

纺织服装

行业周报（20240915-20240922）

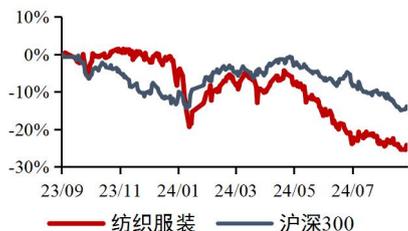
同步大市-A(维持)

361 度正式宣布成为第 20 届亚运会官方合作伙伴

2024 年 9 月 23 日

行业研究/行业周报

纺织服装行业近一年市场表现



来源：最闻，山西证券研究所

相关报告：

【山证纺织服装】8月国内社零同比增长 2.1%，服装品类当月降幅收窄-【山证纺服】8月社零数据点评 2024.9.18

【山证纺织服装】Lululemon FY24Q2 营收略低于预期，下调 FY2024 收入指引-

【山证纺服】行业周报 2024.9.9

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

投资要点

本周观察：国际品牌服饰公司最新业绩指引梳理

我们梳理主要国际品牌服饰公司对于 2024 年营业收入的展望，具体如下：

- (一) **On running/Asics/迅销/Deckers** 收入展望均为双位数及以上增长，其中 On running 展望 2024 年汇率中性下营收增长不低于 30%，Asics 展望 2024 年营收增长为 15.7%，迅销展望 2024 财年营收增长 11.0%，Deckers 展望 2025 财年营收增长约 10%。
- (二) **Adidas/Lululemon/Puma** 展望 2024 年营收增长为中单位数至高单位数区间，其中 Adidas 展望 2024 年汇率中性下营收增长高单位数，Lululemon 展望 2024 年营收增长 8%-9%，Puma 展望 2024 年汇率中性下营收增长中单位数。
- (三) **Nike/Columbia/安德玛** 销售展望较弱，其中 Nike 展望 2025 财年营收下降中单位数，Columbia 展望 2024 年营收下降 2%-4%，安德玛展望 2024 年营收下降低双位数。

行业动态：

- 1) 日前，英国奢侈品牌 **Burberry**（博柏利）的新任首席执行官 **Joshua Schulman** 上任后于伦敦时装周首次亮相，他公开表态：Burberry 品牌不会走向大众市场。相反，他希望继续提升品牌，不过，将在价格方面保持更好的平衡。除了因中国市场需求下降和美国市场放缓而导致的整个时尚行业低迷外，公司也面临着导致销售和利润下滑的自身问题。新首席执行官上任后最亟待解决的问题是外界对 Burberry 品牌焕新效果不佳和市场定位模糊的批评。此前一段时间，Burberry 急于推出新产品，且定价过高，这让顾客对品牌产生了混淆。Joshua Schulman 将在此后的 11 月公布他的品牌战略。
- 2) 广州马拉松赛(以下简称“广马”)官方宣布一则重要消息，国内体育用品品牌安踏取代阿迪达斯成为 2024 广州马拉松赛事顶级合作伙伴暨唯一指定运动装备赞助商，一直以来，阿迪达斯作为广马的“常驻”赞助商，与该赛事形成了强绑定关系。在跑者心中，广马几乎成为阿迪达斯的主场赛事。而今年，广马重新招标，打破了原有格局。据悉，在今年广马运营权的竞标中，中奥路跑击败无锡汇跑和厦门文广，再次拿下该赛事四年的运营权。随着运营权的更迭，广马各类别的赞助也进行了重新招标。最终，安踏打败阿迪达斯，拿下服装赞助的席位，成为广马新的独家赞助商。
- 3) 北京商报讯（记者 张君花）9 月 20 日，北京商报记者获悉，美国运动巨头耐克宣布将更换 CEO，现任首席执行官唐若修（John Donahoe）将于 10 月 13 日退休，并将继续担任公司顾问，直到 2025 年 1 月。耐克老臣埃利奥特·希尔（Elliott Hill），将接替唐若修（John Donahoe）担任集团全球总裁兼首席执行官。在加入耐克之前，唐若修于 2005 年加入 eBay，更早之前他在咨询公司贝恩工作。2020 年 1 月，唐若修正式从现任耐克执行董事长马克·帕克（Mark Parker）手中，接过了耐克集团 CEO 一职。埃利奥特·希尔在 1986 年至 1987 年，于北美四大职业体育大联盟之首的 NFL 达拉斯牛仔队担任训练师。1988 年加入耐克，在 2020 年退休，其在耐克工作了 32 年。



