

# 纺织服装

# 行业周报

## 6月棉纺织景气指数环比下行,7月预计平稳或略降

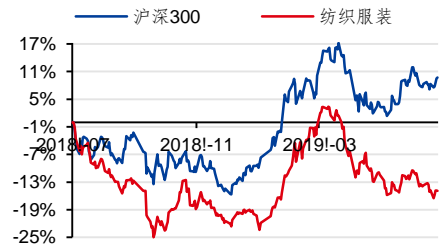
### 投资要点

- ◆ **板块公司行情:** 上周, SW 纺织服装板块下跌 0.3%, 沪深 300 上涨 1.33%。目前 SW 纺织服装 PE 为 18.06 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: 商赢环球 (+7.66%)、海澜之家 (+7.32%)、安奈儿 (+7.11%), 跌幅前 3 分别为: 柏堡龙 (-18.33%)、华孚时尚 (-8.93%)、搜于特 (-5.11%)。
- ◆ **行业重要新闻:** 1. 6 月中国棉纺织行业景气指数环比下行; 2. 中国轻纺城市场: 营销继续回缩, 价格指数微幅下跌; 3. 6 月市场持续低迷期待黎明到来; 4. 面料从‘大路货’转向中高端, 柯桥印染利润增长将近 50%; 5. 新疆市场监管局查获“黑心棉”被褥 3 万余条原料约 14.6 吨。
- ◆ **海外公司跟踪:** 1. 爱马仕二季度销售提速, 中国继续担当增长引擎; 2. 古驰二季度在高基数及高预期情况下增速放缓; 3. 盟可睐二季度加速增长。
- ◆ **公司重要公告:** 【森马服饰】披露投资者关系活动记录表; 【海澜之家】回购股份注销预案; 【比音勒芬】回复深交所问询函; 【中潜股份】1 元收购北海慧玉 100% 股权; 【奥康国际】回购股份达 4%; 【梦洁股份】投资设立合伙企业; 【嘉麟杰】筹划发行股票购买资产停牌; 【本周 SW 纺织服装半年报】。
- ◆ **重点新闻简评:** 6 月棉纺织景气指数环比下行: 6 月中国棉纺织景气指数 46.43, 与 5 月相比下降 0.39。6 月初, 市场行情延续低迷, 中下旬中美贸易有改善迹象后, 下游陆续启动秋季订单, 但由于前期库存积累, 棉纺织价格难有起色。7 月在中美贸易关系利好刺激下, 下游短暂回暖, 但 7 月为传统淡季, 且中美贸易仍存不确定性, 预计 7 月景气指数平稳或略降。  
  
中国继续担当爱马仕增长引擎: 爱马仕二季度在亚洲市场, 尤其是中国内地市场推动下加速增长; 盟可睐表示二季度由中国内地市场引领, 内地及香港均加速增长; 古驰二季度增速放缓, 但亚太市场增长 23%; 另有 Q2 瑞表出口中国大陆增速超 20%, 周大福内地同店增长 11%, Burberry 内地同店增长约 15%, 国内高端消费或存回暖趋势。建议关注中高端女装歌力思。
- ◆ **投资建议:** 食品类 CPI、减税降费及汽车品类共同推动 6 月社零增速环比回升。6 月限额以上纺服零售增速继续回暖。下半年, 较低的基数以及减税降费等政策逐步推进落实, 有望推动零售增速改善。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. 部分终端销售或不达预期; 2. 公司业绩下滑风险; 3. 并购资产业绩或不达预期; 4. 促消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。

 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	-3.73	-9.48	-25.28
绝对收益	-2.86	-10.27	-15.70

### 分析师

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

### 报告联系人

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

### 相关报告

- 纺织服装: 上半年社零增长 8.4%, 6 月服装零售增速环比回升 2019-07-21
- 纺织服装: 6 月纺织服装景气指数环比下滑, 7 月纺服经营或持续偏淡 2019-07-15
- 纺织服装: 节日时点变化推升 5 月访港客流增速, 香港零售降幅收窄 2019-07-07
- 纺织服装: 前 5 月纺织业收入利润增速放缓, 关注中美经贸关系缓和 2019-07-01
- 纺织服装: 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 2019-06-23

## 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. 6月中国棉纺织行业景气指数环比下行 .....	6
2. 中国轻纺城市场：营销继续回缩，价格指数微幅下跌 .....	8
3. 6月市场持续低迷期待黎明到来 .....	10
4. 面料从‘大路货’转向中高端，柯桥印染利润增长将近50%.....	11
5. 新疆市场监管局查获“黑心棉”被褥3万余条原料约14.6吨 .....	13
三、海外公司跟踪.....	13
1. 爱马仕二季度销售提速，中国继续担当增长引擎 .....	13
2. 古驰二季度在高基数及高预期情况下增速放缓 .....	14
3. 盟可睐二季度加速增长，香港及内地加速增长 .....	16
四、公司重要公告.....	18
五、风险提示 .....	20

## 图表目录

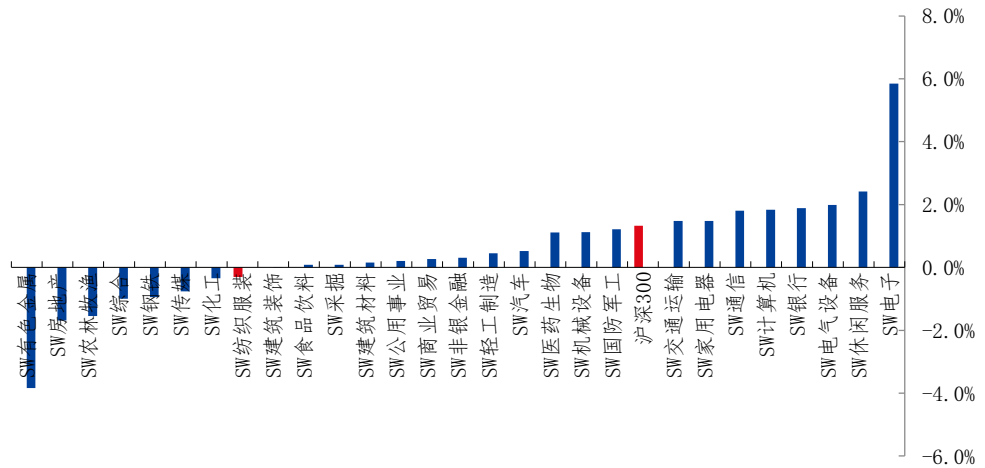
图 1：上周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较 .....	3
图 2：近 1 年纺织服装及子板块 PE 走势 .....	3
表 1：纺织服装及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比 .....	4
表 2：本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司 .....	4
表 3：本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司 .....	4
表 4：纺织服装重点公司股价与估值 .....	4
表 5：纺织服装未来一年内解禁情况 .....	5
表 6：本周 SW 纺织服装半年报 .....	20

## 一、上周行情

### 1. 板块行情

上周，SW 纺织服装板块下跌 0.3%，沪深 300 上涨 1.33%，纺织服装板块落后大盘 1.63 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 0.95%，SW 服装家纺上涨 0.05%。

