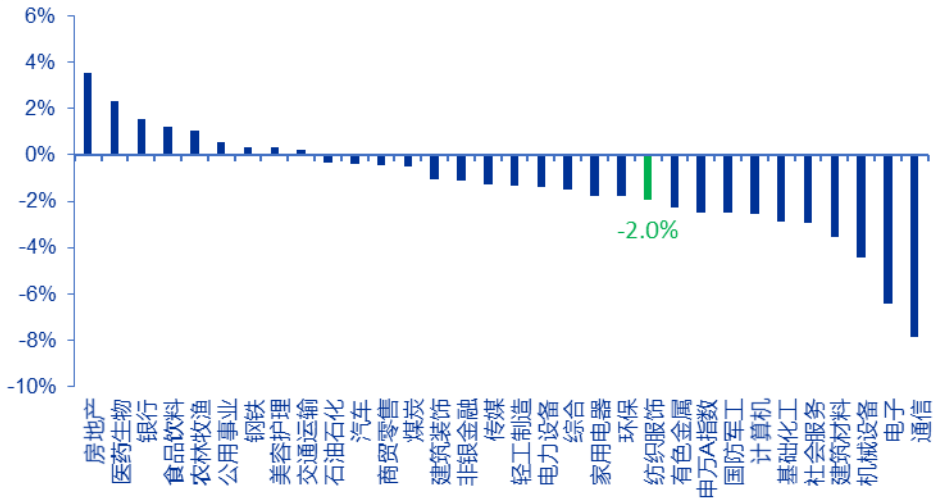
下载日志已记录，仅供内部参考

1．本周纺织服饰板块强于市场

1.1 本周板块表现

本周纺织服饰板块表现强于市场。9月28日~9月30日，SW纺织服饰指数下跌2.0%，跑赢SW全A指数0.5pct。其中，SW服装家纺指数下跌1.5%，跑赢SW全A指数1.0pct；SW纺织制造指数下跌3.1%，跑输SW全A指数0.6pct。

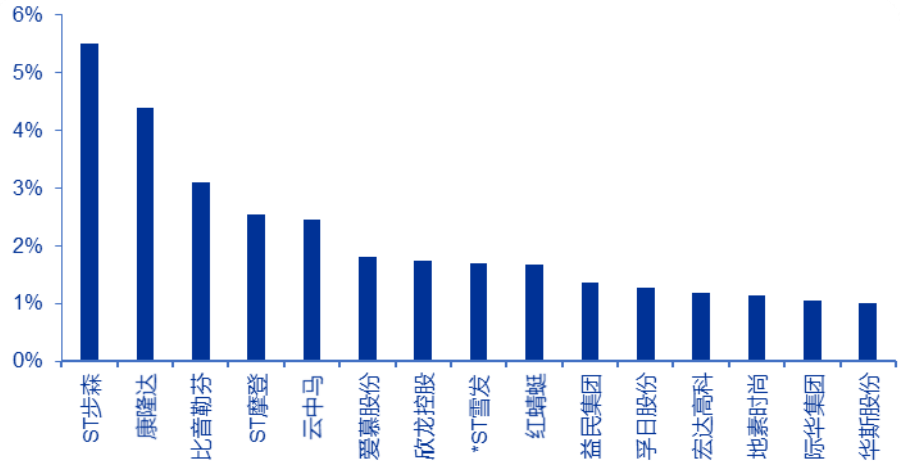
图1：本周纺织服饰板块涨跌幅居申万全行业第22位



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：ST步森（5.5%）、康隆达（4.4%）、比音勒芬（3.1%）、ST摩登（2.5%）、云中马（2.5%）。

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】

Nike 预计全年营收下滑高个位数，继续关注运动产业链订单修复节奏。FY27Q1（26 年 6~8 月），Nike 公司整体营收 112.1 亿美元，同比下滑 4%，剔除汇率因素后营收同比下滑 5%，不及市场预期，归母净利润 7.1 亿美元，同比下滑 2%，公司预计 FY27 全年营收将同比下滑高个位数。

