



耐用消费产业行业研究

买入（维持评级）

行业周报
证券研究报告

国金证券研究所

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

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

联系人：张宝晨
zhangbaochen@gjzq.com.cn

李宁签约库里品牌影响力提升；5月抖音美护外资反弹

核心观点

李宁签约库里，有望全面提升海内外品牌影响力。公司于2026年6月2日官宣与NBA超级球星，四届总冠军、两届常规赛最有价值球员、奥运金牌得主斯蒂芬·库里签下长期战略合作合约，也是继约基奇后第二个与NBA常规赛MVP/FMVP级超级巨星合作的品牌，我们认为这次签约有望产生长期且较为深远的影响。

5月抖音外资反弹，珀莱雅登顶天猫。2026年5月抖音美妆总GMV达284.58亿元。护肤赛道由外资高端品牌主导，赫莲娜以6.23亿元登顶；彩妆赛道国货仍占主导，但外资排名明显跃升，竞争压力加剧。淘天平台美妆全品类合计销售额196.31亿元，同比小幅下滑1.9%，存量竞争特征进一步凸显，平台正从普惠式增长迈入结构性增长阶段。国货品牌珀莱雅以6.18亿元销售额首次登顶淘天美妆总榜，反超此前连续霸榜的欧莱雅。

行业数据跟踪：

4月服装零售增速环比持续放缓。4月服装零售同比增长3.6%，环比有所降速。我们认为最差的时候已经过去。鉴于服装板块的弹性和改善空间，建议对服装零售保持乐观，看好未来增长潜力。

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（拐点向上）、中游代工（稳健向上）、纺织原材料（拐点向上）、美护（稳健向上）、医美（稳健向上）。

投资建议

1) 弹性方向：李宁26年目标高单增长高于行业平均，新系列荣耀金标以及户外开店空间较大有望带动公司整体品牌力以及增长向上，同时李宁本人持续增持彰显信心；推荐主品牌流水业绩恢复，新品牌有望拓展第二成长曲线的——比音勒芬；推荐大单品战略带动品牌破圈，线上高增带动品牌成长的家纺板块；推荐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，分红水平近年维持在高位的海澜之家。

2) 确定性方向：基本面角度来看，纺织原材料板块景气度延续，业绩韧性突出，纺织原材料龙头产能向外转移已有多年的历史，产业链成熟。推荐制造龙头——新澳股份等。

3) 美护板块：①修复方向：低基数效应叠加新品周期，Q2业绩有望迎来反弹的巨子生物；管理层全面焕新，新品周期预计520开启的珀莱雅；②高端方向：依托东方美学心智成功拓展护肤、香水线，新兴平台粉丝基础坚实的毛戈平；③大众性价比方向：高市场需求、渠道规则敏感度，成熟经验复用多元品牌矩阵的若羽臣、上美股份。

行情回顾及公告新闻

行情回顾：上周（2026.05.30-2026.06.05）沪深300、深证成指、上证综指涨跌幅分别为-1.54%、-1.67%、-1.00%，纺织服装板块下降1.84%。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14。个股方面，凯瑞德、天创时尚涨幅居前，迎丰股份、华孚时尚跌幅居前。美容护理最近一周涨跌幅在29个一级行业板块中位列第21。个股方面，珀莱雅、宝尊电商涨幅居前，倍加洁、爱美客跌幅居前。

行业新闻动态：1) 欧盟发布纺织服装产品DPP内容研究，为未来数字产品护照要求制定提供支持；2) 普宁市召开纺织服装行业赋能供需对接座谈会，推动产业转型升级；3) 2026-2030年中国纺织服装行业深度调研分析及发展趋势预测发布，数智化、绿色低碳、品牌国际化和消费场景细分成为中长期主线。

重点公司公告：1) 珀莱雅发布不向下修正“珀莱转债”转股价格公告。

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.....	4
1.1、李宁签约库里，有望全面提升海内外品牌影响力.....	4
1.2、5月抖音外资反弹，珀莱雅登顶天猫.....	5
2、行业数据跟踪.....	7
3、投资建议.....	9
4、上周行情回顾.....	10
5、行业新闻动态.....	12
6、公司动态.....	12
风险提示.....	12

图表目录

图表 1： UA 鞋类自签约库里后爆发增长（单位：亿美元）.....	4
图表 2： 5月抖音、淘天化妆品品牌榜，抖音外资明显反弹.....	5
图表 3： 5月抖音、淘天美容护肤榜.....	6
图表 4： 5月抖音、淘天美容护肤、洗护榜.....	6
图表 5： 4月服装零售同比增速环比放缓.....	7
图表 6： 4月金银珠宝零售同比大幅下滑.....	7
图表 7： 大宗原材料价格汇总.....	7
图表 8： 328 级棉现价走势图（元/吨）.....	7
图表 9： CotlookA 指数（美分/磅）.....	7
图表 10： 粘胶短纤价格走势图（元/吨）.....	8
图表 11： 涤纶短纤价格走势图（元/吨）.....	8
图表 12： 长绒棉价格走势图（元/吨）.....	8
图表 13： 内外棉价差价格走势图（元/吨）.....	8
图表 14： COMEX 黄金期货收盘价.....	8
图表 15： 黄金现货价格（元/克）.....	8
图表 16： 化妆品社零同比增速（%）.....	9
图表 17： 棕榈油现货价（元/吨）.....	9
图表 18： 原油价格（美元/桶）.....	9
图表 19： 上周纺织服装板块涨跌幅.....	10
图表 20： 上周纺织服装板块涨跌幅走势.....	10
图表 21： 上周各板块涨跌幅（%）.....	10
图表 22： 近一周纺织服装行业涨幅前五名.....	10