➤ **行情回顾（2024.09.16-2024.09.20）**

本周纺织服饰板块跑赢大盘、家居用品板块跑赢大盘：本周，SW 纺织服饰板块上涨 1.55%，SW 轻工制造板块上涨 2.39%，沪深 300 上涨 1.16%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 0.39pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 1.22pct。各子板块中，SW 纺织制造上涨 1.14%，SW 服装家纺上涨 1.8%，SW 饰品上涨 1.6%，SW 家居用品上涨 3.3%。截至 9 月 20 日，SW 纺织制造的 PE（TTM 剔除负值，下同）为 18.06 倍，为近三年的 21.85% 分位；SW 服装家纺的 PE 为 13.28 倍，为近三年的 5.96% 分位；SW 饰品的 PE 为 12.78 倍，为近三年的 4.64% 分位；SW 家居用品的 PE 为 14.58 倍，为近三年的 1.32% 分位。

➤ **投资建议：**

（一）纺织制造板块：2024 年上半年，受益于品牌客户库存去化结束，恢复正常下单，纺织制造板块营收业绩快速增长，销售毛利率同比回升，中游纺织制造企业华利集团、伟星股份受益于客户份额持续提升，业绩表现突出。展望后续，海外纺织服装库存处于健康水平，国际运动品牌客户销售展望稳中向好。继续推荐下游客户成长性优、新客户持续放量的华利集团，伴随越南生产基地投产、客户份额提升逻辑清晰的伟星股份，建议关注申洲国际、健盛集团、浙江自然、南山智尚。

（二）运动服饰板块：2024 年 1-8 月，国内体育娱乐用品社零实现双位数增长，运动服饰消费展现韧性，高端运动品牌如迪桑特、可隆、索康尼营收高速增长，大众运动品牌 361 度零售流水表现同样较优。运动服饰行业上半年零售折扣稳中向好，库存水平可控。9 月 20 日，361 度正式宣布成为第 20 届亚运会官方合作伙伴，361 度将为火炬手、护跑手、志愿者、技术官员等赛会工作人员定制官方体育服饰。继续推荐具备多品牌矩阵、经营稳健的安踏体育，大众运动服饰品牌 361 度，建议关注特步国际、波司登、李宁。

（三）黄金珠宝板块：2024 年上半年，黄金珠宝终端消费基本保持平稳，2 季度以来由于金价急速上涨，终端需求增速环比有所放缓，2024 年 8 月，金银珠宝社零单月降幅环比扩大。短期继续跟踪金价变化及终端黄金珠宝销售情况，中长期看好头部黄金珠宝公司品牌势能提升及渠道开拓能力，建议关注潮宏基、老凤祥、菜百股份、周大生。

➤ **风险提示：**

国内消费信心恢复不及预期；地产销售不达预期；品牌库存去化不及预期；原材料价格波动；汇率大幅波动。

目录

1. 本周观察：国际品牌服饰公司最新业绩指引梳理.....	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.....	14
4.1 Burberry 新任 CEO：不会让品牌走向大众市场.....	14
4.2 官宣！安踏取代阿迪赞助“广马”！.....	15
4.3 耐克：埃利奥特·希尔将担任集团全球总裁兼首席执行官.....	15
5. 风险提示.....	16

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）.....	10

图 11: 金价走势 (单位: 元/克)	10
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
图 22: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	13
图 23: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	13
图 24: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	13
图 25: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	13
图 26: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比.....	13
图 27: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比.....	13
表 1: 国际品牌服饰公司收入指引梳理.....	5
表 2: 本周纺织服饰板块涨幅前 5 的公司.....	7
表 3: 本周纺织服饰板块跌幅前 5 的公司.....	8
表 4: 本周家居用品板块涨幅前 5 的公司.....	8
表 5: 本周家居用品板块跌幅前 5 的公司.....	8

1. 本周观察：国际品牌服饰公司最新业绩指引梳理

我们梳理主要国际品牌服饰公司对于 2024 年营业收入的展望，具体如下：

（一）On running/Asics/迅销/Deckers 收入展望均为双位数及以上增长，其中 On running 展望 2024 年汇率中性下营收增长不低于 30%，Asics 展望 2024 年营收增长为 15.7%，迅销展望 2024 财年营收增长 11.0%，Deckers 展望 2025 财年营收增长约 10%。

（二）Adidas/Lululemon/Puma 展望 2024 年营收增长为中单位数至高单位数区间，其中 Adidas 展望 2024 年汇率中性下营收增长高单位数，Lululemon 展望 2024 年营收增长 8%-9%，Puma 展望 2024 年汇率中性下营收增长中单位数。

（三）Nike/Columbia/安德玛销售展望较弱，其中 Nike 展望 2025 财年营收下降中单位数，Columbia 展望 2024 年营收下降 2%-4%，安德玛展望 2024 年营收降低双位数。

