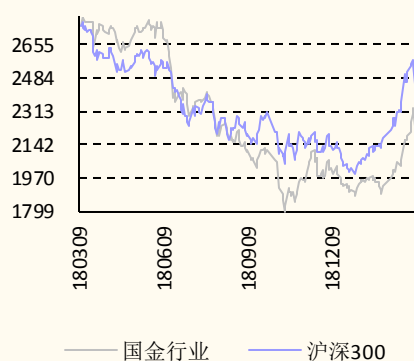


市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
国金纺织品和服装指数	2235.60
沪深300指数	3657.58
上证指数	2969.86
深证成指	9363.72
中小板综指	9323.30



相关报告

1. 《一叶知秋—从旅行箱市场的深刻变革，看“新国牌”崛起的征程与机遇...》，2019.3.6
2. 《“爱我还是它”，千禧一代单身贵族新时尚——萌宠经济背后的故事...》，2019.3.1
3. 《MSCI 指数中 A 股纳入因子提升，纺织服装板块龙头企业有望受益...》，2019.3.1
4. 《纺服双周报数据谈 2019 第 2 期：美妆 19 年 1 月阿里数据解读，...》，2019.2.24
5. 《化妆品巨头成长史：资生堂——平成时代下的矛盾，资生堂的光复之路...》，2019.1.16

纺服双周报数据谈 2019 第 3 期：美妆 19 年 2 月阿里数据解读，美容护肤销售额同比+42%

数据点评

- 我们持续跟踪阿里平台国内外化妆品品牌的销售数据：近 12 个月（2018M3-2019M2）阿里平台（天猫+淘宝）美容护肤行业累计销售额为 1048.70 亿元，其中 2019M2 销售额为 63.48 亿元，较去年同期+42.39%，增速继续领跑阿里平台的多个消费品品类。
- 从阿里全网销售规模来看，一线国内品牌并不逊于国际品牌。从重点跟踪的国内外品牌的阿里平台销售规模来看，本土化妆品品牌中近 12 个月阿里平台销售额前三为百雀羚、自然堂、珀莱雅，2018M3-2019M2 累计销售额分别为 13.91 亿元、12.76 亿元和 11.29 亿元，突破 10 亿元大关。国际品牌方面，欧莱雅、OLAY、SKII 的销售额突破 15 亿元，紧随其后的是雅诗兰黛和兰蔻，近 12 个月销售额也超过 10 亿元。国内外阿里全网的销售额比较来看，国际美容护肤一线品牌的销售额高于国内美容护肤一线品牌，但两者差异并不大。
- 19 年 M2，我们跟踪的国内外品牌中，国际品牌阿里平台销售额增速最快的为欧莱雅，国内品牌增速最快的为珀莱雅。从 2019 M2 阿里平台销售额同比增速来看，欧莱雅增速最快，同比+101.82%，国内品牌中增速最快的为珀莱雅，同比+79.17%。兰蔻和自然堂的销售表现紧接其次，同比增速约为+50%。2019M2，有三个品牌的销售表现有所下滑，分别是一叶子、御泥坊、资生堂，其中下滑最快的一叶子，同比-50.37%。
- 从我们跟踪的天猫旗舰店来看，本土化妆品品牌中自然堂销售业绩最佳，2018M3-2019M2 累计销售额达 10.39 亿元，其次为珀莱雅和百雀羚，2018M3-2019M2 累计销售额分别为 8.09 亿元和 7.71 亿元；国际品牌方面，OLAY 销售业绩最佳，2018M3-2019M2 累计销售额达 13.01 亿元，其次为兰蔻、雅诗兰黛，2018M3-2019M2 累计销售额分别为 12.72 亿元和 11.79 亿元。
- 不同品牌天猫旗舰店销售额增速分化较大，线上增速与品牌战略、定位和线上运营和投入相关。国外品牌中，欧莱雅天猫旗舰店 19M2 销售额同比增速最快，达+222.48%，兰蔻、美宝莲、SKII、资生堂的同比增速分别为+102.45%、+135.72%、+101.27%、+123.04%，销售额相比于去年同期翻番。国内品牌中，佰草集天猫 19M2 销售额同比+109.14%，增速位居第一；珀莱雅和韩束同比分别为+98.10%和+92.84%，也有较为明显的销售提升。在所跟踪的品牌中，御泥坊、卡姿兰、玛丽黛佳天猫销售额相比于去年同期有所下滑。

投资建议

- 电商和复杂的下沉渠道是中国商业的核心变量，也是本土化妆品品牌逆袭的利器。目前我国化妆品行业仍处于国货崛起的早期阶段，大浪淘沙，未来具备“研发+品牌+渠道+营销”综合竞争力的本土品牌集团有望胜出。建议关注珀莱雅、上海家化。

风险提示

- 电商消费增速放缓、产品质量风险、能否准确把握消费者偏好的风险

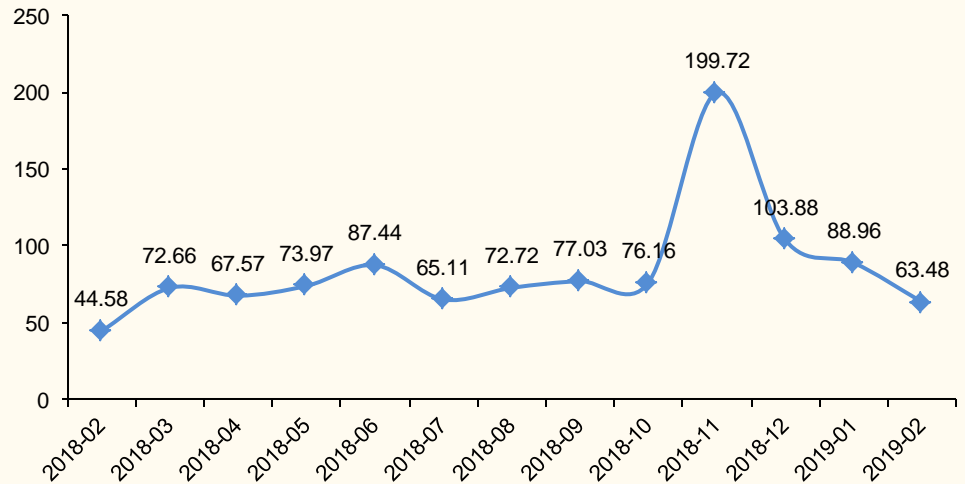
吴劲草 分析师 SAC 执业编号：S1130518070002
wujc@gjzq.com.cn

姬雨楠 联系人
jinyunan@gjzq.com.cn

阿里化妆品数据点评

- 我们持续跟踪阿里平台国内外化妆品品牌的销售数据：近 12 个月（2018M3-2019M2）阿里平台（天猫+淘宝）美容护肤行业累计销售额为 1048.70 亿元，其中 2019M2 销售额为 63.48 亿元，较去年同期+42.39%，增速继续领跑阿里平台的多个消费品品类。

