

纺织和服装行业研究

国金证券研究所

分析师：赵中平（执业 S1130524050003） 分析师：杨欣（执业 S1130522080010）

zhaozhongping@gjzq.com.cn

yangxin1@gjzq.com.cn

分析师：杨雨钦（执业 S1130524110005）

yangyuqin@gjzq.com.cn

运动龙头 Q2 流水稳健；若羽臣 H1 业绩亮眼

核心观点

运动龙头 25Q2 流水稳健，期待经营继续改善。2025Q2，运动服饰行业龙头公司在需求波动的背景下展现出良好的经营韧性流水保持稳健，展现出较强的经营韧性，在耐克营收增速下滑背景下实现市场份额的提升。安踏体育多品牌矩阵优势持续发挥，主品牌以及 FILA 流水稳健增长，迪桑特、可隆与 MAIA 等新品牌增长显著；李宁渠道与产品持续调整，Q2 流水（不包含李宁 YOUNG）同比录得低单位数增长；特步主品牌 Q2 录得低单位数增长，索康尼录得 20% 以上增长，新品牌维持较高增速；361 度 Q2 主品牌/童装/电商同比录得约 10%/10%/20% 增长，线上线下同步发力，超品店效率显著提升。各公司通过多品牌运营、新业态拓展及赛事营销驱动增长，产品端大力发展专业运动板块，如安踏 PG7、马赫；李宁飞电、越影；特步 160X；361 度飞鹰等系列持续迭代，跑鞋流水增速高于其他品类，同时依靠电商渠道拉动流水增长并减轻库存压力。库销比整体维持在 4-5 个月的健康水平且折扣可控。各大公司维持全年指引，期待产品、渠道持续调整叠加 24H2 基数下降情况下 25H2 经营数据环比进一步改善。

若羽臣 25H1 业绩亮眼。7 月 15 日若羽臣发布半年度业绩预告，公司预计 2025H1 归母净利润为 6300 万至 7800 万，同比增长 61.81% 至 100.33%。公司经营业绩同比上升的主要原因有：①自有品牌战略成效显著。②品牌管理业务稳健增长，深耕全链路精细化运营，拓展全渠道增量。③内部管理优化提效。近期公司保健品新品牌 VitaOcean 上线抖音旗舰店，新品定价 498 元/60 颗，定价略低于与斐萃旗下红宝石油产品（699 元/60 颗）。新品以红宝石油成分为核心，主打女性专属鱼油，帮助抗氧化、促炎、提升代谢。

行业数据跟踪：

6 月服装零售环比有所回落。6 月服装零售同比增长 1.9%，环比 5 月有所下降，主要由于 1) 618 大促提前。2) 6 月部分地区受极端天气（如持续降雨、高温）影响，线下门店客流减少。

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 1.59%/0.19%/0.00%/-1.04%/0.09%，内外棉价差为 888 元/吨，周涨幅为-8.55%。棕榈油：近两周价格升 4.38%；原油价格：近两周价格升 1.79%；COMEX 黄金期货：本周五收盘价 3355.50 美元/盎司、近两周价格升%。

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）、黄金珠宝（高景气维持）、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（2025 年 7 月 14 日-2025 年 7 月 18 日）沪深 300、深证成指、上证综指涨跌幅分别为 1.09%、2.04%、0.69%，纺织制造板块上升 2.43%。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 16。个股方面，联发股份、奥康国际涨幅居前，跨境通、三房巷跌幅居前。美容护理最近一周涨跌幅在 29 个一级行业板块中位列第 22。个股方面，宝尊电商、中顺洁柔涨幅居前，上美股份、若羽臣跌幅居前。黄金珠宝板块个股方面，豫园股份、中国黄金涨幅居前，潮宏基、曼卡龙跌幅居前。

行业新闻动态：1) “清凉经济”撬动文旅消费新场景，防晒向“新”向“智”加速产业链升级；2) 防晒衣面料添加艾草精华可抗菌、驱蚊？中消协：警惕营销话术套路；3) 快闪店，为何成了流量密码？

重点公司公告：1) 三夫户外半年度业绩预告：预计 2025H1 归母净利润为 1350-2000 万元，同比增长 65.14%-144.65%。

2) 富安娜半年度业绩预告：预计 2025H1 归母净利润为 0.9-1.2 亿元，同比减少 44.96%-58.72%。

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：运动龙头 Q2 流水稳健；若羽臣 H1 业绩亮眼.....	3
1.1、运动龙头 Q2 流水稳健，期待下半年经营改善.....	3
1.2、若羽臣 2025H1 业绩亮眼，VitaOcean 上线有望打开新成长空间.....	3
2、行业数据跟踪.....	4
3、投资建议.....	7
4、上周行情回顾.....	7
5、行业新闻动态.....	9
6、公司动态.....	10
7、风险提示.....	10

