

国金证券研究所

分析师：赵中平（执业 S1130524050003）  
zhaozhongping@gjzq.com.cn

分析师：杨欣（执业 S1130522080010）  
yangxin1@gjzq.com.cn

分析师：杨雨钦（执业 S1130524110005）  
yangyuqin@gjzq.com.cn

## 坦博尔递交港股上市申请；美丽田园收购思妍丽+股份回购

### 核心观点

**坦博尔 10 月 8 日提交上市申请，有望在港交所上市。**坦博尔为中国领先的专业户外服饰品牌，创立于 2004 年，融合高性能与时尚风格，通过核心三大产品系列覆盖专业户外领域及日常休闲户外消费者的全场景需求。坦博尔营收规模快速成长，2025 年上半年归母净利润为 359.4 万元，同比增长 305.6%。过去三年销售费用率分别为 27.3%/34.8%/39.0%，高营销投入助力品牌力破圈。坦博尔服装产品矩阵战略性围绕三大系列，包括顶尖户外系列、运动户外系列、城市轻系列。2025 年上半年，城市轻户外系列以 68.2%的营收占比稳居主导地位，同时新兴系列快速崛起，推动品牌收入结构持续优化。

**美丽田园收购思妍丽+股份回购，美容服务巨头戴维斯双击机会。**10 月 15 日美丽田园（2373.HK）发布公告，拟以总价 12.5 亿元人民币战略收购思妍丽 100%股权，两年内接连整合行业第二（奈瑞儿）、第三大品牌，美容服务行业进入龙头主导阶段。本次收购在地域布局上形成强协同效应，收购完成后双方将合计拥有 191 家门店，占比全国 456 家高端商业体 42%，并使美丽田园直营活跃会员数大幅增长 44%。同时公司于 2025 年 10 月 15 日至 17 日连回购股份，累计购回 14 万股，占总股本 0.6%。本次收购有效增厚整体业绩，叠加连续回购传递信心，以及收购带来的规模效应与协同潜力，美丽田园有望迎来业绩增长与估值提升共振。

### 行业数据跟踪：

**8 月服装零售同比开始回温。**8 月服装零售同比增长 3.1%，同比增速环比 7 月有所上升，主要由于 1) 8 月正值夏秋换季，夏季服装清仓，促销力度较大，同时秋季新品上市，消费者提前购置秋装；2) 极端天气减少，线下门店客流增加，线上物流配送恢复；3) 8 月是暑期末尾，消费需求旺盛。本周原材料价格整体稳定，328 级棉现货/美棉 CotlookA/粘胶短纤/涤纶短纤/长绒棉价格周涨跌幅分别为-1.57%/-1.21%/0.00%/-0.46%/-0.18%，内外棉价差为 936 元/吨，周涨幅为-11.61%。

**8 月化妆品零售持续回温。**化妆品零售同比提升 5.1%，增速环比 6 月提升 0.6pct。原材料价格中，棕榈油近两周（2025.09.12-2025.09.26）价格降 1.24%；原油价格近两周价格升 3.33%。

**细分行业景气指标：**运动户外（稳健向上）、男装（底部企稳）、女装（底部企稳）、家纺（底部企稳）、中游代工（稳健向上）、纺织原材料（略有承压）、美护（稳健向上）、医美（稳健向上）。

### 投资建议

1) 服装品牌：**海澜之家**顺应消费降级趋势商业转型拓展创新市区奥莱业态，未来开店空间较大且具备较强盈利能力，同时主业成人装筑底恢复，分红水平维持在高位，**李宁** 25 年处于经营调整过程，拐点可期且 COC 合作有望带来催化。2) 美护板块：推荐舆情影响逐步减弱，数据韧性较强的**巨子生物**；以及重组胶原蛋白龙头，下半年新品放量可期的**锦波生物**。3) 黄金珠宝板块：金价上行行业维持较高景气度，推荐品牌力较强的**老铺黄金**。

### 行情回顾及公告新闻

**行情回顾：**上周沪深 300、深证成指、上证综指涨跌幅分别为-2.22%、-4.99%、-1.47%，纺织制造板块下降 1.75%。板块对比来看，纺织服装、美容护理最近一周涨跌幅在 29 个一级行业板块中分别位列第 5、第 16。个股方面，纺织服装中迎丰股份、七匹狼涨幅居前，跨境通、美邦服饰跌幅居前。美容护理中吉宏股份、壹网壹创涨幅居前，巨子生物、逸仙电商跌幅居前。

**行业新闻动态：**1) 波司登品牌创始人、集团董事局主席兼总裁高德康：ESG 引领可持续时尚美好未来；2) 抖音电商：今年“双十一”超 3 万个服饰商家直播销售额同比增长 300%；3) 纺织品出口逆势飘红，服装却遇冷？2025 前三季度数据释放重要信号。

**重点公司公告：**1) 特步发布三季报：主品牌零售销售同比录得低单位数增长，旗下索康尼品牌零售销售同比增长超过 20%；2) 361 度发布三季报：主品牌及童装品牌线下零售额同比均增约 10%，电子商务平台整体流水同比增约 20%。

**风险提示：**内需恢复不及预期、汇率波动风险、关税风险。

## 内容目录

1、周观点.....	3
1.1 户外品牌坦博尔拟上市.....	3
1.2、美丽田园收购思妍丽+股份回购，美容服务巨头戴维斯双击机会.....	4
2、行业数据跟踪.....	6
3、投资建议.....	8
4、上周行情回顾.....	9
5、行业新闻动态.....	10
6、公司动态.....	11
7、风险提示.....	11

