

# 纺织服装

# 行业周报

## 瑞表5月出口中国大陆增速超80%，国内高端消费或有较强韧性

### 投资要点

◆ **板块公司行情**：上周，SW 纺织服装板块上涨 3.46%，沪深 300 上涨 4.9%。目前 SW 纺织服装 PE 为 18.58 倍，略低于近 1 年均值。本周涨幅前 3 的纺织服装公司分别为：旺能环境 (+21.27%)、兴业科技 (+13.93%)、乔治白 (+12.28%)，跌幅前 3 分别为：搜于特 (-7.72%)、\*ST 中绒 (-2.6%)、黑牡丹 (-0.47%)。

◆ **行业重要新闻**：1. 5 月中国棉纺织行业景气下行，预计 6 月景气度依然不高；2. 5 月份纺织市场走弱企业产销下降；3. 棉纺织市场开工率普遍下降；4. 618 电商平台最终战报：京东总下单金额 2015 亿；5. 618 电商服装品牌销量较高。

◆ **海外公司跟踪**：1. 瑞表 5 月出口中国狂飙八成；2. H&M 集团二季度销售增长 6% 胜预期，市场忧虑盈利前景；3. 美国零售商再发公开信，警告 200 万人将失业。

◆ **公司重要公告**：【报喜鸟】披露投资者关系活动记录表；【森马服饰】披露投资者关系活动记录表；【朗姿股份】募投项目进度调整；【探路者】披露投资者关系活动记录表；【开润股份】披露投资者关系活动记录表；【拉夏贝尔】转让基金份额；【维格娜丝】变更证券简称；【嘉兴丝绸】披露回购方案。

◆ **重点新闻简评**：618 各电商平台取得较快增速：今年 618，京东累计下单金额 2015 亿元，同比增长 27%，天猫聚划算成交金额同比增加 70%，拼多多 GMV 同比增长超 300%。电商渠道向低线城市持续渗透贡献用户增量，各大电商平台加大促销力度吸引消费，电商继续保持较快增速，建议关注电商相关标的南极电商。

瑞表 5 月出口大幅反弹：瑞表 5 月出口增长 11.4%，其中腕表出口增长 8.6%，腕表出口均价增长近 20%，低端表出口受智能手表等竞争品类影响，高端表出口表现持续较好。其中 5 月瑞表出口中国大陆增长 81%，4、5 月合计出口中国大陆增长 37%。2 月以来瑞表出口中国大陆基本维持双位数增长，国内高端消费或表现较好，建议关注中高端女装歌力思、安正时尚。

◆ **投资建议**：假日时点变化、食品类 CPI、减税降费共同推动 5 月社零增速回暖。5 月限额以上纺服零售增速回暖。二季度起，较低的基数以及减税降费等政策逐步推进落实，或将推动零售增速改善。我们建议关注以下几条投资主线：（1）业绩有保障的童装龙头森马服饰，印染龙头航民股份；（2）中长期业绩有望修复的中高端家纺龙头，罗莱生活；（3）有望受益于高端消费复苏的中高端女装企业，歌力思、安正时尚；（4）受益于电商的供应链平台企业，南极电商。

◆ **风险提示**：1. 部分行业终端销售不达预期；2. 上市公司业绩下滑风险；3. 并购资产业绩不达预期的风险；4. 促销政策推进落实或不达预期；5. 中美贸易关系存在不确定性。

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
603808	歌力思 买入-A
603839	安正时尚 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	-5.46	-10.36	-18.13
绝对收益	1.52	-10.36	-11.90

### 分析师

王冯  
 SAC 执业证书编号：S0910516120001  
 wangfeng@hua.jinsec.cn  
 021-20377089

### 报告联系人

吴雨舟  
 wuyuzhou@hua.jinsec.cn  
 021-20377061

### 相关报告

纺织服装：5 月社零增速回升，限额以上纺服增长 4.1% 2019-06-16

纺织服装：5 月柯桥纺织景气指数环比上升 1.9%，6 月景气指数或将小幅下跌 2019-06-09

纺织服装：4 月规模以上纺织企业利润同比增长 3.7%，纺织业持续平稳增长 2019-06-02

纺织服装：一季度家纺行业整体稳定，企业对二季度较为乐观 2019-05-27

纺织服装：4 月份社零增长 7.2%，剔除假日移动因素消费品市场环比平稳 2019-05-19

## 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. 5月中国棉纺织行业景气下行，预计6月景气度依然不高.....	6
2. 5月份纺织市场走弱企业产销下降 .....	8
3. 棉纺织市场开工率普遍下降.....	9
4. 618 电商平台最终战报：京东总下单金额 2015 亿 .....	9
5. 618 电商服装品牌销量较高，或带动织造行情 .....	12
三、海外公司跟踪.....	13
1. 瑞表5月出口中国狂飙八成.....	13
2. H&M 集团二季度销售增长6%胜预期，市场忧虑盈利前景.....	14
3. 美国零售商再发公开信，警告200万人将失业.....	15
四、公司重要公告.....	16
五、风险提示 .....	18

## 图表目录

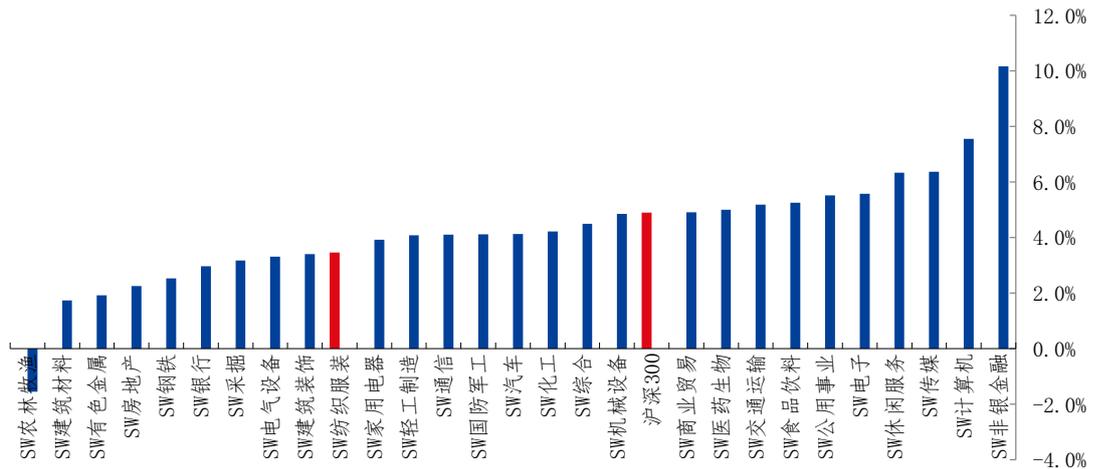
图 1：上周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较 .....	3
图 2：近 1 年纺织服装及子板块 PE 走势 .....	3
表 1：纺织服装及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比 .....	4
表 2：本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司 .....	4
表 3：本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司 .....	4
表 4：纺织服装重点公司股价与估值 .....	4
表 5：纺织服装未来一年内解禁情况 .....	5

