

7月女装同比实现高增长，安踏、FILA表现抢眼

——7月纺织服装电商数据跟踪

同步大市（维持）

日期：2020年08月11日

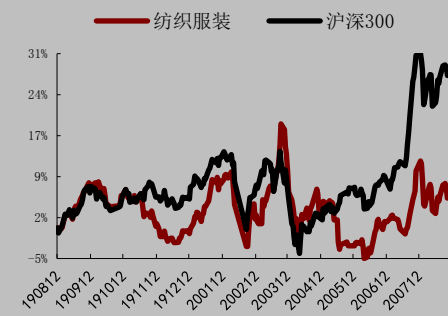
行业核心观点：

7月淘系平台服装行业（含女装/女士精品、男装、童装/婴儿装/亲子装、运动服/休闲服装和运动鞋）成交额为556亿元，环比-13%，同比+74%。其中女装/女士精品成交额为399亿元，环比+12%，同比+109%，是本月服装行业成交额同比实现大幅增长的主要驱动力量。品牌方面，FILA、安踏实现亮眼增长，全网销售额同比+109%/+54%。短期来看，纺织服装需求量进一步释放，线上销售持续向好，线上布局强势的品牌将迎来投资良机。中长期来看，未来随着人们外出活动次数的增加和锻炼身体习惯的养成，体育服饰需求正迎来反弹。建议关注受疫情影响而超跌的优质运动鞋服龙头企业。

投资要点：

- **行业数据跟踪：**7月，淘系平台服装行业（含女装/女士精品、男装、童装/婴儿装/亲子装、运动服/休闲服装和运动鞋）成交额为556亿元，环比-13%，同比+74%。其中，女装/女士精品成交额为399亿元，环比+12%，同比+109%；男装成交额为86亿元，环比-40%，同比+25%；运动服/休闲服装成交额为14亿元，环比-51%，同比+26%；运动鞋成交额为27亿元，环比-51%，同比+19%；童装/婴儿装/亲子装成交额为31亿元，环比-43%，同比+20%。
- **重点品牌淘系平台全网数据跟踪：**7月，我们跟踪主要品牌全网成交额整体表现较好，20个主要品牌中16个实现同比增长。1) **男装女装：**报喜鸟、海澜之家销售额同比+68%/+55%，红豆同比负增长；2) **童装：**安踏儿童表现亮眼，销售额同比+67%；3) **休闲服装：**太平鸟、美邦销售额同比+81%/+7%优于同业，森马、拉夏贝尔较6月下月明显；4) **运动鞋服：**国产品牌出现分化，FILA、安踏表现最优，销售额分别同比+109%/+54%，李宁次之，361°、特步同比出现下滑。
- **重点品牌天猫官方旗舰店数据跟踪：**7月我们重点跟踪的27个品牌中，17个品牌官方旗舰店实现销售额同比正增长。男装、运动服/休闲服、运动鞋各大品牌涨幅间出现较大分化。细分来看，1) **男装女装：**除红豆成交额同比录得负增长之外，其余品牌旗舰店销售额均同比正增长，其中，海澜之家、七匹狼同比大幅增长64%；2) **童装：**安踏儿童表现耀眼，销售额同比+91%，巴拉巴拉、安奈儿销售额同比+21%/-8%；3) **休闲服装：**品牌分化明显，太平鸟、美邦服饰、森马、拉夏贝尔销售额同比+81%/+7%/-26%/-57%；4) **运动服装：**安踏集团旗下FILA和安踏品牌表现优秀，分别同比+119%/+102%；5) **家纺：**罗莱、水星家纺、富安娜、梦洁旗舰店销售额同比+129%/107%/+23%/-2%。
- **风险因素：**疫情复发、市场竞争加剧、存货跌价损失风险。

纺织服装行业相对沪深300指数表



数据来源：WIND，万联证券研究所

数据截止日期：2020年08月10日

相关研究

万联证券研究所 20200714_行业专题报告
_AAA_6月纺织服装电商数据跟踪

分析师：陈雯

执业证书编号：S0270519060001

电话：18665372087

邮箱：chenwen@wlzq.com.cn

研究助理：李滢

电话：15521202580

邮箱：liying1@wlzq.com.cn

每日免费获取报告

- 1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；
- 2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；
- 3、每周分享**经济学人**
- 4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码

关注公众号

回复：**研究报告**

加入“起点财经”微信群。。



目录

1、行业数据跟踪.....	4
2、重点品牌数据跟踪.....	6
2.1 重点品牌全网数据追踪.....	6
2.2 重点品牌官方网店数据跟踪.....	7
2.2.1 男装女装：海澜之家、七匹狼表现较优，红豆同比负增长.....	8
2.2.2 童装：安踏儿童销售额同比+91%增幅居前.....	10
2.2.3 休闲服装：品牌分化明显，太平鸟涨幅居前.....	11
2.2.4 运动服装：安踏集团 FILA 和安踏品牌表现优秀，板鞋成最畅销品类.....	13
2.2.5 家纺：罗莱、水星家纺同比涨幅破百，化纤被受关注.....	16
3、投资建议.....	18
4、风险提示.....	18
图表 1：淘系平台 7 月服装行业成交额及同比增速.....	4
图表 2：淘系平台 7 月服装行业成交额（亿元）及增速.....	4
图表 3：淘系平台 7 月服装行业销量（万件）及增速.....	4
图表 4：淘系平台 7 月服装行业单件均价（元）及增速.....	5
图表 5：童装/婴儿装/亲子装成交额及环比增速.....	5
图表 6：淘系平台近期女装/女士精品成交额及环比增速.....	5
图表 7：淘系平台近期男装成交额及环比增速.....	5
图表 8：淘系平台运动服/休闲服装成交额及环比增速.....	5
图表 9：淘系平台近期运动鞋成交额及环比增速.....	5
图表 10：重点跟踪品牌 7 月淘系平台全网销售额/销量以及单价情况.....	6
图表 11：主要上市公司旗下品牌 7 月天猫官方旗舰店成交额（万元）和销量（万件）.....	7
图表 12：男女装重点品牌 7 月官方网店销售额及同比增速.....	8
图表 13：男女装重点品牌 7 月官方网店销量及同比增速.....	8
图表 14：男女装重点品牌 7 月官方网店销售额及环比增速.....	8
图表 15：男女装重点品牌 7 月官方网店销量及环比增速.....	8
图表 16：dazzle 官方网店 7 月细分产品销售额占比.....	9
图表 17：海澜之家官方网店 7 月细分产品销售额占比.....	9
图表 18：七匹狼官方网店 7 月细分产品销售额占比.....	9
图表 19：雅戈尔官方网店 7 月细分产品销售额占比.....	9
图表 20：报喜鸟官方网店 7 月细分产品销售额占比.....	9
图表 21：红豆官方网店 7 月细分产品销售额占比.....	9
图表 22：童装重点品牌 7 月官方网店销售额及同比增速.....	10
图表 23：童装重点品牌 7 月官方网店销量及同比增速.....	10
图表 24：童装重点品牌 7 月官方网店销售额及环比增速.....	10
图表 25：童装重点品牌 7 月官方网店销量及同比增速.....	10
图表 26：安踏儿童官方网店 7 月细分产品销售额占比.....	11
图表 27：安奈儿官方网店 7 月细分产品销售额占比.....	11

图表 28: 巴拉巴拉官方网店 7 月细分产品销售额占比	11
图表 29: 休闲服装重点品牌 7 月官方网店销售额及同比增速	12
图表 30: 休闲服装重点品牌 7 月官方网店销量及同比增速	12
图表 31: 休闲服装重点品牌 7 月官方网店销售额及环比增速	12
图表 32: 休闲服装重点品牌 7 月官方网店销量及环比增速	12
图表 33: 森马官方网店 7 月细分产品销售额占比	13
图表 34: 美特斯邦威官方网店 7 月细分产品销售额占比	13
图表 35: 拉夏贝尔官方网店 7 月细分产品销售额占比	13
图表 36: 太平鸟官方网店 7 月细分产品销售额占比	13
图表 37: 运动服装重点品牌 7 月官方网店销售额及同比增速	14
图表 38: 运动服装重点品牌 7 月官方网店销量及同比增速	14
图表 39: 运动服装重点品牌 7 月官方网店销售额及同比增速	14
图表 40: 运动服装重点品牌 7 月官方网店销量及同比增速	14
图表 41: 李宁官方网店 7 月细分产品销售额占比	15
图表 42: 安踏官方网店 7 月细分产品销售额占比	15
图表 43: 特步官方网店 7 月细分产品销售额占比	15
图表 44: 361 度官方网店 7 月细分产品销售额占比	15
图表 45: New Balance 官方网店 7 月细分产品销售额占比	15
图表 46: FILA 官方网店 7 月细分产品销售额占比	15
图表 47: NIKE 官方网店 7 月细分产品销售额占比	16
图表 48: ADIDAS 官方网店 7 月细分产品销售额占比	16
图表 49: 比音勒芬官方网店 7 月细分产品销售额占比	16
图表 50: 探路者官方网店 7 月细分产品销售额占比	16
图表 51: 家纺重点品牌 7 月官方网店销售额及同比增速	17
图表 52: 家纺重点品牌 7 月官方网店销量及同比增速	17
图表 53: 家纺重点品牌 7 月官方网店销售额及环比增速	17
图表 54: 家纺重点品牌 7 月官方网店销量及环比增速	17
图表 55: 罗莱官方网店 7 月细分产品销售额占比	18
图表 56: 富安娜官方网店 7 月细分产品销售额占比	18
图表 57: 梦洁官方网店 7 月细分产品销售额占比	18
图表 58: 水星家纺官方网店 7 月细分产品销售额占比	18

