

纺织服装

行业周报

3 月我国纺织品出口同比上升、服装出口同比下降

投资要点

◆ **板块公司行情：**上周，SW 纺织服装板块下跌 1.78%，沪深 300 下跌 1.81%。目前 SW 纺织服装行业 PE 为 22.73 倍，高于近 1 年均值。本周涨幅前 3 的纺织服装公司分别为：*ST 中绒（+15.15%）、步森股份（+10.17%）、三夫户外（+9.87%）；跌幅前 3 的分别为：欣龙控股（-9.12%）、牧高笛（-8.09%）、金鹰股份（-7.56%）。

◆ **行业重要新闻：**1. 前 3 月我国纺织品出口同比上升、服装出口同比下降；2. 3 月份衣着类工业生产者出厂价格同比上涨 1.7%；3. 农业农村部：4 月中国农产品供需形势分析（涉棉部分）；4. 美国农业部：18/19 年度全球棉花消费量下调、期末库存上调；5. 2018 年全国百家零售企业服装零售增 1%。

◆ **海外公司跟踪：**1. 中国拯救日本优衣库，迅销二季度超预期优衣库；2. 莎莎国际四季度港澳同店销售暴跌 10.8%；3. ASOS 中期盈利锐减 87%，维持全年业绩预期。

◆ **公司重要公告：**【红豆股份】明确回购股份用途；【上海三毛】控股子公司拟生产搬迁；【红蜻蜓】回购公司股份达 1%；【浔兴股份】回复关注函；【联发股份】签订谅解备忘录；【棒杰股份】设立无缝针织全资子公司；【柏堡龙】控股股东一致行动人减持比例达到 1%；【中潜股份】拟转让子公司；【朗姿股份】回复年报问询函；【三夫户外】回复年报问询函；【本周 SW 纺织服装年度报告】；【本周 SW 纺织服装一季度报告】。

◆ **重点新闻简评：**前 3 月我国纺织品出口同比上升、服装出口同比下降：2019Q1，我国纺织服装出口金额合计下降 1.8%，其中纺织品出口增长 3.9%，服装出口下滑 6.5%，纺织服装产业链向东南亚转移趋势延续，可关注海外产能逐步释放的制造龙头健盛集团、百隆东方、华孚时尚。

2018 年全国百家零售企业服装零售增 1%：服装零售增速高于以百货为主的全国百家整体增速 0.7%，另有化妆品增长 8.7%。分品类看，全国重点大型零售企业中，男装、女装、童装增速分别约 0.4%、0.9%、6.7%，可关注童装市场中占据龙头低位、有望受益于行业集中度提升的森马服饰。

◆ **投资建议：**2019 年春节全国零售餐饮销售额增速同比放缓，前 2 月社零增速与去年四季度的 8.2%持平，或意味着一季度零售在高基数下表现一般。二季度起，较低的基数以及促进消费政策逐步落实，有望推动零售增速逐步改善。我们建议关注以下几条投资主线：（1）业绩有保障的休闲服装企业森马服饰，印染龙头航民股份；（2）目前估值处于低位，业绩有望稳健增长的家纺企业，罗莱生活；（3）受益于电商销售快速增长的供应链平台企业，南极电商。

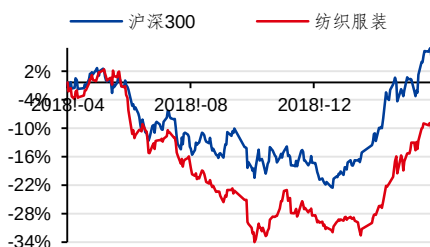
◆ **风险提示：**1. 部分行业终端持续低迷，服装销售不达预期；2. 上市公司业绩下滑风险；3. 企业兼并收购的标的资产业绩不达预期的风险，新业务的经营风险。

投资评级

领先大市-A 维持

首选股票	评级
002563	森马服饰 买入-A
600987	航民股份 买入-A
002293	罗莱生活 买入-A
002127	南极电商 买入-B

一年行业表现



资料来源：贝格数据

升幅%	1M	3M	12M
相对收益	2.02	-3.68	-14.02
绝对收益	9.86	26.34	-10.99

分析师

王冯

 SAC 执业证书编号：S0910516120001
 wangfeng@huajinsec.cn
 021-20377089

报告联系人

吴雨舟

 wuyuzhou@huajinsec.cn
 021-20377061

相关报告

纺织服装：2 月棉纺织行业景气指数周期性回落，3 月景气指数回升概率较高 2019-04-07

纺织服装：中棉协第二次调查，全国植棉意向面积同比下降 3.6% 2019-03-25

纺织服装：前 2 月限额以上纺服零售增速放缓至 1.8%，温暖天气影响冬装销售 2019-03-18

纺织服装：前 2 月纺服出口同比下降约 11.6%，主要为春节错月效应影响 2019-03-10

纺织服装：增值税税率计划下调，纺服零售公司业绩有望受益 2019-03-06

内容目录

一、上周行情	3
1. 板块行情.....	3
2. 公司行情与重点公司估值.....	4
3. 未来一年内上市公司解禁股情况.....	5
二、行业重要新闻.....	6
1. 前 3 月我国纺织品出口同比上升、服装出口同比下降	6
2. 3 月份衣着类工业生产者出厂价格同比上涨 1.7%.....	6
3. 农业农村部：4 月中国农产品供需形势分析（涉棉部分）.....	7
4. 美国农业部：18/19 年度全球棉花消费量下调、期末库存上调.....	7
5. 中华全国商业信息中心：2018 年全国百家零售企业服装零售增 1%	8
三、海外公司跟踪.....	13
1. 中国拯救日本优衣库，迅销二季度超预期优衣库	13
2. 莎莎国际四季度港澳同店销售暴跌 10.8%	14
3. ASOS 中期盈利锐减 87%，维持全年业绩预期	14
四、公司重要公告.....	15
五、风险提示	17

图表目录

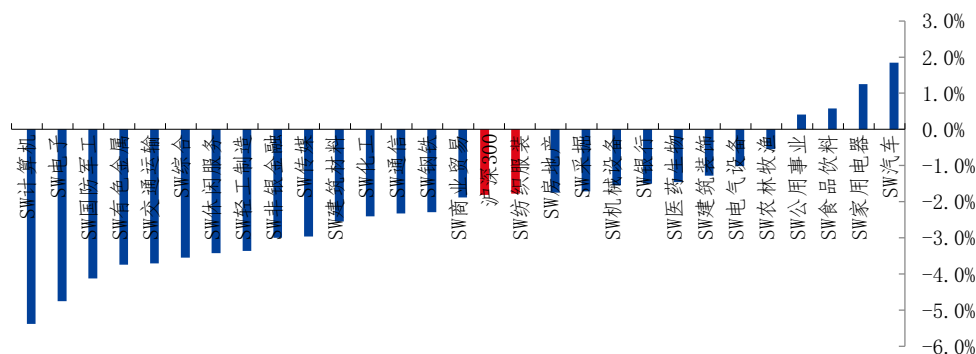
图 1：上周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较	3
图 2：近 1 年纺织服装及子板块 PE 走势	3
表 1：纺织服装及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比	4
表 2：本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司	4
表 3：本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司	4
表 4：纺织服装重点公司股价与估值	4
表 5：纺织服装未来一年内解禁情况	5
表 6：中国棉花供需平衡表	7
表 7：USDA2019 年 4 月全球棉花供求预测(2018/2019 年度).....	8
表 8：本周 SW 纺织服装年度报告	17
表 9：本周 SW 纺织服装一季度报告	17

