

纺织服装

行业周报

越南疫情扰动纺企短期产能释放，奥运氛围浓厚，国潮热度持续

投资要点

◆ **板块行情**：本周（07.19-07.23），SW 纺织服装板块下跌 4.29%，沪深 300 下跌 0.11%，纺织服装板块落后大盘 4.18 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 2.33%，SW 服装家纺下跌 5.17%。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 22.65 倍，SW 纺织制造的 PE 为 16.24 倍，SW 服装家纺的 PE 为 27.39 倍，沪深 300 的 PE 为 13.87 倍，SW 纺织服装的 PE 略低于近 1 年均值。

◆ **公司行情**：本周涨幅前 5 的纺织服装板块公司分别为：ST 摩登（+27.62%）、延江股份（+10.84%）、金鹰股份（+8.2%）、台华新材（+7.76%）、搜于特（+7.59%）；本周跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为：锦泓集团（-25.39%）、探路者（-18.56%）、稳健医疗（-14.49%）、爱慕股份（-13.53%）、太平鸟（-13.16%）。

行业重要新闻：

1. Puma 二季度销售额同比翻番，全年销售额和利润预计双双超越疫情前水平。

今年第二季度 Puma 的销售额高达 15.89 亿欧元/+96%，较 2019 年第二季度的 12.27 亿欧元销售额相比，增长也十分可观；公司的息税前利润（EBIT）也有所增长。该集团在一份声明中表示：对于年底的业绩，集团抱以足够的信心和乐观的态度。“鉴于第二季度销售额和盈利能力的强劲增长，同时考虑到疫情带来的持续不确定性、核心市场的政治紧张局势以及由于集装箱短缺和港口拥堵导致的供应链问题，Puma 目前预计，2021 财年的净销售额将增长 20% 以上，预计 EBIT 将在 4 亿至 5 亿欧元之间。

2. 斯凯奇第二季度销售额达 16.6 亿美元，同比增长 127.3%。斯凯奇发布了第二季度财报，财报显示斯凯奇季度销售额达到了 16.6 亿美元，同比增长了 127.3%，比 2019 年同季度增长了 31.7%。在门店方面，第二季度美国国内直营门店数量有 512 家店，同比增加了 0.4%，国际市场直营门店数量有 339 家门店，同比增加了 10.1%。根据赢商大数据，斯凯奇在中国购物中心在管门店数量达到 755 家，主要集中在华东地区，占比高达 42.4%，今年 4 月份，斯凯奇在北京开业了一家 1500 平方米的“超级大店”。未来斯凯奇希望在中国能成为前 5 名，甚至是前 3 名的运动品牌，也将会下沉五、六线城市，开拓更大的市场。

2. 斯凯奇第二季度销售额达 16.6 亿美元，同比增长 127.3%。斯凯奇发布了第二季度财报，财报显示斯凯奇季度销售额达到了 16.6 亿美元，同比增长了 127.3%，比 2019 年同季度增长了 31.7%。在门店方面，第二季度美国国内直营门店数量有 512 家店，同比增加了 0.4%，国际市场直营门店数量有 339 家门店，同比增加了 10.1%。根据赢商大数据，斯凯奇在中国购物中心在管门店数量达到 755 家，主要集中在华东地区，占比高达 42.4%，今年 4 月份，斯凯奇在北京开业了一家 1500 平方米的“超级大店”。未来斯凯奇希望在中国能成为前 5 名，甚至是前 3 名的运动品牌，也将会下沉五、六线城市，开拓更大的市场。

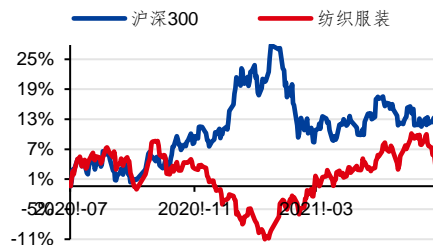
3. 麦肯锡最新报告：未来 5 年，中国市场将推动高级珠宝和豪华手表行业复苏。

疫情期间，高级珠宝行业的销售额下降了 10% 至 15%，高级和超豪华手表的销售额下降了 25% 至 30%。不过，麦肯锡预计这两个行业将在未来几年复苏。具体来说，预计增长将由年轻消费者和中国国内市场驱动。未来五年，以中国为首的亚洲市场预计将进一步增长，高级珠宝的销售额增速将在每年 10%-14% 之间，豪华手表的销售额增速约为每年 4%。麦肯锡预计未来 5 年，全球珠宝市场的整体增速在每年 3% 至 4% 之间。麦肯锡预计精品珠宝行业将发生三大转变：**数字化**：全

投资评级 领先大市-A 维持

首选股票	评级
02020	安踏体育 买入-A
002867	周大生 买入-B
002563	森马服饰 买入-A
02313	申洲国际 买入-A
600398	海澜之家 增持-A
03998	波司登 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	-2.15	-6.53	-8.62
绝对收益	0.45	4.41	3.76

分析师

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

报告联系人

孙萌
 sunmeng@huajinsec.cn

相关报告

纺织服装：6 月社零同比+12.1%，纺织服装板块景气持续，重点公司中报业绩优异
 2021-07-18

纺织服装：6 月社零增速优于市场预期，618 电商购物节促进线上增速环比提升
 2021-07-15

纺织服装：安踏、雪中飞未来发展战略彰显信心，继续关注持续提升的国产品牌
 2021-07-13

纺织服装：中报预期升温，国潮热度持续，关注细分赛道竞争力领先的国产品牌
 2021-07-04

纺织服装：国潮热度持续，品牌服饰受益
 2021-07-02

球在线销售额可能以 13%-21% 的速度增长；**可持续性**：麦肯锡估计，到 2025 年全球 20%-30% 的珠宝销售将受到以可持续为导向的消费者的影响；**新的珠宝品牌正在涌现**：高级珠宝目前只占市场总销售额的 20%，但奢侈品牌的市场份额正在上升——预计到 2025 年，品牌珠宝将占据 25%-30% 的市场份额，相当于 800 亿至 1000 亿美元。

4. 2021 年上半年消费品市场运行情况分析。据中华全国商业信息中心报告，我国 2021 年上半年消费品市场运行的九大特征分别为：上半年消费品市场持续改善；实物商品网上零售增长较快；实体店消费快速恢复；商品零售保持较快增长，餐饮收入与 2019 年同期持平；城乡消费品市场稳定恢复；百家重点大型零售企业（以百货为主）零售额累计增长 22.5%；限额以下消费实现较快增长；汽车消费增速放缓，石油及制品持续加快；居民消费价格保持温和上涨。