图表 23: 近一周纺织服装行业跌幅前五名	11
图表 24: 近一周美容护理行业涨幅前五名	11
图表 25: 近一周美容护理行业跌幅前五名	11
图表 26: 上周 (2026/05/30-2026/06/05) 重点公司公告	12



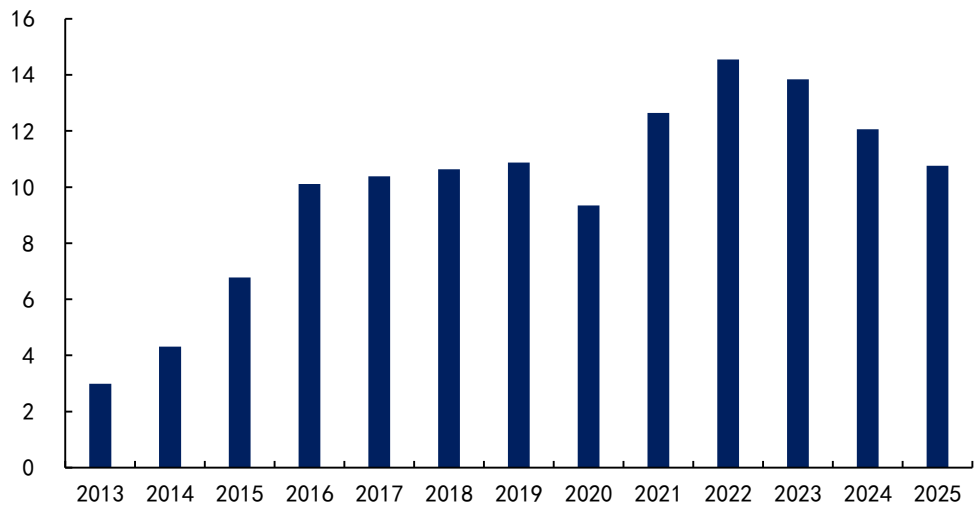
1、周观点

1.1、李宁签约库里，有望全面提升海内外品牌影响力

公司于2026年6月2日官宣与NBA超级球星，四届总冠军、两届常规赛最有价值球员、奥运金牌得主斯蒂芬·库里签下长期战略合作合约，也是继约基奇后第二个与NBA常规赛MVP/FMVP级超级巨星合作的的品牌，我们认为这次签约有望产生长期且较为深远的影响。

首先短期对李宁篮球板块有望产生较强的提振。参考库里合作的上一个品牌UA，自2013年签约库里后鞋类收入爆发式增长，从3亿美元增至2022年巅峰期的15亿美元。2020年升级建立专属Curry Brand，合作期间共推出Curry1至Curry12代签名鞋。2025年，库里与UA结束合约。我们认为库里在国内有深厚的粉丝基础，根据2025年NBA中国官方账号球员曝光量排行榜，杨瀚森、库里分别以6.8亿/2.1亿排名第一/第二，杨瀚森为中国球员天生在中国市场具备较高流量，库里作为后卫凭借较强观赏性的运球及三分球技巧的打法获得了大量粉丝。这两名球员目前都与李宁有合作，因此当前李宁篮球在国内拥有最多的粉丝流量。

图表1：UA鞋类自签约库里后爆发增长（单位：亿美元）



来源：UA官网，国金证券研究所

而李宁自身篮球产品研发+运营实力就较为突出。拥有与韦德合作产品系列韦德之道等的成功经验，在韦德19年退役后仍保持较高热度，2025年发布韦德之道12登上各大榜单，其中韦德之道12 LUX首发双配色当日售罄。本次若能与库里强强联合有望带动篮球品类恢复增长、继续扩大声量。2025篮球品类流水下跌19%（受市场环境低迷及公司主动调控终端计划影响），26年以来篮球鞋市场有所回温，若签约库里成为篮球业务经营拐点，可为公司整体收入贡献显著增量。

长期有利于出海业务布局，打开收入增长空间。库里在签约中表示李宁具备顶尖产品力与创新力，使得他对双方未来能够在篮球、高尔夫和运动生活领域共同创造拓展充满信心。库里2009年进入NBA联盟，假设大部分球迷是从10岁以下开始看球并且在09-26年中某一年成为库里的球迷，那大部分库里球迷的年龄在27岁以下，拥有较强的消费能力和时尚观念。结合库里强大的影响力，李宁与库里的合作有望将李宁品牌从“华人有认知的中国品牌”推向“全球主流运动品牌”。李宁可显著降低海外市场教育成本、提升进入欧美核心零售渠道与高势能商圈的成功率，以及重构李宁海外产品组合。公司有望将自身拥有较强经营优势的篮球业务发展为品牌出海的流量入口，再以跑步与运动生活等品类承接复购流量，形成以库里的球星光环出圈——科技加持复购——拓展高尔夫等品类丰富品牌——最后以品牌精神固定粉丝群体的过程。

李宁与库里的合作模式超越传统赞助，更像是资源互补式的品牌资产经营。截至2025年底，李宁在亚洲拥有7609家门店的渠道基础，而Curry Brand拥有北美市场的认知度，二者互补意图较为明确。根据合作规划，库里品牌独立门店将同时在中国和美国开设。在海外扩张方面，李宁选择以Curry Brand这一已有美国市场认知基础的运动品牌为载体，直接切入北美零售终端，实现品牌与渠道的同步落地。我们看好李宁与库里合作的前景。我们预计2026-28年李宁净利润分别为32.31/36.05/41.56亿元，同比增长10%/12%/15%。