一、上周行情

1. 板块行情

上周，SW 纺织服装板块下跌 1.78%，沪深 300 下跌 1.81%，纺织服装板块跑赢大盘 0.04 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 1.56%，SW 服装家纺下跌 1.92%。

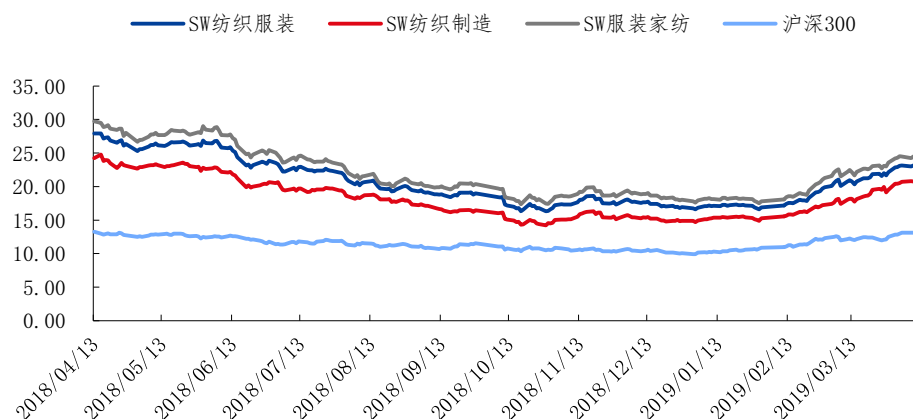
图 1：上周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，华金证券研究所

从板块的估值水平看，目前 SW 纺织服装整体法 (TTM，剔除负值) 计算的行业 PE 为 22.73 倍，SW 纺织制造的 PE 为 20.53 倍，SW 服装家纺的 PE 为 23.95 倍，沪深 300 的 PE 为 12.88 倍。SW 纺织服装的 PE 高于近 1 年均值。

图 2：近 1 年纺织服装及子板块 PE 走势



资料来源：Wind，华金证券研究所

表 1：纺织服装及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比

时间	市盈率(历史 TTM_整体法)剔除负值			
	SW 纺织服装	SW 纺织制造	SW 服装家纺	沪深 300
2019/4/12	22.73	20.53	23.95	12.88
均值	20.62	18.15	21.92	11.49
溢价	2.11	2.38	2.03	1.39

资料来源：Wind，华金证券研究所

2. 公司行情与重点公司估值

表 2：本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
000982.SZ	*ST 中绒	15.15	1.90
002569.SZ	步森股份	10.17	13.11
002780.SZ	三夫户外	9.87	22.70
002687.SZ	乔治白	8.98	7.77
002397.SZ	梦洁股份	7.18	6.12

资料来源：Wind，华金证券研究所

表 3：本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
000955.SZ	欣龙控股	-9.12	5.98
603908.SH	牧高笛	-8.09	26.93
600232.SH	金鹰股份	-7.56	7.21
600156.SH	华升股份	-7.23	6.67
002563.SZ	森马服饰	-6.81	11.36

资料来源：Wind，华金证券研究所

表 4：纺织服装重点公司股价与估值

		价格(元)	市值 (亿元)	EPS (元)			PE		
				2017A	2018E	2019E	2017A	2018E	2019E
000726.SZ	鲁泰 A	10.74	102	0.98	/	1.06	11	/	10
002042.SZ	华孚时尚	7.55	115	0.45	/	0.62	17	/	12
601339.SH	百隆东方	5.70	86	0.33	/	0.38	18	/	15
600803.SH	新奥股份	11.99	147	0.51	/	1.33	23	/	9
002087.SZ	新野纺织	4.61	38	0.36	/	0.57	13	/	8
603558.SH	健盛集团	11.31	47	0.32	0.52	0.64	36	22	18
300658.SZ	延江股份	15.09	23	0.60	/	/	25	/	/
002293.SZ	罗莱生活	11.96	90	0.57	/	0.82	21	/	15
002327.SZ	富安娜	9.06	79	0.56	/	0.71	16	/	13
002397.SZ	梦洁股份	6.12	48	0.07	/	0.24	93	/	25
603365.SH	水星家纺	18.10	48	0.97	/	1.25	19	/	14
002761.SZ	多喜爱	19.83	40	0.11	/	0.28	175	/	71
002503.SZ	搜于特	3.31	102	0.20	/	0.15	17	/	21
002563.SZ	森马服饰	11.36	307	0.42	/	0.70	27	/	16

603877.SH	太平鸟	21.75	105	0.95	/	1.46	23	/	15
002832.SZ	比音勒芬	46.95	85	0.99	/	2.10	47	/	22
002612.SZ	朗姿股份	10.65	43	0.47	/	0.59	23	/	18
603808.SH	歌力思	18.08	60	0.91	1.13	1.39	20	16	13
603196.SH	日播时尚	9.94	24	0.35	/	/	29	/	/
603518.SH	维格娜丝	17.82	32	1.05	/	1.76	17	/	10
603839.SH	安正时尚	12.92	52	0.68	0.89	1.14	19	15	11
600398.SH	海澜之家	9.62	432	0.74	/	0.82	13	/	12
002029.SZ	七匹狼	7.59	57	0.42	/	0.51	18	/	15
601566.SH	九牧王	14.09	81	0.86	0.91	0.97	16	15	15
002762.SZ	金发拉比	6.91	24	0.26	/	0.33	27	/	21
002875.SZ	安奈儿	20.83	27	0.52	/	0.77	40	/	27
002763.SZ	汇洁股份	9.79	38	0.57	/	0.64	17	/	15
300005.SZ	探路者	4.62	41	-0.10	/	0.14	-49	/	33
603555.SH	贵人鸟	7.60	48	0.25	0.12	0.12	30	65	63
600987.SH	航民股份	11.27	84	0.77	/	0.95	15	/	12
603001.SH	奥康国际	12.03	48	0.56	/	/	21	/	/
002291.SZ	星期六	6.10	24	-0.88	/	/	-7	/	/
002127.SZ	南极电商	11.15	274	0.22	/	0.50	51	/	22
002640.SZ	跨境通	12.46	194	0.48	/	1.08	26	/	12
002687.SZ	乔治白	7.77	28	0.21	/	/	37	/	/

