



纺织服装行业 2023 年投资策略 拥抱高弹性赛道 关注低估值龙头



报告要点

复盘：内外需疲软下，估值回归历史低位

从市场表现来看，纺服行业表现较弱，估值处于历史低位。从行业情况来看，宏观经济下行影响内需，高通胀环境影响外需。从业绩情况来看，国内外终端需求疲软，纺服企业业绩承压，龙头韧性更强。

纺织制造：全球采购需求谨慎，头部企业经营韧性更强 2023 年纺织制造行业挑战与机遇并存。挑战方面，1) 世界经济滞胀风险显著上升，国际市场订单下滑明显；2) 为应对船运延迟、供应链中断、采购来源过于集中、人力成本上升等问题，美国纺服企业采购区域多元化趋势更趋明显；3) 中美经贸摩擦影响凸显。机遇方面，1) 疫情封控有望放松、运输成本下降、原材料成本下行、人民币兑美元汇率同比贬值等因素下，经营压力有望缓解；2) 疫情加速低效产能出清，头部企业抗风险及应对能力更强，有望提升市场份额；3) 头部企业积极布局东南亚产能，更容易应对贸易摩擦。我们建议关注拥有全球化产能布局和有稳定国际大客户资源的头部纺织制造企业，且相较于成衣制造，更建议关注织物纤维、服装附着物制造企业。建议积极关注伟星股份、华利集团、健盛集团。

运动服饰：短期优化运营效率，长期需求依旧稳健短期来看，国产运动服饰品牌对门店结构进行积极调整，关闭亏损和低效门店，并重视 DTC 精细化运营，运营效率的优化提升有望帮助国产运动服饰品牌更好地享受疫情消散后的消费复苏，而对于儿童、女子、户外等细分赛道的布局，有

望帮助国产运动服饰品牌在基本盘之外培育新增长曲线。长期来看，受益于国民健身意识的提升和运动国潮趋势，加上国产品牌产品品质、品牌调性、市场营销等全方面的提升，有望进一步抢占国外品牌市场份额；而随着国产运动服饰品牌逐步补足中高端产品&品牌矩阵，未来量价齐升尤其是销售单价的提升将推动业绩稳定增长。我们建议关注积极推进门店运营效率优化，积极布局儿童、女子等细分赛道，拥有多元化的低中高端品牌&产品矩阵的国产运动服饰品牌。建议积极关注李宁、安踏体育、特步国际。

品牌服饰：服饰消费有望回暖，生活户外成常态化需求时尚服饰方面，随着疫情管控放松，前期受损严重的中高档购物中心客流回升弹性更大，而主要布局于此且门店数量稳定的中高端服饰品牌业绩有望迎来较大弹性的修复。从行业零售额及产成品存货同比增速来看，行业目前处于主动去库存阶段，随着消费需求逐渐恢复，品牌和经销商信心恢复，零售额和存货状态或出现好转，迈入复苏期。

户外生活方面，消费者服饰需求转变，不再苛求“运动服饰只运动穿”，

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_50529