前瞻判断 26Q3 纺织制造板块业绩，预计上游表现领先中游，原材料涨价周期中利润弹性持续释放。1）上游：原材料涨价支撑利润弹性。澳毛产量明确收缩、运动羊毛服饰需求增长支撑澳毛价格维持高位，随订单价格及成本核算逐季度传导，优质毛纺公司有望持续受益。全球棉花存在减产预期，棉价上行存在支撑，百隆东方前瞻低位备料，持续受益于棉价上行，利润端有望实现超预期增长。**2）中游：在低基数上开启修复。**25Q3 受美国对等关税和贸易摩擦影响，中游制造公司业绩基数较低，展望 26Q3，随贸易环境趋于平稳，海外客户逐步恢复正常下单节奏，预计中游制造公司业绩有所修复，期待 Nike、PUMA 等公司业绩修复带动相关制造产业链订单回暖。

【服装】

Nike 财报显示，大中华区、Converse 品牌持续承压。1）分品牌：FY27Q1，Nike 品牌营收 109.5 亿美元，同比-4%，Converse 品牌营收 2.6 亿美元，同比-28%。**2）分渠道：**FY27Q1，Nike 品牌批发营收 68.0 亿美元，同比-1%，DTC 营收 41.4 亿美元，同比-8%。**3）分地区：**FY27Q1，Nike 品牌销售情况继续呈现区域分化，大中华区/北美/EMEA/亚太及拉美地区营收 11.8/51.3/31.8/14.6 亿美元，同比-22%/+2%/-5%/-2%，大中华区延续下滑，北美市场保持增长。

前瞻判断 26Q3 服装板块业绩，预计高端品牌业绩或有亮眼表现，同时高性能户外、睡眠经济值得关注。1）高端男女装：电商、直营、多品牌矩阵优化驱动复苏，26Q3 利润弹性持续释放。各公司重点发力线上运营能力、直营渠道建设、多品牌矩阵布局以及细分品类拓展，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。预计 26Q3 比音勒芬营收同比增长 20%以上，朗姿女装业务同比增长双位数，江南布衣、地素时尚、欣贺股份营收同比增长高单位数，各品牌归母净利润在低基数上大幅增长，增速快于收入，其中比音勒芬、地素时尚利润有望超预期，反映高端客群复购及多品牌协同效应加速兑现。**2）港股运动：整体表现符合预期，户外延续高景气。**预计 26Q3 安踏主品牌流水同比持平、FILA 增长低单位数、户外品牌群（迪桑特、可隆等）延续 30%-35%高增长，361 度线下流水同比增长中单位数，特步、李宁流水有所承压。**3）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，预计 26Q3 海澜之家营收同比增长 10%，归母净利润同比

下载日志已记录，仅供内部参考

持平，森马服饰营收同比增长高单位数，归母净利润同比增长双位数，业绩表现符合预期。**4）家纺：大单品战略带动高毛利产品占比提升，预计利润增速高于收入增速。**预计 26Q3 罗莱、水星营收同比增长中个位数，各公司受益于大单品策略带动产品结构升级，预计利润增速高于收入增速。

2．本周重点回顾

2.1 纺织服装行业 2026 年三季报业绩前瞻：预计高端品牌表现亮眼，关注上游涨价周期

前瞻判断 26Q3，高端品牌、上游涨价品种业绩或有亮眼表现，同时高性能户外、睡眠经济值得关注，中游制造公司压力较上半年有所缓解，仍须等待拐点信号。

内需：服装消费领跑社零，看好服装消费复苏。26 年 1-8 月，我国社会消费品累计零售额约 33 万亿元，同比增长 1.1%，其中限额以上单位服装鞋帽、针纺织品累计零售额同比增长 5.1%，服装消费好于社零整体。7-8 月服装鞋帽、针纺织品类零当月售额分别下滑 1.0%/0.5%，主要系 7 月南方多地遭遇暴雨、台风等天气，直接导致线下商圈客流下滑，户外活动减少也抑制了休闲及户外服饰需求。8 月随着天气扰动缓解，服装社零降幅环比收窄。在宏观促消费政策持续发力下，预计内需将保持稳步复苏态势。

