

今年上半年我市体育品牌延续增长态势,财报显示——

科技创新为业绩增长插上“翅膀”

8月27日,安踏集团发布2025年半年业绩报告。此前,361°、特步等在香港上市的泉州体育品牌已陆续发布今年中期业绩公告。财报显示,今年以来,我市体育品牌延续稳步增长的态势。企业以科技创新、数字化、品类多元化、绿色循环等为“引擎”,持续拓宽产业高质量发展边界。

融媒体记者 黄文珍 文/图



企业展厅

营收利润双提升 头部品牌领跑优势持续扩大

安踏集团发布的上半年业绩公告显示,今年上半年业绩再创历史新高,收入同比增长14.3%至385.4亿元。其中,安踏品牌收入同比增长5.4%至169.5亿元,品牌增速依然高于行业平均水平;斐乐以“高端运动时尚”为品牌核心定位,收入同比增长8.6%至141.8亿元;所有其他品牌持续聚焦差异化专业运动场景,收入同比增长61.1%至74.1亿元。据悉,安踏集团收入连续12年正

增长,连续4年在中国市场排名第一。8月中旬,361°集团发布的2025年半年报显示,361°营业收入达57.05亿元,同比增长11%;净利润为8.58亿元,同比增长8.6%。同时,该企业决定进行中期派息每股0.187元,派息比率达45%。据悉,近年来,该企业营收保持持续且稳健的增长。去年,361°全年营收首次突破百亿元大关,达到100.7亿元,同比增长19.6%,净利润为11.5亿

元,同比增长19.5%。特步集团表现亦可圈可点。财报显示,今年上半年,特步集团营业收入达68.38亿元,同比增长7.1%。其中,特步主品牌营业收入为60.53亿元,同比增长4.5%;专业运动分部收入7.85亿元,同比增长32.5%。经营利润13.05亿元,同比增长9.1%;公司普通股股利持有人应占利润为9.14亿元,同比增长21.5%。

研发投入加码 科技赋能成产品创新核心动力

科技创新正持续激发体育用品行业新动能,推动行业向专业化、多元化深入发展。科技赋能在运动鞋服领域表现尤为活跃,体育品牌在产品设计中融合更多科技元素,以多维度创新回应消费者更多样化的期待。

财报显示,安踏集团上半年投入近10亿元用于创新研发。同时,升级开放式全球创新网络,与璞跃中国启动行业首个体育用品产业创新加速器,在新科技面料及科技专利上不断实现重大突破。过去十年,该企业累计创新投入200亿元,持续以科技创新驱动全链路效率升级。值得一提的是,该企业直面消费者(DTC)优势进一步加强,DTC占比近90%。通过数字技术平台的搭建、物流和供应链体系的智能化升级,用AI提升了

管理决策、生产效率及终端消费者体验,推动线上业务持续增长。

科技创新为企业业绩插上“翅膀”。这些年,特步深耕跑步领域,坚持以科技创新为核心驱动力。其中,2015年,该企业建立了运动科学实验室X-LAB;2024年,正式启动创新中心。截至目前,特步研发投入已累计超过20亿元,获得专利超2600件,为产品迭代升级提供坚实的技术支撑。8月15日,特步举办新一代冠军版跑鞋发布会。其中,XTEP FIT科技为了让跑鞋更适合国人脚型,采集超过30万份脚型数据,建立起脚型数据库,从而为跑者提供全方位的舒适体验。

今年以来,361°持续在材料科技创新、产品矩阵拓展及运动科学方面发力,

研发投入占集团总收益的2.8%,累计专利数量增至870项。其中,随着消费者对旅游和户外运动热情升温,361°加大户外赛道产品研发力度。比如,在防晒衣系列产品中,采用遮热纱技术,遮热率≥30%;防晒指数达UPF100+,有效隔绝紫外线;冰心科技,为皮肤提供持续凉感。同时,该企业在产品研发中广泛应用环保材料,比如,“飞鹰FUTURE2”跑鞋借助50%碳纤维及30%环保纱线,实现透气性与绿色发展的结合;马拉松竞速跑鞋中底采用二氧化碳回收工艺。值得关注的是,8月17日,361°与机器人公司斯坦德达成战略合作,他们将共同成立一家专注于AI智能领域公司,并建立“未来运动探索实验室”,研发机器人适用的服装、鞋类、配饰等装备。