1.2、5月抖音外资反弹，珀莱雅登顶天猫

2026年5月，抖音美妆总GMV达284.58亿元。护肤赛道由外资高端品牌主导，赫莲娜以6.23亿元登顶；彩妆赛道国货仍占主导，但外资排名明显跃升，竞争压力加剧。赫莲娜、雅诗兰黛、海蓝之谜等奢美品牌占据榜单前列。达人流量层级互补成为其冲顶关键：赫莲娜达人推广占其GMV的49%，合作覆盖头部与肩腰部达人，形成流量矩阵。雅诗兰黛、海蓝之谜等品牌达人推广占比亦超40%。与此同时，外资品牌同步加码自播，如赫莲娜开设绿宝瓶空间直播间，雅诗兰黛布局智妍胶原、彩妆等细分直播间，单月GMV稳定在千万级别。这一“达人矩阵+品牌自播”的组合策略，标志着外资已从被动适应平台规则转向主动运用流量，国货在流量运营上的先发优势正逐步收窄。

2026年5月，淘天平台美妆全品类合计销售额196.31亿元，同比小幅下滑1.9%，存量竞争特征进一步凸显，平台正从普惠式增长迈入结构性增长阶段。国货品牌珀莱雅以6.18亿元销售额首次登顶淘天美妆总榜，反超此前连续霸榜的欧莱雅。登顶动力主要来自两方面：一是618前置备货与平台满减、消费券等多重红利叠加；二是大力投入李佳琦直播间，618预售首日上线19款单品，其中新品蕴白套组快速售罄，单款创收超1800万元，多款核心单品成交均价超300元，有效拉升整体营收。从美妆TOP20看，国货席位持续扩容，薇诺娜、毛戈平、可复美、自然堂等悉数上榜。国际高端功效护肤品牌同样表现亮眼，修丽可、SK-II、娇韵诗等名次大幅提升，高端功效护肤市场韧性凸显。从增速看，国货包揽前列，功效护肤品类增长势能强劲。达尔肤以179.7%同比增幅领跑全榜，杏仁酸精华组合单款销售额超1800万元。花知晓、百雀羚、谷雨、毛戈平等国货品牌均实现两位数高速增长，国货整体增长动能强劲。

图表2：5月抖音、淘天化妆品品牌榜，抖音外资明显反弹

5月抖音化妆品品牌榜单				5月淘天化妆品品牌榜单			5月淘天增速榜单			
排名	品牌名	GMV(亿元)	排名	品牌名	退后销售额(亿元)	排名变化	排名	品牌名	退后销售额(亿元)	同比情况
1	赫莲娜	6.23	1	珀莱雅	6.18	▲3	1	达尔肤	0.67	179.70%
2	雅诗兰黛	5.49	2	欧莱雅	5.98	▼1	2	阿芙	0.7	141.40%
3	珀莱雅	5.4	3	兰蔻	5.43	▼1	3	毕生之研	0.4	105.00%
4	海蓝之谜	5.01	4	修丽可	4.8	▲7	4	FAN BEAUTY DIARY	1.74	97.00%
5	韩束	4.89	5	SK-II	4.72	▲3	5	POLA	0.39	76.60%
6	自然堂	4.47	6	雅诗兰黛	4.67	▼3	6	诗裴丝	0.47	74.00%
7	欧莱雅	4.13	7	海蓝之谜	3.9	▲2	7	花知晓(美妆)	0.88	66.20%
8	兰蔻	4.05	8	娇韵诗	3.63	▲5	8	伊菲丹	0.53	61.80%
9	谷雨	3.45	9	肌肤之钥	3.34	▲6	9	THE ORDINARY	0.36	60.80%
10	SK-II	3.06	10	圣罗兰	3.07	▼5	10	馥蕾诗	1.57	60.50%
11	百雀羚	2.94	11	薇诺娜	2.7	▼4	11	丝塔芙	1.34	55.90%
12	圣罗兰	2.92	12	理肤泉	2.53	▲5	12	百雀羚	1.21	51.50%
13	毛戈平	2.63	13	毛戈平	2.5	▲1	13	OFF&RELAX	0.83	50.70%
14	蒂洛薇	2.57	14	卡诗	2.36	▼4	14	同频	0.56	50.10%
15	肌肤之钥	2.39	15	赫莲娜	2.31	▲6	15	优斐斯	0.45	44.00%
16	蜜丝婷	2.31	16	玉兰油	2.19	▼4	16	谷雨	1.04	40.00%
17	林清轩	2.21	17	资生堂	2.1	▼1	17	柏瑞美	0.41	39.70%
18	科兰黎	2.19	18	可复美	1.92	▲6	18	清扬	0.35	38.70%
19	娇韵诗	2.13	19	自然堂	1.83	▲1	19	薇姿	0.52	37.90%
20	可复美	2.01	20	FAN BEAUTY DIARY	1.74	▲35	20	毛戈平	2.5	27.60%

来源：青眼情报，国金证券研究所

从细分赛道看，2026年5月抖音护肤赛道GMV达187.77亿元。TOP20中国货占据9席，珀莱雅、韩束、自然堂、谷雨等头部品牌仍具竞争力，但前排格局已明显向外资倾斜。护肤赛道客单价分层加剧，更多千元级奢美品牌跻身前列，抖音用户对高客单价、强功效产品的接受度快速提升。国货若未能同步实现功效升级与价格带上探，竞争难度将持续加大。淘天方面，美容护肤为美妆核心赛道，5月销售额129.50亿元，占美妆大盘65.98%。护肤TOP20走势与全品类趋同，珀莱雅稳居榜首，修丽可名次攀升6位至第二，兰蔻、SK-II、欧莱雅紧随其后。