资料来源: Wind 一致预期, 最新日期 2019/04/12, 华金证券研究所

3. 未来一年内上市公司解禁股情况

表 5: 纺织服装未来一年内解禁情况

股票代码	证券简称	本次解禁日期	本次解禁股份数量 (万股)	占总股本比例 (%)	占解禁后流通股份比例 (%)
002154.SZ	报喜鸟	2019/5/6	3,842.81	3.16%	3.35%
002034.SZ	旺能环境	2019/5/9	4,100.40	9.84%	15.83%
002293.SZ	罗莱生活	2019/6/6	92.70	0.12%	0.13%
002656.SZ	摩登大道	2019/6/10	2,325.42	3.26%	4.70%
002003.SZ	伟星股份	2019/6/13	3,233.23	4.27%	4.88%
002397.SZ	梦洁股份	2019/6/20	1,650.00	2.12%	3.18%
603587.SH	地素时尚	2019/6/24	3,400.00	8.48%	35.79%
603958.SH	哈森股份	2019/7/1	15,136.10	68.83%	69.64%
300526.SZ	中潜股份	2019/8/2	11,000.00	64.15%	64.66%
002656.SZ	摩登大道	2019/8/2	14,387.49	20.19%	23.37%
002193.SZ	如意集团	2019/8/16	3,051.47	11.66%	11.69%
002674.SZ	兴业科技	2019/8/19	6,151.02	20.36%	20.37%
600400.SH	红豆股份	2019/8/30	3,689.98	1.46%	1.46%
603877.SH	太平鸟	2019/9/16	172.78	0.36%	0.85%
600146.SH	商赢环球	2019/9/30	26,997.00	57.44%	57.44%
002494.SZ	华斯股份	2019/11/11	370.83	0.96%	1.24%
002516.SZ	旷达科技	2019/11/11	2,691.72	1.79%	2.78%
002832.SZ	比音勒芬	2019/12/23	9,520.00	52.50%	54.65%

股票代码	证券简称	本次解禁日期	本次解禁股份数量 (万股)	占总股本比例 (%)	占解禁后流通股份比例 (%)
300577.SZ	开润股份	2019/12/23	15,225.56	69.97%	70.36%
603608.SH	天创时尚	2019/12/26	701.34	1.63%	2.25%
603877.SH	太平鸟	2020/1/9	27,623.40	57.46%	57.94%
300591.SZ	万里马	2020/1/9	19,760.00	63.33%	63.33%
603839.SH	安正时尚	2020/2/14	29,458.80	72.88%	73.63%
603238.SH	诺邦股份	2020/2/24	9,000.00	75.00%	75.00%
603908.SH	牧高笛	2020/3/6	4,364.07	65.44%	65.44%
603665.SH	康隆达	2020/3/13	6,272.92	62.73%	62.73%

资料来源: Wind, 最新日期 2019/04/12, 华金证券研究所

二、行业重要新闻

1. 前 3 月我国纺织品出口同比上升、服装出口同比下降

[中国棉花协会 2019-04-12]

海关总署最新数据显示: 2019 年 3 月当月, 我国出口纺织纱线、织物及制品 95.2 亿美元; 2019 年 1 月至 3 月, 我国累计出口纺织纱线、织物及制品 269 亿美元; 2018 年前三个月, 我国出口纺织纱线、织物及制品累计为 258.8 亿美元; 同比上升 3.9%。

2019 年 3 月当月, 我国出口服装及衣着附件 86.6 亿美元; 2019 年 1 月至 3 月, 我国累计出口纺织纱线、织物及制品 294.3 亿美元; 2018 年前三个月, 我国出口服装及衣着附件累计为 314.7 亿美元; 同比下降 6.5%。

【简评: 2019Q1, 我国纺织服装出口金额合计下降 1.8%, 其中纺织品出口增长 3.9%, 服装出口下滑 6.5%, 纺织服装产业链向东南亚转移趋势延续, 东南亚在劳动力成本、税收优惠等方面具有优势。我国纺织服装出口接近瓶颈, 行业内竞争加剧, 可关注海外产能逐步释放的制造龙头健盛集团、百隆东方、华孚时尚。】

2. 3 月份衣着类工业生产者出厂价格同比上涨 1.7%

[中国纺织网 2019-04-11]

2019 年 3 月份, 全国工业生产者出厂价格同比上涨 0.4%, 环比上涨 0.1%; 工业生产者购进价格同比上涨 0.2%, 环比持平。一季度, 工业生产者出厂价格比去年同期上涨 0.2%, 工业生产者购进价格上涨 0.1%。

一、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中, 生产资料价格同比上涨 0.3%, 影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.24 个百分点。其中, 采掘工业价格上涨 4.2%, 原材料工业价格下降 0.6%, 加工工业价格上涨 0.4%。生活资料价格同比上涨 0.5%, 影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.14 个百分点。

其中，食品价格上涨 1.2%，衣着价格上涨 1.7%，一般日用品价格上涨 0.3%，耐用消费品价格下降 0.7%。

二、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨 0.2%，其中，采掘工业价格上涨 1.7%，原材料工业价格上涨 0.3%，加工工业价格持平。生活资料价格环比持平，其中，食品价格上涨 0.2%，衣着和一般日用品价格均下降 0.1%，耐用消费品价格下降 0.2%。

工业生产者购进价格中，燃料动力类和有色金属材料及电线类价格环比均上涨 0.5%，黑色金属材料类价格上涨 0.2%；化工原料类价格下降 0.5%，建筑材料及非金属类价格下降 0.3%。

3. 农业农村部：4 月中国农产品供需形势分析（涉棉部分）

[中国棉花协会 2019-04-09]

棉花：本月预测，2018/19 年度中国棉花产销存数据均维持上月预测值不变。本年度中国棉花已进口 111 万吨，同比增加 91%。2019 年 1-2 月中国纺织品服装出口 382 亿美元，同比下降 12%。中国棉花年度产需缺口将得到有效补充，市场价格趋稳。

表 6：中国棉花供需平衡表

	2016/17	2017/18 (4 月估计)	2018/19 (3 月预测)	2018/19 (4 月预测)
		万吨		
期初库存	1111	875	743	743
		千公顷		
播种面积	3100	3350	3367	3367
收获面积	3100	3350	3367	3367
		公斤/公顷		
单产	1555	1758	1794	1794
		万吨		
产量	482	589	604	604
进口	111	132	200	200
消费	828	850	845	845
出口	1	4	4	4
期末库存	875	743	698	698
		元/吨		
国内棉花 3128B 均价	15710	15917	15000-17000	15000-17000
		美分/磅		
Cotlook A 指数	82.77	89.28	85-100	85-100

资料来源：中国棉花协会，农业农村部，华金证券研究所

4. 美国农业部：18/19 年度全球棉花消费量下调、期末库存上调

[中国棉花协会 2019-04-10]