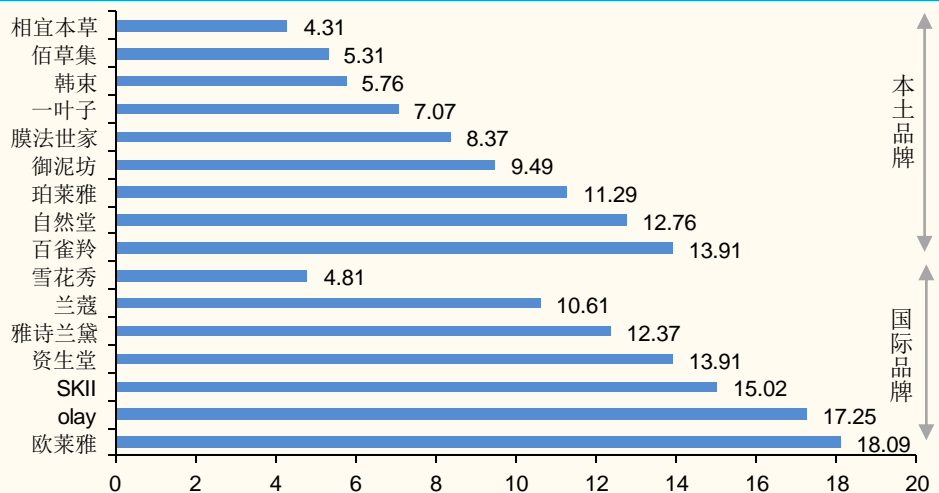
图表 1：美容护肤行业阿里平台（淘宝+天猫）销售额（亿元）



来源：国金证券研究所第三方数据监测

- 国内国际一线品牌在阿里全网销售额的差异并不显著。从我们跟踪的国内外品牌的阿里平台销售规模来看，本土化妆品品牌中近 12 个月阿里平台销售额前三为百雀羚、自然堂、珀莱雅，2018M3-2019M2 累计销售额分别为 13.91 亿元、12.76 亿元和 11.29 亿元，突破 10 亿元大关。国际品牌方面，欧莱雅、OLAY、SKII 的销售额突破 15 亿元，紧随其后的是雅诗兰黛和兰蔻，近 12 个月销售额也超过 10 亿元。国内外阿里全网的销售额比较来看，国际美容护肤一线品牌的销售额高于国内美容护肤一线品牌，但两者差异并不大。

图表 2：近 12 个月国内外品牌美容护肤阿里平台销售额（亿元）

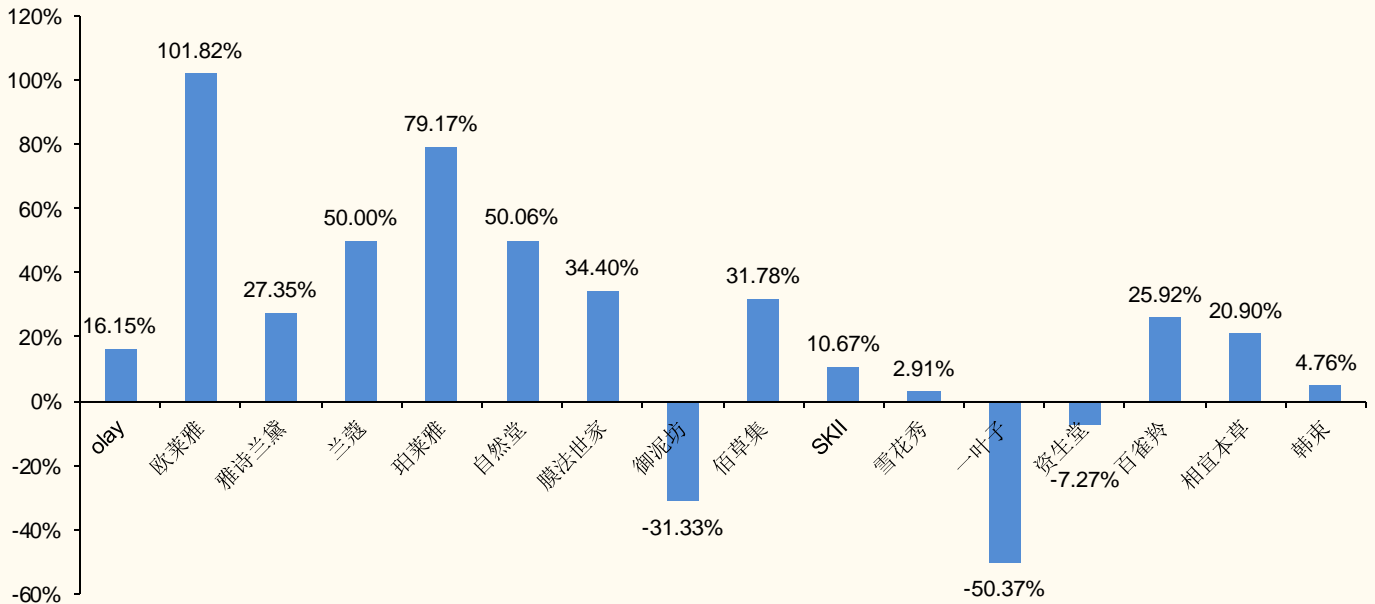


来源：国金证券研究所第三方数据监测

- 19 年 M2，我们跟踪的国内外品牌中，国际品牌阿里平台销售额增速最快的为欧莱雅，国内品牌增速最快的为珀莱雅。从 2019 M2 阿里平台销售额同比增速来看，欧莱雅增速最快，同比+101.82%，国内品牌中增速最快的为珀莱雅，同比+79.17%。兰蔻和自然堂的销售表现紧接其次，同比增速约为+50%。在 2019M2，有三个品牌的销售表现有所下滑，分别是一叶子、