外需：外部贸易环境总体趋稳，7-8 月中国纺织服装出口在低基数上开启提速增长。1）越南：26 年 1-8 月越南纺织品出口额 269 亿美元，同比增长 1.6%，鞋类出口额 162 亿美元，同比增长 0.7%。**2）中国：**26 年 1-8 月中国纺织服装累计出口额 2033 亿美元，同比增长 3.1%，其中，7-8 月出口额分别为 288/286 亿美元，同比增长 7.6%/7.7%，印证贸易环境趋于平稳，海外客户逐步恢复正常下单节奏。

高端男女装：电商、直营、多品牌矩阵优化驱动复苏，26Q3 利润弹性持续释放。各公司重点发力线上运营能力、直营渠道建设、多品牌矩阵布局以及细分品类拓展，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。预计 26Q3 比音勒芬营收同比增长 20%以上，朗姿女装业务同比增长双位数，江南布衣、地素时尚、欣贺股份营收同比增长高单位数，各品牌归母净利润在低基数上大幅增长，增速快于收入，其中比音勒芬、地素时尚利润有望超预期，反映高端客群复购及多品牌协同效应加速兑现。

港股运动：整体表现符合预期，户外延续高景气。预计 26Q3 安踏主品牌流水同比持平、FILA 增长低单位数、户外品牌群（迪桑特、可隆等）延续 30%-35%高增长，361 度线下流水同比增长中单位数，特步、李宁流水有所承压。

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，预计 26Q3 海澜之家营收同比增长 10%，归母净利润同比持平，森马服饰营收同比增长高单位数，归母净利润同比增长双位数，业绩表现符合预期。

下载日志已记录，仅供内部参考

家纺：大单品战略带动高毛利产品占比提升，预计利润增速高于收入增速。预计 26Q3 罗莱、水星营收同比增长中个位数，各公司受益于大单品策略带动产品结构升级，预计利润增速高于收入增速。

纺织制造：上游表现领先中游，原材料涨价周期中利润弹性持续释放。1）上游：原材料涨价支撑利润弹性。澳毛方面，澳毛产量明确收缩、运动羊毛服饰需求增长支撑澳毛价格维持高位，随订单价格及成本核算逐季度传导，优质毛纺公司有望持续受益。棉花方面，截至 9 月 24 日，国际棉花价格 M 指数报于 92 美分/磅，同比上涨 24.5%，26Q3 单季度内上涨约 9%，百隆东方前瞻低位备料，持续受益于棉价上行，利润端有望实现超预期增长。**2）中游：在低基数上开启修复。**25Q3 受美国对等关税和贸易摩擦影响，中游制造公司业绩基数较低，展望 26Q3，随贸易环境趋于平稳，海外客户逐步恢复正常下单节奏，预计中游制造公司业绩有所修复。

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：**伟星股份/申洲国际/华利集团/晶苑国际。

风险提示：消费恢复低于预期；行业竞争加剧；存货减值风险。

2.2 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	27Q1	26.6~26.8	112.1 亿美元	-4%	7.1 亿美元	-2%
			分地区：北美+2%，EMEA-5%，大中华区-22%，APLA-2%			
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%

下载日志已记录，仅供内部参考

			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%			
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

2.3 本周行业全球动态

江南布衣拿下 Marsèll 大中华区代理权

据时尚商业快讯，江南布衣宣布已与意大利高端手工鞋履与皮具品牌 Marsèll 达成战略合作协议，根据协议，江南布衣将独家负责 Marsèll 在包括中国内地及港澳台地区的所有运营事务，并永久拥有该品牌在上述区域的商标，标志正式进军高端皮具赛道。此次交易涵盖品牌全渠道运营权，Marsèll 将依托江南布衣成熟的会员体系与零售网络加速布局。江南布衣近年战略转向存量深耕，门店规模趋于稳定，此次合作旨在通过品牌矩阵扩张提升整体盈利能力。

（新闻链接：

https://mp.weixin.qq.com/s/wxU5VbTsshxUVeOvIEwQPQ?from=singlemessage&isappinstalled=0&scene=1&clicktime=1790782532&enterid=1790782532）