图表目录

图表 1： 运动板块主要公司 Q2 流水稳健.....	3
图表 2： 新品牌 VitaOcean 上线抖音旗舰店.....	4
图表 3： 6 月服装零售环比回落.....	4
图表 4： 大宗原材料价格汇总.....	5
图表 5： 328 级棉现价走势图（元/吨）.....	5
图表 6： CotlookA 指数（美分/磅）.....	5
图表 7： 粘胶短纤价格走势图（元/吨）.....	5
图表 8： 涤纶短纤价格走势图（元/吨）.....	5
图表 9： 长绒棉价格走势图（元/吨）.....	5
图表 10： 内外棉价差价格走势图（元/吨）.....	5
图表 11： 6 月化妆品和黄金珠宝零售同比增速.....	6
图表 12： 棕榈油现货价（元/吨）.....	6
图表 13： 原油价格（美元/桶）.....	6
图表 14： COMEX 黄金期货收盘价.....	6
图表 15： 黄金现货价格（元/克）.....	6
图表 16： 上周纺织服装板块涨跌幅.....	7
图表 17： 上周纺织服装板块涨跌幅走势.....	7
图表 18： 上周各板块涨跌幅（%）.....	7
图表 19： 近一周纺织服装行业涨幅前五名.....	8
图表 20： 近一周纺织服装行业跌幅前五名.....	8
图表 21： 近一周美容护理行业涨幅前五名.....	8
图表 22： 近一周美容护理行业跌幅前五名.....	8
图表 23： 近一周黄金珠宝行业涨幅前五名.....	8
图表 24： 近一周黄金珠宝行业跌幅前五名.....	8
图表 25： 上周（2025/07/14/-2025/07/18）重点公司公告.....	10

1、周观点：运动龙头 Q2 流水稳健；若羽臣 H1 业绩亮眼

1.1、运动龙头 Q2 流水稳健，期待下半年经营改善

2025Q2，运动服饰行业龙头公司在需求波动的背景下展现出良好的经营韧性流水保持稳健。安踏体育多品牌矩阵优势持续发挥，主品牌以及 FILA 流水稳健增长，迪桑特、可隆与 MAIA 等新品牌增长显著；李宁渠道与产品持续调整，Q2 流水（不包含李宁 YOUNG）同比录得低单位数增长；特步主品牌 Q2 录得低单位数增长，索康尼录得 20%以上增长，新品牌维持较高增速；361 度依然维持快速增长，Q2 主品牌/童装/电商同比录得约 10%/10%/20%增长，线上线下同步发力，超品店效率显著提升。

图表1：运动板块主要公司 Q2 流水稳健

	安踏体育	李宁	特步国际	361 度
Q2 流水	主品牌低单增长 FILA 中单增长 其他品牌 50%-55% 增长	大装低单增长 线下低单下降 直营中单下降 批发低单增长 电商中单增长	主品牌低单增长 索康尼约 20%增长	大装约 10%增长 童装约 10%增长 电商约 20%增长

来源：公司公告，国金证券研究所

1) 安踏体育 2025 上半年继续释放多品牌矩阵势能，H1 主品牌安踏录得中单位数增长，安踏主品牌继续推进低线城市门店焕新，新业态安踏冠军店效较传统店高 70%-80%，超级安踏店效超传统店 1 倍；FILA 上半年同比录得高单位数增长，高尔夫、网球等专业品类放量，电商折扣灵活带动高增，库销比降至 5 个月；其它品牌上半年合计录得 60%-65%的增幅，迪桑特增长 50%，可隆增长 80%，贡献持续提升。

2) 李宁延续稳健经营节奏，流水（不包含李宁 YOUNG）录得低单位数增长，电商中单位数提升对冲线下低单位数下滑；门店持续调优，大货门店半年净关 18 家至 6099 家，直营减 19 家、批发微增 1 家，李宁 YOUNG 门店减 33 家至 1435 家。跑步、健身品类高单位数增长，篮球下滑超两成，线上线下折扣同比加深低单位数，库销比维持 4 个月健康水平。公司围绕 COC 合作深化“奥运+科技”主题，期待 25H2 以及 26 年成效显现。

3) 特步国际 25H1 主品牌零售销售实现中单位数增长，其中跑步品类表现突出，取得双位数增长，其中电商表现亮眼。索康尼品牌增长强劲，上半年零售销售超 30%，公司计划通过优化线下渠道及扩展产品线推动三年收入翻倍。迈乐品牌增长显著，二季度销售超五成。公司库存水平健康，折扣稳健，战略上推进 DTC 转型，重点布局购物中心和奥莱，同时强化主品牌跑步定位。

4) 361 度 2025 上半年稳健增长，公司跑步、篮球核心品类高增，羽毛球、骑行等新品快速突破；品牌端，约基奇中国行五城联动、三号赛道与触地即燃赛事多点落地，国际马拉松赞助同步发声，线上线下声量共振。公司坚持科技赋能、吊牌价仅微升 3%。折扣线下 7 折、线上 4-4.5 折，库销比维持 4.5-5 倍健康区间。Q2 末全国 49 家超品店已落成，单店面积近千平、连带率 3.5 倍，相当于 5-6 家常规店，全年目标 80-100 家。

各公司通过多品牌运营、新业态拓展及赛事营销驱动增长，产品端大力发展专业运动板块，如安踏 PG7、马赫；李宁飞电、越影；特步 160X；361 度飞飏等系列持续迭代，跑鞋流水增速高于其他品类，同时依靠电商渠道拉动流水增长并减轻库存压力。库销比整体维持在 4-5 个月的健康水平且折扣可控，我国体育龙头在耐克营收增速下滑背景下实现市场份额的提升。