◆ **公司重要公告：**【申洲国际】为配合越南政府防疫措施的最新进展，【健盛集团】2021 年半年度业绩预增公告，【台华新材】2021 年限制性股票激励计划首次授予公告，【稳健医疗】2021 年半年度业绩预告，【太平鸟】部分董监高集中竞价减持股份比例达 1% 暨减持结果公告，【探路者】2021 年半年度业绩预告。

◆ **投资建议：**纺织制造板块，越南疫情严峻，7 月 18 日胡志明市及南越地区的 19 个城市和省份因疫情宣布延长封锁两周，具备越南产能布局的纺织制造企业产能短期受影响，但中长期来看，我们依旧看好深度绑定下游高景气运动服饰品牌，面料研发实力强劲，生产效率领先的申洲国际，建议关注百隆东方、鲁泰 A 和华孚时尚。服装板块，鸿星尔克事件再次印证国潮趋势，京东报告显示 22、23 日两天国潮运动品牌的整体销售额同比增长 280%，叠加本周五晚东京奥运会正式开幕，本土运动品牌关注度继续提升，建议继续积极关注安踏体育、李宁、森马服饰、波司登、海澜之家、周大生、太平鸟。

◆ **风险提示：**1. 部分终端销售或不达预期；2. 国内疫情持续出现反复；3. 品牌竞争加剧；4. 东南亚疫情或影响纺织制造行业产能释放；5. 汇率大幅波动。

内容目录

一、本周行情.....	4
1. 板块行情.....	4
2. 公司行情与重点公司估值.....	5
3. 未来一年内上市公司解禁股情况.....	7
二、行业重点数据跟踪.....	7
1. 棉花价格.....	7
2. 纺织品和服装出口（2021年6月）.....	8
3. 社零数据（2021年6月）.....	9
4. 纺织服装存货数据（2021年5月）.....	10
三、行业重要新闻.....	10
1. Puma 二季度销售额同比翻番，全年销售额和利润预计双双超越疫情前水平.....	10
2. 麦肯锡最新报告：未来5年，中国市场将推动高级珠宝和豪华手表行业复苏.....	11
3. 斯凯奇第二季度销售额达16.6亿美元，同比增长127.3%.....	12
4. 2021年上半年消费品市场运行情况分析.....	13
四、重点公司公告.....	15
五、风险提示.....	16

图表目录

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	4
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	4
图 3：纺织服装及子板块 PE 走势.....	5
图 4：棉花价格（元/吨）.....	8
图 5：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比.....	8
图 6：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比.....	8
图 7：社零及限额以上当月.....	9
图 8：线上线下当月.....	9
图 9：必选消费当月.....	9
图 10：可选消费当月.....	9
图 11：纺织服装、服饰业产成品存货.....	10
图 12：纺织业产成品存货.....	10
表 1：纺织服装及子板块最新估值与近 1 年均值 PE 对比.....	5
表 2：本周纺织服装板块涨幅前 5 的公司.....	5
表 3：本周纺织服装板块跌幅前 5 的公司.....	5
表 4：年初至今纺织服装板块涨幅前 5 的公司.....	6
表 5：年初至今纺织服装板块跌幅前 5 的公司.....	6
表 6：纺织服装重点公司股价与估值.....	6
表 7：纺织服装未来一年内解禁情况.....	7

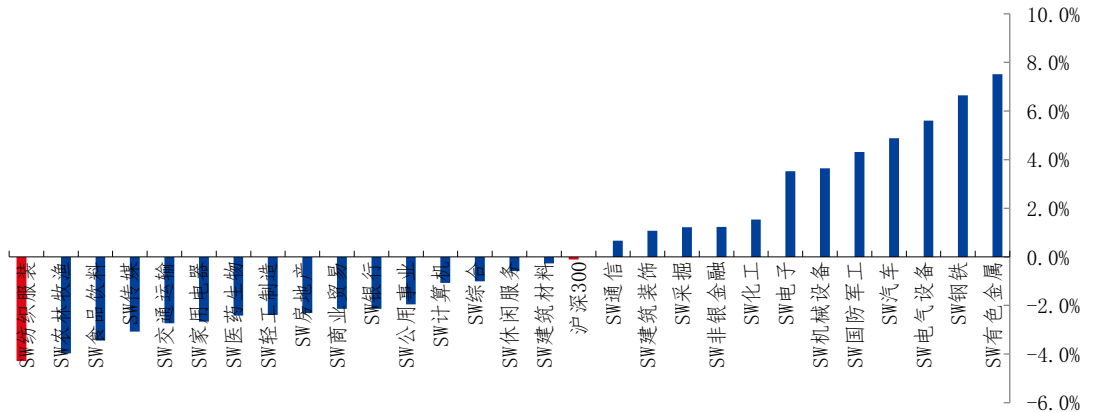
一、本周行情

1. 板块行情

本周，SW 纺织服装板块下跌 4.29%，沪深 300 下跌 0.11%，纺织服装板块落后大盘 4.18 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 2.33%，SW 服装家纺下跌 5.17%。

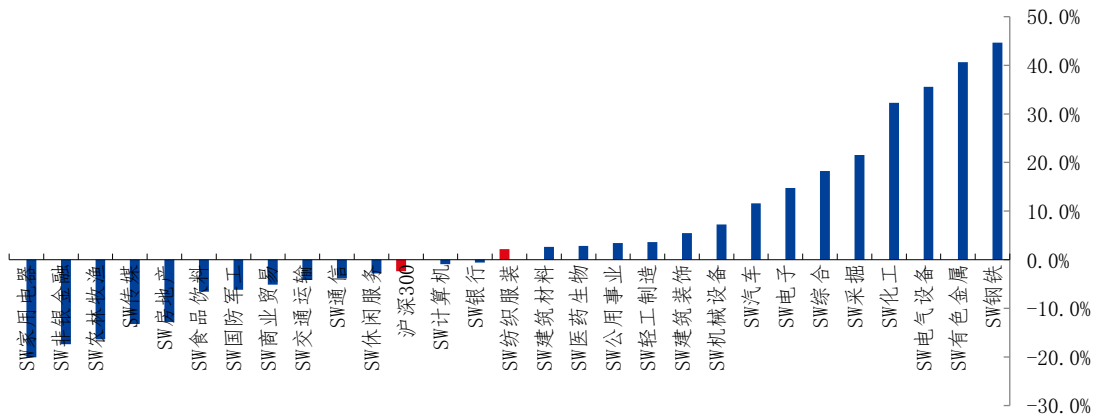
年初至今，SW 纺织服装板块上涨 2.2%，沪深 300 下跌 2.34%，纺织服装板块跑赢大盘 4.54 个百分点。其中 SW 纺织制造板块下跌 7.74%，SW 服装家纺上涨 7.77%。