御泥坊和资生堂，其中下滑最快的是一叶子，同比-50.37%。

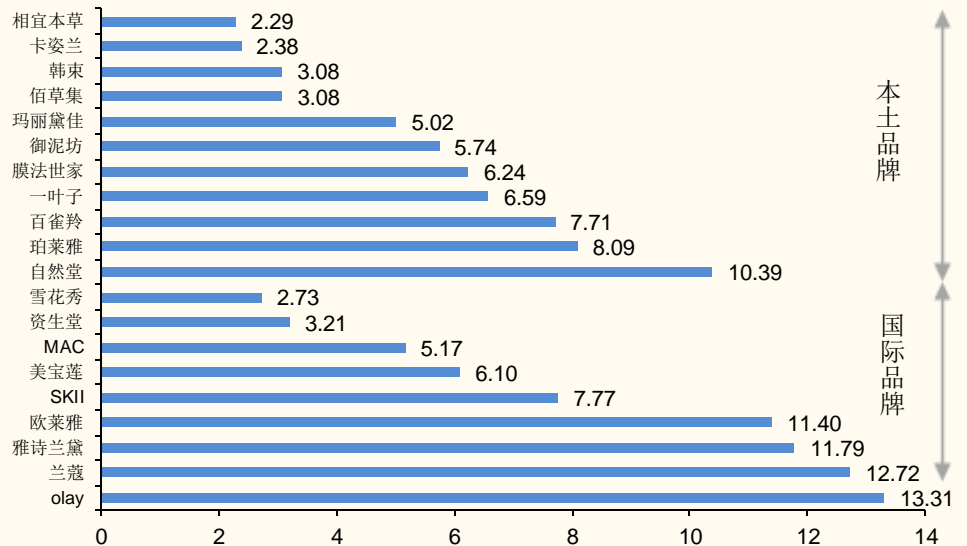
图表 3：19M2 国内外品牌美容护肤阿里平台销售额增速



来源：国金证券研究所第三方数据监测

- 从我们跟踪的天猫旗舰店来看，本土化妆品品牌中自然堂销售业绩最佳，2018M3-2019M2 累计销售额达 10.39 亿元，其次为珀莱雅和百雀羚，2018M3-2019M2 累计销售额分别为 8.09 亿元和 7.71 亿元；国际品牌方面，OLAY 销售业绩最佳，2018M3-2019M2 累计销售额达 13.01 亿元，其次为兰蔻、雅诗兰黛，2018M3-2019M2 累计销售额分别为 12.72 亿元和 11.79 亿元。

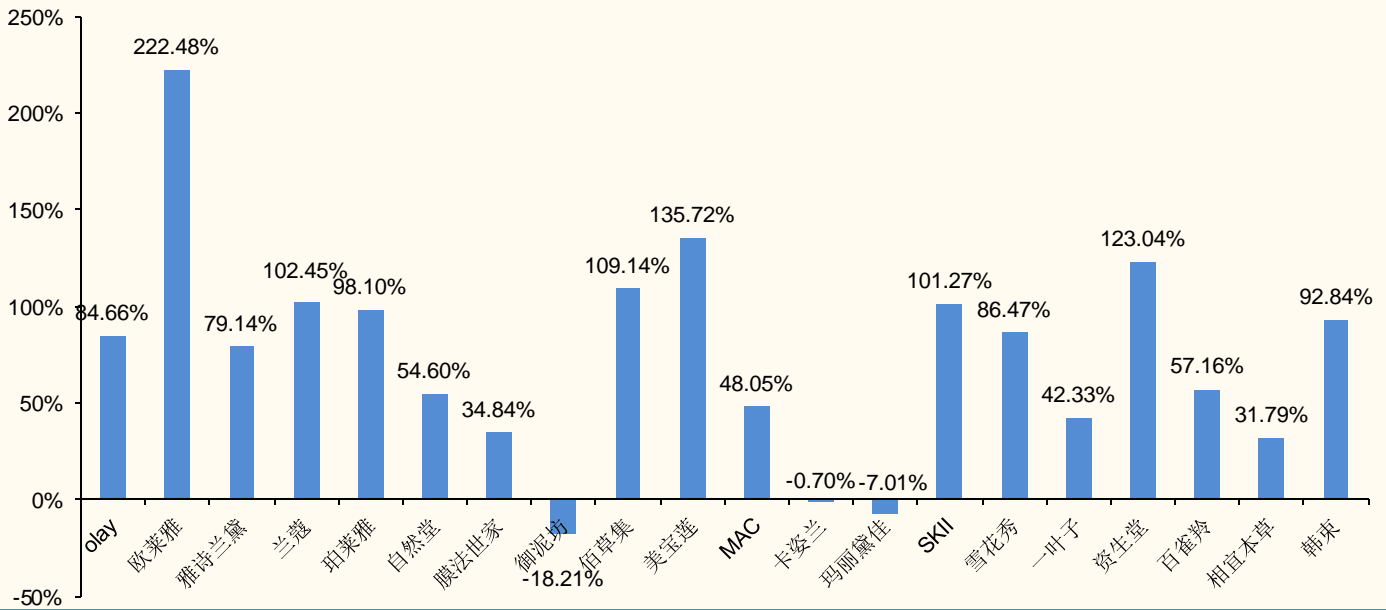
图表 4：近 12 个月国内外品牌天猫旗舰店销售额（亿元）



来源：国金证券研究所第三方数据监测

- 不同品牌增速分化较大，线上增速与品牌战略、定位和线上运营和投入相关。国外品牌中，欧莱雅天猫旗舰店 19M2 销售额同比增速最快，达 +222.48%，兰蔻、美宝莲、SKII、资生堂的同比增速分别为+102.45%、+135.72%、+101.27%、+123.04%。国内品牌中，佰草集天猫 19M2 销售额同比+109.14%，增速位居第一；珀莱雅和韩束增速分别为+98.10%和+92.84%，也有较为明显的销售业绩提升。在所跟踪的品牌中，御泥坊、卡姿兰、玛丽黛佳天猫销售额相比于去年同期有所下滑。

