

信义山证汇通天下

证券研究报告

纺织服装

行业周报（20250629-20250705）

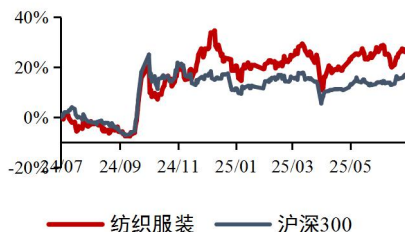
同步大市-A(维持)

361 度超品店达 49 家，周六福 6 月 26 日登陆港交所

2025 年 7 月 7 日

行业研究/行业周报

纺织服装行业近一年市场表现



投资要点

本周观察：6 月 26 日，周六福于港交所上市

6 月 26 日，周六福于港交所上市。公司成立于 2004 年 4 月，首家加盟店于中国新疆维吾尔自治区开业；2009 年，公司推出第一代门店形象；2012 年，公司于中央电视台首次亮相；2013 年，公司开始通过线上渠道进行销售；2019 年，全国门店突破 3000 家；2022 年，全国门店突破 4000 家。2024 年，周六福品牌连续九年获得“中国 500 最具价值品牌证书”。

管理团队方面，公司执行董事共四名。董事长李伟柱先生拥有超过二十年黄金珠宝行业的经验，负责公司的整体业务策略及管理。李伟蓬先生（李伟柱先生胞兄）担任副董事长、总经理，负责公司供应链及后勤管理。谢明育先生 2008 年加入公司，目前担任公司副总经理，负责监督加盟业务。钟锡鹏先生（李伟柱先生妻弟）2007 年加入公司，目前担任副总经理、电商总监，负责监督公司的自营业务。

产品方面，黄金珠宝产品和钻石镶嵌产品为公司的主要产品。黄金首饰产品方面，玺古金系列采用传统古法金工艺，以及瑞意、瑞兽、瑞物、瑞纹等元素。无极金系列采用 5G 及 5D 黄金工艺，自推出市场以来为公司的五大畅销系列之一。2024 年，公司黄金珠宝产品（含足金珠宝、K 金珠宝及铂金珠宝）收入占比 91.0%、钻石镶嵌珠宝及其它产品（含钻石镶嵌珠宝、银质珠宝、珍珠珠宝、宝石珠宝）收入占比 9.0%。

渠道方面，2024 年，公司加盟门店、自营门店、线上渠道、其它业务收入占比分别为 50.5%、8.0%、40.0%、1.5%。线下门店，①国内市场，截至 2024 年末，公司在国内共拥有 4125 家门店。从城市布局角度看，公司在发展初期，战略性率先布局全国三线及以下城市、一二线城市郊区，截至 2024 年末，一线、二线、三线及以下城市门店数量占比分别为 8.4%、36.5%及 55.1%。从经营模式角度看，线下门店以加盟门店为主，截至 2024 年末，国内加盟门店为 4034 家，拥有 3543 名加盟商（含 3 名海外加盟商），前五大加盟商平均拥有超过 30 家门店，最大的加盟商拥有 59 家门店。国内自营门店 91 家。②海外市场，公司在海外市场共拥有 4 家门店，其中 2 家位于泰国、1 家位于老挝、1 家位于柬埔寨。线上渠道，2022-2024 年，公司线上收入的年均复合增速为 46.1%，2024 年线上收入占总收入的比例为 40.0%。

财务表现方面，公司收入由 2022 年的 31.02 亿元增长至 2024 年的 57.18 亿元，年均复合增速为 35.8%。净利润由 2022 年的 5.75 亿元增长至 2024 年的 7.06 亿元，年均复合增速为 10.8%。2022-2024 年，公司销售毛利率为 38.69%/26.23%/25.86%，销售净利率为 18.55%/12.81%/12.35%。2023 年，公司盈利能力下降，主因加盟渠道收入中，高毛利率的服务费收入占比下降，产品销售收入中，高毛利率的钻石镶嵌产品收入占比下降；线上渠道毛利率下降，主因公司就钻石镶嵌珠宝及其它产品实施更具竞争力的定价策略。

➤ 行业动态：

1) 安踏将于比佛利山庄开设品牌在美国的首家零售门店。中国运动巨头安踏（ANTA）即将于加利福尼亚州比佛利山庄开设安踏品牌在美国市场的首家零售门店。安踏海外官方账号发布内容称，ANTA Beverly Hills 正在筹备中，同步发布的视频中，安踏首席创意官、篮球代言人 Kyrie Irving（凯里·欧文）前往门店所在地探访，大幅围

来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】电商“618”大促落幕，老铺黄金海外首店 6 月 21 日于新加坡开业-【山证纺服】行业周报 2025.6.23

【山证纺织服装】周大福公布 2025 财年年度业绩，经营质量显著提升-【山证纺服】行业周报 2025.6.16

分析师：

王冯

执业登记编码：S0760522030003

邮箱：wangfeng@sxzq.com

孙萌

执业登记编码：S0760523050001

邮箱：sunmeng@sxzq.com



请务必阅读最后股票评级说明和免责声明

1

挡已竖起。

- 2) **6月26日，周六福珠宝股份有限公司正式登陆港交所**，股票代码为 HK: 6168。周六福此次的发行价为 24 港元/股，最终发售 53,829,200 股股份，募集资金约 12.92 亿港元。26 日开盘后，周六福的股价一路上涨，截至当日收盘，股价上涨 25% 至 30 港元/股，总市值约 130 亿港元。
- 3) **超高速增长！361° 超品突破 49 家，成为城市运动消费新地标**。2025 年，361 度超品以势如破竹的势态，迅速在全国范围内完成落店 49 家，涵盖 45 家大装店和 4 家童装店，成为城市运动消费新地标。千平空间、万件产品，361 度全民运动装备站，为顾客打造“一店购齐”的消费新模式。