## 图表目录

图表 1： 坦博尔营收和利润（百万元）.....	3
图表 2： 坦博尔盈利与费用情况.....	3
图表 3： 坦博尔系列收入结构（百万元）.....	4
图表 4： 坦博尔系列收入增速（%）.....	4
图表 5： 公司线上渠道快速爆发（亿元）.....	4
图表 6： 思妍丽定位高端美容市场.....	5
图表 7： 美丽田园分业务会员数（人）.....	5
图表 8： 美丽田园门店数（个）.....	5
图表 9： 美丽田园近三年股份回购情况.....	6
图表 10： 美丽田园可比公司估值.....	6
图表 11： 8 月服装零售环比上升.....	6
图表 12： 8 月金银珠宝零售继续回温.....	6
图表 13： 大宗原材料价格汇总.....	6
图表 14： 328 级棉现价走势图（元/吨）.....	7
图表 15： CotlookA 指数（美分/磅）.....	7
图表 16： 粘胶短纤价格走势图（元/吨）.....	7
图表 17： 涤纶短纤价格走势图（元/吨）.....	7
图表 18： 长绒棉价格走势图（元/吨）.....	7
图表 19： 内外棉价差价格走势图（元/吨）.....	7
图表 20： COMEX 黄金期货收盘价.....	7
图表 21： 黄金现货价格（元/克）.....	7
图表 22： 8 月化妆品同比增速（%）.....	8
图表 23： 棕榈油现货价（元/吨）.....	8
图表 24： 原油价格（美元/桶）.....	8
图表 25： 上周纺织服装板块涨跌幅.....	9
图表 26： 上周纺织服装板块涨跌幅走势.....	9

图表 27: 上周各板块涨跌幅 (%) ..... 9  
 图表 28: 近一周纺织服装行业涨幅前五名 ..... 9  
 图表 29: 近一周纺织服装行业跌幅前五名 ..... 9  
 图表 30: 近一周美容护理行业涨幅前五名 ..... 10  
 图表 31: 近一周美容护理行业跌幅前五名 ..... 10  
 图表 32: 上周 (2025/10/10/-2025/10/18) 重点公司公告 ..... 11

## 1、周观点

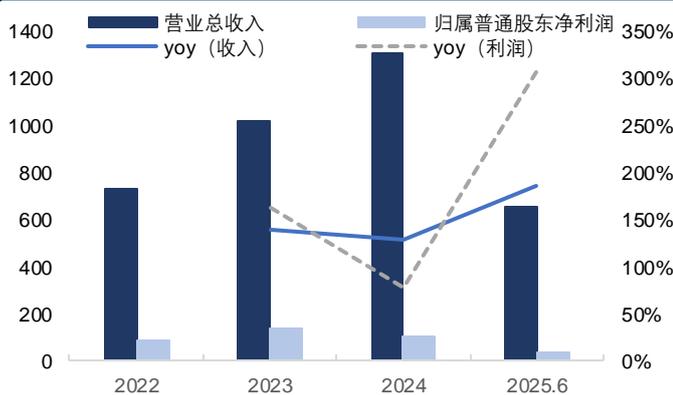
### 1.1 户外品牌坦博尔拟上市

**坦博尔 10 月 8 日提交上市申请，有望在港交所上市。**坦博尔为中国领先的专业户外服饰品牌，创立于 2004 年，融合高性能与时尚风格，通过核心三大产品系列覆盖专业户外领域及日常休闲户外消费者的全场景需求。

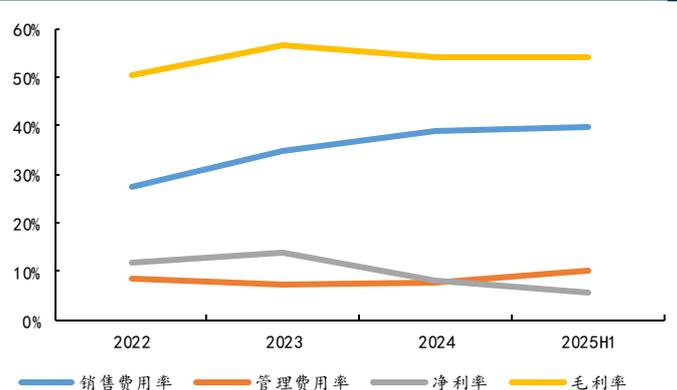
坦博尔发展历程主要分为三个阶段：(1) 初创期 (2004-2014 年)：坦博尔成立于 2004 年，聚焦高性价比羽绒服，2014 年线下布局超 1800 家网点，年产能 350 万件，稳居行业前列；(2) 成长期 (2015-2022 年)：2015 年新三板挂牌后于 2017 年摘牌调整。2020 年投建智慧科技园 (年产能 800 万件) 布局线上渠道；2022 年亮相慕尼黑 ISPO，开启户外转型。(3) 爆发期 (2023 年至今)：2023 年坦博尔推出户外系列并获行业功勋奖，2024 年建立极寒实验室，实现营收 13.02 亿同比增长 27.6%，成中国第四大本土户外品牌；2025 年签约两国滑雪队，2025H1 实现营收 6.58 亿元，同比增长 85.0%，实现高速增长。

**坦博尔营收规模快速成长，营销端高投入。**坦博尔营收呈稳健增长态势，营销端持续发力。2022-2024 年及 2025 年上半年公司营收分别为 7.32 亿元、10.21 亿元、13.02 亿元和 6.58 亿元，2023-2024 年及 2025 年上半年营收同比增长分别为 39.4%/27.6%/85.0%，2025 年上半年归母净利润为 359.4 万元，同比增长 305.6%。公司在市场营销中高投入，销售费用主要为线上线下广告及推广活动支付的广告及推广费，过去三年销售费用分别为 2.00 亿元、3.56 亿元及 5.08 亿元，分别占相应年度总收入的 27.3%、34.8%及 39.0%，高营销投入助力品牌力破圈。

图表1: 坦博尔营收和利润 (百万元)



图表2: 坦博尔盈利与费用情况



来源: ifind, 招股书, 国金证券研究所

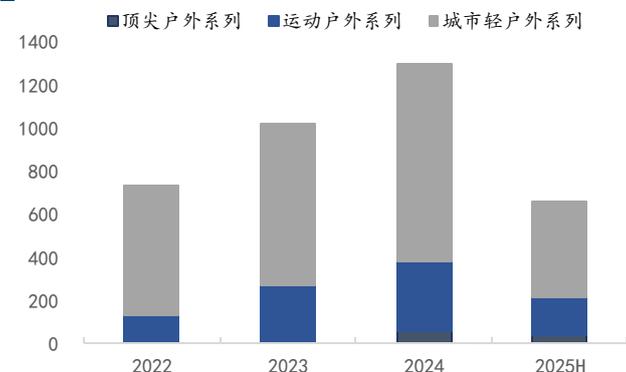
来源: ifind, 招股书, 国金证券研究所

坦博尔服装产品矩阵战略性围绕三大系列，包括顶尖户外系列、运动户外系列、城市轻系列。三大产品矩阵各具特色，1) 顶尖户外系列于 2022 年推出，采用先进的技术和创新的特点，专为滑雪、高海拔徒步和极地探险等极端环境设计；2) 运动的户外系列面向家庭户外群体、进阶户外爱好者及注重功能性与舒适性平衡的消费者，满足登山、露营、中低海拔徒步等中等强度户外探索活动的需求；3) 城市轻户外系列衔接城市生活与短途户外场景，覆盖郊游、公园休闲和通勤等场景，契合崇尚自然生活的都市居民与追求简约实用的消费群体。