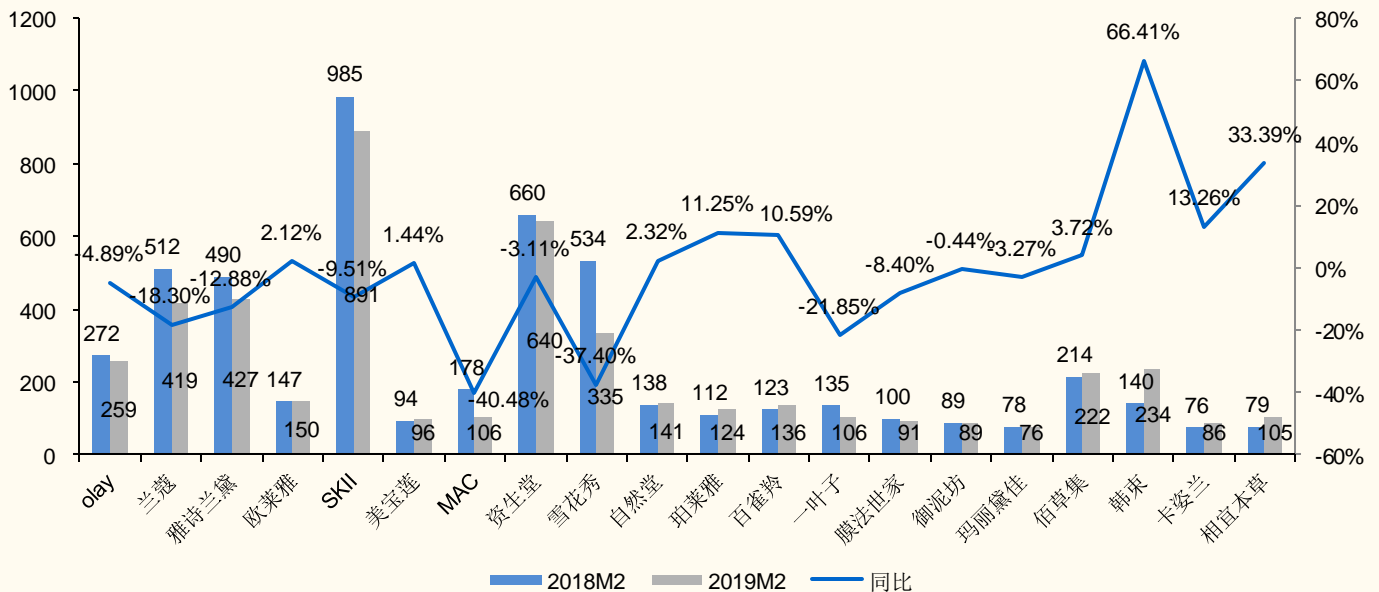
图表 5：19M2 国内外品牌天猫旗舰店销售额同比增速



来源：国金证券研究所第三方数据监测

- 从重点跟踪的国内外品牌天猫旗舰店单价变化来看，2019M2 韩束销售单价同比增速最快，达+66.41%。相宜本草、卡姿兰单价增速位列第二、第三，同比分别为+33.39%、+13.26%。欧莱雅、美宝莲、自然堂、珀莱雅、百雀羚、佰草集单价小幅上涨，上涨幅度为 2%-10%左右。而 Olay、兰蔻、雅诗兰黛、SKII、资生堂、膜法世家、御泥坊和玛丽黛佳 2019M2 成交单价较去年同期有所下降，MAC、雪花秀和一叶子的成交单价下降较大，其中 MAC 单价同比-40.48%。

图表 6：国内外品牌天猫旗舰店成交单价（元）分布



来源：国金证券研究所第三方数据监测

风险提示

- 化妆品消费增速放缓
- 产品质量风险
- 能否准确把握消费者偏好变化的风险

近期重点报告

【行业深度】一叶知秋—从旅行箱市场的深刻变革，看“新国牌”崛起的征程与机会

- 旅行箱行业以往的特点是“国际品牌占主导、国内企业做代工”，如今国货新品牌 90 分、卡帝乐鳄鱼等正以凶猛的姿态改变市场格局：我国旅行箱市场规模大约为 352 亿元，2013-2018 年 CAGR 为 7.9%。在线下渠道为主的时代，国际品牌如新秀丽、Rimowa 以信息不对称和高昂的品牌溢价雄踞中高端市场的强势地位。我国众多的旅行箱工厂虽然具备生产设计能力，但只能承担着“国际品牌代工厂”的角色。而近年来，在电商日益成熟、信息不对称逐渐被打破的背景下，新国牌正凭借在定价、供应链、销售和营销端的优势异军突起。2018 年卡帝乐鳄鱼、90 分在阿里全网的销售额已经超过国际大牌新秀丽、Rimowa 和美旅。
- 定位中端&大众市场的旅行箱新国牌能实现高于高端国际品牌的 ROE：通过对比新秀丽和开润股份 B2C 业务的成本费用结构，我们发现新秀丽的成本占比为 43.9%，分销+营销费用占比高达 36.6%；而经测算开润 B2C 业务的商品成本占比约为 74%，销售费用率仅 12%，毛利率和销售费用率都远低于新秀丽。近 3 年来，开润的总资产周转率在 1.27~1.33，新秀丽总资产周转率在 0.55~1.12，开润总资产利用效率高于新秀丽。2015-2018Q1~Q3，开润 ROE 持续高于新秀丽，开润 ROE 分别为 37%、22.7%、26.1%和 23.8%；而新秀丽 ROE 分别为 15%、18.1%、20.5%和 7.8%。
- 旅行箱只是众多即将发生重大变革日用消费品中的一个缩影，以小米、严选和南极为代表的国货新品牌，正以不同路径征服不同的消费群体：根据国金证券研究创新中心数据，我们发现小米&严选定位悦己型消费者，大多是一二线城市中产；而南极定位省心型消费者，大部分分布在三四线城市。小米&严选面对的悦己型消费者倾向于“选”，而南极电商面对的省心型消费者倾向于“简”。从消费者品牌认知数据来看，小米和严选的品牌入口的比例分别为 87%和 89%，而南极的品牌入口比例为 14%，是品类入口的代表。
- 透过旅行箱品类看国货新品牌供应链整合模式，小米、严选和南极都存在降维攻击，但三者模式不同：小米生态链主打投资+孵化，核心为“品”；网易严选主打 ODM “买手制”，核心为“选”；南极电商是雇佣兵联盟盟主，核心为“聚”。它们对传统的品牌商都形成了一定程度的降维攻击，通过三种模式的对比，我们认为，小米生态链团队的供应链接入最深，中长期发展格局大；南极电商是白牌市场的收割者，模式轻，流量和规模处于上升期，中短期前景明朗；而网易严选模式理论上可行，需持续验证，目前 SKU 扩张过快，存货风险显现，自有流量不足是核心短板。
- 投资建议：90 分和卡帝乐鳄鱼对旅行箱行业的变革，对国货新品牌在高频、标准化程度高、适合线上销售、市场分散的日用消费品如箱包、皮带、羽绒服、鞋袜、男士衬衫等行业的崛起具有很大借鉴价值。以小米、严选和南极为代表的国货新品牌，正以“品”、“选”、“聚”不同的供应链整合模式征服国内悦己型和省心型两类消费群体，未来新国牌在更多日用消费品领域的崛起值得期待。建议关注南极电商、开润股份。
- 风险提示：消费增速放缓、市场竞争加剧、品类扩张的风险