1、行业数据跟踪

服装行业：7月淘系平台服装行业成交额为556亿元，环比-13%，同比+74%

2020年7月，淘系平台服装行业（含女装/女士精品、男装、童装/婴儿装/亲子装、运动服/休闲服装和运动鞋）成交额为556亿元，环比-13%，同比+74%。其中，女装/女士精品（下称“女装”）成交额为399亿元，环比+12%，同比+109%；男装成交额为86亿元，环比-40%，同比+25%；运动服/休闲服装成交额为14亿元，环比-51%，同比+26%；运动鞋成交额为27亿元，环比-51%，同比+19%；童装/婴儿装/亲子装（下称“童装”）成交额为31亿元，环比-43%，同比+20%。

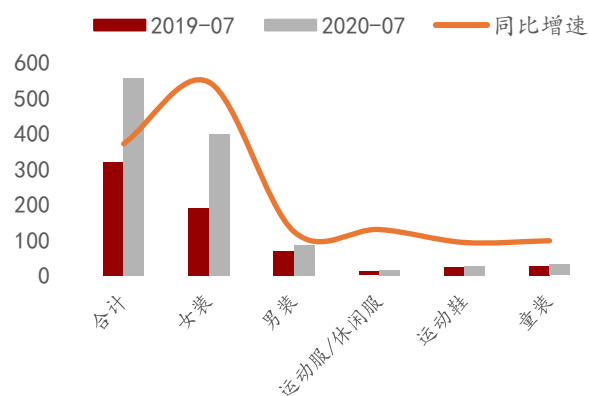
图表1：淘系平台7月服装行业成交额及同比增速

二级板块	成交额 (亿元)	同比增速	环比增速	销量 (万件)	同比增速	环比增速	单价 (元)	同比增速	环比增速
女装	399	109%	12%	29827	64%	0%	134	27%	12%
男装	86	25%	-40%	8530	21%	-35%	101	3%	-7%
运动服/休闲服	14	26%	-51%	1183	20%	-46%	119	5%	-9%
运动鞋	27	19%	-51%	835	17%	-52%	320	-5%	2%
童装	31	20%	-43%	7486	13%	-38%	41	5%	-7%
合计	556	74%	-13%	47863	43%	-19%	116	22%	8%

资料来源：淘系平台、万联证券研究所

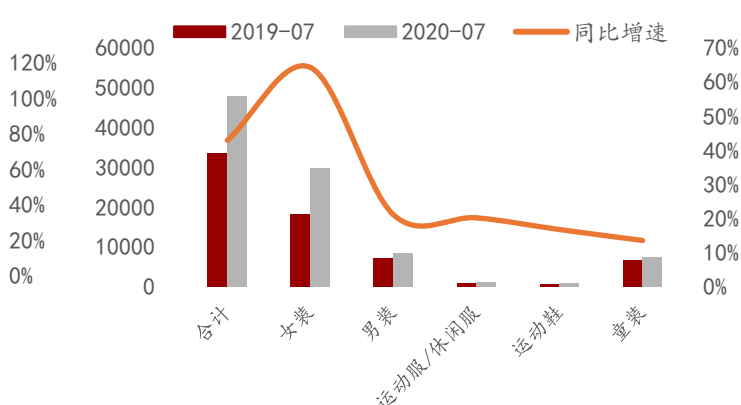
7月服装行业成交额增长主要为女装成交额大幅增长驱动。7月服装行业成交额较去年同期增长237亿元，其中女装成交额较去年同期增长208亿元，对行业成交额增长贡献度达88%，是本月服装行业成交额增长主要驱动板块。服装消费逐渐恢复叠加直播带货持续火爆，女装市场延续6月高热度。男装成交额较去年同期增长17亿元，对本月行业增长贡献度为7%，运动服/休闲服、运动鞋以及童装成交额较去年同期增幅较小。从环比涨幅方面来看，6月促销后购置服装需求大幅减小，除女装板块外其余服装板块环比录得负增长。

图表2：淘系平台7月服装行业成交额（亿元）及增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

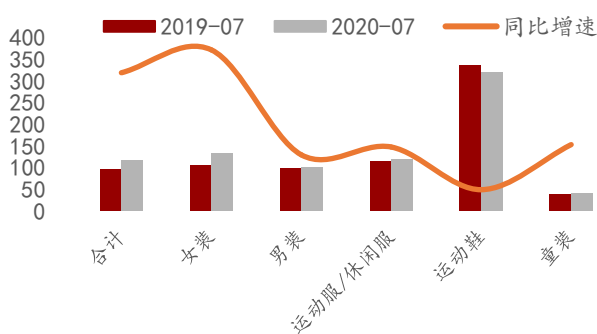
图表3：淘系平台7月服装行业销量（万件）及增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

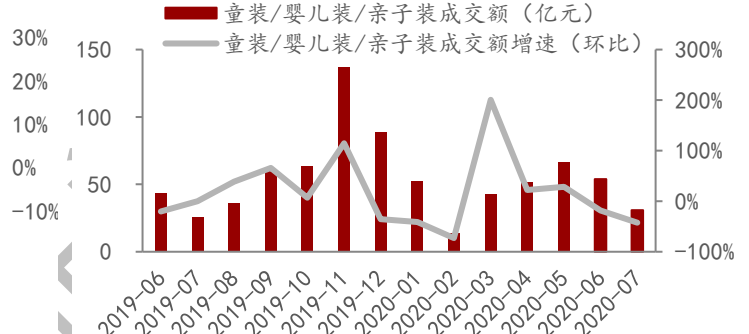
量价拆分来看，女装板块量价齐升推动成交额增长。618电商节过后行业整体价格有所回升，行业单件成交均价为116元/件，同比+22%，环比+8%。其中男装、运动服/休闲服、运动鞋和童装单件成交均价较去年同期变化维持在5%水平左右，而女装板块提价明显，单件成交均价同比+27%，由105元/件升至134元/件，为本月行业单件均价主要驱动因素。销量来看，7月全行业成交量为4.79亿件，同比+43%，其中女装成交量为2.98亿件，同比+64%，对行业销量增长达81%。女装板块量价齐升推动成交额延续高增长。

图表4：淘系平台7月服装行业单件均价（元）及增速



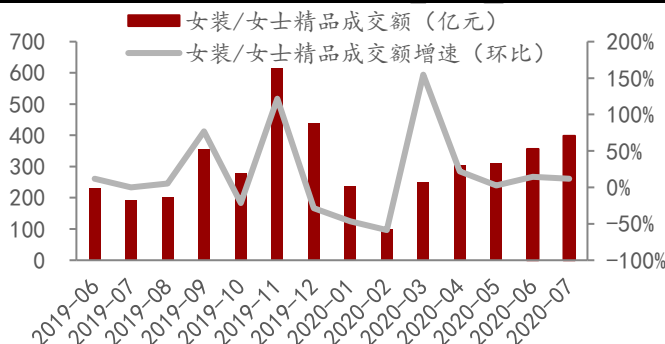
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表5：童装/婴儿装/亲子装成交额及环比增速



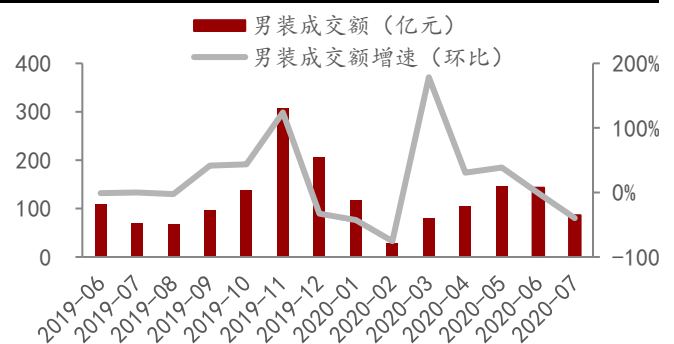
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表6：淘系平台近期女装/女士精品成交额及环比增速



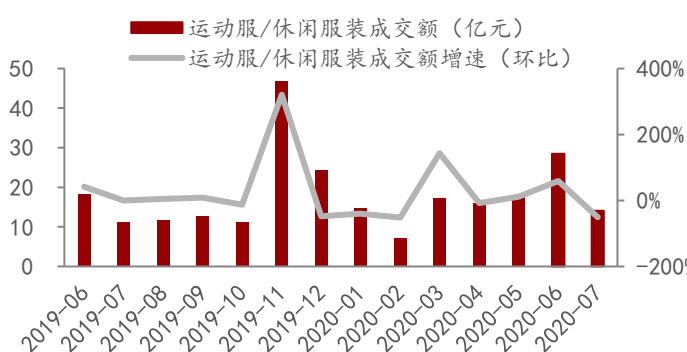
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表7：淘系平台近期男装成交额及环比增速



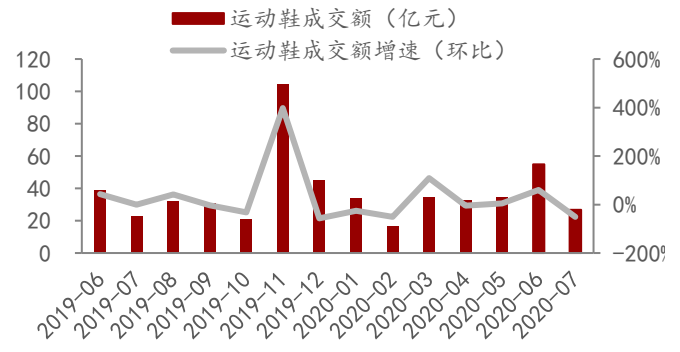
资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表8：淘系平台运动服/休闲服装成交额及环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

