

纺织服装行业

10 月纺织服装行业淘宝天猫数据概览

分析师： 糜韩杰



SAC 执业证号: S0260516020001



SFC CE.no: BPH764



021-60750604



mihanjie@gf.com.cn

核心观点:

- **10 月纺服行业整体 GMV 持续高速增长, 运动服、运动鞋、童鞋行业增幅居前。**根据淘数据, 鞋服箱包类 GMV 总体为 948.98 亿元, 较去年同期增长 30.45%, 成交笔数为 8.77 亿笔, 同比增长 19.13%。分子行业看, 淘宝天猫全网女装 GMV 367.99 亿元, 同比增长 32.48%; 女鞋 GMV 61.78 亿元, 同比增长 17.99%; 男装 GMV 185.33 亿元, 同比增长 35.09%; 男鞋 GMV 35.16 亿元, 同比下降 12.77%; 童装 GMV 84.27 亿元, 同比增长 32.15%; 童鞋 GMV 15.49 亿元, 同比增长 39.01%; 内衣 GMV 82.39 亿元, 同比增长 34.09%; 户外 GMV 23.07 亿元, 同比增长 35.10%; 运动服 GMV 17.53 亿元, 同比增长 57.18%; 运动鞋 GMV 30.07 亿元, 同比增长 43.61%; 家纺 GMV 42.06 亿元, 同比增长 34.19%, 旅行箱 GMV 3.85 亿元, 同比增长 29.28%。10 月线上消费女装、男装、童装三大板块占比最高, 分别占比 38.78%/19.53%/8.89%, 销售额分别为 367.99 亿元/185.33 亿元/84.27 亿元。运动服、运动鞋、童鞋行业 GMV 增幅居前, 分别为+57.18%/+43.61%/+39.01%。
- **分行业看。**根据淘数据, 10 月女装类 GMV 前三的品牌为波司登/优衣库/南极人, 分别是 2.14/2.00/1.64 亿元, 同比变化+232.89%/+3.61%/+28.88%; 女鞋类 GMV 前三的品牌为红蜻蜓/kiss kitty/奥康国际, 分别是 3908.21/1202.54/980.76 万元, 同比变化+154.94%/+117.46%/+21.68%; 男装类 GMV 前三的品牌为南极人/优衣库/森马, 分别是 5.14 亿元/1.87 亿元/1.15 亿元, 同比变化+96.67%/+28.73%/+17.84%; 男鞋类 GMV 前三的品牌为红蜻蜓/奥康国际/七匹狼, 分别是 4390.40/1579.90/1534.70 万元, 同比变化+69.38%/-40.85%/+122.24%; 童装 GMV 前三的品牌为巴拉巴拉/南极人/优衣库, 分别是 2.91/2.39/0.50 亿元, 同比变化+23.41%/+55.23%/+12.03%; 运动服类 GMV 前三的品牌为阿迪达斯/耐克/李宁, 分别是 2.25/2.03/1.67 亿元, 同比变化+39.72%/+84.53%/+32.92%; 运动鞋类 GMV 前三的品牌为耐克/阿迪达斯/安踏, 分别是 7.20/2.60/2.59 亿元, 同比变化+81.58%/+3.64%/+45.56%; 家纺类 GMV 前三的品牌为南极人/水星/罗莱, 分别是 5.41/1.08/0.47 亿元, 同比变化+47.56%/+94.65%/+248.21%。旅行箱类 GMV 前三的品牌为卡帝乐鳄鱼/北爱/日默瓦, 分别是 1762.44/1731.53/792.55 万元, 同比变化-33.92%/+374.39%/+73.81%。
- **分公司看。**根据淘数据, 10 月女装公司地素时尚、安正时尚淘宝天猫全网主要品牌总体 GMV 分别同比变化+53.92%/+133.17%; 女鞋公司天创时尚主要品牌总体 GMV 同比变化+102.68%。男装公司海澜之家、利郎主要品牌总体 GMV 分别同比变化+97.02%/+391.76%; 休闲服饰公司太平鸟主要品牌总体 GMV 同比变化+14.26%; 童装童鞋公司森马服饰主要品牌总体 GMV 同比变化+22.83%。运动鞋服公司比音勒芬、李宁、安踏主要品牌总体 GMV 分别同比变化+289.28%/+29.87%/+57.51%; 家纺公司罗莱生活、富安娜、水星家纺主要品牌总体 GMV 分别同比变化+148.12%/+45.36%/+97.74%。户外公司探路者主要品牌总体 GMV 变化+50.49%。
- **风险提示:** 宏观经济景气度持续下行风险; 原材料价格持续上涨风险; 库存积压风险; 管理不善风险。

相关研究:

纺织服装行业:9 月纺织服装行业淘宝天猫数据概览

2020-10-08

识别风险, 发现价值

请务必阅读末页的免责声明

重点公司估值和财务分析表

股票简称	股票代码	货币	最新 收盘价	最近 报告日期	评级	合理价值 (元/股)	EPS(元)		PE(x)		EV/EBITDA(x)		ROE(%)	
							2020E	2021E	2020E	2021E	2020E	2021E	2020E	2021E
太平鸟	603877.SH	CNY	36.62	2020/10/22	买入	46.25	1.47	1.85	24.91	19.79	17.12	14.32	18.30	20.40
比音勒芬	002832.SZ	CNY	17.7	2020/10/20	买入	26.02	0.90	1.24	19.67	14.27	15.06	11.19	18.50	21.00
海澜之家	600398.SH	CNY	6.77	2020/11/01	买入	9.49	0.47	0.73	14.40	9.27	8.08	5.69	13.80	19.60
富安娜	002327.SZ	CNY	8.13	2020/10/23	买入	10.66	0.70	0.82	11.61	9.91	9.42	8.03	15.50	17.00
罗莱生活	002293.SZ	CNY	12.93	2020/10/25	买入	13.77	0.71	0.81	18.21	15.96	13.69	11.96	14.00	15.40
地素时尚	603587.SH	CNY	22.37	2020/10/30	买入	25.92	1.37	1.62	16.33	13.81	12.62	10.63	18.00	19.30
森马服饰	002563.SZ	CNY	8.72	2020/10/28	增持	11.73	0.34	0.69	25.65	12.64	10.60	6.78	7.50	14.50
歌力思	603808.SH	CNY	13.8	2020/10/30	买入	18.90	1.26	1.05	10.95	13.14	12.40	8.44	18.70	14.00
安正时尚	603839.SH	CNY	11.05	2020/05/10	买入	17.19	0.92	1.12	12.01	9.87	8.39	6.60	12.31	14.03
诺邦股份	603238.SH	CNY	34.7	2020/10/26	增持	58.80	1.96	1.18	17.70	29.41	9.17	14.25	20.20	10.40
健盛集团	603558.SH	CNY	10.25	2020/07/30	买入	10.20	0.51	0.67	20.10	15.30	13.05	10.28	6.60	8.00
申洲国际	02313.HK	HK	137.7	2020/08/26	增持	135.57	3.53	4.03	39.01	34.17	30.53	26.72	19.20	19.70
安踏体育	02020.HK	HK	109.7	2020/10/16	买入	89.40	1.87	2.65	58.66	41.40	31.34	24.79	20.24	22.43
波司登	03998.HK	HK	3.18	2020/11/16	买入	4.08	0.13	0.17	24.46	18.71	14.89	12.39	13.65	16.20
滔搏	06110.HK	HK	11.82	2020/10/08	买入	11.94	0.37	0.38	31.95	31.11	22.19	17.02	36.88	20.32
中国利郎	01234.HK	HK	5.3	2020/10/13	买入	6.25	0.56	0.71	9.46	7.46	7.64	6.14	15.74	16.92

数据来源：Wind、广发证券发展研究中心

备注：表中估值指标按照最新收盘价计算

目录索引

一、行业概览：10月纺服行业整体 GMV 持续高速增长	7
二、细分行业：童鞋、家纺、运动服、男装、内衣子行业 GMV 增幅居前	8
（一）10月线上女装类行业规模	8
（二）10月线上女鞋类行业规模	9
（三）10月线上男装类行业规模	11
（四）10月线上男鞋类行业规模	12
（五）10月线上童装类行业规模	14
（六）10月线上童鞋类行业规模	15
（七）10月线上内衣类行业规模	17
（八）10月线上运动服类行业规模	18
（九）10月线上运动鞋类行业规模	20
（十）10月线上户外类行业规模	21
（十一）10月线上家纺类行业规模	23
（十二）10月线上旅行箱类行业规模	24
三、重要上市公司电商 10月线上数据情况	26
（一）女装行业	26
（二）女鞋行业	28
（三）男装行业	29
（四）男鞋行业	31
（五）休闲服饰行业	32
（六）童装童鞋行业	32
（七）内衣行业	34
（八）运动鞋服行业	36
（九）户外行业	38
（十）家纺行业	39
（十一）羽绒服行业	41
四、风险提示	42
（一）宏观经济景气度持续下行风险	42
（二）原材料价格持续上涨风险	42
（三）库存积压风险	42
（四）管理不善风险	42

图表索引

图 1: 2019 年 10 月至 2020 年 10 月淘宝天猫全网鞋服箱包类 GMV (亿元) 及增速	7
图 2: 2019 年 10 月至 2020 年 10 月鞋服箱包销量 (百万) 及增速	7
图 3: 2018 年 Q3 至 2020 年 M10 淘宝天猫全网鞋服箱包类 GMV (亿元) 及增速	7
图 4: 2020 年 10 月各子行业 GMV 占比	7
图 5: 淘宝天猫全网女装类 GMV (亿元) 及增速	8
图 6: 淘宝天猫全网女装类销量 (万件) 及增速	8
图 7: 淘宝天猫全网女装类均价 (元) 及增速	9
图 8: 淘宝天猫全网女装类季度 GMV (亿元) 及增速	9
图 9: 10 月淘宝天猫全网女装类 GMV 前十品牌销售情况(百万元)	9
图 10: 淘宝天猫全网女鞋类 GMV (亿元) 及增速	10
图 11: 淘宝天猫全网女鞋类销量 (万件) 及增速	10
图 12: 淘宝天猫全网女鞋类均价 (元) 及增速	10
图 13: 淘宝天猫全网女鞋类季度 GMV (亿元) 及增速	10
图 14: 10 月淘宝天猫全网女鞋类 GMV 前十品牌销售情况(百万元)	11
图 15: 淘宝天猫全网男装类 GMV 均价及增速 (亿元)	11
图 16: 淘宝天猫全网男装类销量(万件)及增速	11
图 17: 淘宝天猫全网男装类均价 (元) 及增速	12
图 18: 淘宝天猫全网男装类季度 GMV (亿元) 及增速	12
图 19: 10 月淘宝天猫全网男装类 GMV 前十品牌销售情况(百万元)	12
图 20: 淘宝天猫全网男鞋类 GMV (亿元) 及增速	13
图 21: 淘宝天猫全网男鞋类销量 (万件) 及增速	13
图 22: 淘宝天猫全网男鞋均价 (元) 及增速	13
图 23: 淘宝天猫全网男鞋类季度 GMV (亿元) 及增速	13
图 24: 10 月淘宝天猫全网男鞋类 GMV 靠前品牌销售情况(百万元)	14
图 25: 淘宝天猫全网童装类 GMV (亿元) 及增速	14
图 26: 淘宝天猫全网童装类销量 (万件) 及增速	14
图 27: 淘宝天猫全网童装均价 (元) 及增速	15
图 28: 淘宝天猫全网童装类季度 GMV (亿元) 及增速	15
图 29: 10 月淘宝天猫全网童装类 GMV 前十品牌销售情况 (百万元)	15
图 30: 淘宝天猫全网童鞋类 GMV (亿元) 及增速	16
图 31: 淘宝天猫全网童鞋类销量 (万件) 及增速	16
图 32: 淘宝天猫全网童鞋均价 (元) 及增速	16
图 33: 淘宝天猫全网童鞋类季度 GMV (亿元) 及增速	16
图 34: 10 月淘宝天猫全网童鞋类 GMV 前十品牌销售情况 (百万元)	17
图 35: 淘宝天猫全网内衣类 GMV (亿元) 及增速	17
图 36: 淘宝天猫全网内衣类销量 (万件) 及增速	17
图 37: 淘宝天猫全网内衣均价 (元) 及增速	18

图 38: 淘宝天猫全网内衣类季度 GMV (亿元) 及增速	18
图 39: 10 月淘宝天猫全网内衣类前十品牌销售情况 (百万元)	18
图 40: 淘宝天猫全网运动服类 GMV (亿元) 及增速	19
图 41: 淘宝天猫全网运动服类销量 (万件) 及增速	19
图 42: 淘宝天猫全网运动服类均价 (元) 及增速	19
图 43: 淘宝天猫全网运动服类季度 GMV (亿元) 及增速	19
图 44: 10 月淘宝天猫全网运动服类 GMV 靠前品牌销售情况 (百万元)	20
图 45: 淘宝天猫全网运动鞋类 GMV (亿元) 及增速	20
图 46: 淘宝天猫全网运动鞋类销量 (万件) 及增速	20
图 47: 淘宝天猫全网运动鞋类均价 (元) 及增速	21
图 48: 淘宝天猫全网运动鞋类季度 GMV (亿元) 及增速	21
图 49: 10 月淘数据运动鞋类 GMV 靠前品牌销售情况(百万元)	21
图 50: 淘宝天猫全网户外类 GMV (亿元) 及增速	22
图 51: 淘宝天猫全网户外类销量 (万件) 及增速	22
图 52: 淘宝天猫全网户外类均价 (元) 及增速	22
图 53: 淘宝天猫全网户外类季度 GMV (亿元) 及增速	22
图 54: 10 月淘宝天猫全网户外类 GMV 靠前品牌销售情况(百万元)	23
图 55: 淘宝天猫全网家纺类 GMV (亿元) 及增速	23
图 56: 淘宝天猫全网家纺类销量 (万件) 及增速	23
图 57: 淘宝天猫全网家纺类均价 (元) 及增速	24
图 58: 淘宝天猫全网家纺类季度 GMV (亿元) 及增速	24
图 59: 10 月淘宝天猫全网家纺类 GMV 前十品牌销售情况(百万元)	24
图 60: 淘宝天猫全网旅行箱类 GMV (亿元) 及增速	25
图 61: 淘宝天猫全网旅行箱类销量 (万件) 及增速	25
图 62: 淘宝天猫全网旅行箱均价 (元) 及增速	25
图 63: 淘宝天猫全网旅行箱类季度 GMV (亿元) 及增速	25
图 64: 10 月淘宝天猫全网旅行箱类 GMV 前十品牌销售情况(百万元)	26
图 65: 江南布衣 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	26
图 66: 歌力思 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	27
图 67: 地素时尚 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	27
图 68: 锦泓集团 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	28
图 69: 安正时尚 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	28
图 70: 天创时尚 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	29
图 71: 海澜之家 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	29
图 72: 九牧王 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	30
图 73: 七匹狼 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	30
图 74: 利郎 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	31
图 75: 红蜻蜓 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	31
图 76: 奥康国际 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	32
图 77: 太平鸟 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	32
图 78: 森马 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	33
图 79: 安奈儿 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	33
图 80: 起步股份 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	34

图 81: 汇洁股份 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	34
图 82: 爱慕股份 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	35
图 83: 浪莎股份 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	35
图 84: 龙头股份 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	36
图 85: 比音勒芬 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	36
图 86: 李宁 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	37
图 87: 特步国际 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	37
图 88: 安踏体育 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	38
图 89: 探路者 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	39
图 90: 牧高笛 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	39
图 91: 罗莱生活 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	40
图 92: 富安娜 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	40
图 93: 梦洁股份 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	41
图 94: 水星家纺 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	41
图 95: 波司登 10 月主要品牌淘宝天猫全网 GMV (百万元) 及增速	42

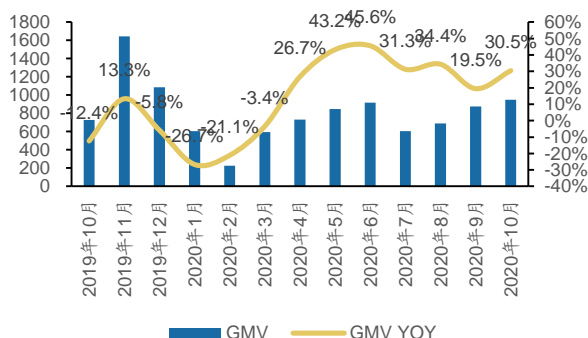
表 1: 2020 年 10 月淘宝天猫全网鞋服箱包分行业 GMV 与销量	8
---	---