表 1：国际品牌服饰公司收入指引梳理

品牌公司	2023A	2024E	口径	2024E 指引对应时间	最新季报	最新季度增速
On running	46.6%	不低于 30%	汇率中性	2024.1.1-2024.12.31	2024/6/30	29%
迅销	20.2%	增长 11.0%	报表层面	2023.9.1-2024.8.31	2024/5/31	14%
Deckers	18.2%	增长 10%	报表层面	2024.4.1-2025.3.31	2024/6/30	22%
Asics	17.7%	增长 15.7%	报表层面	2024.1.1-2024.12.31	2024/6/30	22%
Adidas	0.0%	增长高单位数	汇率中性	2024.1.1-2024.12.31	2024/6/30	11%
Puma	6.6%	增长中单位数	汇率中性	2024.1.1-2024.12.31	2024/6/30	2%
Lululemon	18.6%	增长 8%-9%	报表层面	2024.1.29-2025.1.31	2024/7/28	7%
Nike	0%	FY2025 下滑中单位数；FY25H1 下滑高单位数；FY25Q1 下滑 10%	报表层面	2024.6.1-2025.5.31	2024/5/31	-2%
Columbia	0.7%	下降 2%-4%	报表层面	2024.1.1-2024.12.31	2024/6/30	-8%
安德玛	-3%	降低双位数	报表层面	2024.4.1-2025.3.31	2024/6/30	-10%
VF	-10.0%	未提出指引	报表层面	2024.4.1-2025.3.31	2024/6/30	-9%

资料来源：各公司官网，Wind，山西证券研究所

2.本周行情回顾

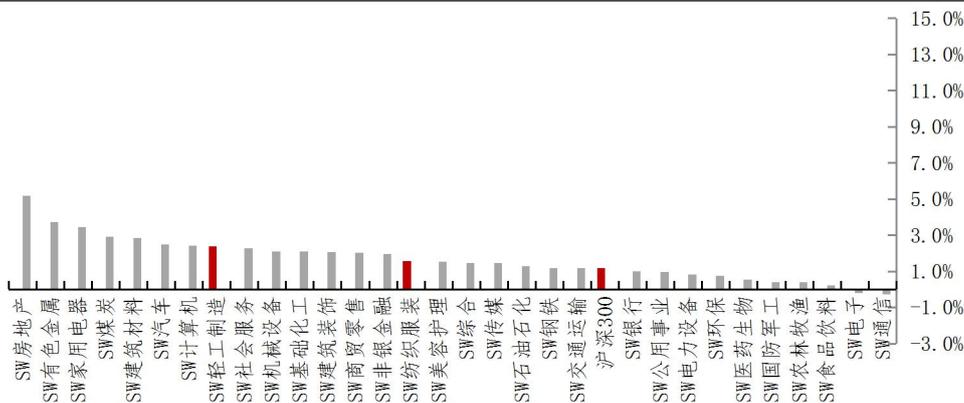
2.1 板块行情

本周，SW 纺织服饰板块上涨 1.55%，SW 轻工制造板块上涨 2.39%，沪深 300 上涨 1.16%，纺织服饰板块纺服跑赢大盘 0.39pct，轻工制造板块轻工跑赢大盘 1.22pct。

SW 纺织服饰各子板块中，SW 纺织制造上涨 1.14%，SW 服装家纺上涨 1.8%，SW 饰品上涨 1.6%。

SW 轻工制造各子板块中，SW 造纸上涨 2.65%，SW 文娱用品上涨 1.78%，SW 家居用品上涨 3.3%，SW 包装印刷上涨 1.06%。

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

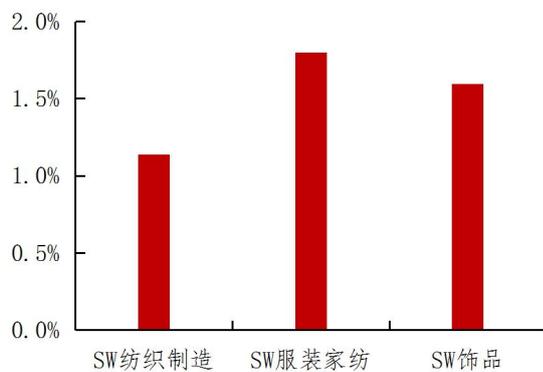
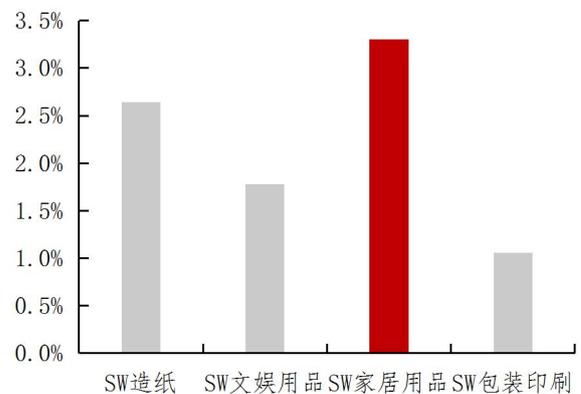