➤ **行情回顾（2025.06.30-2025.07.04）**

本周，SW 纺织服饰板块上涨 1.36%，SW 轻工制造板块上涨 0.58%，沪深 300 上涨 1.54%，纺织服饰板块落后大盘 0.18pct，轻工制造板块落后大盘 0.96pct。各子板块中，SW 纺织制造下跌 0%，SW 服装家纺上涨 1.04%，SW 饰品上涨 3.85%，SW 家居用品上涨 1.3%。截至 7 月 4 日，SW 纺织制造的 PE-TTM 为 20.09 倍，为近三年的 21.38% 分位；SW 服装家纺的 PE-TTM 为 27.21 倍，为近三年的 98.68% 分位；SW 饰品的 PE-TTM 为 32.15 倍，为近三年的 98.68% 分位；SW 家居用品的 PE-TTM 为 22.39 倍，为近三年的 55.92% 分位。

➤ **投资建议：**

- **品牌服饰板块：**（一）2025 年 5 月，纺织服装社零单月增速环比回升，1-5 月累计同比增长 3.3%，需求整体稳健，其中体育娱乐用品社零持续快速增长，1-5 月累计同比增长 25.7%，5 月单月增速环比提升 5.0pct。继续推荐运动品牌公司安踏体育、361 度，2025H1，361 度超品店快速铺开，累计开店 49 家，门店产品覆盖全年龄段、全周期、全品类、全场景，利于提升品牌势能，并提升门店连带率及客单价；建议积极关注受益于政府补贴的家纺公司罗莱生活、水星家纺、富安娜。
- **纺织制造板块：**7 月 3 日，美国总统特朗普宣布，美国将对越南出口商品征收 20% 关税，任何从第三国通过越南转运的商品将面临 40% 的关税。7 月 4 日，柬埔寨政府宣布，已与美国在关税谈判中达成协议，双方将于近期发布关于对等关税的联合声明。我们认为本轮美国对越南加征关税比例相对稳健，符合市场预期，越南关税落地，利好具备海外产业链布局完善的龙头制造商份额提升。短期角度，建议积极关注中报业绩确定性高的公司，继续推荐浙江自然，建议关注开润股份、百隆东方。中长期维度，推荐海外纵向一体化布局、美国敞口相对较低的申洲国际，越南本地化原材料采购比例高的裕元集团、华利集团，积极开拓海外市场的伟星股份。
- **黄金珠宝板块：**2025 年 5 月，金银珠宝社零同比增长 21.8%，进入二季度以来，金银珠宝终端需求保持快速增长，增速环比提升。短期角度，建议积极关注中报业绩确定性高的公司，推荐老铺黄金、潮宏基，建议关注菜百股份、曼卡龙。预计传统黄金珠宝公司二季度营收降幅有所收窄，目前估值水平偏低。若黄金珠宝终端景气度显著恢复，此类公司基于渠道规模、加盟商资源，有望迎来修复。结合产品结构选股、跟踪终端销售拐点，建议关注周大生、老凤祥。
- **风险提示：**
关税风险；国内消费信心恢复不及预期；地产销售不达预期；原材料价格波动；汇率大幅波动。

目录

1. 本周观察：周六福 6 月 26 日于港交所上市.....	5
2. 本周行情回顾.....	6
2.1 板块行情.....	6
2.2 板块估值.....	7
2.3 公司行情.....	7
3. 行业数据跟踪.....	8
3.1 原材料价格.....	8
3.2 出口数据.....	10
3.3 社零数据.....	11
3.4 房地产数据.....	12
4. 行业新闻.....	13
4.1 安踏将于比佛利山庄开设品牌在美国的首家零售门店.....	13
4.2 周六福登陆港交所，首日市值达 130 亿港元.....	14
4.3 超高速增长！361° 超品突破 49 家，成为城市运动消费新地标.....	15
5. 风险提示.....	15

图表目录

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较.....	6
图 2：本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅.....	6
图 3：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅.....	6
图 4：本周 SW 纺织服装各子板块估值.....	7
图 5：本周 SW 轻工制各子板块估值.....	7
图 6：棉花价格（元/吨）.....	9
图 7：澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数（澳分/公斤）.....	9
图 8：皮革价格走势.....	9
图 9：美元兑人民币汇率走势.....	9

图 10: 海绵原材料价格走势（单位：元/吨）	9
图 11: 金价走势（单位：元/克）	9
图 12: 纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比.....	10
图 13: 服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比.....	10
图 14: 家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比.....	10
图 15: 家具及其零件累计值（亿美元）及累计同比.....	10
图 16: 社零及限额以上当月	11
图 17: 国内实物商品线上线下增速估计.....	11
图 18: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速.....	12
图 19: 地产相关典型限额以上品类增速.....	12
图 20: 30 大中城市商品房成交套数.....	12
图 21: 30 大中城市商品房成交面积（单位：万平方米）	12
表 1: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	7
表 2: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	7
表 3: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....	8
表 4: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	8

1. 本周观察：周六福 6 月 26 日于港交所上市

6 月 26 日，周六福于港交所上市。公司成立于 2004 年 4 月，首家加盟店于中国新疆维吾尔自治区开业；2009 年，公司推出第一代门店形象；2012 年，公司于中央电视台首次亮相；2013 年，公司开始通过线上渠道进行销售；2019 年，全国门店突破 3000 家；2022 年，全国门店突破 4000 家。2024 年，周六福品牌连续九年获得“中国 500 最具价值品牌证书”。

管理团队方面，公司执行董事共四名。董事长李伟柱先生拥有超过二十年黄金珠宝行业的经验，负责公司的整体业务策略及管理。李伟蓬先生（李伟柱先生胞兄）担任副董事长、总经理，负责公司供应链及后勤管理。谢明育先生 2008 年加入公司，目前担任公司副总经理，负责监督加盟业务。钟锡鹏先生（李伟柱先生妻弟）2007 年加入公司，目前担任副总经理、电商总监，负责监督公司的自营业务。