一、行业概览：10月纺服行业整体GMV持续高速增长

10月淘宝天猫全网零售情况持续大幅提升：鞋服箱包类GMV总体为948.98亿元，较去年同期增长30.45%，成交笔数为8.77亿笔，同比增长19.13%。

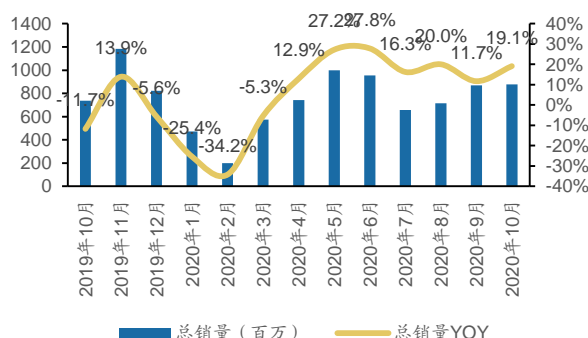
分子行业看，淘宝天猫全网女装GMV 367.99亿元，同比增长32.48%；女鞋GMV 61.78亿元，同比增长17.99%；男装GMV 185.33亿元，同比增长35.09%；男鞋GMV 35.16亿元，同比下降12.77%；童装GMV 84.27亿元，同比增长32.15%；童鞋GMV 15.49亿元，同比增长39.01%；内衣GMV 82.39亿元，同比增长34.09%；户外GMV 23.07亿元，同比增长35.10%；运动服GMV 17.53亿元，同比增长57.18%；运动鞋GMV 30.07亿元，同比增长43.61%；家纺GMV 42.06亿元，同比增长34.19%，旅行箱GMV 3.85亿元，同比增长29.28%。

图 1：2019年10月至2020年10月淘宝天猫全网鞋服箱包类GMV（亿元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

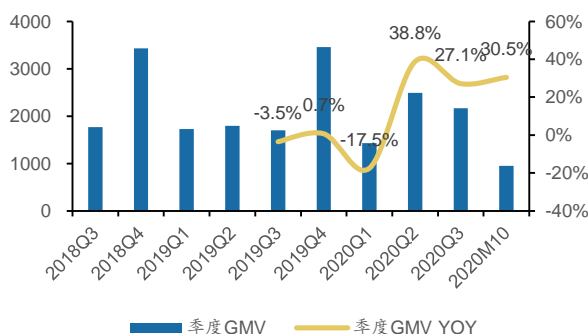
图 2：2019年10月至2020年10月鞋服箱包销量（百万）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

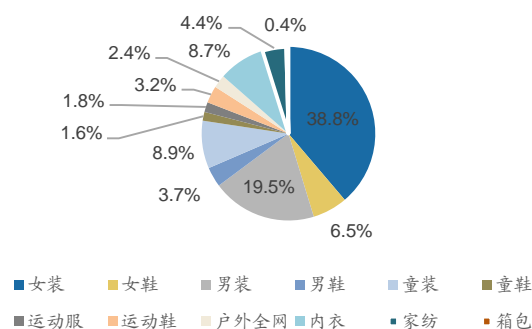
分季度看，2020年Q3淘宝天猫全网鞋服箱包类GMV总额为2166.38亿元，同比增长35.04%。各子行业10月GMV从占比来看，女装38.8%，女鞋6.5%，男装19.5%，男鞋3.7%，童装8.9%，童鞋1.6%，运动服1.8%，运动鞋2.4%，户外2.4%，内衣8.7%，家纺0.4%，旅行箱0.4%，其中前三为女装、男装、童装。

图 3：2018年Q3至2020年M10淘宝天猫全网鞋服箱包类GMV（亿元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

图 4：2020年10月各子行业GMV占比



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

二、细分行业：童鞋、家纺、运动服、男装、内衣子行业 GMV 增幅居前

细分行业来看：2020年10月淘宝天猫全网鞋服箱包行业中，GMV排名前三的为女装、男装、童装，分别为367.99亿元/185.33亿元/84.27亿元，同比增长32.48%/35.09%/32.15%，销量分别为2.68亿件/1.30亿件/1.46亿件，同比增长20.04%/32.95%/20.58%。运动服为10月GMV增速最快的类别，GMV为17.53亿元，同比增长57.18%，销量1028.62万件，同比增长47.39%。

表 1：2020年10月淘宝天猫全网鞋服箱包分行业GMV与销量

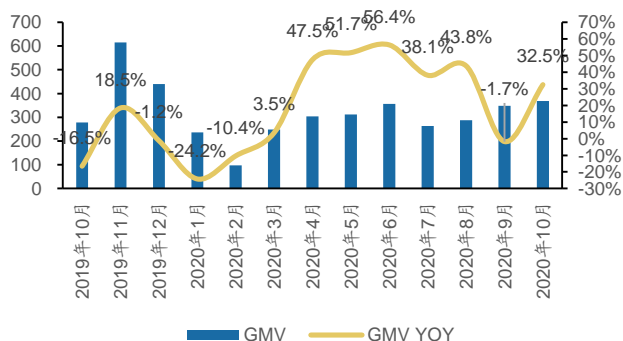
类别	女装	女鞋	男装	男鞋	童装	童鞋
GMV (亿元)	367.99	61.78	185.33	35.16	84.27	15.49
GMV YOY	32.48%	17.99%	35.09%	-12.77%	32.15%	39.01%
销量	268450556	42394423	130086041	23259047	145726831	22236701
销量 YOY	20.04%	4.33%	32.95%	11.62%	20.58%	22.49%
类别	运动服	运动鞋	户外	内衣	家纺	旅行箱
GMV (亿元)	17.53	30.07	23.07	82.39	42.06	3.85
GMV YOY	57.18%	43.61%	35.10%	34.09%	34.19%	29.28%
销量	10286195	10090372	45440356	139575610	38163987	1661668
销量 YOY	47.39%	41.84%	-4.20%	17.80%	14.72%	31.47%

数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（一）10月线上女装类行业规模

2020年10月淘宝天猫全网女装行业GMV367.99亿元，较去年同比增长32.48%，本月销量2.68亿件，同比增长20.04%，均价137.08元，同比增长10.36%。

图 5：淘宝天猫全网女装类GMV（亿元）及增速



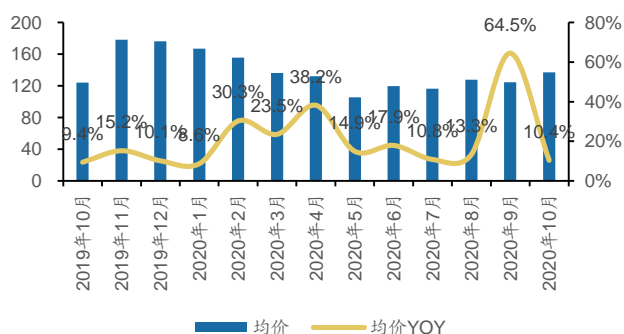
数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

图 6：淘宝天猫全网女装类销量（万件）及增速



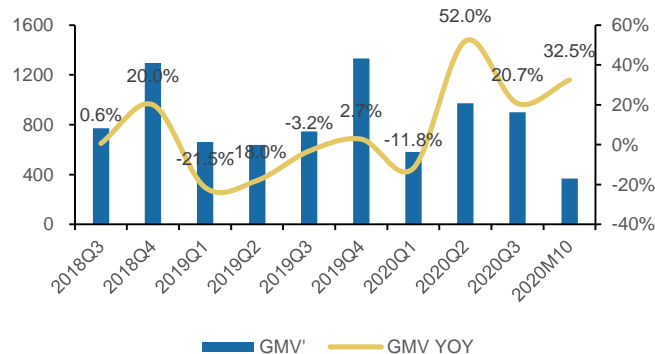
数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

图 7：淘宝天猫全网女装类均价（元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

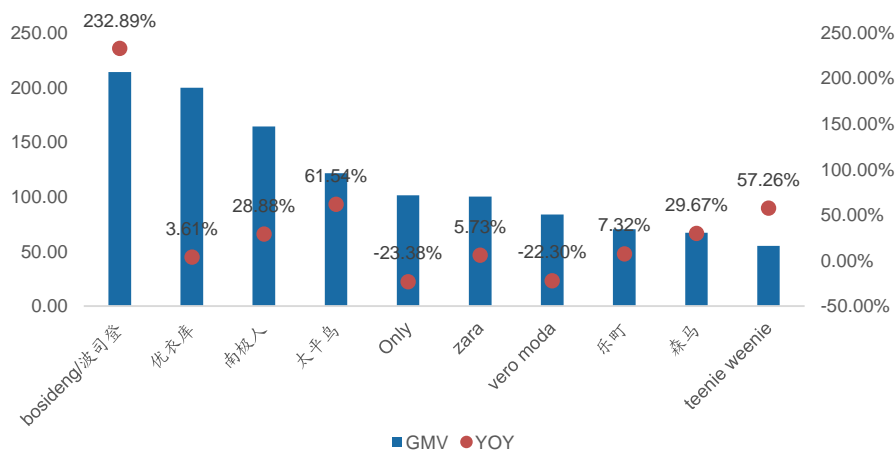
图 8：淘宝天猫全网女装类季度GMV（亿元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

分品牌来看：10月女装类GMV前十的品牌为波司登/优衣库/南极人/太平鸟/Only/zara/vero moda/乐町/森马/teenie weenie。其中波司登 GMV为2.14亿元，同比增长232.89%；优衣库 GMV 2.00亿元，同比增长3.61%；南极人 GMV 1.64亿元，同比增长28.88%；太平鸟 GMV 1.21亿元，同比增长61.54%；Only GMV 1.01亿元，同比下降23.38%；ZARA GMV 1.00亿元，同比增长5.73%；VERO MODA GMV 8377.88万元，同比下降22.30%；乐町GMV 7015.56万元，同比增长7.32%；森马GMV 6692.46万元，同比增长29.67%；teenie weenie GMV 5483.60万元，同比增长57.26%。

图 9：10月淘宝天猫全网女装类GMV前十品牌销售情况(百万元)

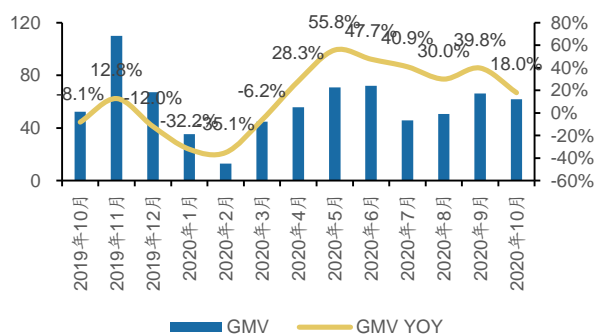


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（二）10月线上女鞋类行业规模

2020年10月淘宝天猫全网女鞋行业GMV 61.78亿元，较去年同比增长17.99%，本月销量4239.44万件，同比增长4.33%，均价145.73元，同比增长13.10%。

图 10: 淘宝天猫全网女鞋类GMV (亿元) 及增速



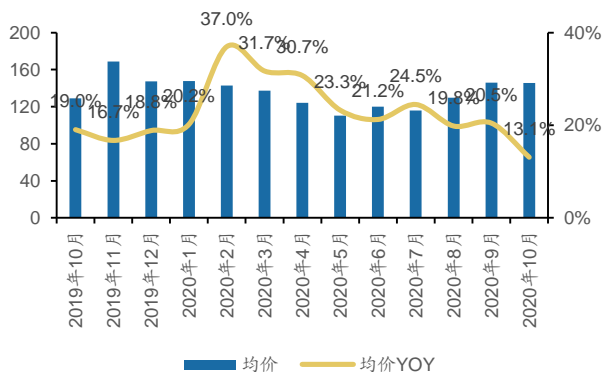
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 11: 淘宝天猫全网女鞋类销量 (万件) 及增速



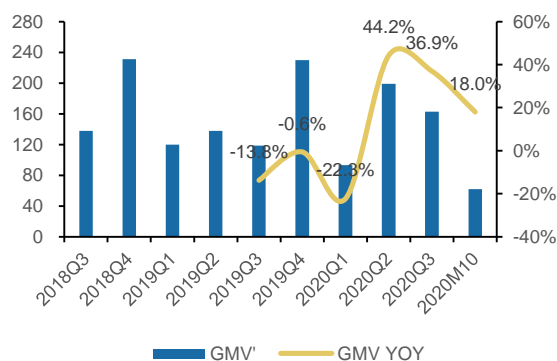
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 12: 淘宝天猫全网女鞋类均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

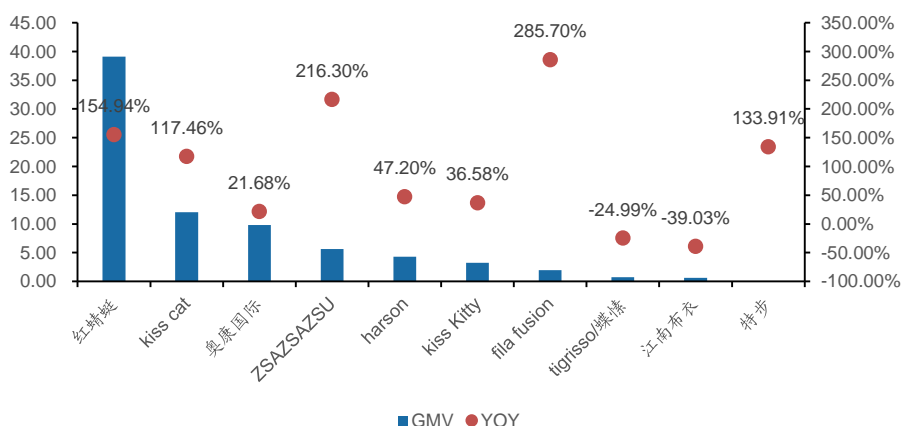
图 13: 淘宝天猫全网女鞋类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月女鞋类GMV前十的品牌为红蜻蜓/kiss cat/奥康国际/ZSAZSAZSU/harson/kiss Kitty/fila fusion/蝶愫/江南布衣/特步。其中红蜻蜓GMV 3908.21万元, 同比增长154.94%; kiss cat GMV 1202.54万元, 同比增长117.46%; 奥康国际GMV 980.76万元, 同比增长21.68%; ZSAZSAZSU GMV 562.09万元, 同比增长216.30%; harson GMV 426.87万元, 同比增长47.20%; kiss Kitty GMV 323.70万元, 同比增长36.58%; fila fusion GMV 197.57万元, 同比增长285.70%; 蝶愫 GMV 74.30万元, 同比下降24.99%; 江南布衣 GMV 63.90万元, 同比下降39.03%; 特步GMV 3.39万元, 同比增长133.91%。

图 14: 10月淘宝天猫全网女鞋类GMV前十品牌销售情况(百万元)

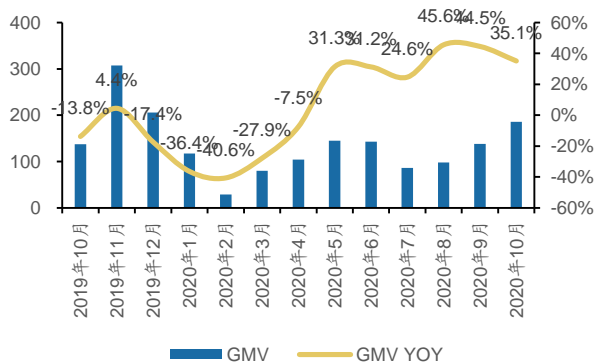


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

(三) 10月线上男装类行业规模

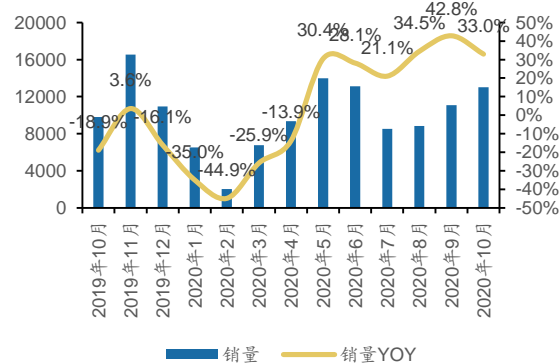
2020年10月淘宝天猫全网男装行业GMV 185.33亿元，较去年同比增长35.09%，本月销量1.30亿件，同比增长32.95%，均价142.47元，同比增长1.61%。

图 15: 淘宝天猫全网男装类GMV均价及增速 (亿元)



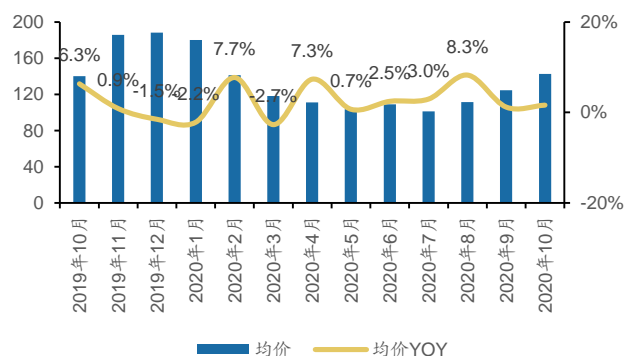
数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

图 16: 淘宝天猫全网男装类销量(万件)及增速



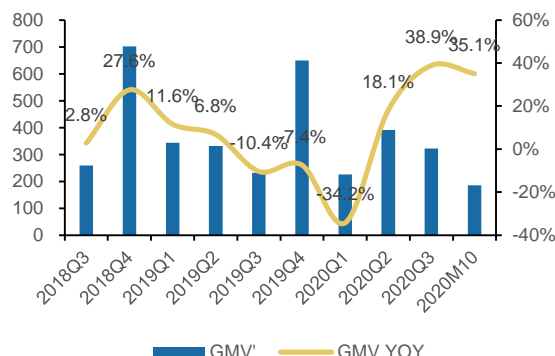
数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