## 一、上周行情

### 1. 板块行情

上周，SW 纺织服装板块上涨 3.46%，沪深 300 上涨 4.9%，纺织服装板块落后大盘 1.44 个百分点。其中 SW 纺织制造板块上涨 3.3%，SW 服装家纺上涨 3.56%。

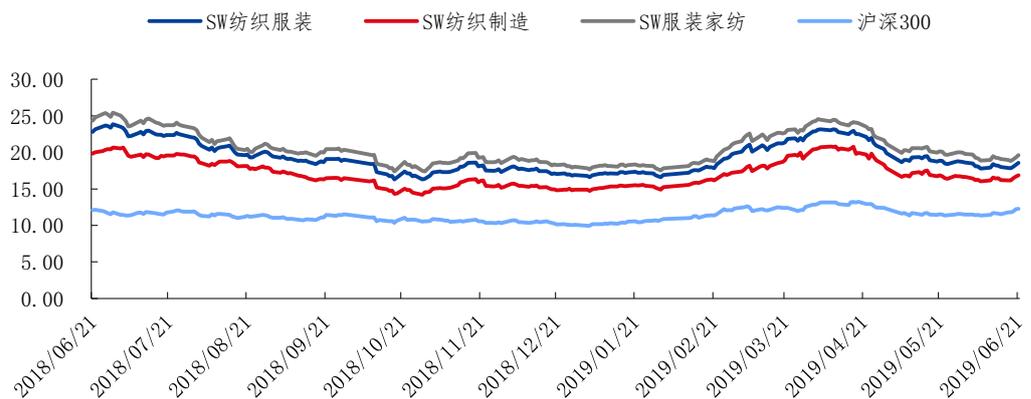
图 1：上周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



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 18.58 倍，SW 纺织制造的 PE 为 16.86 倍，SW 服装家纺的 PE 为 19.63 倍，沪深 300 的 PE 为 12.26 倍。SW 纺织服装的 PE 略低于近 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
2019/6/21	18.58	16.86	19.63	12.26
均值	19.34	17.12	20.55	11.34
溢价	-0.76	-0.26	-0.91	0.92

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)
002034.SZ	旺能环境	21.27	18.30
002674.SZ	兴业科技	13.93	14.56
002687.SZ	乔治白	12.28	6.49
002875.SZ	安奈儿	12.09	20.21
600156.SH	华升股份	11.32	5.31

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)
002503.SZ	搜于特	-7.72	2.99
000982.SZ	*ST 中绒	-2.60	1.87
600510.SH	黑牡丹	-0.47	6.32
600220.SH	江苏阳光	-0.40	2.51
600448.SH	华纺股份	-0.17	6.04

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			
			2018A	2019E	2020E	2018A	2019E	2020E	
000726.SZ	鲁泰 A	9.78	92	0.95	1.05	1.15	10	9	9
002042.SZ	华孚时尚	7.32	111	0.49	0.55	0.61	15	13	12
601339.SH	百隆东方	4.69	70	0.29	0.38	0.45	16	12	10
600803.SH	新奥股份	10.54	130	1.07	1.27	1.37	10	8	8
002087.SZ	新野纺织	4.03	33	0.47	0.57	0.67	9	7	6
603558.SH	健盛集团	9.03	38	0.50	0.64	0.78	18	14	12
300658.SZ	延江股份	13.92	21	0.32	/	/	43	/	/
002293.SZ	罗莱生活	9.81	81	0.64	0.72	0.82	15	14	12
002327.SZ	富安娜	7.51	66	0.62	0.71	0.80	12	11	9
002397.SZ	梦洁股份	5.31	41	0.11	0.24	0.31	49	22	17
603365.SH	水星家纺	18.94	51	1.07	1.21	1.38	18	16	14
002761.SZ	多喜爱	10.86	38	0.08	/	/	136	/	/
002503.SZ	搜于特	2.99	92	0.12	0.16	0.18	25	19	17
002563.SZ	森马服饰	10.59	286	0.63	0.71	0.82	17	15	13

603877.SH	太平鸟	15.76	76	1.19	1.43	1.67	13	11	9
002832.SZ	比音勒芬	46.81	85	1.61	2.26	2.93	29	21	16
002612.SZ	朗姿股份	9.15	37	0.53	0.59	0.67	17	16	14
603808.SH	歌力思	14.62	49	1.10	1.32	1.60	13	11	9
603196.SH	日播时尚	9.13	22	0.16	0.21	0.28	57	44	33
603518.SH	维格娜丝	9.57	24	1.08	1.24	1.46	9	8	7
603839.SH	安正时尚	11.89	48	0.70	0.93	1.07	17	13	11
600398.SH	海澜之家	8.98	397	0.78	0.83	0.89	11	11	10
002029.SZ	七匹狼	6.65	50	0.46	0.51	0.56	15	13	12
601566.SH	九牧王	12.24	70	0.93	1.00	1.05	13	12	12
002762.SZ	金发拉比	5.84	21	0.11	0.19	0.22	52	30	26
002875.SZ	安奈儿	20.21	27	0.63	0.77	0.94	32	26	22
002763.SZ	汇洁股份	8.76	36	0.40	0.68	0.73	22	13	12
300005.SZ	探路者	4.00	36	-0.20	0.14	0.18	-20	29	23
603555.SH	贵人鸟	5.40	34	-1.09	/	/	-5	/	/
600987.SH	航民股份	6.69	72	0.61	0.70	0.79	11	10	8
603001.SH	奥康国际	10.17	41	0.34	0.41	0.47	30	25	22
002291.SZ	星期六	4.99	33	0.01	/	/	368	/	/
002127.SZ	南极电商	10.41	256	0.36	0.50	0.66	29	21	16
002640.SZ	跨境通	8.89	139	0.40	0.66	0.88	22	13	10
002687.SZ	乔治白	6.49	23	0.32	/	/	20	/	/

资料来源: Wind 一致预期, 最新日期 2019/06/21, 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(%)
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%	64.67%
002656.SZ	摩登大道	2019/8/2	14,387.49	20.19%	22.61%
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%
300577.SZ	开润股份	2019/12/23	15,225.56	69.97%	70.34%
002832.SZ	比音勒芬	2019/12/23	9,520.00	52.50%	54.65%
603608.SH	天创时尚	2019/12/26	701.34	1.63%	2.17%
300591.SZ	万里马	2020/1/9	19,760.00	63.33%	63.33%
603877.SH	太平鸟	2020/1/9	27,623.40	57.46%	57.94%
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%

