

泉州服饰上市品牌相继发布中期财报

体育品牌依旧稳健 男装显现回暖

■ 本报记者 吕晓薇 文图

本月是上市企业集中发布上半年营收数据的时间窗口,从总体来看,运动品牌依旧保持稳健增长势头,显示国内体育服饰市场的巨大潜力。个别男装品牌也摆脱了下滑亏损局面,显现回暖迹象。



泉州品牌高性价比受青睐

超百场促消费活动提升活力

早报讯(记者郭剑平)为抢抓“金九银十”消费旺季,今年下半年,泉州市县商务部门联动全市商圈、步行街、汽车走廊等,围绕“吃、住、游、购、娱”等领域,策划推出超百场促消费活动,营造浓厚消费氛围,激发居民消费潜力。

据悉,下半年促消费活动将引导各商贸企业通过折扣满减、特惠让利等多种形式,持续扩大泉州品牌销售。举办10场以上汽车下乡惠民巡展促销活动,推动新能源汽车下乡,提振乡村汽车消费;持续举办家电节、家居展等系列促消费活动,为消费者提供一站式家装购物体验,促进绿色智能家电建材产品消费;围绕“双11”“双12”等全网电商大促活动,鼓励泉州国潮优品开拓网络消费市场,通过线上宣传推广、网红直播营销、消费券领取互动等形式,做热网络消费;积极推动本地优势产业、产品与国内知名电商平台合作,通过设立品牌专区等形式,集中打响区域品牌,提升线上销售规模与影响力。

三大运动品牌增长稳健

泉州港股三大运动品牌代表国内体育品牌风向标,半年营收数据整体表现稳健持续增长。

8月15日,361度发布2023年上半年业绩报告。期内,收益同比升18.0%至43.12亿元。受业绩上升带动,经营溢利同比上升28.6%至9.93亿元。

截至报告期末,361°品牌于全球拥有6829间门店,其中中国内地销售网点较2022年年底净增162个至5642间,一二线城市网点占比提升至23.7%,商超百货网点占比提升至31.3%。361°品牌最新的第九代形象店数量较2022年年底提升7.8%至3182间,占比56.4%

同时,361°在消费市场的表现受到大众及投资人认可,年内股价增幅在行业中居首。受中报业绩利好影响,其股票价格有望进一步向上增长,是目前行业内最佳投资选择之一,值得关注。

安踏体育在8月22日发布了2023年上半年财报。数据显示,上半年集团收益达296.5亿元人民币,

同比增长14.2%。股东应占溢利达52.6亿元,同比增长39.8%;集团经营溢利率达25.7%,同比增长3.4个百分点。其中,安踏品牌收益达141.7亿元,同比增长6.1%;FILA斐乐品牌收益达122.3亿元,同比增长13.5%;迪桑特等所有其他品牌加总收益达32.5亿元,同比增长77.6%。

安踏品牌重金押注DTC。截至今年6月底,已经有7600家安踏门店完成DTC转型。据安踏集团介绍,接下来DTC的发展重点是优化渠道和进一步提升运营效率,针对不同级别和规模的城市及商圈,采用差异化的店铺形象。

从门店数量来看,截至2023年6月30日,集团于中国内地及海外地区的安踏店数目共6941家,安踏儿童店数目共2692家;于中国内地、中国香港、中国澳门和新加坡的FILA店(包括FILA KIDS和FILA FUSION独立店)数目共1942家;于中国内地、中国香港和中国澳门的DESCENTE店数目共183家;于中国内地及中国香港的KOLON

SPORT店数目共160家。

8月23日,特步发布其半年报。2023上半年营收65.22亿元人民币,同比增长14.8%;本公司普通股股权持有人应占利润6.65亿元,同比增长12.7%。其中,特步主品牌收入54.3亿元,同比增长10.9%;净利润达8.71亿元,同比增长12.7%。

从特步国际的营收结构看,集团营收主要由三部分组成,分别是以特步主品牌为代表的大众运动;以盖世威、帕拉丁为代表的时尚运动;以索康尼、迈乐为代表的专业运动。特步国际主品牌营收同比增长10.9%至54.3亿元,营收贡献占比为83.2%,净利润同比增长12.7%至8.71亿元。时尚运动营收同比增长18.9%至7.49亿元,营收贡献占比增至11.5%;专业运动营收同比增长119.9%至3.44亿元,营收贡献占比增至5.3%,同时专业运动还首次录得900万元的净利润。