各大公司维持全年指引，安踏预计 25 全年安踏主品牌/FILA/其它品牌全年高单位数/中单位数/30%以上增长，H2 主品牌环比改善可期。李宁预计 25 全年收入同比持平，净利率高单位数。特步维持全年净利润 10%以上增长指引。361 度维持全年收入 10%-15%的增长指引，运动龙头在上半年展现出较强的经营韧性，期待产品、渠道持续调整叠加 24H2 基数下降情况下 25H2 经营数据环比进一步改善。

1.2、若羽臣 2025H1 业绩亮眼，VitaOcean 上线有望打开新成长空间

7 月 15 日若羽臣发布半年度业绩预告，公司预计 2025H1 归母净利润为 6300 万至 7800 万，同比增长 61.81%至 100.33%，预计基本每股收益为 0.28 至 0.35 元。报告期内公司经营业绩同比上升的主要原因有：①自有品牌战略成效显著，绽家香氛洗衣液等大单品持续放量，品牌香氛心智进一步强化，并加速拓展香氛品类布局；保健品业务推进产品创新，与高校及医学机构合作研发，丰富斐萃产品线。②品牌管理业务稳健增长，深耕

全链路精细化运营，拓展全渠道增量，同时引入新品牌合作伙伴，为合作品牌创造增长动能。③内部管理优化提效，深化 AI 大模型与自研系统融合，优化客服、营销等业务场景，提升跨部门协作效率，实现费用率优化和人效提升。

我们认为若羽臣已成功构建“自有品牌+品牌管理”双轮驱动的增长模式，发展潜力得到充分验证。绽家持续放量、香氛品类持续布局验证公司赛道选择能力，同时斐萃品牌的快速成长进一步验证了公司跨品类复制爆品的能力。品牌管理业务通过深耕全链路运营和引入新合作伙伴保持稳健增长，为业绩提供持续动能。双轮驱动模式下叠加内部管理提效，我们认为未来新品的不断推出可实现业绩的快速释放。

近期公司保健品新品牌 VitaOcean 上线抖音旗舰店，有望打开新成长空间。新品定价 498 元/60 颗（建议每日服用 2-4 粒），定价略低于与斐萃旗下红宝石油产品（699 元/60 颗）。新品以红宝石油成分为核心，主打女性专属鱼油，帮助抗氧化、促炎、提升代谢。

图表2：新品牌 VitaOcean 上线抖音旗舰店

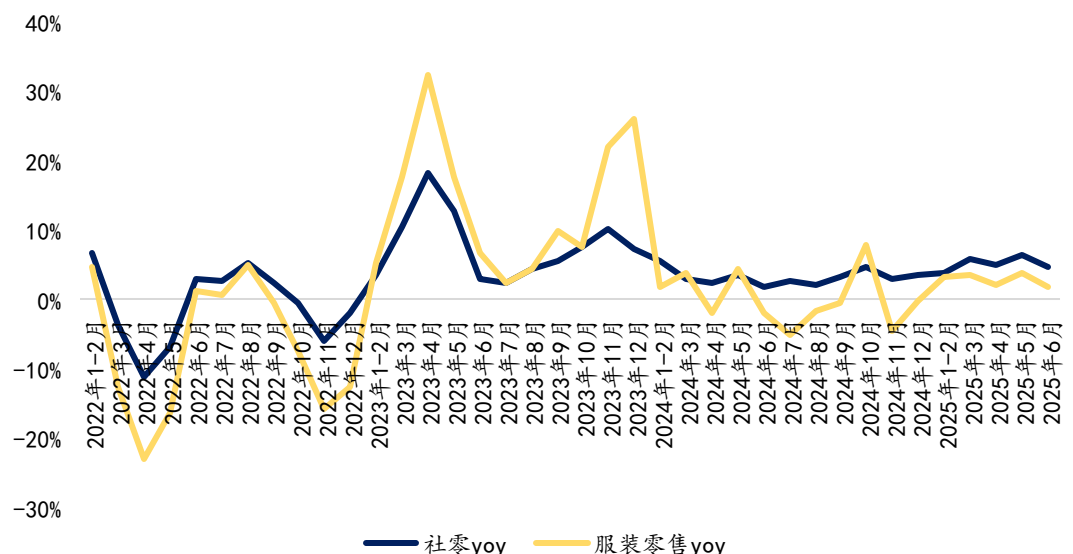


来源：VitaOcean 抖音旗舰店，国金证券研究所

2、行业数据跟踪

6 月服装零售环比有所回落。6 月服装零售同比增长 1.9%，环比 5 月有所下降，主要由于 1) 618 大促提前影响 6 月消费；2) 6 月部分地区受极端天气（如持续降雨、高温）影响，线下门店客流减少，线上物流配送也受到一定影响；3) 居民消费信心修复仍有反复。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。