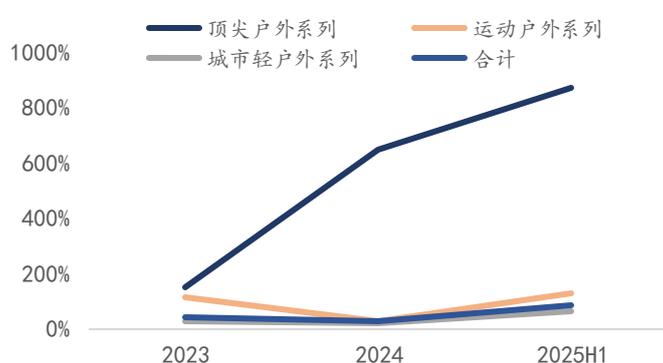
2025 年上半年，城市轻户外系列以 68.2%的营收占比稳居主导地位，同时新兴系列快速崛起，推动品牌收入结构持续优化。其中，顶尖户外系列营收从 2022 年的 272.4 万元激

增至 2025 年上半年的 3052.9 万元；运动户外系列表现同样亮眼，营收规模从 2022 年的 1.22 亿元扩大至 2025 年上半年的 1.77 亿元，营收占比提升幅度较大，成为拉动品牌收入增长的重要支撑。

图表3: 坦博尔系列收入结构 (百万元)



图表4: 坦博尔系列收入增速 (%)



来源: ifind, 招股书, 国金证券研究所

来源: ifind, 招股书, 国金证券研究所

坦博尔线上渠道呈现爆发式增长，线下稳健发展。品牌采用“线上自营+平台分销+线上分销商”的多维度驱动模式，通过抖音、天猫等社交电商与综合电商实现高效转化，京东、快手、微信小程序等平台分销扩大用户覆盖，同时引入线上分销商补充渠道矩阵，形成全链路线上销售网络。2022-2024 年线上收入占比分别为 30.9%/34.1%/48.1%，2025 年上半年进一步提升至 52.7%，占比持续攀升且绝对额增长强劲。线下渠道战略聚焦优质场景，截至 2025H1 共有直营门店 257 家和分销门店 311 家，另外 50 家季节性门店配合销售旺季需求，重点布局核心商圈与高端购物中心，门店店效较为稳定。

图表5: 公司线上渠道快速爆发 (亿元)

项目	2022	2023	2024	2025H1
线上销售额	2.26	3.48	6.26	3.47
占比	30.9%	34.1%	48.1%	52.7%
线下销售额	4.59	6.38	6.35	2.85
占比	62.7%	62.5%	48.8%	43.3%
直营门店销售额	2.63	4.06	3.90	1.90
总门店数	486	562	608	568
直营门店数	204	250	278	257
平均店效(万元)	129	162	140	74

来源: ifind, 国金证券研究所

综合来看，坦博尔品牌定位聚焦“专业户外+全场景适配”，在产品端主要通过顶尖户外、运动户外驱动成长，渠道端主要通过线上渠道驱动，品牌在整体规模增长方面展现出强劲的动能，今年已有伯希和和坦博尔递交上市申请，显示出户外赛道的高景气性，新品牌上市有望带动户外板块的情绪。

## 1.2、美丽田园收购思妍丽+股份回购，美容服务巨头戴维斯双击机会

10 月 15 日，中国美容与健康服务领先品牌美丽田园医疗健康产业有限公司 (2373.HK) 发布公告，拟以总价 12.5 亿元人民币战略收购上海思妍丽实业股份有限公司 100% 股权。而美丽田园已于 2024 年初以 3.5 亿元收购同行奈瑞儿健康科技有限公司 70% 核心资产。以 2024 收入计算，美丽田园、奈瑞儿与思妍丽分别位居中国美容服务行业前三。此次交易意味着美丽田园在两年内接连整合行业第二、第三大品牌，标志着中国美容服务行业正由高度分散竞争阶段迈入龙头主导的整合期，高端服务市场格局有望迎来重塑。

图表6: 思妍丽定位高端美容市场



来源: 美丽田园投资者关系公众号, 国金证券研究所

本次收购在地域布局上形成强协同效应, 显著提升美丽田园在中国高端美容市场的占有率。弗若斯特沙利文数据显示, 2024 年国内前 20 个一线及新一线城市贡献了近 40% 的美容服务市场份额, 思妍丽超 90% 的收入来源于这些高线城市, 以 24 年营收计算位列国内中高端美容服务品牌第三位, 门店主要分布于北上广深等一线城市核心商圈, 客户以高净值人群为主; 美丽田园同样聚焦高端市场, 2025 年上半年一线及新一线城市收入占比超过 90%, 其中四大一线城市收入占比超 60%, 增速达 52%。本次收购显著提升公司渠道能力与获客量:

①集团门店网络迅速扩张, 卡位高线城市核心商圈等稀缺资源。美丽田园共有 273 家直营店, 其中一线城市 157 家 (占比 58%), 新一线城市 91 家。截至 2025 年 6 月 30 日, 思妍丽在全国 48 个城市运营 163 家生活美容门店 (包括 118 家直营门店及 45 家加盟门店) 及 19 家医疗美容门诊。收购完成后, 双方将在全国 456 家高端商业体中合计拥有 191 家门店, 占比达 42%, 接近半壁江山, 显著强化在高线城市的网络密度与品牌影响力。

②进一步巩固高净值客群市场, 引入高质量流量。25 年上半年美丽田园美容和保健服务直营门店活跃会员数增至 11.2 万名, 同比增长 45.7%; 此次收购将为美丽田园公司带来 6 万名直营活跃会员, 集团会员规模大幅增长 44%。