图 1：本周 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

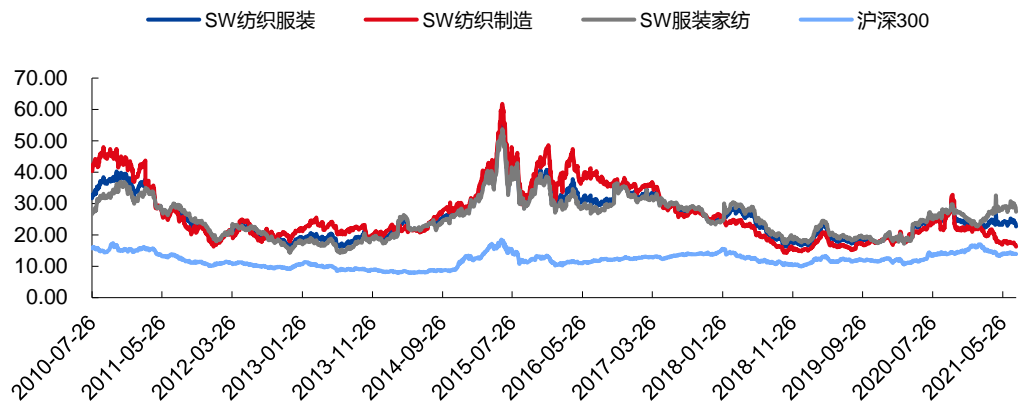
图 2：年初至今 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



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 22.65 倍，SW 纺织制造的 PE 为 16.24 倍，SW 服装家纺的 PE 为 27.39 倍，沪深 300 的 PE 为 13.87 倍。SW 纺织服装的 PE 略低于近 1 年均值。

图 3: 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
2021/7/23	22.65	16.24	27.39	13.87
近一年均值	24.49	21.57	26.82	14.62
溢价	-1.84	-5.33	0.56	-0.76

资料来源: Wind, 华金证券研究所

2. 公司行情与重点公司估值

本周涨幅前 5 的纺织服装板块公司分别为: ST 摩登 (+27.62%)、延江股份 (+10.84%)、金鹰股份 (+8.2%)、台华新材 (+7.76%)、搜于特 (+7.59%); 本周跌幅前 5 的纺织服装板块公司分别为: 锦泓集团 (-25.39%)、探路者 (-18.56%)、稳健医疗 (-14.49%)、爱慕股份 (-13.53%)、太平鸟 (-13.16%)。

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)
002656.SZ	ST 摩登	27.62	4.02
300658.SZ	延江股份	10.84	11.04
600232.SH	金鹰股份	8.20	5.41
603055.SH	台华新材	7.76	8.33
002503.SZ	搜于特	7.59	1.56

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)
603518.SH	锦泓集团	-25.39	16.22
300005.SZ	探路者	-18.56	9.74
300888.SZ	稳健医疗	-14.49	90.16
603511.SH	爱慕股份	-13.53	28.38
603877.SH	太平鸟	-13.16	49.67

资料来源: Wind, 华金证券研究所

年初至今涨幅前5的纺织服装板块公司分别为：锦泓集团(+215.56%)、ST摩登(+175.34%)、*ST环球(+150.49%)、中银绒业(+130.19%)、金发拉比(+118.66%)；年初至今跌幅前5的纺织服装板块公司分别为：恒辉安防(-62.52%)、ST柏龙(-52.2%)、中潜股份(-48.68%)、ST起步(-44.95%)、稳健医疗(-44.89%)。

表4：年初至今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)
603518.SH	锦泓集团	215.56	16.22
002656.SZ	ST摩登	175.34	4.02
600146.SH	*ST环球	150.49	2.58
000982.SZ	中银绒业	130.19	2.44
002762.SZ	金发拉比	118.66	12.60

资料来源：Wind，华金证券研究所

表5：年初至今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)
300952.SZ	恒辉安防	-62.52	24.28
002776.SZ	ST柏龙	-52.20	2.50
300526.SZ	中潜股份	-48.68	32.59
603557.SH	ST起步	-44.95	5.01
300888.SZ	稳健医疗	-44.89	90.16

资料来源：Wind，华金证券研究

表6：纺织服装重点公司股价与估值

行业	证券代码	公司简称	最新股价	市值	EPS			PE		
					2020A	2021E	2022E	2020A	2021E	2022E
纺织制造	2313.HK	申洲国际	168.40	2,531	3.40	4.20	4.93	50	40	34
	000726.SZ	鲁泰A	5.91	44	0.11	0.56	0.90	54	10	7
	002042.SZ	华孚时尚	5.70	87	-0.29	0.31	0.37	-19	18	15
	601339.SH	百隆东方	5.92	89	0.24	0.58	0.65	24	10	9
	300979.SZ	华利集团	93.22	1,088	1.61	2.20	2.78	58	42	34
	603558.SH	健盛集团	8.60	34	-1.34	0.69	0.87	-6	12	10
家纺	002293.SZ	罗莱生活	11.79	98	0.71	0.86	1.00	17	14	12
	002327.SZ	富安娜	7.56	63	0.62	0.75	0.88	12	10	9
	603365.SH	水星家纺	14.01	37	1.03	1.32	1.48	14	11	9
休闲服饰	002563.SZ	森马服饰	10.10	272	0.30	0.60	0.71	34	17	14
	603877.SH	太平鸟	49.67	237	1.50	2.01	2.50	33	25	20
	002154.SZ	报喜鸟	5.79	70	0.30	0.45	0.59	19	13	10
	002832.SZ	比音勒芬	23.69	130	0.87	1.09	1.33	27	22	18
	600398.SH	海澜之家	7.35	317	0.41	0.69	0.81	18	11	9
	3998.HK	波司登	4.76	515	0.16	0.20	0.24	30	24	20
女装	002612.SZ	朗姿股份	43.22	191	0.32	0.58	0.81	135	75	54
	003016.SZ	欣贺股份	13.94	60	0.41	0.86	1.07	34	16	13
	603808.SH	歌力思	15.39	57	1.21	0.99	1.16	13	16	13
	3709.HK	赢家时尚	11.28	79	0.64	0.76	0.87	18	15	13
	603518.SH	锦泓集团	16.22	46	-2.19	1.27	1.67	-7	13	10
	603839.SH	安正时尚	8.75	35	0.49	0.77	0.86	18	11	10

运动服饰	2020.HK	安踏体育	169.80	4,590	1.91	2.96	3.77	89	57	45
	2331.HK	李宁	83.85	2,092	0.68	1.30	1.53	123	65	55
	1368.HK	特步国际	11.88	312	0.20	0.27	0.33	61	45	36
珠宝	002867.SZ	周大生	19.88	218	0.92	1.19	1.44	22	17	14
	600612.SH	老凤祥	48.53	204	3.03	3.46	3.88	16	14	12
	1929.HK	周大福	16.02	1,602	0.60	0.67	0.76	27	24	21