图表3：6 月服装零售环比回落



来源：iFinD，国金证券研究所

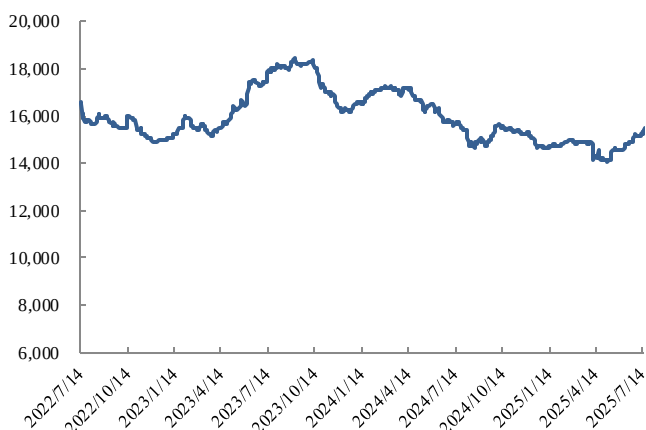
本周原材料价格整体稳定，328 级棉现货/美棉 CotlookA/粘胶短纤/涤纶短纤/长绒棉价格周涨跌幅分别为 1.59%/1.08%/0.00%/-0.60%/0.09%，内外棉价差为 888 元/吨，周涨幅为-2.74%。

图表4：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	15508 元/吨	1.59%	2025/7/18
美棉 CotlookA	79.3 美分/磅	1.08%	2025/7/17
粘胶短纤	12600 元/吨	0.00%	2025/7/17
涤纶短纤	6630 元/吨	-0.60%	2025/7/17
长绒棉	22420 元/吨	0.09%	2025/7/18
内外棉价差	888 元/吨	-2.74%	2025/7/18