美丽田园行业整合者地位确立, 外延并购持续驱动价值创造。通过“内生增长+外延收购”的双轮驱动战略, 公司已证明其强大的收购整合能力, 目前旗下涵盖美丽田园、贝黎诗、研源、秀可儿四大品牌。奈瑞儿被收购后经调整净利率从 6.5% 提升至 10.4%, 公司于 2025 年 5 月进一步增持奈瑞儿股权至 90%。美丽田园 25 年上半年营收 14.59 亿元, 净利润 1.56 亿元, 此次再收购的思妍丽具备扎实成熟的盈利能力, 2024 年实现收入 8.5 亿元, 净利润 8100 万, 将直接增厚集团营收与利润规模, 带来极为强劲的业绩增量。

图表7: 美丽田园分业务会员数 (人)

美容保健服务类	2025H1	2024H1
直营门店客流	849595	571623
直营门店活跃会员数	112029	76908
医美类	2025H1	2024H1
直营门店客流	49605	38750
直营门店活跃会员数	24352	19086
亚健康医疗类	2025H1	2024H1
直营门店客流	18869	10754
直营门店活跃会员数	7014	3627

来源: 公司年报, 国金证券研究所

图表8: 美丽田园门店数 (个)

Number of Stores	门店数	For the six months ended June 30, 截至6月30日止六個月	
		2025	2024
		2025年	2024年
Beauty and Wellness Services	美容和保健服務		
— Direct stores	— 直营店	238	169
— Franchised stores	— 加盟店	276	207
Aesthetic Medical Services	醫療美容服務	27	24
Subhealth Medical Services	亞健康醫療服務	11	9
<b>Total</b>	<b>總計</b>	<b>552</b>	<b>409</b>
<b>Direct stores distribution by Cities</b>	<b>直营门店按城市分佈</b>	<b>For the six months ended June 30, 截至6月30日止六個月</b>	
		2025	2024
		2025年	2024年
Tier-one Cities	一線城市	157	91
New Tier-one Cities	新一線城市	91	85
Others	其他	25	26
<b>Total</b>	<b>總計</b>	<b>273</b>	<b>202</b>

来源: 公司年报, 国金证券研究所

美丽田园于 2025 年 10 月 15 日至 17 日连续在公开市场回购股份, 累计购回 14 万股, 总回购金额约 465 万港元, 占总股本 0.6%。若将时间线拉长, 公司于 2025 年 7 月亦完成三笔回购, 共回购 9.05 万股, 2025 年年初至今累计回购股份已达 23.05 万股, 占总股本的 0.1%。根据公司公告, 美丽田园董事会认为, 目前的股份成交价并未充分反映公司的内在价值与实际业务前景。美丽田园在完成对思妍丽的战略收购后其估值已回升至三年平均区间上沿。基于当前约 29.2 倍的估值水平, 在股份回购与行业整合的双重催化下, 公

司估值体系有望迎来系统性重估。思妍丽收购后有效增厚整体业绩，叠加公司近期连续回购传递信心，以及收购带来的规模效应与协同潜力，美丽田园有望迎来业绩增长与估值提升共振的戴维斯双击机会。

图表9: 美丽田园今年以来股份回购情况



图表10: 美丽田园可比公司估值

可比公司名称	币种	市值	调整后市值	母公司拥有人 应估溢利净额 (扣除非常规 项目)(LTM)	P/E (LTM)
美丽田园醫療健康產 業有限公司	港元	7,133	7,289	250	29.2x
完美醫療健康管理有 限公司	港元	2,136	2,248	203	11.1x
亮晴控股有限公司	港元	1,080	1,078	42	25.7x
奥思集團有限公司	港元	640	651	118	5.5x
朗姿股份有限公司	人民幣	7,451	6,012	177	34.0x

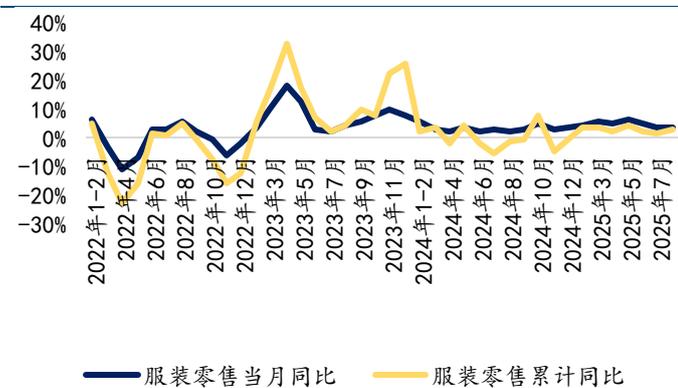
来源: ifind, 国金证券研究所

来源: 公司公告, 国金证券研究所

## 2、行业数据跟踪

**8月服装零售同比开始回温，金银珠宝零售持续回温。**8月服装零售同比增长3.1%，同比增速环比7月有所上升，主要由于1)8月正值夏秋换季，夏季服装清仓，促销力度较大，同时秋季新品上市，消费者提前购置秋装；2)极端天气减少，线下门店客流增加，线上物流配送恢复；3)8月是暑期末尾，消费需求旺盛。Q2服装终端消费力环比平稳，短期复苏节奏可能仍有波动，但板块整体估值较低，未来弹性空间较大，建议持续跟踪主要服企终端动销数据，关注板块潜在弹性。金银珠宝类零售同比增长16.8%，增速环比7月提升8.6pct，金价支撑刚需的同时，区域消费热度回升。