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(%)
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%
002291.SZ	星期六	2020/4/27	13,708.13	20.81%	25.57%
002875.SZ	安奈儿	2020/6/1	9,112.35	69.11%	69.82%
603196.SH	日播时尚	2020/6/1	17,460.00	72.75%	72.75%
300658.SZ	延江股份	2020/6/2	10,800.00	72.00%	72.00%
002293.SZ	罗莱生活	2020/6/8	101.97	0.12%	0.13%

资料来源: Wind, 最新日期 2019/06/21, 华金证券研究所

## 二、行业重要新闻

### 1.5月中国棉纺织行业景气下行,预计6月景气度依然不高

[中国棉花协会 2019-06-21]

2019年5月中国棉纺织景气指数46.82,与4月相比下降0.81。5月,储备棉轮出正式开始,由于前期市场等待抛储,部分纺中低支纱企业原料库存处于低位,因此储备棉轮出首周成交率高企。5月8日,中美贸易摩擦再度升级,市场观望情绪从终端不断向上游传导,产业链各环节企业均不敢下单,导致市场供大于求,原料、产品价格不断下跌,企业库存增加,市场活力下降,企业家经营信心受到冲击,行业景气度下滑。6月,下游市场并无明显改善,美国拟对3000亿美元中国输美产品征加关税听证会以及G20峰会中美双方领导谈判结果成为行业关注的焦点。因此,在没有相关利好消息公布前,预计行业景气度依然不高。

#### 原料采购价格指数

5月原料采购价格指数47.3,与4月相比下降2.72。5月初,国内外棉花价格弱势平稳,5月8日,美国单方面宣布,拟于5月10日将对2000亿美元中国输美商品加征的关税从10%上调至25%,引起市场波动,国内外棉花期货多次跌停,现货价格随之下跌。5月,CotlookA指数平均值80.14美分/磅,环比下降7.21美分/磅;国内3128B级棉花现货均价为14770元/吨,环比下降685元/吨。由于下游市场持续低迷,化纤短纤价格一直维持小幅下跌态势,中美贸易摩擦的再度升级引起市场担忧情绪升温,价格跌幅加深。5月,主流粘胶纤维均价为11950元/吨,环比下降592元/吨;1.4D直纺涤纶短纤均价为8112元/吨,环比下降701元/吨。6月,原料价格继续维持下跌,虽然近期涤纶短纤价格有回升趋势,但仍不能改变市场大环境,预计6月原料采购价格指数继续下降。

#### 原料库存指数

5月原料库存指数47.34,与4月相比下降1.09。跟踪企业数据显示,5月,企业原料库存环比下降5.19%。其中,原棉库存环比下降4.68%,进口棉库存环比下降0.23%,非棉纤维库存环比下降6.80%。主要原因:一、原料价格不断下跌,企业静观其变,不敢下单;二、下游订单不断减少,企业生产放缓,原料消耗下降;三、企业销售乏力,产品库存积累,流动资金减少,

为规避后期贬值影响，不断下调库存。6月，企业原料采购继续放缓，储备棉成交率较5月下降，截止6月21日，储备棉平均成交率83.62%。

### 生产指数

5月生产指数46.4，与4月相比下降1.41。根据中棉行协调研了解，5月纺织企业设备开台率均有不同程度的下降，在南方个别地区，牛仔布生产企业的浆染生产线开台率不足，出现了旺季的“清冷”现象，某针织工业园5月工业用电量和蒸汽使用量较去年同期均有所下降，河南、江西、湖北、四川、新疆等省地部分纺织企业出现限产现象。跟踪企业数据显示，5月纱产量环比下降3.36%，布产量环比下降0.07%。其中，纯棉纱和纯棉布产量下降较为明显。走访企业表示，由于订单缩减，加上正值麦收季节，因此企业选择延长端午假期，也有企业通过增加排班让工人轮休工作。因此，预计6月生产指数大概率维持下降。

### 产品销售指数

5月产品销售指数45.58，与4月相比下降0.65。中美贸易摩擦加剧了下游市场的悲观情绪，产业链各环节均持观望态度，不敢下单。国外市场也受到波及，美国订单向东南亚转移，欧盟、日韩等采购商也放缓下单并趁机压价，纱布价格不断下跌。与常规产品相比，差别化产品附加值相对较高，客源较为稳定，但市场份额有限，不足以带动整个市场回暖。5月，32支纯棉普梳纱平均价格为22413元/吨，环比下降516元/吨，纯棉坯布（32\*32 130\*70 2/1 47"斜纹）平均价格为5.43元/米，环比下降0.15元/米。跟踪企业数据显示，5月纱销量环比下降2.66%，布销量环比下降13.96%。目前，纺纱企业不断下调报价，让利促销，但询单问价不多，成交不佳，需求端表现仍差强人意，预计6月产品销售指数继续走低。

### 产品库存指数

5月产品库存指数45.14，与4月相比下降1.03。由于下游市场产销不畅，导致纺织企业库存不断增加，尤其常规产品，库存基本满仓。但企业为了留住员工，以便今后转机，在没有订单的情况只好生产常规库存产品，因此，这种“恶性循环”导致纺织企业产品库存持续增加，部分工厂纱线库存已超3个月，为去年同期的2到3倍，企业库存压力与日俱增。跟踪企业数据显示，5月纱库存环比增加9.23%，布库存环比增加5.51%。其中纯棉纱库存环比增加9.06%，纯棉布库存环比增加7.23%。近期，下游市场销售仍无起色，尽管企业下调产品价格，但仍处于较难出货状态，库存压力与5月相比丝毫不减。

### 企业经营指数

5月企业经营指数46.59，与4月相比下降0.53。美国在对2000亿美元中国输美产品征加关税后，又扬言对剩下的3000亿美元产品征加关税，这将包含纺织品服装在内的所有中国产品。消息一出，企业家信心倍受打击。近几年中国出口美国纺织品占中国出口总量的15%~20%左右，如果加征关税实施，将意味着我们有20%甚至更多的市场份额丢失，这将对我国纺织产业链健康、稳定、持续的发展非常不利。因此，调研中企业呼吁，在中美贸易争端的特殊环境下，希望国家能更多关注棉纺织行业，并建议有关部门尽快出台相关举措，降低纺织企业负担，提振市场信心。