下载日志已记录，仅供内部参考

2.4 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
七匹狼	2026-09-28	拟出资 5000 万元认购南京源峰磐茂基金 2.5%份额，基金目标规模不低于 20.0 亿元，重点投资人工智能、航空航天、高端装备、前沿科技、创新药及消费服务等领域。

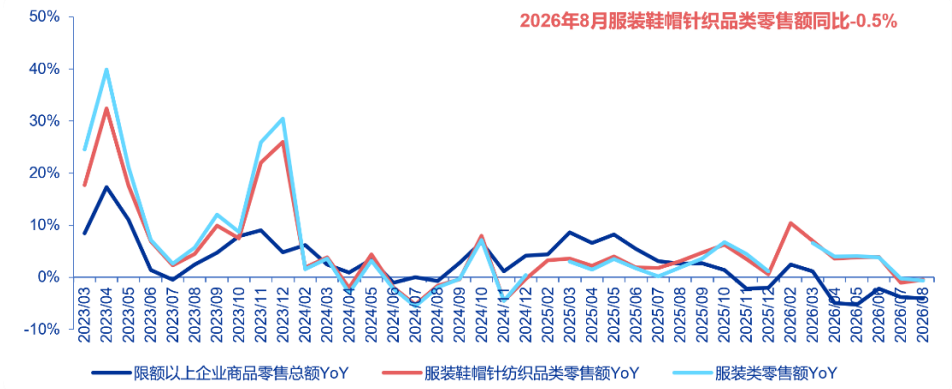
资料来源：公司公告，申万宏源研究

3．行业数据跟踪

3.1 8 月中国纺服社零总额同比下降 0.5%

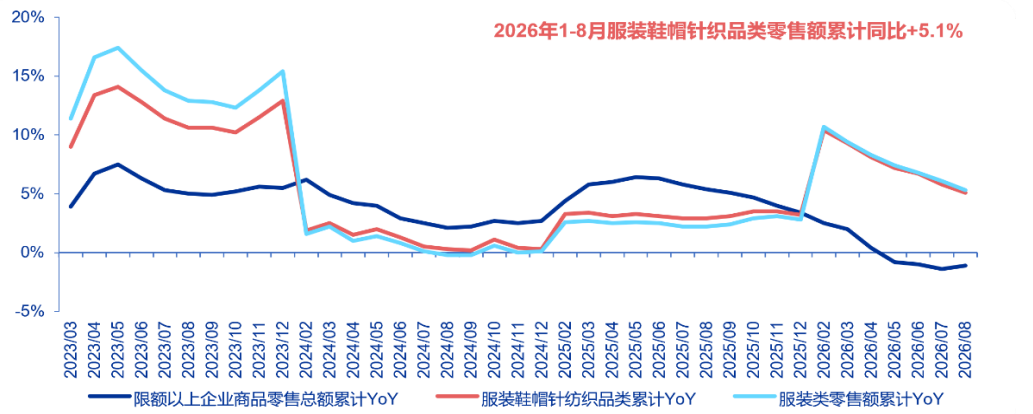
根据国家统计局数据，8 月社会消费品零售总额约 4 万亿元，同比增长 0.4%。8 月全国服装鞋帽、针纺织品类零售总额 1013 亿元，同比下降 0.5%。线上零售方面，8 月实物商品网上零售额 10230 亿元，同比增长 0.5%。1-8 月，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为 25.7%，穿类实物商品网上零售额同比增长 4.9%。

