



泡泡玛特 IP DIMOO 联名萧邦，关注潮玩谷子拓圈成长

——轻工纺服行业周报（20250804-0808）

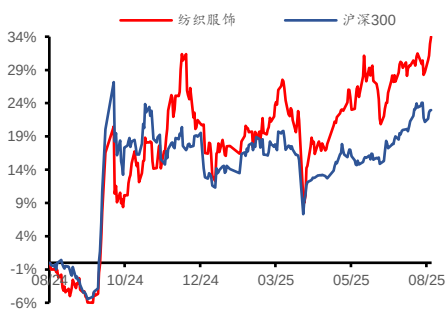
增持（维持）

行业： 纺织服饰
日期： 2025年08月12日

分析师： 杜洋
Tel: 021-53686169
E-mail: duyang@shzq.com
SAC 编号: S0870523090002

分析师： 袁锐
Tel: 021-53686074
E-mail: yuanrui@shzq.com
SAC 编号: S0870525060002

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《谷子潮玩海外持续开店，关注潮玩出海成长》
——2025 年 08 月 06 日

《老铺黄金 25H1 业绩预增，关注下半年门店拓展》
——2025 年 07 月 29 日

《泡泡玛特 25H1 盈利预增，海外销售持续火热》
——2025 年 07 月 22 日

■ 主要观点

一、行情回顾：本周（2025.08.04-2025.08.08），A 股 SW 纺织服饰行业指数上涨 4.23%，轻工制造行业上涨 2.57%，而沪深 300 上涨 1.23%，上证指数上涨 2.11%。纺织服装在申万 31 个一级行业中涨幅排名第 5 位，轻工制造在申万 31 个一级行业中涨幅排名第 9 位。

二、核心逻辑：

1) 轻工行业：①我们认为潮玩谷子行业需求快速增长，Z 世代引领新消费趋势，盲盒等产品触及情绪价值深层需求。伴随泡泡玛特、国谷等产品走向世界，中国 IP 文化加速渗透。②DeepSeek 等 AI 新技术与轻工制造有望深度融合，伴随以旧换新政策延续、财政持续发力、国家推动房地产市场止跌回稳等，轻工内需有望逐步企稳，实现估值修复。

潮玩谷子：泡泡玛特旗下 IP DIMOO 联名萧邦，关注潮玩谷子拓圈成长。据 iBrandi 品创，8 月 7 日「Chopard 萧邦」×「泡泡玛特」旗下 IP DIMOO 以经典 ChopardIceCube 系列珠宝为灵感，打造限量版“光影”联名公仔及礼盒套装，于 8 月 8 日起正式发售。该款产品已经同步上线泡泡玛特和萧邦天猫旗舰店，售价 25199 元/套。瑞士高级手表珠宝品牌萧邦与泡泡玛特联名合作旨在“与中国 Z 世代深度共鸣”。萧邦通过与深受年轻人喜爱的 DIMOO 合作，能够借助其庞大的粉丝基础和强大的影响力，将品牌理念以更加轻松、有趣的方式传递给年轻消费者，打破奢侈品固有形象，从而成功触达年轻客群，抢占 Z 世代心智。我们认为情绪价值支撑谷子经济，Z 世代引领潮玩谷子经济新趋势，需求增长带动产业发展，关注潮玩谷子市场前景。建议关注：泡泡玛特、布鲁可、名创优品等。

出口链：我们认为轻工出口链如保温杯、办公家具、服务机器人等产品海外需求稳定，关税影响有望逐渐消化，关注前瞻布局海外产能及供应链抵御关税风险的龙头企业。

7 月我国家具进出口额同增 3%，关注下半年关税变化情况。据海关统计，2025 年前 7 个月，我国进出口总值 357.72 万亿美元，同增 2.4%。7 月，我国进出口总值 54.53 万亿美元，同增 5.9%。从重点商品品类看，2025 年前 7 个月，我国家具及其零件进出口金额 377.85 亿美元，同降 5.6%，其中 7 月家具及其零件进出口金额 48.84 亿美元。我们认为伴随后续关税政策逐步明朗，利好我国在海外具备产能及供应链布局的出口企业，未来出口链有望逐步修复。建议关注轻工出口链细分行业龙头匠心家居（智能家居出海+自主品牌 a）、九号公司（智能两轮车）、嘉益股份（合作 Stanley+保温杯出海）、乐歌股份（智能家居+海外仓）。

家居板块：据国家统计局数据显示，2025 年 1-6 月我国限额以上家具类零售额 982 亿元，同比+22.9%；单 6 月，我国限额以上家具类零售额 208 亿元，同比+28.7%。25H1 全国新建商品房销售面积同比下降 3.5%，降幅比去年同期收窄 15.5 个百分点；新建商品房销售额同比下

降 5.5%，较去年同期大幅收窄 19.5 个百分点，市场交易量呈改善的趋势。7 月以来，核心城市已经在继续优化房地产政策，如北京、广州、南京、大连等地从提高额度、优化提取、延长还款期限等方面优化公积金贷款政策。我们认为地产政策推动房地产市场止跌回稳，有望传导家居需求增长复苏，低估值高分红家居龙头关注度有望提升。**建议注：欧派家居、志邦家居、顾家家居等。**

造纸&包装：瓦楞纸价格上行，关注造纸上游成本变化。自 7 月初以来，纸企陆续发布涨价函。玖龙纸业一个月内已六次宣布调涨瓦楞纸、再生牛卡纸等纸张价格，山鹰国际、理文造纸、湖北荣成等头部纸企紧随其后，纷纷宣布 8 月起将执行新价格。据生意社数据，2025 年 8 月 7 日瓦楞原纸 140g 出厂均价为 2592 元/吨，与 8 月 1 日均价相比上涨了 0.78%。近期浙江地区废纸价格仍持续上涨，国内纸厂废纸价格也保持上涨走势。**我们看好未来造纸行业龙头随着产能扩增和产能利用率、供应链效率提升，未来或带来稳定增长，建议关注太阳纸业、华旺科技、五洲特纸等。**

