

服装产业景气指数 解读

服装产业需加大创新力度

专家解读

当前，服装产业整体运行较为平稳，增速处于合理区间，产业结构调整逐步推进。在政策引导和市场倒逼机制作用下，相当多的企业加快了转型升级步伐，努力实现质量效益型发展



中国服装协会产业经济研究所所长

陈国强

前瞻

景气度短期内保持稳定

经模型测算，三、四季度的中经服装产业景气指数分别为97.7点和97.5点，与二季度基本持平，景气度短期内将保持稳定；中经服装产业预警指数分别为86.7点和83.3点，位于正常的“绿灯区”，较二季度有明显回升。

服装产业企业家对三季度形势的判断略好于二季度。二季度对3000多家服装产业企业景气度调查结果表明，反映服装行



长期以来我们对经济发展的评判，往往就是看“增长率”，如果还是从这个角度来解读二季度中经服装产业景气指数，可能会继续得出“悲观”的结论。然而，换个视角来看，就能看到行业发展的很多亮点。

通过对二季度服装产业主要指标表现及走势的综合分析，我们可以得出这样三个结论：

首先，产业整体发展“冷中见稳”。二季度服装产业整体的增长速度在放缓，有“冷”的感觉，但预警灯号图显示，10个指标的灯号有4个处于浅蓝灯区、4个处于绿灯区，说明服装产业整体还是稳定发展，服装产业的发展与整个中国经济增速一样处于“合理区间”。同时需要指出的是，一季度服装产业上升属于“潜在增速下降中的短期回升”。

其次，产业要素关系“趋于协调”，即产业发展在于“合理区间”、要素数据趋于“合理结构”。

再次，产业结构调整“开始启动”。从二季度数据的变化，不仅要看到产业受国际和国内市场的影响，更要看到的，新一届政府加大

改革力度、推进结构调整的措施对服装产业的积极影响，而市场倒逼机制也日益发挥作用。我国服装产业是市场化程度很高的产业，相当数量的企业已经自觉加快调整、升级的步伐。

景气指数报告通过模型测算的2013年三、四季度的服装产业景气指数分别为97.7点和97.5点，与二季度基本一致，景气度短期内将保持稳定；预警指数分别为86.7点和83.3点，位于正常的“绿灯区”，较二季度有明显回升。预计服装产业增长的速度还会放缓，但是总体运行较为稳定。

从企业层面收集的信息看，服装企业家注重效益增长，一些企业的并购，也不再为规模的扩大，更多是谋求结构优化和产业升级。当前，服装产业投资的增长率的确有所放缓，但为了保持持续健康发展，企业更加注重加大技术的投入、创新的投入。

当前，服装产业加快转型升级，就要在过去几年注重产品、渠道、品牌和产业政策的基础上，进

一步从以下几个方面寻求突破。

首先是新科技的应用，服装产业正从新工艺、新材料、新能源、新循环等方面加大突破和应用。其次是产业商业模式的创新，从一定意义上来说，我国服装产业的传统竞争优势和增长动力仍然存在，但我们更要积极培育新优势和新动力，除了上面谈到的新技术外，就是新的商业模式。比如渠道建设，一些优势企业已将纯购物的渠道演变成购物艺术中心，产业链从纯产品的流程演变成“物流、信息和金融融合”的产业平台。再次，是企业组织架构的改造。近期出现的服装企业对内和对外的“并购”，也意味着产能相对过剩的服装产业通过一系列的创新会出现新的组织架构。此外，在我国经济面临转型的大背景下，不少企业家呼吁，当前正是服装企业加快转型升级的时候，需要良好的发展环境。各级政府对服装产业这一传统的优势产业，应当积极采取切实有效的措施，促进服装产业健康的发展。

产业观察

期待消费回暖 带动业绩增长

申银万国证券研究所纺织服装行业研究员

王立平 林隽婕

上半年，纺织服装出口保持温和增长，内需消费恢复则仍相对缓慢。下半年，行业整体表现不会有太大改变，在外需好转的情况下复苏态势有望延续

上半年，纺织服装出口底部复苏，企稳回升态势较为明显。据海关统计，2013年1至6月我国服装出口累计同比增长13.4%，同比增速虽较一季度有所回落，但累计增速仍有两位数增长。我们认为，纺织服装出口最坏时期已经过去，2013年纺织服装出口有望维持温和回升态势。内需方面，零售终端消费仍旧疲软。根据国家统计局公布的社会零售总额的数据，纺织服装行业累计零售额1至5月份增速为11.1%，低于社会消费品零售总额12.6%的增速水平，行业整体的恢复仍相对缓慢。

一方面，零售终端低迷制约企业经营改善。从企业调研情况来看，5至6月销售环比4月略有好转，但打折促销带动量涨仍是驱动力，终端没有出现实质性改善。服装类企业收入不达预期、费用压力犹存。另一方面，纺织制造企业具备成长和周期双重属性，长期看制造龙头具持续成长性。纺织制造业集中度不断提升，伴随行业复苏过程，优质企业订单处于供不应求状态，企业短期业绩会受原材料波动影响，但长期可通过产品提价消化。

因此，我们认为，关注中报业绩确定性较强的企业；下半年持续关注纺织制造板块，期待消费回暖带动服装类业绩弹性释放。首先，服装家纺业的子行业底部到来，男装和家纺估值均已处历史低位，但是若终端持续低迷，则企业收入难增、加盟商信心难升，关店潮恐延续至下半年，期待消费回暖带动收入有起色、费用控制助力业绩弹性释放；其次，纺织制造下半年走势看好，5月纺织服装在贸易监管加强挤出部分虚假水分后增速相对放缓，但企业接单情况普遍良好、价格同比提升、毛利率持续改善，因此中报业绩确定性较强，外需好转之下全年复苏有望延续。中长期来看，棉农直补政策有望推出，有利于企业成本合理回归，使得业绩增长具可持续性。