图 17: 淘宝天猫全网男装类均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

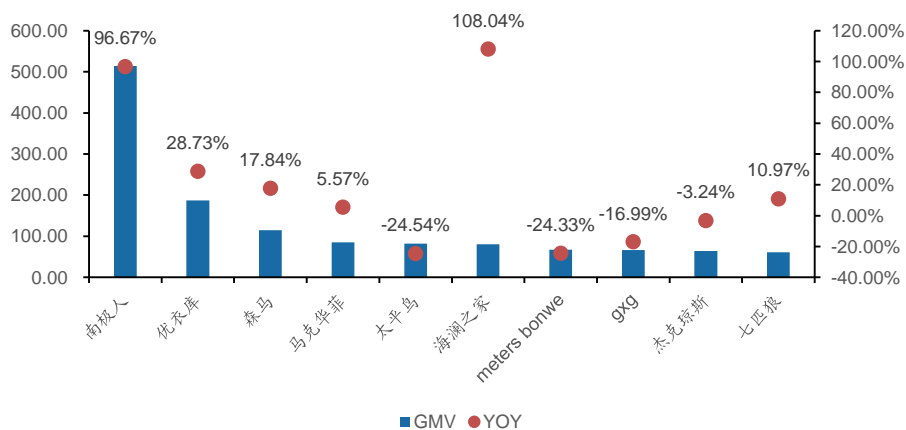
图 18: 淘宝天猫全网男装类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月男装类GMV前十的品牌为南极人/优衣库/森马/马克华菲/太平鸟/海澜之家/meters bonwe/gxg/杰克琼斯/七匹狼, 其中南极人GMV 5.14亿元, 同比增长96.67%; 优衣库GMV 1.87亿元, 同比增长28.73%; 森马GMV 1.15亿元, 同比增长17.84%; 马克华菲GMV 8526.85万元, 同比增长5.57%; 太平鸟GMV 8188.32万元, 同比下降24.54%; 海澜之家 GMV 8057.21万元, 同比增长108.04%; meters bonwe GMV 6699.08万元, 同比下降24.33%; gxg GMV 6646.83万元, 同比下降16.99%; 杰克琼斯GMV 6384.47万元, 同比下降3.24%; 七匹狼GMV 6094.38万元, 同比增长10.97%。

图 19: 10月淘宝天猫全网男装类GMV前十品牌销售情况(百万元)

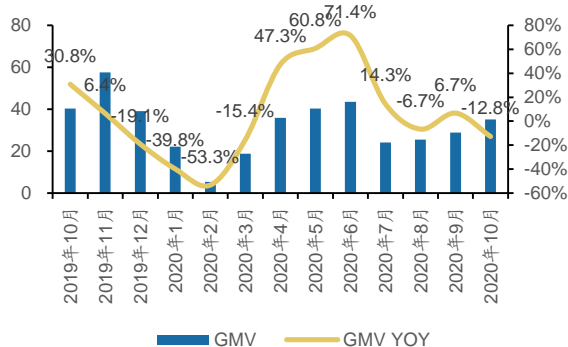


数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

(四) 10月线上男鞋类行业规模

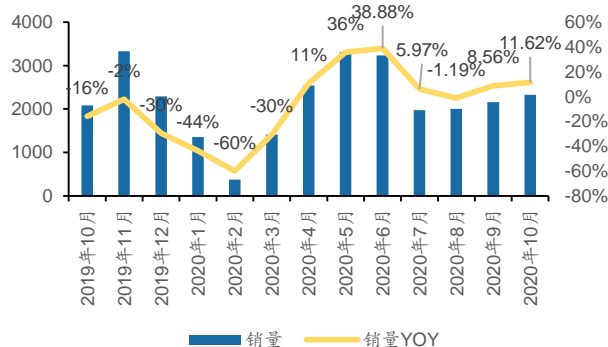
2020年10月淘宝天猫全网男鞋行业GMV 35.16亿元, 较去年同比下降12.77%, 本月销量2325.90万件, 同比增长11.62%, 均价151.18元, 同比下降21.85%。

图 20: 淘宝天猫全网男鞋类GMV (亿元) 及增速



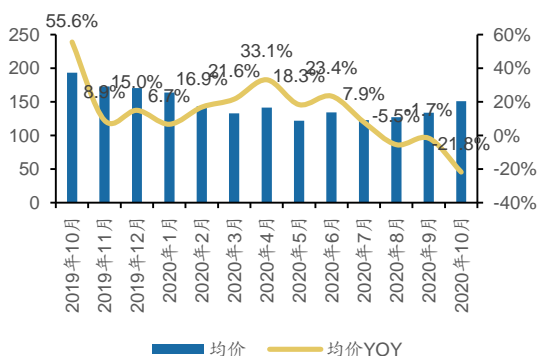
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 21: 淘宝天猫全网男鞋类销量 (万件) 及增速



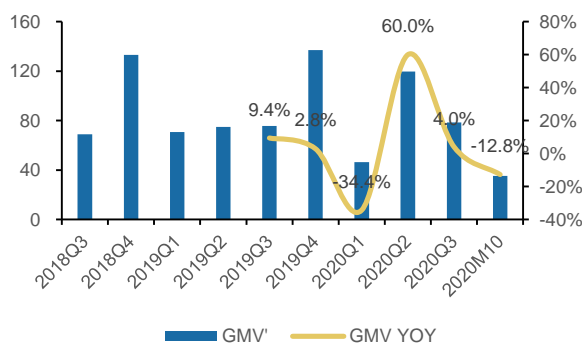
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 22: 淘宝天猫全网男鞋均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

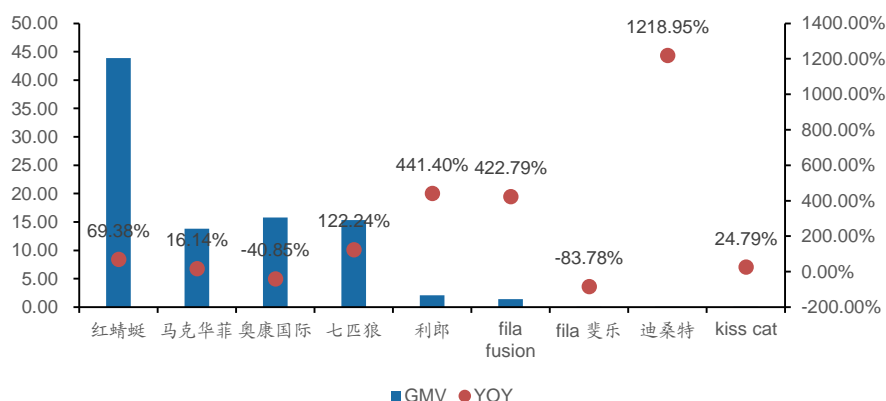
图 23: 淘宝天猫全网男鞋类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月男鞋类GMV靠前的品牌为红蜻蜓/奥康国际/七匹狼/马克华菲/利郎/fila fusion/fila 斐乐/descente/迪桑特/kiss cat。其中红蜻蜓GMV 4390.40万元, 同比增长69.38%; 奥康国际GMV 1579.90万元, 同比下降40.85%; 七匹狼GMV 1534.70万元, 同比增长122.24%; 马克华菲GMV 1382.29万元, 同比增长16.14%; 利郎GMV 205.84万元, 同比增长441.40%; fila fusion GMV 142.57万元, 同比增长422.79%; fila 斐乐GMV 4.42万元, 同比下降83.78%; 迪桑特GMV 3.53万元, 同比增长1218.95%; kiss cat GMV 8800.00元, 同比增长24.79%。

图 24：10月淘宝天猫全网男鞋类GMV靠前品牌销售情况(百万元)

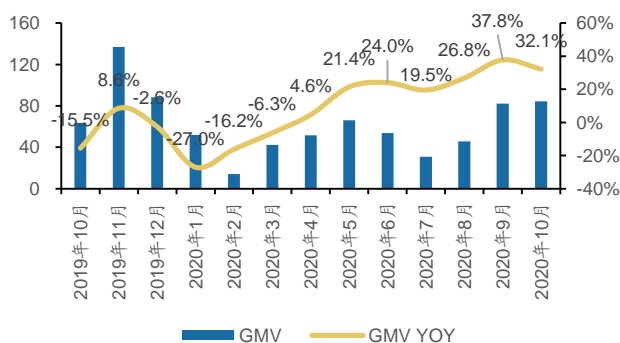


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（五）10月线上童装类行业规模

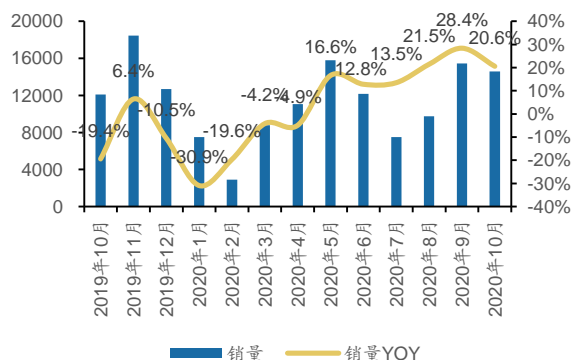
2020年10月淘宝天猫全网童装行业GMV 84.27亿元，较去年同比增长32.15%，本月销量1.46亿件，同比增长20.58%，均价57.83元，同比增长9.59%。

图 25：淘宝天猫全网童装类GMV（亿元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

图 26：淘宝天猫全网童装类销量（万件）及增速



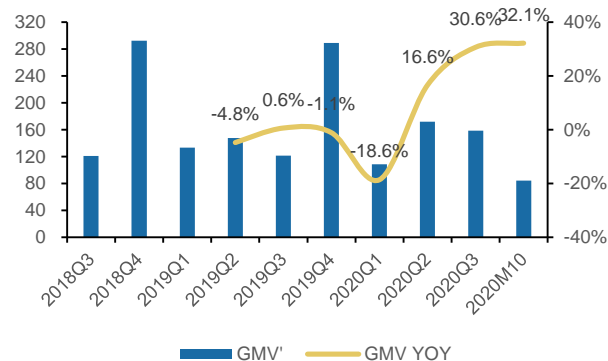
数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

图 27: 淘宝天猫全网童装均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

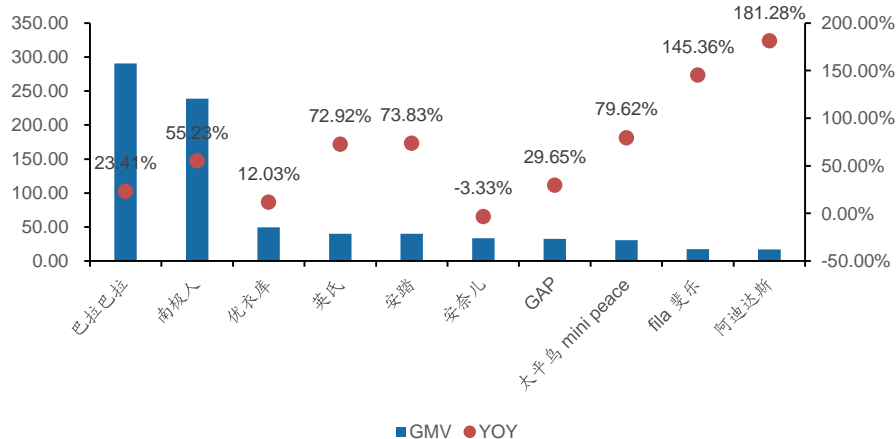
图 28: 淘宝天猫全网童装类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月童装类GMV前十的品牌为巴拉巴拉/南极人/优衣库/英氏/安踏/安奈儿/GAP/mini peace/fila 斐乐/阿迪达斯, 其中巴拉巴拉GMV2.91亿元, 同比增加23.41%; 南极人GMV 2.39亿元, 同比增加55.23%; 优衣库 GMV 4959.41万元, 同比增长12.03%; 英氏GMV 4015.20万元, 同比增长72.92%; 安踏GMV 3984.09万元, 同比增长73.83%; 安奈儿GMV 3339.03万元, 同比下降3.33%; GAP GMV 3251.59万元, 同比增加29.65%; mini peace GMV 3055.42万元, 同比增长79.62%; FILA GMV 1760.46万元, 同比增长145.36%; 阿迪达斯 GMV 1718.63万元, 同比增长181.28%;

图 29: 10月淘宝天猫全网童装类GMV前十品牌销售情况 (百万元)

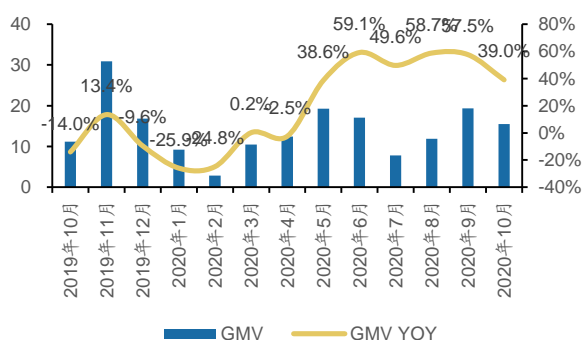


数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

(六) 10月线上童鞋类行业规模

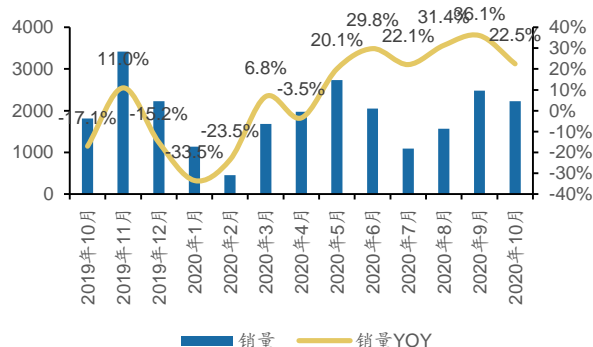
2020年10月淘宝天猫全网童鞋行业GMV 15.49亿元, 较去年同比增长39.01%, 本月销量2223.67万件, 同比增长22.49%, 均价69.64元, 同比增长13.49%。

图 30: 淘宝天猫全网童鞋类GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 31: 淘宝天猫全网童鞋类销量 (万件) 及增速



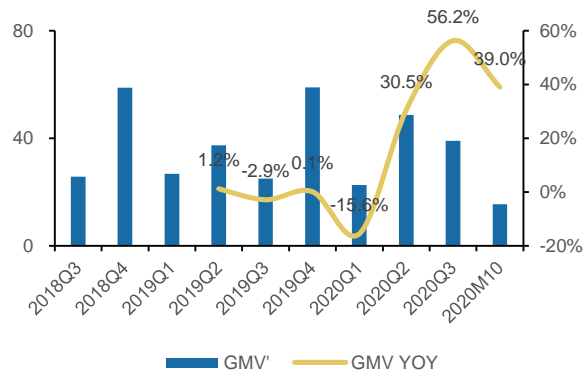
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 32: 淘宝天猫全网童鞋均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

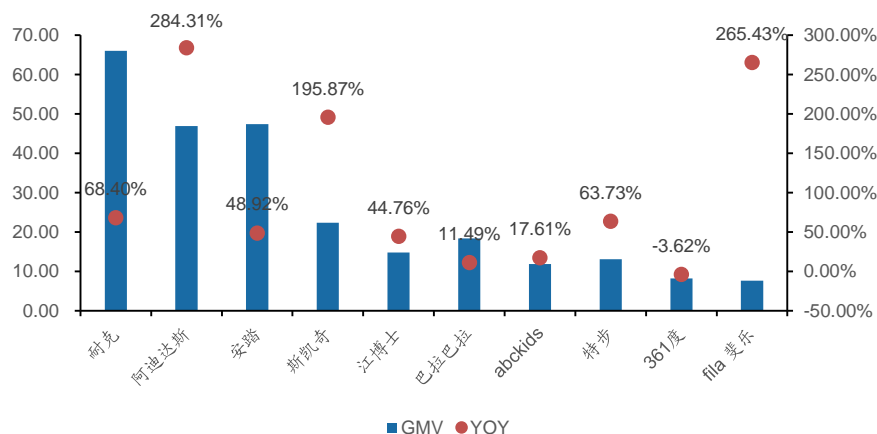
图 33: 淘宝天猫全网童鞋类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月童鞋类GMV前十的品牌为耐克/安踏/阿迪达斯/斯凯奇/巴拉巴拉/江博士/特步/abckids/361度/fila 斐乐, 其中10月耐克GMV 6601.17万元, 同比增长68.40%; 安踏GMV 4737.09万元, 同比增长48.92%; 阿迪达斯GMV 4688.59万元, 同比增长284.31%; 斯凯奇GMV 2236.78万元, 同比增长195.87%; 巴拉巴拉GMV 1836.20万元, 同比增长11.49%; 江博士GMV 1480.89万元, 同比增长44.76%; 特步 GMV 1309.41万元, 同比增长63.73%; abckids GMV 1185.51万元, 同比增长17.61%; 361度 GMV 818.27万元, 同比下降3.62%; FILA GMV 763.39万元, 同比下降265.43%。

图 34: 10月淘宝天猫全网童鞋类GMV前十品牌销售情况(百万元)