2) 纺服行业：①我们认为黄金需求预计增长，25 年国内黄金珠宝公司有望实现销量提升、业绩改善。②政策扩内需消费信心提振，户外经济催热运动服饰销售高景气，DeepSeek 赋能纺服产业链，推动行业数字化升级，叠加三孩政策预期升温，建议关注 AI+纺服以及高确定性细分赛道。

黄金珠宝：国际金价延续涨势，看好拥有产品力、渠道力黄金珠宝品牌。据中国基金报，8 月 8 日，伦敦金现一度突破 3400 美元/盎司关口，COMEX 黄金盘中创出历史新高。近期美联储降息预测升温，亦推动金价上涨。近日，花旗银行大幅上调金价预期，从之前的 3300 美元/盎司上调至 3500 美元/盎司。国际金价持续走高，国内黄金首饰价格亦居高不下。据中国基金报记者调研，8 月 9 日，周生生足金饰品价格为 1016 元/克，周大福为 1015 元/克，老庙黄金为 1017 元/克，均处于近期高位。世界黄金协会发布报告称，在高金价环境下，二季度全球黄金需求总量（包含场外交易）达到 1249 吨，同比增长 3%。随着国际地缘政治环境叠加金价势能持续支撑黄金投资需求，强劲的黄金投资流入成为推动二季度全球黄金需求增长的主要动力。**建议关注：老铺黄金、潮宏基等。**

运动户外：体育产业已成为助力经济增长、推动经济社会转型升级的重要力量，在培育经济发展新动能上作出重要贡献。国家大力推动改革创新赋能体育高质量发展，运动户外消费活力持续释放，我们认为运动服饰高景气或持续。

阿迪达斯维持全年业绩指引，关注库存变化情况。据阿迪达斯新闻中心公众号，7 月 30 日，阿迪达斯公布 FY25H1 及 FY25Q2 业绩数据。在货币中性下，剔除 Yeezy 因素，集团 FY25H1 全球营收 121.05 亿欧元，同增 14%；全球营业利润为 12 亿欧元，同增 70%；全球毛利率 51.9%，同比提升 0.9 个百分点。其中大中华区营收 18.27 亿欧元，同增 13%。其中，FY25Q2 全球营收 60 亿欧元，同增 12%；全球营业利润为 5.46 亿欧元，同增 58%；全球毛利率 51.7%，同比提升 0.9 个百分点。其中大中华区营收 7.98 亿欧元，同增 11%。作为阿迪达斯品牌最为重要的战略市场之一，大中华区业绩连续九个季度实现“有质量的增长”。**分业务看，FY25Q2 阿迪达斯品牌运动表现与运动时尚业务均实现双位数增长，分别同比增长 12%和 13%。分品类看，阿迪达**

斯品牌鞋类收入同比增长 9%，其中以 ADIZERO 0 系列为代表的跑步业务收入同比增长超 25%，服饰业务收入同比增长 17%，配饰业务收入同比增长 7%。阿迪达斯仍维持全年展望，预计在货币中性下，2025 年阿迪达斯品牌的营收将保持双位数增长态势，营业利润维持在 17 亿至 18 亿欧元之间。同时，有竞争力的产品线、与零售商的深度合作关系将成为营收增长的主要驱动力。**建议关注：安踏、李宁、361 度等。**

纺织制造：我们认为制造出海、份额提升以及公司核心竞争力增强为纺织制造长期增长逻辑，建议关注华利集团、伟星股份、新澳股份等。

前 7 月服装出口微增，关注纺服下半年出口情况。据纺织服装周刊，面对 2025 年以来不确定性的外部环境，我国纺织外贸企业积极作为，主动顺应外部环境变化，充分发挥全产业链优势以及全球化布局优势，持续拓展多元化的贸易伙伴，抗风险能力得到提升。三季度，我国纺织品服装出口表现整体较二季度初有所好转。据中国纺织进出口商会公众号，2025 年 1-7 月，纺织服装累计出口 1707.4 亿美元，同比增长 0.6%，其中纺织品出口 821.2 亿美元，同比增长 1.6%，服装出口 886.2 亿美元，同比下降 0.3%。据中国纺织进出口商会，在“抢出口”效应减退和转口贸易受阻的情况下，7 月纺织服装出口面临压力。7 月，纺织服装出口 267.7 亿美元，同比下降 0.1%，环比下降 2%，其中纺织品出口 116 亿美元，同比增长 0.6%，环比下降 3.7%，服装出口 151.6 亿美元，同比下降 0.5%，环比下降 0.7%。

■ 投资建议

建议关注：

纺织服饰：伟星股份、华利集团、报喜鸟、海澜之家、比音勒芬、新澳股份、锦泓集团、台华新材、歌力思、三夫户外、潮宏基等。

轻工制造：九号公司、欧派家居、志邦家居、匠心家居、嘉益股份、公牛集团、太阳纸业、华旺科技、顾家家居、慕思股份、五洲特纸、裕同科技、浙江自然等。

港股：泡泡玛特、老铺黄金、布鲁可、名创优品、安踏体育、李宁、波司登、361 度等。

■ 风险提示

原材料价格波动；终端消费疲软；行业政策变动风险；市场竞争加剧风险等。

分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

投资评级体系与评级定义

股票投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
行业投资评级：	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

免责声明

本报告仅供上海证券有限责任公司(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。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己的判断。