图 3：本周 SW 轻工制各子板块涨跌幅



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9月20日，SW 纺织制造的PE（TTM剔除负值，下同）为18.06倍，为近三年的21.85%分位；SW 服装家纺的PE为13.28倍，为近三年的5.96%分位；SW 饰品的PE为12.78倍，为近三年的4.64%分位。

截至9月20日，SW 家居用品的PE为14.58倍，为近三年的1.32%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：美尔雅（+13.73%）、哈森股份（+11.98%）、金发拉比（+7.22%）、老凤祥（+5.53%）、报喜鸟（+4.69%）；本周跌幅前5的公司分别为：ST摩登（-9.92%）、洪兴股份（-4.02%）、ST金一（-2.81%）、华茂股份（-2.47%）、*ST天创（-2.3%）。

表2：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)
600107.SH	美尔雅	13.73	4.06
603958.SH	哈森股份	11.98	9.63
002762.SZ	金发拉比	7.22	5.64
600612.SH	老凤祥	5.53	53.02
002154.SZ	报喜鸟	4.69	3.35

资料来源：Wind，山西证券研究所

表 3：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)
002656.SZ	ST 摩登	-9.92	1.18
001209.SZ	洪兴股份	-4.02	11.70
002721.SZ	ST 金一	-2.81	2.42
000850.SZ	华茂股份	-2.47	3.56
603608.SH	*ST 天创	-2.30	2.97

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：欧派家居 (+9.17%)、亚振家居 (+7.95%)、索菲亚 (+7.03%)、志邦家居 (+6.15%)、共创草坪 (+5.7%)；本周跌幅前 5 的公司分别为：茶花股份 (-7.32%)、松霖科技 (-3.59%)、华瓷股份 (-2.09%)、美克家居 (-1.52%)、悦心健康 (-0.65%)。

表 4：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)
603833.SH	欧派家居	9.17	44.42
603389.SH	亚振家居	7.95	6.52
002572.SZ	索菲亚	7.03	13.40
603801.SH	志邦家居	6.15	9.66
605099.SH	共创草坪	5.70	19.29

资料来源：Wind，山西证券研究所

表 5：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)
603615.SH	茶花股份	-7.32	12.02
603992.SH	松霖科技	-3.59	16.39
001216.SZ	华瓷股份	-2.09	11.70
600337.SH	美克家居	-1.52	1.30
002162.SZ	悦心健康	-0.65	3.05

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 9 月 20 日，中国棉花 328 价格指数为 14965 元/吨，环比增长 0.6%，截至 9 月 19 日，CotlookA 指数（1%关税）收盘价为 14530 元/吨，环比增长 2.1%。

2) 金价: 截至9月20日, 上海金交所黄金现货:收盘价:Au9999为588.30元/克, 环比上涨1.0%。

3) 羊毛价格: 截至7月25日, 澳大利亚羊毛交易所东部市场综合指数(澳元)为1124澳分/公斤, 环比增长1.5%。

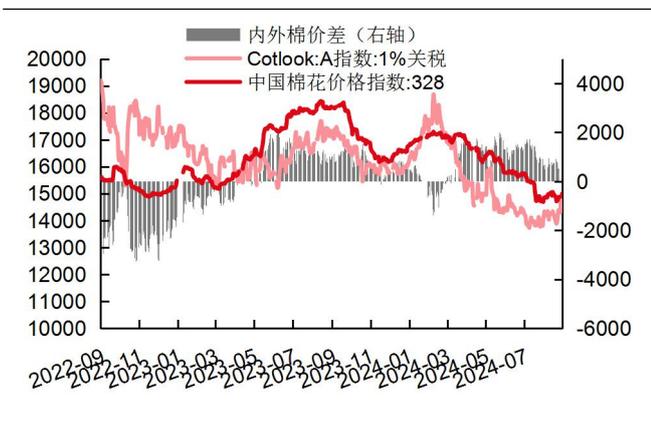
● 家居用品原材料:

1) 皮革: 截至8月30日, 海宁皮革:价格指数:总类为72.22。

2) 海绵: 截至9月20日, 华东地区TDI主流价格为13000元/吨, 环比下降4.4%; 华东地区纯MDI主流价格为18200元/吨, 环比下降1.1%。

● 汇率: 截至9月20日, 美元兑人民币(中间价)为7.0644, 环比下降0.5%。

图6: 棉花价格(元/吨)