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

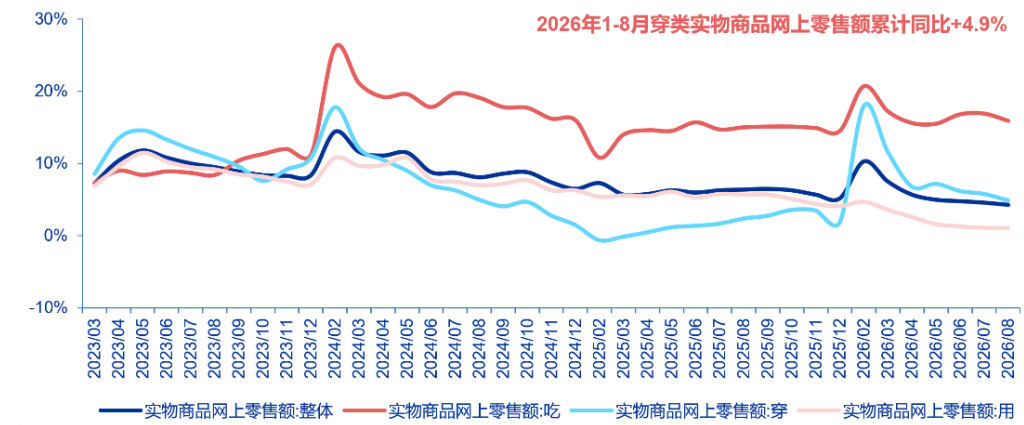
图 4：限额以上企业零售额累计增速（%）



资料来源：国家统计局，申万宏源研究

下载日志已记录，仅供内部参考

图 5：实物网上零售额累计增速（%）

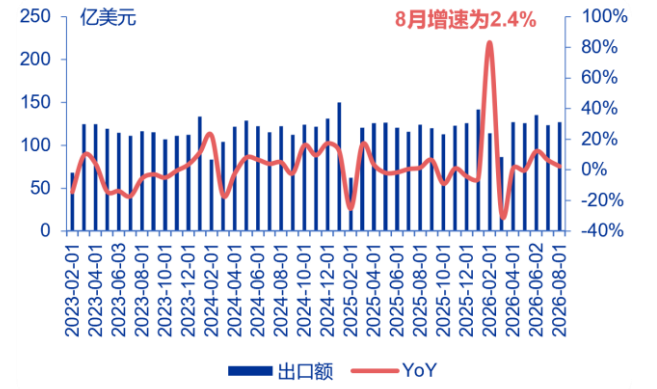


资料来源：国家统计局，申万宏源研究

3.2 8 月中国纺织业出口额同比增长

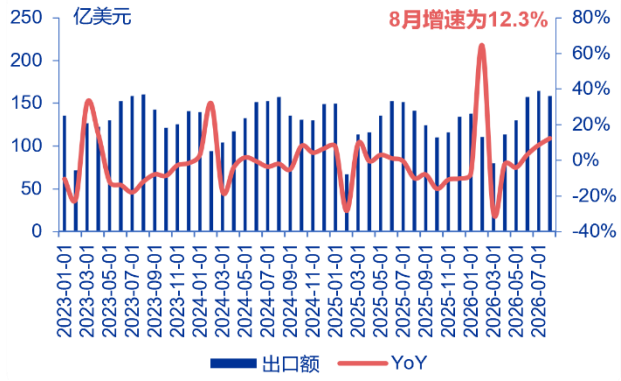
8 月国内纺织品、服装出口：据海关总署数据，2026 年 1-8 月我国出口纺织品服装 2034 亿美元，同比+3.1%，其中，出口纺织纱线、织物及制品 980 亿美元，同比+3.7%，出口服装及衣着附件 1053 亿美元，同比+2.5%。其中，8 月我国纺织服装出口 286 亿美元，同比+7.7%。分拆看，8 月纺织纱线、织物及制品出口额 127 亿美元，同比+2.4%，服装及衣着附件出口额 159 亿美元，同比+12.3%。

图 6：8 月纺织纱线、织物及制品出口增长 2.4%



资料来源：海关总署，Wind，申万宏源研究

图 7：8 月服装及衣着附件出口增长 12.3%



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 30 日，国家棉花价格 B 指数报于 17,210 元/吨，本周下跌 0.9%。郑棉主力合约报于 15,615 元/吨，本周下跌 1.4%。国际棉花价格 M 指数报于 88 美分/磅，本周下跌 4.4%。ICE2 号棉花主力合约报 79 美分/磅，本周下跌 5.7%。

下载日志已记录，仅供内部参考

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

3.4 9 月澳大利亚羊毛价格有所回调

澳大利亚羊毛价格指数：1）美元口径：9 月 30 日，澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数报于 1,268 美分/公斤，同比上涨 31.9%，月内下跌 4.7%，年内上涨 24.2%。**2）澳元口径：**9 月 30 日，澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数报于 1,819 澳分/公斤，同比上涨 25.2%，月内下跌 1.8%，年内上涨 18.0%。