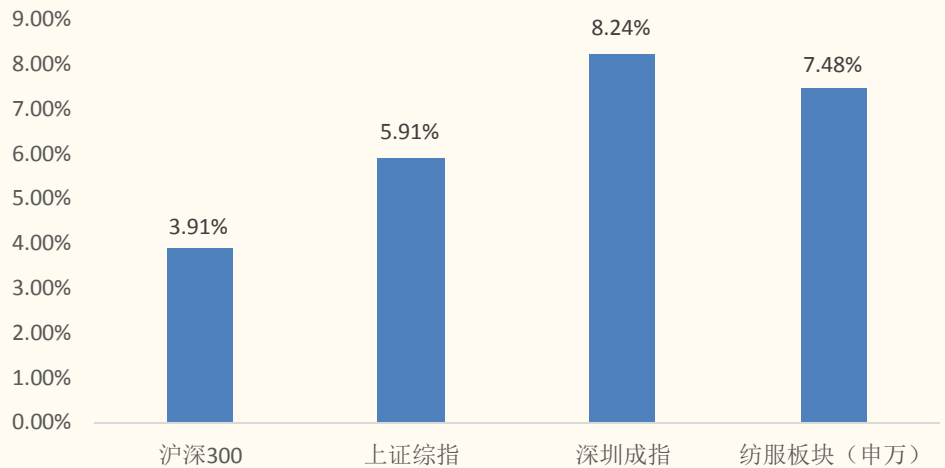
【行业深度】“爱我还是它”，千禧一代单身贵族新时尚——萌宠经济背后的故事

- 千禧一代正在成为社会的消费主力，萌宠经济兴起。千禧一代指 1982-2000 年出生的人群，这代人更具孤独感，更需要陪伴，更多单身贵族，更愿意为自己喜欢的事物消费。为宠物消费的风尚，就是从这一代人开始兴起的。随着千禧一代及 Z 世代（95 年之后出生的人群）进一步的成长，消费能力进一步的增强，“为宠物消费”的萌宠经济预计也会迎来重要的发展。
- 国金证券创新研究中心通过大数据监测，对线上宠物消费行为进行了全面的监测和分析，旨在刻画典型的宠物消费者画像，解码萌宠经济背后的故事。
- 单身经济大潮下，萌宠文化盛行，宠物消费成为年轻人的新时尚。伴随生活节奏加快、社会竞争压力加大，千禧一代尤其需要陪伴和寄托，宠物已经变为“孩子”、“亲人”般的存在。越来越多的年轻人将宠物作为一种情感寄托方式，宠物消费成为年轻人的新时尚。国金证券研究创新中心数据显示，线上猫相关用品消费者中 90 后群体占比达 55%，80 后占比达 32%，80 前仅占 13%。此外，近两年来关于萌宠的网络讨论频度大幅上升，“云养猫”指数在两年之间提升了 10 倍，反映出萌宠经济的潜力还远未被完全挖掘。
- 新生代“猫消费”主要分布于一二线城市、上班族是主力、爱看动漫爱刷剧、不爱微信爱 B 站，对于宠物消费的支持力有望持续增长：国金证券研究创新中心数据显示，“猫经济”消费人群中一二线城市占比超过 68%，职业占比最高的是企业职员。“猫奴”们普遍爱看动漫爱刷剧，不爱微信爱 B 站，具有新生代个性。近三年猫经济周边阿里系 GMV 增长迅猛，2016 年、2017 年和 2018 年分别为 113 亿元、156 亿元和 260 亿元，2017 和 2018 年同比增速分别达到 38%和 67%。随着千禧一代和 Z 世代年轻人的成长，对于宠物的支持力也有望持续增长，“萌宠经济”有望迎来新的发展。
- 国内“萌宠经济”市场规模超千亿，宠物食品刚需、高复购，在养宠数量、包装食品渗透率、食品花费三个成长因素驱动下有望率先受益：中国宠物行业 2018 年市场规模达 1708 亿元，同比+27%，处于高速增长阶段。宠物食品贯穿宠物的整个生命周期，具有高复购、高黏性的特点，在养宠数量、包装食品渗透率、食品花费驱动下有望率先受益。从养宠数量来看，我国人均宠物数量仅为 0.07 只，仍处于增长时期。从包装食品渗透率来看，中国包装宠物食品渗透率仅 14%，而美国已达到 90%以上。而伴随宠物包装食品的逐渐普及，我国宠物食品消费金额有较大提升空间。宠物食品是能够诞生大公司的子行业，美国宠物行业快速发展的过程中诞生过玛氏，品谱等巨头企业，而近 5 年，国内宠物食品企业份额显著提升，未来国内企业有望凭借对于国内市场的深刻理解，不断升级产品和渠道，分享行业成长红利，持续提升市场份额。
- 投资建议：单身经济大潮下，年轻人难免孤独、渴望陪伴，“萌宠经济”作为年轻人的新时尚，已经拉满弓，蓄势待发。建议关注宠物食品行业 A 股上市公司佩蒂股份、中宠股份。未来宠物主粮、宠物零食、宠物服务、宠物用品、宠物保险等多个领域更多的上市公司值得期待。
- 风险提示：宠物行业监管政策趋严、市场竞争加剧、食品安全风险、原材料价格波动

行情回顾

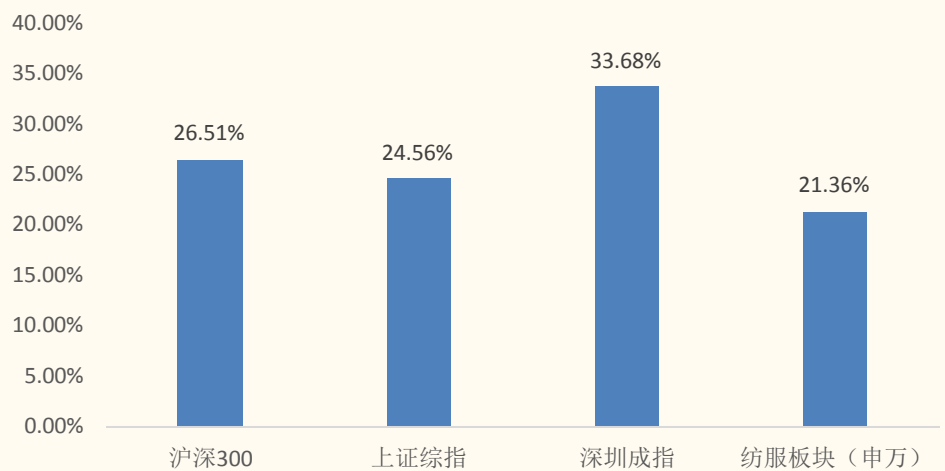
- 2019年2月25日至2019年3月9日，沪深300指数涨跌幅+3.91%，上证综指+5.91%，深圳成指+8.24%，纺服板块指数（申万）+7.48%。
- 年初至今，沪深300指数涨跌幅+26.51%，上证综指+24.56%，深圳成指+33.68%，纺服板块指数（申万）+21.36%。

图表 7：近两周各指数涨跌幅



来源：Wind，国金证券研究所

图表 8：年初至今各指数涨跌幅



来源：Wind，国金证券研究所

行业重点公告

- **【牧高笛】(603908) 2月25日牧高笛户外用品股份有限公司发布高级管理人员减持股份计划公告**

公司制造总监马其刚先生因个人资金需求,自公告披露之日起十五个交易日后的6个月内(窗口期等不得减持股份期间不减持),拟通过集中竞价方式减持其所持有公司股份不超过3.8万股,占公司总股本比例为0.06%,拟减持股份总数不超过其所持股份总数的25%,减持价格按照市场价格确定且不低于公司股票发行价。
- **【罗莱生活】(002293) 2月25日罗莱生活科技股份有限公司发布2018年度业绩快报**

2018年公司实现营业收入48.1亿元,比上年同期增长3.28%,利润总额6.5亿元,比上年同期增加19.07%,归属于上市公司股东的净利润5.2亿元,比上年同期增加22.47%,每股收益0.71元,比上年同期增加16.08%。本报告期营业总收入的增长主要来源于销售收入增加,营业利润、利润总额、归属于上市公司股东的净利润的增长主要由于销售收入的增长、并表LEXINGTON HOLDING, INC.的影响及投资收益的增加等。
- **【爱婴室】(603214) 2月25日上海爱婴室商务服务股份有限公司发布2019年限制性股票激励计划(草案)**