图表11: 8月服装零售环比上升



来源: iFind, 国金证券研究所

图表12: 8月金银珠宝零售继续回温



来源: iFind, 国金证券研究所

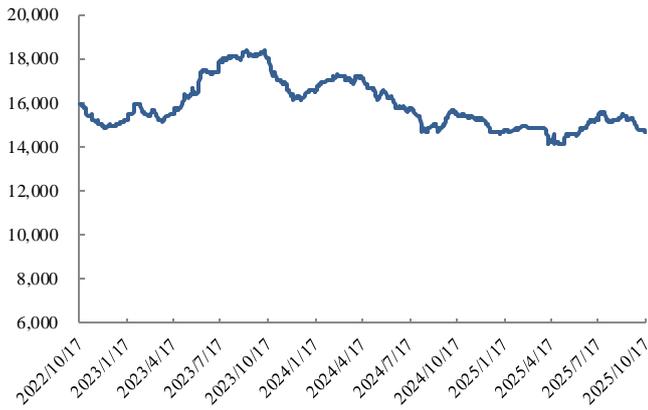
本周原材料价格整体稳定，328级棉现货/美棉 CotlookA/粘胶短纤/涤纶短纤/长绒棉价格周涨跌幅分别为-0.65%/-1.89%/0.00%/-0.94%/-0.89%，内外棉价差为786元/吨，周涨幅为-14.29%。COMEX黄金期货：周五收盘价4267.90美元/盎司、近两周价格涨9.09%。

图表13: 大宗原材料价格汇总

原材料名称	价格	周涨跌幅	价格日期
328级棉现货	14679元/吨	-0.65%	2025/10/17
美棉 CotlookA	75.10美分/磅	-1.89%	2025/10/16
粘胶短纤	13000元/吨	0.00%	2025/10/17
涤纶短纤	6300元/吨	-0.94%	2025/10/17
长绒棉	22300元/吨	-0.89%	2025/10/17
内外棉价差	786元/吨	14.29%	2025/10/17

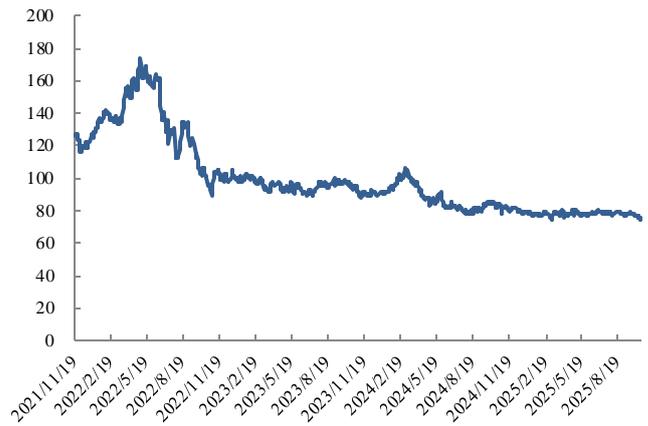
来源: iFind, 国金证券研究所

图表14: 328 级棉现价走势图 (元/吨)



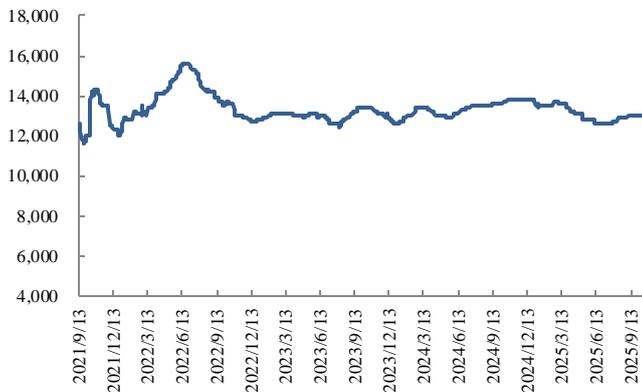
来源: iFinD, 国金证券研究所

图表15: CotlookA 指数 (美分/磅)



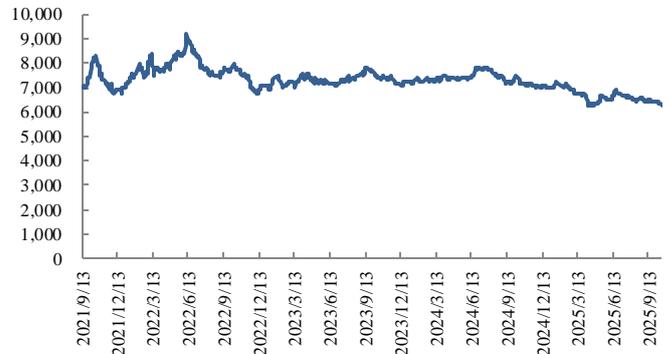
来源: iFinD, 国金证券研究所

图表16: 粘胶短纤价格走势图 (元/吨)



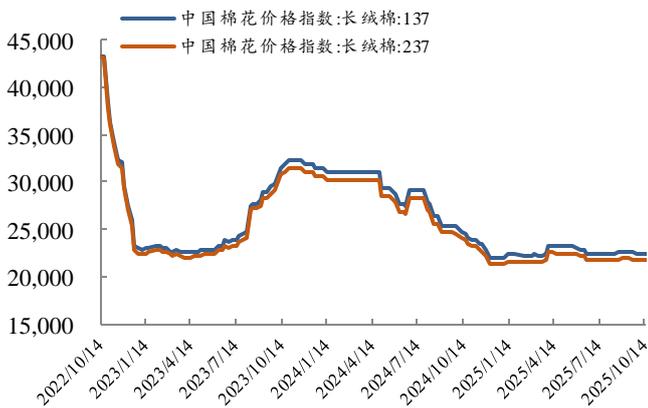
来源: iFinD, 国金证券研究所

图表17: 涤纶短纤价格走势图 (元/吨)



来源: iFinD, 国金证券研究所

图表18: 长绒棉价格走势图 (元/吨)



来源: iFinD, 国金证券研究所

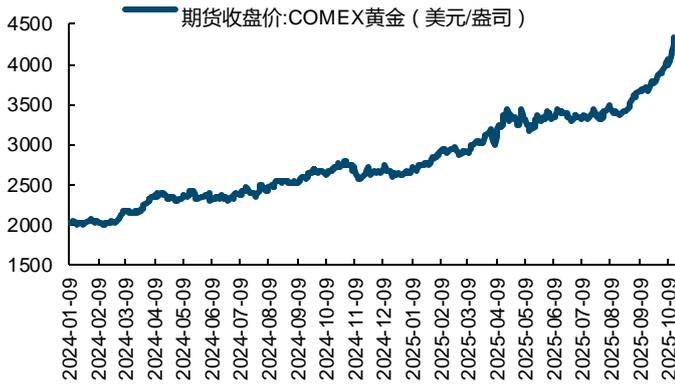
图表19: 内外棉价差价格走势图 (元/吨)