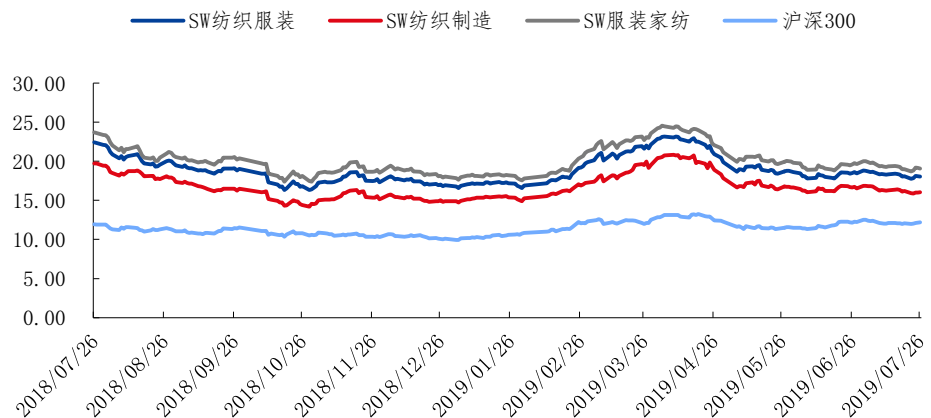
图 1：上周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



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 18.06 倍，SW 纺织制造的 PE 为 16.02 倍，SW 服装家纺的 PE 为 19.07 倍，沪深 300 的 PE 为 12.18 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
2019/7/26	18.06	16.02	19.07	12.18
均值	18.88	16.77	20.04	11.38
溢价	-0.82	-0.75	-0.97	0.80

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)
600146.SH	商赢环球	7.66	14.33
600398.SH	海澜之家	7.32	8.80
002875.SZ	安奈儿	7.11	19.88
600232.SH	金鹰股份	6.11	6.08
603238.SH	诺邦股份	5.92	19.15

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)
002776.SZ	柏堡龙	-18.33	9.31
002042.SZ	华孚时尚	-8.93	6.83
002503.SZ	搜于特	-5.11	2.60
603908.SH	牧高笛	-4.82	26.06
603889.SH	新澳股份	-4.55	6.08

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	9.23	88	0.95	1.05	1.15	10	9	8
002042.SZ	华孚时尚	6.83	104	0.49	0.55	0.61	14	12	11
601339.SH	百隆东方	4.25	64	0.29	0.38	0.45	15	11	10
600803.SH	新奥股份	10.06	124	1.07	1.27	1.37	9	8	7
002087.SZ	新野纺织	3.80	31	0.47	0.57	0.67	8	7	6
603558.SH	健盛集团	8.31	35	0.50	0.64	0.78	17	13	11
300658.SZ	延江股份	14.21	22	0.32	/	/	44	/	/
002293.SZ	罗莱生活	9.61	80	0.64	0.72	0.82	15	13	12
002327.SZ	富安娜	6.94	61	0.62	0.71	0.80	11	10	9
002397.SZ	梦洁股份	5.29	41	0.11	0.24	0.31	49	22	17
603365.SH	水星家纺	17.63	47	1.07	1.21	1.38	16	15	13
002761.SZ	多喜爱	8.80	31	0.08	/	/	110	/	/
002503.SZ	搜于特	2.60	80	0.12	0.16	0.18	22	16	14
002563.SZ	森马服饰	10.89	294	0.63	0.71	0.82	17	15	13

603877.SH	太平鸟	14.93	72	1.19	1.43	1.67	13	10	9
002832.SZ	比音勒芬	25.23	78	0.95	1.33	1.72	27	19	15
002612.SZ	朗姿股份	8.65	35	0.53	0.59	0.67	16	15	13
603808.SH	歌力思	13.78	46	1.10	1.32	1.60	13	10	9
603196.SH	日播时尚	8.42	20	0.16	0.21	0.28	53	40	31
603518.SH	锦泓集团	8.36	21	1.08	1.21	1.39	8	7	6
603839.SH	安正时尚	12.29	49	0.70	0.93	1.07	18	13	11
600398.SH	海澜之家	8.80	389	0.78	0.82	0.88	11	11	10
002029.SZ	七匹狼	6.30	48	0.46	0.51	0.56	14	12	11
601566.SH	九牧王	11.85	68	0.93	1.00	1.05	13	12	11
002762.SZ	金发拉比	5.52	20	0.11	0.19	0.22	49	28	25
002875.SZ	安奈儿	19.88	26	0.63	0.77	0.94	31	26	21
002763.SZ	汇洁股份	8.55	35	0.40	0.68	0.73	21	13	12
300005.SZ	探路者	3.96	35	-0.20	0.14	0.18	-19	29	22
603555.SH	贵人鸟	4.78	30	-1.09	/	/	-4	/	/
600987.SH	航民股份	6.45	70	0.61	0.70	0.79	11	9	8
603001.SH	奥康国际	10.17	41	0.34	0.41	0.47	30	25	22
002291.SZ	星期六	4.89	32	0.01	/	/	361	/	/
002127.SZ	南极电商	10.74	264	0.36	0.50	0.66	30	22	16
002640.SZ	跨境通	7.22	112	0.40	0.66	0.88	18	11	8
002687.SZ	乔治白	5.76	20	0.32	/	/	18	/	/

资料来源: Wind 一致预期, 最新日期 2019/07/26, 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(%)
002656.SZ	摩登大道	2019/8/2	14,387.49	20.19%	22.61%
300526.SZ	中潜股份	2019/8/2	11,000.00	64.46%	64.67%
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%
002832.SZ	比音勒芬	2019/12/23	16,184.00	52.50%	54.65%
300577.SZ	开润股份	2019/12/23	15,225.56	70.00%	70.34%
603608.SH	天创时尚	2019/12/26	701.34	1.63%	2.17%
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	73.26%	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%
002291.SZ	星期六	2020/4/27	13,708.13	20.81%	25.57%

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(%)
603196.SH	日播时尚	2020/6/1	17,460.00	72.75%	72.75%
002875.SZ	安奈儿	2020/6/1	9,112.35	69.11%	69.82%
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 2019/07/26, 华金证券研究所

## 二、行业重要新闻

### 1. 6月中国棉纺织行业景气指数环比下行

[中国棉花协会 2019-07-23]

2019年6月中国棉纺织景气指数46.43,与5月相比下降0.39。6月初,市场行情延续低迷,原料、产品价格继续走低,纺企库存持续增加,储备棉成交量大幅下降,与5月成交率高企形成鲜明对比。6月18日,中美双方元首互通电话,确定G20峰会会晤并就中美贸易问题进行沟通,市场迅速作出反应,原料价格有所回升,下游陆续启动秋季订单,但由于前期库存积累,纱布价格依然难有起色。7月初,在中美贸易重启谈判的利好消息下,下游得到短暂回暖,但由于7月本就是传统纺织淡季,加上中美贸易形势仍然存在较大不确定性,因此,市场观望情绪依然浓郁。预计7月中国棉纺织景气指数保持平稳或略有下降。