资料来源: Wind 一致预期, 最新日期 2021/07/23, 华金证券研究所 (注: 申洲国际、波司登、赢家时尚、安踏体育、李宁、特步国际、周大福股价、市值、EPS 单位为港元, 其它为元)

3. 未来一年内上市公司解禁股情况

表 7: 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 (%)
300877.SZ	金春股份	2021/8/24	2,050.00	17.08%	40.59%
300952.SZ	恒辉安防	2021/9/13	186.96	1.29%	5.16%
300888.SZ	稳健医疗	2021/9/17	8,809.79	20.66%	64.75%
600370.SH	三房巷	2021/9/17	12,869.65	3.52%	13.90%
300979.SZ	华利集团	2021/10/26	491.63	0.42%	6.00%
003016.SZ	欣贺股份	2021/10/26	3,892.80	9.02%	26.74%
300901.SZ	中胤时尚	2021/10/29	6,166.80	25.70%	50.69%
300877.SZ	金春股份	2021/12/20	315.00	2.63%	9.50%
600987.SH	航民股份	2021/12/20	7,821.35	7.24%	7.83%
300918.SZ	南山智尚	2021/12/22	2,700.00	7.50%	23.08%
603587.SH	地素时尚	2021/12/22	29,747.54	61.82%	65.37%
300877.SZ	金春股份	2021/12/27	315.00	2.63%	9.50%
603477.SH	巨星农牧	2022/1/10	3,818.18	7.54%	7.93%
603808.SH	歌力思	2022/1/10	3,657.73	9.91%	9.91%
605055.SH	迎丰股份	2022/1/31	1,894.74	4.31%	19.15%
300952.SZ	恒辉安防	2022/3/11	1,869.57	12.90%	35.24%
003041.SZ	真爱美家	2022/4/6	681.75	6.82%	21.43%
002291.SZ	星期六	2022/4/25	12,281.02	16.51%	16.65%
300979.SZ	华利集团	2022/4/26	6,418.50	5.50%	45.47%
605180.SH	华生科技	2022/5/2	375.00	3.75%	13.04%
605080.SH	浙江自然	2022/5/6	834.27	8.25%	24.81%
605189.SH	富春染织	2022/5/30	1,040.00	8.33%	25.00%
603511.SH	爱慕股份	2022/5/31	1,442.78	3.61%	26.50%
600987.SH	航民股份	2022/6/20	8,140.59	7.53%	8.12%
603055.SH	台华新材	2022/6/20	5,780.35	6.95%	6.95%
300877.SZ	金春股份	2021/8/24	2,050.00	17.08%	40.59%

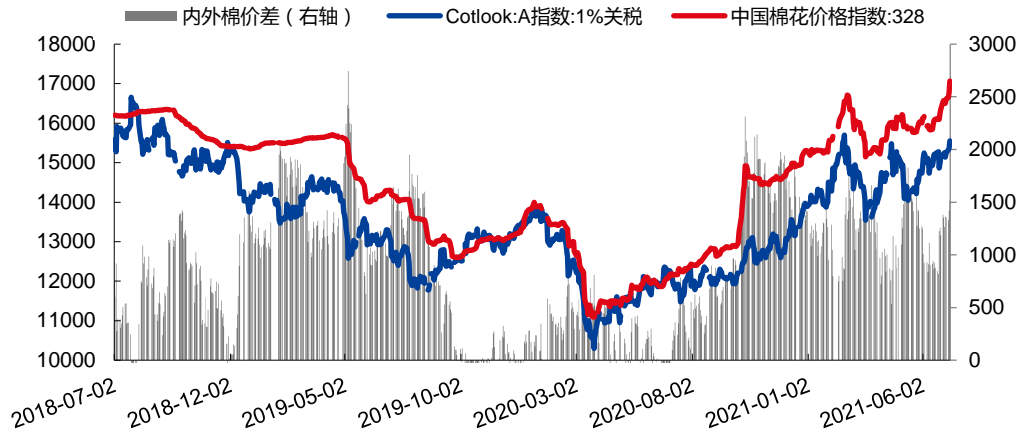
资料来源: Wind, 最新日期 2021/07/23, 华金证券研究所

二、行业重点数据跟踪

1. 棉花价格

截至7月22日，中国棉花328价格指数为17097元/吨，较7月16日上涨5元/吨，涨幅为0.03%；截至7月22日，CotlookA指数（1%关税）收盘价为15479元/吨，较7月16日上涨46元/吨，涨幅为0.3%。整体来看，本周内外棉价差1517元/吨，本周内外棉价差有所收窄。

图4：棉花价格（元/吨）



资料来源：Wind，华金证券研究所

2. 纺织品和服装出口（2021年6月）

据海关总署数据统计，今年1-6月，全国纺织品服装出口1400.86亿美元，同比增长11.90%（以人民币计同比增长3.4%），较2019年同期增长12.76%。

纺织品方面：1-6月纺织品出口685.58亿美元，同比下降7.4%（以人民币计同比下降14.5%），主要受去年同期防疫类纺织品出口基数较高影响，今年以来，我国口罩产品对外出口总量虽然保持高位，但单价降幅明显；较2019年同期增长17.0%，主要由于化纤长丝纱线及面料等上游产品出口增长较快。其中6月当月纺织品出口同比下降22.8%至124.78亿美元，环比增长2.93%，相较2019年6月增长21.1%。

服装方面：1-6月服装出口715.28亿美元，同比增长40.3%（以人民币计同比增长29.5%），较2019年同期增长9.02%。其中6月当月服装出口同比增长16.5%至149.16亿美元，环比增长22.3%，相较2019年6月增长4.06%。

图5：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比

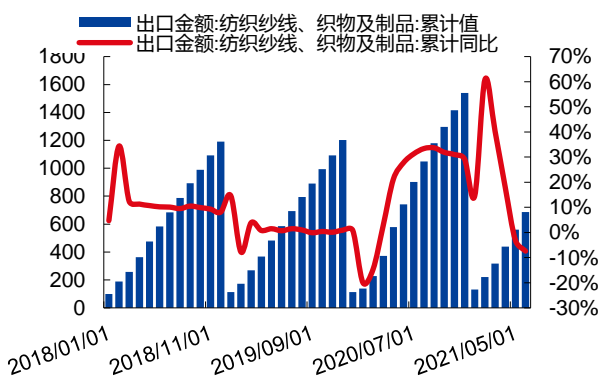
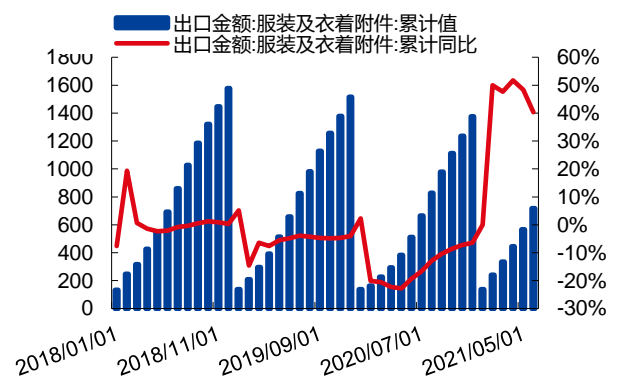