聚焦细分市场

品牌与全球化构筑新增长曲线

在科技创新驱动之下,行业渠道端也在加速演进,线下门店、电商平台、社交媒体与社区场景相互渗透,催生更多新业态、新模式。

以多品牌强矩阵,持续扩大领先优势。今年上半年,安踏集团并购德国户外品牌JACK WOLFSKIN(狼爪)。如今,该企业已组建联合管理团队,正在制定3—5年的复兴计划,围绕其核心价值重塑产品与品牌体系。同时,安踏集团与韩国时尚集团MUSINSA共同投资成立合资公司“MUSINSA中国”,其中安踏集团持股40%,MUSINSA持股60%,MUSINSA中国将主导自有品牌“MUSINSA STANDARD”和多品牌集合店“Musinsa Store”等业务在中国市场的发展。如今,该集团旗下汇聚桑迪特、可隆、专业女性运动品牌玛伊娅等多品牌矩阵,瞄准差异化专业运动场景。在海外市场开拓上,该企业持续深耕东南亚市场;在中东开设分公司;在北美及欧洲进驻Foot Locker及DSG等主要市场渠道,在全球顶级商圈美国洛杉矶比弗利山庄筹备北美首家安踏品牌旗舰店。

以聚焦细分市场,强化差异化竞争优势。财报显示,近年来,361°坚守儿童板块,目前已成为集团稳健增长动力之一。该企业拓宽校园体考项目产品线,结合儿童及青少年运动需求,在跑步、篮球、足球及跳绳等专业领域基础上,拓展推出羽毛球品类产品。今年上半年,361°儿童营收达12.6亿元,同比增长11.4%,占集团总营收的22.1%。该企业在线下渠道、电商与海外市场协同推进。该企业推出零售新业态361°超品,定位“全民运动装备站”,依托“千平空间、全场景品类覆盖、一站式自助购齐”模式。上半年,电商线上专卖产品收益约18.2亿元,同比增长45%。其海外销售网络已延伸至美洲、欧洲及“一带一路”沿线地区。

去年,特步集团旗下的索康尼收入突破10亿元。今年上半年,该品牌延续强劲表现,集团专业运动分部收入7.85亿元,同比增长32.5%,占本集团总收入的11.5%。同时,电子商务业务仍是增长的主要动力,占特步主品牌收入超过30%。据悉,随着零售市场的迭代,今年下半年,特步将启动直接面向消费者的战略布局,预计可在零售网络管理方面取得更大成效。

1至7月全国社会物流总额比增5.2%

国际物流成为新增长点

本报讯 中国物流与采购联合会日前公布今年前7个月我国物流运行数据。1至7月,全国社会物流总额201.9万亿元,按可比价格计算,同比增长5.2%;7月份当月社会物流总额同比增长4.9%。物流运行延续稳中有进的发展态势,社会物流总额保持稳定增长。

1至7月,我国工业品物流总额同比增长5.7%。工业品物流基础更加坚实和多元化,多个维度增长面持续扩大,35个行业物流需求实现同比增长,增长面超过85%;335种产品产量同比增长,增长面超过50%。

1至7月,单位与居民物品物流总额同比增长6.2%,比上半年提高0.1个百分点。实物商品网上零售额增长6.3%,快于社会消费品零售总额增速1.5个百分点。即时零售、直播带货等新型消费助力相关的实体零售同步改善,仓储会员店产生的相关物流需求增速持续超过30%,显示线上线下物流需求协同发展。

高端制造、数字智能、绿色低碳等领域协同发力,成为引领物流需求升级的重要引擎。7月份,规模以上高技术制造业相关物流需求同比增长9.3%,模拟芯片、3D打印设备、工业控制计算机及系统等高端产品物流量增速均超过20%;规模以上数字产品制造业物流需求增长8.4%,机器人产业相关物流量增长均超过10%;新能源汽车、锂离子电池等新能源产品物流量增长均在20%左右。

国际物流成为新增长点。中亚班列累计开行8526列,同比增长23.2%,中老铁路累计发送跨境货物344.1万吨,同比增长6.4%;在跨境电商等需求带动下,国际航线完成邮运量38.8万吨,同比增长21.5%,为畅通国内国际双循环、保障供应链上下游平稳运行提供了有力支撑。(新华社)

20批次食品抽检不合格 多批次水果检出农兽药残留

本报讯(融媒体记者陈云青)近日,省市场监管局发布第34期食品安全监督抽检相关信息通告,通告涉及30大类814批次食品及餐饮具。其中,合格794批次,不合格20批次。不合格项目涉及微生物污染问题、食品添加剂问题、农兽药残留问题、重金属污染问题、其他问题。

微生物污染问题:福州市马尾区老卢餐馆的方盘,大肠菌群不符合食品安全国家标准规定(以下简称不符合规定)。标称福建省尚麦点食品有限公司生产的港式蛋皮软蛋糕(芋泥风味),菌落总数不符合规定,销售单位为福清市多乐超市有限公司。