公司发布2019年限制性股票激励计划草案,拟授予的激励对象权益总计212万股,占本激励计划草案公告时公司股本总额1亿股的2.12%,其中,首次授予172万股,约占本激励计划草案公告时公司股本总额1亿股的1.72%;预留40万股,占本激励计划草案公告时公司股本总额1亿股的0.40%,用以后续激励公司部分营运人员。
- **【太平鸟】(603877) 2月26日宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司发布关于实际控制人及部分董事、高级管理人员增持公司股份计划完成的公告**

截止至2019年2月26日,公司实际控制人张江平、张江波及部分董事、高级管理人员通过上海证券交易所集中竞价交易系统合计增持207.4万股,占公司目前总股本4.8亿股的比例约为0.43%,累计增持金额4314万元,已完成本次增持计划。
- **【七匹狼】(002029) 2月26日福建七匹狼实业股份有限公司发布2018年度业绩快报**

公司2018年度共实现营业总收入35.2亿元,较上年同期30.8亿元,上涨14.15%;利润总额4.7亿元,较上年同期4.0亿元,上涨18.75%;实现净利润3.5亿元,较上年同期3.2亿元,上涨9.79%。
- **【奥康国际】(603001) 2月26日浙江奥康鞋业股份有限公司发布关于股东减持股份计划的公告**

公司股东许永坤计划自本公告披露之日起15个交易日后的6个月内,拟通过集中竞价交易方式减持不超过200万股,即不超过公司总股本的0.50%。
- **【青松股份】(300132) 2月26日福建青松股份有限公司发布2018年年度报告摘要**

2018年公司实现营业收入14.2亿元,同比增长75.24%;实现营业利润4.7亿元,同比增长270.01%;综合毛利率40.89%,同比提升12.52%;合并报表实现归属于上市公司股东的净利润4亿元,同比增长322.55%。
- **【青松股份】(300132) 2月26日福建青松股份有限公司发布2019年第一季度业绩预告**

2019年第一季度公司归属于上市公司股东的净利润预计盈利7800-8800万元,比上年同期增长28.29%-44.74%,上年同期盈利6080万元。
- **【安正时尚】(603839) 2月26日安正时尚集团股份有限公司发布关于以集中竞价交易方式回购股份的回购报告书**

公司拟以集中竞价交易方式回购股份，回购资金总额为不低于人民币 4,000 万元（含 4,000 万元），不高于人民币 8,000 万元（含 8,000 万元），回购价格为不超过人民币 15 元/股（含 15 元/股）。

- **【开润股份】(300577) 2 月 26 日安徽开润股份有限公司 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司实现营业收入 20.5 亿元，同比增长 76.63%；实现主营收入 19.1 亿元，同比增长 64.66%；实现营业利润 2.2 亿元，同比增长 41.16%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.7 亿元，同比增长 29.98%；实现扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 1.5 亿元，同比增长 38.52%。
- **【伟星股份】(002003) 2 月 27 日浙江伟星实业发展股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业总收入 27.2 亿元，比上年同期增长 3.56%；预计归母净利润 3.1 亿元，比上年同期下降 15.13%。
- **【跨境通】(002640) 2 月 27 日跨境通宝电子商务股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业总收入为 216.3 亿元，比去年同期上升 54.28%；预计归母净利润为 10.2 亿元，比去年同期上升 35.90%。
- **【森马服饰】(002563) 2 月 27 日跨境通宝电子商务股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业总收入 157.2 亿元，较上年同期增长 30.68%；预计归母净利润 16.9 亿元，同比增长 48.74%。
- **【新野纺织】(002087) 2 月 27 日河南新野纺织股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业总收入 61.3 亿元，同比增长 17.96%；预计归母净利润 3.8 亿元，同比增长 31.68%。
- **【星期六】(002291) 2 月 27 日星期六股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业收入 15.3 亿元，比上年同期增长 1.87%；预计归母净利润 1405.9 万元，比上年同期增长 103.99%。
- **【朗姿股份】(002291) 2 月 27 日朗姿股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业收入 26.6 亿元，较上年同期增长 13.10%；预计归母净利润 2.1 亿元，同比增长 11.61%。
- **【华孚时尚】(002042) 2 月 27 日华孚时尚股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业总收入 143.1 亿元，较上年同期增长 13.57%；预计归母净利润 7.8 亿元，同比增长 15.14%。
- **【御家汇】(300740) 2 月 27 日御家汇股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业总收入 22.5 亿元，同比增长 36.4%；预计归母净利润 1.3 亿元，同比下降 17.5%。
- **【三夫户外】(002780) 2 月 27 日北京三夫户外用品股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业总收入 4.2 亿元，同比上升 19.62%；预计归母净利润 502.9 万元，同比上升 138.96%。
- **【南极电商】(002127) 2 月 27 日南极电商股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**

2018 年公司预计营业总收入为 33.5 亿元，同比增长 240.30%；预计归母净利润 8.9 亿元，同比增长 65.84%。

- **【浔兴股份】(002098) 2 月 27 日福建浔兴拉链科技股份有限公司发布 2018 年度业绩快报**
 2018 年公司预计营业总收入 22.7 亿元，较上年同期增长 22.29%；预计归母净利润 4.0 亿元，较上年同期下降 433.05%
- **【青松股份】(300132) 2 月 28 日福建青松股份有限公司发布关于发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易事项获得中国证监会上市公司并购重组审核委员会审核有条件通过暨公司股票复牌的公告**
 中国证监会对公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易事项进行了审核。根据会议审核结果，公司本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易事项获得有条件通过。公司股票自 2019 年 3 月 1 日（星期五）上午开市起复牌。
- **【拉夏贝尔】(603157) 2 月 28 日上海拉夏贝尔服饰股份有限公司发布关于收购法国 Naf Naf SAS 60%股权的进展公告**
 由于境外投资项目审批及项目资金筹措方案落实等事项超过预计时间，公司收购法国 Naf Naf SAS 60%股权交易交割条件尚未满足。公司拟将有关交割事项的最后日期延期至 2019 年 7 月 1 日，经与卖方 Trendy Pioneer Limited 友好协商，已就延期事项达成一致并签署书面文件；与卖方 EastLinks International(HK)Co.,Ltd. 正在进一步协商中。
- **【奥康国际】(603001) 3 月 1 日浙江奥康鞋业股份有限公司发布关于回购公司股份的进展公告**
 2019 年 2 月，公司通过集中竞价交易方式已累计回购股份 119.50 万股，占公司总股本的比例为 0.30%，购买的最高价为 11.17 元/股、最低价为 10.48 元/股，支付的金额为 1,296.81 万元（含佣金、过户费等交易费用）。
- **【海澜之家】(600398) 3 月 1 日海澜之家股份有限公司发布关于以集中竞价交易方式回购股份的进展公告**
 2019 年 2 月，公司通过集中竞价交易方式已累计回购股份为 480.7 万股，占公司总股本的比例为 0.11%，购买的最高价为 10.12 元/股，最低价为 8.84 元/股，支付的金额为 4562 万元（不含交易费用）。
- **【歌力思】(603808) 3 月 1 日深圳歌力思服饰股份有限公司发布关于回购公司股份的进展公告**
 截止本公告日，公司通过集中竞价交易方式回购股份数量为 427.8 万股，占公司目前总股份的比例为 1.27%。成交的最低价格为 15.01 元，成交的最高价格为 16.47 元，支付的总金额为 6745.7 万元（不含印花税、佣金等交易费）。
- **【天创时尚】(603608) 3 月 1 日天创时尚股份有限公司发布关于以集中竞价交易方式首次回购公司股份的进展公告**
 截至 2019 年 2 月底，公司已累计回购股份 469.5 万股，占公司总股本的比例为 1.09%，已支付的总金额为 4998.9 万元（不含印花税、佣金等交易费用）。
- **【健盛集团】(603558) 3 月 1 日浙江健盛集团股份有限公司发布关于以集合竞价方式回购公司股份的回购进展公告**
 截至 2019 年 2 月底，公司已累计回购股份 1383.5 万股，占公司总股本的比例为 3.32%，已支付的总金额为 1.5 亿元（含印花税、佣金等交易费用）。
- **【鲁泰 A】(000726) 3 月 1 日鲁泰纺织股份有限公司发布关于回购股份事项进展情况公告**
 截止 2019 年 2 月 28 日，公司累计回购 B 股股份 6448.1 万股，占公司总股本的比例为 7.0%，购买最高价为 9.63 港币/股，最低价为 8.63 港币/股，支付总金额为港币 5.9 亿元（含印花税、佣金）。