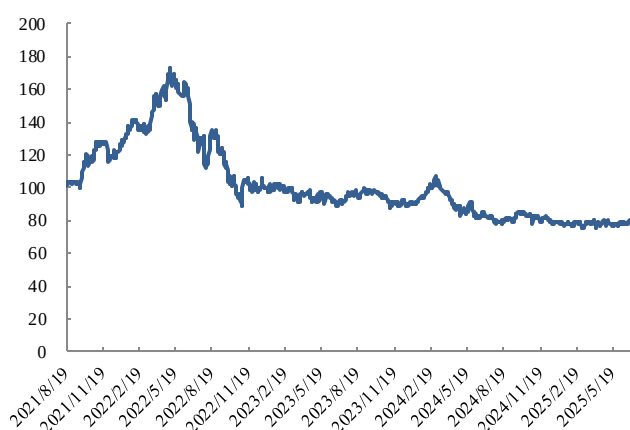
来源：iFinD，国金证券研究所

图表5：328 级棉现价走势图（元/吨）



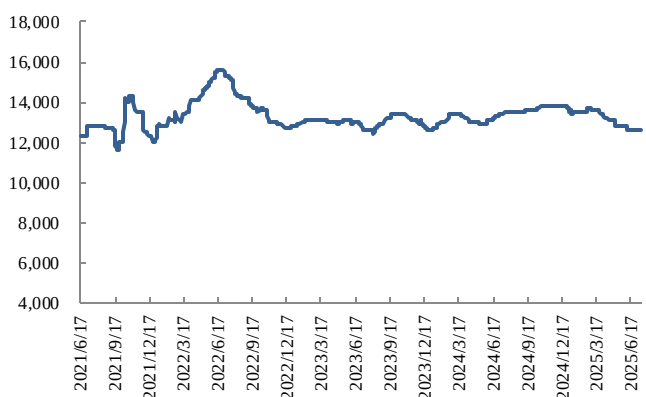
来源：iFinD，国金证券研究所

图表6：CotlookA 指数（美分/磅）



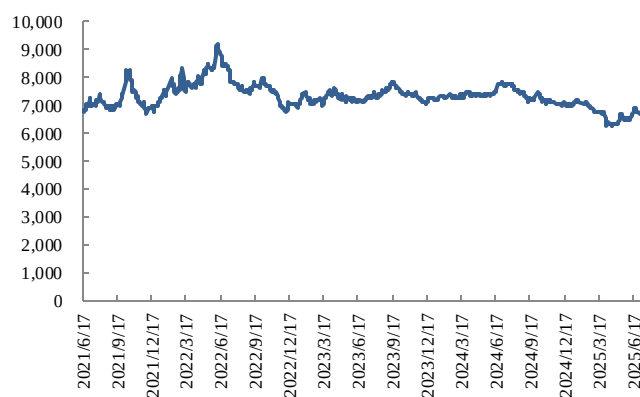
来源：iFinD，国金证券研究所

图表7：粘胶短纤价格走势图（元/吨）



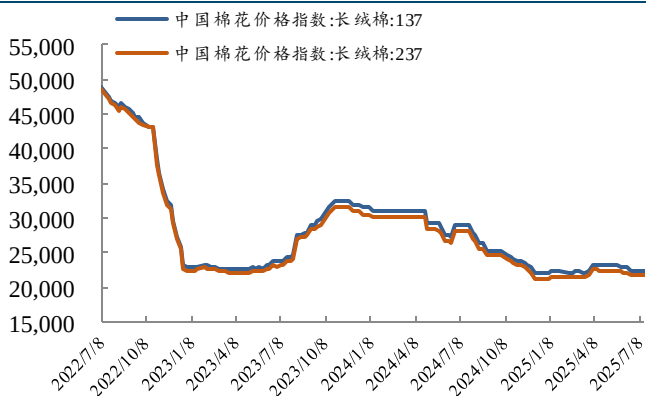
来源：iFinD，国金证券研究所

图表8：涤纶短纤价格走势图（元/吨）

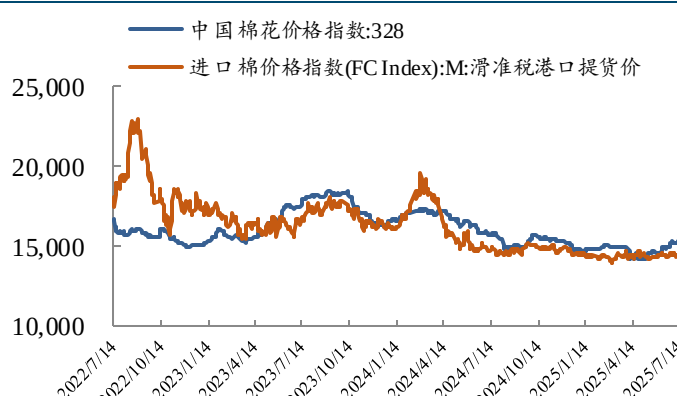


来源：iFinD，国金证券研究所

图表9：长绒棉价格走势图（元/吨）



图表10：内外棉价差价格走势图（元/吨）

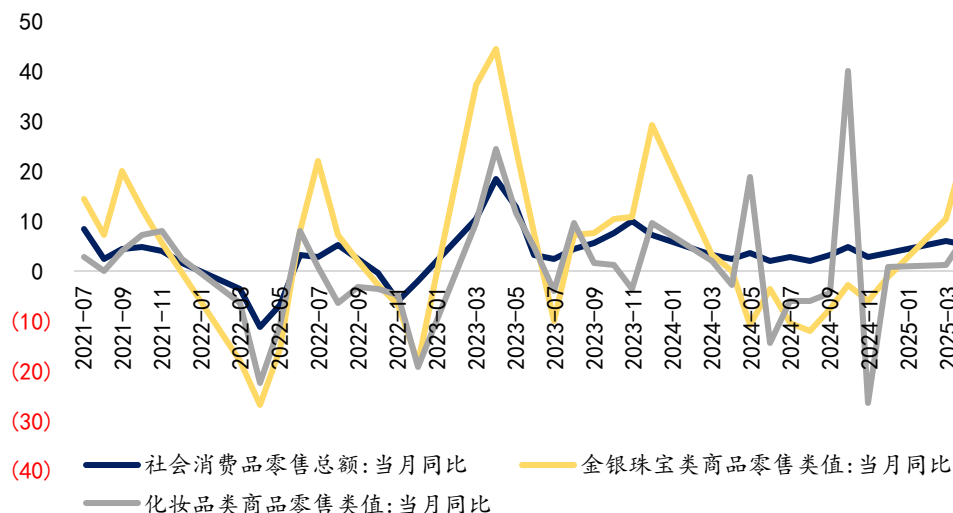


来源：iFinD，国金证券研究所

来源：iFinD，国金证券研究所

6月化妆品零售和金银珠宝零售走势呈现差异。化妆品类零售同比下降2.3%，增速环比5月（同比增长4.4%）有所回落，源于前期需求释放后消费惯性降温。金银珠宝类零售同比增长6.1%，增速环比5月（同比增长21.8%）收窄，因金价支撑刚需的同时，5月高基数及区域消费热度回落拖累增长。

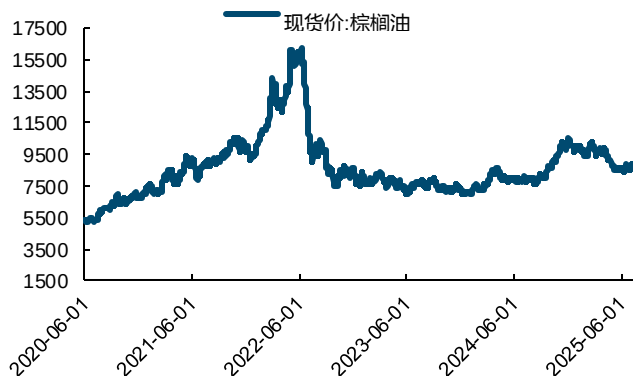
图表11：6月化妆品和黄金珠宝零售同比增速



来源：iFinD，国金证券研究所

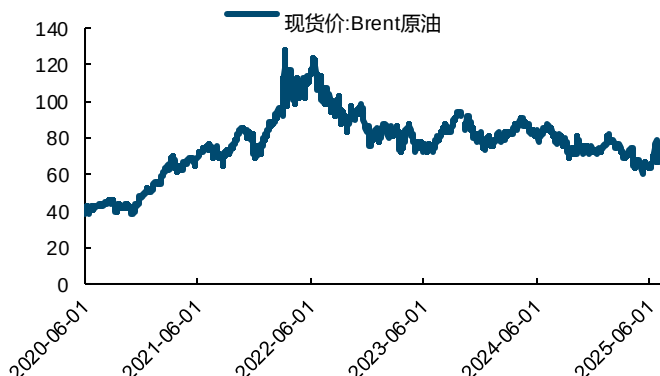
本周原材料价格整体稳定：棕榈油：近两周（2025.07.07-2025.07.18）价格升4.38%；原油价格：近两周价格升1.79%；COMEX黄金期货：本周五收盘价3355.50美元/盎司、近两周价格升0.27%。