说明：中国棉纺织行业景气指数采集自全国200多家棉纺企业，通过对多个主要指标加权计算得出，当指数高于50，表示棉纺行业景气程度向好，低于50则表示景气程度欠佳。

## 2.5 月份纺织市场走弱企业产销下降

[中国纺织网 2019-06-17]

调查对象：新疆、山东、河北、河南、江苏、浙江、湖北、安徽、江西、山西、陕西、湖南等省、自治区的棉纺织企业

5 月份纺织市场走弱，原料价格较大幅度下跌，下游订单明显减少，纱厂成品库存增加，经营压力加大，停限产增加。据中国棉花预警信息系统对全国 90 家定点纺织企业调查显示，纺织企业原料库存下降，纺织品产销环比下降，纱线库存和布的库存上升。

### 一、纺织品产销环比下降

进入 5 月份，纺织品产销与上月相比出现下降。据调查，纱线产量环比下降 4.1%，同比下降 5.2%，其中：纯棉纱占比为 70.2%，较上月减少 0.9 个百分点；混纺纱和化纤纱占比为 29.2%，较上月增加 0.9 个百分点。

布产量环比下降 3.2%，同比下降 3.8%，其中：纯棉布占比，较上月下降 0.7 个百分点。纱线销售率为 70.6%，较上月减少 7.3 个百分点。

当前纺织企业纱线库存 30.6 天，较上月增加 6.8 天。坯布库存 34.1 天，较上月增加 34.1 天。

### 二、内外纱价格均下跌

本月内外棉纱价格继续下跌。据调查，国产 32 支纯棉纱 5 月均价为 22690 元/吨，较上月下降 370 元/吨，跌幅 1.6%，较去年同期下跌 666 元/吨，跌幅 2.85%；进口 32 支纯棉纱月均价为 22521 元/吨，较上月下跌 206 元/吨，跌幅 0.91%，较去年同期下跌 884 元/吨，跌幅 3.78%。本月棉纱销售缓慢，纱厂成品库存上升，对外报价大幅下调。

### 三、企业原料库存下降

本月棉花期货和现货价格均下跌，储备棉轮出价格优势较大，现货市场成交冷清，有需求的纺织企业随用随买。截止到 5 月 31 日，纺织企业在库棉花库存量为 75.16 万吨，较上月底减少 3.52 万吨，同比减少 2.05 万吨。其中：41%的企业减少棉花库存，12%增加库存，47%基本保持不变。

#### 纺织企业用棉结构较为稳定：

1. 纺织企业使用新疆棉占总用棉量的 80%，较上月增加 1.62 个百分点，同比增加 4.05 个百分点，其中：储备新疆棉占比为 10.71%，本年度新疆棉占比为 89.29%。

2. 纺织企业使用地产棉比重为 8.2%，较上个月减少 1.98 个百分点。其中：储备地产棉占比为 10.38%，本年度地产棉占比为 89.62%。

3. 纺织企业使用进口棉比重为 11.8%，较上月减少 1.4 个百分点，同比增加 0.31 个百分点。

### 3. 棉纺织市场开工率普遍下降

[中国纺织经济信息网 2019-06-18]

中国棉纺织行业协会副会长叶戩春在近期 TTEB 主办的 2019 年中国棉纺织论坛上,分享协会走访的 60 多家企业的纺纱织造企业情况: 开机率偏低, 广东某企业订单量只有往年同期的 5%; 同时某针织厂用电气量是去年同期的 30%; 河南的企业关停限产现象十分严峻。5 月纱布产量环比分别下降 2.25%和 4.0%; 销售量环比分别下降 3.93%和 2.13%, 企业无法正常运转, 职工稳定情况艰难。部分大型企业实行轮休排单, 但是迫于资金压力, 下调职工工资。

巴基斯坦棉纱冲击中低支纱市场, 大型企业也调整布局, 减少中美贸易摩擦影响。目前中国订单转移至东南亚国家, 且很难转移再次回国内。在下单过程中国际品牌商对中国厂商在海外设厂提出要求。

另外中美贸易摩擦导致市场信心快速下降。郑棉指数快速下降, 导致产业链不敢下单, 供过于求。同时也导致国外客户谨慎观望以及对国内厂商压价。企业静待政府调控信号, 希望国家转入一定数量的棉花。

### 4. 618 电商平台最终战报: 京东总下单金额 2015 亿

[亿邦动力网 2019-06-19]

6 月 19 日消息, 一年一度的 618 年中购物节落下了帷幕, 亿邦动力盘点了今年 618 期间各个电商平台最终销售数据。

#### 京东 618 累计下单金额达 2015 亿元

从 2019 年 6 月 1 日 0 点到 6 月 18 日 24 点, 京东 618 累计下单金额达 2015 亿元。其中, 京东超市共售出牛奶 3.5 亿盒, 奶粉累计销量超过 1000 万罐, 纸巾共售出 1200 万箱, 啤酒累计销量 7200 万听。

6 月 18 日前 10 分钟, 家装建材、家居日用、男装、珠宝品类成交额同比增长均超 200%。6 月 18 日前半小时, 京东美妆成交额同比增长超过 170%, 京东居家成交额同比增长超过 135%, 京东体育成交额同比增长超 120%。

在服务型消费商品方面, 6 月 1 日至 18 日, 京东国际酒店类商品成交额同比增长 7.6 倍, 京东互联网医院问诊量同比增长 36 倍, 京东汽车安装服务销量同比增长 105%。

在京东生鲜方面, 6 月 18 日全天成交额同比增长 90%, 销售生鲜产品共计 8500 吨, 同比增长 110%。其中, 18 日开场 49 分钟, 京东生鲜成交额就超过 2017 年 6 月 18 日全天, 13 点 42 分的成交额突破 2018 年 6 月 18 日全天。

在海外用品方面, 6 月 18 日前 1 小时, 海外文具销量达去年同期的 290%。从 6 月 18 日 0 点至 20 点, 国际进口品牌家具成交金额同比增长超 4 倍。

截至6月18日20点,京东全球售主站的手机通讯同比增长357%,图书成交额同比增长525%,美妆护肤成交额同比增长412%。

618期间,京东物流智能仓处理单量同比增长达99%。整个618期间,京东物流仓配一体服务订单中当日达和次日达的占比仍创新高,超过91%,非京东平台物流服务收入同比增幅超过120%。

此外,618大促期间,京东商城在线智能客服提供的24小时全天候服务,在1-18日期间累积咨询量超3200万次,18日0点-1点接待量峰值达到46.9万次,创历史新高。