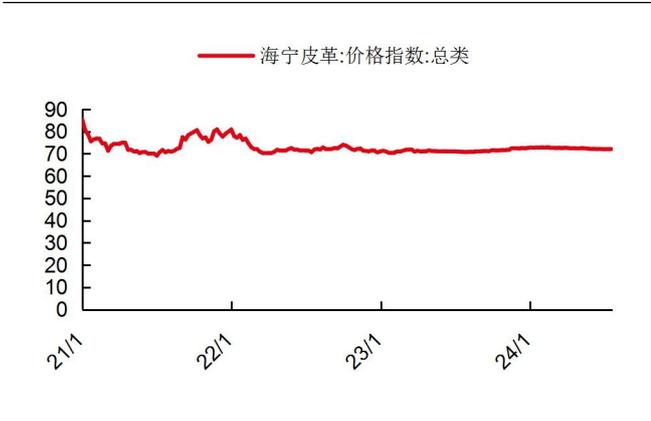
资料来源: Wind, 山西证券研究所

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



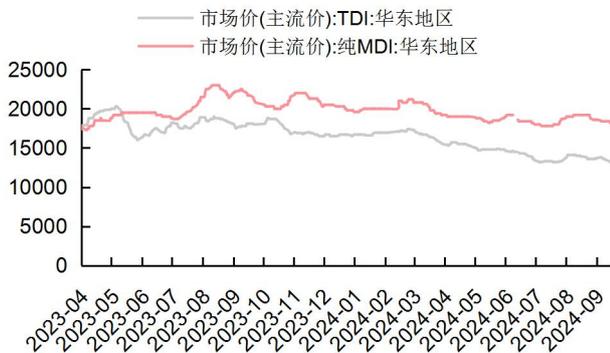
资料来源: Wind, 山西证券研究所

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)



资料来源: Wind, 山西证券研究所

图 11: 金价走势 (单位: 元/克)



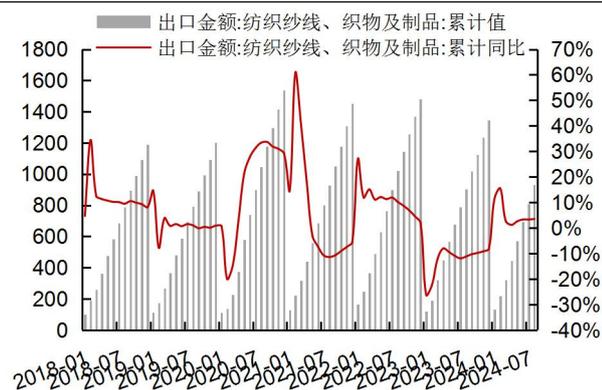
资料来源: Wind, 山西证券研究所

3.2 出口数据

纺织品服装: 2024 年 1-8 月, 我国纺织品、服装及衣着附件出口金额分别为 930.68、1047.06 亿美元, 同比增长 3.5%、-1.0%。

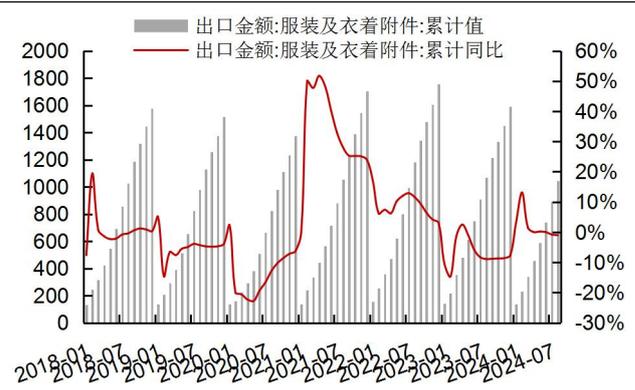
家具及其零件: 2024 年 1-8 月, 家具及其零件出口 448.93 亿美元, 同比增长 8.95%。

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

2024年8月，国内实现社零总额3.87万亿元，同比增长2.1%，环比下滑0.6pct，表现低于市场一致预期。

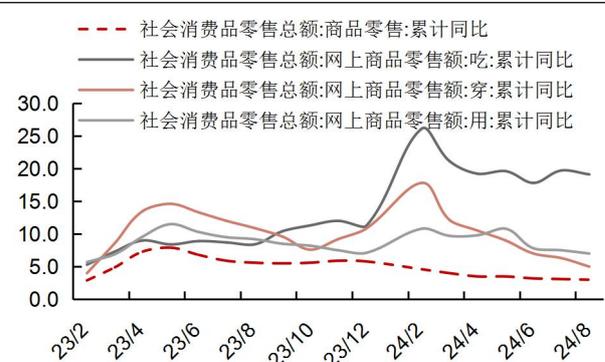
线上渠道，2024年1-8月，商品零售额同比增长3.0%，实物商品网上零售额同比增长8.1%，表现好于商品零售整体；实物商品网上零售额中，吃类、穿类和用类商品同比分别增长19.1%、5.0%、7.0%。线下渠道，按零售业态分，2024年1-8月，限额以上零售业单位中，便利店、专业店、超市零售额同比分别增长4.9%、4.3%、2.1%；百货店、品牌专卖店零售额分别下降3.3%、1.9%。