- **【红蜻蜓】(603116) 3月1日浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司发布关于回购公司股份的进展公告**
 2019年2月,公司通过集中竞价交易方式已累计回购股份23.1万股,占公司总股本的比例为0.04%,购买的最高价为7.43元/股,最低价为7.15元/股,支付的金额为167.3万元(不含印花税、佣金等交易费用)。
- **【探路者】(300005) 3月4日探路者控股集团股份有限公司发布关于回购公司股份实施进展公告**
 截至2019年2月28日,公司累计通过股票回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份539.2万股,总金额为人民币2096.1万元(不含手续费),本次回购占公司总股本的比例为0.60%,最高成交价为4.65元/股,最低成交价为3.27元/股。
- **【南极电商】(002127) 3月4日南极电商股份有限公司发布关于股份回购进展的公告**
 截至2019年2月28日,公司通过股票回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份,已回购公司股份数量930.4万股,占公司总股本的0.38%,购买的最高成交价为7.76元/股,购买的最低成交价为6.90元/股,支付总金额为6954.7万元(不含交易费用)。
- **【比音勒芬】(002832) 3月4日比音勒芬服饰股份有限公司发布关于回购公司股份的进展公告**
 截至2019年2月28日,公司通过回购股份专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份139.3万股,占公司总股本的0.77%,最高成交价为38.53元/股,最低成交价为30.30元/股,成交总金额为4655.7万元(不含交易费用)。
- **【拉芳家化】(603630) 3月4日拉芳家化股份有限公司发布关于回购公司股份的进展公告**
 截止2019年2月28日,公司通过集中竞价方式累计已回购公司股份数量为193.1万股,占公司目前总股本的比例为0.85%,成交最高价为14.99元/股,成交最低价为13.32元/股,支付总金额为2770.7万元。
- **【华孚时尚】(002042) 3月4日华孚时尚股份有限公司发布关于回购公司股份的进展公告**
 截止2019年2月28日,公司通过集中竞价方式累计已回购公司股份数量为5297.5万股,占公司目前总股本的比例为3.48%,成交最高价为6.01元/股,成交最低价为5.19元/股,支付总金额为3.0亿元。
- **【富安娜】(002327) 3月4日深圳市富安娜家居用品股份有限公司发布回购公司股份的进展公告**
 截止2019年2月28日,公司通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式实施回购股份,回购股份数量95.1万股,占公司总股本的0.11%,最高成交价为8.35元/股,最低成交价为8.12元/股,成交总金额为784.6万元(不含交易费用)。
- **【星期六】(002291) 3月5日星期六股份有限公司发布关于收购杭州遥望网络股份有限公司的进展公告**
 截至本公告日,星期六已与74位遥望网络股东签订了《股份转让协议》,并完成了57位股东所持股份过户至星期六的工商变更登记,共计345.5万股,占其总股本的6.54%,对应股权转让款合计1.3亿元。
- **【森马服饰】(002563) 3月6日浙江森马服饰股份有限公司发布关于持股5%以上股东减持股份的进展公告**
 截至本公告日,周平凡先生通过集中竞价、大宗交易方式共减持其所持有的公司股份2821.3万股,占公司总股本1.08%。
- **【天创时尚】(603608) 3月8日天创时尚股份有限公司发布关于首次公开发行部分限售股上市流通公告**

公司部分限售股上市流通，本次上市流通的限售股为公司首次公开发行限售股，数量为 1.8 亿股，占公司股本总数的 40.74%，本次解除限售股份上市流通日为 2019 年 3 月 14 日（星期四）。

- **【天创时尚】(603608) 3 月 8 日天创时尚股份有限公司发布关于股份回购实施结果暨股份变动公告**
2019 年 3 月 6 日，公司累计已实际回购公司股份 923 万股，占公司总股本的 2.14%，回购最高价格 11.30 元/股，回购最低价格 10.40 元/股，回购均价 10.84 元/股，使用资金总额 1 亿元（不含印花税、佣金等交易费）。符合本次回购资金总额不低于人民币 1 亿元（含），不超过人民币 2 亿元（含）的要求。至此，公司本次回购股份计划已全部实施完毕。