产品方面，黄金珠宝产品和钻石镶嵌产品为公司的主要产品。黄金首饰产品方面，玺古金系列采用传统古法金工艺，以及瑞意、瑞兽、瑞物、瑞纹等元素。无极金系列采用 5G 及 5D 黄金工艺，自推出市场以来为公司的五大畅销系列之一。2024 年，公司黄金珠宝产品（含足金珠宝、K 金珠宝及铂金珠宝）收入占比 91.0%、钻石镶嵌珠宝及其它产品（含钻石镶嵌珠宝、银质珠宝、珍珠珠宝、宝石珠宝）收入占比 9.0%。

渠道方面，2024 年，公司加盟门店、自营门店、线上渠道、其它业务收入占比分别为 50.5%、8.0%、40.0%、1.5%。线下门店，①国内市场，截至 2024 年末，公司在国内共拥有 4125 家门店。从城市布局角度看，公司在发展初期，战略性率先布局全国三线及以下城市、一二线城市郊区，截至 2024 年末，一线、二线、三线及以下城市门店数量占比分别为 8.4%、36.5%及 55.1%。从经营模式角度看，线下门店以加盟门店为主，截至 2024 年末，国内加盟门店为 4034 家，拥有 3543 名加盟商（含 3 名海外加盟商），前五大加盟商平均拥有超过 30 家门店，最大的加盟商拥有 59 家门店。国内自营门店 91 家。②海外市场，公司在海外市场共拥有 4 家门店，其中 2 家位于泰国、1 家位于老挝、1 家位于柬埔寨。线上渠道，2022-2024 年，公司线上收入的年均复合增速为 46.1%，2024 年线上收入占总收入的比例为 40.0%。

财务表现方面，公司收入由 2022 年的 31.02 亿元增长至 2024 年的 57.18 亿元，年均复合增速为 35.8%。净利润由 2022 年的 5.75 亿元增长至 2024 年的 7.06 亿元，年均复合增速为 10.8%。2022-2024 年，公司销售毛利率为 38.69%/26.23%/25.86%，销售净利率为 18.55%/12.81%/12.35%。2023 年，公司盈利能力下降，主因加盟渠道收入中，高毛利率的服务费收入占比下降，产品销售收入中，高毛利率的钻石镶嵌产品收入占比下降；线上渠道毛利率下降，主因公司就钻石镶嵌珠宝及其它产品实施更具竞争力的定价策略。

2.本周行情回顾

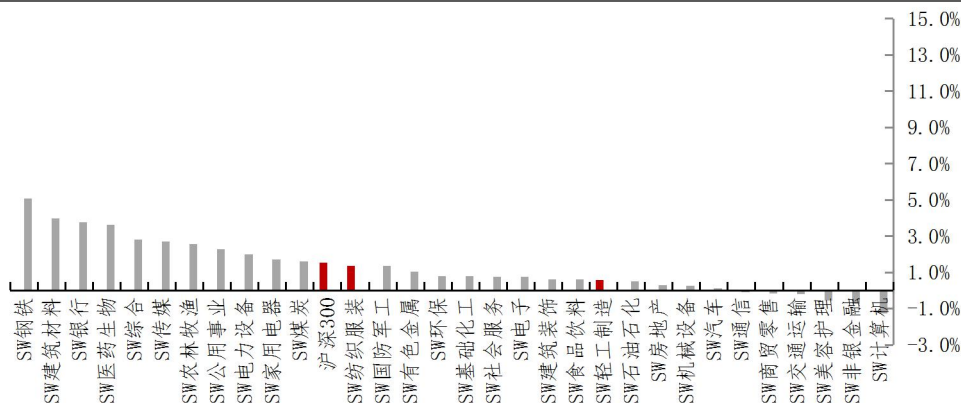
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块上涨 1.36%，SW 轻工制造板块上涨 0.58%，沪深 300 上涨 1.54%，纺织服饰板块落后大盘 0.18pct，轻工制造板块落后大盘 0.96pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造下跌 0%，SW 服装家纺上涨 1.04%，SW 饰品上涨 3.85%。

SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸上涨 1.02%，SW 文娱用品上涨 0.41%，SW 家居用品上涨 1.3%，SW 包装印刷下跌 0.54%。

图 1：本周 SW 一级板块与沪深 300 涨跌幅比较



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 2：本周 SW 纺织服饰各子板块涨跌幅

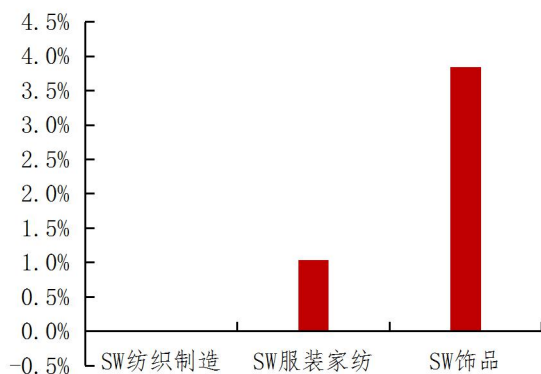
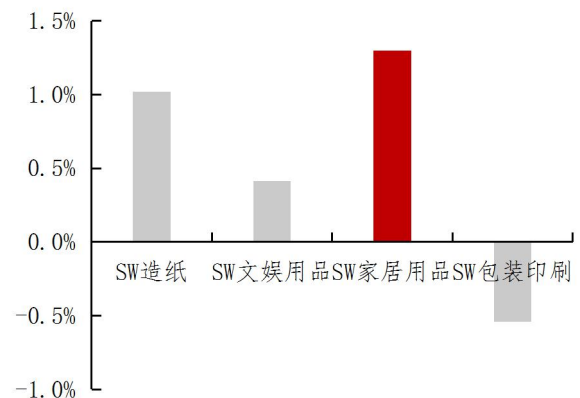