2024年8月，限上化妆品同比下降6.1%，降幅与7月一致；限上金银珠宝同比下降12.0%，降幅较7月扩大1.6pct；限上纺织服装同比下降1.6%，降幅较7月收窄3.6pct。2024年1-8月，限上化妆品/金银珠宝/纺织服装/体育娱乐用品累计增速分别为-0.5%/-2.5%/0.3%/10.1%。

图 16：社零及限额以上当月

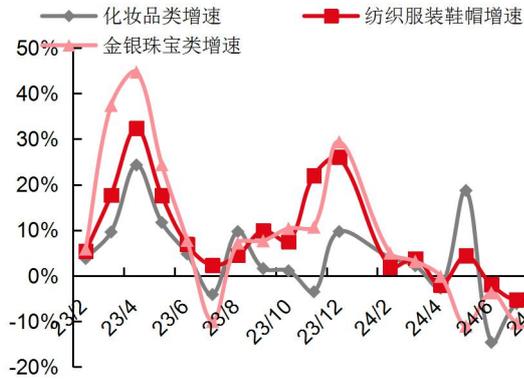


图 17：国内实物商品线上线下增速估计



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

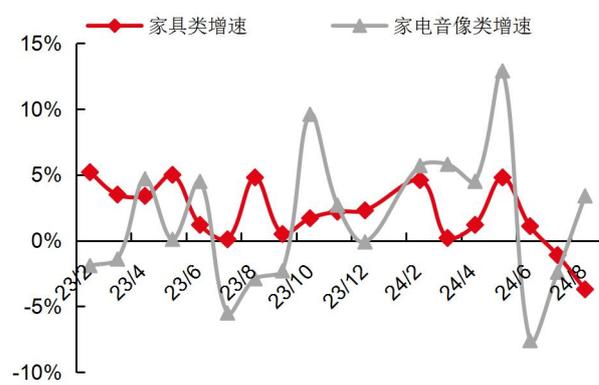
图 18: 偏向可选消费品的典型限额以上品类增速



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

资料来源: 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



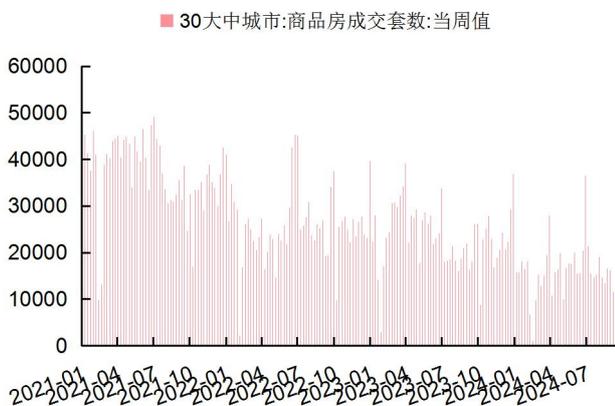
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

3.4 房地产数据

本周(2024年9月15日-2024年9月21日), 30大中城市商品房成交 10030 套、成交面积 116.57 万平方米, 较上周环比分别下降 14.40%、13.03%。2024 年至今(截至 9 月 21 日), 30 大中城市商品房成交 603018 套、成交面积 6605.97 万平方米, 同比下降 32.3%、34.2%。

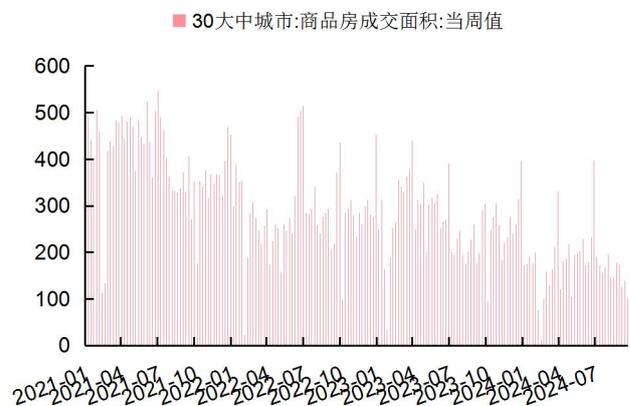
2024 年 1-8 月, 我国住宅新开工面积 35908.81 万平方米, 同比下降 23.0%, 住宅销售面积 50811.85 万平方米, 同比下降 20.4%, 住宅竣工面积 24393.10 万平方米, 同比下降 23.2%。