图表3: 5月抖音、淘天美容护肤榜

5月抖音美妆榜单				5月淘天美妆榜单			
排名	品牌名	GMV(亿元)	均价	排名	品牌名	退后销售额(亿元)	排名变化
1	赫莲娜	6.23	1000-1200	1	珀莱雅	6.15	▲1
2	珀莱雅	5.39	200-300	2	修丽可	4.8	▲6
3	海蓝之谜	5.01	1600-1800	3	兰蔻	4.79	-
4	雅诗兰黛	4.65	1000-1200	4	SK-II	4.72	▲2
5	韩束	4.46	50-100	5	欧莱雅	4.44	▼4
6	自然堂	4.18	100-200	6	海蓝之谜	3.88	▲1
7	谷雨	3.45	100-200	7	雅诗兰黛	3.69	▼2
8	欧莱雅	3.36	100-200	8	娇韵诗	3.57	▲2
9	兰蔻	3.34	400-500	9	薇诺娜	2.7	▼5
10	SK-II	3.06	1200-1400	10	理肤泉	2.53	▲1
11	百雀羚	2.85	200-300	11	赫莲娜	2.3	▲2
12	林清轩	2.21	100-200	12	玉兰油	2.19	▼3
13	科兰黎	2.19	1000-1200	13	资生堂	1.98	▲1
14	娇韵诗	2.06	800-900	14	可复美	1.92	▲2
15	可复美	2.01	200-300	15	FAN BEAUTY DIARY	1.71	▲21
16	修丽可	1.99	800-900	16	科颜氏	1.69	▼1
17	薇诺娜	1.95	100-200	17	自然堂	1.68	-
18	蜜丝婷	1.86	50-100	18	肌肤之钥	1.68	▲10
19	HBN	1.86	200-300	19	馥蕾诗	1.56	▲21
20	后	1.83	400-500	20	丝塔芙	1.34	▼2

来源: 青眼情报, 国金证券研究所

2026年5月, 抖音彩妆香水赛道中外资品牌排名大幅跃升, 主要得益于618大促期间加大达人合作力度, 如CT达人推广占比从7.12%跃升至50.67%, 叠加新品薰梦紫限定粉饼拉动排名, 国货彩妆整体守住前20基本盘。淘天方面, 彩妆香水品类呈现外资垄断头部、国货重点突围格局, 圣罗兰拿下榜首, 毛戈平以1.99亿元销售额位列第二且为唯一前五国货, 黑白羽翼气垫月销破4000万元, 搭配妆前乳占据商品榜TOP2, 为国货撕开增长空间。赛道高端化趋势明显, TOP10品牌定价普遍超200元, 中高端国际彩妆排名稳步上行。

抖音洗护赛道中, 卡诗以1.13亿元GMV成为唯一破亿品牌; 国货诗裴丝、Off&Relax、赫系等紧随其后, TOP20中国货占据16席, 数量优势明显。防脱、蓬松、控油去屑等功效仍是主战场, 同时国货开始跳出常规品类, 向洗发湿巾、洗头皂、头皮精华液等细分方向拓展。淘天美发护发/假发板块占美妆大盘的11.71%, 呈现经典品牌霸榜、新锐小众品牌高增格局。进口高端专业洗护同样迎来红利, Moroccanoil、My.Organics依托护发精油、固发喷雾等爆款产品, 榜单排名分别大涨20位和25位, 上述两款单品均进入头发护理TOP10。

