



# 可选消费双周报：周专题-卡特 特 童装行业的领跑者



## 投资要点:

本周专题：卡特，龙头地位稳固，童装企业的领跑者。Carter's 为美国童装巨头，拥有 150 多年的品牌历史积淀，2021Carter's 企业童装美国市占率达 11.8%，美国第一，超过第二名 GAP4.7pct，龙头优势明显。主品牌 Carter's 和 OshkoshB' Gosh 品牌市占率分别达 10.4%、1.4%。公司的成功主要得益于：(1) 持续完善品类覆盖。Carter's 产品主要集中在婴幼儿服装，幼童睡衣占比较高，定位高性价比产品，2005 年收购 Oshkosh 后，实现了中高端价位更广年龄层次的童装布局，进入更广阔的大童装市场，2017 年公司收购 SkipHop 进一步完成儿童用品布局，从“童装”企业转型“泛儿童用品”企业，打开业绩天花板。(2) 全球化成为业绩与估值主要推手。2011 年公司收购加拿大童装渠道公司，正式以自营的方式打入加拿大童装零售市场，同年设立海外事业部，2012 年供应链延伸至香港，2013 年日本加盟商转直营，公司的全球化布局，提升业绩明显，2010 起 3 年营收、市值复合增速分别达 14.7%、32.2%，均明显高于上一个 3 年营收、市值复合增速 7.4%、14.8%，同时 2010-2013 公司 PE 提升 130.9%。(3) 供应链持续优化。渠道端，渠道多元，打造集合店提升店效。公司童装产品渠道多于我国同类童装品牌，主要分为零售（集合店、单品牌店），批发（主要针对沃尔玛等大卖场），海外（授权及开直营店）、网上零售。目前公司分别在美国拥有 980 个门店，18800 多个批发点，同时公司在加拿大、墨西哥分别拥有 186、43 个门店。近年来，公司通过开集合店，门店面积较大，品类多，客单价高。对公司店效提升明显。同时

公司通过授权经营方式进入 90 个国家，通过电商进入超过 100 个国家。供应端，全球采购，严控品质，多点布局物流。公司供应商主要来自中美洲及亚洲，通过“C-TPAT”标准对产品品质进行有效把控。物流方面，公司在美国境内乔治亚州运营两个物流仓储中心，一个加州第三方物流仓储中心完成美国物流网络布局，同时在海外公司合作英国、中国、加拿大、墨西哥供应链公司建造完成高效的全球供应网络。

市场表现：(1) 本周中证可选消费收盘相较上周下跌 0.28%，低于上证综合指数 0.82pct，低于沪深 300 指数 0.85pct。(2) 细分板块表现，仅化妆品下跌，跌幅为 1.73%，其余板块均呈上涨态势，其中个护用品、数字媒体、饰品上涨前三，分别上涨 7.22%、3.60%、3.44%。

可选消费本周观点：持续关注运动服饰及羽绒服龙头。Q3 以来内资运动龙头整体优秀，但 9、10 月点状疫情影响下，表现相对平淡，预计 10 月环比 9 月并未有明显好转，在此环境下，市场折扣率有所加深，市场龙头流水增长相对稳健、库存合理，海外品牌中，耐克维持个位数流水增长，阿迪流水维持双位数以上流水下滑，内资龙头仍相对收益。此外波司登轻

**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\\_48974](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_48974)

