



# 纺织服装行业快报：6月社零 增速优于市场预期 618电商 购物节促进线上增速环比提 升



## 事件

7月15日，国家统计局发布6月社零数据。

## 投资要点

6月社零增速高于市场预期，消费场景气持续：2021年1-6月，国内实现社会消费品社零总额21.2万亿元/+23.0%，两年平均增速为4.4%，比1-5月提高0.1pct；其中6月实现社零总额3.76万亿元/+12.1%，增速高于市场一致预期（10.8%），低基数效应逐渐减退使得社零增速环比小幅回落（-0.3pct）。对比2019年同期，6月社零增长10.0%，增速较5月加快0.7pct，环比增速加快，国内消费市场持续稳步复苏，全年社零总额双位数增长可期。

分渠道看，618电商购物节火爆，国内局部疫情反复，线下增速小幅下滑：

线上方面，2021年1-6月，实物商品网上零售额同比增长18.7%，两年平均增长16.5%，占社零比重23.7%；其中6月实物商品网上零售额同比增长约14.6%，高基数下（20年6月同比增长25.2%）保持稳健增长，主要受益于年中大规模的618电商购物节以及疫情后消费习惯不断向线上转移，根据星图数据，今年“618”期间新品牌及新产品参与度显著提升，抖音、快手新渠道强势入局，全网GMV达5785亿元/+26.5%，线上购物节火爆促使6月实物商品网上零售额增速环比提升（+4.9pct）。

线下方面, 我们测算 6 月线下实物商品零售额同比增长 9.3%, 增速环比小幅放缓 (-2.2pct), 系 6 月国内局部疫情有所反复和线上大促双重影响。另有线下购物中心客流估计和 19 年同期水平仍有差距, 根据汇客云数据, 端午小长假全国购物中心客流较 20 年端午增长 10%, 但与 19 年端午相比仍下降 16.4%。

分品类看, 必选消费延续稳健增长, 基数效应消退下可选消费增速环比回落:

必选消费方面, 6 月限额以上粮油食品、日用品分别增长 15.6%、14.0%, 两年复合平均增速小幅提升至 13%~15%, 延续稳健增长。

可选消费方面, 6 月限额以上化妆品、纺织服装、金银珠宝同比增长 13.5%、12.8%、26.0%, 低基数效应逐步消退后, 典型可选品类增速有所放缓。对比 2019 年同期, 6 月化妆品、纺织服装、金银珠宝的两年复合平均增速分别约 16.9%、6.2%、8.4%, 化妆品延续双位数的复合增长, 纺织服装持续个位数复合增长, 金银珠宝两年复合平均增速环比下滑 (5 月上述品类分别为 13.7%、5.7%、12.4%)。

投资建议: 疫情对 2020 年潜在消费增速影响或有限, 纺织服装板块景气向上, 建议继续积极关注: (1) 订单充足且国内外产能布局成熟、国外疫情防控能力领先的纺织制造龙头公司申洲国际、百隆东方、鲁泰 A 和华孚时尚; (2) 细分赛道中具有较强竞争力的公司安踏体育、李宁、森马服饰、波司登、海澜之家、周大生、珀莱雅、华熙生物、上海家化、中国

中免；(3) 业绩迅速回暖的服装家纺公司太平鸟。

风险提示：部分终端销售或不达预期；国内疫情有所反复；品牌竞争加剧；东南亚疫情或影响纺织制造业产能释放；汇率大幅波动。

关键词：疫情

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\\_33167](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33167)