### 天猫618期间超过110家品牌成交额过亿

据天猫官方数据,今年618大促,上百个国内外品牌成交超去年双11,最高增长超40倍,超过110家品牌成交过亿。

据悉,6月16日第1个小时,天猫总成交额就达到去年全天业绩。

6月16日,大家电仅用90分钟就打破去年全天成交,小家电4分钟成交超去年一小时。

天猫聚划算在618活动期间,成交同比去年增长86%,18天为品牌拉动3亿新客。其中,三至五线城市购买用户和购买金额同比增长更是双双超过了100%。同时,小镇青年也有品质购物需求,天猫618期间,聚划算来自三至五线城市的购买用户和购买金额同比增长双双超过了100%。

在天猫美妆方面,成交额同比增超70%,6月16日仅用59秒成交破亿。眼霜和精华的成交增速高达192%、134%。香水、防晒、身体护理的销售分别同比增长546%、322%、352%,精华品类用时4分56秒破亿,彩妆品类在第5分钟销售破亿。此外,大量男性消费者也加入爱美大军,6月16日第一小时天猫男士彩妆成交同比暴涨522%。

在天猫服饰方面,6月16日第1个小时,成交同比增长超266%,男装和女装分别在2分钟和7分钟就破亿。

在天猫图书方面,6月16日首小时成交同比增长超过550%,仅用3分钟,图书成交就超过了去年1小时。

618期间,天猫3C数码在三至六线城市的成交增速,比一二线城市高出40%。以苹果为例,在三至六线城市的成交同比增速达到170%,比一二线城市高出近1倍。

天猫奢品平台Luxury Pavilion参与今年618的品牌数翻番,奢侈品整体成交额和成交人数增长均超过130%。天猫整体奢侈品消费中,三至六线城市的成交增速还略高于一二线城市。

### 苏宁618全渠道订单量同比增长133%

据苏宁易购发布618全程战报显示,从6月1日到18日晚6点,全渠道订单量同比增长133%,其中,家电订单量同比增长83%,大快消订单量同比增长245%。

618期间,登录苏宁金融APP的用户同比增长172%,83%任性付会员享受到免息。618当天,37.4万用户享受到苏宁金融联合多家银行发布的金融补贴。

6月18日当天，开售1小时，彩电销量同比增长176%，厨卫电器销量同比大涨183%，冰箱洗衣机销量同比激增189.7%。

此外，苏宁零售云销售额同比增长222%、销售量同比增长566%，共计3156家门店参战618。

从6月1日至6月18日，苏宁百货销售同比增长254%，买家同比增长316%。其中黄金珠宝品牌占据销售榜首位，入夏必备的内裤、内衣、袜子、背心畅销50万+件，反季节羽绒产品74%都被北方人囤走。

同时，618期间，苏宁帮客家电清洗服务完成量同比增长297%。

截止至6月18日18时，苏宁物流配送包裹量同比增长107%，其中，准时达包裹妥投率达到99.7%。

苏宁小店在618期间销售良好，苏小团GMV环比涨幅超过1300%，团长人数4.8万人，覆盖72个城市。小Biu净水器、海尔冰箱、福临门葵花籽油、伊利安慕希希腊口味酸奶和清风150抽二层抽纸是苏小团最畅销商品。618期间，苏小团消费者从下单到收货平均等待时间为31分钟。

### **拼多多618总订单数突破10.8亿笔**

截至6月18日19:40，拼多多平台在618期间订单数突破10.8亿笔，19日0点前订单数已超11亿笔，GMV同比增长超过300%。其中，3C产品在下沉市场订单量同比增速首次超过一二线城市，水果生鲜、食品等农（副）产品订单中，约七成来自一二线。

618期间，拼多多有近7成订单来自三线及以下城市。在“拼模式”下，奇瑞汽车、美的空调、电动剃须刀、电动牙刷与正品国行苹果系列都大受三四线消费者欢迎。

据了解，今年拼多多618期间，拼多多对消费者提供“百亿补贴”。首先，用户可以通过首页活动位进入活动，提示拼单金额满200即可获得20元现金券。同时，用户每天可以完成一个任务，也就是每天拼单满200即可，用户每次消费都可以获得现金券。

据悉，随着“百亿现金补贴”的力度和覆盖面持续加大，80、90后群体成为主力，该群体消费额占拼多多平台总额接近80%。

### **网易考拉618购买力最强的城市是杭州**

今年618“环球年中购物节”，网易考拉仅用101分钟，销售额便突破去年618首日全天销售额。

同时，网易考拉开跑一小时数据显示，美妆、母婴类目依旧强势领跑，婴幼儿奶粉、纸尿裤、乳液面霜、面部精华和爽肤水成最受跨境海淘用户欢迎的五大类型商品，同比去年保持了超三位数的增速。

在城市消费方面，杭州此次领先北京、上海、广州、深圳等，成为购买力最强城市。

此外，无线吸尘器、家用射频美容仪、电动牙刷等品质小家电为今年618网易考拉工厂店最受欢迎消费品类。

### 京东到家 618 销售额比去年多一倍

即时零售平台京东到家今日宣布,今年 618 大促期间,平台销售额较去年同期实现翻倍增长。数据显示,宠物用品销售额达到了去年同期的 2.5 倍,居家日用达 4 倍,母婴商品成为增速最高的品类,达到了同期 5 倍。

同时,今年 618,京东到家已覆盖全国 91 个城市,其中三线城市占比过半。平台超过半数低线城市销售额达到了翻倍以上的增长。福清、太仓等上线时间较长的中小城市销售额同比增速超过 200%,湛江、株洲、茂名等近期上线的低线城市,环比增长超过 100%。

此外,零售商家与品牌商家也获得了增长,沃尔玛销售额达去年同期 2.5 倍,永辉销售额达 2 倍,大参林药房 8 倍,名创优品 8 倍,华润万家 8.9 倍,山姆会员店近 10 倍。

### 菜鸟刷新天猫 618 物流时速 全国 354 城当日达最快

菜鸟发布的数据显示,天猫 618 期间,全国共有 354 个城市享受到大促当日达极致体验,其中包括云南西双版纳、新疆阿克苏、西藏日喀则等数十个西部城市,进口当日达亦成常态。

同时,618 期间,全国发货量最大的前十城中,广东和浙江占据六席,广州、金华、深圳位列前三甲。收货量最大的十大城市中,北上广深杭稳居前五,重庆、成都、苏州、东莞、武汉跻身前十。

此外,天猫 618 期间,全国包裹量最大的十大高校菜鸟驿站分别是:江西师范大学、江南大学、华中农业大学、浙江大学、福建农林大学、中国矿业大学、湖南科技大学、湘潭大学、上海交通大学、杭州师范大学,其中长三角高校占一半。最爱买买买的社区也集中在苏、杭、川、渝等地。