图表9：淘系平台近期运动鞋成交额及环比增速



资料来源：淘系平台、万联证券研究所

2、重点品牌数据跟踪

2.1 重点品牌全网数据追踪

7月，淘系平台数据显示，运动鞋服、男装、女装、童装板块的品牌整体表现较好。女装品牌，dazzle成交额同比+30%；男装和童装方面，跟踪的7个品牌均实现全网成交额同比正增长，其中男装报喜鸟和海澜之家等涨幅居前，童装安踏儿童表现亮眼；休闲服装品牌方面，森马和拉夏贝尔成交额同比涨幅录得-10%/-60%，表现低迷。运动鞋服方面，8个品牌中6个成交额实现同比正增长，国产品牌成交额有所分化。安踏集团成为最大赢家，旗下FILA和安踏品牌同比+109%/+54%，在主要品牌中排行前两名，而361°和特步同比录得小跌幅。量价拆分来看，跟踪的重点品牌单价较为平稳，整体变化幅度不大。除New balance依靠单价同比+26%提价带动成交额外，其余品牌主要为销量增长带动成交额上升。

图表10：重点跟踪品牌7月淘系平台全网销售额/销量以及单价情况

板块	品牌	销售额 (万元)	环比	同比	销量 (万件)	环比	同比	单价 (元)	环比	同比
女装	dazzle/地素	3079	-25%	30%	3.28	-23%	18%	938	-3%	10%
	saint angelo/报喜鸟	377	-75%	68%	0.75	-75%	85%	501	0%	-9%
男装	hla/海澜之家	4169	-64%	55%	33.82	-61%	49%	123	-6%	4%
	septwolves/七匹狼	3208	-65%	39%	17.09	-64%	58%	188	-4%	-12%
	youngor/雅戈尔	1817	-76%	26%	6.11	-72%	27%	298	-15%	-1%
童装	anta/安踏儿童	2572	-52%	67%	27.48	-55%	75%	94	8%	-5%
	巴拉巴拉	10866	-56%	21%	130.28	-54%	30%	83	-4%	-7%
	annil/安奈儿	1109	-54%	4%	9.58	-53%	7%	116	-2%	-2%
	peacebird/太平鸟	13713	-40%	34%	54.54	-44%	31%	251	7%	2%
休闲服饰	meters bonwe/美特斯邦威	6649	-34%	20%	64.30	-32%	17%	103	-3%	2%
	semir/森马	9048	-48%	-10%	118.70	-40%	0%	76	-13%	-10%
	la chapelle/拉夏贝尔	1355	-48%	-60%	6.13	-49%	-66%	221	3%	17%
	斐乐/fila	16835	-48%	109%	38.43	-54%	113%	438	13%	-2%
	anta/安踏	32689	-35%	54%	191.96	-41%	45%	170	10%	6%
	new balance	6257	-67%	50%	15.48	-70%	19%	404	11%	26%
运动	nike/耐克	75908	-54%	22%	197.80	-57%	38%	384	8%	-11%
鞋服	lining/李宁	27320	-47%	9%	173.68	-47%	7%	157	0%	2%
	adidas/阿迪达斯	52838	-61%	0%	171.39	-62%	15%	308	1%	-13%
	361°	4639	-56%	-14%	37.01	-54%	-14%	125	-4%	0%
	xtep/特步	9223	-49%	-16%	68.76	-51%	-12%	134	5%	-4%

资料来源：淘系平台、万联证券研究所

注：休闲服装品牌全网数据为品牌全网男装数据与女装数据加总

运动鞋服品牌全网数据为品牌运动服/休闲服数据与运动鞋数据加总

成交额不包括拍下未支付的金额

2.2重点品牌官方网店数据跟踪

7月, 618促销活动结束后各大服装品牌成交额有所回落, 我们跟踪的纺织服装行业重点27个品牌中, 全部品牌官方旗舰店销售额和销量录得环比负增长。横向对比来看, 17个品牌官方旗舰店实现销售额同比正增长, 板块中男装、运动服/休闲服、运动鞋各大品牌涨幅出现较大分化。

图表11: 主要上市公司旗下品牌7月天猫官方旗舰店成交额(万元)和销量(万件)

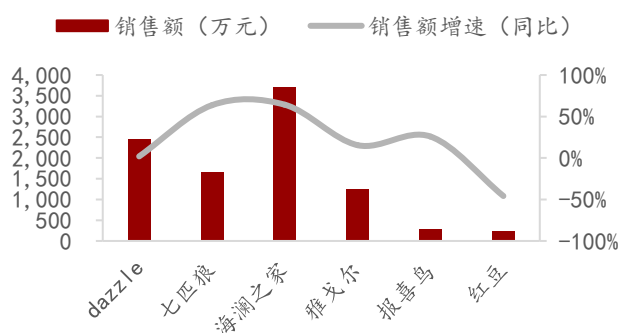
板块	店铺名称	销售额 (万元)	同比	环比	销量 (万件)	同比	环比	单价(元)	同比	环比
女装	dazzle 官方旗舰店	2456	2%	-33%	2.42	-10%	-34%	1013	13%	2%
	海澜之家官方旗舰店	3693	64%	-67%	30.14	56%	-64%	123	6%	-6%
	七匹狼官方旗舰店	1647	64%	-70%	8.94	90%	-68%	184	-14%	-8%
男装	报喜鸟官方旗舰店	272	26%	-80%	0.41	21%	-84%	658	4%	22%
	雅戈尔官方旗舰店	1240	15%	-81%	3.31	10%	-81%	374	5%	-2%
	红豆官方旗舰店	236	-46%	-68%	1.75	-36%	-64%	135	-15%	-12%
童装	anta 安踏童装旗舰店	3545	91%	-55%	30.05	97%	-59%	118	-3%	11%
	巴拉巴拉官方旗舰店	7959	21%	-65%	82.17	15%	-66%	97	4%	4%
	安奈儿旗舰店	701	-8%	-58%	5.16	-9%	-59%	136	0%	2%
休闲服装	太平鸟官方旗舰店	8163	81%	-29%	33.58	69%	-33%	243	7%	7%
	美特斯邦威官方网店	5811	7%	-38%	53.77	1%	-38%	108	6%	0%
	森马官方旗舰店	6330	-26%	-61%	72.40	-28%	-61%	87	2%	-1%
	拉夏贝尔官方旗舰店	2011	-57%	-45%	8.58	-63%	-49%	234	15%	7%
运动鞋服	比音勒芬旗舰店	307	-	-55%	0.49	-	-54%	628	-	-2%
	FILA 官方旗舰店	15970	119%	-51%	34.63	139%	-57%	461	-8%	14%
	安踏官方网店	23578	102%	-26%	143.64	95%	-35%	164	4%	13%
	New Balance 旗舰店	3677	76%	-75%	8.29	37%	-80%	444	28%	25%
	李宁官方网店	11896	7%	-62%	71.57	8%	-63%	166	-1%	1%
	adidas 官方旗舰店	22030	-5%	-78%	63.64	7%	-80%	346	-12%	14%
	NIKE 官方旗舰店	28378	-6%	-74%	74.17	3%	-79%	383	-9%	24%
	361 度官方旗舰店	2492	-11%	-67%	19.30	-5%	-65%	129	-7%	-5%
	特步官方旗舰店	4837	-15%	-54%	34.14	-10%	-57%	142	-5%	7%
	探路者官方旗舰店	402	-33%	-79%	1.87	-34%	-79%	215	0%	1%
家纺	罗莱官方旗舰店	3030	129%	-65%	9.90	242%	-50%	306	-33%	-31%
	水星家纺旗舰店	6772	107%	-44%	22.80	73%	-51%	297	19%	13%
	富安娜官方旗舰店	2122	23%	-68%	7.59	10%	-65%	280	12%	-11%
	梦洁旗舰店	805	-2%	-62%	2.77	8%	-61%	290	-9%	-2%

资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

2.2.1 男装女装：海澜之家、七匹狼表现较优，红豆同比负增长

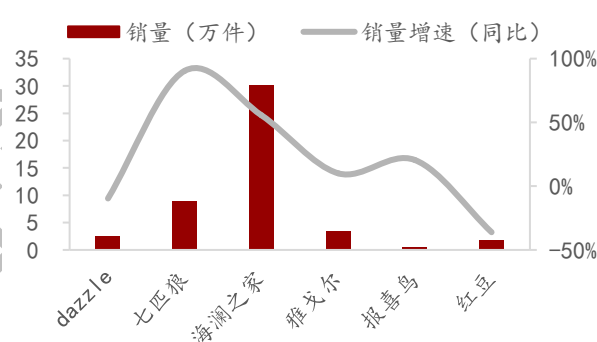
7月天猫官方旗舰店数据显示，跟踪的5个重点男装品牌：海澜之家、七匹狼、报喜鸟、雅戈尔、红豆官方旗舰店分别实现销售额3693、1647、272、1240、236万元，同比+64%/+64%/+26%/+15%/-46%；实现销量30.14、8.94、0.41、3.31、1.75万件，同比+56%/+90%/+21%/+10%/-36%；各大上市公司男装官方网店销售情况良好，红豆品牌同比负增长明显落后。跟踪的1个重点女装品牌dazzle，其官方旗舰店实现销售额2456万元，同比+2%，实现销量2.42万件，同比-10%。