图表4: 5月抖音、淘天美容护肤、洗护榜

5月淘天彩妆/香水榜单				5月抖音彩妆/香水榜单				5月抖音洗护榜单				5月淘天洗护榜单			
排名	品牌名	退后销售额(万元)	排名变化	排名	品牌名	GMV(亿元)	排名变化	排名	品牌名	GMV(万元)	排名变化	排名	品牌名	退后销售额(万元)	排名变化
1	圣罗兰	23901.4	-	1	蒂洛薇	2.57	-	1	卡诗	11323.13	-	1	卡诗	23610.7	-
2	毛戈平	19851.5	▲1	2	圣罗兰	2.14	▲9	2	诗裴丝	6789.98	▲3	2	潘婷	14457.5	▲1
3	肌肤之钥	16567.4	▲6	3	毛戈平	1.89	▲2	3	Off&Relax	6017.13	▲1	3	欧莱雅	11347.8	▼1
4	娜斯	15320.4	▲1	4	柏瑞美	1.69	▼2	4	赫系	5236.92	▲2	4	OFF&RELAX	8260.1	▲3
5	香奈儿	11871.4	▼3	5	卡姿兰	1.6	▲1	5	长发小塞	5126.3	▼3	5	施华蔻	7402.6	▼1
6	雅诗兰黛	9788.1	▲2	6	BABI	1.23	▼3	6	康王	5110.87	▲8	6	海飞丝	6170.6	▼1
7	迪奥	8852.5	▼3	7	花西子	1.05	▲6	7	欧莱雅	4987.93	▼4	7	薇姿	5127.2	▲5
8	花知晓(美妆)	8784.2	▼2	8	魅可	1.03	▲31	8	固然堂	4917.12	▲1	8	巴黎欧莱雅沙龙专属	4756.3	▲5
9	彩棠	7587.7	▲2	9	修可芙	1.02	-	9	半亩花田	4447.9	▲10	9	诗裴丝	4690.4	▼3
10	三喜玉	7097.9	-	10	花知晓	1.01	▲3	10	故事树	4404.95	▲2	10	馥绿德雅	4251.5	▲8
11	魅可	6824.5	▲4	11	肌肤之钥	1.01	▲58	11	馥绿德雅	4394.47	▲5	11	清扬	3491.4	▼2
12	卡姿兰	6599.4	▼5	12	阿玛尼	0.94	▲15	12	潘婷	3705.91	▼4	12	FINO	2732.8	▼1
13	兰蔻	6365.5	▼1	13	花间颂	0.93	▼5	13	白云山	3702.21	▼6	13	MOROCCANOIL	2637.6	▲20
14	阿玛尼	5963.2	▲3	14	DPDP	0.92	▼4	14	韩束	3646.98	▲1	14	MY.ORGANICS	2613.1	▲25
15	TOM FORD	5912	▼2	15	娜斯	0.89	▲28	15	海飞丝	3520.73	▲5	15	蜂花	2400.3	▼5
16	玫阿菲	5093.1	▲23	16	雅诗兰黛	0.84	▲6	16	墨见	3282.5	▼3	16	资生堂专业美发	2281.8	▲1
17	植村秀	4932.2	▲5	17	纪梵希	0.82	▲109	17	理小养	2956.09	▼7	17	沙宣	2276.4	▼2
18	尔木萄	4652.1	▼4	18	兰蔻	0.7	▲17	18	OKGS	2893.27	▲5	18	GOTUKOLA	2210	▲17
19	花西子	4617.4	-	19	CT	0.68	▲123	19	自然堂	2713.58	▲5	19	维特丝	1967.8	▼11
20	橘朵	4516	▼4	20	3CE	0.67	▼4	20	养元青	2395.42	▲16	20	多芬	1782.3	▼4

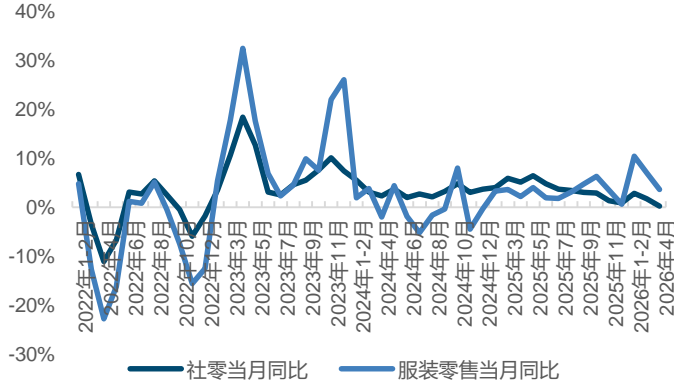


来源：青眼情报，国金证券研究所

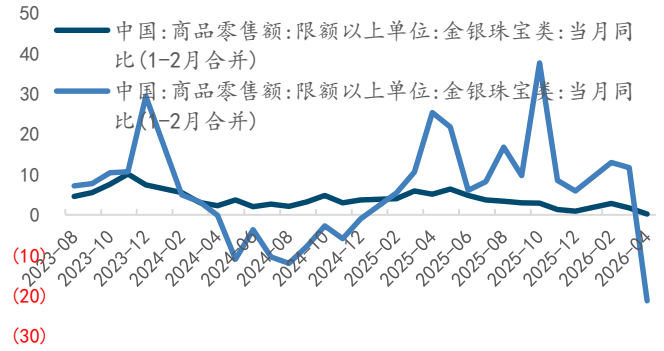
2、行业数据跟踪

4月服装零售增速环比持续放缓。4月服装零售同比增长3.6%，环比有所降速。我们认为最差的时候已经过去。鉴于服装板块的弹性和改善空间，建议对服装零售保持乐观，看好未来增长潜力。

图表5：4月服装零售同比增速环比放缓



图表6：4月金银珠宝零售同比大幅下滑



来源：iFinD，国金证券研究所

来源：iFinD，国金证券研究所

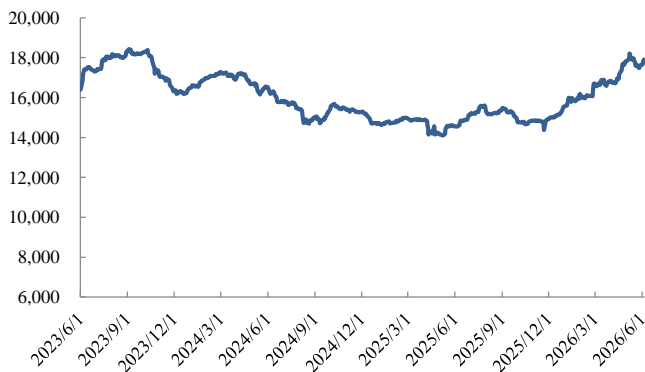
本周原材料价格整体稳定，328级棉现货/美棉 Cot lookA/粘胶短纤/涤纶短纤/长绒棉价格周涨跌幅分别为0.81%/1.63%/0.00%/1.55%/-0.15%，内外棉价差为2571元/吨，周涨为13.46%。COMEX黄金期货：本周五收盘价4243美元/盎司、近两周价格跌-6.63%。