来源: iFinD, 国金证券研究所

图表20: COMEX 黄金期货收盘价

图表21: 黄金现货价格 (元/克)



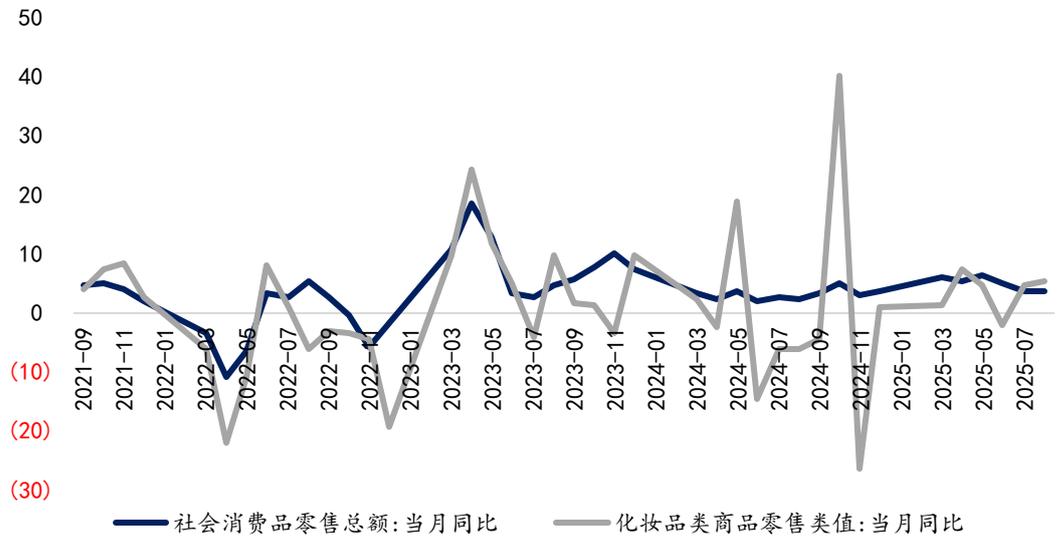
来源：iFinD，国金证券研究所



来源：iFinD，国金证券研究所

8月化妆品零售持续回温。化妆品类零售同比提升5.1%，增速环比6月提升0.6pct。

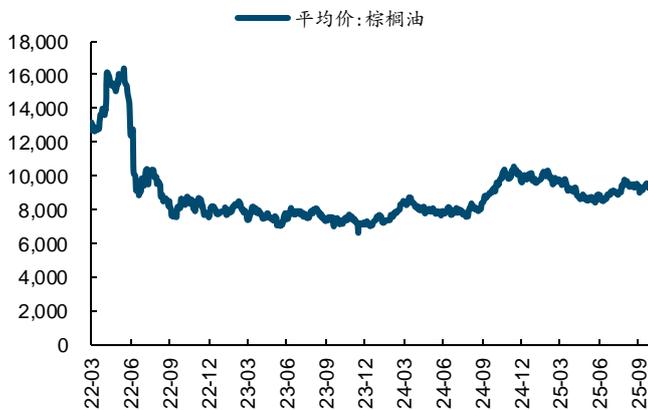
图表22：8月化妆品同比增速（%）



来源：iFinD，国金证券研究所

本周原材料价格整体稳定。棕榈油：近两周（2025.09.29-2025.10.17）价格升1.52%；原油价格：近两周价格降9.69%。

图表23：棕榈油现货价（元/吨）



来源：iFinD，国金证券研究所

图表24：原油价格（美元/桶）



来源：iFinD，国金证券研究所

### 3、投资建议

**纺服板块：**海澜之家顺应消费降级趋势商业转型拓展创新市区奥莱业态，同时主业成人装筑底恢复，分红水平维持在高位；李宁25年处于经营调整过程，拐点可期且COC合作有望带来催化；26年订单预计双位数增长，出口链中估值低位的申洲国际；减持提前终

止资金面压力释放，印尼工厂净利率提升且26年收入有望环比提速的开润股份。

**美妆板块：**市场对品牌质地认可度高，护肤、香水线有望打开新增量空间的毛戈平。

#### 4、上周行情回顾

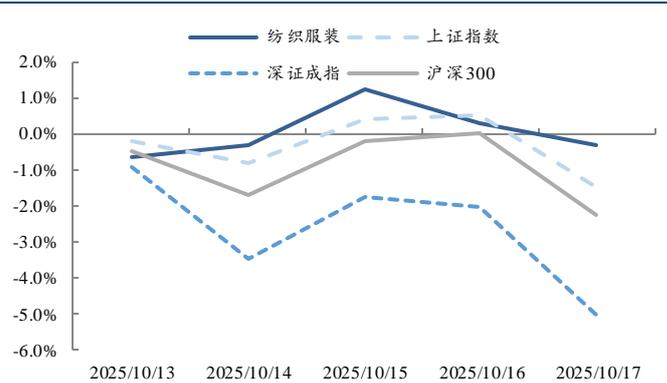
上周（2025年10月10日-2025年10月18日）沪深300、深证成指、上证综指涨跌幅分别为-2.22%、-4.99%、-1.47%，纺织制造板块下降1.75%。板块对比来看，纺织服装最近一周涨跌幅在29个一级行业板块中位列第5。个股方面迎丰股份、七匹狼涨幅居前，跨境通、美邦服饰跌幅居前。