图表12：男女装重点品牌7月官方网店销售额及同比增速



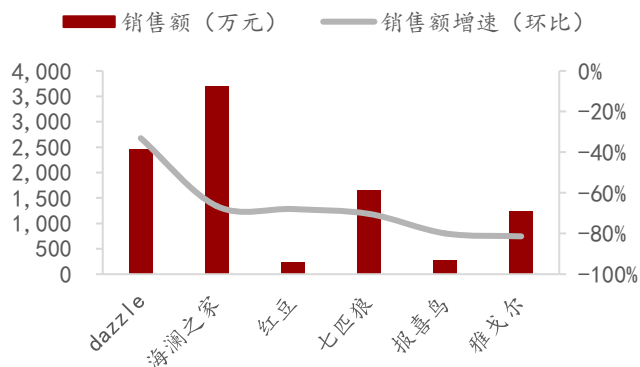
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表13：男女装重点品牌7月官方网店销量及同比增速



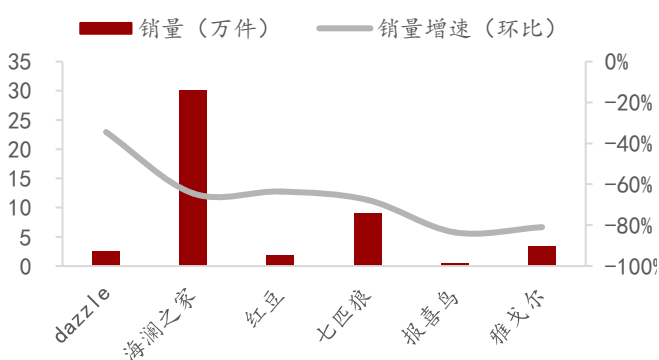
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表14：男女装重点品牌7月官方网店销售额及环比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

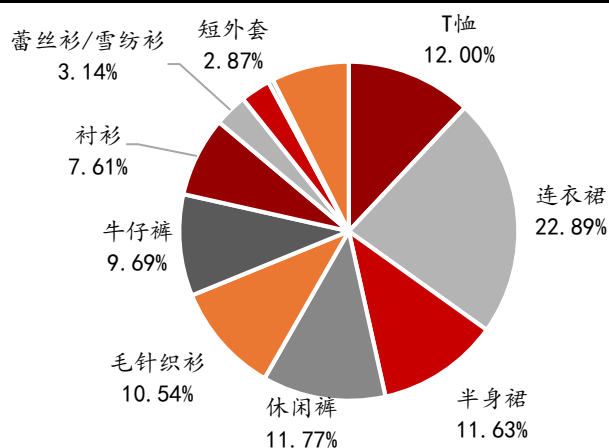
图表15：男女装重点品牌7月官方网店销量及环比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

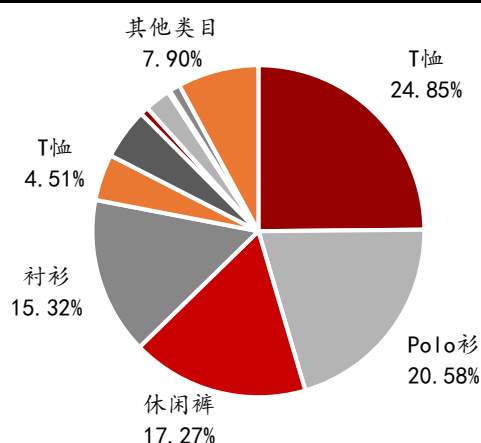
品牌旗舰店品类占比分析：7月品牌天猫旗舰店数据显示，dazle官方旗舰店收入占比最高的品类为夏日应季的连衣裙（23%）、T恤（12%）、半身裙（12%），较6月相比连衣裙占比下降6pct，T恤占比有所上升。男装方面，衬衫和T恤品类较为受欢迎。海澜之家衬衫品类较上月大幅上涨，主打依旧为T恤、Polo衫、休闲裤，三者分别占比25%、21%、17%；七匹狼主打产品T恤占比较6月提升13pct至74%；雅戈尔衬衫占比提升10pct至57%；报喜鸟，收入以衬衫、西服套装、Polo衫为主，分别占23%、19%、15%，西服套装占比本月提升明显；红豆中收入主要来品类则为衬衫、西裤、休闲裤，分别占23%、23%、18%，休闲裤占比略有上升。

图表16: dazzle官方网店7月细分产品销售额占比



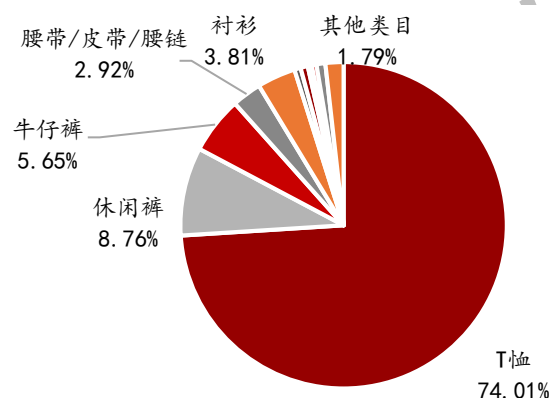
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表17: 海澜之家官方网店7月细分产品销售额占比



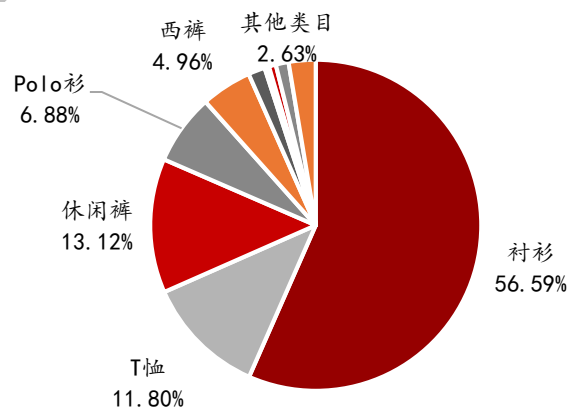
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表18: 七匹狼官方网店7月细分产品销售额占比



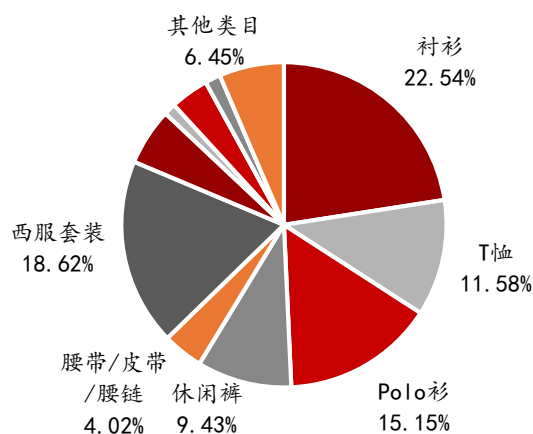
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表19: 雅戈尔官方网店7月细分产品销售额占比



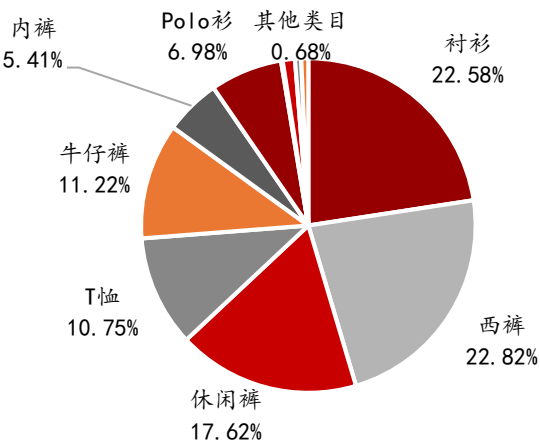
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表20: 报喜鸟官方网店7月细分产品销售额占比



资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表21: 红豆官方网店7月细分产品销售额占比

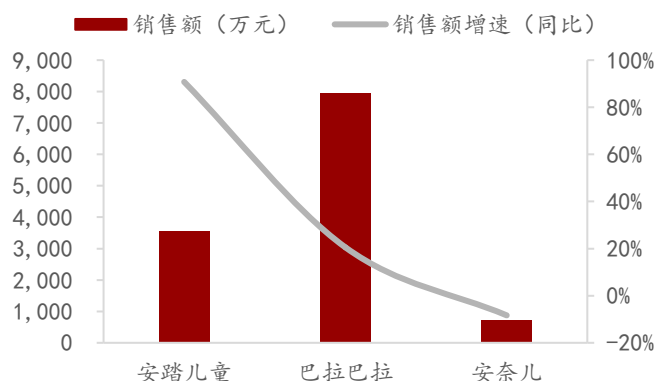


资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

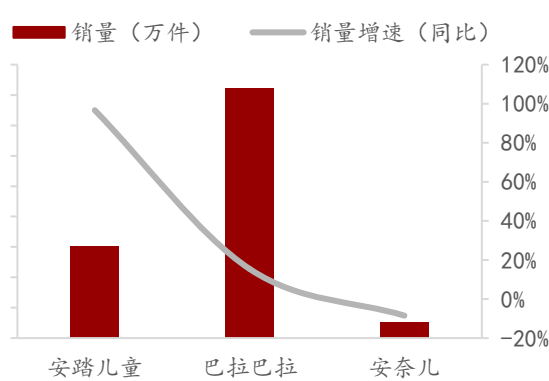
2.2.2 童装：安踏儿童销售额同比+91%增幅居前

7月天猫官方旗舰店数据显示，跟踪的3个重点童装品牌：安踏儿童、巴拉巴拉、安奈儿天猫官方网店分别实现销售额3545、7959、701万元，同比91%/21%/-8%；各品牌实现销量为30.05、82.17、5.16万件，同比97%/15%/-9%。其中，安踏儿童涨幅表现亮眼，而安奈儿相对逊色。3个品牌官方网店销售额和销量涨跌幅较为一致，单件成交均价平稳。