图表7：大宗原材料价格汇总

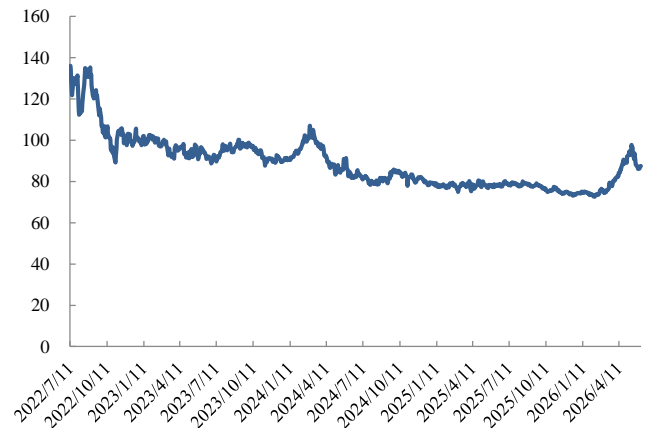
原材料名称	价格	周涨跌幅	价格日期
328级棉现货	17777元/吨	0.81%	2026/6/5
美棉 Cot lookA	87.5美分/磅	1.63%	2026/6/4
粘胶短纤	14000元/吨	0.00%	2026/6/3
涤纶短纤	7850元/吨	1.55%	2026/6/3
长绒棉	26930元/吨	-0.15%	2026/6/5
内外棉价差	2571元/吨	13.46%	2026/6/5

来源：iFinD，国金证券研究所

图表8：328级棉现价走势图（元/吨）



图表9：CotlookA指数（美分/磅）



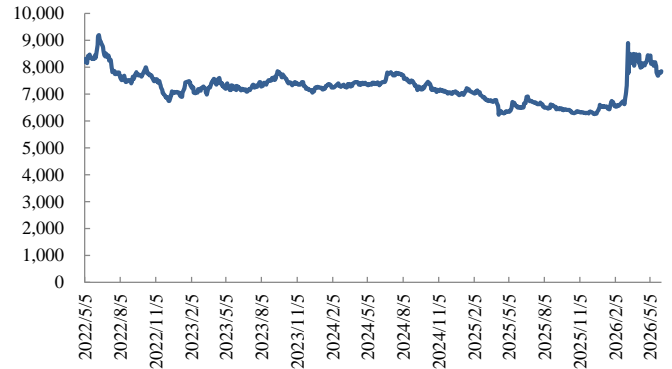
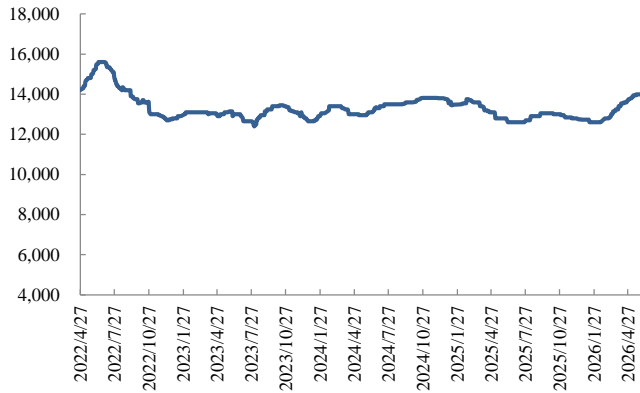


来源: iFinD, 国金证券研究所

来源: iFinD, 国金证券研究所

图表10: 粘胶短纤价格走势(元/吨)

图表11: 涤纶短纤价格走势(元/吨)

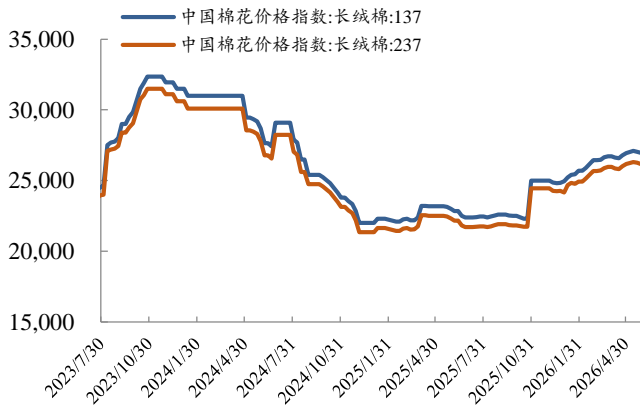


来源: iFinD, 国金证券研究所

来源: iFinD, 国金证券研究所

图表12: 长绒棉价格走势(元/吨)

图表13: 内外棉价差价格走势(元/吨)

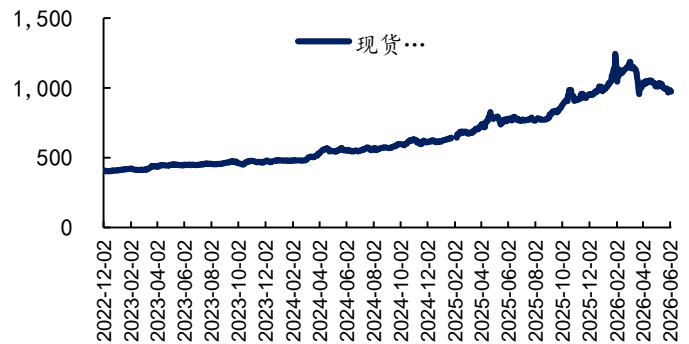
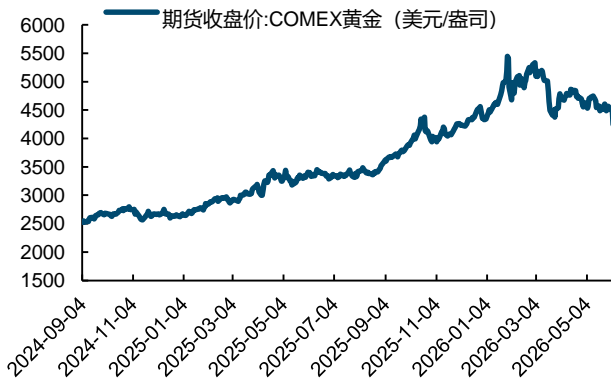