#### 原料采购价格指数

6月原料采购价格指数46.27,与5月相比下降1.03。6月上旬,国际棉价在原油等商品下跌及美棉销售不佳的影响下震荡下行,国内棉花现货价格延续5月跌势,郑棉期货盘面波动较大。粘胶短纤销售疲软,下游采购谨慎,价格延续跌势,涤纶短纤则受原油下跌影响,走货明显下降,价格下跌幅度稍大。6月下旬,在中美贸易利好消息带动下原料价格有所反弹,尤其直纺涤短上涨明显。6月,CotlookA指数平均值77.65美分/磅,环比下降2.49美分/磅;国内3128B级棉花现货均价为13951元/吨,环比下降819元/吨,主流粘胶纤维均价为11300元/吨,环比下降650元/吨;1.4D直纺涤短均价为7550元/吨,环比下降562元/吨。7月初,原料价格延续6月底的上涨态势,预计7月原料采购价格指数稳中略涨。

#### 原料库存指数

6月原料库存指数46.4,与5月相比下降0.94。跟踪企业数据显示,6月,企业原料库存环比下降5.19%。其中,原棉库存环比下降4.49%,进口棉库存环比下降9.57%,非棉纤维库存环比下降7.36%。主要原因:一、市场的低迷导致产业链的观望情绪弥漫,纺企采购放缓与原料价格下跌形成“恶性循环”;二、国内棉价下跌幅度高于国外棉价,内外棉价差较小,纺企选择合适时机进购外棉;三、部分企业开工不足,或减产,原料消耗下降,纺企下调原料库存水平。7月,原料价格有所回升,尤其化纤短纤价格回升明显,储备棉成交率也较6月有所上升,预计6月原料库存指数上升概率较大。

#### 生产指数

6月生产指数45.82，与5月相比下降0.58。近期，中棉行协赴山东、浙江、湖南、湖北、福建等地进行调研，通过调研了解到，自5月份以来，纺织企业经营状况不佳，下单量减少，个别企业选择在双休日停机，也有部分企业停机停产是为更改产品，进行设备改造升级。产品方面，中低支纯棉产品生产相对较好，生产高支纱纺企开机率有所下降。跟踪企业数据显示，6月纱产量环比下降2.62%，布产量环比下降7.35%。其中，化纤纱和棉混纺布产量下降较为明显。走访企业表示，7月初，下游询价和订单略有增加，但市场没有明显起色，因此，生产指数上升概率不大。

### 产品销售指数

6月产品销售指数45.04，与5月相比下降0.54。通过调研了解，6月份，纱线走货速度较织布相对较好，产品库存基本保持在1~2个月。整体来看，做内销市场的企业销售好于出口较多的纺企，浙江、江苏家纺市场目前销售相对较好。分产品看，常规产品和差异化产品销售相对较好，纯棉高支纱走货一般。6月，32支纯棉普梳纱平均价格为21185元/吨，环比下降1228元/吨，纯棉坯布（32\*32 130\*70 2/1 47"斜纹）平均价格为5.29元/米，环比下降0.14元/米。跟踪企业数据显示，6月纱销量环比增加2.33%，布销量环比下降2.68%。近期，宏观利好带动棉花价格上涨，新一轮订单启动助纺企消化库存，但是价格传导存在滞后性，因此，后道产品价格上涨动力不足，预计7月产品销售指数继续下降。

### 产品库存指数

6月产品库存指数45，与5月相比下降0.14。受市场持续低迷影响，纺企产品库存压力进一步加大。根据中棉行协调研了解，纺企平均库存约在1个月以上，而纱布价格缺乏上涨支撑，企业资金周转压力不断增加，这也是纺企停产、限产的部分原因。跟踪企业数据显示，6月纱库存环比增加2.72%，布库存环比增加1.38%。其中纯棉纱库存环比增加6.21%，纯棉布库存环比增加1.44%。6月底，虽然市场出现拐点，有转好迹象，但整体来看，仍难以改变低迷现象，企业库存压力仍然较大。

### 企业经营指数

6月企业经营指数46.45，与5月相比下降0.14。6月底，在日本大阪举行的G20峰会上，中美双方领导人会晤，确认后续关税暂不征收，市场信心得到有效提振。在此之前，市场存在恐慌心理，担忧美国对剩余3000亿美元产品征加关税。调研了解，上半年市场低迷，订单稀少，部分地区工人多为流动性人口，停产后招工十分困难，因此企业不得不通过降价抛货来维持经营，部分企业处于亏损状态。目前，虽然中美磋商正在有序进行，但仍存在诸多不确定性，纺企纷纷表示对于无法预测。

*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。*

【简评：6月棉纺织景气指数环比下行：6月中国棉纺织景气指数46.43，与5月相比下降0.39。6月初，市场行情延续低迷，中下旬中美贸易有改善迹象后，下游陆续启动秋季订单，但由于前期库存积累，棉纺织价格难有起色。7月在中美贸易关系利好刺激下，下游短暂回暖，但7月为传统淡季，且中美贸易仍存不确定性，预计7月景气指数平稳或略降。】

## 2. 中国轻纺城市场：营销继续回缩，价格指数微幅下跌

[中国纺织网 2019-07-24]

近期，中国轻纺城市场营销继续回缩，其中：原料市场价格明显下跌，坯布市场价量小幅回升，服装面料市场布匹价量小幅推升，家纺类产品成交价量小幅回升，辅料行情明显回升。

### 原料价格明显下跌

#### 涤纶明显下跌、纯棉纱行情依然平淡

据监测，本期原料价格指数收报于 83.11 点，环比下跌 1.08%，较年初下跌 2.18%，同比下跌 1.19%。

1、聚酯原料行情震荡下行，涤纶行情明显下跌。本期涤纶原料价格指数明显下跌。上游聚酯原料行情震荡下行，近期华东地区 PTA 现货主流 6340 元/吨，MEG 主流 4355 元/吨左右，聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区半光切片现金或三月承兑 7150 元/吨左右。近期，涤丝工厂降价促销，产销整体依旧偏弱，加之上游原料 PTA 走势震荡下行，成本面亦暂无利好；涤纶长丝价格呈现回落趋势，在产销低迷下，行业库存也随之上升。萧绍地区涤丝市场行情环比下跌，厂家报价环比下跌，POY、FDY、DTY 行情环比下跌；涤丝交投较为冷清，直纺涤纶长丝产销有所下降；因终端下游呈现弱势走势，订单环比回落下，销售速度局部有所减缓，市场行情呈现环比下跌态势。近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 8000 元/吨；短纤企业产销压力陡升，累库情况较为普遍。

2、纯棉纱行情偏淡，人棉纱价格重心疲软。纯棉纱市场行情总体偏淡，市场成交不佳，纱厂走货有限，减产企业局部增加。因上游棉花大盘依然无力，价格调整不足，市场心态难以好转；又因下游订单较少，织厂多有库存，而商家多谨慎看淡后市，以销定进为主导。萧绍地区纯棉纱市场气氛平淡观望，报价基本稳定，局部下跌，纯棉纱市场总体行情以偏弱观望为主。近期纯棉纱市场在下游外销不足及棉花气氛无力下，以稳中平淡整理为主导，厂家压力不减。面对偏弱的环境，市场供需矛盾凸出，成本面支撑力乏力，涤棉纱线企业多已执行前期订单为主。预计在纺纱触及亏损或仅余微利之际，市场价格深跌迹象不强，部分心存挺价情绪的企业或于近日相继跟跌。