图表22：童装重点品牌7月官方网店销售额及同比增速 图表23：童装重点品牌7月官方网店销量及同比增速

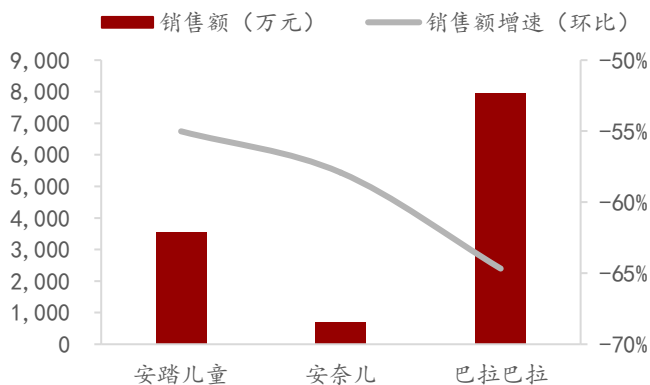


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

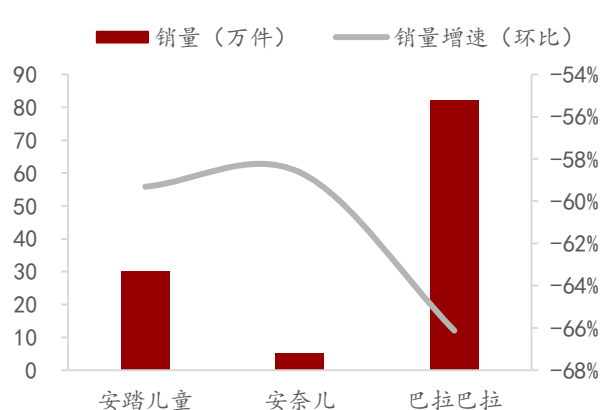


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表24：童装重点品牌7月官方网店销售额及环比增速 图表25：童装重点品牌7月官方网店销量及环比增速



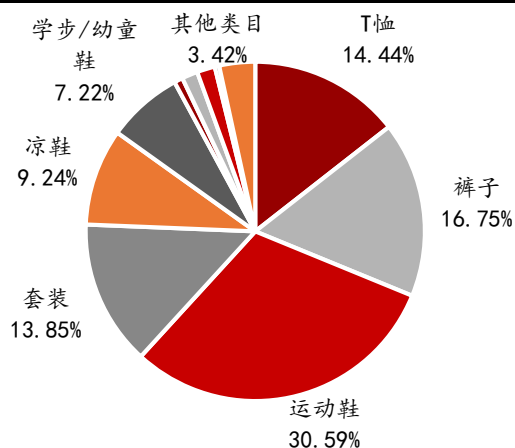
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所



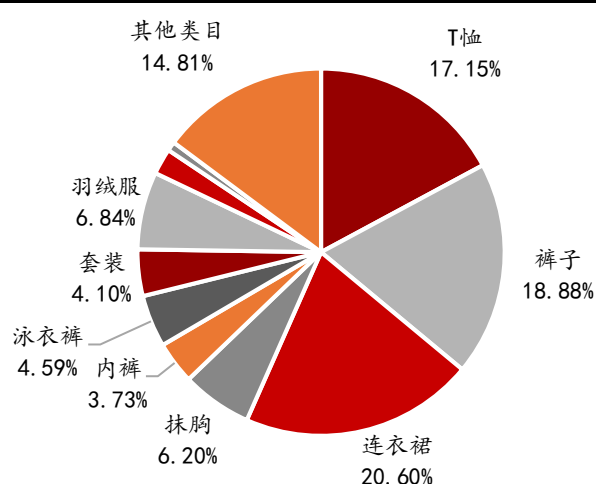
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

品牌旗舰店品类占比分析：7月品牌天猫旗舰店数据显示，巴拉巴拉官方旗舰店收入占比较高的品类依次为裤子（19%）、T恤（13%）、套装（13%），三大品类占比较上月皆有所下滑；安踏儿童官方旗舰店收入占比较高的品类依次为运动鞋（31%）、裤子（17%）、T恤（14%），凉鞋占比明显下滑；安奈儿则依次为连衣裙（21%）、T恤（19%）和T恤（17%），其他类目占比较上月占比大幅上升，收入结构分散化。

图表26：安踏儿童官方网店7月细分产品销售额占比



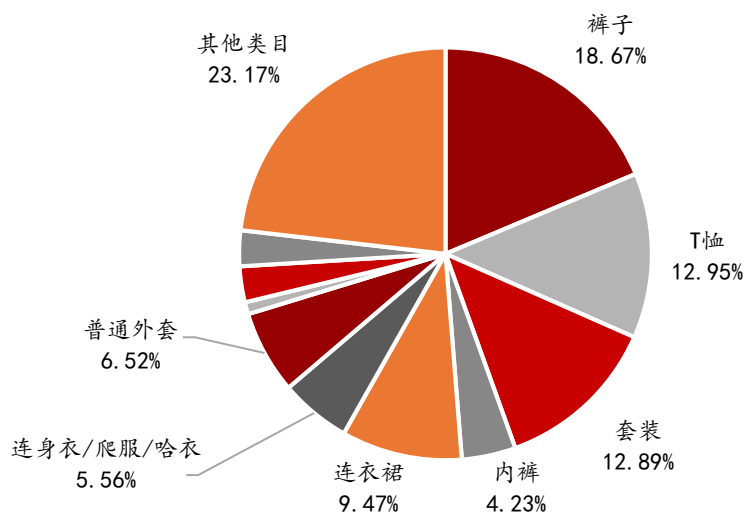
图表27：安奈儿官方网店7月细分产品销售额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表28：巴拉巴拉官方网店7月细分产品销售额占比

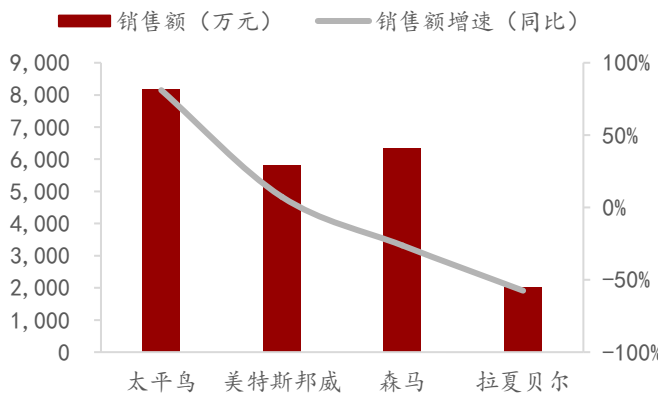


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

2.2.3 休闲服装：品牌分化明显，太平鸟涨幅居前

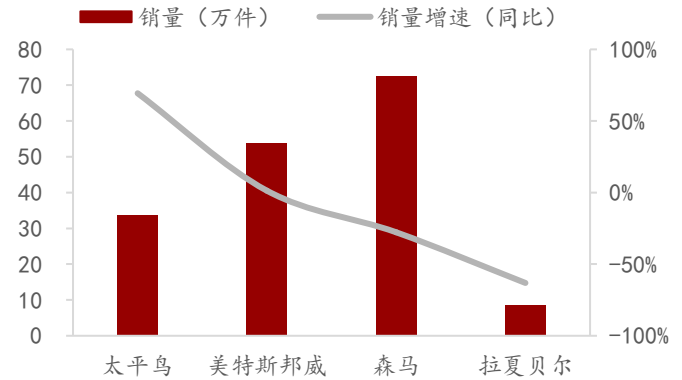
7月天猫官方旗舰店数据显示，跟踪的4个重点休闲服装品牌中：太平鸟和美特斯邦威销售额同比+81%和+7%优于同业，森马和拉夏贝尔较6月下滑明显。太平鸟、美特斯邦威、森马、拉夏贝尔现销售额8163、5811、6330、2011万元，同比+81%/+7%/-26%/-57%；各品牌实现销量33.58、53.77、72.40、8.58万件，同比+69%/+1%/-28%/-63%。

图表29：休闲服装重点品牌7月官方网店销售额及同比增速



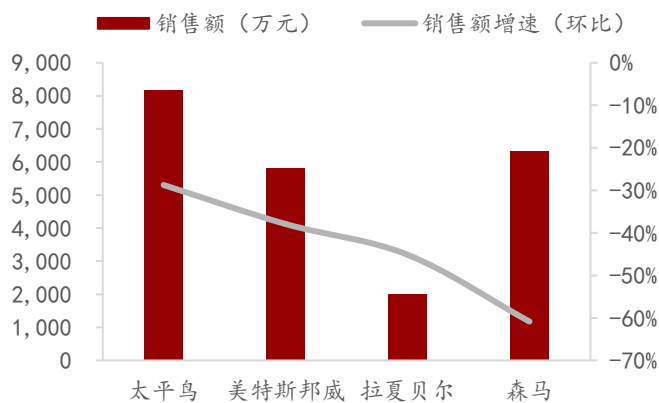
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表30：休闲服装重点品牌7月官方网店销量及同比增速



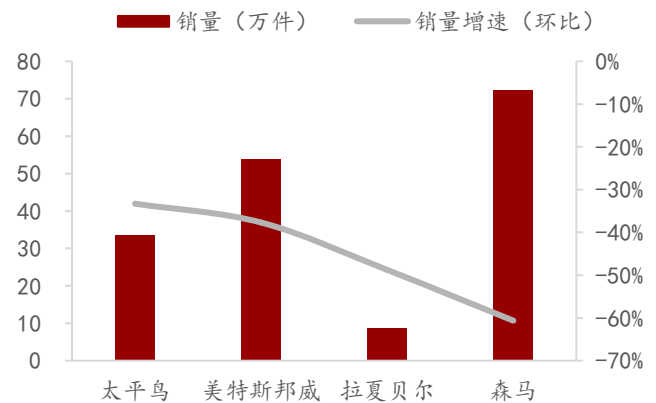
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表31：休闲服装重点品牌7月官方网店销售额及环比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

