



# 纺织服装珠宝每周聚焦：品 牌陆续推新 期待冬季表现



## 行业近况

近期波司登、安踏、特步等国内羽绒服、运动龙头品牌纷纷发布新品，产品力进一步提升。我们看好国内羽绒服、运动鞋服龙头未来销售表现。

## 评论

看好旺季来临后波司登的良好销售表现。波司登 9 月 21 日大秀宣传推广的创新款轻薄羽绒服采用“五大轻暖科技”，同时融合法国马赛绗缝工艺及中国唐朝拼接技术，产品力显著提升，获得法国 NDA 设计创新金奖。创新款轻薄羽绒服在波司登天猫旗舰店定价 999-2,199 元，覆盖中高端消费人群需求。由于公司销售旺季较为集中，轻薄款羽绒服可以在旺季前和春节后延长售卖周期，提升天气不确定性下的业绩稳定性。同时公司库存维持健康水平，在天气、疫情等不利因素影响下，FY22 存货周转天数仍同比下降 25 天至 150 天。我们看好旺季来临后波司登的良好销售表现。

安踏、特步发布跑鞋新品，运动科技持续升级。8 月安踏召开安踏创新科技大会，宣布与华为运动健康达成共创合作项目，计划在运动科技产品共创等方面进行深度合作。同时发布奥运冠军跑鞋，搭载新一代氮科技中底及碳管悬架系统，缓震性能较上一代产品提升 26%，稳定性提升 23%。9 月特步宣布“世界级中国跑鞋”品牌战略，推动产品、渠道和消费者服务升级，并发布冠军版跑鞋 160X3.0PRO，结合全新 XTEPACe 缓震科技，相较 AirZoomAlphaflyNEXT% 和 AdizeroadiosPRO2，减震性能提升 6%/13%，湿态介面止滑性能提升 12%/18%，耐磨性能提升 21%/26%。

我们认为国内运动鞋服龙头的科技投入将持续驱动品牌力和产品力提升。

运动品牌跨界咖啡业务，丰富消费者体验。据第一财经，继 2022 年 5 月李宁注册“NINGCOFFEE 宁咖啡”商标，特步近期申请注册“特咖啡”和“XTEPCOFFEE”商标，公司计划在成都春熙路旗舰店开第一家作为试点，提供多种咖啡及茶饮 1。我们认为咖啡是一种带有社交属性的饮品，可以较好地拉近与消费者的距离；且咖啡的主要受众城市白领、学生一族也是头部运动品牌的目标客群，引入咖啡业务有望为线下门店带来更多客流，提升运动品牌的热度和话题度，丰富消费者体验，增强消费者粘性，进而带动运动产品销售。

### 估值与建议

推荐高景气度运动鞋服标的李宁、安踏体育、特步国际、361 度，领先的多品牌运动鞋服零售商滔搏，国产羽绒服龙头波司登。维持以上公司的投资评级、盈利预测和目标价不变。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_48586](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_48586)