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

下载日志已记录，仅供内部参考

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
2026/9/30	6.74	25,627	4,055	123.0	330.8
较年初汇率变动	-4.2%	2.0%	1.0%	0.6%	6.7%
较月初汇率变动	-0.7%	0.1%	0.2%	0.0%	0.8%

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 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

下载日志已记录，仅供内部参考

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%
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。

下载日志已记录，仅供内部参考

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%	0.6%	0.6%
6	UR	-	-	0.2%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%
6	爱帛服饰	-	-	0.7%	0.6%	0.7%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%	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%	0.6%	0.5%
10	森马	-	-	0.5%	0.5%	0.6%	0.7%	0.6%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
10	Moncler	-	-	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.2%	0.4%	0.4%	0.5%
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%

下载日志已记录，仅供内部参考

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%

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%

下载日志已记录，仅供内部参考

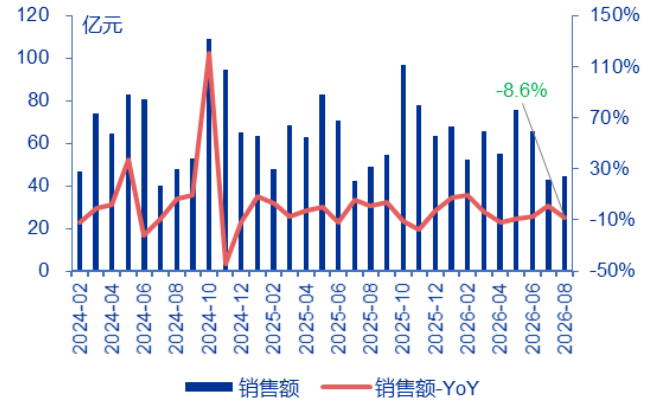
6	爱慕	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	0.8%	0.8%
7	Ubras	-	-	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.5%	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%
7	三枪	1.0%	1.1%	1.0%	0.9%	0.8%	0.9%	0.9%	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%
9	Victoria's Secret	-	-	-	-	-	-	-	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.4%
9	蕉内	-	-	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.3%	0.4%	0.5%	0.5%	0.5%	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