图表12：棕榈油现货价（元/吨）



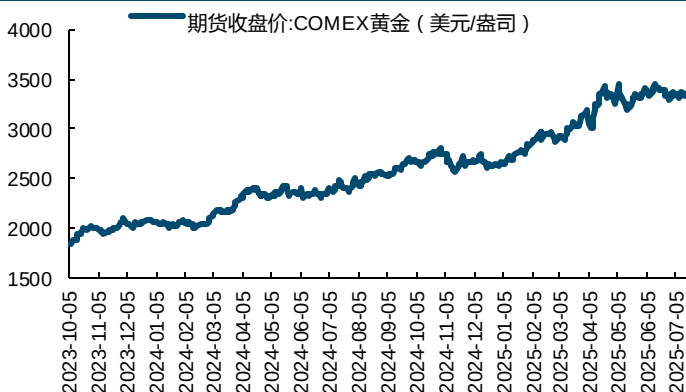
来源：iFinD，国金证券研究所

图表13：原油价格（美元/桶）

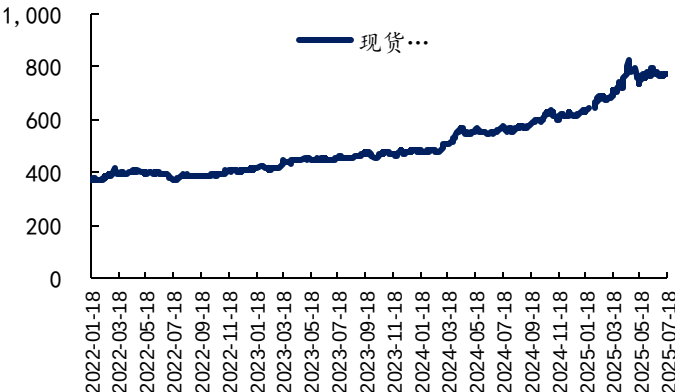


来源：iFinD，国金证券研究所

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

3、投资建议

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，分红水平近年维持在高位。**安踏体育**多品牌矩阵持续发力，且有望受益于亚玛芬业绩高增。同时推荐品牌服饰龙头——**比音勒芬**等，推荐全棉时代品牌心智破圈，棉柔巾、卫生巾市占率持续提升的——**稳健医疗**。

上游制造：造板块短期板块情绪或受到美国特朗普加征关税的影响有所调整，我们认为此次超预期加征关税将推动制造行业进一步洗牌，纺织制造龙头具备较强抗风险能力，可更好地应对外部宏观不确定性的影响，因此订单或进一步向龙头企业转移，利好龙头份额提升。推荐制造龙头——**浙江自然、申洲国际、华利集团、扬州金泉**等，建议关注——**晶苑国际**等。

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**。建议关注自播提升逻辑逐步兑现，618表现领先的上**美股份**；

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。

4、上周行情回顾

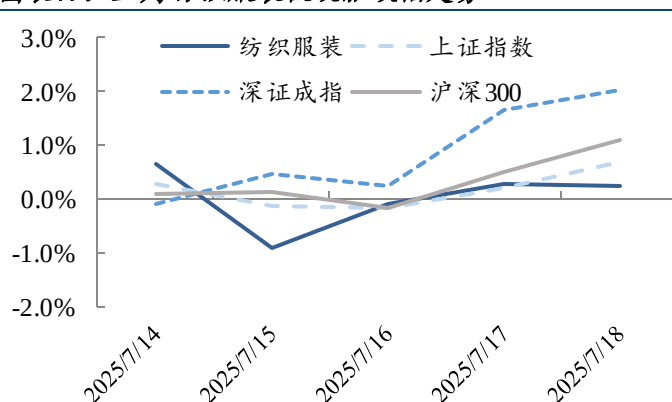
上周（2025年7月14日-2025年7月18日）沪深300、深证成指、上证综指涨跌幅分别为1.09%、2.04%、0.69%，纺织制造板块上升2.43%。板块对比来看，纺织服装最近一周涨跌幅在29个一级行业板块中位列第16。个股方面，联发股份、奥康国际涨幅居前，跨境通、三房巷跌幅居前。