2019 年 4 月 9 日，美国农业部发布了全球棉花供需预测月报，下调了 2018/2019 年度全球棉花消费量，导致期末库存上调，供需平衡表内其他指标仅略微调整。本月预测全球棉花消费量下调 8.9 万吨。土耳其棉花消费量下调 6.6 万吨和美国、越南棉花消费量的小幅下调超过了全球其他地区棉花消费量的小幅上调。印度、土耳其以及越南棉花进口量的下调，大部分被中国大陆棉花进口量的上调所抵消。印度和布基纳法索棉花出口量的下调，大部分被澳大利亚与土耳其棉花出口量的上调所抵消。中国大陆棉花产量的上调，大部分被布基纳法索棉花产量的下调所抵消。由于中国大陆棉花期末库存量的上调超过了其他国家棉花期末库存量的下调，本月，2018/2019 年度全球棉花期末库存量较上月上调了 7.6 万吨。

关于美棉数据：与上月相比，2018/2019 年度美棉消费量有所下调，而期末库存量上调。预计美棉消费量下降到 67.5 万吨，为 1890 年代以来的最低水平。期末库存量预计达 95.8 万吨，较上月预测及上一年度均上调了 2.2 万吨。预计棉农所获得的年度内平均销售价格未作调整，中间值仍为 70 美分/磅。

表 7: USDA2019 年 4 月全球棉花供求预测(2018/2019 年度)

单位：万吨	总供给			总消费		损耗	期末库存
	期初库存	产量	进口量	国内消费量	出口量		
全球	1764.7	2589.4	916.4	2682.0	916.4	7.8	1664.3
美国	93.6	400.4	0.2	67.5	326.6	4.4	95.8
中亚五国	59.0	119.3	0.0	79.7	49.2	0.0	49.2
非洲法朗区	39.8	117.1	0.0	3.0	115.8	0.0	38.1
澳大利亚	66.2	54.4	0.0	0.9	82.7	0.0	37.0
巴西	188.6	256.9	1.1	76.2	130.6	0.0	239.7
印度	201.0	587.9	30.5	540.0	91.4	0.0	187.9
墨西哥	14.4	37.7	18.5	42.5	13.1	0.7	14.4
中国大陆	827.8	604.2	174.2	881.8	3.3	0.0	721.1
欧盟	5.4	37.4	15.0	16.1	34.4	1.1	6.5
土耳其	38.8	80.6	65.3	141.5	9.8	0.0	33.3
巴基斯坦	61.6	167.7	65.3	230.8	2.8	0.7	60.5
印尼	13.5	0.0	76.2	76.2	0.2	0.0	13.3
泰国	4.4	0.0	25.7	25.0	0.0	0.7	4.4
孟加拉	40.5	3.0	174.2	174.2	0.0	0.2	43.1
越南	25.9	0.0	158.9	156.8	0.0	0.0	28.1

资料来源：中国棉花协会，华金证券研究所

5. 中华全国商业信息中心：2018 年全国百家零售企业服装零售增 1%

[中国纺织经济信息网 2019-04-10]

4 月 9 日，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心共同主办的 2019(第二十七届)中国商品销售统计结果新闻发布会在北京举行。发布会介绍了我国 2018 年消费品市场的运行情况和运行特点，并对未来我国消费品市场的发展趋势作出预测。

一、消费成经济增长第一驱动力，市场结构变化趋势明显

2018 年，我国消费连续第五年成为经济增长的第一驱动力。从消费品市场的结构变化上来看，依然延续着五个基本趋势：网购消费增速快于实体店，乡村消费增速快于城镇，餐饮收入增速快于商品零售，小微型、创新型商业发展活跃，大型零售企业销售增速放缓。

（一）消费品市场增速保持在合理区间

2018 年我国消费品市场规模稳步扩大，社会消费品零售总额实现 38.1 万亿元，同比名义增长 9%，实际增长 6.9%。扣除汽车后，社会消费品零售总额同比增长 10.3%，增速比上年仅回落 0.4 个百分点，表明大部分消费品依然保持较快增长。此外，社会消费品零售总额主要反映的是实物商品消费情况，高速增长的服务类消费并未纳入其中。因此，总的来说，我国消费品市场增速依然保持在合理范围。

（二）网上实物零售对消费品市场增长贡献率近半

2018 年，全国实物商品网上零售额在上年高增速的基础上增长 25.4%，增速快于社会消费品零售总额增速 16.4 个百分点；占社会消费品零售总额比重为 18.4%，比上年提高 3.4 个百分点；对社会消费品零售总额增长的贡献率为 45.2%，比上年提高 9.8 个百分点；拉动社会消费品零售总额增长 4.1 个百分点，比上年提高 0.5 个百分点。

（三）乡村消费品市场比重持续提升

2018 年，乡村消费品零售额实现 55350 亿元，较上年增长 10.1%，增速高出城镇市场 1.3 个百分点，乡村市场占社会消费品零售总额的比重为 14.5%，比上年提高 0.3 个百分点。从月度增速情况来看，乡村消费品市场 1 至 4 月、6 至 9 月均实现 10% 以上的同比增长。

（四）餐饮收入增速快于商品零售

2018 年商品零售额实现 338271 亿元，同比增长 8.9%，2018 年餐饮收入实现 42716 亿元，同比增长 9.5%，餐饮收入增速快于商品零售 0.6 个百分点。其中，限额以上单位餐饮收入增长 6.4%，增速比限额以上单位商品零售高 0.7 个百分点。从各月同比增长情况来看，餐饮收入增速均高于商品零售。

（五）时尚、创新型小微企业发展活跃

为满足居民消费多样化、多层次化的需求，以业态、模式创新，以便利社区居民消费为特点的小微零售店、便利店、餐饮店发展活跃，成为活跃市场，拉动消费的亮点和热点。

（六）大型零售企业零售额低速增长

根据中华全国商业信息中心统计，2018 年全国百家重点大型零售企业(以百货为主)零售额增长 0.7%，增速较 2017 年放缓 2.1 个百分点。其中，服装商品零售额增长 1%，粮油食品商品零售额增长 1.5%，化妆品商品零售额增长 8.7%，日用品商品零售额增长 0.2%，金银珠宝商品零售额增长 1.6%，家电商品零售额不及上年同期。

（七）主要生活用品实现平稳较快增长

从限额以上单位零售情况来看，2018 年，大部分品类均实现正增长。其中，服装鞋帽针纺织品、金银珠宝、日用品、石油及制品商品零售额同比分别增长 8%、7.4%、13.7%和 13.3%，增速分别较上年加快 0.2、1.8、5.7 和 4.1 个百分点。除日用品和石油及制品外，粮油食品和家具类商品零售额增速均超过 10%。

2018 年中国消费品市场消费升级快速发展，消费模式、业态、技术、体验创新加快涌现，我国消费品市场的内涵、外延更加丰富，商业生态更加完善。一些品牌如：波司登、安莉芳、爱慕、蓝月亮、罗莱、歌力思、VGRASS、庄子、九牧王、比音勒芬、金利来、杉杉、罗蒙、水孩儿、万和、雪伦、杰奥、三枪、恒源祥、铜牛、La Clover、骆驼、菲安妮、雨润、古船等，创新驱动，以持续升级的产品来提升消费者对于中国品牌的认知，满足人民对美好生活的需求，拉动市场消费，成为 2018 年中国消费品市场平稳增长的中坚力量。