来源: iFinD, 国金证券研究所

来源: iFinD, 国金证券研究所

图表14: COMEX 黄金期货收盘价

图表15: 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

4月化妆品零售同比增加4.7%，环比有所降速。今年618大促从5月开始预热，大促前消费动力较弱。今年天猫首次将美妆纳入国补，进一步拉动美妆尤其是国货消费。



图表16: 化妆品社零同比增速 (%)



来源: Wind, 国金证券研究所

本周原材料价格上升。棕榈油: 近一周 (2026. 5. 23-2026. 5. 29) 价格上升 0. 74%; 原油价格: 近一周 (2026. 5. 23-2026. 5. 29) 价格下降 16. 25%。

图表17: 棕榈油现货价 (元/吨)



图表18: 原油价格 (美元/桶)



来源: Wind, 国金证券研究所

来源: Wind, 国金证券研究所

3、投资建议

1) 弹性方向: 李宁 26 年目标高单增长高于行业平均, 新系列荣耀金标以及户外开店空间较大有望带动公司整体品牌力以及增长向上, 同时李宁本人持续增持彰显信心; 推荐主品牌流水业绩恢复, 新品牌有望拓展第二成长曲线的——比音勒芬; 建议关注大单品战略带动品牌破圈, 线上高增带动品牌成长的——罗莱生活、富安娜、水星家纺; 推荐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, 分红水平近年维持在高位的海澜之家。

2) 确定性方向: 基本面角度来看, 纺织原材料板块景气度延续, 业绩韧性突出, 纺织原材料龙头产能在东南亚有充分布局, 产业链成熟。推荐制造龙头——新澳股份, 关注百隆东方、富春染织等。

3) 美护板块: ①修复方向: 低基数效应叠加新品周期, Q2 业绩有望迎来反弹的巨子生物; 管理层全面焕新, 新品周期预计 520 开启的珀莱雅; AKK 驱动子公司善恩康业绩高增、参股公司薇美资业绩改善的倍加洁; ②高端方向: 依托东方美学心智成功拓展护肤、香水线, 新兴平台粉丝基础坚实的毛戈平; ③大众性价比方向: 高市场需求、渠道规则敏感度, 成熟经验复用多元品牌矩阵的若羽臣、上美股份。



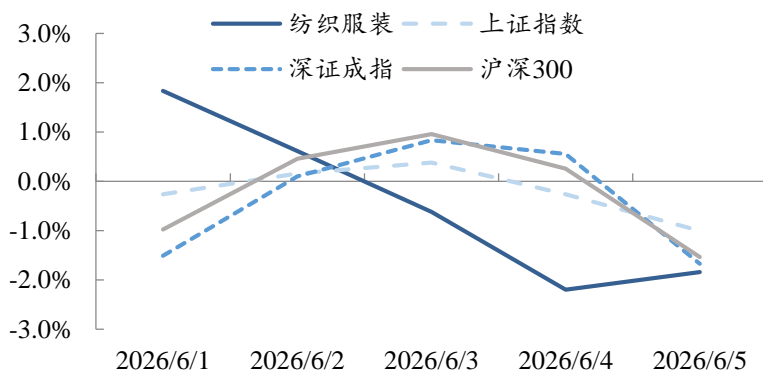
4、上周行情回顾

上周（2026.05.30-2026.06.05）沪深300、深证成指、上证综指涨跌幅分别为-1.54%、-1.67%、-1.00%，纺织服装板块下降1.84%。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15。个股方面天创时尚、凯瑞德涨幅居前，华升股份、朗姿股份跌幅居前。

图表19：上周纺织服装板块涨跌幅

板块名称	一周涨跌幅 (%)
上证指数	-1.00
深证成指	-1.67
沪深300	-1.54
纺织服装	-1.84
纺织制造	-3.08
服装家纺	-0.89