图 3：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅



资料来源：Wind，山西证券研究所

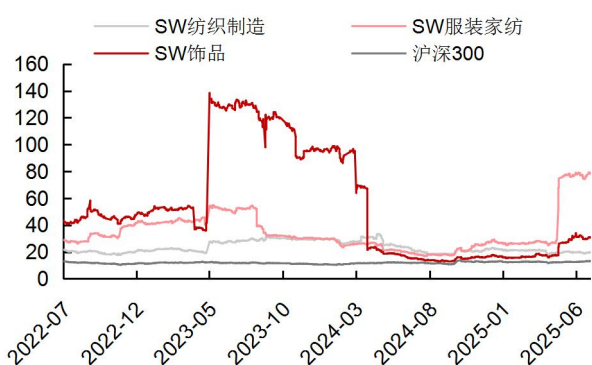
资料来源：Wind，山西证券研究所

2.2 板块估值

截至 7 月 4 日，SW 纺织制造的 PE-TTM 为 20.09 倍，为近三年的 21.38%分位；SW 服装家纺的 PE-TTM 为 27.21 倍，为近三年的 98.68%分位；SW 饰品的 PE-TTM 为 32.15 倍，为近三年的 98.68%分位。

截至 7 月 4 日，SW 家居用品的 PE-TTM 为 22.39 倍，为近三年的 55.92%分位。

图 4：本周 SW 纺织服装各子板块估值



资料来源：Wind，山西证券研究所

图 5：本周 SW 轻工制各子板块估值



资料来源：Wind，山西证券研究所

2.3 公司行情

SW 纺织服饰板块：本周涨幅前 5 的公司分别为：飞亚达（+21.56%）、金一文化（+19.29%）、际华集团（+15.45%）、云中马（+7.6%）、爱慕股份（+6.93%）；本周跌幅前 5 的公司分别为：华升股份（-8.34%）、新华锦（-6.44%）、南山智尚（-5.44%）、聚杰微纤（-5.19%）、康隆达（-4.54%）。

表 1：本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅（%）	本周收盘价（元）
000026.SZ	飞亚达	21.56	17.48
002721.SZ	金一文化	19.29	4.02
601718.SH	际华集团	15.45	4.11
603130.SH	云中马	7.60	33.28
603511.SH	爱慕股份	6.93	15.89

资料来源：Wind，山西证券研究所

表 2：本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
600156.SH	华升股份	-8.34	6.92
600735.SH	新华锦	-6.44	8.13
300918.SZ	南山智尚	-5.44	18.08
300819.SZ	聚杰微纤	-5.19	22.10
603665.SH	康隆达	-4.54	24.81

资料来源: Wind, 山西证券研究所

SW 家居用品板块: 本周涨幅前 5 的公司分别为: 匠心家居 (+15.19%)、嘉益股份 (+11.41%)、茶花股份 (+8.49%)、曲美家居 (+7.92%)、帝欧家居 (+7.3%); 本周跌幅前 5 的公司分别为: *ST 四通 (-7.21%)、力诺药包 (-5.73%)、森鹰窗业 (-4.46%)、趣睡科技 (-3.43%)、美之高 (-3.22%)。

表 3: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
301061.SZ	匠心家居	15.19	84.55
301004.SZ	嘉益股份	11.41	73.01
603615.SH	茶花股份	8.49	24.16
603818.SH	曲美家居	7.92	5.04
002798.SZ	帝欧家居	7.30	6.47

资料来源: Wind, 山西证券研究所

表 4: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司

证券代码	公司简称	本周涨跌幅 (%)	本周收盘价 (元)
603838.SH	*ST 四通	-7.21	6.31
301188.SZ	力诺药包	-5.73	20.57
301227.SZ	森鹰窗业	-4.46	22.90
301336.SZ	趣睡科技	-3.43	54.01
834765.BJ	美之高	-3.22	17.13

资料来源: Wind, 山西证券研究所

3. 行业数据跟踪

3.1 原材料价格

● 纺织服饰原材料:

- 1) 棉花: 截至 7 月 4 日, 中国棉花 328 价格指数为 15200 元/吨, 环比增长 0.6%; 截至 7 月 3 日, CotlookA 指数 (1%关税) 收盘价为 14029 元/吨, 环比增长 0.1%。
- 2) 金价: 截至 7 月 4 日, 上海金交所黄金现货: 收盘价: Au9999 为 771.90 元/克, 环比增长 1.13%。
- 3) 羊毛价格: 截至 7 月 3 日, 澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数(澳元)为 1208 澳分/公斤, 环比

增长 0.1%。

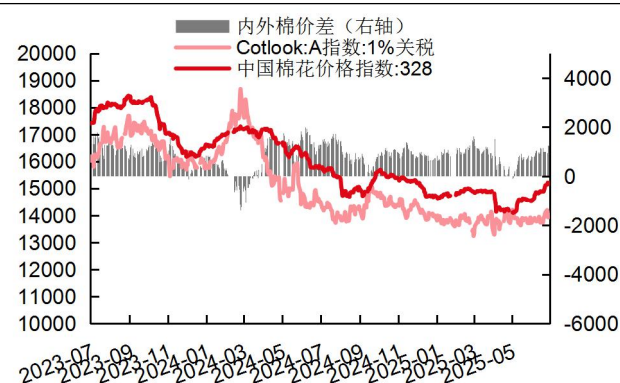
● 家居用品原材料：

1) 皮革：截至 6 月 20 日，海宁皮革:价格指数:总类为 72.20。

2) 海绵：截至 7 月 4 日，华东地区 TDI 主流价格为 12200 元/吨，环比增长 4.3%；华东地区纯 MDI 主流价格为 16800 元/吨，环比下降 1.2%。

● 汇率：截至 7 月 4 日，美元兑人民币（中间价）为 7.1535，环比下降 0.1%。

图 6：棉花价格（元/吨）



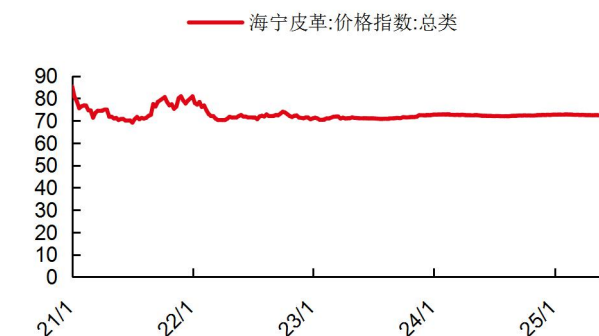
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 7：澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数（澳分/公斤）