二、消费升级特征显著，服务性消费占比持续提升

（一）居民消费支出加快增长

2018 年，尽管我国经济增速和居民收入增速放缓，但居民消费支出增速逆势加快增长。全国居民人均消费支出 19853 元，比上年名义增长 8.4%，增速比上年加快 1.3 个百分点；扣除价格因素实际增长 6.2%，比上年加快 0.8 个百分点。其中，城镇居民人均消费支出 26112 元，名义增长 6.8%，比上年加快 0.9 个百分点；扣除价格因素实际增长 4.6%，增速较上年加快 0.5 个百分点。农村居民人均消费支出 12124 元，名义增长 10.7%，比上年加快 2.6 个百分点；扣除价格因素实际增长 8.4%，增速较上年加快 1.6 百分点。

（二）服务性消费支出占比持续提升

2018 年，我国居民消费观念进一步从“占有商品”到“享受服务”转变，医疗、餐饮、家政、旅游等服务供给水平持续提升，带动我国服务性消费支出快速增长。全国居民人均服务性消费支出 8781 元，占居民消费支出的比重为 44.2%，比上年提升 1.6 个百分点。其中，人均饮食服务支出增长 21.7%，家庭服务支出增长 32.1%，医疗服务支出增长 20.5%，包含旅馆住宿等在内的其他服务支出增长 14.9%。

（三）消费者个性化品牌意识增强

2018 年，在服装、食品、家电等商品消费，以及旅游、教育、文化等服务消费上，我们都可以发现消费者“大牌意识”向“个性品牌意识”过渡的特征。人们对市场上新品类、流行商品的追求热情依然强烈，但具体到选择品牌的时候，购买行为则更加理性、更加个性。不同地区的消费结构日渐趋同，但品牌圈层消费特征更加明显，市场竞争更加激烈。

（四）消费者更加注重高品质与性价比的平衡

过去，大部分消费者是在低价的基础上，选择具有一定性价比的商品。现在，以一、二线城市为主的部分地区消费者更加注重品种、品质、品牌，在高品质与性价比之间做出平衡。人们吃得更健康，有机食品、绿色蔬菜、散养鲜肉、低脂零食等市场热度较高；穿得更时尚，服装品质消费、品牌消费增多，服装商品的专业感、科技感、时尚感更加丰富，大型零售企业服装均价稳定上涨；用得更智能，数码产品、智能家电、多功能、便捷式的生活小家电进入千家万户；行得更品位，运动型、新能源、中高端汽车销售占比持续提升。

（五）新品和进口商品消费明显增多

2018 年，新产品、新品牌、新包装、新市场成为刺激人们消费欲望的关键。开拓细分领域，争做行业龙头成为商家获得高溢价、高销量的重要途径。随着我国进一步加大对外开放力度，越来越多的国外商品进入市场，让我国居民生活更加丰富、更有品质。2018 年，我国消费品进口比上年增长 10.9%，保持较快增长。

（六）新兴业态与传统业态融合发展

2018 年，大数据、人工智能、移动互联网等新技术进一步向传统产业渗透，人们的购物习惯也随之呈现出碎片化、全渠道、全天候等特点。在日益完善的物流配送体系支撑下，传统实体零售业态与电商平台走向深度融合发展，不断涌现出既注重消费体验，又满足便捷需求，集多种消费场景于一体的新零售业态。2018 年，限额以上单位通过互联网实现的商品零售额占限额以上单位消费品零售额的比重为 10.2%，比上年提升 2.3 个百分点。

当前我国经济发展已由高速增长转向高质量发展新阶段。高质量发展，需要高质量品牌作为支撑，加快品牌建设是我国经济转型升级、迈向高质量发展阶段的重要内涵。2018 年我国消费品市场上，涌现出一批积极承担社会责任、市场表现良好的优秀品牌：安莉芳、波司登、爱慕、蓝月亮、罗莱家纺、歌力思、VGRASS、庄子、九牧王、比音勒芬、金利来、杉杉、七匹狼、罗蒙、水孩儿、雪伦、杰奥、三枪、恒源祥、铜牛、KLOVA、皮尔卡丹、La Clover、赛斯特、木真了、懿菲、爱美丽、慕澜、雪竹、小护士、鹿王、雪莲、骆驼、菲安妮、万和、依波、雨润、古船等，积极发扬工匠精神，为消费者提供了新产品、新时尚、新体验，赢得了消费者的好口碑，为我国居民消费的稳定增长、消费升级做出了突出贡献，成为中国零售企业认可的 2019 年度中国消费品市场高质量发展优选品牌。

三、服装消费价增量减，品牌升级力度加大

（一）服装消费市场延续较快增长态势

2018 年，限额以上服装类商品零售额实现 9870.4 亿元，累计增长 8.5%，增速较 2017 年提高 0.5 个百分点。限额以上服装零售延续了 2017 年以来的增速加快趋势，且增速超过限额以上商品零售额平均增长水平 2.8 个百分点。2018 年，我国居民人均衣着消费支出累计增长 4.1%，增速较上年同期加快 1.2 个百分点。另一方面，衣着消费支出占消费总支出的比重持续下降，2018 年占比为 6.5%，较上年下降 0.3 个百分点。和过去相比，人们在医疗、教育、服务等项目上的开支占比越来越大，必然挤压服装消费。

（二）全国重点大型零售企业服装销售价增量减

2018 年，全国重点大型零售企业服装零售额累计增长 0.9%，增速较 2017 年放缓 4.5 个百分点。其中，男装累计增长 0.4%，增速较 2017 年放缓 1.9 个百分点；女装累计增长 0.9%，增速较 2017 年放缓 4.7 个百分点；童装累计增长 6.7%，增速较 2017 年放缓 1.1 个百分点。2018 年，全国重点大型零售企业服装零售量累计下降 4.2%，增速较 2017 年放缓 8.4 个百分点。价格上涨是重点大型零售企业服装销量下滑的主要原因。2018 年，全国重点大型零售企业服装单价累计上涨 5.3%，较 2017 年提升 4.1 个百分点。

（三）服装网购市场向高质量发展

近年来电商快速发展，网购消费增速明显快于线下实体店，但随着网民增速放缓，以及销售规模基数的扩大，网购增速开始出现回落。2018 年，全国实物商品网上零售额 70198 亿元，增长 25.4%，占社会消费品零售总额的比重为 18.4%。其中，穿类商品网上实物零售额累计增长 22%，增速较年初放缓 14.8 个百分点。我国网购市场发展到今天，消费者更加成熟，更加理性。网购人群不仅关注品牌的营销活动，而且也会在意品牌知名度、服装质量、以及款式样式。因此，随着线上流量增长趋缓以及竞争愈发激烈，许多以实体店渠道为主的品牌在线上销售的优势日益明显。