图6：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比



资料来源: Wind, 海关总署, 华金证券研究所

资料来源: Wind, 海关总署, 华金证券研究所

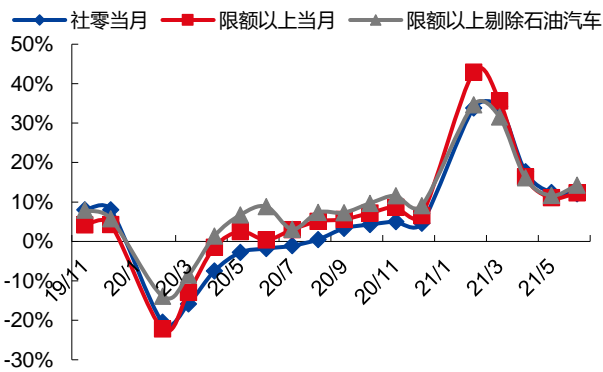
3.社零数据 (2021 年 6 月)

6 月实现社零 3.76 万亿元/+12.1%, 优于市场预期的 10.8%, 另较 19 年同期增长约 10.0%, 两年平均增速约 4.9%。1~2 月、3 月、4 月、5 月、6 月的两年平均增速分别约 3.2%、6.3%、4.3%、4.5%、4.9%, 国内消费市场呈现稳步复苏态势。

分渠道看, 1) 线上, 6 月实物商品网上零售额同比增长约 14.6%, 高基数下 (20 年 6 月同比增长 25.2%) 保持稳健增长, 主要受益于年中大规模的 618 电商购物节以及疫情后消费习惯不断向线上转移; 2) 线下, 我们测算 6 月线下实物商品零售额同比增长 9.3%, 增速环比小幅放缓 (-2.2pct), 系 6 月国内局部疫情有所反复和线上大促双重影响。另有线下购物中心客流估计和 19 年同期水平仍有差距, 根据汇客云数据, 端午小长假全国购物中心客流较 20 年端午增长 10%, 但与 19 年端午相比仍下降 16.4%。

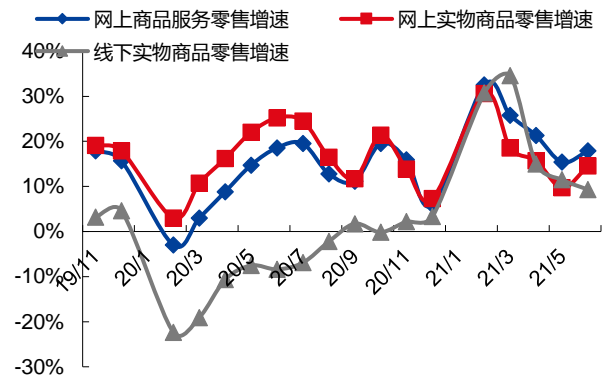
分品类看, 1) 必选, 限额以上典型必选品类粮油食品、日用品 6 月分别增长约 15.6%、14.0%, 两年平均增长分别约 13%、15%, 延续稳健增长。2) 可选, 化妆品、纺服、金银珠宝 6 月增长约 13.5%、12.8%、26.0%, 两年平均增速分别约 16.9%、6.2%、8.4% (5 月上述品类分别为 14%、6%、12%)。

图 7: 社零及限额以上当月



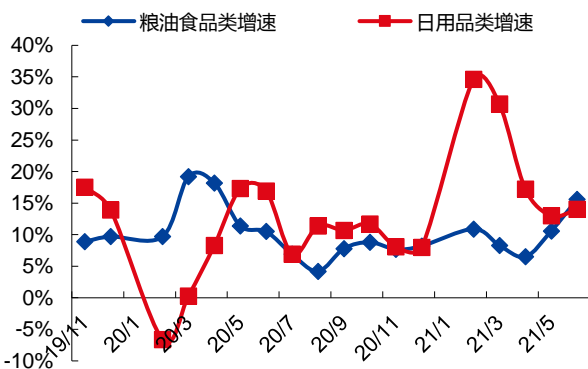
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 8: 线上线下当月



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 9: 必选消费当月



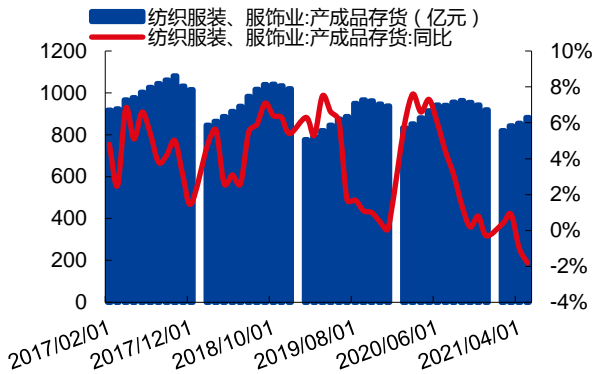
资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

4. 纺织服装存货数据 (2021 年 5 月)

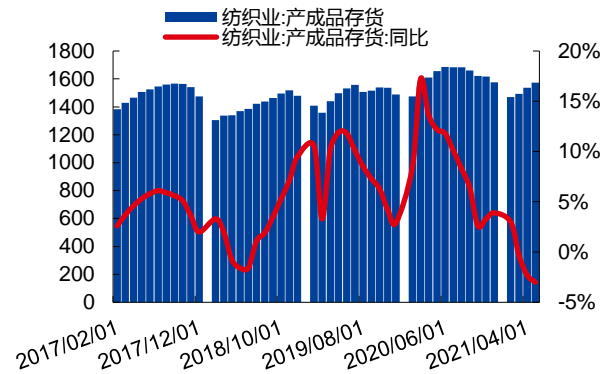
2021 年 5 月, 纺织服装、服饰业产成品存货为 882.1 亿元, 同比下降 2%; 纺织业产成品存货为 1574.1 亿元, 同比下降 3%。

图 11: 纺织服装、服饰业产成品存货



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

图 12: 纺织业产成品存货



资料来源: Wind, 国家统计局, 华金证券研究所

三、行业重要新闻

1. Puma 二季度销售额同比翻番, 全年销售额和利润预计双双超越疫情前水平

[华丽志 2021-07-19]