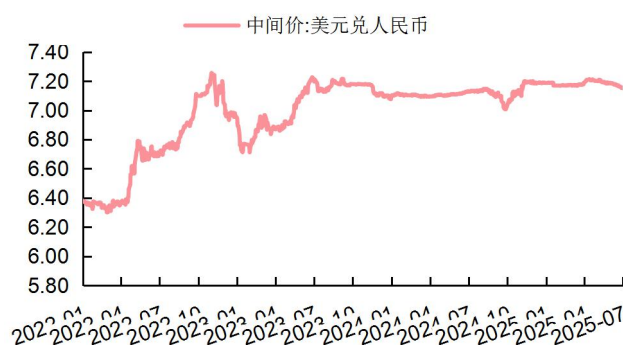
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 8：皮革价格走势



资料来源：Wind，山西证券研究所

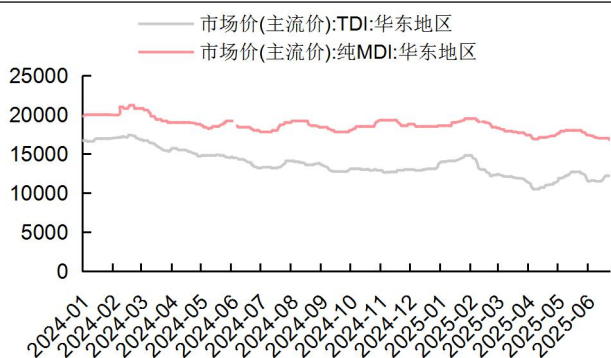
图 9：美元兑人民币汇率走势



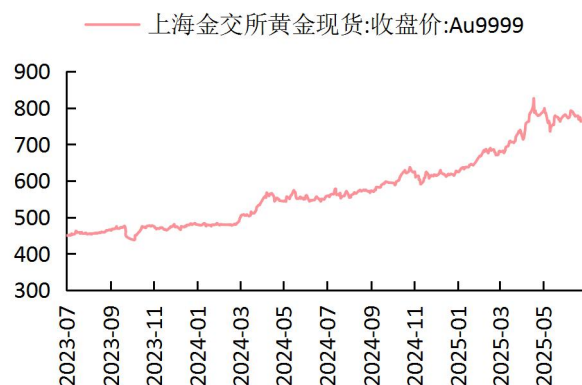
资料来源：Wind，山西证券研究所

图 10：海绵原材料价格走势（单位：元/吨）

图 11：金价走势（单位：元/克）



资料来源：Wind，山西证券研究所



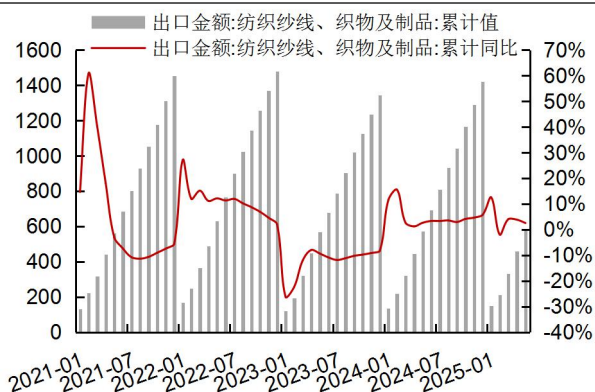
资料来源：Wind，山西证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装：2025 年 1-5 月，我国纺织品、服装及衣着附件出口金额分别为 584.76、581.95 亿美元，同比增长 2.5%、-0.5%。

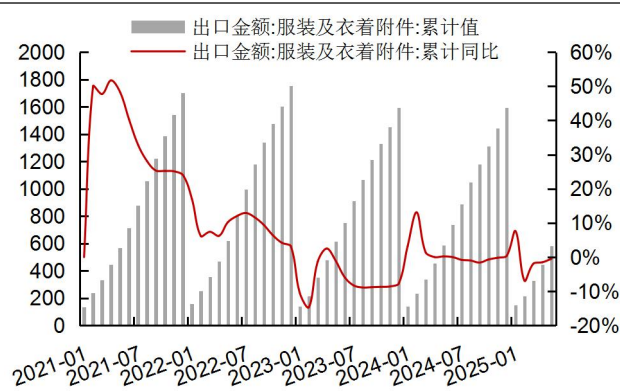
家具及其零件：2025 年 1-5 月，家具及其零件出口 273.45 亿美元，同比下降 8.61%。

图 12：纺织纱线、织物及制品累计值（亿美元）及累计同比



资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

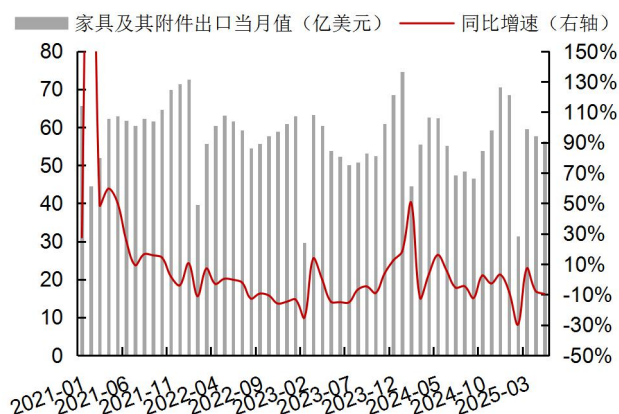
图 13：服装及衣着附件累计值（亿美元）及累计同比



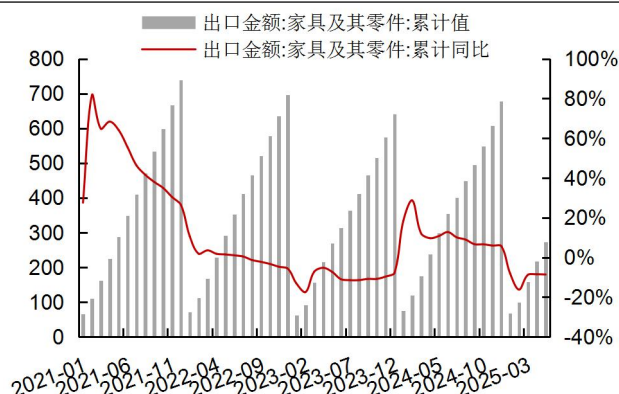
资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