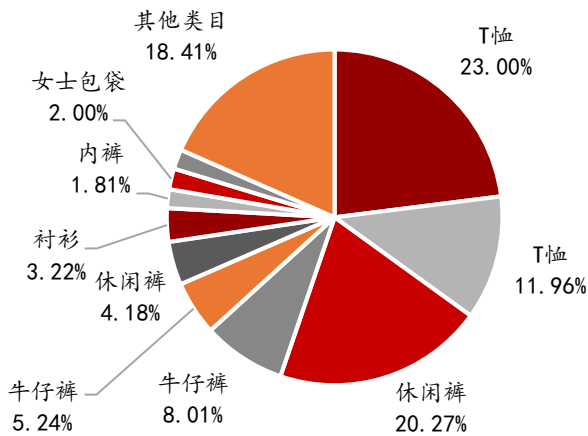
图表32：休闲服装重点品牌7月官方网店销量及环比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

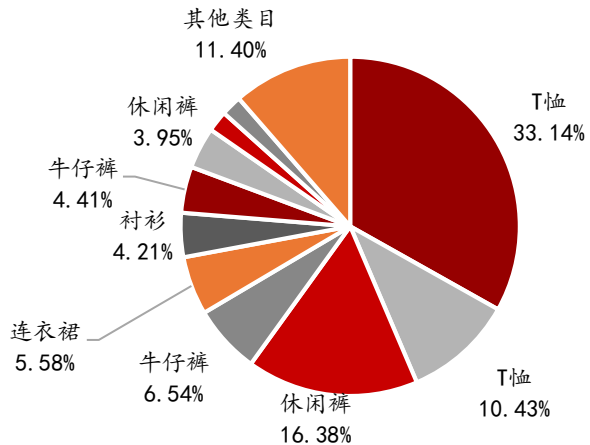
品牌旗舰店品类占比分析：7月品牌天猫旗舰店数据显示，休闲服装品牌主要收入品类主要包括男女T恤、连衣裙。森马和美特斯邦威收入占比前三较6月无明显变化，仍为男性T恤、女性T恤和休闲裤，三者合计占比其收入分别为55%和60%。主打女性群体品牌方面，拉夏贝尔收入中37%来自于连衣裙，而太平鸟主要收入品类为连衣裙(19%)、T恤(14%)和牛仔裤(11%)，收入结构较上月变化较大，其中连衣裙收入占比下降16pct，T恤占比下降5pct。

图表33：森马官方网店7月细分产品销售额占比



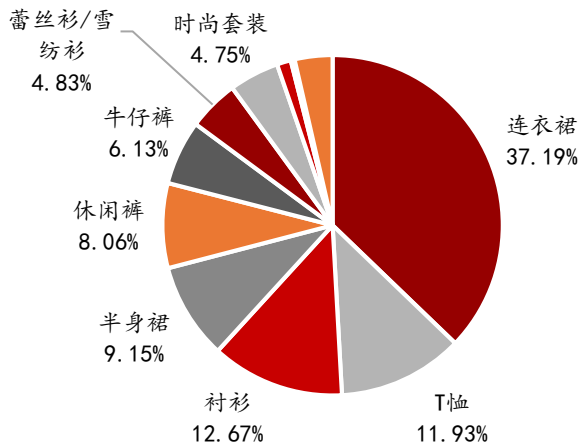
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表34：美特斯邦威官方网店7月细分产品销售额占比



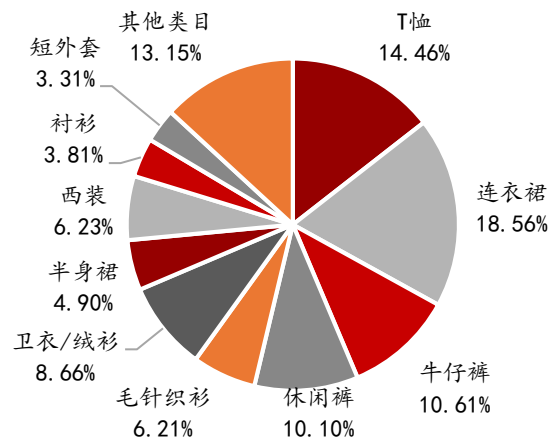
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表35：拉夏贝尔官方网店7月细分产品销售额占比



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表36：太平鸟官方网店7月细分产品销售额占比

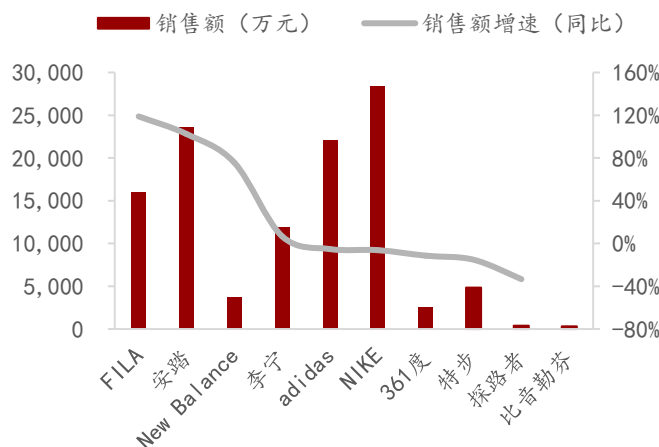


资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

2.2.4运动服装：安踏集团FILA和安踏品牌表现优秀，板鞋成最畅销品类

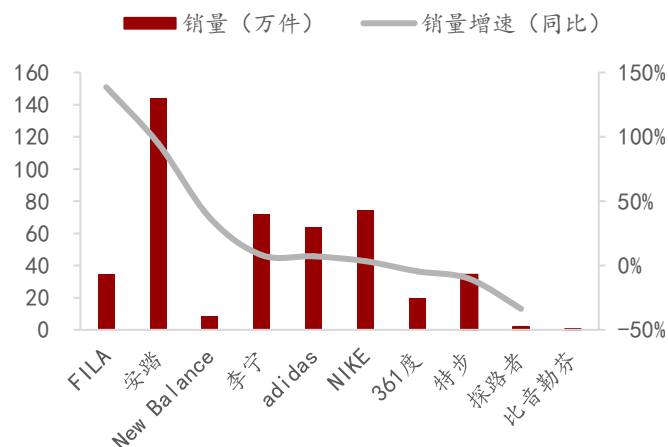
7月天猫官方旗舰店数据显示，跟踪的9个重点运动服装品牌中，官方店铺的销售涨幅出现分化。安踏体育旗下的FILA和安踏品牌的销售涨幅在9个品牌中最高，FILA实现销售额1.60亿元，同比+119%，安踏体育实现销售额2.36亿元，同比+102%，而同为国产品牌的361度、特步销售额分别同比-11%/-15%，分化较大。李宁、adidas和nike销售额同比变化较小。户外品牌方面，探路者销售额同比-33%。

图表37：运动服装重点品牌7月官方网店销售额及同比增速



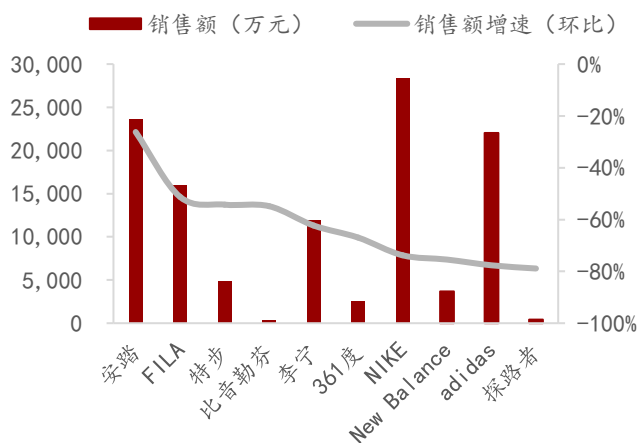
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表38：运动服装重点品牌7月官方网店销量及同比增速



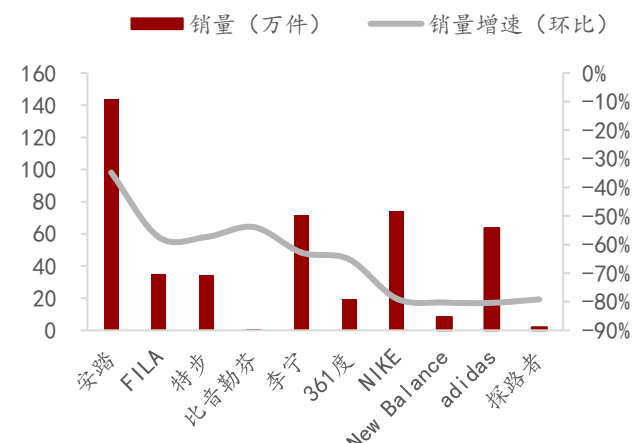
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表39：运动服装重点品牌7月官方网店销售额及环比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