凭借意大利在今年欧洲杯上的历史性胜利, 意大利国家足球队的赞助商 —— 德国运动品牌 Puma 在业绩方面也取得了创纪录的表现。

集团于 7 月 16 日宣布, 在经历了喜人的第二季度之后, Puma 将上调对于今年全年的业绩预测。公司透露, 今年第二季度 Puma 的销售额高达 15.89 亿欧元, 比去年同期增长了 96%, 几乎翻了一番 (去年第二季度 Puma 受疫情打击, 销售额跌至 8.31 亿欧元)。和疫情前 2019 年第二季度的 12.27 亿欧元销售额相比, 增长也十分可观; 公司的息税前利润 (EBIT) 也有所增长。2019 年第二季度为盈利 8000 万欧元, 而去年则为亏损 1.15 亿欧元。今年第二季度, 管理层希望 EBIT 可以实现 1.09 亿欧元的盈利。

该集团在一份声明中表示: 对于年底的业绩, 集团抱以足够的信心和乐观的态度。“鉴于第二季度销售额和盈利能力的强劲增长, 同时考虑到疫情带来的持续不确定性、核心市场的政治紧张局势以及由于集装箱短缺和港口拥堵导致的供应链问题, Puma 目前预计, 2021 财年的净销

售额将增长 20%以上。“目前预计的 EBIT 将在 4 亿至 5 亿欧元之间。2021 年，集团的净利润预计将大幅改善。”

然而，集团也指出，这些增长前景受到中国和越南的生产条件变化的影响，与疫情大流行相关的区域风险可能会改变集团的计划。

2020 年，Puma 的销售额为 52.34 亿欧元，2019 年则为 55 亿欧元。因此，超过 20% 的增长率意味着 Puma 2021 年的销售总额将迈过 62 亿欧元大关。而息税前利润（EBIT），2021 年全年 Puma 似乎也有望超越疫情前的水平。（EBIT 利润 2020 年全年为 2.09 亿欧元，2019 年全年为 4.4 亿欧元）

2. 麦肯锡最新报告：未来 5 年，中国市场将推动高级珠宝和豪华手表行业复苏

[华丽志 2021-07-19]

美国跨国咨询公司麦肯锡 (McKinsey & Company) 发布了一份市场研究报告，概述了高级珠宝、高级和超豪华手表行业未来五年的市场前景。

麦肯锡称这是两个规模可观的行业，占据了全球奢侈品市场的主要份额，年销售额总计超过 3300 亿美元。

疫情期间，高级珠宝行业的销售额下降了 10% 至 15%，高级和超豪华手表的销售额下降了 25% 至 30%。不过，麦肯锡预计这两个行业将在未来几年复苏。

具体来说，由于中国对国际旅行持续限制，以及国内免税区数量增加，预计增长将由年轻消费者和中国国内市场驱动。目前，亚洲占全球珠宝销售额的 45%，占全球手表销售额的 50%。

未来五年，以中国为首的亚洲市场预计将进一步增长，高级珠宝的销售额增速将在每年 10% 至 14% 之间，豪华手表的销售额增速约为每年 4%。

麦肯锡预计未来 5 年，全球珠宝市场的整体增速在每年 3% 至 4% 之间。其中，品牌化的高级珠宝大约是整体珠宝市场增速的 3 倍，2019 年到 2025 年，品牌化的高级珠宝将以 8% 至 12% 的复合年增长率增长。未来受数字渠道和可持续性的推动，成熟品牌的市场份额将更大。

麦肯锡预计精品珠宝行业将发生三大转变：

1. 数字化：麦肯锡估计，全球在线销售额可能以 13% 到 21% 的速度增长。但它提醒，行业参与者必须仔细考虑数字渠道转型，以避免低估人性化的数字体验的重要性。事实上，在线消费者期望获得和门店一样的客户服务水平和对细节的关注。到 2025 年，大约 80% 的购物行为仍将在实体店进行，因此跨渠道的无缝体验是必须的。

2. 可持续性：麦肯锡估计，到 2025 年全球 20% 至 30% 的珠宝销售将受到以可持续为导向的消费者的影响。因此市场参与者必须拥抱可持续性，以赢得年轻消费者的信任，开拓领导地位。

3. 新的珠宝品牌正在涌现：高级珠宝目前只占市场总销售额的 20%。但奢侈品牌的市场份额正在上升——预计到 2025 年，品牌珠宝将占据 25%至 30%的市场份额，相当于 800 亿至 1000 亿美元。

在高端和超豪华手表领域，麦肯锡预计增长速度相对较慢。2019 年至 2025 年，这一市场每年仅增长 1%至 3%。

麦肯锡预计高端和超豪华手表领域也将发生三大转变：

1. 零售渠道将全面转型：几十年来，线下零售一直是手表行业的主要收入来源，主要通过多品牌零售商与客户进行接触。但如今，消费者要求与品牌直接互动，并期待更好的网购体验。出于这一原因，手表制造商将扩大其零售业务的范围，并通过动态的全渠道手段来保证客户体验。这对品牌和零售商来说都是一个重大挑战。预计到 2025 年，每年将有 24 亿美元的销售将从多品牌零售商处转移到品牌本身。

2. 中端市场将缩水：在数字原生品牌和时尚品牌的激烈竞争、以及快速增长的智能手表类别的挤压下，传统手表中的中端市场正面临越来越大的压力。这个细分市场的许多消费者目前正在转向奢侈品。麦肯锡预计，除非传统中端品牌做出反应，否则到 2025 年，中端手表的总销售额可能会减少 25 亿美元。

3. 迎来二手手表的新时代：麦肯锡称，二手手表将成为行业中增长最快的部分，预计到 2025 年，二手手表的销售额将达到 290 亿美元至 320 亿美元。各大品牌需要努力从这场变革中抓住机会，同时专业的电子零售商需要在日益激烈的竞争中完善自己的商业模式。

3. 斯凯奇第二季度销售额达 16.6 亿美元，同比增长 127.3%

[中服网 2021-07-23]

近日，斯凯奇发布了第二季度财报，财报显示斯凯奇季度销售额达到了 16.6 亿美元，同比增长了 127.3%，比 2019 年同季度增长了 31.7%。其中，美国市场销售增了 147.3%，国际市场销售增长了 113.7%。净利润为 8.5 亿美元，占到总销售额的 51.2%。

在美国国内批发销售额增长了 205.7%，国际批发销售额增长了 94.8%，DTC 增长了 137.8%。

斯凯奇首席运营官财报中也表示，即使面临着 COVID-19 的挑战，一些主要的市场暂时关闭了商店，但得益于 2021 年许多市场开始恢复正常的生活方式，对于运动产品的需求增加。