图 14：家具及其零件当月值（亿美元）及当月同比

图 15：家具及其零件累计值（亿美元）及累计同比



资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所



资料来源：Wind，海关总署，山西证券研究所

3.3 社零数据

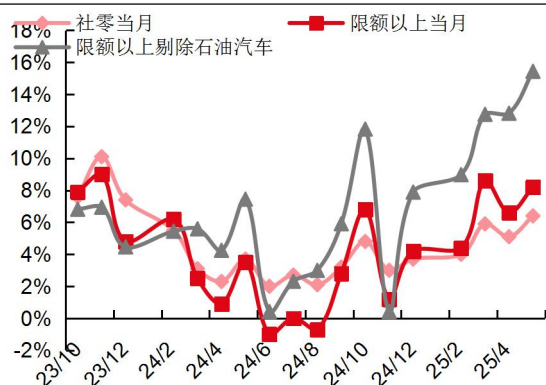
2025 年 5 月，国内实现社零总额 4.13 万亿元，同比增长 6.4%，环比提升 1.3pct，表现高于市场一致预期（根据 Wind，2025 年 5 月社零当月同比增速预测平均值为+4.85%）。2025 年 1-5 月，国内实现社零总额 20.32 万亿元，同比增长 5.0%。

分渠道来看，线上渠道表现继续优于商品零售大盘，线下百货店及品牌专卖店延续弱复苏。2025 年 1-5 月，商品零售额整体同比增长 5.1%，其中，线上渠道，实物商品网上零售额同比增长 6.3%，表现好于商品零售整体；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长 14.5%、1.2%、6.1%。线下渠道，按零售业态分，2025 年 1-5 月，限额以上零售业单位中便利店、专业店、超市、品牌专卖店和百货店零售额同比分别增长 8.5%、6.3%、5.7%、1.8%和 1.3%。

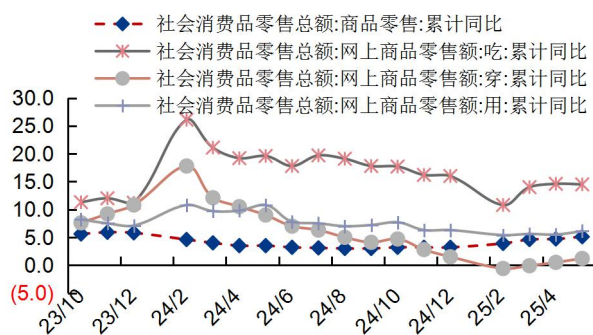
分品类来看，5 月金银珠宝、体育娱乐品类增速保持高位，纺织服装品类增速环比回升。2025 年 5 月，限上化妆品同比增长 4.4%，环比下滑 2.8pct；限上金银珠宝同比增长 21.8%，环比下滑 3.5pct，其中上金所 AU9999 收盘价均价为 768.79 元/克，同比涨幅为 38.5%；限上纺织服装同比增长 4.0%，环比提升 1.8pct，预计 1-5 月线上渠道增速表现弱于线下渠道；限上体育/娱乐用品同比增长 28.3%，环比提升 5.0pct。2025 年 1-5 月，限上化妆品、金银珠宝、纺织服装、体育/娱乐用品同比分别增长 4.1%、12.3%、3.3%、25.7%。

图 16：社零及限额以上当月

图 17：国内实物商品线上线下增速估计

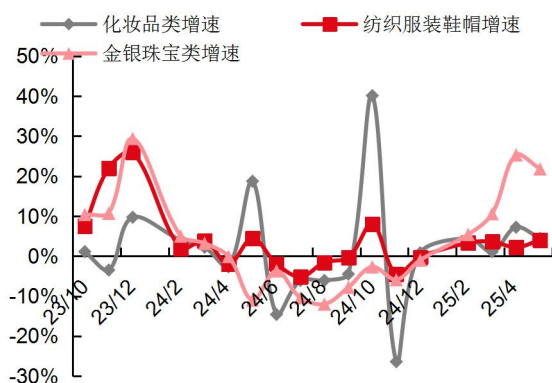


资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



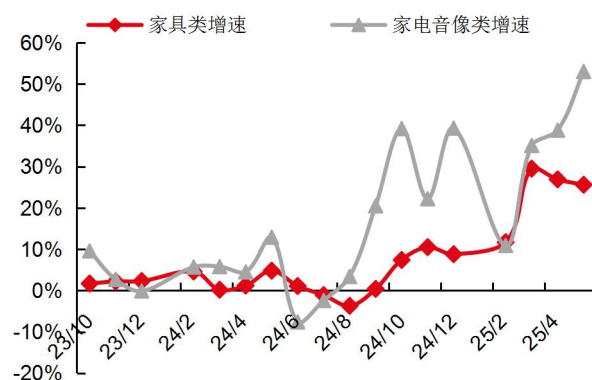
资料来源: 国家统计局, 山西证券研究所

图 18: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 19: 地产相关典型限额以上品类增速



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

3.4 房地产数据

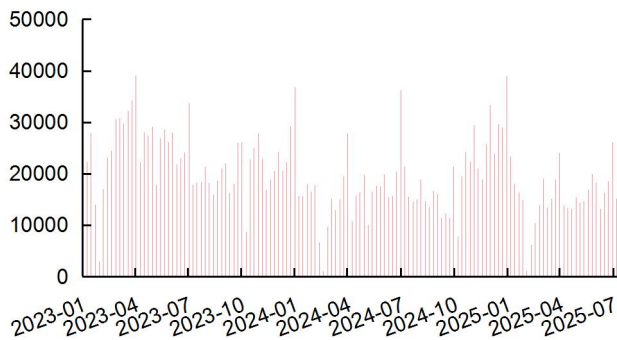
本周(2025年6月29日-2025年7月5日), 30大中城市商品房成交18760套, 较上周环比下降24.80%; 成交面积220.68万平方米, 较上周环比下降23.61%。2025年至今(截至7月5日), 30大中城市商品房成交411674套、成交面积4624.12万平方米, 同比下降6.7%、4.8%。