最近粘胶短纤价格的平稳疲态出现，心态开始走淡，其主要因素一方面是下游人棉纱行情改变有限，销售不大，价格上调乏力，对粘胶短纤的补货量普遍不高。人棉纱市场总体销售气氛在原料价格逐渐平稳下，也是走稳为主，市场商家多补货为主，心态难振，导致市场依旧改变不大。

### 坯布行情环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 119.13 点，环比上涨 0.35%，较年初上涨 0.57%，同比上涨 0.92%。

本期坯布类价格指数呈小幅上涨走势。近期，坯布厂家订单环比回升，秋季坯布下单局部增加，销售速度局部有所加快，成交量呈现环比增长走势。其中：化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯



布、涤纶色丁坯布成交价量环比回升；混纺纤维坯布行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比回升；拉动坯布类总体价格指数小幅上涨。

### 服装面料销售环比推升，价格指数小幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.25 点，环比上涨 0.30%，较年初上涨 0.40%，同比上涨 0.09%。

服装面料类价格指数小幅上涨。近期，因内需市场需求局部推升，夏季新风格面料现货成交和订单发货局部小增，秋季面料订单发货局部增加。因创新面料需求环比推升，部分布业公司和规模性经营门市现货成交和订单发货环比小增，兼具时尚元素创意产品成交环比小增，价格环比小涨，市场行情震荡推升。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤毛面料、涤氨面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料成交价量不等量上涨。近期，轻纺城市场锦棉面料现货上市量环比推升，成交批次局部增加，连日销量呈小幅增长走势，夏季锦棉面料现货成交和订单发货环比推升，秋季锦棉面料订单发货环比增加，创新创意锦棉面料成交价量呈小幅上涨走势。

### 家纺营销环比回升，价格指数小幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 101.79 点，环比上涨 0.51%，较年初下跌 0.26%，同比下跌 0.35%。

本期家纺类价格指数小幅上涨。近期，轻纺城家纺市场营销小增，创新色泽花型面料订单发送量环比回升，兼具时尚元素创意产品现货成交和订单发货环比增长，价格小幅上涨。其中：床上用品成交明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；窗纱类现货成交和订单发货环比小升，小批量多品种色泽花型成交环比小升，中批量成交局部小增，较大批量成交局部亦有小幅回升，价格指数呈小幅上涨走势；窗帘类行情略有回升，价格指数环比微涨；拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

### 市场行情明显回升，辅料指数明显上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 130.92 点，环比上涨 1.24%，较年初下跌 1.18%，同比上涨 0.05%。

本期服饰辅料类价格指数明显上涨。近期，轻纺城传统市场服饰辅料行情明显回升，至目前下游企业备货环比增加，现货成交和订单发货呈现一定幅度增长走势。衬料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；线绳类成交明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势；花边类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类成交环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；拉动辅料类总体价格指数小幅上涨。

### 后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因夏日淡市，下游需求局部下降，后市夏季面料供给环比回缩，夏季面料现货成交环比下降，秋季面料采购局部显现不足，织造企业开机率逐步下降，印染企业产出锐减，南北客商认购踊跃度将震荡小跌，市场行情走势局部偏淡，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。

### 3.6 月市场持续低迷期待黎明到来

[中国纺织经济信息网 2019-07-24]

根据 2019 年 6 月中国棉纺织行业协会跟踪数据显示，棉纺织企业产销形势延续下滑趋势，产成品库存压力仍较大。面对较为困难的形势，纺企积极应对，先保生产后保利润。近日，中美贸易谈判取得新进展，期待市场重新启动，黎明早日到来。

#### 6 月国储棉、进口棉采购量环比减少超 10 万吨

2019 年 6 月跟踪企业原料采购环比下降 2.26%，降幅与上月基本持平，中美贸易战的影响进一步发酵，订单较大幅度减小，原料价格持续下跌且未见止跌迹象，企业以消化库存为主，减少采购。

原料中原棉采购量环比下降 4.22%，6 月国内标准级棉花价格累计下跌约每吨 1000 元，月均价环比下跌 5.5%。6 月储备棉成交 15.12 万吨，较 5 月减少 5.2 万吨，减幅超过 25%；原棉中进口棉采购量环比下降 20.35%，6 月国际棉花价格 A 指数月均价 77.65 美分/磅，环比下跌 3.4%，为近三年来最低，国内外棉价差收窄至每吨 1000 元之内，进口棉价格优势减弱。根据海关总署数据显示，6 月我国进口棉花 15.8 万吨，较 5 月减少 5.3 万吨，环比减少 25.24%。

原料中非棉纤维采购量环比减少 1.90%。6 月，涤纶短纤、粘胶短纤价格持续下跌，月均价环比分别下降 7.14%和 5.48%，跌幅与上月基本持平。

2019 年 6 月跟踪数据显示，棉纺织企业的原料库存环比下降 5.19%，降幅与上月持平。原料中原棉库存环比下降 4.49%，非棉纤维库存环比下降 7.36%。前期原料价格的大幅下跌导致企业承受了较大的经济损失，随之产生恐慌心理，原料库存连续三个月环比下跌。

#### 纱、布产量同比持续下降纺企坚持生产稳定员工

跟踪企业数据显示，棉纺织企业生产形势继续放缓，从累计同比情况看，1-6 月纱产量累计同比下降 5.11%；布产量累计同比下降 5.46%，降幅与上月基本持平。整体看，2019 年上半年纱、布产量逐月累计同比均不同程度下降。6 月纱产量、布产量环比继续下降，降幅与上月基本持平。从上半年各月环比变化看，除 3 月环比增加外，其余各月均环比下降。截至 6 月底，跟踪企业纺纱、织造设备利用率在 92%~93%左右，与上年同期相比，分别下降了 2.32 和 3.03 个百分点。1-6 月生产用电量累计同比下降 2.99%。

6 月底在 G20 大阪峰会期间，中美同意重启经贸磋商，市场信心略有恢复，原料价格曾一度出现止跌迹象，但由于下游订单未见明显改观，市场观望情绪仍较浓厚，加上部分地区进入夏季用电高峰期，生产用电受到影响，开机率未满的现象仍较为普遍。对此，纺企采取措施积极应对，先保生产后保利润，尽全力保证生产有条不紊、资金周转顺畅、员工稳定不流失。

#### 纺企大幅降价销售，国内外纱价差收窄或倒挂

跟踪企业数据显示，1-6 月，纱销售量累计同比下降 8.96%，布销售量累计同比下降 5.47%，两者降幅较上月基本持平。6 月，纱销售量环比增加 2.33%，纺企降价促销，以 32 支纯棉普梳纱为例，当月吨纱价格下跌 1200 元左右，国内外纱线价格价差缩小，当月我国进口棉纱线 15.8 万

吨，环比减少 2.2 万吨；布销售量环比下降 2.68%，降幅与上月持平，当月 32 支纯棉坯布月均价环比下跌约 3%。截至 6 月底，纱、布库存环比分别增加 2.72%、1.38%，增幅较上月有所收窄。据调研了解，多数企业产成品库存在 20~40 天。