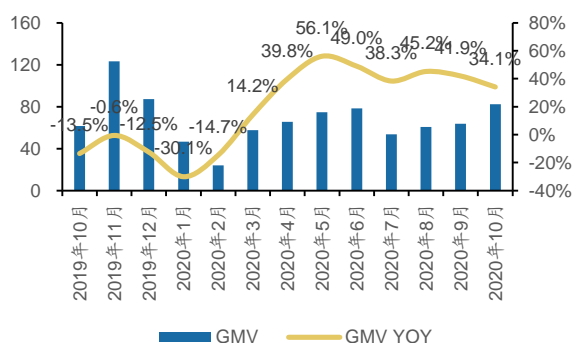


数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

(七) 10月线上内衣类行业规模

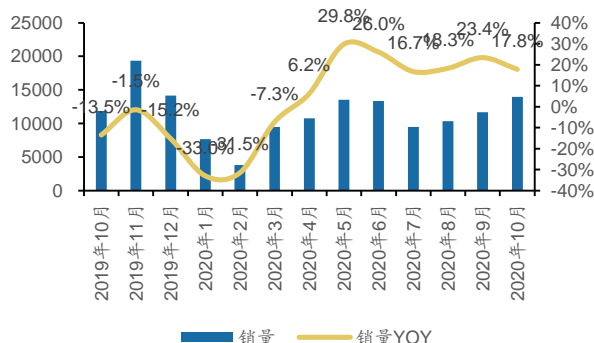
2020年10月淘宝天猫全网内衣行业GMV 82.39亿元, 较去年同比增长34.09%, 本月销量1.40亿件, 同比增长17.80%, 均价59.03元, 同比增长13.83%。

图 35: 淘宝天猫全网内衣类GMV (亿元) 及增速



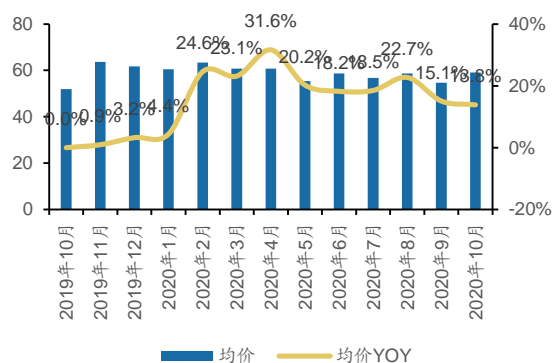
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 36: 淘宝天猫全网内衣类销量 (万件) 及增速



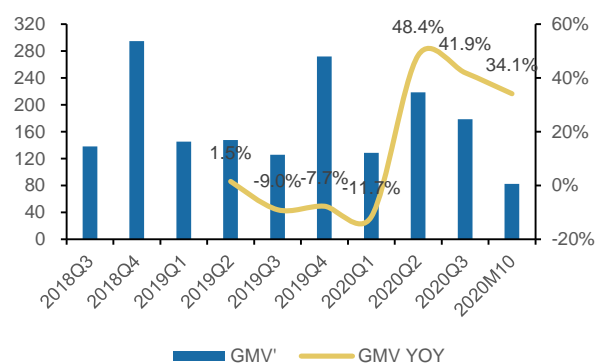
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 37: 淘宝天猫全网内衣均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

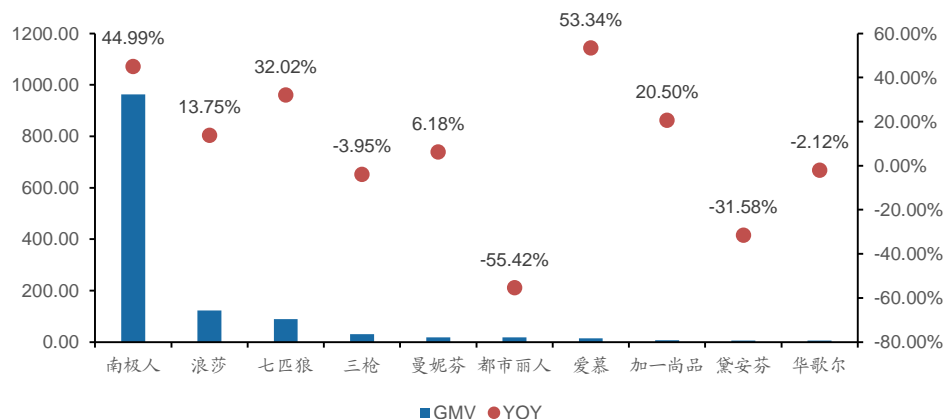
图 38: 淘宝天猫全网内衣类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月内衣类GMV前十的品牌为南极人/浪莎/七匹狼/三枪/曼妮芬/都市丽人/爱慕/加一尚品/黛安芬/华歌尔。其中10月南极人GMV 9.63亿元, 同比增长44.99%; 浪莎GMV 1.22亿元, 同比增长13.75%; 七匹狼 GMV 8929.07万元, 同比增长32.052%; 三枪GMV 3030.05万元, 同比下降3.95%; 曼妮芬GMV 1833.81万元, 同比增长6.18%; 都市丽人GMV 1787.11万元, 同比下降55.42%; 爱慕GMV 1430.68万元, 同比增长53.34%; 加一尚品GMV 670.54万元, 同比增长20.50%。黛安芬GMV 615.13万元, 同比下降31.58%; 华歌尔GMV 514.86万元, 同比下降2.12%。

图 39: 10月淘宝天猫全网内衣类前十品牌销售情况 (百万元)

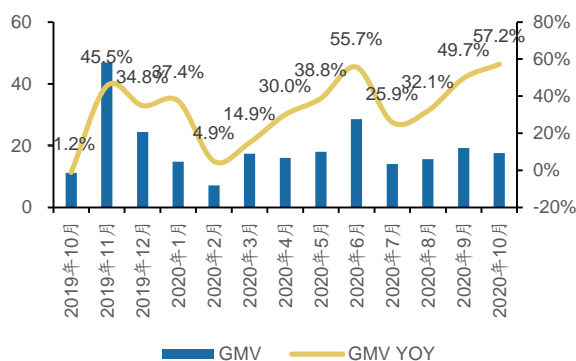


数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

(八) 10月线上运动服类行业规模

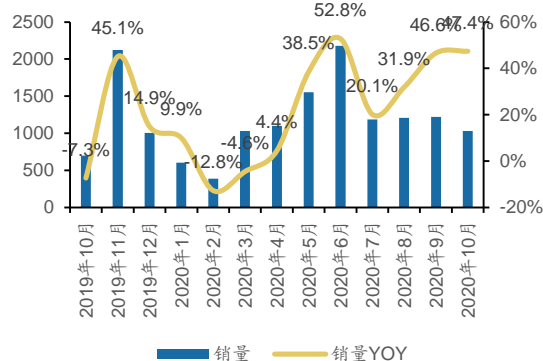
2020年10月淘宝天猫全网运动服行业GMV 17.53亿元, 较去年同比增长57.18%, 本月销量1028.62万件, 同比增长47.39%, 均价170.38元, 同比增长6.64%。

图 40: 淘宝天猫全网运动服类GMV (亿元) 及增速



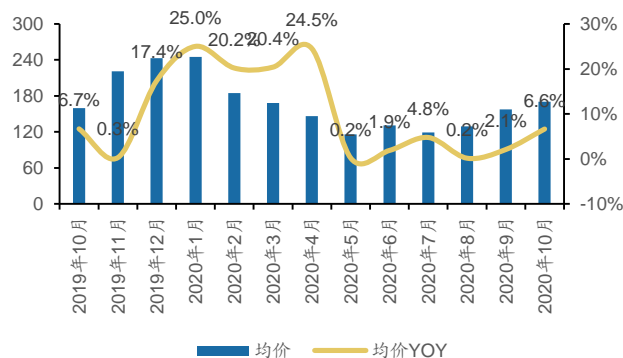
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 41: 淘宝天猫全网运动服类销量 (万件) 及增速



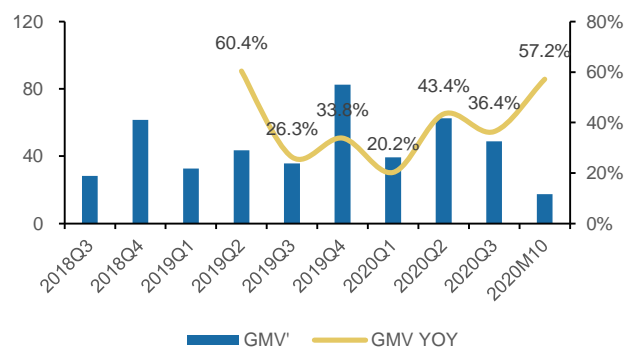
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 42: 淘宝天猫全网运动服类均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

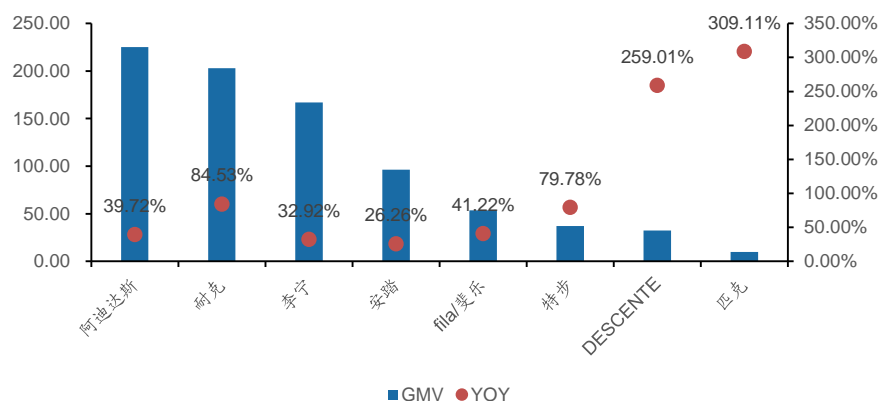
图 43: 淘宝天猫全网运动服类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月运动服类GMV靠前的品牌为阿迪达斯/耐克/李宁/安踏/fila斐乐/特步/DESCENTE/匹克。其中10月阿迪达斯GMV 2.25亿元, 同比增长39.72%; 耐克GMV 2.03亿元, 同比增长84.53%; 李宁GMV 1.67亿元, 同比增长32.92%; 安踏GMV 9644.63万元, 同比增长26.26%; fila GMV 5356.24万元, 同比增长41.22%; 特步 GMV 3699.85万元, 同比增长79.78%; descente GMV 3238.81万元, 同比增长259.01%; 匹克GMV 1001.18万元, 同比增长309.11%。

图 44: 10月淘宝天猫全网运动服类GMV靠前品牌销售情况 (百万元)

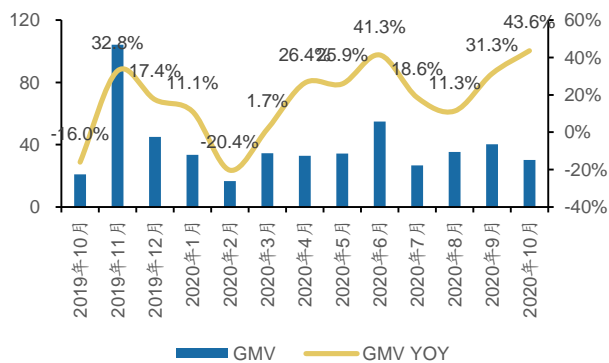


数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

(九) 10月线上运动鞋类行业规模

10月淘宝天猫全网运动鞋行业GMV 30.07亿元, 较去年同比增长43.61%, 本月销量1009.04万件, 同比增长41.84%, 本月均价298.02元, 同比增长1.25%。

图 45: 淘宝天猫全网运动鞋类GMV (亿元) 及增速



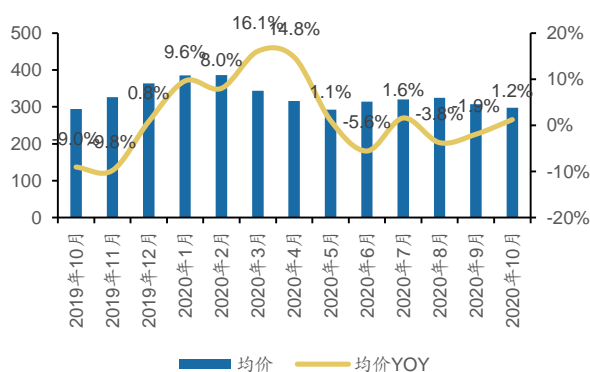
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 46: 淘宝天猫全网运动鞋类销量 (万件) 及增速



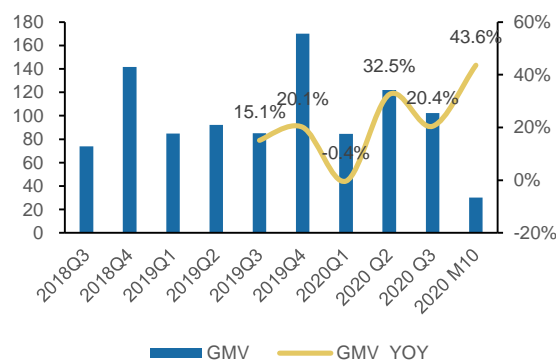
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 47: 淘宝天猫全网运动鞋类均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

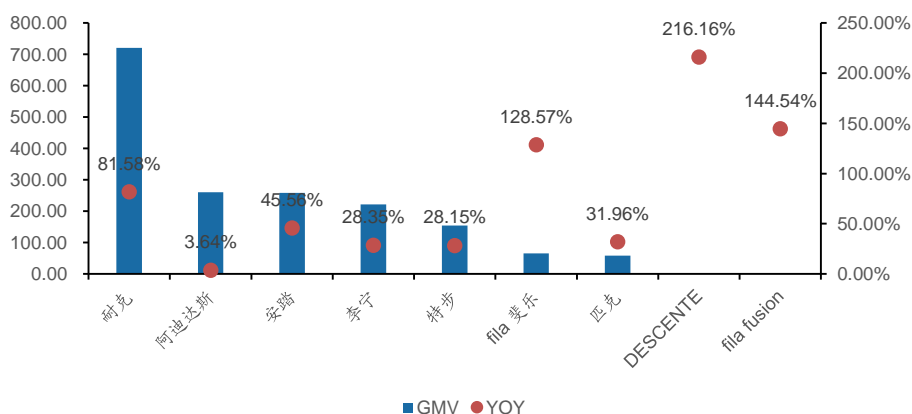
图 48: 淘宝天猫全网运动鞋类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月GMV靠前的品牌为耐克/阿迪达斯/安踏/李宁/特步/ fila 斐乐/匹克/ descente/fila fusion。其中耐克GMV 7.20亿元, 同比增长81.58%; 阿迪达斯GMV 2.60亿元, 同比增长3.64%; 安踏GMV2.59亿元, 同比增长45.56%; 李宁GMV 2.21亿元, 同比增长28.35%; 特步GMV 1.54亿元, 同比增长28.15%; fila 斐乐GMV 6525.16万元, 同比增长128.57%; 匹克GMV 5815.75万元, 同比增长31.96%; descente GMV153.68万元, 同比增长216.16%; fila fusion GMV 10.17万元, 同比增长144.54%。

图 49: 10月淘数据运动鞋类GMV靠前品牌销售情况(百万元)

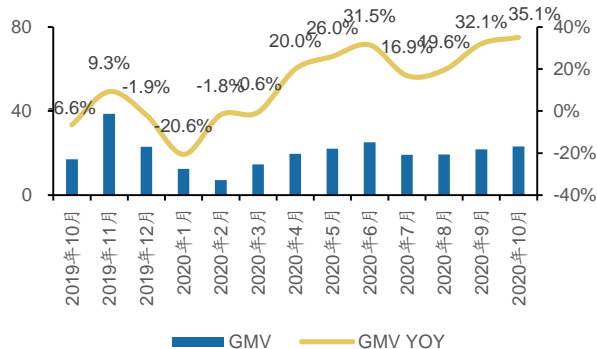


数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

(十) 10月线上户外类行业规模

10月淘宝天猫全网户外行业GMV 23.07亿元, 较去年同比增长35.10%, 本月销量4544.04万件, 同比下降4.20%, 本月均价50.78元, 同比增长41.02%。

图 50: 淘宝天猫全网户外类GMV (亿元) 及增速



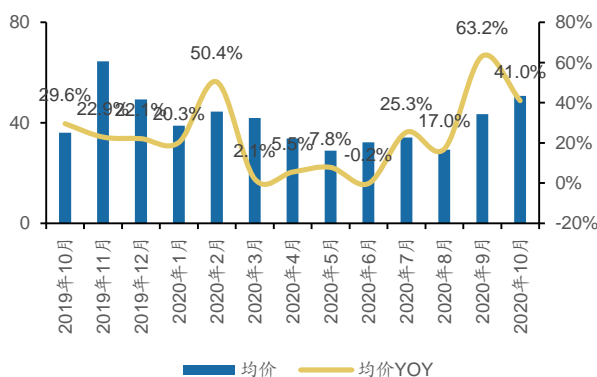
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 51: 淘宝天猫全网户外类销量 (万件) 及增速



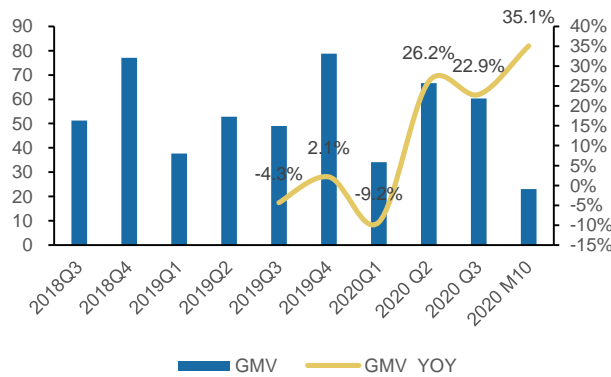
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 52: 淘宝天猫全网户外类均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