2025年1-5月, 我国住宅新开工面积17089万平方米, 同比下降21.4%, 住宅销售面积29745万平方米, 同比下降2.6%, 住宅竣工面积13337万平方米, 同比下降17.6%。

图 20: 30 大中城市商品房成交套数

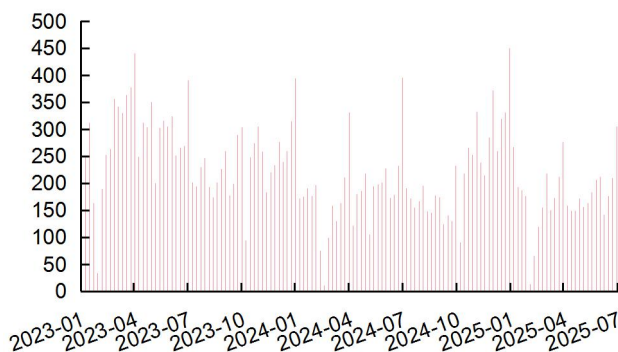
图 21: 30 大中城市商品房成交面积 (单位: 万平方米)

■ 30大中城市:商品房成交套数:当周值



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

■ 30大中城市:商品房成交面积:当周值



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

4. 行业新闻

4.1 安踏将于比佛利山庄开设品牌在美国的首家零售门店

【来源: 华立志 2025-06-30】

中国运动巨头安踏 (ANTA) 即将于加利福尼亚州比佛利山庄开设安踏品牌在美国市场的首家零售门店。安踏海外官方账号发布内容称, ANTA Beverly Hills 正在筹备中, 同步发布的视频中, 安踏首席创意官、篮球代言人 Kyrie Irving (凯里·欧文) 前往门店所在地探访, 大幅围挡已竖起。

目前, 安踏在北美市场主要通过 Dick's Sporting Goods、Foot Locker 等多品牌运动零售商进行分销, 其产品也可通过安踏的美国网站进行购买。2023 年 7 月, 安踏宣布与美国职业篮球联赛总冠军得主、八次入选全明星阵容的著名球星凯里·欧文正式签约。双方开启了全新的商业合作模式, 安踏为欧文打造了专属个人产品线, 还携手在中美两地开展安踏-Irving 青少年篮球训练营。2024 年 3 月 6 日, 安踏发布了面向美国市场的首款产品——与欧文合作的首款签名鞋 Kai 1, 迈出国际化战略的关键一步。安踏集团首席执行官徐阳当时曾指出, 将在纽约、洛杉矶、北京和上海等城市举办一系列推广活动, 向全球观众展示其创新和专业精神。零售价为 125 美元的 Kai 1 限量发售, 面市后不久就全部售罄。6 月 5 日 NBA 决赛前一天, 安踏还推出了全新版本的 Playoff Energy 配色 (下图), 亦被抢购一空。

在 Kai 1 的推动下, 安踏一跃成为了二手球鞋交易平台 StockX 2024 年增长最快的球鞋品牌, 该鞋款在全球范围内的交易量同比增幅达 1900%。安踏的全球扩张战略还包括在东南亚等核心海外市场的布局, 已在新加坡、马来西亚和菲律宾等地开展直营零售业务, 还计划在 2025 财年开设更多门店。

4.2 周六福登陆港交所，首日市值达 130 亿港元

【来源：华丽志 2025-06-27】

6月26日，周六福珠宝股份有限公司正式登陆港交所，股票代码为 HK: 6168。周六福此次的发行价为 24 港元/股，最终发售 53,829,200 股股份，募集资金约 12.92 亿港元。26 日开盘后，周六福的股价一路上涨，截至当日收盘，股价上涨 25%至 30 港元/股，总市值约 130 亿港元。

周六福的历史可追溯至 2004 年，由现任董事长李伟柱与副董事长李伟蓬（两人为兄弟关系）在深圳罗湖区创立，2012 年 3 月，公司更改名称为深圳市周六福珠宝有限公司，2018 年 11 月，深圳周六福珠宝有限公司改制为股份有限公司，并更改名称为周六福珠宝股份有限公司。截至最后实际可行日期（6 月 12 日），李伟柱拥有及有权行使公司约 66.72%的投票权，李伟蓬先生持有及有权行使公司约 26.97%的投票权，紧随全球发售完成后，控股股东集团持有公司约 83.39%的投票权，因此继续组成控股股东集团。周六福目前保持着快速增长：营收由 2022 年的 31.02 亿元增至 2024 年的 57.18 亿元，年复合增长率为 35.8%。净利润由 2022 年的 5.752 亿元增至 2024 年的 7.063 亿元，年复合增长率为 10.8%。招股说明书显示，周六福 2022-2024 年间的年复合增长率不仅在全国性珠宝公司中排名第一，并远超过行业平均水平的 2.7%。周六福的产品包括黄金珠宝、钻石镶嵌珠宝及其他，2024 年黄金珠宝、钻石镶嵌珠宝及其他分别为集团贡献 76.5%、7.1%的营收。此外，服务费占据 14.8%的营收。