### 集群生产持续放缓

1~6 月，集群企业生产放缓，跟踪集群企业平均开工率在 80%左右。集群内企业总数微减，从业人员平均人数有所下降。

跟踪集群纱产能、产量及布产量同比下降，布产能同比增长。1~6 月，跟踪集群纺纱产能同比下降 1.2%，各类纱线产量累计同比下降 6.7%；织机数量同比增长 1.8%；布产量累计同比下降 14.6%。

从主要经济指标来看，集群企业主营业务收入、利润累计同比均下降。1~6 月集群企业主营业务收入及利润累计同比分别下降 3.5%和 11.6%，其中规上企业同比分别下降 2.7%和 4.3%。

## 4. 面料从‘大路货’转向中高端，柯桥印染利润增长将近 50%

[中国纺织经济信息网 2019-07-24]

浙江绍兴市柯桥区是全球著名的纺织品集散中心，被誉为“国际纺织之都”。

在复杂外贸环境下，柯桥立足本业，推进工艺创新，打磨竞争力，不断开拓海外市场，有力拓展发展空间。今年上半年，柯桥区出口额达到 396.11 亿元，同比增长 15.41%。

### 出口逆市上扬上半年增幅超 15%

盛夏时节，浙江宝纺印染有限公司车间内依旧热火朝天，80 多万米仿蜡染色花布正在打包装箱，准备发往多哥、肯尼亚等国家。作为国内最大的仿蜡染布生产商之一，这家企业的产品已出口至非洲 30 多个国家和地区。

“企业还在扩建生产线，总量将达到 20 多条，目标年销售 3 亿米布。”宝纺印染总经理虞少波介绍，企业今年以来一直满负荷生产，手头订单已排到 3~4 个月后，上半年出口额超 5000 万美元，同比增长 30%。

记者走访看到，尽管去年以来外贸受到影响，但注重产品创新、深耕细分领域的企业，更在产业洗牌中感到“危中有机”，以高质量发展涵养长远信心。

耐磨、起毛起球、色牢度、甲醛、耐汗渍……凭着严密的检测标准体系，严苛的质量把控，浙江凡特思纺织品有限公司接连赢得 POLO、ZARA 等国际品牌信任，大额订单纷至沓来。

“面料从‘大路货’转向中高端，才能在国际价格市场中争取更大话语权。”凡特思董事长傅光悱表示，品质是长远发展的生命线，企业已经投资 500 万元升级检测中心，确保各项指标达到国标标准。

在柯桥，商品出口逆市上扬的企业并非个案。海关统计数据显示，今年上半年，柯桥区外贸实现出口 396.11 亿元，同比增长 15.41%。同期，柯桥中国轻纺城市场群实现成交额 836.46 亿元，同比增长 10.96%；轻纺城网上实现交易额 242.37 亿元，同比增长 26.24%。

### 开放促发展“三海”拓市场

今年5月,2019中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)与2019柯桥时尚周同期举行,吸引韩国、意大利、印度、巴基斯坦等80多个国家和地区的境外采购商8210人次,同比增长9.1%。

柯桥区委书记沈志江说,柯桥面向海内外举办“纺博会”、窗帘布艺展、坯布纺织新材料展等系列活动,目的是以开放促发展,持续放大“国际纺织之都”的影响力、凝聚力。

指引出海、抱团出海、带队出海,紧盯美国市场、深耕欧洲市场、开拓“一带一路”新兴市场……柯桥政企协作,“三海”拓“三市”,助推“丝路柯桥·布满全球”。

今年以来,柯桥累计组织160多家企业赴摩洛哥、埃及、土耳其以及中亚五国等开展经贸对接活动,在缅甸、巴基斯坦等国家举办自办展,并对接欧洲纺织服装市场,在意大利米兰建设绍兴柯桥馆,在那不勒斯举办巡回展。

在线上,柯桥以跨境电商为抓手,进一步拓宽企业外贸渠道。依托阿里国际、亚马逊、ebay等平台,通过开展“周周有培训,月月有主题”培育工程,柯桥引导传统企业跨境拓市,目前已培育跨境电商企业930多家。

目前,亚马逊网站窗帘销售前三均为柯桥家纺企业,排名首位的永盛化纤贸易公司2018年窗帘销售额超过5000万美元。

### 创新驱动快发展转型提升竞争力

浙江红绿蓝纺织印染有限公司上半年的外贸收入稳中略增,但利润增长将近50%。

“新增的利润,直接来自新品开发,新品附加值更高。”企业总经理盛菊芳介绍,作为国家数码印花产品开发基地,企业每年投入2500万元研发新品,平均每天产生15个自主设计的新花型,目前企业收入85%以上来源于自主知识产权产品。

基于“国际纺织之都”的产业基础、规模优势,柯桥近年来立足本业,着眼长远,持续打磨竞争力,把优势变成胜势。

利用印染产业转型升级、传统产业改造提升这两个浙江省级试点契机,柯桥全区印染企业关停并组,并全部集中到蓝印时尚小镇,坚决推进工艺装备革新。目前,柯桥区高端设备普及率60%以上,明显降低生产成本。

2018年,地处蓝印时尚小镇的浙江迎丰科技股份有限公司,130多亩厂区亩均税收超过100万元,是浙江省印染业亩均税收的4倍多。

“绿色印染是大趋势,这笔钱必须花。”企业董事长傅双利表示,企业投资12亿元正在打造印染智慧工厂,坚定在绿色发展、创新驱动道路上先人一步、走得更远。

## 5. 新疆市场监管局查获“黑心棉”被褥 3 万余条原料约 14.6 吨

[中国纺织经济信息网 2019-07-24]

为加强纤维制品市场监督管理，严厉打击非法生产销售“黑心棉”违法行为，进一步规范市场秩序，7月10日，新疆市场监管局对乌鲁木齐市纤维制品生产销售企业开展执法专项行动。

此次行动共抽调30余名执法人员，分5个小组赴乌鲁木齐县永丰镇、开发区、商贸城等地重点检查4个疑似“黑心棉”生产窝点和2个销售窝点。

检查过程中，为防止各窝点互相通风报信，五个执法小组统一时间统一行动，现场共查获“黑心棉”窝点2个，查获原料不明的“黑心棉”被褥3万余条，被套8050条，包装袋18900个，“黑心棉”原料约14.6吨。执法人员现场对上述窝点的生产设备和原材料及成品进行查封，目前，案件详细情况正在进一步调查核实中。在商贸城检查到非法销售“黑心棉”的店铺3家，扣押“黑心棉”被褥340条。

下一步，新疆市场监管局将继续加大监管力度，重点对学校、幼儿园、工地居民用纤维制品开展专项整治。

## 三、海外公司跟踪

### 1. 爱马仕二季度销售提速，中国继续担当增长引擎

[无时尚中文网 2019-07-23]

欧洲时尚奢侈品行业的第二个财报再报佳绩。

Hermès International SCA (HRMS.PA) 爱马仕国际二季度在亚洲市场、尤其是中国内地的推动下加速增长。上周公布季绩的 Burberry Group PLC (BRBY.L) 博伯利也表示新设计师 Riccardo Tisci 的作品为该英国奢侈品集团重新点燃了中国消费者的需求。两份财报都体现全球最大奢侈品消费群体——中国人的名牌手袋和服饰购买欲未受中美贸易紧张关系和经济降温的影响。