此外，斯凯奇一直重视鞋类技术的开发与创新，致力于生产舒适的产品。在 2020 年年报中就提到将大量投资于产品的研发于创新，但是用于产品研发的费用支出在季度财报中并没有体现出来。

为了加强消费者对于斯凯奇追求舒适的品牌形象，公司加强了广告宣传，在第二季度多平台投放广告宣传，包括传统电视、户外、印刷以及在线。因此，第二季度销售费用增加了 7220 万美元，上半年销售费用增加了 8340 万美元，同比增加了 62.1%。

在门店方面，第二季度美国国内直营门店数量有 512 家店，同比增加了 0.4%，国际市场直营门店数量有 339 家门店，同比增加了 10.1%。

根据赢商大数据，斯凯奇在中国购物中心在营门店数量达到 755 家，主要集中在华东地区，占比高达 42.4%。并且在今年的 4 月份，斯凯奇在北京开业了一家 1500 平方米的“超级大店”。

除了斯凯奇主品牌外，斯凯奇也在加紧斯凯奇儿童在中国市场的布局。2012 年斯凯奇开设了第一家儿童专卖店，今年 4 月首次将儿童系列搬上了秀场。2021 年 1 月，母婴行业观察联合母婴研究院发布的 2020 童鞋品牌 TOP40 权势榜上，斯凯奇儿童排名第四。在北美的童鞋市场，斯凯奇的占有率排名第一。

斯凯奇中国 CEO 陈伟利今年在接受媒体采访时表示，未来希望斯凯奇在中国能成为前 5 名，甚至是前 3 名的运动品牌，也将会下沉五、六线城市，开拓更大的市场。

疫情之后，所有品牌都在寻求新的出路，新的增长点，在健康中国战略实施的过程中，运动品牌在中国的发展仍然具有很大的潜力，但国产品牌的崛起，斯凯奇能否实现目标，归根还是看其产品能够保持差异优势。

4. 2021 年上半年消费品市场运行情况分析

[中华全国商业信息中心 2021-07-19]

1、上半年消费品市场持续改善

上半年，我国社会消费品零售总额实现 211904 亿元，较上年同期增长 23%，两年平均增速为 4.4%，两年平均增速较 1-5 月份加快 0.1 个百分点。其中，除汽车以外的消费品零售额 189997 亿元，增长 22.2%，增速较 1-5 月份放缓 2.2 个百分点。6 月份，我国社会消费品零售额 37586 亿元，同比增长 12.1%，增速环比放缓 0.3 个百分点；和 2019 年同期相比，增长 10%，增速环比加快 0.7 个百分点(与 2021 年 5 月份较 2019 年 5 月份增长速度相比)；两年平均增速为 4.9%，增速环比加快 0.4 个百分点。

2、实物商品网上零售增长较快

上半年，实物商品网上零售额实现 50263 亿元，同比增长 18.7%，两年平均增长 16.5%，两年平均增速较 1-5 月份加快 2.3 个百分点。上半年，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为 23.7%，占比较 1-5 月份提高 1.1 个百分点。其中，吃类、穿类和用类商品分别增长 23.5%、24.1%和 16.7%，两年平均分别增长 30.9%、9.8%和 17.0%。经测算，6 月份实物商品网上零售额实现 10886 亿元，同比增长 14.6%，增速环比加快 4.9 个百分点。

3、实体店消费快速恢复

根据测算，上半年实体店消费品零售额 161641 亿元，同比增长 24.4%，较 2019 年同期增长 2.7%，两年平均增长 1.3%，两年平均增速较 1-5 月份放缓 0.3 个百分点。上半年，限额以上零售业单位中的超市、便利店、百货店、专业店和专卖店零售额同比分别增长 6.2%、17.4%、29.5%、24.6%和 32.4%。6 月份实体店消费品零售额 26700 亿元，同比增长 11.1%，增速环比放缓 2.2 个百分点。

4、商品零售保持较快增长，餐饮收入与 2019 年同期持平

上半年，商品零售 190192 亿元，同比增长 20.6%，两年平均增长 4.9%，两年平均增速较 1-5 月份加快 0.1 个百分点。其中，限额以上单位商品零售 78939 亿元，同比增长 26.4%，增速较 1-5 月份放缓 1.7 个百分点。其中，6 月份商品零售同比增长 11.2%，增速环比加快 0.3 个百分点。

上半年，餐饮收入 21712 亿元，同比增长 48.6%，规模与 2019 年上半年持平。其中，限额以上单位餐饮收入 4945 亿元，同比增长 56.3%，增速较 1-5 月份放缓 7.9 个百分点。其中，6 月份餐饮收入 3923 亿元，同比增长 20.2%，增速环比放缓 6.4 个百分点。

5、城乡消费品市场稳定恢复

上半年，城镇消费品零售额 184098 亿元，同比增长 23.3%，两年平均增长 4.4%，两年平均增速与 1-5 月份持平；乡村消费品零售额 27807 亿元，增长 21.4%，两年平均增长 4%，两年平均增速较 1-5 月份加快 0.3 个百分点。

6、百家重点大型零售企业（以百货为主）零售额累计增长 22.5%

2021 年上半年，全国百家重点大型零售企业商品零售额累计增长 22.5%，低于 1-5 月份 3 个百分点。上半年，各品类除粮油食品类零售额增速同比下降 13.8%外，其余主要品类商品均实现同比快速增长，其中金银珠宝类零售额累计增长 67.0%，服装类零售额累计增长 33.4%，日用品类零售额累计增长 23.6%，化妆品类零售额累计增长 20.8%，家用电器类零售额累计增长 17.5%。6 月份零售额同比增长 8%，增速环比加快 0.6 个百分点。

7、限额以下消费实现较快增长

据测算，上半年，限额以下商品零售额 116198 亿元，同比增长 18.1%，对商品零售额增长贡献率为 54.7%，占商品零售额比重为 61.1%。其中，6 月份限额以下商品零售额 19670 亿元，同比增长 10.4%，对商品零售额增长贡献率为 54.8%，占商品零售额比重为 58.4%。

据测算，上半年，限额以下餐饮收入 16767 亿元，同比增长 46.5%，对餐饮收入增长贡献率为 74.9%，占餐饮收入比重为 77.2%。其中，6 月份限额以下餐饮收入 3026 亿元，同比增长 17.9%，对餐饮收入增长贡献率为 69.7%，占餐饮收入比重为 77.1%。

8、汽车消费增速放缓，石油及制品持续加快

上半年限额以上单位汽车类零售额实现 21907 亿元，累计增长 30.4%，增速较 1-5 月份放缓 7.4 个百分点。6 月份，限额以上单位汽车类零售额同比增长 4.5%，增速环比放缓 1.8 个百分点。