（四）年轻化、时尚化品牌升级力度加大

传统服装品牌近年来加大核心业务上的投入，回归到满足消费需求的产品定位上：一是细化服装设计，从单一风格拓展为休闲、潮流、都市、街头、森系等多样风格，满足消费者年轻化、多元化的消费需求；二是创新开展跨界合作，借助其他行业知名品牌的潮流特点，提升服装品牌的形象升级，实现跨界共赢；三是推出设计师联名款，满足消费者对高品质、个性化的消费需求；四是推送新生代偶像明星、网红等爆款，形成粉丝经济；五是加大对时装秀、重大活动以及社交媒体的投入，保持市场热度。

（五）门店升级效果显著

2018 年，服装品牌门店调整力度较大，新渠道布局和精简存量门店同时进行，通过升级门店形象、调整陈列布局、改善视觉效果、引入智能设备、提升服务质量等一系列措施为消费者创造更加有温度的购物环境和更丰富的购物体验。门店升级和产品升级相匹配的品牌在今年取得明显成效，业绩提升速度较快。例如波司登通过参与纽约时装周、推出国际设计师联名款、提升门店科技感、场景感等措施，从服装设计到门店形象进行全方位的品牌升级，实现羽绒服全年零售额突破百亿元。

（六）科技感将快速融入时尚消费

人们对新科技的渴望将加快提升各行各业的科技含量，服装消费的时尚元素将不仅是美观、潮流，科技感也将成为一种时尚消费。服装品牌将从产品设计、产品材质和门店环境三个方面加快科技与时尚的融合。一是重构产业链，打破生产端与消费端、上游产业与下游产业之间的信息壁垒，实现服装设计与消费需求有效对接；二是推进产品创新，可穿戴设备和创新型面料将赋予服装更多功能；三是增加门店科技感，3D 试衣镜、互动电子大屏、环境体验仓等黑科技将更多地应用到门店，提升品牌在消费者心中的形象。

（七）服装品位将更多源自品质和专业

服装是追逐时尚的商品，更是体现匠心的作品。尽管潮流层出不穷，营销丰富多彩，但市场热点的背后，是服装品牌对主业的坚守，是消费者对品质的认可。随着我国消费者更加成熟、更加理性，人们将更加注重服装内在的品质、功能和工艺，服装消费的品位将更多地从品牌的历史沉淀、功能的精准定位、设计的专业水平、工艺的精细程度、面料的质感舒适度、以及导购的服务品质中得到体现。

（八）消费者将更加关注品牌的社会形象

新一代消费者不仅关注商品本身，而且也会在意自身消费行为对社会的影响，从而重视品牌的社会形象。服装品牌将坚持诚信经营，强化社会责任意识，积极践行绿色、环保的设计理念，积极参与公益活动，恪守契约精神。通过对可持续发展的支持，对中国传统文化的传承，以及对弱势群体的关注等实际行动，为社会传播正能量。

【简评：2018 年全国百家零售企业服装零售增 1%，服装零售增速高于以百货为主的全国百家整体增速 0.7%，另有化妆品增长 8.7%。分品类看，全国重点大型零售企业中，男装、女装、童装增速分别约 0.4%、0.9%、6.7%，可关注童装市场中占据龙头低位、有望受益于行业集中度提升的森马服饰。】

三、海外公司跟踪

1. 中国拯救日本优衣库，迅销二季度超预期优衣库

[无时尚中文网 2019-04-10]

凭借中国市场出色的表现，投资者完全忘却日本快时尚巨头 Uniqlo 优衣库在本土市场的低迷，以及对全年盈利预测的下调。

周四盘后公布创纪录的中期业绩后，优衣库母公司 Fast Retailing Co. Ltd. (9983.T) 迅销集团在东京交易所高开 3.60% 报 57,500.00 日元，随后进一步飙升早盘最高大涨 6.74% 报 59,240.00 日元，交易清淡的迅销集团 (6288.HK) HDR 亦高开 4.08% 报 39.55 港元。

截至 2 月底的上半财年，亚洲最大服装零售商收入增长 6.8%，由 11,867.65 亿日元增至 12,676.97 亿日元。报告期内，优衣库国际业务录得 14.3% 的增幅，由 5,074.56 亿日元增至 5,800.06 亿日元，是集团收入增幅的主要动力，营业利润增幅 9.6%，由 807.63 亿日元增至 884.86 亿日元，15.3% 的营业利润率更是历史首次高于日本优衣库，日本优衣库上半年营业利润率 13.8% 同比暴跌 420 个基点，营业利润暴跌 23.7% 至 677.41 亿日元，2018 财年同期为 887.29 亿日元。

迅销指，大中华市场上半年录得双位数收入增长，其中中国内地市场收入和利润均录得约 20% 的增长，东亚第二大国际市场韩国市场收入和利润同样双双增长，近年着力发展的东南亚市场和大洋洲市场，在同店销售飙升的刺激下，收入和利润高速增长，美国优衣库上半年历史性转亏为盈，欧洲优衣库则表现平稳。

上半年，迅销营业利润 1,734.75 亿日元，同比较 2018 年的 1,729.95 亿日元有 1.4% 的增幅，营业利润率同下滑 80 个基点至 13.6%；纯利录得 1,140.29 亿日元，较 2018 年的 1,041.50 亿日元增幅 9.5%，每股收益由 7,809.69 日元增至 9,423.53 日元。公司拟 240 日元中期息和相同金额的末期息。

集团主席、首席执行官 Tadashi Yanai 柳井正在周四于东京举办的中期业绩会上称，相信迅销在中国的销售额不会下降，因为中国有非常多的中等收入家庭，公司可以实现 2021 财年中国内地 1,000 间门店的既定目标。

报告期内，日本运营 825 间优衣库，海外市场则达 1,311 间。而截至 3 月底，中国市场优衣库门店 672 间，半年净增 39 间，加上台湾和香港市场分别 67 间和 28 间，与日本市场 780 自营店几乎相当，离 827 间总门店亦咫尺之遥。2018 财年，优衣库在中国内地市场净增 78 间门店。

2. 莎莎国际四季度港澳同店销售暴跌 10.8%

[无时尚中文网 2019-04-02]

在发布低迷的春节销售数据后，香港高端化妆品连锁零售商 Sa Sa International Holdings Ltd. (0178.HK) 莎莎国际控股有限公司周四盘后发布的四季度业绩较农历年的惨淡有过之而无不及。

1-3 月，莎莎国际香港、澳门同店销售暴跌 10.8%，销售跌幅亦达 8.4% 至 17.283 亿港元。报告期内，集团整体营业额下滑 7.2% 至 20.564 亿港元。

香港美容巨头表示，港澳市场跌幅主要受整体交易宗数下降 6.0% 至 480 万所影响，其中本地客及内地客分别下跌 8.8% 和 3.7%，每宗交易平均金额分别下跌 0.7% 和 5.9%，以致整体每宗交易平均金额下跌 3.5% 至 351 港元。