Hermès International SCA (HRMS.PA) 周二早段一度冲高 1.1%至 651 欧元，再创历史新高，但随后走势偏软，全日收跌 0.2%，报 643 欧元。

二季度 Hermès International SCA 爱马仕国际实现收入 16.745 亿欧元，较去年同期 14.596 亿欧元增加 14.7%，撇除汇率影响后增幅为 12.3%，同比增长 11.6%的一季度轻微提速，分析师此前预测增速只能持平。

财务执行副总裁 Eric du Halgouët 在今天的分析师电话会议上指出，今年集团开端“非常强劲”，尽管去年同期的对比基数较高，二季度还是延续了首季的势头。

【简评：中国继续担当爱马仕增长引擎：爱马仕二季度在亚洲市场，尤其是中国内地市场推动下加速增长；盟可睐表示二季度由中国内地市场引领，内地及香港均加速增长；古驰二季度增速较差，但亚太市场增长 23%；另有 Q2 瑞表出口中国大陆增速超 20%，周大福内地同店增长 11%，Burberry 内地同店增长约 15%，国内高端消费或存回暖趋势。建议关注中高端女装歌力思。】

## 2. 古驰二季度在高基数及高预期情况下增速放缓

[无时尚中文网 2019-07-25]

Gucci 二季度收入扑街，但可能并非坏事。

意大利品牌古驰维持 11 个季度的奢侈品行业“明灯”熄灭，在高基数和高预期的情况下，12.7%的季度可比增幅未能让市场满意。在 Gucci 二季度放缓之际，LV 和 Hermès 二季度反而加速增长。

Hermès International SCA (HRMS.PA) 爱马仕国际集团二季度实现收入 16.745 亿欧元，较去年同期 14.596 亿欧元增加 14.7%，撇除汇率影响后增幅为 12.3%，同比增长 11.6%的一季度轻微提速，分析师此前预测增速只能持平。

LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE (MC.PA) 路威酩轩前一日发布的业绩显示，二季度有机增幅 12%，较一季度 11%提速，超过市场预期的 10%。皮具和时尚部门上半年表现最佳，有机增长 18%，二季度达 20%。

在一季度 20.0%的可比增长对冲下，Gucci 上半年有机增幅 16.3%，跑输最大竞争对手 LV 所属的路威酩轩时尚皮具部门。Kering SA (KER.PA) 开云集团首席财务官 Jean-Marc Duplaix 表示，与竞争对手 LV 相比，Gucci 几乎没有任何的快闪店，几乎全靠直营店有机增长。

Jean-Marc Duplaix 表示，Gucci 的放缓主要因美国市场，由于中国游客在当地消费疲弱，导致品牌在该地区下滑 2%。他同时警告，所有品牌都有类似情况，美国市场将会越来越艰难。

亚太市场二季度可比销售放缓情况更为严重，从一季度的 35%增长跌至 23%，但中期 29%的增幅仍为较好市场。

Jean-Marc Duplaix 称，根据前三大品牌分析，中国内地消费者二季度 50%的支出发生于境内市场，另外 30%发生于包括日本在内的亚洲其他市场，欧洲、美国只占 20%。Jean-Marc Duplaix 同时表示，在竞争对手身上香港市场未受社会事件影响的表现，在 Gucci 身上发生，品牌二季度在香港表现低迷，但主要因为上年同期的高基数，其他因素为叠加效应。另外，中国已经成为 Gucci 继美国、英国后的第三大电子商务市场。

与财报季的疲弱相比，Gucci 仍是最敢直面现实的品牌。Jean-Marc Duplaix 道出了目前奢侈品行业增长的关键——广告营销的投资。但他表示，需要评估美国市场，因为该市场的营销投资回报率非常之低。

上半年，Gucci 完成 24 间门店改造，新概念门店占比提升至 48%，到年底有望达到约 60%。

2019 年上半年，Gucci 削减了大量的美国市场广告，但计划下半年重新投入。Jean-Marc Duplaix 强调美国市场仍然重要，实际上强势美元下，欧洲市场不仅仅是中国在购买，美国人同样在欧洲购买 Gucci 产品，而美国人是 Gucci 的第二大客户。

路威酩轩尽管二季度强劲增长，但是该公司上半年营业利润率大跌 110 个基点至 31.2%，营业利润增长 17.0% 至 32.48 亿欧元，期内该集团营销和销售费用 95.63 亿欧元，增幅 15.1% 超过收入有机增长。

自 2017 年开始一直警告投资者需要密切注意营销费用的 No Agency 分析师唐小唐表示，时尚行业已经越来越像科技行业，尽管仍然有利可图，不会亏损经营，但是在营销广告方面的投资已经趋于疯狂，而在这一模式长期是不可持续的。

“就像品牌在中国争夺流量明星一样，这是非常糟糕的行业现象，平面来看，完全无利可图。一旦利润、收入、投资的由强到弱的增长路径出现反转，多米诺骨牌就会倒下。”该分析师在周四评论路威酩轩业绩时指，尽管奢侈品行业的投资趋于疯狂，但是相比高端美妆行业已经处于癫狂的状态要稍好。

上半年 Gucci 营业利润率再创新高，40.6% 按年大涨 220 个基点，经调整后 40.4% 同样增幅 220 个基点，营业利润按年增长 26.7% 至 18.76 亿欧元，占集团中期营业利润的 83.3%。

Jean-Marc Duplaix 称，下半年预计 Gucci 营业利润率会进一步提高，因为经改造后的新概念门店的坪效有大幅提升。与此同时，Gucci 在 5 月和 7 月分别推出彩妆和高端珠宝业务，这两大行业目前趋势非常强劲。

唐小唐表示，从开云的分析师电话会议来看，Gucci 目前仍然是较好的品牌，在引领行业收入增长，从产品、商业模式上完全领先，相反，LV、Prada 目前正在重复 Gucci 的老路，而 Gucci 已经率先开始走向更注重利润率的方面，相信未来 Gucci 在利润和利润率方面可以延续过去三年在收入方面的领先表现。

开云集团上半年整体营业利润 22.527 亿欧元，同比较 2018 财年的 17.977 亿欧元增长 25.3%，营业利润率 29.5%，同比大涨 160 个基点，EBITDA 利润率同样改善 30 个基点至 36.8%。

法国集团首席执行官 Francois-Henri Pinault 在声明中称赞上半年强劲业绩，但罕见提及“财务纪律”。

由于被意大利当局查税，上半年开云纯利暴跌 75.3%，由 23.449 亿欧元跌至 5.797 亿欧元，撇除拨备查税和解金，中期纯利按年增 24.7% 至 15.561 亿欧元，2018 财年同期为 12.475 亿欧元。

已经低迷三年的 Bottega Veneta 葆蝶家二季度意外轻微好转，在低基数基础上，可比增幅录得正面，按年增 0.8%，而首季度大跌 8.9%。其中亚太市场二季度跌幅 1%，而一季度暴跌 11%，唯中期营业利润率 18.9% 同比暴跌 60 个基点，经调整后 18.3% 跌幅同样高达 570 个基点。