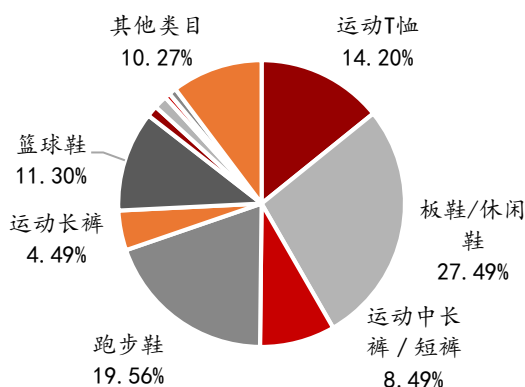
图表40：运动服装重点品牌7月官方网店销量及环比增速



资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

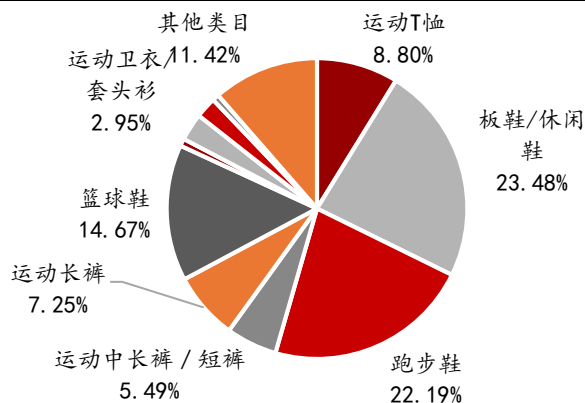
品牌旗舰店品类占比分析：7月品牌天猫旗舰店数据显示，运动方面，7月占比最高的品类集中在运动鞋（包括跑步鞋、休闲鞋）、运动裤子（短裤/中长裤）、运动T恤等，8个重点跟踪国内品牌中，除了FILA外收入最大来源的品类都为板鞋/休闲鞋，且其收入占比皆为有所上升，如李宁最大收入来源板鞋/休闲鞋占比较上月上升5pct达27%。户外方面，比音勒芬占比最高的品类为Polo衫（27%）和T恤（25%）；探路者收入占比最大的品类为户外风衣（23%）和速干T恤（12%），主打产品运动户外风衣和户外休闲衣收入占比下降10pct和3pct。

图表41：李宁官方网店7月细分产品销售额占比



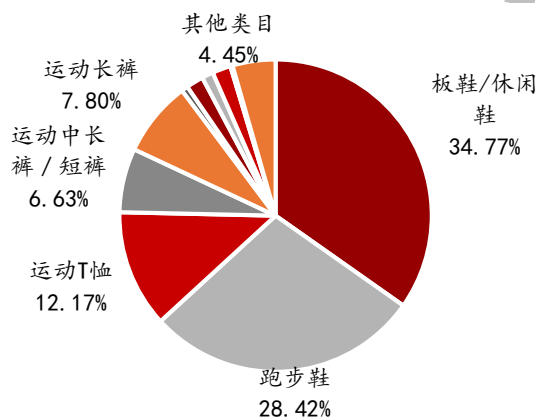
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表42：安踏官方网店7月细分产品销售额占比



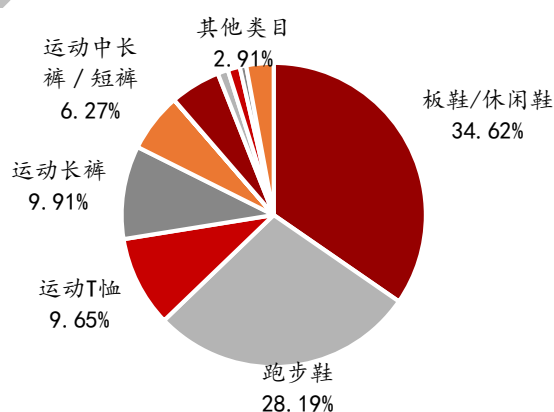
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表43：特步官方网店7月细分产品销售额占比



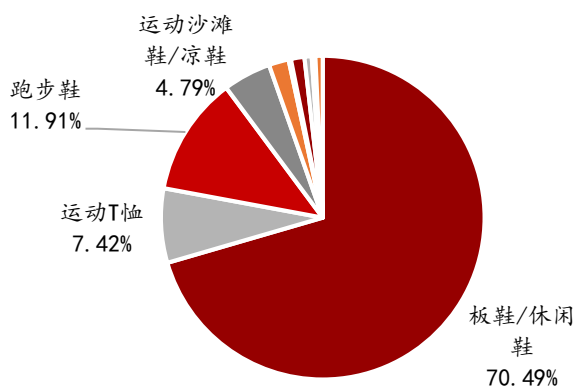
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表44：361度官方网店7月细分产品销售额占比



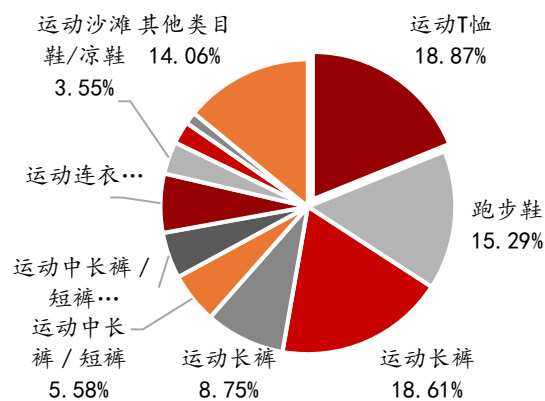
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表45：New Balance官方网店7月细分产品销售额占比



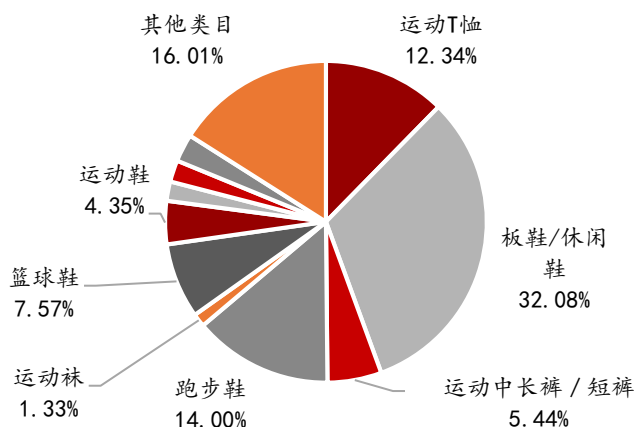
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表46：FILA官方网店7月细分产品销售额占比



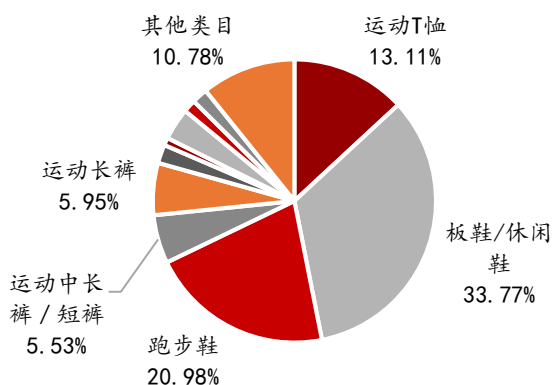
资料来源：天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表47: NIKE官方网店7月细分产品销售额占比



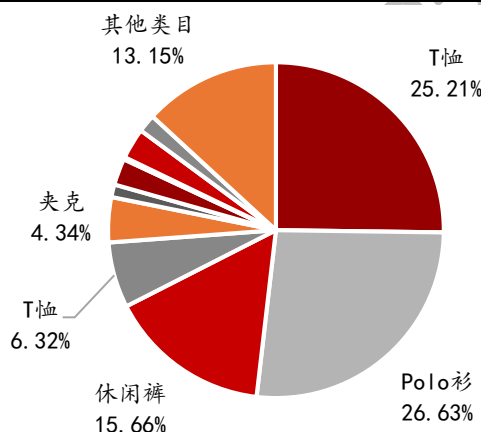
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表48: ADIDAS官方网店7月细分产品销售额占比



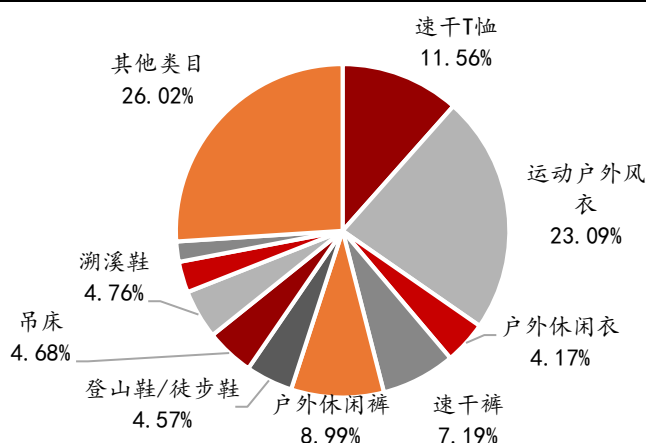
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表49: 比音勒芬官方网店7月细分产品销售额占比