目前,品牌在中国内地共有6443家特步成人店铺。特步儿童拥有1588家中国内地店铺。

泉州推出第三条5G示范应用

早报讯(记者郭剑平)泉州市不断推动5G与实体经济深度融合,在深化5G融合应用促进产业数字化转型的基础上,深入细分行业,遴选培育第三条5G示范应用精品路线。

据悉,此次列入第三条5G示范应用精品路线的项目,经市数字办多次实地考察调研、精选而出,涵盖智慧园区、智慧工厂、智慧物流、智慧仓储等行业应用,包括鲤城火炬电子5G数字化车间、洛江天娇妇幼5G数字化园区、泉港隆汉物流5G+智慧仓储、晋江盼盼食品5G+智慧工厂、晋江安踏鞋材5G+智慧物流、晋江凯达集团5G包装印刷数字化改造、永春美岭水泥5G+智慧工厂、德化华茂陶瓷5G智慧工厂、台商区嘉德利电子5G数字化车间等9个项目。

钉钉智能化全面进入生态层

早报讯(记者杜连财)8月22日,在2023年钉钉生态大会上,钉钉总裁叶军公布了钉钉全面智能化的最新进展:已有17条产品线、55个场景全面接入大模型,完成智能化再造;钉钉同时面向生态伙伴和客户开放智能化底座AI PaaS,表示将用大模型帮助生态把产品重新做一遍。

叶军现场实景演示了基于AI PaaS和生态伙伴共创的新产品“数字员工”,以及会议、点餐、教育等多种场景的人工智能解决方案。4月18日,钉钉曾宣布将用大模型把钉钉重做一遍。

截至3月底,钉钉已有5000多家生态伙伴,包括独立软件开发商、咨询生态、销售及交付服务商以及硬件生态厂商。钉应用数已超过1000万,其中低代码应用数超过800万。

本次生态大会上,钉钉宣布将智能化底座(AI PaaS)开放给生态伙伴和客户,标志着钉钉智能化已全面进入生态层。

男装集体表现回暖迹象

以利郎、七匹狼及九牧王为代表的三家男装品牌,营收均显示了个位数的增长,集体表现回暖。其中九牧王期内获得净利润9241.94万元,同比扭亏为盈。七匹狼获得净利润1.16亿元,同比增长151.78%,摆脱了去年利润下滑的窘境。

8月16日,中国利郎公布了2023年上半年业绩,整体收入同比增长6.7%,达到14.91亿元;经营利润上升3.9%,达到3.05亿元;净利润上升5.2%,达到2.705亿元;毛利率提高了3.1个百分点,达到51.8%。中国利郎集团在2023年上半年取得了稳健的业绩增长。值得注意的是,利郎将维持全年净增加100家店铺的目标。

报告显示,集团在全国共有2646家零售店,其中252家为集团自营,购物商场店铺842家,占门店

总数目31.8%及占总面积34.3%;奥特莱斯店铺有60家。

利郎未来在门店的改善和扩张方面也有相应的计划,包括维持全年净增加100家店铺的目标。

8月24日,七匹狼发布2023年上半年度报告。2023年上半年,公司实现营业总收入15.36亿元,同比增长6.07%;归属于上市公司股东的净利润1.57亿元,同比增长74.27%;营业利润2.19亿元,同比增长83.39%;扣除非经常性损益的净利润1.16亿元,同比增长151.78%。

值得关注的是,旗下新品品牌“Karl Lagerfeld”收入同比增长36.71%,实现净利润1525.81万元。

从销售渠道上看,今年上半年七匹狼线上销售收入约6亿元,同比下降4.48%;直营销售收入约4.3亿元,同比增长35.14%;加盟销售收入

约4.1亿元,同比增长3.19%。同时,以毛利率的角度看,直营销售也是七匹狼毛利增长的主要来源。

报告期内,七匹狼新开门店57家,关闭门店76家。截至6月30日,七匹狼共有直营(含联营)门店852家,加盟门店948家,共计1800家。

继七匹狼发布财报第二天,九牧王发布其2023年半年度业绩报告。报告期内实现营业收入14.01亿元,同比增长8.85%,净利润9241.94万元,同比扭亏为盈。去年同期亏损5999.36万元,基本每股收益为0.16元。

从资产方面看,公司报告期内,期末资产总计为56.16亿元,应收账款为1.77亿元;现金流量方面,经营活动产生的现金流量净额为2.39亿元,销售商品、提供劳务收到的现金为15.62亿元。