该品牌 6 月中刚刚任命新 CEO，开云集团进行了内部晋升，现年 48 岁、担任开云集团旗下 Yves Saint Laurent 首席运营官的 Bartolomeo Rongone 将于 9 月 1 日起担任 Bottega Veneta 首席执行官，而其前任 Claus-Dietrich Lahrs 因“更多时间陪伴家人和接受新的挑战”的“个人原因”将离开公司。

第二大品牌 Saint Laurent 圣罗兰表现非常稳定，可比增幅 15.8%，较一季度 17.5% 轻微放缓。该品牌上半年营业利润大涨 24.3% 好于销售增幅，由 2.03 亿欧元增至 2.52 亿欧元，营业利润率 25.9% 同比改善 80 个基点，经调整后 25.4% 增幅 90 个基点。

Kering Eyewear 上半年终端销售 3.21 亿欧元，收入上涨 21% 至 2.59 亿欧元。

2019 年上半年，开云集团整体收入 76.384 亿欧元，较 2018 年上半年 64.319 亿欧元增长 18.8%。报告期内公司净增 28 间门店至 1,306 间。

受 Gucci 增长放缓影响，Kering SA (PPRUY.OTC) 开云集团在美股市场股价暴跌 8.55%，而 LV 尽管表现强劲，市场仍然抱怨其走低的利润率，周四 LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE (MC.PA) 路威酩轩在欧股收跌 1.09% 报 376.15 欧元，显示投资者的趋势。

### 3. 盟可睐二季度加速增长，香港及内地加速增长

[无时尚中文网 2019-07-25]

Moncler SpA (MONC.MI) 盟可睐二季度增长加速，18% 的固定汇率增幅远超一季度的 11%，并推动上半年收入固定汇率增幅大涨 13%。

按实际汇率计算，2019 年上半年，盟可睐收入 5.702 亿欧元，较 2018 年同期 4.935 亿欧元增长 15.5%，好于市场预期的 5.62 亿欧元，二季度增幅达 19%；EBITDA 增长 15.9%，由 1.239 亿欧元增至 1.436 亿欧元，EBITDA 利润率轻微改善 10 个基点至 25.2%；净利润 7,130.9 万欧元较 2018 年同期 6,162.8 万欧元增长 15.7%。

意大利公司主席、首席执行官 Remo Ruffini 在业绩声明中称，公司每一天都在创新，并提及 7 月份举办的首次 24 小时的马拉松活动 Moncler Hackathon，称赞来自全球各部门的 450 名公司员工通力合作，不仅仅加强了公司独特和强大的信念，同时也体现在业绩上。

首席运营官 Robert Eggs 则称，二季度强劲表现在 7 月份延续。他同时指出，中国人的需求仍然是最强劲的，包括在境外的消费，尤其是法国旅游市场，由于“黄背心运动”减弱，中国游客开始重新在法国活跃，另外，韩国经济加速增长有对公司有非常大贡献。包括香港市场在内，Robert Eggs 称，二季度由中国内地市场引领，悉数加速增长。

不过，奢侈品行业在二季度表现出现分化。

与盟可睐一样，LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE (MC.PA) 路威酩轩时装皮具部门及 Hermès International SCA (RMS.PA) 爱马仕国际集团二季度都有所加速，但是奢侈品行业过去四年的风向标品牌 Gucci 古驰在二季度可比增速则大幅放缓，由一季度的 20.0% 跌至 12.7%。

Kering SA (KER.PA) 开云集团首席财务官 Jean-Marc Duplaix 将 Gucci 二季度表现怪罪于中国游客在美国市场的消费下滑，导致二季度美国市场可比销售由一季度的 5% 增幅到二季度转跌 2%。他同时称，Gucci 上半年未跟随奢侈品行业的广告竞赛，在美国市场的营销投资回报率越来越低，但会考虑下半年重新投入。



开云集团周四盘后发布中期业绩后，周五开盘股价一度大跌近 10%，全天收跌 7.01%，而路酩酊轩周三盘后发布财报后，周四股价同样因市场期待开云表现而出现争夺，全天跌逾 1%，但周五收复周四失地，大涨 2.51%。

从股价表现来看，投资者对奢侈品行业的分歧，在两大巨头财报后显然越来越大。

券商 William O'Neil 分析师 Tristan d'Aboville 表示，目前贸易保护主义盛行，中国消费者需求放缓，奢侈品行业预计会越来越艰难。他表示，自 2018 年夏天开始，该机构对奢侈品行业就持负面态度，在 2018 年 9 月和 10 月，市场愈加凶险时，该公司已经将开云、盟可睐以及 Canada Goose Holdings Inc. (TSE:GOOS) 加拿大鹅从股票推荐名单中移除。

鉴于宏观环境急速恶化，研究机构 No Agency 去年底同样集体下调奢侈品行业类股评级，并将行业个股评级普遍下调至“中性”及以下的负面评级。不过中美贸易磋商阴晴不定，该机构在二季度上调奢侈品行业全年增长展望，由-1-1%至 1-3%，但表示会在 8 月份重新审视，并调整预期。

No Agency 创始人、分析师唐小唐表示，奢侈品行业通过广告刺激收入增长的方式，越来越像科技行业的不可持续发展，尽管 Gucci 二季度收入端表现“扑街”，但核心盈利数据则表现继续上升，因此反而激赏 Gucci 的模式，认为该品牌在未来几年将会引领行业从重收入往重利润的方向发展。

Bernstein 伯恩斯坦分析师 Luca Solca 则表示，鉴于 Gucci 表现综合的二季度业绩，市场可能会采取观望态度，对品牌未来的“软着陆”好奇。

Remo Ruffini 在周三的业绩会上继续鼓吹盟可睐重点推进的“Moncler Genius”商业模式，表示新客一半由该系列引入。

从 2018 年中才每月发布的“Moncler Genius”潮牌/设计师合作系列现已占集团总收入的 8%-9%，该系列刚刚引入好莱坞明星 Will Smith 威尔·史密斯宣传，这一举动进一步显示，奢侈品牌行业广告战越来越激烈。

除投入广告外，盟可睐也正在重整渠道，扩大控制权。公司称，3 月 29 日，公司从日本市场合作伙伴 Yagi Tsusho Limited 手中，将该市场的控制权由 60%提高至 66%，6%的股份价值高达 1,090 万欧元。2017 年，盟可睐与 Yagi Tsusho 签署合资协议，盟可睐有 6 年期的逐步回购条款。

在推进日本市场控制权的同时，意大利公司二季度同时将梅西百货 (NYSE:M) 旗下 Bloomingdale's 的批发店转为直营店。Robert Eggs 主导集体美国百货行业目前面临的危机，包括其客户 Barneys New York 可能即将申请破产的危机，以及 Neiman Marcus 推迟秋冬系列订货。

零售渠道扩大的情况下，二季度直营业务收入占比提升 20 个基点至 76.6%，固定汇率 13% 的增幅较批发渠道高约 100 个基点，实际增幅 16.0%至 4.371 亿欧元。该公司指，电商渠道收入增幅仍然显著强于整体表现，但未透露具体增速及占有率。期内，同店销售增幅 9%。