资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表50: 探路者官方网店7月细分产品销售额占比

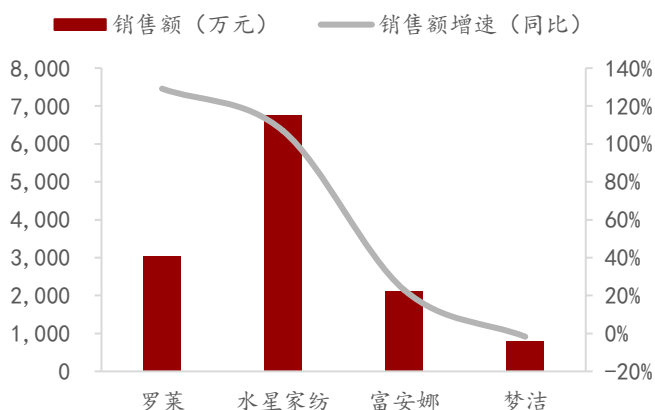


资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

2.2.5 家纺: 罗莱、水星家纺同比涨幅破百, 化纤被受关注

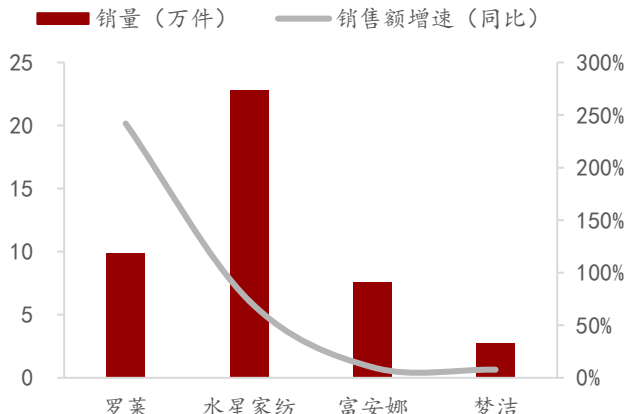
7月, 跟踪的4个重点家纺品牌中: 罗莱、水星家纺、富安娜、梦洁官方旗舰店分别实现销售额3030、6772、2122、805万元, 同比+129%/+107%/+23%/-2%; 各品牌实现销量为9.90、22.80、7.59、2.77万件, 同比+242%/+73%/+10%/+8%。罗莱、水星家纺同比涨幅破百, 梦洁销售额在6月同比负增长后持续低迷。

图表51: 家纺重点品牌7月官方网店销售额及同比增速



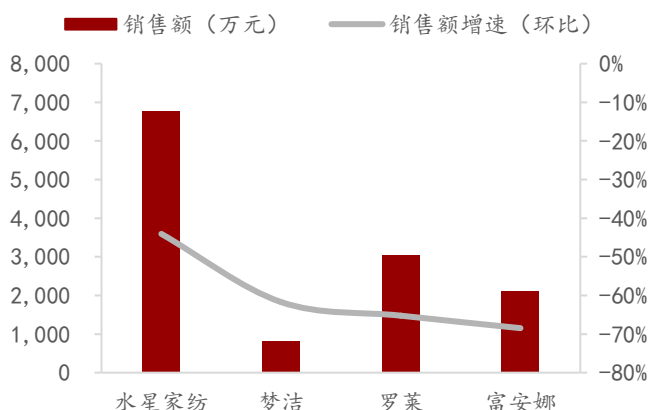
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表52: 家纺重点品牌7月官方网店销量及同比增速



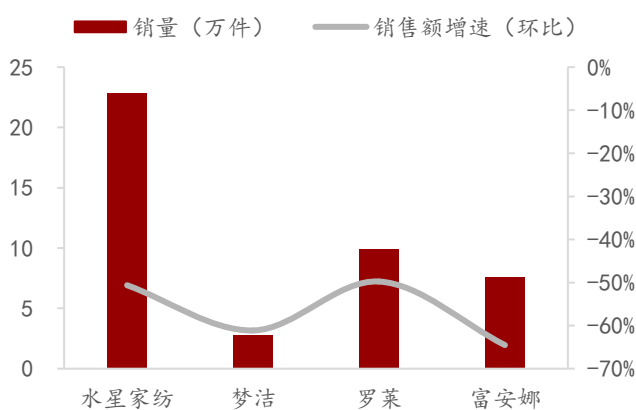
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表53: 家纺重点品牌7月官方网店销售额及环比增速



资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

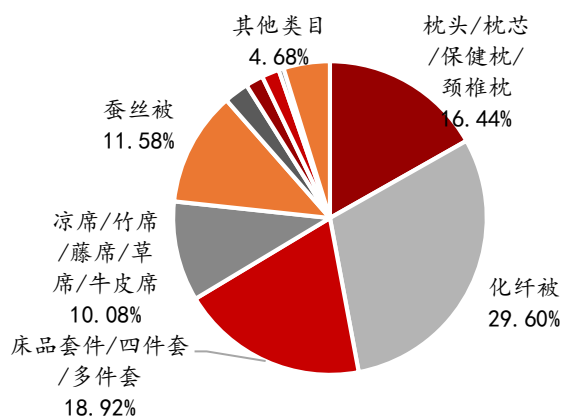
图表54: 家纺重点品牌7月官方网店销量及环比增速



资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

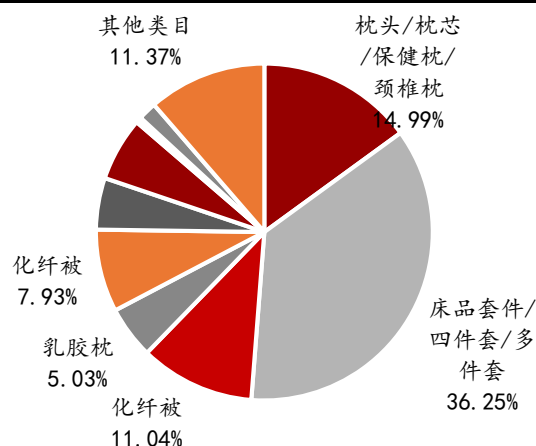
品牌旗舰店品类占比分析: 7月品牌天猫旗舰店数据显示, 富安娜和梦洁最为畅销的品类为床品套件/四件套/多件套, 其中梦洁传统四件套收入占比较6月大幅提升至42%。7月化纤被产品获认可, 其中罗莱旗下化纤被销售额占比大幅提升22pct至29.6%, 水星家纺提升12pct至33%, 成为店铺最大收入来源。此外, 传统夏季爆款凉席/竹席/藤席/草席/牛皮席和传统床上用品枕头/枕芯/保健枕/颈椎枕同样较为受欢迎。

图表55: 罗莱官方网店7月细分产品销售额占比



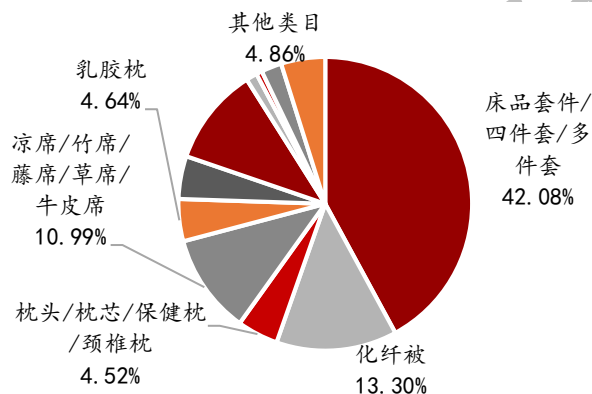
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表56: 富安娜官方网店7月细分产品销售额占比



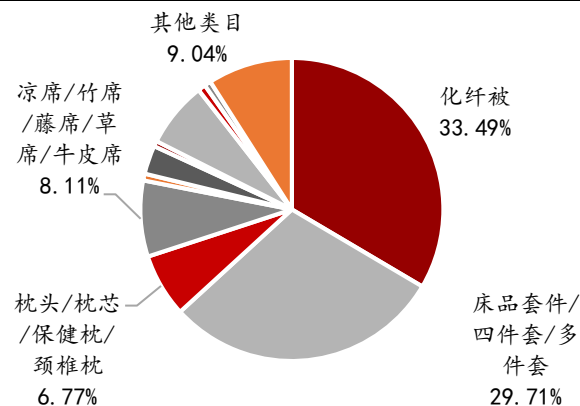
资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表57: 梦洁官方网店7月细分产品销售额占比



资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

图表58: 水星家纺官方网店7月细分产品销售额占比



资料来源: 天猫官方旗舰店、万联证券研究所

3、投资建议

7月淘系平台服装行业(含女装/女士精品、男装、童装/婴儿装/亲子装、运动服/休闲服装和运动鞋)成交额为556亿元,环比-13%,同比+74%。其中女装/女士精品成交额为399亿元,环比+12%,同比+109%,是本月服装行业成交额同比实现大幅增长的主要驱动力量。品牌方面,FILA、安踏实现亮眼增长,全网销售额同比+109%/+54%。短期来看,纺织服装需求量进一步释放,线上销售持续向好,线上布局强势的品牌将迎来投资良机。中长期来看,未来随着人们外出活动次数的增加和锻炼身体习惯的养成,体育服饰需求正迎来反弹。建议关注受疫情影响而超跌的优质运动鞋服龙头企业。

4、风险提示

疫情复发风险、市场竞争加剧风险、存货跌价损失风险。

行业投资评级

强于大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%以上；

同步大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%至-10%之间；

弱于大市：未来6个月内行业指数相对大盘跌幅10%以上。

公司投资评级

买入：未来6个月内公司相对大盘涨幅15%以上；

增持：未来6个月内公司相对大盘涨幅5%至15%；

观望：未来6个月内公司相对大盘涨幅-5%至5%；

卖出：未来6个月内公司相对大盘跌幅5%以上。

基准指数：沪深300指数

风险提示

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

证券分析师承诺

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的执业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

免责声明

本报告仅供万联证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本公司是一家覆盖证券经纪、投资银行、投资管理和证券咨询等多项业务的全国性综合类证券公司。本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。在法律许可情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或类似的金融服务。

本报告为研究员个人依据公开资料和调研信息撰写，本公司不对本报告所涉及的任何法律问题做任何保证。本报告中的信息均来源于已公开的资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或征价。研究员任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告的版权仅为本公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表和引用。

未经我方许可而引用、刊发或转载的，引起法律后果和造成我公司经济损失的，概由对方承担，我公司保留追究的权利。

万联证券股份有限公司 研究所

上海 浦东新区世纪大道1528号陆家嘴基金大厦

北京 西城区平安里西大街28号中海国际中心

深圳 福田区深南大道2007号金地中心

广州 天河区珠江东路11号高德置地广场



START YOUR FINANCE



起点财经，网罗天下报告