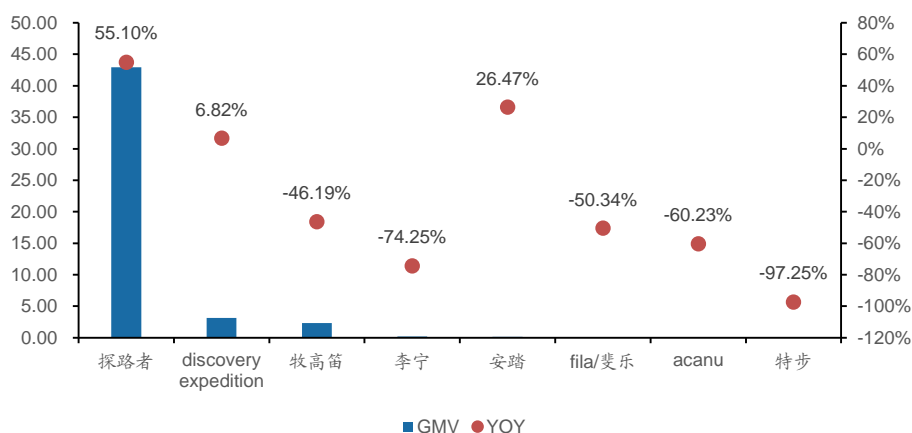
图 53: 淘宝天猫全网户外类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月GMV靠前的品牌为探路者/ discovery expedition/牧高笛/李宁/安踏/ FILA /acanu /特步。其中探路者GMV 4294.76万元, 同比增长55.10%; discovery expedition GMV 310.85万元, 同比增长6.82%; 牧高笛GMV 232.99万元, 同比下降46.19%; 李宁GMV 15.82万元, 同比下降74.25%; 安踏GMV 10.71万元, 同比增长26.47%; FILA GMV8857元, 同比下降50.34%; acanu GMV 1984元, 同比下降60.23%; 特步GMV617元, 同比下降97.25%。

图 54: 10月淘宝天猫全网户外类GMV靠前品牌销售情况(百万元)

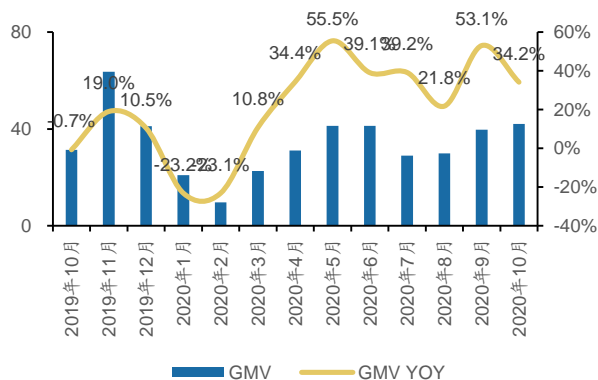


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

(十一) 10月线上家纺类行业规模

10月淘宝天猫全网家纺行业GMV 42.06亿元，较去年同比增长34.19%，本月销量3816.40万件，同比增长14.72%，本月均价110.20元，同比增长16.97%。

图 55: 淘宝天猫全网家纺类GMV (亿元) 及增速



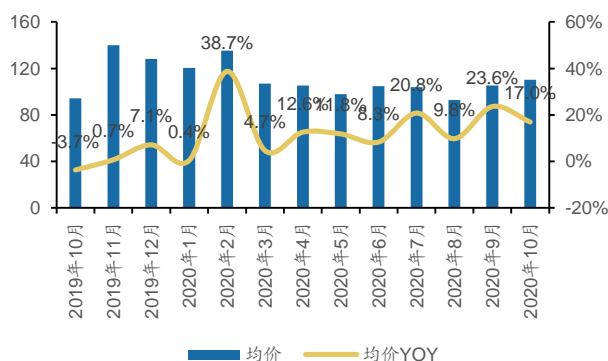
数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

图 56: 淘宝天猫全网家纺类销量 (万件) 及增速



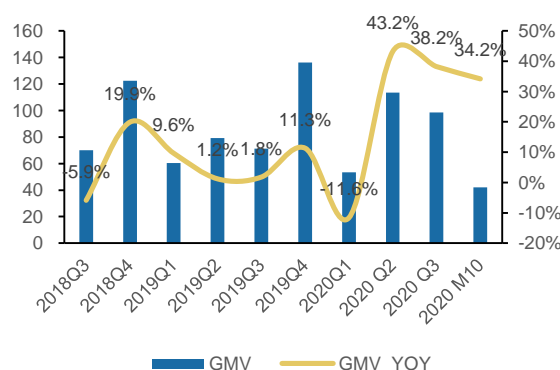
数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

图 57: 淘宝天猫全网家纺类均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

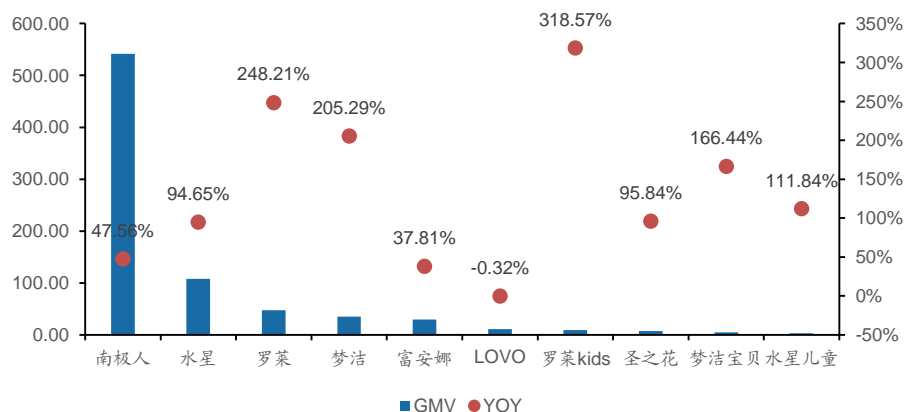
图 58: 淘宝天猫全网家纺类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月GMV前十的品牌为南极人/水星/罗莱/梦洁/富安娜/LOVO/罗莱kids/圣之花/梦洁宝贝/水星儿童。其中南极人GMV 5.41亿元, 同比增长47.56%; 水星GMV 1.08亿元, 同比增长94.65%; 罗莱GMV 4732.24万元, 同比增长248.21%; 梦洁GMV 3480.33万元, 同比增长205.29%; 富安娜GMV 2938.16万元, 同比增长37.81%; LOVO GMV 1090.51万元, 同比下降0.32%; 罗莱kids GMV 925.04万元, 同比增长318.57%; 圣之花GMV 753.97万元, 同比增长95.84%; 梦洁宝贝GMV 476.23万元, 同比增长166.44%; 水星儿童GMV 284.81万元, 同比增长111.84%。

图 59: 10月淘宝天猫全网家纺类GMV前十品牌销售情况(百万元)

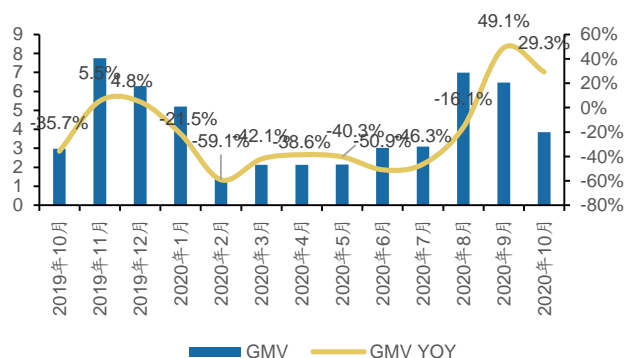


数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

(十二) 10月线上旅行箱类行业规模

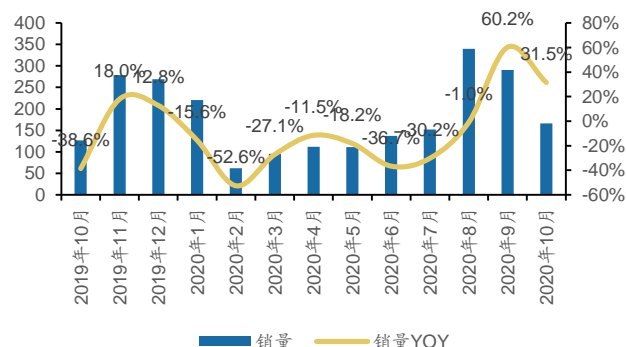
10月淘宝天猫全网旅行箱类行业GMV 3.85亿元, 较去年同比增长29.28%, 本月销量166.17万件, 同比增长31.47%, 本月均价231.56元, 同比下降1.67%。

图 60: 淘宝天猫全网旅行箱类GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 61: 淘宝天猫全网旅行箱类销量 (万件) 及增速



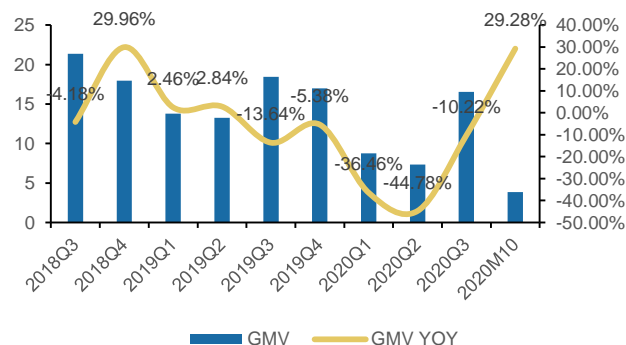
数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

图 62: 淘宝天猫全网旅行箱均价 (元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

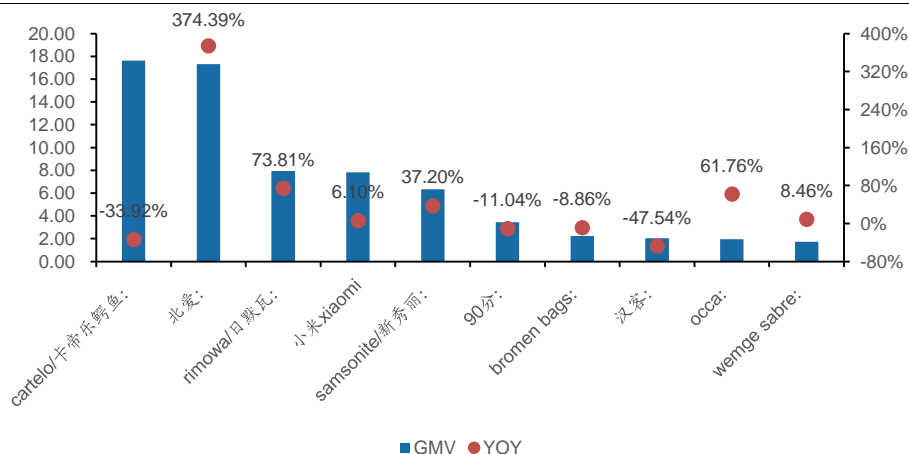
图 63: 淘宝天猫全网旅行箱类季度GMV (亿元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

分品牌来看: 10月旅行箱GMV前十的品牌为卡帝乐鳄鱼/北爱/日默瓦/小米xiaomi/新秀丽/ 90分/bromen bags/汉客/occa/ wemge sabre。其中卡帝乐鳄鱼GMV 1762.44万元, 同比下降33.92%; 北爱GMV 1731.53万元, 同比增长374.39%; 日默瓦 GMV 792.55万元, 同比增长73.81%; 小米xiaomi GMV 782.62万元, 同比增长6.10%; 新秀丽GMV 632.51万元, 同比增长37.20%; 90分GMV345.16万元, 同比下降11.04%; bromen bags GMV 224.21万元, 同比下降8.86%; 汉客GMV 205.13万元, 同比下降47.54%; occa GMV 194.11万元, 同比增长61.76%; wemge sabre GMV172.45万元, 同比增长8.46%。

图 64：10月淘宝天猫全网旅行箱类GMV前十品牌销售情况(百万元)



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

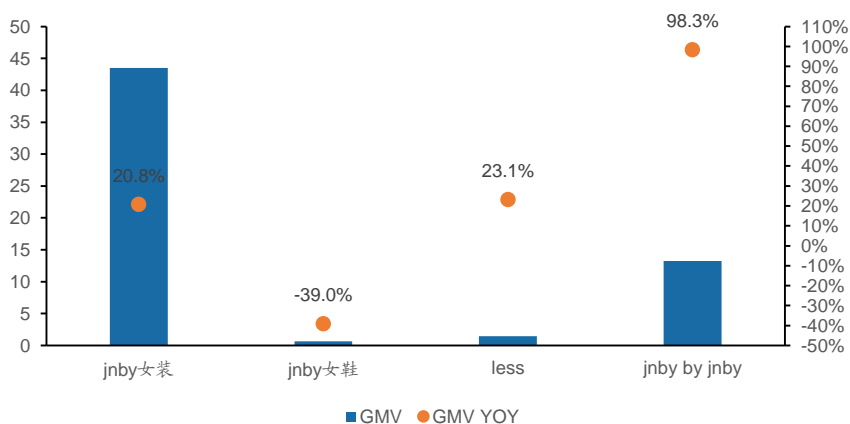
三、重要上市公司电商 10 月线上数据情况

注：部分上市公司有少数品牌缺少去年同期数据，在计算整体同比增速的时候剔除了缺少去年同期数据的品牌。

（一）女装行业

江南布衣：主要品牌总体GMV 5886.34万元，同比增长30.96%。其中jnby女装品牌GMV 4353.39万元，同比增长20.77%；jnby女鞋品牌GMV 63.90万元，同比下降39.03%；less品牌GMV 144.31万元，同比增长23.14%；jnby by jnby童装品牌GMV 1324.74万元，同比增长98.33%。

图 65：江南布衣10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速

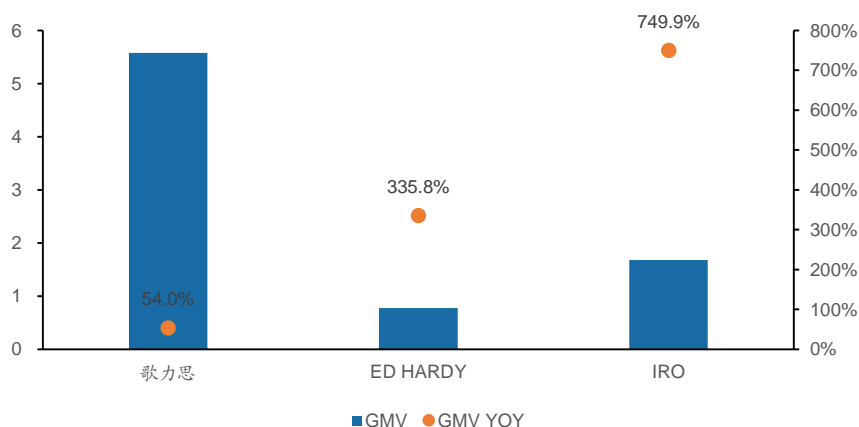


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

歌力思：主要品牌总体GMV 803.41万元，同比增加101.06%。其中歌力思品牌GMV 557.54万元，同比增加54.02%；Ed Hardy品牌GMV 77.54万元，同比增长

335.84%；其中IRO品牌GMV 168.33万元，同比增长749.91%。

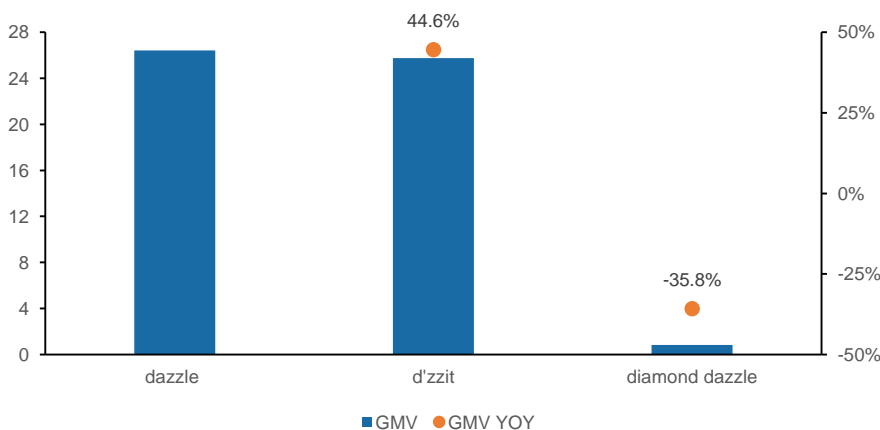
图 66：歌力思10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

地素时尚：主要品牌总体GMV 5301.12万元，同比增长53.92%。其中DAZZLE品牌GMV 2643.44万元,同比增长72.21%；d'zzit品牌GMV 2575.25万元，同比增长44.62%；Diamond Dazzle品牌GMV 82.43万元，同比下降35.76%。