截止6月底，公司运营196间独立直营门店，上半年仅净增3间，其中4间位于亚洲，而意大利和EMEA各关店1间，批发渠道则净增5间单品牌门店至60间。

## 四、公司重要公告

### 【森马服饰】披露投资者关系活动记录表

[2019-07-24] 公司召开分析师会议，会议中，公司称：森马品牌发布了新的品牌定位系统，提出了“质在日常”的品牌价值主张并作为品牌哲学，旨在发现并创造大众“日常生活中的品质感”。产品层面，于2019年冬季订货会，森马品牌推出了体现品牌DNA的新基本线，基于18-35岁人群跨场景的基本穿着需求共性，提出带有品质提升感的必备百搭产品，目标打开大众流量，在订货会上得到颇好的订货结果及客户口碑。同时，基于用户高频场景需求，提供相应细分场景需求的产品，令森马获得更有粘性的流量和连带增长机会。渠道层面，森马启动种子店铺计划，通过建设理想店铺模型来匹配品牌定位，诠释不同的生活场景、核心价值品类。

[2019-07-26] 公司召开展会调研，调研中，公司称：2019年上半年，马卡乐品牌做了赛道切换，切换到母婴一站式的赛道，在原本服饰的基础上，还在婴幼儿用品上发力，开发哺喂、出行、玩乐、纸品等全新品类，满足孩子们的日常所需，也为新生代妈妈们提供专业的一站式服务需求。马卡乐未来服装仍然是品牌发展过程中的主导品类，计划占比70%左右。巴拉巴拉品牌希望通过本次展会，向市场传递出公司现在重视拓展婴幼儿品类的信号。巴拉巴拉目前婴童产品占比12%左右。THE CHILDREN'S PLACE成立于1969年，是北美规模最大的全年龄段专业童装零售商，2018年公司通过合作代理的方式将该品牌引入到中国市场，未来，希望通过双方的合作，推动森马童装业务多品牌发展，将THE CHILDREN'S PLACE打造成中国消费者首选的海外婴童品牌。

### 【海澜之家】回购股份注销预案

[2019-07-24] 本次回购股份资金总额不低于人民币6.91亿元，不超过人民币10.36亿元。回购股份的价格不超过人民币12.00元/股。回购期限为自股东大会审议通过回购股份预案之日起不超过12个月。按回购资金总额上限人民币10.36亿元、回购价格上限12.00元/股进行测算，预计回购股份数量约86,333,333股，约占目前公司总股本（截至2019年6月30日）的1.95%。本次回购的股份将用于减少公司注册资本，公司将依法对回购的股份予以注销。

### 【比音勒芬】回复深交所问询函

[2019-07-22] 公司近三年一直保持着比较稳定的高毛利率水平。主要原因在于：公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，在面料选择方面始终坚持高标准、高性能，且具备较强的研发设计能力，树立了高端品牌形象，具有较高的产品定价能力。剔除所得税优惠影响，公司2018年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的利润总额32,008.37万元比2017年度22,085.87万元，增加9,922.50万元，增长44.93%，与公司营业收入40%的增长相符。公司近三年门店运营费分别为5,175.62万元、6,381.32万元、7,478.95万元，增幅分别为23.30%、17.20%，主要是由于公司近三年来大力扩张门店所致；公司近三年店均运营费用分别为18.68万元、22.47万元、22.66万元，其中2017年较2016年店均费用增长较多，主要系公司于2017年

致力于扩大营销网络开新店与店铺形象改造升级，实行“调位置、扩面积”的店铺改造计划，注重精品店和大型体验店的打造，为消费者提供优质的购物体验，增强现有营销网络的坪效和盈利能力。公司近三年销售运营费用增长符合实际情况，增长合理。公司定位高端人群，产品品质和溢价空间较高，出于经营上和品牌形象维护需求，除正价店外，公司会配置一定比例的折扣店。近年来公司折扣店保持稳步增长，以保证过季产品快速消化。公司近年来存货库龄主要为1年以内的产品，库龄较短，产品结构良好，说明了公司存货的增加主要来源于新增渠道和单店业绩的增加，公司存货消化良好。不同于其他快时尚服装公司，季节性、时尚性等因素对公司存货消化影响较小。

#### 【中潜股份】1元收购北海慧玉100%股权

[2019-07-25] 公司于2019年7月24日与北海慧玉网络科技有限公司股东上海秦二两网络科技有限公司、王强、丁玉才签订了《股权转让协议书》。公司以支付现金方式收购交易对方持有标的公司100%股权，本次收购完成后，北海慧玉将成为公司的全资子公司。首先标的公司北海慧玉为一家以互联网信息技术、大数据技术为主营业务的企业，5G时代为大数据提供了更加广阔的发展空间。其次标的公司可享受当地的产业扶持政策及税收优惠政策，进而降低企业的运营成本，增强企业的竞争力。最后收购标的公司为实现从潜水装备制造商向智能制造及具有提供高端综合服务能力供应商转型夯实了基础，加快公司实施工厂智能化产业布局及在智能制造领域上的发展。

#### 【奥康国际】回购股份达4%

[2019-07-27] 截至2019年7月25日，公司通过集中竞价交易方式已累计回购股份1,607.40万股，占公司总股本的比例为4.01%，与上次披露数相比增加0.74%，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17,196.02万元（含佣金、过户费等交易费用）。

#### 【梦洁股份】投资设立合伙企业

[2019-07-23] 公司拟使用自有资金与长沙财中投资管理有限公司共同成立赣州雨洁并购投资管理合伙企业（有限合伙）。本合伙企业拟出资总额为人民币20,000万元，公司作为有限合伙人认缴出资人民币10,000万元，认缴出资比例为50%；财中投资作为普通合伙人认缴出资人民币10,000万元，认缴出资比例为50%。本次参与投资设立合伙企业主要投资方向为家居生活及消费行业投资，投向与公司主营业务具有协同性，符合公司战略发展需求，有助于围绕公司主营业务储备优质资源，实现资源整合，构建新的盈利增长空间。

#### 【嘉麟杰】筹划发行股票购买资产停牌

[2019-07-23] 公司正在筹划发行股份购买北极光电（深圳）有限公司100%股权，同时募集配套资金。经公司申请，公司股票自2019年7月23日开市时起开始停牌。公司预计在不超过10个交易日的时间内披露本次交易方案。

#### 【棒杰股份】回购股份达1%

[2019-07-24] 截至2019年7月23日，公司累计通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份4,729,895股，约占目前公司总股本的1.0260%，最高成交价为6.00元/股，最低成交价为5.69元/股，支付总金额为27,968,084.29元（不含交易费用）。

**【本周 SW 纺织服装半年报】**

表 6: 本周 SW 纺织服装半年报

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 (%)
002674.SZ	兴业科技	7.00	-9.64	0.69	105.69	0.23	105.65

资料来源: Wind, 华金证券研究所

## 五、风险提示

1. 部分终端销售或不达预期; 2. 公司业绩下滑风险; 3. 并购资产业绩或不达预期; 4. 促消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