【简评:618 各电商平台取得较快增速:今年 618,京东累计下单金额 2015 亿元,同比增长 27%,天猫聚划算成交金额同比增加 70%,拼多多 GMV 同比增长超 300%。电商渠道向低线城市持续渗透贡献用户增量,各大电商平台加大促销力度吸引消费,电商继续保持较快增速,建议关注电商相关标的南极电商。】

## 5. 618 电商服装品牌销量较高,或带动织造行情

[中国纺织经济信息网 2019-06-21]

织造企业虽然表现不如意,但是市场还是有阶段性的利好消息释放,比如这次天猫 618 活动上,电商服装品牌迎来大反转,也会刺激面料市场的需求!6 月 16 日当天,服饰仅 1 小时成交同比增长超过 266%!让人惊叹!运动户外服饰 1 分钟就破亿;男女装紧随其后,分别在 2 分钟和 7 分钟破亿;天猫塑身衣品类的增长翻了整整 20 倍;防晒袖套 24 分钟就售出 50 万件,比去年增长了 11 倍;遮阳帽仅用 39 分钟就售出超过 100 万件。

现在,潮牌和设计师品牌成为年轻人追逐的新热点,名模吕燕的个人品牌 COMME MOI 只用 1 分钟就完成去年 6 月 18 日的全天业绩,即使像汉服这样的小众特色商品,也在 6 月 16 日同比大涨 320%!

可见，服装还是刚需，电商市场的内需动力还是很强。按照往年的经验，“618 活动”、“双十一活动”都能带动一小波行情向好发展，部分面料走货相对通畅，纺织企业接单量会有所增加。因此此次 618 活动服装品牌较高，或许也能带动织造市场的行情。

据了解，现在市场上防寒服面料、功能性面料、户外面料等表现好于其它常规品种，接下来这些面料下单量或将有所增加。可见，终端服装还是有需求的，没有传言的那么差，织造企业们也不用被悲观情绪影响。

虽然目前江浙地区织造库存较高，但是现在中美贸易缓和趋势明显，对外出口或许会有所缓解，5、6 月份压制的订单或将有所下达，进一步缓解库存压力。

上游聚酯市场表现火热，涤纶长丝价格有所上升，织造企业原料采购动力也会有所加强，加上服装企业的需求还是旺盛的，纺织市场或将迎来短暂的喘息机会。

### 三、海外公司跟踪

#### 1. 瑞表 5 月出口中国狂飙八成

[无时尚中文网 2019-06-20]

瑞表 5 月出口大幅反弹，创去年 6 月以来最大增幅，亦录得 12 个月来首次双位数增幅。

受益同比增加的一个工作日及闹钟和小型钟出口，6 月瑞表出口增幅 11.4%至 20.377 亿瑞士法郎，其中腕表出口增幅 8.6%至 18.793 亿瑞士法郎，但出口量继续大幅下滑，同比跌幅 9.3%至 1,838,203 块。

与以往趋势相比，5 月瑞表出现巨大的反差，受益人民币走弱，第一大市场香港市场和第三大市场中国内地表现冰火两重天，内地市场暴增 81.0%至 2.245 亿瑞士法郎，罕见在月度排位中超越美国市场，成为 5 月份瑞表出口第二大市场。尽管出口香港市场下滑 7.0%至 2.720 亿瑞士法郎，但这一数据令内地市场在短期内仍难以企及。

瑞表 5 月出口美国市场亦达到 10.4%的增幅，出口额 2.077 亿瑞士法郎。

出口日本和新加坡的瑞表 5 月表现亦出现井喷，分别录得 39.8%和 29.4%的增幅，出口阿联酋市场增幅更达到 44.6%。此前因担心脱欧疯狂补货的英国市场在 5 月则下跌 3.7%，是前十大市场中除香港外，另一下跌市场，即使英国在 10 月底脱欧，预计当地零售商亦不会有年初的疯狂补货情况，反而可能需要慢慢消化库存。

瑞士钟表联合会会在业绩声明中对瑞表出口香港连续第二个月下跌表示担心，认为该市场延续年初来的弱势表现。香港统计处月初公布的数据显示，4 月份，零售业进一步恶化，销货值跌幅加剧至 4.5%报 377.31 亿港元，其中珠宝首饰、钟表及名贵礼品销售暴跌 11.4%，是 2016 年 12 月以来最差表现，至此，该类别销售连同零售业一起连跌三个月，更糟糕的是过去六个月，其中有五个月表现负面，仅有 1 月份借助假日效应录得 4.1%的增长。

唯一不变的趋势是，低价表受智能表，尤其是 Apple Inc. (NASDAQ:APPL) 苹果公司 Apple Watch 冲击,持续低迷。5月份,200 瑞士法郎以下瑞表出口量锐减 16.1%,出口额同样大跌 11.7%，相反 3,000 瑞士法郎以上瑞表出口额大涨 11.9%，出口值更是飙升 12.9%。

中端表 5 月表现平淡，500 - 3,000 瑞士法郎和 200 - 500 瑞士法郎瑞士腕表 5 月出口量分别下滑 2.6%和微增 0.9%，出口额则分别上涨 1.4%和 2.5%。

由于低端表持续恶化，Bernstein 伯恩斯坦奢侈品行业分析师 Luca Solca 在 4 月底的报告中揭穿，全球最大腕表制造商 Swatch Group AG (UHR.VX) 斯沃琪集团旗下同名品牌 Swatch 现在可能已经是一个赔钱货，最多也只能达到盈亏平衡。该瑞表巨头为提振低端表业绩，已经准备为旗下同名品牌推出了免下车的快餐店配套，集团首席执行官上月中表示，Nick Hayek 尼克·哈耶克称，首店位于比尔总部附近。

【简评：瑞表 5 月出口大幅反弹：瑞表 5 月出口增长 11.4%，其中腕表出口增长 8.6%，腕表出口均价增长近 20%，低端表出口受智能手表等竞争品类影响，高端表出口表现持续较好。其中 5 月瑞表出口中国大陆增长 81%，4、5 月合计出口中国大陆增长 37%。2 月以来瑞表出口中国大陆基本维持双位数增长，国内高端消费或有较强韧性，建议关注中高端女装歌力思、安正时尚。】

## 2. H&M 集团二季度销售增长 6%胜预期，市场忧虑盈利前景

[无时尚中文网 2019-06-17]

Hennes & Mauritz AB (Hmb.ST) 海恩斯莫里斯集团（下称“H&M 集团”）今天披露的二季度销售优于市场预期，但数据显示最近两个月表现有所放缓。该全球第二大服装零售商的股价在周一盘中下挫最多 4.7%至 146.76 瑞典克朗。