就渠道而言，周六福销售渠道包括加盟模式、自营门店及线上，2024 年分别为集团贡献 50.5%、8.0% 及 40.0%的营收。截至 2024 年 12 月 31 日，线下销售网络门店总数有 4,129 家（包括加盟店和自营店），这些门店包括(i)遍布中国 31 个省份及 305 个地级市的 4,125 家门店（包括加盟店和自营店）；及(ii)位于海外的四家加盟店，包括泰国的两家加盟店、老挝的一家加盟店及柬埔寨的一家加盟店。根据招股说明书，截至 2024 年 12 月 31 日，以中国门店数目计，周六福在中国珠宝品牌中排名第五。据推断，前四名分别为周大福、老凤祥、周大生及中国黄金。此外，集团表示致力同时带动国内及海外市场增长，2025 年已分别于马来西亚及越南开设两间加盟店，提升在东南亚市场的品牌影响力。在线上方面，2022 至 2024 年间，年复合增长率达到 46.1%，且 2024 年在线销售收入占总收入的 40.0%。招股说明书显示，就 2022 年至 2024 年在线销售收入的复合年增长率，周六福在中国全国性珠宝公司中排名第二。就 2024 年在线销售收入占总收入的比例计，在中国全国性珠宝公司中排名第一。

2019 年，周六福曾计划登陆深交所。2024 年 6 月，周大福正式向港交所递交招股说明书。值得一提的是，周六福最初计划香港公开发售占 10%，国际发售占 90%，不过香港公开发售达到 711 倍超额认购，最终香港发售占 43%，国际发售占 57%。在本次 IPO 发行中，周六福总计引入 8 名基石投资者，累计认购约

5.73 亿港元——其中，深圳罗湖国资认购 2 亿人民币、永诚资本认购 1.1 亿港元、JumpTrading 集团认购 1000 万美元、凯因家族办公室认购 600 万美元、ACCF Capital 认购 500 万美元、君宜永信及 CICC Financial Trading Limited 认购 3000 万元人民币、灵宝黄金认购 3000 万港元、广发基金认购 2000 万港元。

4.3 超高速增长！361° 超品突破 49 家，成为城市运动消费新地标

【来源：361 度 2025-07-01】

2025 年，361 度超品以势如破竹的势态，迅速在全国范围内完成落店 49 家，涵盖 45 家大装店和 4 家童装店，成为城市运动消费新地标。

千平空间、万件产品，361 度全民运动装备站，为顾客打造“一店购齐”的消费新模式。

千平立体式的购物空间：开阔通透的布局设计。

万件好物装备：涵盖全年龄段、全周期、全品类、全场景，满足全家专业运动、户外探索、日常生活等综合需求。

5.风险提示

- 1.关税风险
- 2.国内消费信心恢复不及预期；
3. 地产销售不达预期；
4. 原材料价格波动；
5. 汇率大幅波动。

分析师承诺：

本人已在中国证券业协会登记为证券分析师，本人承诺，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本人对证券研究报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规，研究方法专业审慎，分析结论具有合理依据。本报告清晰准确地反映本人的研究观点。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直接或间接接受任何形式的补偿。本人承诺不利用自己的身份、地位或执业过程中所掌握的信息为自己或他人谋取私利。

投资评级的说明：

以报告发布日后的 6--12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。

无评级：因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见的结果的重大不确定事件，或者其他原因，致使无法给出明确的投资评级。（新股覆盖、新三板覆盖报告及转债报告默认无评级）

评级体系：**——公司评级**

- 买入： 预计涨幅领先相对基准指数 15%以上；
- 增持： 预计涨幅领先相对基准指数介于 5%-15%之间；
- 中性： 预计涨幅领先相对基准指数介于-5%-5%之间；
- 减持： 预计涨幅落后相对基准指数介于-5%- -15%之间；
- 卖出： 预计涨幅落后相对基准指数-15%以上。

——行业评级

- 领先大市： 预计涨幅超越相对基准指数 10%以上；
- 同步大市： 预计涨幅相对基准指数介于-10%-10%之间；
- 落后大市： 预计涨幅落后相对基准指数-10%以上。

——风险评级

- A： 预计波动率小于等于相对基准指数；
- B： 预计波动率大于相对基准指数。

免责声明:

山西证券股份有限公司(以下简称“公司”)具备证券投资咨询业务资格。本报告是基于公司认为可靠的已公开信息,但公司不保证该等信息的准确性和完整性。入市有风险,投资需谨慎。在任何情况下,本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下,公司不对任何人因使用本报告中的任何内容引致的损失负任何责任。本报告所载的资料、意见及推测仅反映发布当日的判断。在不同时期,公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。公司或其关联机构在法律许可的情况下可能持有或交易本报告中提到的上市公司发行的证券或投资标的,还可能为或争取为这些公司提供投资银行或财务顾问服务。客户应当考虑到公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突。公司在知晓范围内履行披露义务。本报告版权归公司所有。公司对本报告保留一切权利。未经公司事先书面授权,本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品,或再次分发给任何其他人,或以任何侵犯公司版权的其他方式使用。否则,公司将保留随时追究其法律责任的权利。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此声明,禁止公司员工将公司证券研究报告私自提供给未经公司授权的任何媒体或机构;禁止任何媒体或机构未经授权私自刊载或转发公司证券研究报告。刊载或转发公司证券研究报告的授权必须通过签署协议约定,且明确由被授权机构承担相关刊载或者转发责任。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此提示公司证券研究业务客户不得将公司证券研究报告转发给他人,提示公司证券研究业务客户及公众投资者慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

依据《证券期货经营机构及其工作人员廉洁从业规定》和《证券经营机构及其工作人员廉洁从业实施细则》规定特此告知公司证券研究业务客户遵守廉洁从业规定。

山西证券研究所:

上海

上海市浦东新区滨江大道 5159 号陆家嘴滨江中心 N5 座 3 楼

太原

太原市府西街 69 号国贸中心 A 座 28 层
电话: 0351-8686981
<http://www.i618.com.cn>

深圳

广东省深圳市福田区金田路 3086 号大百汇广场 43 层

北京

北京市丰台区金泽西路 2 号院 1 号楼丽泽平安金融中心 A 座 25 层