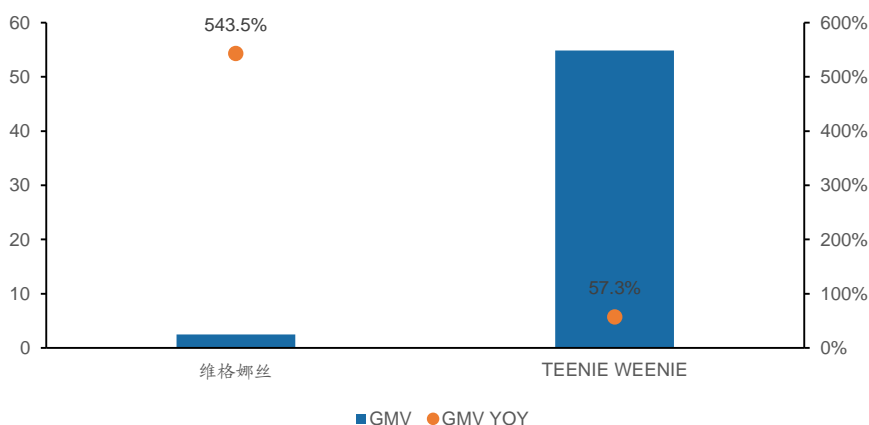
图 67：地素时尚10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

锦泓集团：主要品牌总体GMV 5730.85万元，同比增长62.56%。其中维格娜丝GMV 247.73万元，同比增长543.47%；TEENIE WEENIE GMV 5483.60万元，同比增长57.26%。

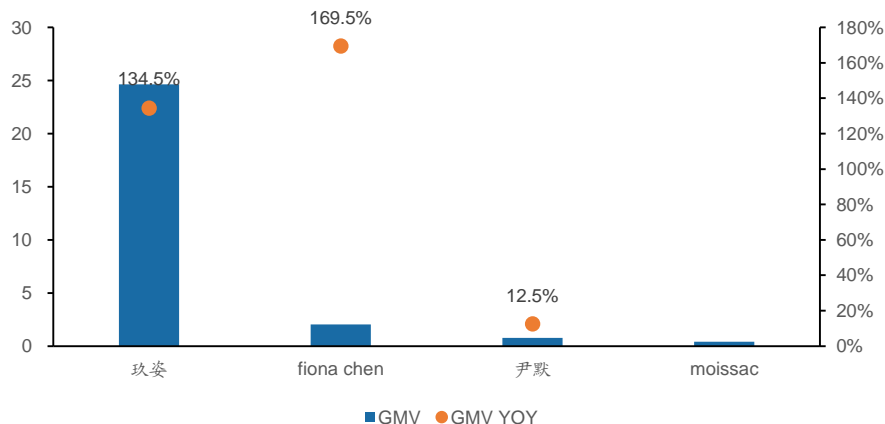
图 68: 锦泓集团10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

安正时尚：主要品牌总体GMV 2790.97万元，同比增长129.62%。其中玖姿品牌GMV 2464.86万元,同比增长134.53%；Fiona Chen品牌GMV 205.01万元，同比增长169.52%；尹默品牌GMV 78.67万元，同比增长12.52%；moissac品牌GMV 42.42万元。

图 69: 安正时尚10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速

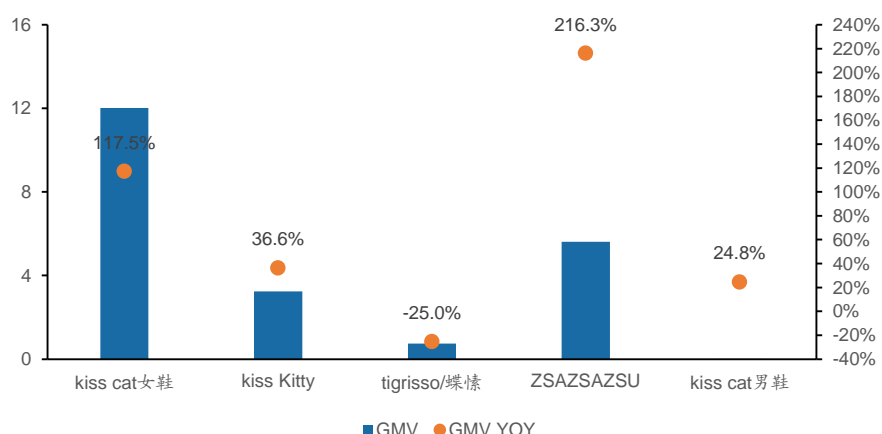


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（二）女鞋行业

天创时尚：主要品牌总体GMV 2163.50万元，同比增长102.68%。其中kiss cat女鞋品牌GMV 1202.54万元,同比增长117.46%；kiss kitty品牌GMV 323.70万元,同比增长36.58%；tigrisso/蝶愫品牌GMV 74.30万元,同比下降24.99%；ZSAZSAZSU品牌GMV 562.09万元,同比增长216.30%；kiss cat男鞋品牌GMV 8774.00元，同比增长24.79%。

图 70：天创时尚10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速

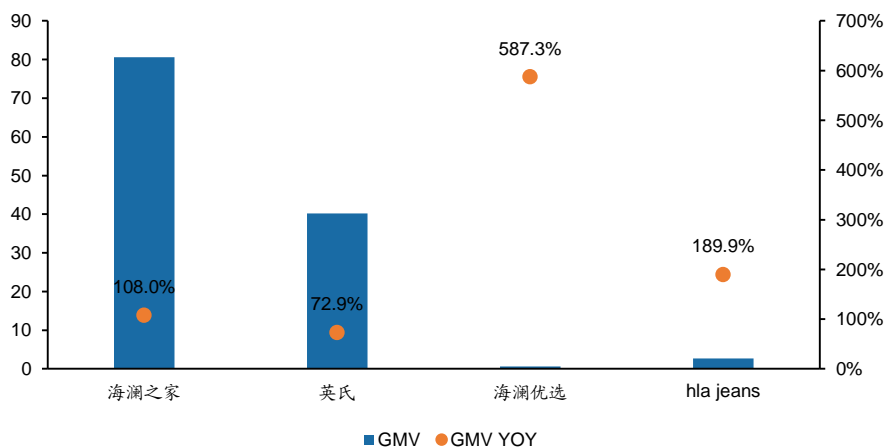


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（三）男装行业

海澜之家：主要品牌总体GMV 1.24亿元，同比增长97.02%。其中海澜之家品牌GMV 8057.21万元，同比增长108.04%；英氏童装品牌GMV 4015.20万元，同比增长72.92%；海澜优选品牌GMV 64.30万元，同比增长587.33%；hla jeans品牌GMV 271.89万元，同比增长189.87%。

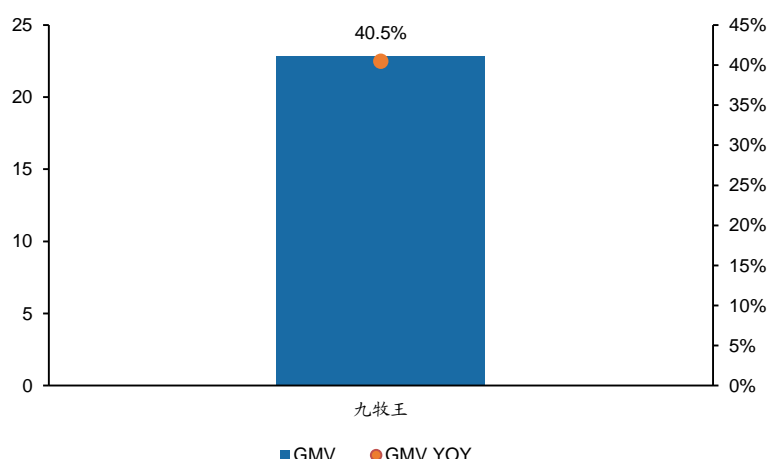
图 71：海澜之家10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

九牧王：九牧王品牌GMV 2284.01万元，同比增长40.47%。

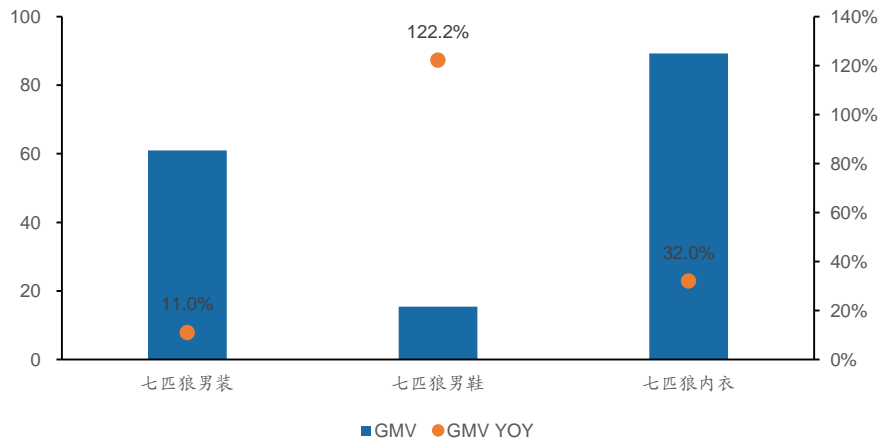
图 72: 九牧王10月主要品牌淘宝天猫全网GMV (百万元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

七匹狼: 主要品牌总体GMV 1.66亿元, 同比增长27.90%。其中七匹狼男装品牌GMV 6094.38万元, 同比增长10.97%; 七匹狼男鞋品牌GMV 1534.70万元, 同比增长122.24%; 七匹狼内衣品牌GMV 8929.07万元, 同比增长32.02%。

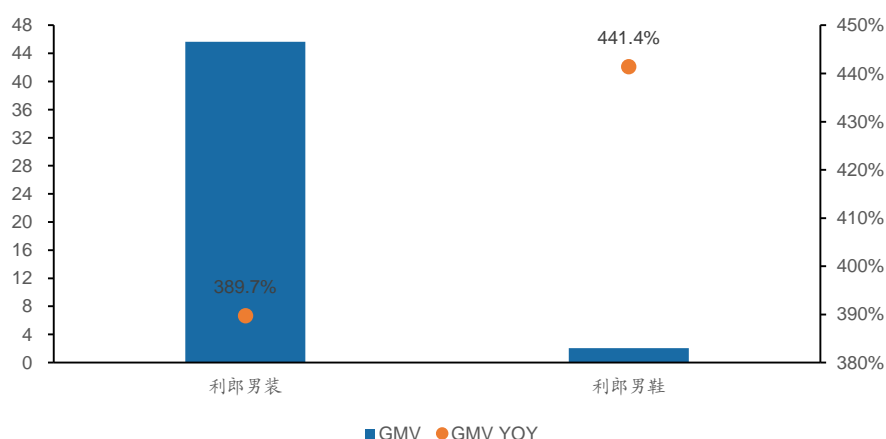
图 73: 七匹狼10月主要品牌淘宝天猫全网GMV (百万元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

利郎: 主要品牌总体GMV 4770.17万元, 同比增长391.76%。其中利郎男装品牌GMV 4564.33万元, 同比增长389.74%; 利郎男鞋品牌GMV 205.84万元, 同比增长441.40%。

图 74：利郎10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速

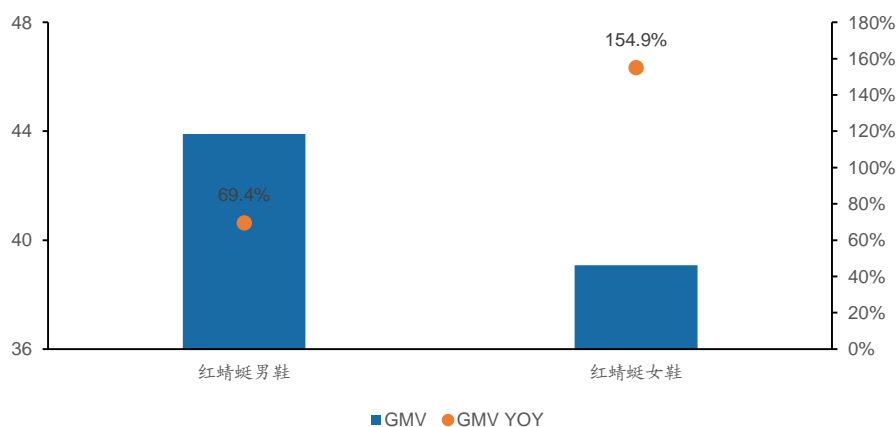


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（四）男鞋行业

红蜻蜓：主要品牌总体GMV 8298.62万元，同比增长101.18%。其中红蜻蜓（男鞋）品牌GMV 4390.40万元，同比增长69.38%；红蜻蜓（女鞋）品牌GMV 3908.21万元，同比增长154.94%。

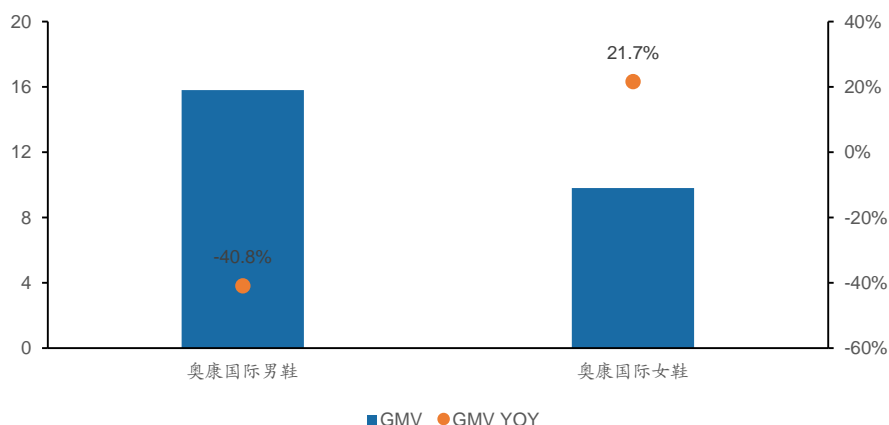
图 75：红蜻蜓10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

奥康国际：主要品牌总体GMV 2560.67万元，同比下降26.35%。其中奥康国际（男鞋）品牌GMV 1579.90万元，同比下降40.85%；奥康国际（女鞋）品牌GMV 980.76万元，同比增长21.68%。

图 76：奥康国际10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速

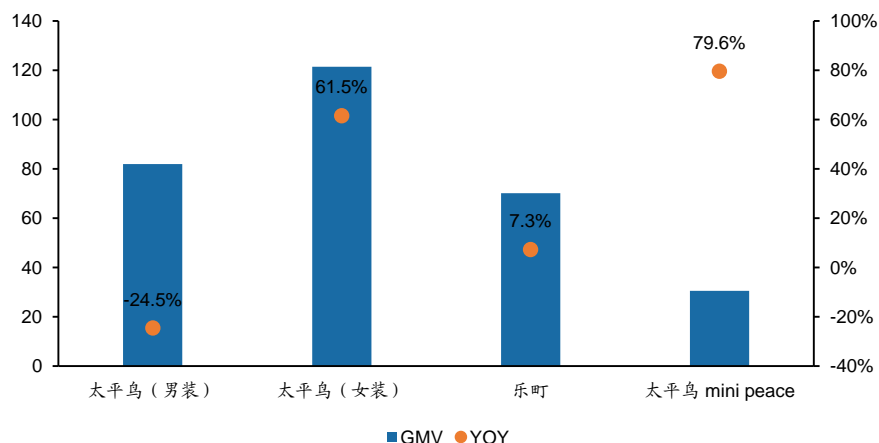


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（五）休闲服饰行业

太平鸟：主要品牌总体GMV 3.04亿元，同比增长14.26%。其中太平鸟（男装）品牌GMV 8188.32万元，同比下降24.54%；太平鸟（女装）品牌GMV 1.21亿元，同比增长61.54%；乐町品牌GMV 7015.56万元，同比增长7.32%；mini peace童装品牌GMV 3055.42万元，同比增长79.62%。

图 77：太平鸟10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



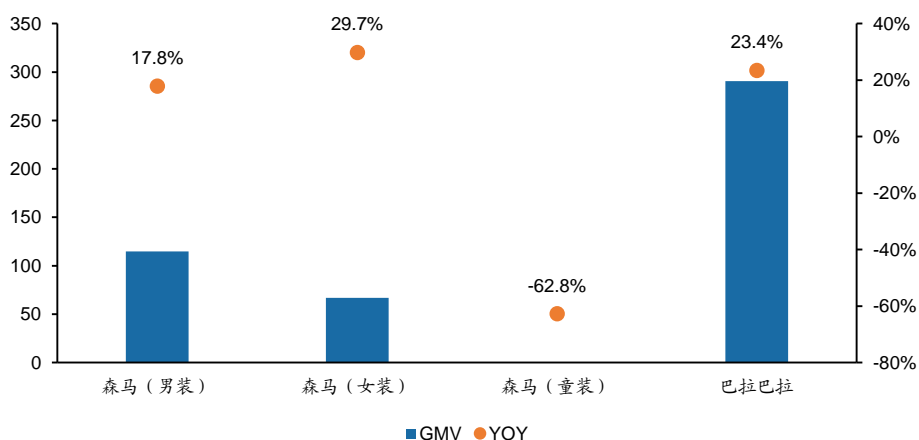
数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（六）童装童鞋行业

森马服饰：主要品牌总体GMV 4.72亿元,同比增长22.83%。其中森马（男装）品牌GMV 1.14亿元，同比增长17.84%；森马（女装）品牌GMV 6692.46万元，同比增长29.67%；森马（童装）品牌GMV 1.86万元，同比下降62.77%；巴拉巴拉