在 3-5 月的二季度，H&M 集团实现净销售 574.74 亿瑞典克朗，较去年同期的 519.84 亿瑞典克朗增加 10.6%，按当地汇率计算增幅为 6%，连续四个季度取得增长。

但鉴于该集团发布一季度财报时称 3 月净销售按当地汇率计算有 7%的增长，Kepler Cheuvreux 分析师 Fredrik Ivarsson 估计 4、5 月增长放缓至 5.5%，且截至 5 月底库存按年上涨 4%，差过 Fredrik Ivarsson 预期的零增长。

上周，H&M 集团主要竞争对手 Inditex SA (ITX.MC) 印地纺集团称 2-4 月的一季度净销售按当地汇率计算同比增长 5%。拥有 Zara、Pull&Bear、Oysho 等品牌的该全球最大服装零售商解释，下半季销售受到部分市场的负面天气条件影响，但强调从 5 月开始表现已经显著改善，销售增长提速至 9.5%，

RBC Europe 分析师 Richard Chamberlain 认为 H&M 集团的最新销售数据反映执行力持续改善，主要市场的份额也继续提升，但他们对利润率前景的展望相对谨慎，制约因素包括外币采购、新会员计划以及营运开支上升压力等。

旗舰品牌 H&M 从 2015 年开始呈现放缓，并最终演变成衰退，造成大量滞销库存积压，这时管理层急忙大力投资升级数字销售、门店概念和物流供应链，又致力改善产品供应并加快推出新

品牌。在周一的公告中，管理层指出顾客满意度和近期的销售增长证明改革工作继续带领集团朝着正确的方向前进。

H&M 集团上周宣布，2013 年成立的时尚品牌& Other Stories 将于今年秋季通过天猫首次进入中国市场。目前该品牌的 69 间门店分布在以欧洲市场为主的 18 个国家和地区，东亚只进驻了韩国。

### 3. 美国零售商再发公开信，警告 200 万人将失业

[无时尚中文网 2019-06-17]

美国企业反对 Donald Trump 唐纳德·特朗普政府的贸易保护主义政策阵营继续发声，包括“带头大哥” Walmart Inc. (NYSE:WMT) 沃尔玛在内的逾 600 间美国公司及代表农业、制造业、零售业的约 150 个贸易团体组成了反关税联盟 Tariffs Hurt the Heartland 周四致信美国总统，希望美国重回贸易谈判桌，以积极的方案解决目前中美贸易争端。

在 6 月 13 日的公开信中，上述美国公司表示代表数百万工人，对目前美国以牙还牙的关税升级感到关切，并认为此举对美国企业、农民、家庭和经济都将产生重大、消极和长远的影响，而关税也并不能作为解决贸易争端的有效武器。

在公开信中，美国公司引用 Trade Partnership Worldwide LLC 数据，若贸易摩擦进一步升级，美国政府继续报复性加征关税，美国将会失去 200 多万个就业机会，平均每个美国四口之家将要为此多花费 2,000 美元，并对 GDP 产生 1.0% 的负面影响。因此，升级的贸易争端不符合美国的国家利益，美、中双方都会成为输家。

除沃尔玛外，Target Corp. (NYSE:TGT) 塔吉特、Kohl's Corp. (NYSE:KSS) 科尔士、VF Corp. (NYSE:VFC) 威富集团、Gap Inc. (NYSE:GPS) 盖璞集团、American Eagle Outfitters Inc. (NYSE:AEO) 美国鹰等百货和零售业巨头代表，都加入到该公开信的签署之中。而在此之前，美国鞋企抱团，曾对特朗普政府发布过类似的公开信。

5 月 20 日，包括 Nike Inc. (NYSE:NKE) 耐克集团、Adidas AG (ADS.DE) 阿迪达斯集团美国子公司、Under Armour Inc. (NYSE:UA) 安德玛等巨头联合发布公开信，呼吁美国不要对中国进口鞋类产品加征关税。

鞋类行业贸易协会 Footwear Distributors & Retailers of America (简称 FDRA) 美国鞋履批发零售协会的公开信称，若加征关税，由于边境运输成本的增加，劳动力价格上涨，或额外的关税，物价上涨是不可避免的事实，消费者需要为产品支出更多，FDRA 估计，每年美国消费者将因此多支出 70 亿美元。

目前美国鞋类产品平均 11.3% 的进口关税已经远高于消费品行业平均 1.9% 的进口关税，其中部分鞋类产品进口关税已经高达 67.5%，若在此基础上进一步加征 25%，意味着一些美国工薪家庭需要为他们的鞋子付出 100% 的关税。

沃尔玛首席执行官 Doug McMillon 此前曾表示，特朗普政府不应该仅仅将重点放到如何帮助那些受到贸易伤害的人身上，而是应该放在贸易如何更广泛地帮助美国人群上。他表示，整体来说，贸易对美国人以及美国消费者来说都是好事。

包括 Ralph Lauren Corp. (NYSE:RL) 拉尔夫·劳伦集团、Macy's Inc. (NYSE:M) 梅西百货集团、G-III Apparel Group Ltd. (NASDAQ:G-III) 等美国服装、百货业代表企业均表示，若特朗普政府一意孤行，只能将关税转嫁给消费者。

为应对特朗普政府的关税政策，美国零售业不少公司已经开始准备甚至付诸行动，将设于中国的供应链转移至东南亚其他国家。不过，Trade Partnership 的报告显示，上述转移的作用有限，而且需要耗时数十年，即使美国服装业将供应链全部移出中国，美国的服装价格也会上升 5%。

G-III 主席兼首席执行官 Morris Goldfarb 在月初的业绩会上更是直至，转移所有中国生产线“非常容易”，但“我们不会放弃 40 年的努力和优质的产品，为进入全新的领域而冒风险”，因此即使利润率承受阵痛，维持中国采购对该集团依然是最佳解决办法。

因此，对于美国零售业来说，目前唯一祈祷的可能是在本月底的大阪 G20 峰会上，中美之间的贸易争端能够重回谈判，并向好的方向发展。

## 四、公司重要公告

### 【报喜鸟】披露投资者关系活动记录表

[2019-06-17] 公司于 6 月 13 日接受特定对象调研，调研中，公司称：Q1 增长较大，主要是哈吉斯、宝鸟收入实现增长，获得政府补助较上年同期增加，且本期无股权激励股份支付费用等；截至 5 月底，各品牌终端零售合计保持平稳发展，其中主要品牌哈吉斯仍然保持较好势头；2018 年度政府补助金额是 5000 多万；公司已对所持有的小鱼金服 10% 股权进行转让，该部分减值已计提充分；二季度增长幅度小，源于每年二季度为服装行业淡季，没有特别变化；电商平台销售包含正价商品、特卖产品、专供款等；目前哈吉斯网点结构中，绝大多数为直营；2018 年度报喜鸟品牌收入增长接近 20%，主要是品牌网点增加，加盟商买断比例提升；近年来，宝鸟收入规模扩大，毛利率有所下降；除了报喜鸟、哈吉斯、宝鸟以外，目前比较看好恺米切和乐飞叶，分别为意大利衬衫品牌和法国户外休闲品牌，2018 年度恺米切实现收入较上年增长 39.20%，乐飞叶品牌实现收入较上年增长 14.18%；目前报喜鸟加盟网点数量多于直营网点；大股东是否继续增持系大股东自身考虑，公司不知情。