图 20: 30 大中城市商品房成交套数



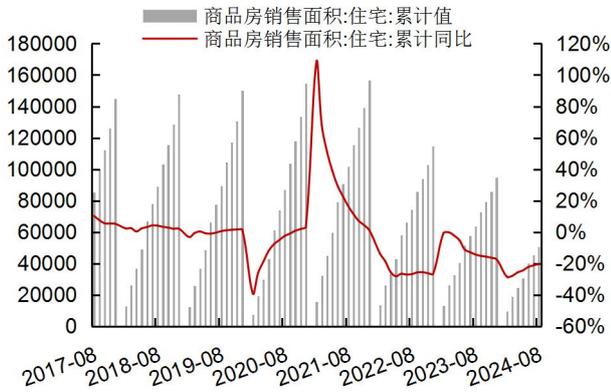
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 21: 30 大中城市商品房成交面积(单位: 万平方米)



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 22: 商品房销售面积累计值 (万平方米) 及累计同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 23: 商品房销售面积当月值 (万平方米) 及当月同比



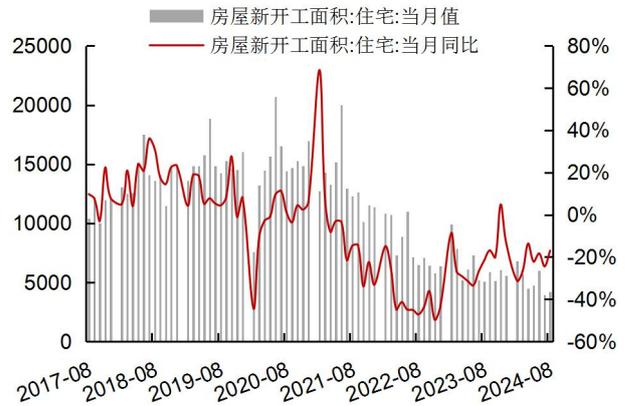
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 24: 商品房新开工面积累计值 (万平方米) 及累计同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

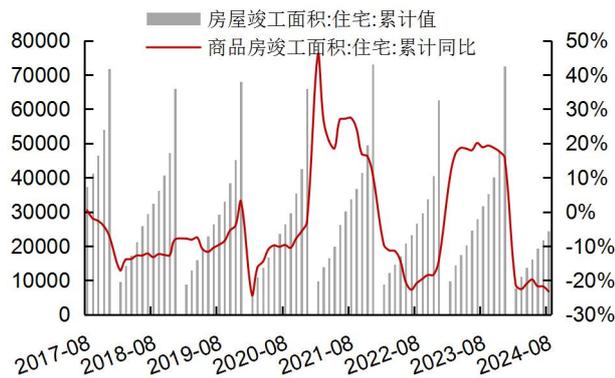
图 25: 商品房新开工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



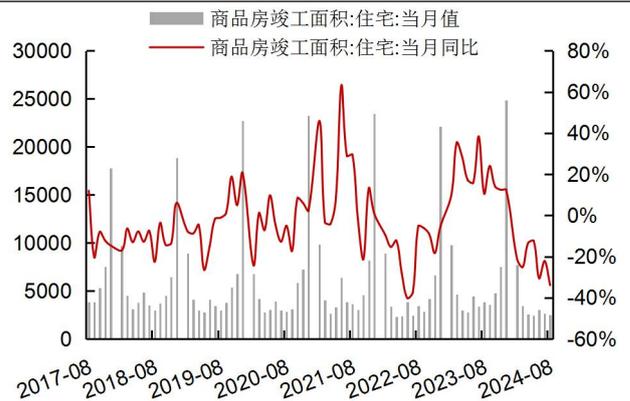
资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

图 26: 商品房竣工面积累计值 (万平方米) 及累计同比

图 27: 商品房竣工面积当月值 (万平方米) 及当月同比



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所



资料来源: Wind, 国家统计局, 山西证券研究所

4.行业新闻

4.1 Burberry 新任 CEO: 不会让品牌走向大众市场

【来源: 华丽志 2024-09-19】

日前, 英国奢侈品牌 Burberry (博柏利) 的新任首席执行官 Joshua Schulman 上任后于伦敦时装周首次亮相, 他公开表态: Burberry 品牌不会走向大众市场。相反, 他希望继续提升品牌, 不过, 将在价格方面保持更好的平衡。

此前 7 月, Burberry 董事长 Gerry Murphy 也在与记者的电话会中承诺, Burberry 将继续深耕高端市场, 与 Louis Vuitton (路易威登)、Chanel (香奈儿) 和 Dior (迪奥) 等欧洲高端奢侈品牌竞争。并表示, 对 Joshua Schulman 的任命是“舵柄的一次微调”(a nudge of the tiller), 而非战略上的根本改变”, 公司在战略不会有重大变化(包括品牌提升、品类扩张、保留 Daniel Lee 的创意总监职位等)。