3.7 电商数据

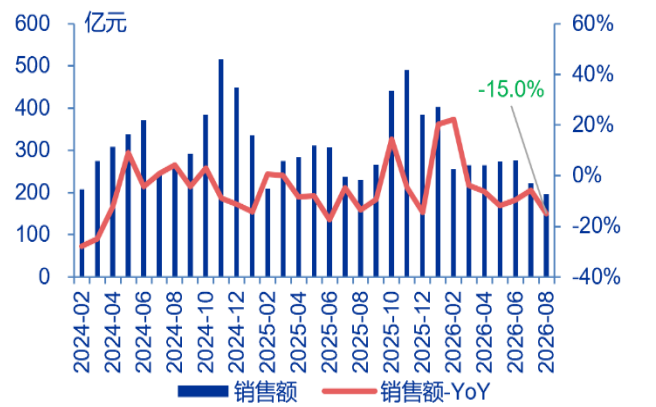
3.7.1 行业大盘

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%



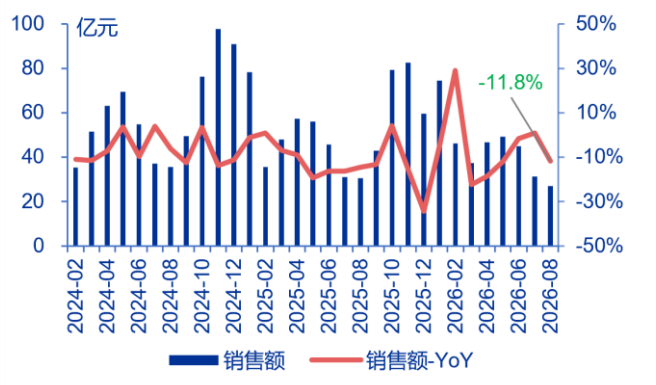
资料来源：魔镜市场情报服装行业数据，申万宏源研究

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

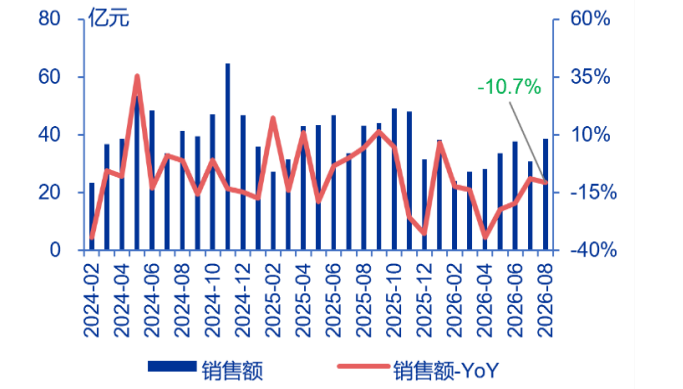
图 15：8 月童装淘系销售额同比-11.8%



资料来源：魔镜市场情报服装行业数据，申万宏源研究

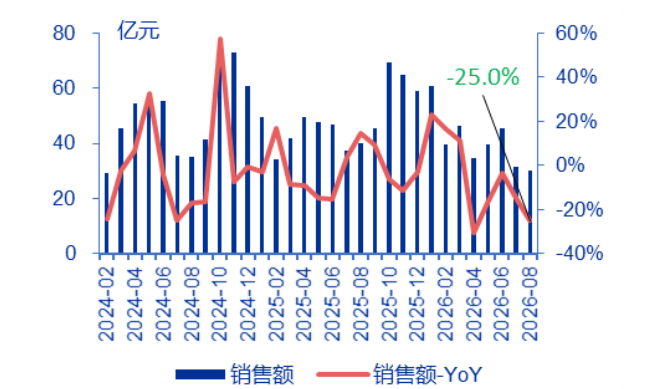
下载日志已记录，仅供内部参考

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

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%

下载日志已记录，仅供内部参考

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%
	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%
欣贺股份	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%
	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%	-27.8%	-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%	-7.8%	-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

下载日志已记录，仅供内部参考

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%
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	09/24	09/25	09/28	09/29	09/30	本期变动方向
纺服	02020.HK	安踏体育	7.50	7.49	7.49	7.49	7.49	-0.01
	02331.HK	李宁	17.74	17.78	17.91	17.91	17.92	+0.18

下载日志已记录，仅供内部参考

	03998.HK	波司登	9.57	9.61	9.63	9.63	9.63	+0.06
	02313.HK	申洲国际	9.30	9.33	9.33	9.33	9.33	+0.03
	01368.HK	特步国际	20.23	20.21	20.23	20.23	20.21	-0.02
	01361.HK	361 度	18.36	18.40	18.42	18.42	18.41	+0.05
	06110.HK	滔搏	6.63	6.70	6.72	6.72	6.70	+0.07

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	2026-09-30	12.49	46346	58	31	27.9%	17.9%
	2026-09-29	12.53	46315	58	0	27.9%	17.9%
	2026-09-28	12.45	46315	58	335	27.9%	17.9%
	2026-09-25	12.24	45980	56	100	27.7%	17.8%
	2026-09-24	12.30	45881	56	425	27.6%	17.8%
安踏体育	2026-09-30	73.75	20952	155	-3	16.1%	7.5%
	2026-09-29	73.50	20954	154	0	16.1%	7.5%
	2026-09-28	72.00	20954	151	-24	16.1%	7.5%
	2026-09-25	71.20	20978	149	-10	16.1%	7.5%
	2026-09-24	71.95	20988	151	3	16.1%	7.5%
特步国际	2026-09-30	3.48	56931	20	-50	43.3%	20.2%
	2026-09-29	3.48	56981	20	0	43.4%	20.2%
	2026-09-28	3.48	56981	20	53	43.4%	20.2%
	2026-09-25	3.41	56928	19	-56	43.3%	20.2%
	2026-09-24	3.46	56984	20	262	43.4%	20.2%
滔搏	2026-09-30	1.05	41605	4	-93	17.7%	6.7%
	2026-09-29	1.02	41698	4	0	17.7%	6.7%
	2026-09-28	1.02	41698	4	62	17.7%	6.7%
	2026-09-25	1.00	41636	4	482	17.7%	6.7%
	2026-09-24	1.01	41154	4	891	17.5%	6.6%
申洲国际	2026-09-30	34.84	14040	49	-3	22.5%	9.3%
	2026-09-29	34.58	14042	49	0	22.5%	9.3%
	2026-09-28	34.54	14042	49	3	22.5%	9.3%
	2026-09-25	34.08	14040	48	39	22.5%	9.3%
	2026-09-24	34.36	14000	48	54	22.5%	9.3%
波司登	2026-09-30	4.01	113024	45	-17	24.3%	9.6%
	2026-09-29	4.01	113042	45	0	24.3%	9.6%
	2026-09-28	4.05	113042	46	180	24.3%	9.6%
	2026-09-25	3.97	112862	45	498	24.2%	9.6%
	2026-09-24	4.02	112363	45	963	24.1%	9.6%