品牌GMV 2.91亿元，同比增长23.41%。

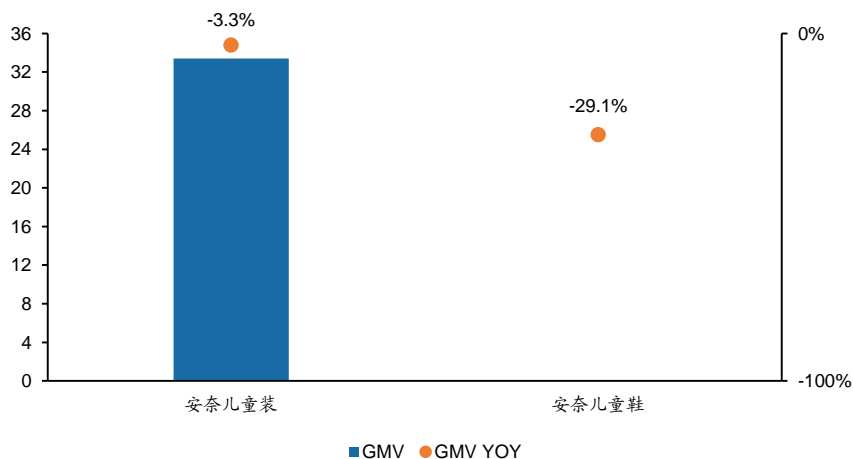
图 78：森马10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

安奈儿：主要品牌总体GMV 3339.18万元，同比下降3.33%。其中安奈儿童装品牌GMV 3339.03万元,同比下降3.33%；安奈儿童鞋品牌GMV 1483.3元，同比下降29.11%。

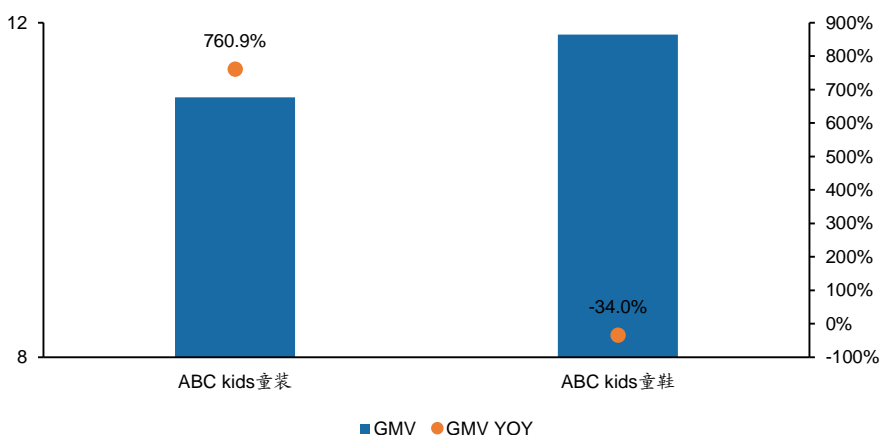
图 79：安奈儿10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

起步股份：主要品牌总体GMV 2296.09万元，同比增长19.31%。其中ABC kids童装品牌GMV 1110.58万元,同比上升760.91%；ABC kids童鞋品牌GMV 1185.51万元，同比下降33.97%。

图 80: 起步股份10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速

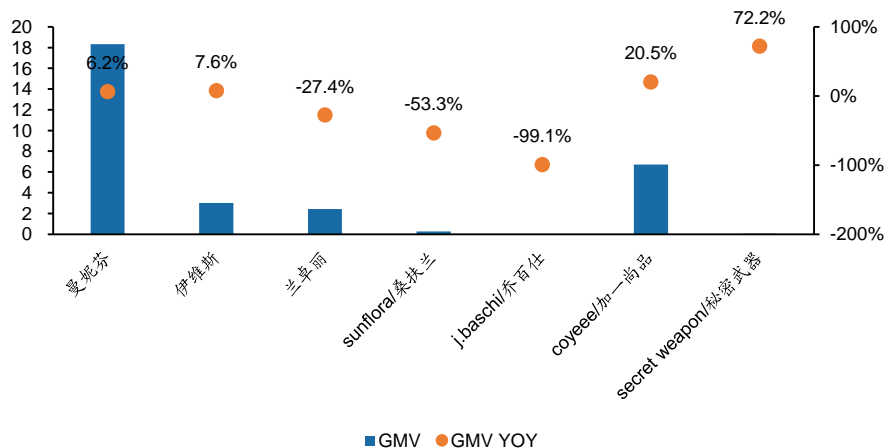


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（七）内衣行业

汇洁股份：主要品牌总体GMV 3077.97万元，同比增长3.40%。其中曼妮芬品牌GMV 1833.81万元，同比增长6.18%；伊维斯品牌GMV 300.87万元,同比增长7.56%；兰卓丽品牌GMV 242.65万元，同比下降27.42%；sunflora/桑扶兰品牌GMV 26.44万元，同比下降53.34%；j.baschi/乔百仕品牌GMV 1927.00元，同比下降99.07%；coyeee/加一尚品GMV 670.54万元，同比下降20.50%；secret weapon/秘密武器品牌GMV 3.46万元，同比增长72.19%。

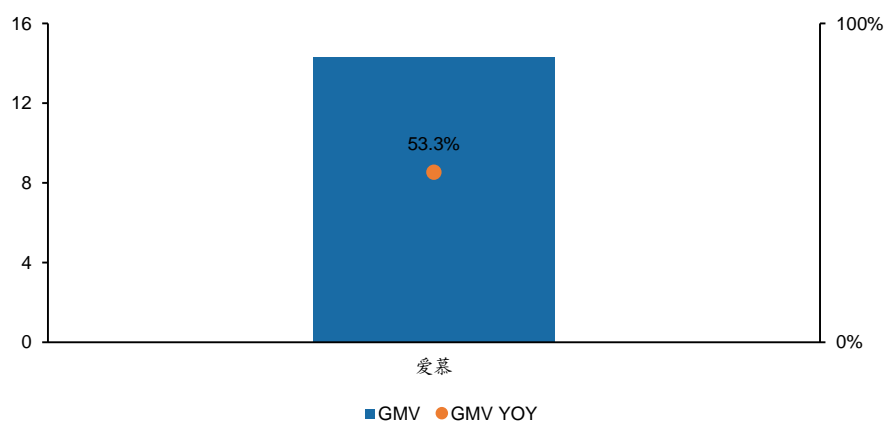
图 81: 汇洁股份10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

爱慕股份：爱慕品牌GMV 1430.68万元，同比增长53.34%。

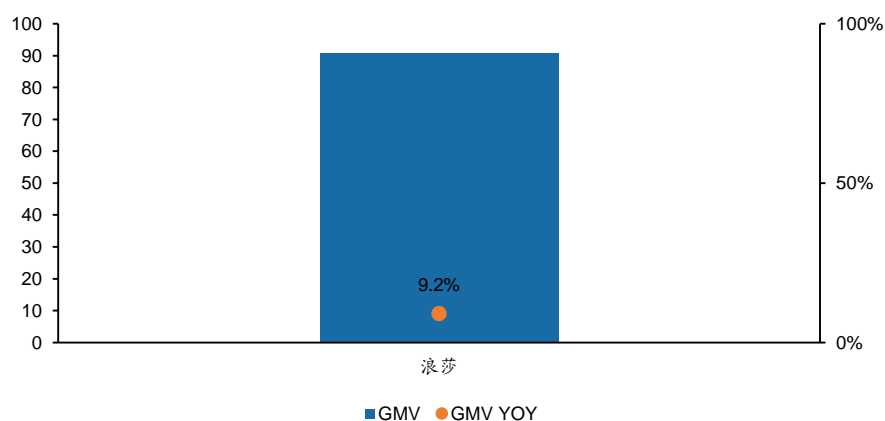
图 82: 爱慕股份10月主要品牌淘宝天猫全网GMV (百万元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

浪莎股份: 浪莎品牌GMV 1.22亿元,同比增长13.75%。

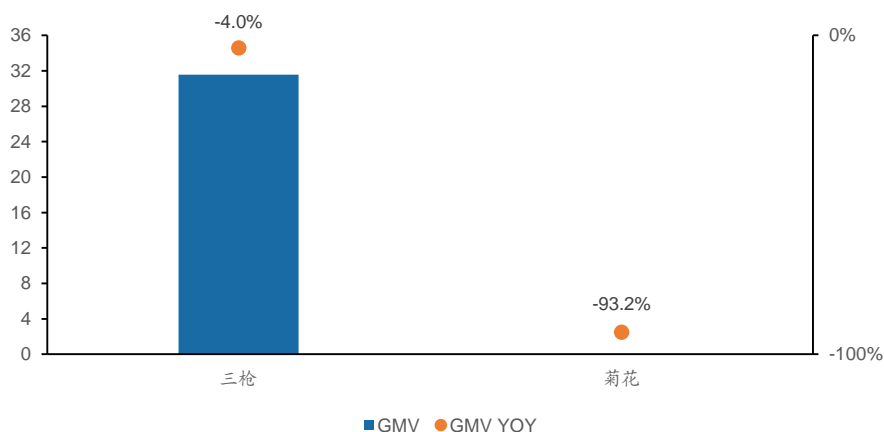
图 83: 浪莎股份10月主要品牌淘宝天猫全网GMV (百万元) 及增速



数据来源: 淘数据, 广发证券发展研究中心

龙头股份: 主要品牌总体GMV 3159.05万元, 同比增长4.25%。其中三枪品牌GMV 3030.05万元, 同比下降3.95%; 菊花品牌GMV 2.98万元, 同比下降93.16%。

图 84：龙头股份10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速

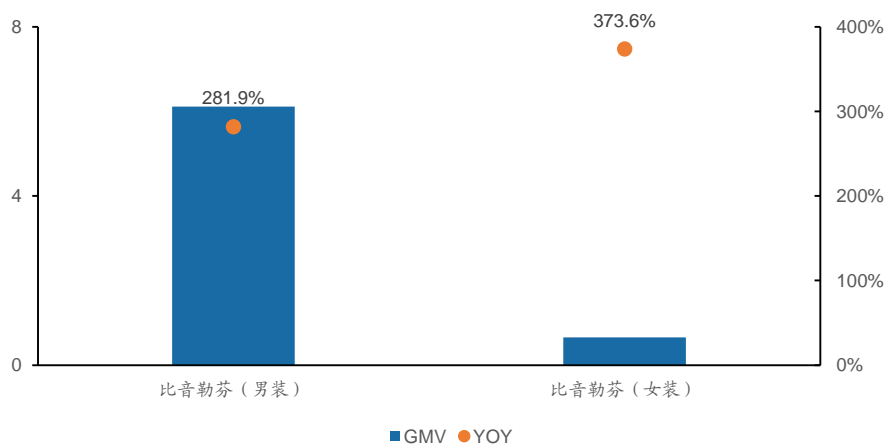


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（八）运动鞋服行业

比音勒芬：主要品牌总体GMV 677.10万元，同比增长289.28%。其中比音勒芬（男装）品牌GMV 611.13万元，同比增长281.94%；比音勒芬（女装）品牌GMV 65.96万元，同比增长373.65%。

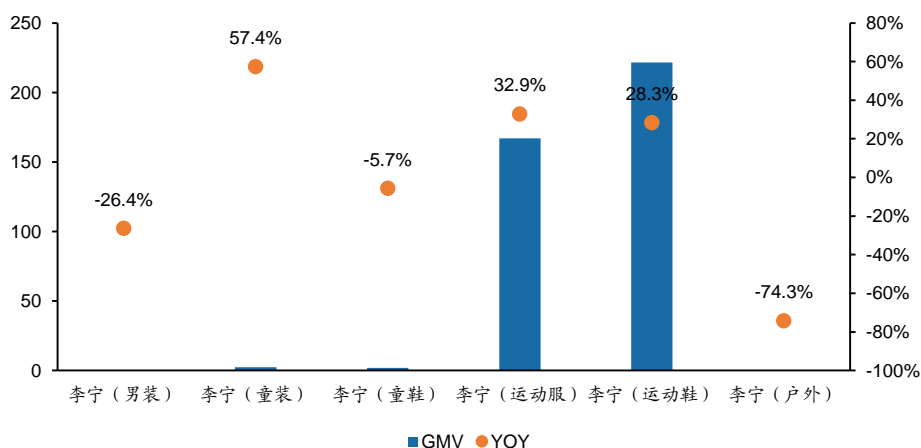
图 85：比音勒芬10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

李宁：主要品牌总体GMV 3.93亿元，同比增长29.87%。其中李宁（男装）品牌GMV 29.07万元，同比下降26.36%；李宁（童装）品牌GMV 235.36万元，同比增长57.36%；李宁（童鞋）品牌GMV 199.84万元，同比下降5.66%；李宁（运动服）品牌GMV 1.67亿元，同比增长32.92%；李宁（运动鞋）品牌GMV 2.21亿元，同比增长28.35%；李宁（户外）品牌GMV 15.82万元，同比下降74.25%。

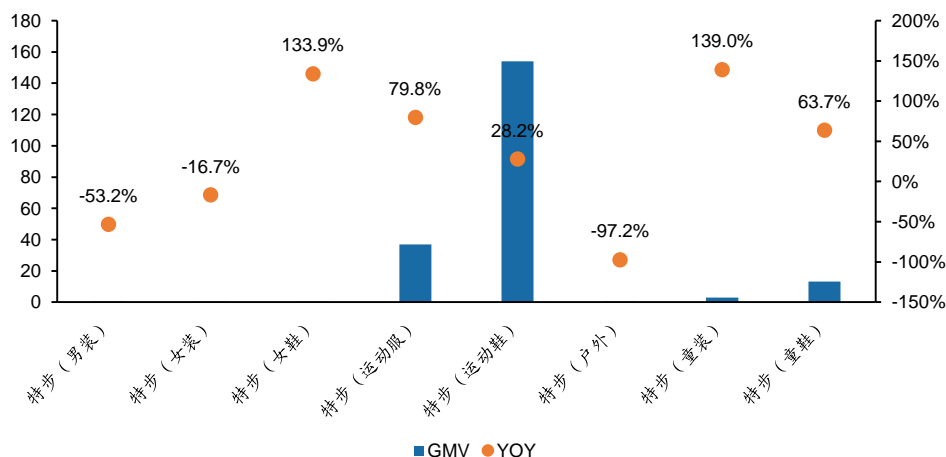
图 86: 李宁10月主要品牌淘宝天猫全网GMV (百万元) 及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

特步国际：主要品牌总体GMV 2.08亿元，同比增加37.59%。其中特步（男装）品牌GMV 28.15万元，同比下降53.23%；特步（女装）品牌GMV 18.40万元，同比下降16.69%；特步（女鞋）品牌GMV 3.39万元，同比增长133.91%；特步（运动服）品牌GMV 3699.85万元，同比增加79.78%；特步（运动鞋）品牌GMV 1.54亿元，同比增加28.15%；特步（户外）品牌GMV 617.00元，同比下降97.25%；特步（童装）品牌GMV 196.67万元，同比增长139.02%；特步（童鞋）品牌GMV 1309.41万元，同比增长63.73%。

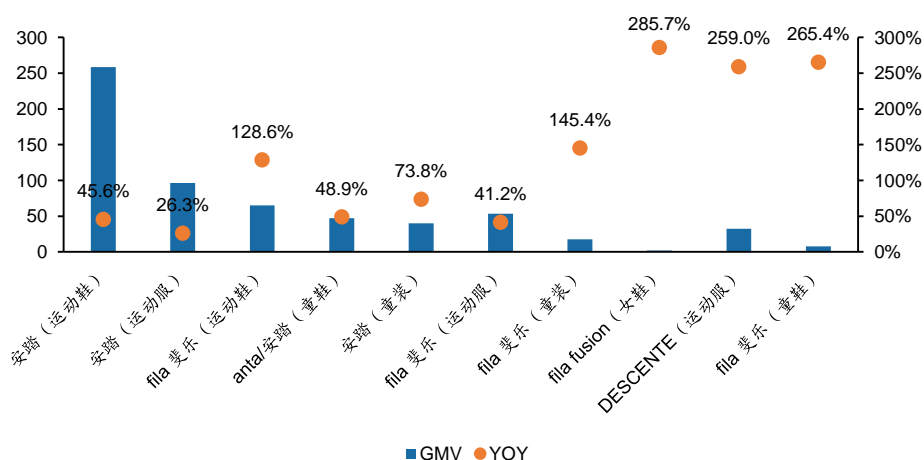
图 87: 特步国际10月主要品牌淘宝天猫全网GMV (百万元) 及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

安踏：主要品牌总体GMV 6.21亿元，同比增长57.51%。其中安踏（运动鞋）品牌GMV 2.59亿元，同比增长45.56%；安踏（运动服）品牌GMV 9643.63万元，同比增长26.26%；fila（运动鞋）品牌GMV 6525.16万元，同比增长128.57%；安踏（童鞋）品牌GMV 4737.09万元，同比增长48.92%；安踏（童装）品牌GMV 3984.09万元，同比增长73.83%；fila（运动服）品牌GMV 5356.24万元，同比增长41.22%；fila（童装）品牌GMV 1760.46万元，同比增长41.22%；fila fusion（女鞋）品牌GMV 197.57万元，同比增长285.70%；descente（运动服）品牌GMV 3238.81万元，同比增长259.01%；fila（童鞋）品牌GMV 763.39万元，同比增长265.43%。