Joshua Schulman 接手 Burberry 的时机相当困难。本月早些时候, Burberry 的股票被移出富时 100 指数(详见《华丽志》历史报道: Burberry 跌出英国富时 100 指数), 结束了其在英国蓝筹股基准指数长达 15 年的存在, 原因是公司的市值已跌至“无法保留其席位的水平”。自去年 4 月创下历史新高以来, Burberry 目前的股价已下跌超过 75%。

除了因中国市场需求下降和美国市场放缓而导致的整个时尚行业低迷外, 公司也面临着导致销售和利润下滑的自身问题。新首席执行官上任后最亟待解决的问题是外界对 Burberry 品牌焕新效果不佳和市场定位模糊的批评。此前一段时间, Burberry 急于推出新产品, 且定价过高, 这让顾客对品牌产生了混淆。Joshua Schulman 将在此后的 11 月公布他的品牌战略。

对此, 此前董事长 Gerry Murphy 也指出, Burberry 过去几年在风格创新方面走的有些激进, 未来将重

新专注品牌经典风格，平衡产品供应，向“日常奢侈品牌（everyday luxury）”方向发展。

为此，两年前上任的 Burberry 设计总监 Daniel Lee 也承受着巨大的压力，亟需帮助品牌推出能够吸引核心客户的产品。当初，Burberry 前任首席执行官 Jonathan Akeroyd 曾表示希望将 Burberry 带回英国本土风格。而新上任的 Joshua Schulman 也表示，他仍计划发扬 Burberry 以独特米色格纹为标志的英伦风格。这也得到了董事长 Gerry Murphy 此前发言的印证，当时他表示，品牌传播也将重新聚焦经典、永恒的定位和英伦风情。他认为，在经济低迷期，消费者会更偏好熟悉的经典款。

4.2 官宣！安踏取代阿迪赞助“广马”！

【来源：纺织网 2024-09-20】

日前，广州马拉松赛(以下简称“广马”)官方宣布一则重要消息，国内体育用品品牌安踏取代阿迪达斯成为 2024 广州马拉松赛赛事顶级合作伙伴暨唯一指定运动装备赞助商，一直以来，阿迪达斯作为广马的“常驻”赞助商，与该赛事形成了强绑定关系。在跑者心中，广马几乎成为阿迪达斯的主场赛事。而今年，广马重新招标，打破了原有格局。

据悉，在今年广马运营权的竞标中，中奥路跑击败无锡汇跑和厦门文广，再次拿下该赛事四年的运营权。随着运营权的更迭，广马各类别的赞助也进行了重新招标。最终，安踏打败阿迪达斯，拿下服装赞助的席位，成为广马新的独家赞助商。

值得一提的是，在中国市场表现上，安踏也实现了对阿迪达斯的超越。今年上半年，安踏集团不仅整体营收超过了阿迪达斯中国，还以安踏单一品牌的营收实现了超越。

作为国内体量最大的体育用品品牌，近两年，安踏在跑步赛道上加速布局。自 2023 年开始，安踏全面发力马拉松赛事营销，赞助了广州黄埔马拉松赛等多个规模性马拉松赛事。今年以来，安踏已经拿下了合肥马拉松赛、雄安马拉松赛和南京高淳马拉松赛的赞助权，如今又成功拿下广马，大有赶超特步之势。

4.3 耐克：埃利奥特·希尔将担任集团全球总裁兼首席执行官

【来源：北京商报 2024-09-20】

北京商报讯（记者 张君花）9 月 20 日，北京商报记者获悉，美国运动巨头耐克宣布将更换 CEO，现任首席执行官唐若修（John Donahoe）将于 10 月 13 日退休，并将继续担任公司顾问，直到 2025 年 1 月。耐克老臣埃利奥特·希尔（Elliott Hill），将接替唐若修（John Donahoe）担任集团全球总裁兼首席执行官。

在加入耐克之前，唐若修于 2005 年加入 eBay，更早之前他在咨询公司贝恩工作。2020 年 1 月，唐若修正式从现任耐克执行董事长马克·帕克（Mark Parker）手中，接过了耐克集团 CEO 一职。埃利奥特·希尔在 1986 年至 1987 年，于北美四大职业体育大联盟之首的 NFL 达拉斯牛仔队担任训练师。1988 年加入耐克，在 2020 年退休，其在耐克工作了 32 年。

5.风险提示

1. 国内消费信心恢复不及预期；
2. 地产销售不达预期；
3. 品牌库存去化不及预期；
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到任何形式的补偿。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