资料来源：Wind，申万宏源研究

下载日志已记录，仅供内部参考

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 2026/9/30	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	73.75	2,063	159.6	160.7	176.6	11	11	10	买入
	2331.HK	李宁	12.49	323	22.0	25.7	28.6	13	11	10	增持
	1368.HK	特步国际	3.48	98	11.4	12.0	12.9	7	7	6	买入
	1361.HK	361 度	4.51	98	14.4	15.7	17.0	6	5	5	买入
	6110.HK	滔搏	1.05	65	10.6	9.0	10.0	5	6	6	增持
大众服饰	600398.SH	海澜之家	5.65	271	20.8	22.6	24.8	13	12	11	买入
	002563.SZ	森马服饰	5.45	147	11.1	12.1	13.1	13	12	11	买入
中高端服饰	3998.HK	波司登	4.01	470	42.7	45.7	48.5	9	9	8	买入
	3306.HK	江南布衣	23.26	124	10.7	11.5	12.3	10	9	9	买入
	002832.SZ	比音勒芬	25.93	148	7.5	9.4	11.4	20	16	13	买入
	002154.SZ	报喜鸟	3.85	56	4.8	5.3	5.9	12	11	10	买入
	603587.SH	地素时尚	12.43	59	3.1	3.4	3.7	19	17	16	增持
	603808.SH	歌力思	8.83	32	2.2	2.6	2.8	15	12	11	买入
	3709.HK	赢家时尚	5.25	37	4.6	4.9	5.1	7	6	6	增持
	301276.SZ	嘉曼服饰	17.36	22	1.7	2.0	2.2	13	11	10	买入
家纺	002293.SZ	罗莱生活	10.68	89	6.2	6.8	7.5	14	13	12	买入
	002327.SZ	富安娜	6.13	51	3.5	3.7	4.0	15	14	13	增持
	603365.SH	水星家纺	16.03	42	4.4	4.9	5.5	10	9	8	买入
纺织制造	2313.HK	申洲国际	34.84	524	43.8	58.8	64.8	10	8	7	增持
	300979.SZ	华利集团	33.43	390	23.9	30.0	36.9	16	13	11	增持
	0551.HK	裕元集团	12.60	202	2.4	2.7	3.1	11	10	8	增持
	2232.HK	晶苑国际	6.46	184	2.6	2.8	3.1	9	8	8	增持
	300888.SZ	稳健医疗	29.25	171	9.0	10.5	11.9	19	16	14	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	12.88	44	4.1	4.4	4.8	11	10	9	买入
	605080.SH	浙江自然	22.72	32	2.1	2.5	2.8	16	13	11	-
	300577.SZ	开润股份	18.50	44	3.8	4.4	5.0	12	10	9	增持
	603055.SH	台华新材	9.17	82	7.2	8.3	9.3	11	10	9	-
	601339.SH	百隆东方	7.25	109	10.0	11.5	13.3	11	9	8	买入
	605189.SH	富春染织	13.73	33	2.4	2.3	2.6	13	14	13	-
跨境电商	300866.SZ	安克创新	124.63	723	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。

本报告的版权归本公司所有，属于非公开资料。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。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。