上半年限额以上单位石油及制品类零售额实现 9673 亿元，累计增长 21.7%，增速与 1-5 月份持平。6 月份，限额以上单位石油及制品类零售额同比增长 21.9%，增速环比提高 1.6 个百分点。

9、居民消费价格保持温和上涨

上半年全国居民消费价格累计上涨 0.5%，涨幅较上年回落 3.3 个百分点，较 1-5 月份提高 0.1 个百分点。其中食品价格累计下降 0.2%，增速较上年同期回落 16.4 个百分点，较 1-5 月份下降 0.3 个百分点；非食品价格累计上涨 0.7%，涨幅与上年同期持平，较 1-5 月份提高 0.2 个百分点。消费品价格累计上涨 0.7%，涨幅较上年同期回落 4.9 个百分点，较 1-5 月份提高 0.1 个百分点；服务价格累计增长 0.3%，涨幅较上年同期回落 0.7 个百分点，较 1-5 月份提高 0.1 个百分点。

四、重点公司公告

【申洲国际】为配合越南政府防疫措施的最新进展

[2021-07-19] 7 月 19 日晚，公司发布公告：鉴于越南疫情的变化，越南政府由不迟于 7 月 19 日起 14 天期间在越南胡志明市及西宁省实施社会隔离措施。为配合该项措施，由即日起，1) 公司德利越南面料生产基地产能将按其正常产能的约 30% 营运；(2) 德利越南成衣生产基地将暂停营运；(3) 世通越南成衣生产基地的产能将按其正常产能的约 33% 营运。就当前疫情对越南生产基地实际产能的影响，公司估计越南生产基地每受影响 14 天，面料和成衣的年度总产能将分别下降约 2% 和 1%。

【健盛集团】2021 年半年度业绩预增公告

[2021-07-20] 公司预计 2021 年半年度归属上市公司股东的净利润与上年同期相比将增加 4,500 万元到 6,500 万元，同比增加 81% 到 136%；预计 2021 年半年度归属上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润与上年同期相比约增加 5,000 万元到 8,000 万元，同比增加 128% 到 205%。

业绩预增的原因为：2020 年上半年受疫情影响，业绩基数较低；报告期内，袜子业务摆脱了疫情的影响，回到正常的发展轨道，产量与销售均有较大的增长。

【台华新材】2021 年限制性股票激励计划首次授予公告

[2021-07-20] 2021 年 7 月 19 日，公司召开第四届董事会第七次会议、第四届监事会第七次会议，分别审议通过了《关于调整公司 2021 年限制性股票激励计划相关事项的议案》、《关于向激励对象首次授予限制性股票的议案》。议案具体如下：公司于 2021 年 7 月 19 日向董事张长建、副总经理丁忠华、财务总监李增华和公司核心骨干共 105 人以 3.18 元/股的价格授予限制性股票 6399000 股。

本次授予计划分三次解除限售，每期解除限售比例分别为 30%、30%、40%，第一个解除限售期为自首次授予登记完成之日起 12 个月后的首个交易日起至首次授予登记完成之日起 24 个月内的最后一个交易日当日止；第二个解除限售期为自首次授予登记完成之日起 24 个月后的首个交易日起至首次授予登记完成之日起 36 个月内的最后一个交易日当日止；第三个解除限售期为自首次授予登记完成之日起 36 个月后的首个交易日起至首次授予登记完成之日起 48 个月内的最后一个交易日当日止。

本次激励产生的激励成本预计摊销情况如下：2021-2024 年分别为 910.79、1353.18、650.57、208.18 万元。

【稳健医疗】2021 年半年度业绩预告

[2021-07-23] 公司发布 2021 年半年度业绩预告,2021H1 预计实现营收 40.29-40.87 亿元,同比下降 2.2%-3.6%,较 2019 年同期增长 91.4%-94.1%;预计实现归属于上市公司股东的净利润 7.39-7.76 亿元,同比下降 24.8%-28.4%,较 2019 年同期增长 221.4%-237.5%。

1. 医疗业务:主营业务收入与去年同期相比下降 15%-17%,但较 2019 年上半年仍然上升 2.5 倍左右;同比下降主要原因:(1) 主要由于去年同期受国内外疫情影响,公司疾控防护产品价量齐升,导致去年同期业绩大幅增长。2021 年以来,国内疫情得到有效控制,全球防疫物资供应充足,销售价格逐步回归常态,致使公司疾控防护产品在销售量较去年同期大幅增长的情况下,营业收入和净利润均有所下降。(2) 受疫情影响,全球货物运输速度减缓,导致全球运力紧张,整体出口航运力严重供不应求,推动运费大幅增加。给整个国际航运带来前所未有的挑战,致使公司部分境外订单交付推迟,对公司销售和净利润均有所影响。

2. 日用消费品业务:主营业务收入与去年同期相比上升 20%-22%,较 2019 年上半年上升 33%-35%,主要由于:(1) 国内疫情得到有效控制,国内消费需求和消费能力反弹,拉动了日用消费品行业景气度回升;(2) 公司继续拓展线上和线下销售网络协同布局,建立新品及爆品策略,带来销售业绩较快增长。

【太平鸟】部分董监高集中竞价减持股份比例达 1%暨减持结果公告

[2021-07-23] 公司于 2021 年 5 月 15 日披露了《股东及董监高减持股份计划公告》(公告编号:2021-030)。公司于 2021 年 7 月 22 日收到董事兼总经理陈红朝先生关于减持股份结果的告知函,自本次减持计划时间区间起始日至本公告日,陈红朝先生以集中竞价交易方式共减持股份 476 万股,占公司总股本的 1.00%。陈红朝先生本次减持计划已实施完毕,当前持股比例为 9.32%。

【探路者】2021 年半年度业绩预告

[2021-07-23] 公司预计 2021 年半年度归属上市公司股东的净利润为 1200-1500 万元,扭亏为盈,本报告期非经常损益对公司净利润的影响金额约 1100 万元。

业绩变动的原因为:2021 年半年度,公司紧抓疫情后市场复苏机遇,深挖户外用品细分市场的市场空间,加强市场拓展、营销推广和零售终端精细化管理,提升品牌价值,提高柔性快反产品比例,公司上半年营业收入较去年同期有较大幅度增长,产品毛利率较去年同期也有一定幅度的提升,公司主营业务盈利能力有所提高。同时公司加强预算管理,提升费用管控水平,加强信贷和存货管控,控制和降低经营风险,提高资产质量,上半年信用减值损失和资产减值损失较去年同期大幅减少。综合以上因素,上半年归属于上市公司股东的净利润较去年同期实现扭亏为盈。

五、风险提示

1. 部分终端销售或不达预期; 2. 国内疫情持续出现反复; 3. 品牌竞争加剧; 4. 东南亚疫情或影响纺织制造行业产能释放; 5. 汇率大幅波动。

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