行业重点新闻

- **欧莱雅中国获 14 年来最高增速，销售增长达 33%**
品观网 2 月 25 日讯，在“2018-2019 欧莱雅中国发展战略年度沟通会”上，欧莱雅中国 CEO 斯铂涵宣布，欧莱雅中国获得 14 年来最高增速，销售增长达到 33%。斯铂涵透露，2018 年，巴黎欧莱雅、兰蔻、美宝莲纽约、圣罗兰美妆、阿玛尼美妆、科颜氏 6 大品牌进入销售额 10 亿俱乐部。中国则已经成为兰蔻、赫莲娜、欧莱雅男士三个品牌的集团全球第一大市场。
- **强宝洁联手 HSI：2023 年在全球主要市场杜绝美妆产品动物测试现象**
品观网 2 月 25 日讯，近日，宝洁公司联手动物保护组织 Human Society International (HSI) 支持反对动物测试的倡议活动 #BeCrueltyFree，旨在到 2023 年在全球主要美妆市场杜绝美妆产品动物测试的现象。
- **安踏创造有史以来最佳业绩 两大主力品牌功不可没**
联商网 2 月 26 日讯，根据公告，2018 年安踏体育实现收益 241 亿元，同比增长 44.4%，股东应占溢利为 41.03 亿元，同比增长 32.9%，各项经营指标健康，创造了安踏集团有史以来的最佳业绩，而且已连续 5 年保持双位数增长。
- **天猫国际计划将进口商品数扩容至百万**
亿邦动力网 2 月 26 日讯，天猫国际发布进口商品扩容计划：2019 年将跨境商品数扩充至 100 万以上。届时，天猫国际将成为国内首个进口商品数超百万的跨境电商平台。
- **江南布衣发布最新半年报 粉丝经济推动销售增长**
联商网 2 月 27 日讯，江南布衣有限公司发布中期业绩报告。截止 2018 年 12 月 31 日，江南布衣实现总收入为 20.27 亿元，同比增长 22.6%；纯利为 3.81 亿元，较 2018 上半财年的 3.12 亿元增加 22.1%；毛利则同比上涨 20.2% 为 12.44 亿元。
- **因业务发展变化 拉夏贝尔近 12 亿可转债募资计划告吹**
联商网 2 月 27 日讯，2 月 26 日晚间，拉夏贝尔披露公告称，公司终止公开发行 A 股可转换公司债券，这也意味着拉夏贝尔拟通过此次发行可转债募资 11.7 亿元的事项折戟。
- **羽绒服行业市场分析：2019 市场竞争依旧激烈**
亿邦动力网 2 月 28 日讯，据中国服装协会数据统计，截止至 2017 年中国羽绒服市场规模已达 963.5 亿元，同比增长 12.4%。初步测算 2018 年中国羽绒服市场规模将突破千亿元，增速维持在 10% 以上。预测 2019 年中国羽绒服市场规模将接近 1200 亿元，同比增长 10.7%。并预测到了 2022 年中国羽绒服市场规模将超 1600 亿元。
- **京东 2018 年 GMV 近 1.7 万亿 连续 12 个季度盈利**
联商网 2 月 28 日讯，京东集团 (NASDAQ: JD) 发布了 2018 年第四季度和全年业绩。由于业绩超出分析师预期，京东盘前大涨 8%。京东 2018 年全年 GMV 近 1.7 万亿元人民币；2018 年全年净收入为 4620 亿元人民

币。2018 年第四季度净收入为 1348 亿元人民币，实现连续 12 个季度盈利和连续 5 个季度单季收入破千亿元人民币。

■ **Tom Ford 首次登陆线上，即将入驻天猫旗舰店**

品观网 3 月 1 日讯，Tom Ford 将在 3 月初入驻天猫旗舰店，这是其在中国首次登陆线上。Tom Ford 方面透露，天猫旗舰店将覆盖其美妆品类，包括口红、香水、粉底及限量套装等，以及品牌的大量明星产品。同时，Tom Ford 还将联合天猫独家首发“男朋友女朋友系列”迷你礼盒及新品唇膏。

■ **资生堂要在中国建创新投资室，2020 年研发投入占比将提升至 3%**

品观网 3 月 4 日讯，在 2 月 28 日举行的第 119 届年度股东大会上，资生堂宣布要加大研发投入的力度，到 2020 年研发投入占比将提升至 3%，未来进一步提升至 4%，研发人员的数量将在 2020 年增至 1500 人。同时，资生堂中国 2019 年要在上海筹备建立一个“中国事业创新投资室”，这是集团继日本、美国之后的全球第三个创新投资室。

■ **2018 年天猫美妆消费者破 3 亿，销售同比增速超过 60%**

品观网 3 月 4 日讯，天猫发布颜值经济报告称，2018 年天猫美妆消费者已突破 3 亿，其中有超过 5000 万的 95 后消费者在天猫上买化妆品；天猫美妆的消费者有 67.7% 是女性，其中 90 后是主力，占总人数的 50.8%。报告显示，口红仍然是美妆领域最畅销的第一单品，消费者平均每年每人在天猫购买 3.3 支口红。天猫数据还显示，2018 年天猫美妆的销售同比增速超过 60%。

■ **拼多多 2018 扶贫助农年报：年销 653 亿农货 同比增长 233%**

联商网 3 月 5 日讯，拼多多发布扶贫助农年报，报告显示，2018 年度，拼多多平台农产品及农副产品订单总额达 653 亿元，较 2017 年的 196 亿元同比增长 233%。上述数据表明，拼多多已经成为中国最大的农产品上行平台之一。

■ **京东在谷歌销售商品 双方合作目前处于测试阶段**

联商网 3 月 5 日讯，京东与谷歌的合作开始落地，京东开始通过谷歌的电子商务平台在美国市场销售一些商品，目前主要销售京东自有品牌 Joybuy 下的键盘、耳机和厨房电器等 500 种商品，通过 Google Express 投放，未来还可能添加更多产品。

■ **宝尊电商第四季度净利 2740 万美元**

亿邦动力网 3 月 6 日讯，宝尊电商周三发布了该公司截至 2018 年 12 月 31 日的第四季度及全年未经审计财报。财报显示，宝尊电商第四季度总营收为人民币 22.02 亿元，同比增长 40.7%；归属宝尊电商普通股股东的净利润为人民币 1.88 亿元，同比增长 27.8%。

■ **因成交量低，宝洁宣布从巴黎泛欧交易所退市**

品观网 3 月 7 日讯，韩国贸易协会 12 月 18 日消息，今年 1-10 月韩国化妆品对中出口同比增长 46.5%。其中，韩国高档化妆品是拉动对华出口的主力。2016 年以后受萨德影响，韩国化妆品对华出口一直不振。去年受萨德余波影响，韩国化妆品对华出口仅增长 19.7%。

■ **如涵控股递交赴美 IPO 招股书 Q4 营收近 4 亿**

联商网 3 月 7 日讯，近日，网红电商公司如涵控股日前向美国 SEC 递交了 IPO 招股书，计划在纳斯达克上市，股票代码为“RUHN”。招股书显示，从 2018 年 4 月 1 日到 12 月 31 日，如涵控股 9 个月的营收为 8.56 亿元，上年同期为 7.51 亿元；第四季度营收为 3.85 亿元，环比增长 62%。

■ **雀巢将出售旗下皮肤健康业务，多家知名私募基金竞购**

品观网 3 月 8 日讯，瑞士雀巢公司 Nestle SA 计划出售的旗下皮肤健康部门 Nestlé Skin Health S.A 吸引了多家私募股权公司的报价。新一轮竞标结果将于近日公布。

公司投资评级的说明：

买入：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 15%以上；
增持：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 5%—15%；
中性：预期未来 6—12 个月内变动幅度在 -5%—5%；
减持：预期未来 6—12 个月内下跌幅度在 5%以上。

行业投资评级的说明：

买入：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；
增持：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%—15%；
中性：预期未来 3—6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%—5%；
减持：预期未来 3—6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

特别声明:

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，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，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。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员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。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级（含 C3 级）的投资者使用；非国金证券 C3 级以上（含 C3 级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

上海

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号

紫竹国际大厦 7 楼

北京

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街 3 号 4 层

深圳

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳福田区深南大道 4001 号

时代金融中心 7GH