图表16：上周纺织服装板块涨跌幅

板块名称	一周涨跌幅 (%)
上证指数	0.69
深证成指	2.04
沪深300	1.09
纺织服装	0.24
纺织制造	2.43
服装家纺	0.29

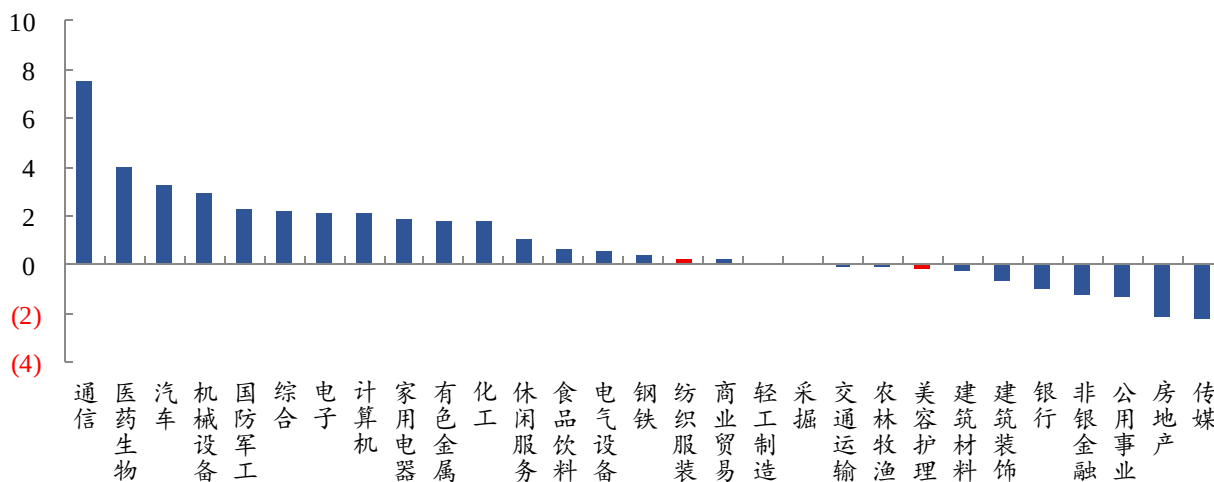
来源：iFinD，国金证券研究所

图表17：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18：上周各板块涨跌幅 (%)



来源：iFinD，国金证券研究所

图表19：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）
002394.SZ	联发股份	11.03	29.61	26,275
603001.SH	奥康国际	8.87	26.53	11,616
603196.SH	日播时尚	19.24	15.63	2,817
000158.SZ	常山北明	24.53	11.75	69,811
002072.SZ	凯瑞德	6.31	9.74	3,025

来源：iFinD，国金证券研究所（剔除st标的）

图表20：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）
002640.SZ	跨境通	5.53	-8.29	158,877
600370.SH	三房巷	1.90	-5.94	10,113
002127.SZ	南极电商	3.78	-5.50	25,477
603477.SH	巨星农牧	20.31	-4.74	7,586
603958.SH	哈森股份	16.48	-4.63	2,043

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22。

个股方面，宝尊电商、中顺洁柔涨幅居前，上美股份、若羽臣跌幅居前。

图表21：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）
BZUN	宝尊电商	3.09	18.39	257
002511	中顺洁柔	7.82	10.76	22,656
YSG	逸仙电商	10.09	4.89	406
02367	巨子生物	60.50	6.14	5,687
06601	朝云集团	2.72	5.02	1,915

来源：iFinD，国金证券研究所（剔除st标的）

图表22：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）
02145	上美股份	73.45	-11.08	981
003010	若羽臣	51.32	-5.54	3,441
605136	丽人丽妆	9.92	-4.34	20,593
603983	丸美生物	39.65	-2.94	1,397
300856	科思股份	14.92	-2.93	2,020

来源：iFinD，国金证券研究所（剔除st标的）

黄金珠宝板块：个股方面，豫园股份、中国黄金涨幅居前，潮宏基、曼卡龙跌幅居前。

图表23：近一周黄金珠宝行业涨幅前五名

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）
600655.SH	豫园股份	5.64	-0.18	4,526
600916.SH	中国黄金	8.19	-0.36	8,034
0116.HK	周生生	8.33	-0.83	220
002867.SZ	周大生	13.16	-1.57	2,870
301177.SZ	迪阿股份	28.46	-1.73	690

来源：iFinD，国金证券研究所（剔除st标的）

图表24：近一周黄金珠宝行业跌幅前五名

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）
002345.SZ	潮宏基	13.42	-6.35	13,428
300945.SZ	曼卡龙	19.44	-6.09	6,061
002721.SZ	金一文化	4.04	-5.83	167,590
6181.HK	老铺黄金	852.50	-5.28	650
600612.SH	老凤祥	48.12	-4.30	1,013

来源：iFind，国金证券研究所（剔除st标的）

5、行业新闻动态

“清凉经济”撬动文旅消费新场景 防晒向“新”向“智”加速产业链升级（央视网 2025/07/13）

7月13日，多地持续高温，下周炎热程度将达鼎盛，部分地区将现40℃酷热天气。受此影响，纺织服装行业呈现新动态：福建晋江多家服装生产与纺织面料企业的凉感、速干、驱蚊、防晒等功能性面料订单火爆。入夏后，轻薄、透气且具紫外线防护功能的防晒衣物销量攀升，拉动上游供应链产能加速释放。当地数百家企业生产的多品类功能性面料，广泛用于运动服、户外服及日常穿搭。企业借助国内消费增长完成订单结构调整，过去海外订单占比约4成，如今国内市场占比提升。同时，晋江企业积极创新面料研发，如将天然薄荷成分融入纤维制成防晒面料，未来还探索智能温控等智慧型面料。此外，不少服装纺织企业对全产线进行数字智能化升级，提升生产效率与品质，推动行业向高端化、智能化迈进。