图 88：安踏体育10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速

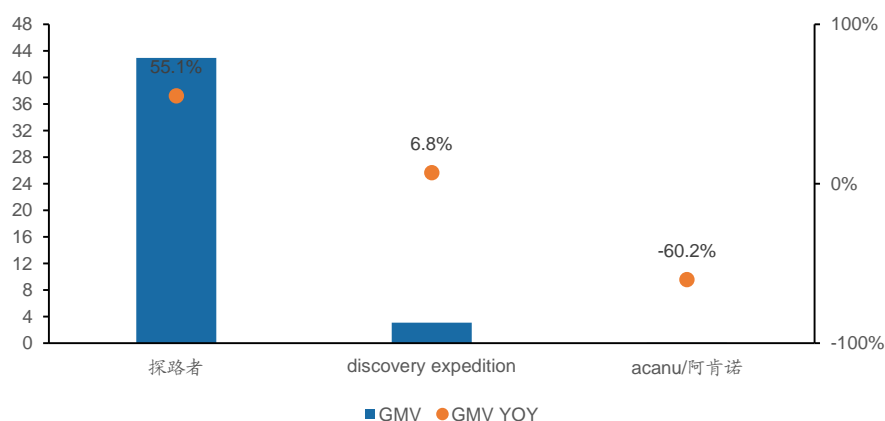


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（九）户外行业

探路者：主要品牌总体GMV 4605.81万元，同比增长50.49%。其中探路者品牌GMV 4294.76万元，同比增长55.10%。其中discovery expedition品牌GMV 310.85万元，同比增加6.82%；acanu/阿肯诺品牌GMV 1983.62元，同比下降60.23%。

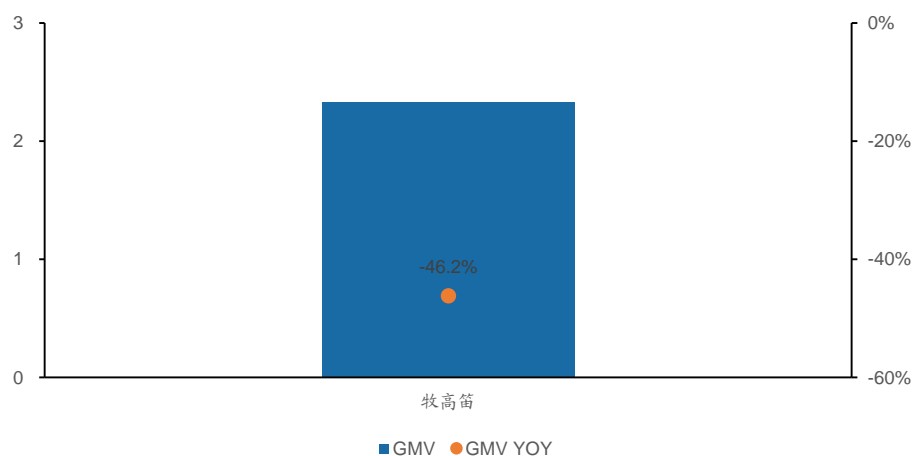
图 89：探路者10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

牧高笛：其中牧高笛品牌GMV 232.99万元,同比下降46.19%。

图 90：牧高笛10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速

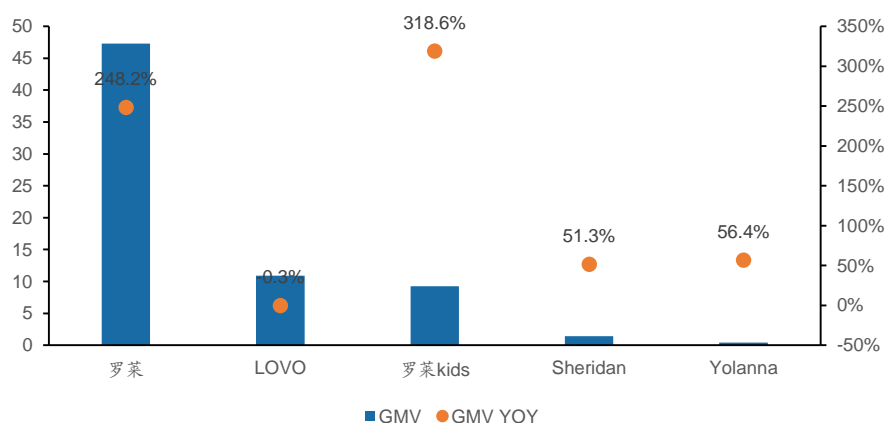


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（十）家纺行业

罗莱生活：主要品牌总体GMV 6928.11万元，同比增长148.12%。其中罗莱品牌GMV 4732.24万元,同比增长248.21%； LOVO品牌GMV 1090.51万元,同比下降0.32%；其中罗莱KIDS品牌GMV 925.04万元,同比增长318.57%；其中sheridan品牌GMV 140.01万元，同比增长51.33%；其中Yolanna品牌GMV 40.32万元，同比增加56.44%。

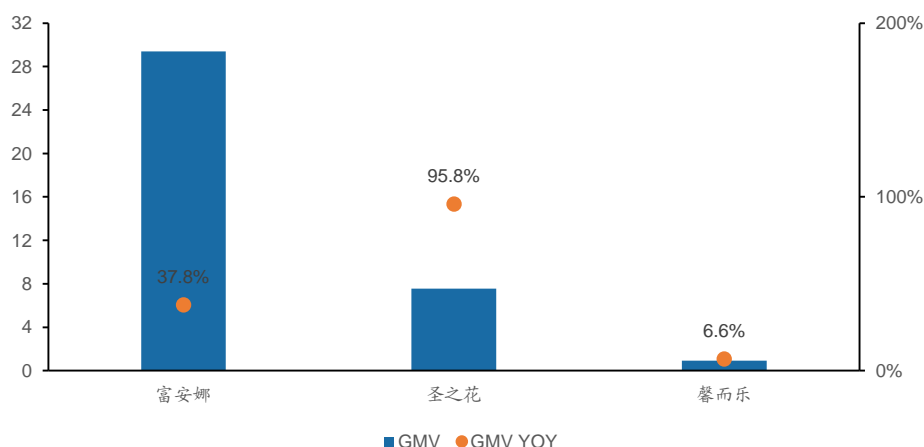
图 91：罗莱生活10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

富安娜：主要品牌总体GMV 3783.74万元,同比增加45.36%。其中富安娜品牌GMV 2938.16万元,同比增长37.81%；圣之花品牌GMV 753.97万元,同比增加95.84%；馨而乐品牌GMV 91.61万元，同比增加6.60%。

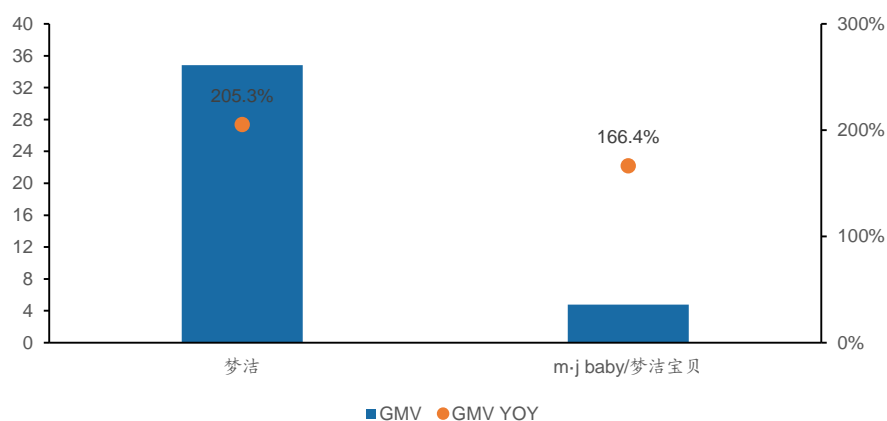
图 92：富安娜10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

梦洁股份：主要品牌总体GMV 3956.56万元，同比增长200.03%。其中梦洁品牌GMV 3480.33万元,同比增长205.29%；梦洁宝贝品牌GMV 476.23万元，同比增长166.44%。

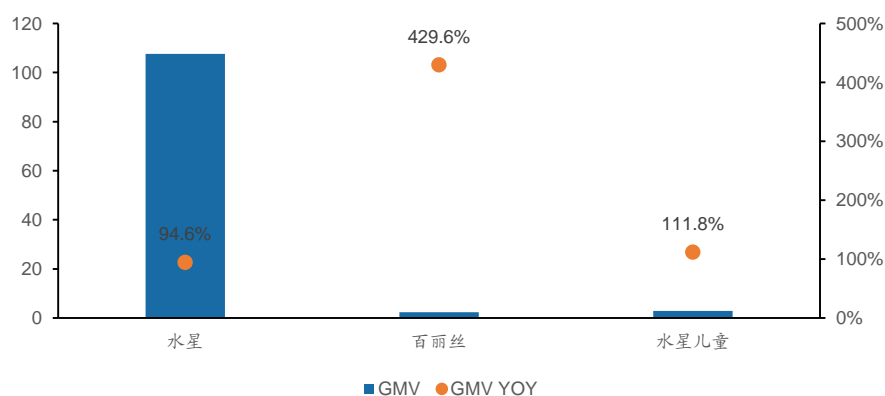
图 93: 梦洁股份10月主要品牌淘宝天猫全网GMV (百万元) 及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

水星家纺：主要品牌总体GMV1.13亿元，同比增长97.74%。其中水星品牌GMV 1.08亿元，同比增长94.65%；百丽丝GMV 242.35万元，同比增长429.57%；水星儿童GMV 284.91万元，同比增长111.84%。

图 94: 水星家纺10月主要品牌淘宝天猫全网GMV (百万元) 及增速

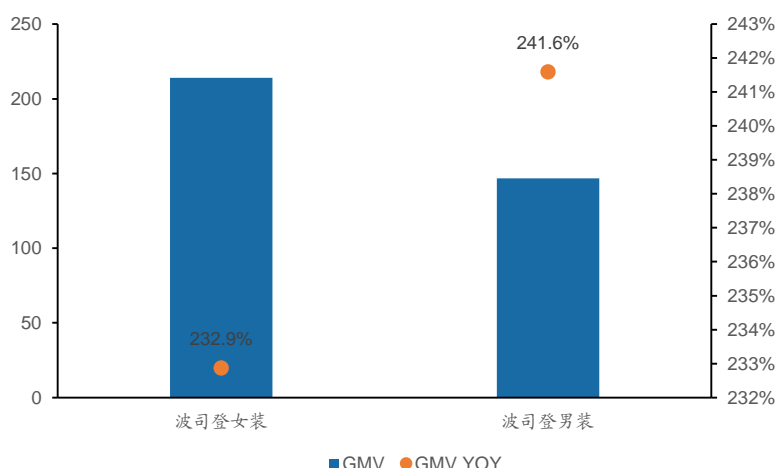


数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

（十一）羽绒服行业

波司登：主要品牌总体GMV3.61亿元，同比增长236.37%。其中波司登（女装）品牌GMV 2.14亿元，同比增长232.87%；波司登（男装）品牌GMV 1.47亿元，同比增长241.60%。

图 95：波司登10月主要品牌淘宝天猫全网GMV（百万元）及增速



数据来源：淘数据，广发证券发展研究中心

四、风险提示

（一）宏观经济景气度持续下行风险

服装家纺行业零售额增长和国内GDP增长相关性较高，如果未来国内宏观经济景气下行，消费低迷，公司产品的终端需求将受到显著影响，进而影响公司业绩。

（二）原材料价格持续上涨风险

如果原材料价格大幅上涨，对于服装家纺公司的盈利会造成了一定的压力，特别是中低端定位的服装家纺公司，原材料持续大幅涨价一旦无法有效转嫁，将会影响利润增长。

（三）库存积压风险

服装家纺公司需要提前备货，如果终端需求不佳，将会积压库存，影响公司收入及盈利。

（四）管理不善风险

随着公司业务规模的扩大，零售终端增长、供应链品牌方面管理都将面临新挑战。如果管理水平不能支持公司持续发展速度，则可引发一系列风险进而对公司品牌形象和经营业绩造成不利影响。

广发纺织服装行业研究小组

糜 韩 杰：首席分析师，复旦大学经济学硕士，2016 年进入广发证券发展研究中心。

广发证券—行业投资评级说明

- 买入：预期未来 12 个月内，股价表现强于大盘 10%以上。
- 持有：预期未来 12 个月内，股价相对大盘的变动幅度介于-10%~+10%。
- 卖出：预期未来 12 个月内，股价表现弱于大盘 10%以上。

广发证券—公司投资评级说明

- 买入：预期未来 12 个月内，股价表现强于大盘 15%以上。
- 增持：预期未来 12 个月内，股价表现强于大盘 5%-15%。
- 持有：预期未来 12 个月内，股价相对大盘的变动幅度介于-5%~+5%。
- 卖出：预期未来 12 个月内，股价表现弱于大盘 5%以上。

联系我们

	广州市	深圳市	北京市	上海市	香港
地址	广州市天河区马场路 26 号广发证券大厦 35 楼	深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大 厦 31 层	北京市西城区月坛北 街 2 号月坛大厦 18 层	上海市浦东新区南泉 北路 429 号泰康保险 大厦 37 楼	香港中环干诺道中 111 号永安中心 14 楼 1401-1410 室
邮政编码	510627	518026	100045	200120	
客服邮箱	gfzqyf@gf.com.cn				

法律主体声明

本报告由广发证券股份有限公司或其关联机构制作，广发证券股份有限公司及其关联机构以下统称为“广发证券”。本报告的分销依据不同国家、地区的法律、法规和监管要求由广发证券于该国家或地区的具有相关合法合规经营资质的子公司/经营机构完成。

广发证券股份有限公司具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格，接受中国证监会监管，负责本报告于中国（港澳台地区除外）的分销。

广发证券（香港）经纪有限公司具备香港证监会批复的就证券提供意见（4 号牌照）的牌照，接受香港证监会监管，负责本报告于中国香港地区的分销。

本报告署名研究人员所持中国证券业协会注册分析师资质信息和香港证监会批复的牌照信息已于署名研究人员姓名处披露。

重要声明

广发证券股份有限公司及其关联机构可能与本报告中提及的公司寻求或正在建立业务关系，因此，投资者应当考虑广发证券股份有限公司及其关联机构因可能存在的潜在利益冲突而对本报告的独立性产生影响。投资者不应仅依据本报告内容作出任何投资决策。投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，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者口头承诺均为无效。

本报告署名研究人员、联系人（以下均简称“研究人员”）针对本报告中相关公司或证券的研究分析内容，在此声明：（1）本报告的全部分析结论、研究观点均精确反映研究人员于本报告发出当日的关于相关公司或证券的所有个人观点，并不代表广发证券的立场；（2）研究人员的部分或全部的报酬无论在过去、现在还是将来均不会与本报告所述特定分析结论、研究观点具有直接或间接的联系。

研究人员制作本报告的报酬标准依据研究质量、客户评价、工作量等多种因素确定，其影响因素亦包括广发证券的整体经营收入，该等经营收入部分来源于广发证券的投资银行类业务。

本报告仅面向经广发证券授权使用的客户/特定合作机构发送，不对外公开发布，只有接收人才可以使用，且对于接收人而言具有保密义务。广发证券并不因相关人员通过其他途径收到或阅读本报告而视其为广发证券的客户。在特定国家或地区传播或者发布本报告可能违反当地法律，广发证券并未采取任何行动以允许于该等国家或地区传播或者分销本报告。

本报告所提及证券可能不被允许在某些国家或地区内出售。请注意，投资涉及风险，证券价格可能会波动，因此投资回报可能会有所变化，过去的业绩并不保证未来的表现。本报告的内容、观点或建议并未考虑任何个别客户的具体投资目标、财务状况和特殊需求，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的投资建议。本报告发送给某客户是基于该客户被认为有能力独立评估投资风险、独立行使投资决策并独立承担相应风险。

本报告所载资料的来源及观点的出处皆被广发证券认为可靠，但广发证券不对其准确性、完整性做出任何保证。报告内容仅供参考，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价。广发证券不对因使用本报告的内容而引致的损失承担任何责任，除非法律法规有明确规定。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策，如有需要，应先咨询专业意见。

广发证券可发出其它与本报告所载信息不一致及有不同结论的报告。本报告反映研究人员的不同观点、见解及分析方法，并不代表广发证券的立场。广发证券的销售人员、交易员或其他专业人士可能以书面或口头形式，向其客户或自营交易部门提供与本报告观点相反的市场评论或交易策略，广发证券的自营交易部门亦可能会有与本报告观点不一致，甚至相反的投资策略。报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且无需另行通告。广发证券或其证券研究报告业务的相关董事、高级职员、分析师和员工可能拥有本报告所提及证券的权益。在阅读本报告时，收件人应了解相关的权益披露（若有）。

本研究报告可能包括和/或描述/呈列期货合约价格的事实历史信息（“信息”）。请注意此信息仅供用作组成我们的研究方法/分析中的部分论点/依据/证据，以支持我们对所述相关行业/公司的观点的结论。在任何情况下，它并不（明示或暗示）与香港证监会第5类受规管活动（就期货合约提供意见）有关联或构成此活动。

权益披露

(1) 广发证券（香港）跟本研究报告所述公司在过去12个月内并没有任何投资银行业务的关系。

版权声明

未经广发证券事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用，否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、刊登、转载和引用者承担。