### 【森马服饰】披露投资者关系活动记录表

[2019-06-19] 公司于 6 月 18 日组织店铺调研，调研中，公司称：2016 年末，巴拉巴拉童装品牌入驻长宁龙之梦，并在 2018 年初期拓展门店面积；今年，针对中童区域的结构进行调整，搭配了情景道具，提升整体质感；产品上，较去年增加许多热门的 IP 合作款；货品方面，公司商品部门会通过参考以往数据，研究消费者行为以及结合公司发展对于 SKU 进行分层，有计划地安排备货数量。2017 年 4 月，森马成人装品牌入驻长宁龙之梦购物中心；产品方面，今年店铺为适应女性消费者需求增加了新品类，因其高性价比受到消费者欢迎，取得良好的销售效果；店

铺在品牌运营上，注重产品力的提升，今年聘请新代言人——白宇，突出产品“有颜有质”的理念，重视营销管理，尤其加强线上线下营销活动的互动性和协同性，树立品牌形象。

#### 【朗姿股份】募投项目进度调整

[2019-06-21] 生产基地改扩建项目原计划 2019 年 6 月 30 日达到预定使用状态，截止 2019 年 6 月 13 日，累计已使用 11,694.13 万元，尚余 7,090.62 万元(含利息收入)，投资进度为 83.70%。该项目的主体工程已经完工，但相关设备及其配套工程尚未完成，预计整个生产基地改扩建项目达到预定可使用状态将延至 2020 年年中。

#### 【探路者】披露投资者关系活动记录表

[2019-06-18] 探路者于 6 月 17 日接受特定对象调研，调研中，公司称：通过 SAP 系统的应用和精细化管理推进，公司目前已基本能在每日系统获取、分析管控前一日零售门店各品类产品的销售情况；截至 2019 年 3 月底公司存货约为 3.57 亿，相比去年同期一季度末存货数据已有较大降幅；总体来看 2018-2019 年（2018 年 11 月-2019 年 3 月）雪季嵩山雪场的运营情况基本达成了合作预期，预计未来双方将继续合作，共同努力进一步提高运营效率和收入水平，具体条款目前尚在洽谈中；非户外主业剥离进展已在 2018 年年度报告等公告中进行了详细披露。

#### 【开润股份】披露投资者关系活动记录表

[2019-06-21] 开润股份于 6 月 20 日接受特定对象调研，调研中，公司称：包袋类产品前十大厂商市场份额明显低于欧美发达国家前十大厂商市场占有率，我国箱包行业集中度有望持续提升，具有自主品牌的专业箱包制造商将迎来发展机遇；公司拥有行业内科技属性突出的供应链体系，公司产品的核心原材料、核心配件等均来自国际知名供应商，优质资源的整合为高品质产品的生产奠定基础，公司重视供应商管理，与全球知名供应商建立了深度的合作关系，形成了稳定优质的供应商资源和供应链管理能力和国内线上渠道方面，深化与小米、天猫、京东等国内主流电商平台以及垂直平台、社交电商等多个平台的持续合作；国内线下渠道方面，保持和小米线下店的深度合作，并进一步拓展团购礼品、中高端超市、购物中心等其它线下渠道；海外渠道方面，公司初步组建了强有力的团队，一方面通过与小米海外渠道的深度合作积极布局，另一方面通过其它线上线下渠道、海外合作渠道、代理商等方式积极推进海外渠道布局。

#### 【海澜之家】回购股份完毕

[2019-06-18] 截至 2019 年 6 月 16 日，公司回购股份期限届满，已实际回购公司股份 72,792,951 股，占公司总股本的 1.6202%，回购最高价格 10.33 元/股，回购最低价格 8.05 元/股，回购均价 9.17 元/股，使用资金总额 667,221,114.10 元（不含交易费用）。回购方案执行情况与原披露的回购方案不存在差异，公司已按披露的方案完成回购。

#### 【黑牡丹】股东减持进展

[2019-06-20] 自 2019 年 3 月 4 日至 2019 年 6 月 18 日期间，上海综艺累计已减持公司股份共计 10,468,975 股，占公司总股本的 0.9998%，上述股份均通过集中竞价交易方式减持；股东谷圣达先生未减持公司股份。截至 2019 年 6 月 18 日，本次减持计划尚未实施完毕。

#### 【奥康国际】回购股份进展

[2019-06-20] 截至2019年6月18日,公司通过集中竞价交易方式已累计回购股份1,205.82万股,占公司总股本的比例为3.01%,与上次披露数相比增加0.04%,购买的最高价为12.39元/股、最低价为9.81元/股,已支付的总金额为13,051.22万元(含佣金、过户费等交易费用)。

#### **【拉夏贝尔】转让基金份额**

[2019-06-22] 全资子公司拟转让所持有的天津星旷企业管理咨询合伙企业98.04%份额,交易对价为2.75亿元人民币。本次转让是基于资本市场整体投资环境及公司实际情况决定的,有助于改善公司内部资产结构,为主营业务发展提供资金支持。

#### **【维格娜丝】变更证券简称**

[2019-06-21] 经公司申请,并经上海证券交易所核准,公司证券简称将于2019年6月26日起由“维格娜丝”变更为“锦泓集团”,证券代码“603518”保持不变。

#### **【嘉兴丝绸】披露回购方案**

[2019-06-21] 公司拟使用自有资金以集中竞价交易的方式回购公司部分社会公众股份,用于股权激励或员工持股计划,回购资金总额不少于(含)5,000万元人民币,不超过(含)10,000万元人民币,回购价格不超过(含)人民币7.5元/股。回购股份实施期限为自公司董事会审议通过本次回购股份方案之日起12个月内。

## 五、风险提示

1. 部分行业终端销售不达预期;
2. 上市公司业绩下滑风险;
3. 并购资产业绩不达预期的风险;
4. 促销费政策推进落实或不达预期;
5. 中美贸易关系存在不确定性。

## 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