防晒衣面料添加艾草精华可抗菌、驱蚊？中消协：警惕营销话术套路（央视网 2025/07/16）

7月16日，中国消费者协会针对防晒衣物市场发布选购及消费提示，聚焦防晒核心性能、品质工艺与消费陷阱。防晒性能以紫外线防护系数UPF和日光紫外线UVA透射比值为评定依据，现行GB/T 18830-2009、FZ/T 74007-2019两项标准规范市场，UPF值仅“UPF40+”“UPF50+”为合规标注，需警惕商家变造概念宣传“UPF200+”等噱头，规避无防护功能的普通纺织物“蹭防晒”。材质上常见聚酯纤维、锦纶等面料，部分添加氨纶提升弹性，工艺依托二氧化钛涂层、原纱技术实现防晒，织法越紧密则防护性越强，深色系防晒效果优于浅色但易吸热，选购需兼顾颜值与实用。

消费端需警惕“玻尿酸保湿”“艾草精华抗菌驱蚊”等无科学依据的营销话术，核查检测报告时关注送检与在售品一致性、核心指标完整性及机构CMA/CNAS资质（可登录官方平台验真）。防晒衣适配多场景，秋冬可选防风保暖款，男士、儿童款额外关注安全标准；耐用性建议手洗并悬挂阴干，避免强力机洗、漂白、高温烘干和熨烫等洗涤模式，涂层脱落等情况及时更换。中消协敦促商家恪守诚信，消费者遇纠纷可通过“全国消协智慧315”维权，此次提示既规范消费决策，也为纺织服装企业划清合规边界。

快闪店，为何成了流量密码？（央视新闻 2025/07/14）

2025年，主题IP快闪店成为实体商业创新亮点。北京朝阳大悦城上半年举办超百场快闪活动，创造近1亿元销售额。从人教文创“大家来找茬”全国首展，到甘肃博物馆、南京红山动物园等文化IP快闪落地，IP合作覆盖文化娱乐、艺术科教等多元领域，借演唱会经济、博物馆热势能，将明星效应、文化价值转化为实体客流，实现“文化IP+商业空间”双向赋能，既为商场注入持久人气，也让文化消费更触手可及。

沉浸式体验与首发经济深度融合，成为快闪店的核心竞争力。北京王府井主题IP快闪餐厅通过场景装饰、菜品联动营造IP“宇宙”，朝阳大悦城国漫10周年快闪融入VR体验，还联动全商场打造沉浸场景。快闪店以“限时、限量、限地”特性承载首展首秀，如某歌手巡演期间，其周边快闪3天售2.2万张门票，北京朝阳大悦城首发活动带动客流双位数增长，吸引京津冀远端客群，甚至催生“拉行李箱打卡”现象，赋予商场文旅属性。

快闪店也在突破商场边界，向多元城市空间渗透。全国首个“哈利·波特交通卡”快闪进驻北京地铁朝阳门站，上海博物馆联动服装品牌开展馆内快闪，北京朝阳公园落地玩具品牌活动，激活地铁站厅、博物馆、公园等富余空间消费价值。不过，行业存在IP过度营销、商品同质化等问题，需城市空间运营方、品牌方、监管部门协同规范，推动快闪店以“创新+品质”持续赋能消费市场，为城市注入长久商业活力。

6、公司动态

图表25：上周（2025/07/14/-2025/07/18）重点公司公告

	公司名称	公告日期	公告类型	内容摘要
002780.SZ	三夫户外	2025/07/15	半年度业绩预告	预计 2025 年 1 月 1 日-2025 年 6 月 30 日期间，归属于上市公司股东的净利润盈利 1,350 万元-2,000 万元，比上年同期增长 65.14%-144.68%；扣除非经常性损益后的净利润盈利 1,200 万元-1,800 万元，比上年同期增长 290.76%-396.16%。业绩变动源于公司聚焦“自有品牌+全国独家代理品牌”战略，线下、电商、直播、批发等渠道协同发展，重点发展的运动黑科技品牌及独家代理品牌营收、盈利良好，盈利能力增强。 公司预计 2025 年 1 月 1 日-2025 年 6 月 30 日期间，归属于上市公司股东的净利润盈利 9,000 万元-12,000 万元，较上年同期下降 44.96%-58.72%；扣除非经常性损益后的净利润盈利 8,000 万元-10,500 万元，同比下降 45.60%-58.55%。业绩变动源于：其一，2025 年上半年公司营收较同期相比预计下降 12.05%-19.70%，线下销售及营销活动下滑，加盟商库存周转延长；其二，公司清理库存，调整商品结构，短期毛利率下降了；其三，销售费用增长，线下门店调整升级，新门店培育期成本与收入错配，线上平台竞争导致费用增加，流量转化低。
002327.SZ	富安娜	2025/07/15	半年度业绩预告	

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