图表25：上周纺织服装板块涨跌幅

板块名称	一周涨跌幅 (%)
上证指数	-1.47
深证成指	-4.99
沪深300	-2.22
纺织服装	-0.31
纺织制造	-2.73
服装家纺	0.41

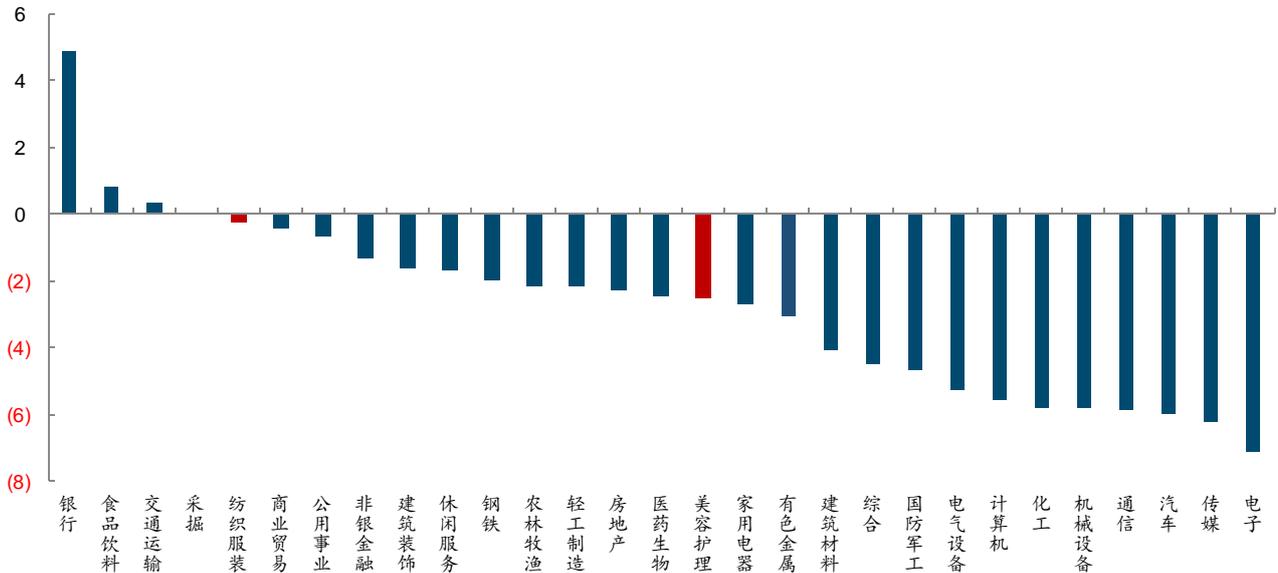
来源：iFinD，国金证券研究所

图表26：上周纺织服装板块涨跌幅走势



来源：iFinD，国金证券研究所

图表27：上周各板块涨跌幅 (%)



来源：iFinD，国金证券研究所

图表28：近一周纺织服装行业涨幅前五名

证券代码	证券简称	周度收盘价 (元)	上周涨跌幅 (%)	上周成交量 (万股)
605055.SH	迎丰股份	10.36	(0.58)	13,167
002029.SZ	七匹狼	8.65	(5.15)	33,153
002634.SZ	棒杰股份	4.97	(1.97)	8,059
002291.SZ	遥望科技	6.81	-5.15	51,189
000955.SZ	欣龙控股	5.53	0.73	10,150

来源：iFinD，国金证券研究所（剔除st标的）

图表29：近一周纺织服装行业跌幅前五名

证券代码	证券简称	周度收盘价 (元)	上周涨跌幅 (%)	上周成交量 (万股)
605003.SH	跨境通	4.79	-4.39	43,684
600612.SH	美邦服饰	2.27	-4.62	52,544
601718.SH	报喜鸟	4.00	-2.68	25,030
600655.SH	华纺股份	3.45	0.00	15,293
002731.SZ	好孩子国际	1.24	-4.62	2,618

来源: iFinD, 国金证券研究所 (剔除 st 标的)

板块对比来看, 美容护理最近一周涨跌幅在 29 个一级行业板块中位列第 16。个股方面, 吉宏股份、壹网壹创涨幅居前, 巨子生物、逸仙电商跌幅居前。

图表 30: 近一周美容护理行业涨幅前五名

证券代码	证券简称	周度收盘价 (元)	上周涨跌幅 (%)	上周成交量 (万股)
002803	吉宏股份	17.54	(7.54)	6,978
300792	壹网壹创	32.70	(2.85)	6,755
001206	依依股份	34.85	1.54	1,124
603605	珀莱雅	78.02	(2.91)	2,785
603059	倍加洁	34.10	-3.07	1,836

来源: iFinD, 国金证券研究所 (剔除 st 标的)

图表 31: 近一周美容护理行业跌幅前五名

证券代码	证券简称	周度收盘价 (元)	上周涨跌幅 (%)	上周成交量 (万股)
02367	巨子生物	40.40	-24.42	14,237
YSG	逸仙电商	8.42	17.93	135
06993	蓝月亮集团	3.06	-5.85	1,797
300856	科思股份	13.59	1.80	3,523
605136	丽人丽妆	9.75	-2.30	8,516

来源: iFinD, 国金证券研究所 (剔除 st 标的)

## 5、行业新闻动态

### 波司登品牌创始人、集团董事局主席兼总裁高德康: ESG 引领可持续时尚美好未来 (证券日报网 2025/10/18)

10月16日至10月18日, 以“携手应对挑战: 全球行动、创新与可持续增长”为核心主题的 2025 可持续全球领导者大会在上海市黄浦区举办。本次大会由世界绿色设计组织 (WGDO) 与新浪集团联合主办, 国际财务报告准则基金会 (IFRS Foundation) 北京办公室协办, 新浪财经与世界绿色设计组织北京代表处承办, 上海市黄浦区人民政府支持。

大会期间, 波司登品牌创始人、集团董事局主席兼总裁高德康出席并分享了波司登在可持续时尚道路上的思考、实践与愿景。高德康表示, 作为中国纺织服装行业的领军企业, 站上“十五五”新起点, 波司登将践行全球发展倡议和联合国可持续发展目标, 以消费者为导向引领可持续时尚, 以新质生产力锻造 ESG 发展竞争力, 用世界的语言讲好可持续时尚的中国故事, 与全球伙伴携手构建一个绿色、韧性、共享的可持续未来, 书写“世界羽绒服, 中国波司登, 引流新潮流”的崭新篇章, 为全球时尚产业可持续发展贡献中国品牌力量。

### 抖音电商: 今年“双十一”超 3 万个服饰商家直播销售额同比增长 300% (上海证券报·中国证券网 2025/10/18)

随着今年“双十一”电商购物节临近, 日前记者从抖音电商获悉, 10月9日至14日, 抖音电商“双十一”搜索带动销售额同比增长 74%, 店播销售额破千万元的商家数量同比增长 4 倍, 越来越多商家通过内容与货架融合经营, 拓展增长空间。