旺丁不旺财的情况早在农历年销售数据披露时已经揭示，而 2 月份访港游客数量增幅亦大幅放缓。本土零售观察（微信号：retailinsider）和无时尚中文网（微信号：nofashioncn）数据显示，二月份访港客增幅由一月份的 27.2% 骤降至 5.8%，其中内地客增幅更是低至 3.7%，少有的低于非内地客 16.7% 的增幅，而一月份访港内地游客暴涨 34.8%，二月份内地过夜客增幅明显降温，是影响零售表现的主要原因。8.5% 的内地过夜客增幅仅有一月份 22.2% 的四成。

香港统计处此前公布的数据显示，1-2 月，药妆类别仍录得 2.3% 的增幅，尽管二月销售跌幅 9.8%，但一月份有双位数增长，三月份数据有待五月初发布。

莎莎国际在周四的业绩声明中表示，销售表现较弱的主要原因包括高基数效应，去年同期热卖的部分潮流产品种类热潮减退，唯集团最近的新产品未能完全抵消该类产品的销售倒退。此外，部分销售护肤及彩妆的药妆店积极在游客旺区开设新店，导致竞争加剧，令集团整体销售逊于预期。莎莎国际表示，计划在租约条件合理的情况下，继续开设新店以加强店铺网络，提升竞争力。

3. ASOS 中期盈利锐减 87%，维持全年业绩预期

[无时尚中文网 2019-04-04]

英国时尚在线零售商 ASOS PLC (ASC.L) 在中期盈利暴跌 87% 的情况下依然维持全年目标，同时表示有信心利润率会再次取得改善。投资者对管理层的信心亦投下信心一票，ASOS PLC (ASC.L) 在周三早盘急升最多 16.6% 至 3,673 便士。

截至 2 月 28 日的上半财年，ASOS PLC 税前利润从去年同期的 2,990 万英镑锐减至 400 万英镑，主要因为新配送中心在期内录得 2,400 万英镑的额外开支。首席执行官 Nick Beighton 在

财报中指出主要资本投资期“无可避免地”对经营产生巨大干扰和过渡成本，但现已接近尾声，完成后将提高集团在全球夺取市场份额、修复盈利并加速产生自由现金流的能力。

中期零售毛利率按年下跌 60 个基点至 47.4%，净债务为 3,790 万英镑，而去年同期有净现金 3,770 万英镑。

收入同比增长 13.5%至 13.145 亿英镑，固定汇率计增幅为 12%。其中英国本土零售销售增 16%，国际市场只有 9%的固定汇率计增长，管理层此前解释美国业务则因为假日季需求远超预期而导致亚特兰大配送中心的订单在短时间内大量积压，二季度销售倒退 3%。集团今天透露已经为亚特兰大仓库增聘一倍人手，美国营运已经基本稳定，预计下半年可反弹。

ASOS PLC 特别提到 ASOS Design（自主品牌）在上半财年录得 5%的增长，现在年销售已接近 10 亿英镑的规模，目前该业务约占集团销售的 36%。利润率较低的第三方品牌业务则实现 18% 的快速增长，Nike 耐克、Superdry 极度干燥、Abercromie & Fitch、甚至主要竞争对手 Boohoo Group PLC (B00.L) 旗下的 Boohoo 和 PrettyLittleThing 都能在 asos.com 平台买到。

Nick Beighton 对分析师表示：“对我们来说，过去六个月肯定是艰难的，也是多年来最困难的其中一个半年。经济的不确定性削弱了消费者信心，期内我们看到了异常的折扣水平。”

即使如此，ASOS PLC 仍然维持全年零售销售增长 15%、零售毛利率较上财年的 49.9%下降 150 个基点、EBIT 利润率 2%和资本开支 2 亿英镑的展望不变。

四、公司重要公告

【红豆股份】明确回购股份用途

[2019-04-09] 公司董事会通过了《关于明确回购股份用途的议案》，公司回购股份的用途确定为将依法用于转换上市公司发行的可转换为股票的公司债券。

【上海三毛】控股子公司拟生产搬迁

[2019-04-11] 控股子公司宝鸡凌云目前使用的生产厂房系由其股东陕西凌云电器有限公司有偿租赁。公司于 4 月 9 日接到宝鸡凌云公司函，因陕西凌云电器有限公司对厂区规划布局的调整，在现有厂房租期届满后将提供其位于宝鸡市渭滨区姜谭工业园区内功能齐全的厂房供宝鸡凌云公司选择租赁。宝鸡凌云公司拟在上述姜谭工业园区内的厂房新建生产厂区。具体搬迁方案及新租赁协议有待与陕西凌云电器有限公司进一步协商后确定。本次搬迁尚未确定具体搬迁时间，亦未形成正式搬迁方案。上述事项可能会对宝鸡凌云公司的生产经营产生一定影响，但不会对本公司的经营情况产生重大影响。

【红蜻蜓】回购公司股份达 1%

[2019-04-10] 截至 2019 年 4 月 9 日，公司通过集中竞价方式累计回购公司股份数量为 6,032,140 股，占公司总股本的比例为 1.03%，成交的最高价为 9.30 元/股，成交的最低价为 7.08 元/股，累计支付的资金总额为 49,508,909.80 元（不含佣金、过户费等交易费用）。

【得兴股份】回复关注函

[2019-04-13] 浔兴股份对福建证监局监管关注函回复：公司将采取包括诉诸法律在内的方式督促价之链股东甘情操尽快向我司分配 2017 年股利；为避免资金被甘情操单方转走致使我司合同目的落空，特向法院申请冻结了上述银行账户中的资金和甘情操证券账户的 212.6 万股浔兴股份股票；2018 年 9 月 6 日，甘情操未经共管人曾德雄同意，擅自至平安银行深圳平湖支行办理了账户挂失手续，并安排价之链提前归还了银行贷款，解除了存单质押担保，在其自行重新开立账户后，将 53,274,039.54 元资金转入新账户并支取。

【联发股份】签订谅解备忘录

[2019-04-08] 公司与印尼 PT. Kawasan Industri Kendal 于 2019 年 4 月 4 日签订了关于在印尼肯德尔工业园区内购买土地以进行纺织服装业投资的《谅解备忘录》。本协议涉及的交易事项尚处于商议筹划阶段。协议的签订有利于公司在印尼肯德尔地区初步形成投资约定。在印尼肯德尔地区进行投资，将有利于争取与国外战略客户的合作，缩短产品的交期，巩固公司产品竞争力。

【棒杰股份】设立无缝针织全资子公司

[2019-04-12] 为优化资源配置和适应业务发展需要，提高经营管理效率，公司拟以自有资金出资 5,000 万元设立全资子公司浙江棒杰数码针织品有限公司。本次投资设立全资子公司是为实现公司业务分类管理，有利于公司无缝针织板块相关资产更加独立专业的运行，符合公司战略规划及发展方向。

【柏堡龙】控股股东一致行动人减持比例达到 1%

[2019-04-12] 近日公司收到控股股东一致行动人陈秋明先生、陈昌雄先生出具的《股份减持情况告知函》，其已通过集中竞价交易方式和大宗交易方式减持公司股份 593.84 万股，减持股份数量已经达到公司股份总数的 1.65%。