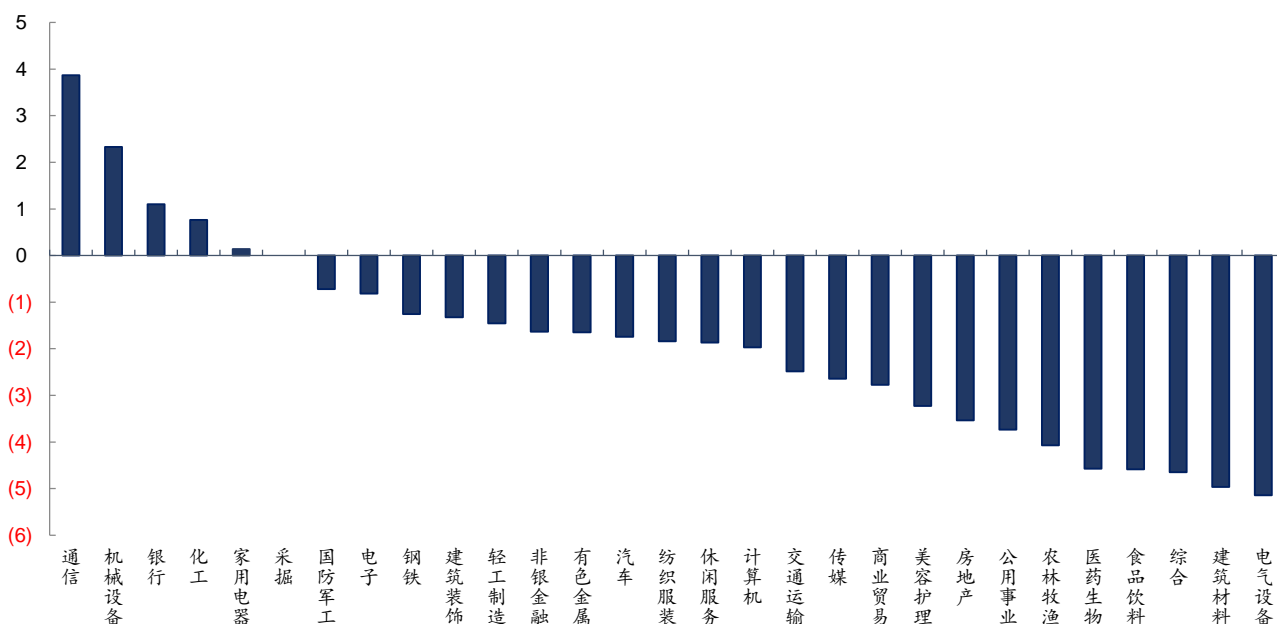
图表20：上周纺织服装板块涨跌幅走势



来源：iFinD，国金证券研究所

来源：iFinD，国金证券研究所

图表21：上周各板块涨跌幅 (%)



来源：iFinD，国金证券研究所

图表22：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)
603608.SH	天创时尚	20.69	9.94	17,979
002072.SZ	凯瑞德	1.37	(3.52)	51,684



605055.SH	迎丰股份	9.09	15.80	14,063
603001.SH	奥康国际	11.56	(19.72)	6,144
002674.SZ	兴业科技	4.80	1.48	2,776

来源：iFinD，国金证券研究所（剔除st标的）

图表23：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）
603908.SH	华升股份	9.56	-6.73	15,476
002397.SZ	朗姿股份	12.62	-4.39	2,340
300577.SZ	华生科技	13.75	2.15	1,607
002144.SZ	哈森股份	20.02	-3.33	2,663
002687.SZ	华孚时尚	3.88	-8.49	18,406

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21。个股方面，逸仙电商、巨子生物涨幅居前，嘉亨家化、壹网壹创跌幅居前。

图表24：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）
YSG	逸仙电商	3.07	(2.54)	115
02367	巨子生物	27.44	(4.29)	2,068
603605	珀莱雅	65.78	6.42	5,151
BZUN	宝尊电商	2.67	3.09	94
06993	蓝月亮集团	3.07	(4.95)	748

来源：iFinD，国金证券研究所（剔除st标的）

图表25：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）
300792	嘉亨家化	32.52	6.03	5,655
02145	壹网壹创	36.66	0.83	505
603059	上美股份	26.50	-3.99	662



300856	倍加洁	11.61	-8.73	3,372
301009	科思股份	9.30	-3.13	1,771

来源：iFinD，国金证券研究所（剔除st标的）

5、行业新闻动态

• 为纺织服装行业的欧盟数字产品护照（DPP）做好准备

（欧盟/联合研究中心）2026年5月15日，欧盟发布《基于ESPR框架的纺织服装产品DPP内容研究》。报告提出，未来DPP将把纺织服装产品的可持续性、可追溯性和合规信息转化为强制性的结构化数字体系，覆盖投放欧盟市场的最终纺织服装产品。相关数据要求主要包括产品识别与分类、材料组成、环境足迹及合规文件等，品牌和供应链企业需提前为测试、认证和信息披露要求做准备。

• 普宁市召开纺织服装行业赋能供需对接座谈会

（滚动资讯）据揭阳市人民政府消息，6月2日普宁市召开纺织服装行业赋能供需对接座谈会，旨在搭建赋能供需对接桥梁，推动纺织服装产业转型升级。会议围绕“粤智赋”平台、AI应用、研发创新、品牌建设和市场销售等方向展开交流，后续将推动企业供需对接和政策匹配，助力行业高质量发展。

• 2026-2030年中国纺织服装行业深度调研分析及发展趋势预测

（中研网）2026年春夏之交，纺织服装行业政策密集落地。3月31日三部门印发《标准引领纺织工业优化升级行动方案（2026—2028年）》，提出到2028年制修订相关标准300项以上；5月11日五部门印发《纺织服装卓越品牌培育行动方案（2026—2028年）》，提出培育不少于25个卓越品牌。数智化、绿色低碳、品牌国际化和消费场景细分有望成为行业中长期发展主线。

6、公司动态

图表26：上周（2026/05/30-2026/06/05）重点公司公告

股票代码	公司名称	公告日期	公告类型	内容摘要
603605.SH	珀莱雅	2026/6/5	可转债转股	2026年5月15日-2026年6月4日，珀莱雅化妆品股份有限公司（以下简称“公司”）股票在连续三十个交易日中有十五个交易日的收盘价低于当期转股价格的85%（81.14元/股），已触发“珀莱转债”转股价格向下修正条款。经公司第四届董事会第十四次会议审议通过，公司董事会决定本次不向下修正“珀莱转债”转股价格。

来源：iFinD，国金证券研究所

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。二级目录（例如行业最新数据不断向好）：



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



**【小程序】
国金证券研究服务**



**【公众号】
国金证券研究**