在多个行业中, 服饰品类表现亮眼。平台数据显示, 10月9日至14日, 超过 3 万个服饰商家通过直播带动销售额同比增长 300%; 搜索带动销售额破千万元的服饰商家数量同比增长 200%; 商城带动服饰商家销售额破千万元的商家数量同比增长 112%。直播、搜索与商城等多场景协同发力, 推动服饰行业整体增长。

在品牌服饰领域，头部与新锐品牌均展现出良好增长势头。数据显示，10月9日至14日，直播带动品牌服饰销售额破千万元的商家数量同比增长104%，店播带动销售额破千万元的品牌服饰商家数量同比增长145%。达人直播带动户外服饰品牌商家销售额同比增长翻倍，进一步释放消费潜力。

记者注意到，抖音电商此前发布的首日数据显示，成交商家数量同比增长75%，销售额破亿元的品牌数量同比增长800%，销售额破千万的单品数量同比增长500%。

电商业内人士认为，抖音电商的“双十一”增长，既来自消费需求释放，也得益于平台经营生态的优化。今年抖音平台通过优化算法与流量分发机制，让优质商品与内容获得更多曝光机会；同时，平台叠加免佣、运费险减免和物流保障政策力度，商家经营成本进一步降低，经营信心持续增强。

### 纺织品出口逆势飘红，服装却遇冷？2025 前三季度数据释放重要信号（全球纺织网 2025/10/17）

尽管面临外需疲软、地缘博弈等不利因素，中国纺织企业通过积极调整市场结构，持续拓展亚洲、欧洲及“全球南方”国家等新兴市场，取得了显著成效。1-8月，我国纺织行业对全球近七成国家和地区实现出口正增长，其中对欧盟、英国、日本、柬埔寨、尼日利亚等市场表现尤为亮眼，有效对冲了美市场份额下滑带来的负面影响。

与纺织品的稳健增长形成鲜明对比的是，服装出口持续承压。9月服装出口同比下降8%，虽然降幅较上月收窄2.1个百分点，但整体仍未摆脱下滑趋势。这一现象反映出国际市场对成品服装的需求尚未恢复，同时也暴露出我国服装出口在品牌、设计和附加值方面仍有待提升。

## 6、公司动态

图表32：上周（2025/10/10-2025/10/18）重点公司公告

公司名称	公告日期	公告类型	内容摘要
1368.HK	特步国际	2025/10/17	其他-业务发展最新情况
			2025年第三季度（截至9月30日），特步国际控股有限公司中国内地业务方面，特步主品牌零售销售（含线上线下渠道）同比录得低单位数增长，零售折扣水平维持在七至七五折，渠道存货周转周期为四个月至四个半月；旗下索康尼品牌零售销售（含线上线下渠道）同比增长超过20%。该营运状况基于集团未审计资料，公司提示股东及潜在投资者买卖其证券时需谨慎行事。
1361.HK	361度	2025/10/13	其他-业务发展最新情况
			2025年第三季度，361度国际有限公司营运表现亮眼，主品牌及童装品牌线下零售额（以零售价值计）同比均增约10%，电子商务平台整体流水同比增约20%。期内，公司通过产品科技创新（覆盖跑步、篮球、户外、女子健身、儿童等领域，如“雨屏9代”跑鞋、“狂飙2PRO”篮球鞋等新品及配套技术）、专业赛事赞助（第20届亚运会官方合作伙伴、2025柏林马拉松、唐山马拉松等）及多元化合作（携手斯坦德机器人开启智能化、尼古拉·约基奇等球星中国行、与KULU瑜伽节合作等）强化竞争力；渠道上坚持线上线下协同，线上合作美团闪购与团购实现30分钟极速送达并构建“线上引流+线下核销”闭环，线下落地ONEWAY郑州及济南门店、石家庄首家女子运动概念店，截至9月30日全国超品门店达93家。公司同样提示股东及有意投资者买卖其证券时需审慎行事。

来源：iFinD，国金证券研究所

## 7、风险提示

**内需恢复不及预期：**当前我国零售仍有波动，居民消费信心尚未完全恢复，如果内需恢复不及预期，可能会进一步拖累板块表现。

**汇率波动风险：**川普上台后政策具有较大不确定性，短期内对美元指数等产生较大影响，可能波及人民币兑美元汇率，纺织制造端企业多为外贸出口型企业，人民币汇率的波动会影响行业内主要公司的整体收入、利润水平。

**关税风险：**若美国等其他国家加征更高关税，削弱我国产品在全球市场的竞争力，或影响相关出口企业的收入和利润。

**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。

任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，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。本报告反映撰写研究人员的不同设想、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，国金证券不对使用本报告所包含的材料产生的任何直接或间接损失或与此有关的其他任何损失承担任何责任。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，亦可因使用不同假设和标准、采用不同观点和分析方法而与国金证券其它业务部门、单位或附属机构在制作类似的其他材料时所给出的意见不同或者相反。

本报告仅为参考之用，在任何地区均不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告提及的任何证券或金融工具均可能含有重大的风险，可能不易变卖以及不适合所有投资者。本报告所提及的证券或金融工具的价格、价值及收益可能会受汇率影响而波动。过往的业绩并不能代表未来的表现。

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。

本报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布该研究报告的人员。国金证券并不因收件人收到本报告而视其为国金证券的客户。本报告对于收件人而言属高度机密，只有符合条件的收件人才能使用。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；本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的建议或策略。对于本报告中提及的任何证券或金融工具，本报告的收件人须保持自身的独立判断。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。

若国金证券以外的任何机构或个人发送本报告，则由该机构或个人为此发送行为承担全部责任。本报告不构成国金证券向发送本报告机构或个人的收件人提供投资建议，国金证券不为此承担任何责任。

此报告仅限于中国境内使用。国金证券版权所有，保留一切权利。

上海	北京	深圳
电话：021-80234211	电话：010-85950438	电话：0755-86695353
邮箱：researchsh@gjzq.com.cn	邮箱：researchbj@gjzq.com.cn	邮箱：researchsz@gjzq.com.cn
邮编：201204	邮编：100005	邮编：518000
地址：上海浦东新区芳甸路1088号 紫竹国际大厦5楼	地址：北京市东城区建国内大街26号 新闻大厦8层南侧	地址：深圳市福田区金田路2028号皇岗商务中心 18楼1806