【中潜股份】拟转让子公司

[2019-04-10] 公司拟将全资子公司惠州蔚蓝 100%股权转让给广煜荣科技，转让价格为人民币 6485.08 万元。本次出售资产将有助于优化公司产业结构，集中人力及资金加大向公司主营业务板块的投入，符合公司目前实际经营需要。

【朗姿股份】回复年报问询函

[2019-04-12] 问询函有关问题如下：营收增长得益于女装及医美增长，经营活动现金流量大幅下降源于朗姿韩亚资管经营性活动现金流流入减少，而经营性支出增加，受其影响，公司整体经营活动现金流量净额减少 10,332.85 万元，降低 79.54%；四季度净利润明显偏低，源于童装阿卡邦确认商誉减值、医美高一生完成业绩承诺后发放奖励及加大营销力度；公司存货跌价准备的计提是充分的；朗姿韩亚资管的投资收益主要来源于对参与设立合伙企业进行投资，通过合伙企业获得投资收益；金融资产-应收款项类投资收益属于朗姿韩亚资管的主要业务，具有可持续性；公司盘亏损失金额 424.14 万元，均为女装板块产生，主要系公司原料库中有部分女装原材料因购进时间较久，其花色和品质已不符合时下女装消费需求；公司具备足够的偿债能力，目前不存在短期偿债风险；科目明细中性质为“其他”的，一是子公司阿卡邦根据韩国税收政策缴纳的增值税，二是预付工程类款项，三是预付面辅料，四是租金。

【三夫户外】回复年报问询函

[2019-04-11] 问询函回复内容如下：2018 年中国户外用品市场零售总额达到 249.8 亿元，同比增速为 2.10%，出货总额达到 141.2 亿元，同比增速为 2.38%，虽然近两年来增速有所回落，但市场规模仍然保持稳增，随着户外赛事、旅行、团建和亲子户外乐园的健康快速发展，公司具备可持续的盈利能力；销售量与营业收入上升幅度差异较大的主要原因为户外产品加权平均销售单价增长 17.04%；报告期公司优化研发人员组织结构，减少研发人员数量，由 2017 年底的 68 人减少为 2018 年底的 41 人，同时提高研发人员薪酬，对研发人员薪酬投入同比增加 3.98%，所以不会降低公司未来产品研发能力；公司未来业绩不会依赖政府补助、购买理财产品等非经常性损益；截至本公告披露日，松鼠部落亲子户外乐园项目运营状况良好，日常经营管理规范有序，在成都及武汉当地形成了良好的口碑和品牌影响力，经营进展及规模预计可期；营销网络建设项目变更为现金收购上海悉乐部分股权并增资控股项目，已实施完毕；三夫户外活动赛事、营地+培训、零售+体验综合运营中心建设项目处于前期考察阶段，未达到计划进度；三夫总部办公及研发中心建设项目将逐步进行实施。

【本周 SW 纺织服装年度报告】

表 8：本周 SW 纺织服装年度报告

证券 代码	公司 简称	营业总收入 (亿元)	同比增长 (%)	归母净利润 (亿元)	同比增长 (%)	每股收益 (元/股)	同比增长 (%)
600156.SH	华升股份	10.17	42.73	0.28	131.89	0.07	131.91
002269.SZ	美邦服饰	76.77	18.62	0.40	113.24	0.02	116.67
002687.SZ	乔治白	10.05	27.70	1.13	50.07	0.32	52.38
002087.SZ	新野纺织	60.60	16.64	3.86	32.27	0.47	32.26
603587.SH	地素时尚	21.00	7.94	5.74	19.59	1.55	9.93
603365.SH	水星家纺	27.19	10.44	2.85	10.77	1.07	-14.40
002327.SZ	富安娜	29.18	11.55	5.43	10.11	0.65	8.33
002516.SZ	旷达科技	17.67	-23.76	2.32	-39.71	0.15	-39.45

资料来源：Wind，华金证券研究所

【本周 SW 纺织服装一季度报告】

表 9：本周 SW 纺织服装一季度报告

证券 代码	公司 简称	营业总收入 (亿元)	同比增长 (%)	归母净利润 (亿元)	同比增长 (%)	每股收益 (元/股)	同比增长 (%)
603587.SH	地素时尚	5.84	13.53	1.95	32.58	0.49	13.95
002761.SZ	多喜爱	1.95	23.09	0.05	-38.27	0.02	-38.36

资料来源：Wind，华金证券研究所

五、风险提示

1. 部分行业终端持续低迷，服装销售不达预期；2. 上市公司业绩下滑风险；3. 企业兼并收购的标的资产业绩不达预期的风险，以及转型新业务的经营风险。

行业评级体系

收益评级：

领先大市—未来 6 个月的投资收益率领先沪深 300 指数 10%以上；

同步大市—未来 6 个月的投资收益率与沪深 300 指数的变动幅度相差-10%至 10%；

落后大市—未来 6 个月的投资收益率落后沪深 300 指数 10%以上；

风险评级：

A —正常风险，未来 6 个月投资收益率的波动小于等于沪深 300 指数波动；

B —较高风险，未来 6 个月投资收益率的波动大于沪深 300 指数波动；

分析师声明

王冯声明，本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，勤勉尽责、诚实守信。本人对本报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规、研究方法专业审慎、研究观点独立公正、分析结论具有合理依据，特此声明。

本公司具备证券投资咨询业务资格的说明

华金证券股份有限公司（以下简称“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。本公司及其投资咨询人员可以为证券投资人或客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或间接的有偿咨询服务。发布证券研究报告，是证券投资咨询业务的一种基本形式，本公司可以对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向本公司的客户发布。

免责声明：

本报告仅供华金证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因为任何机构或个人接收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但本公司不保证该等信息及资料的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映本公司于本报告发布当日的判断，本报告中的证券或投资标的价格、价值及投资带来的收入可能会波动。在不同时期，本公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，本公司将随时补充、更新和修订有关信息及资料，但不保证及时公开发布。同时，本公司有权对本报告所含信息在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以本公司向客户发布的本报告完整版本为准，如有需要，客户可以向本公司投资顾问进一步咨询。

在法律许可的情况下，本公司及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，提请客户充分注意。客户不应将本报告为作出其投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代客户自身的投资判断与决策。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，无论是否已经明示或暗示，本报告不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。在任何情况下，本公司亦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。

本报告版权仅为本公司所有，未经事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发、篡改或引用本报告的任何部分。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华金证券股份有限公司研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

华金证券股份有限公司对本声明条款具有惟一修改权和最终解释权。

风险提示：

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成对所述证券买卖的出价或询价。投资者对其投资行为负完全责任，我公司及其雇员对使用本报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。

华金证券股份有限公司

地址：上海市浦东新区锦康路 258 号（陆家嘴世纪金融广场）13 层

电话：021-20655588

网址： www.huajinsec.cn