食品添加剂问题:标称福建省明溪三老食品有限公司生产的肉脯干,山梨酸及其钾盐不符合规定,销售单位为溪源鲜生(漳州)科技有限公司。标称福建双丽源食品有限公司生产的绵密云蛋糕(菠萝味),纳他霉素不符合规定,销售单位为永泰县樟城镇闽辉便利店二店。标称兴化市彬旺调味品食品厂生产的咖喱粉调味料,柠檬黄、日落黄不符合规定,销售单位为泉州市松花春水餐饮服务有限公司。兴化市彬旺调味品食品厂对产品真实性提出异议,经属地市场监管部门核实,该批次产品为假冒产品。

农兽药残留问题:晋安区御品水果店销售的(精品)妃子笑荔枝,除虫脒不符合规定。南平市建阳区大润发商业有限公司销售的妃子笑荔枝、福州市台江区鲜之丰水果店销售的A级-桂味荔枝,吡虫啉不符合规定。漳州市黄小芬杂货店销售的芒果,吡虫啉不符合规定。仙游县鲤城菜桶小吃店销售的精选海南牛奶木瓜,噻虫胺、噻虫啉不符合规定。宁德市东侨经济技术开发区田园壹号水果店销售的香蕉,噻虫胺、噻虫啉不符合规定。厦门夏商百货集团三明有限公司三元店销售的冰鲜黄翅鱼(海水鱼),恩诺沙星不符合规定。宁德市东侨经济技术开发区苏小斌蔬菜店销售的薄皮青椒,噻虫胺不符合规定。

重金属污染问题:延平区谢家生蔬菜店销售的生姜,铅不符合规定。拓荣县浙荣购物广场有限责任公司销售的长茄子、莆田市城厢区东芳蔬菜批发店销售的大茄子,镉不符合规定。

其他问题:福州市晋安区马尔西木餐饮店的小碗,阴离子合成洗涤剂、大肠菌群不符合规定。莆田市城厢区闽蒲江餐饮店的小白碗、福州市马尾区老卢餐馆的小圆碗,阴离子合成洗涤剂不符合规定。标称福建润海时代科技有限公司生产的润海时代猪五花(猪肉),标签不符合预包装食品营养标签通则要求,销售单位为福州老张家电子商务有限公司。

转让启事

我有废旧台式计算机、打印机等办公设备若干欲转让,请有意购买者于9月1-5日上班期间现场看货,9月20日下午下班前投报价。联系人:林先生,联系电话:22500262。

泉州晚报社 2025年9月1日

防晒、降温、防皱……

男装品牌以创新面料推动产品“破圈”

夏季的高温给商务男装品牌带来了新的考验,如何在体现专业与稳重的同时,也能够带来清凉着装体验,泉州男装企业在面料上不断发力,约10摄氏度的温差“CoolEffect”降温面料、凉感纱线织成的冰氧酷纱面料、能吹风的“空调裤”……通过各种面料“黑科技”带动了销量的增长。融媒体记者 刘文艳 文/图

凉感科技带动单品销售

“赛道级黑科技,接触瞬间凉感”“透气防泼一体两面”“UPF50+、遮热率30%+”,定价799元的九牧王“空调裤”上市两个月销量破6万条,单品零售额最快破3500万元纪录,带动品牌35岁以下会员流水激增190%。

据了解,九牧王空调裤采用2:1尼棉配方,内侧棉织风路结构与外侧凉感尼龙纱线组合,实现如“行走的空调”般送风制冷;叠加UPF50+超强防晒、遮热率超30%;同时面料纤维仅有头发丝的1/8,上身轻盈透气。

利郎在今年推出的第四代冰菠萝衫,同样成为热销单品。“6月底,冰菠萝衫已售罄了。这款产品是3月开始销售的,其间全网卖出超20万件,流水同比增长了60%。”利郎电商负责人表示。在利郎的天猫旗舰店内,记者看到,销量排在前列的,还有液氮凉感T恤、冰皮T等。

据介绍,利郎冰菠萝衫采用独特的Y型凉感纱线织成冰氧酷纱面料,通过异性断面纤维结构,将热量导向纤维末端,能带来瞬间凉感,并且可以长时间保持低温的清爽。此外,该面料为棉与莫代尔混纺,兼具棉的吸湿透气和莫代尔的柔软顺滑。



我市一男装品牌专卖店内,采用创新面料的新品被摆放在最醒目的位置。

值得一提的是,该面料为利郎自主研发面料,获得实用新型专利证书。

极致单品撬动细分市场

空调裤和冰菠萝衫销售的火爆,其实也呈现出男装品牌的极致单品思维。

在空调裤之前,九牧王推出了“小黑裤、轻松裤、商务户外1号裤、自由牛仔、高定西裤”五裤矩阵,匹配男性客群在不同场景的穿着需求,力求“在细分赛道做到极致”。具体来看,“商务户外1号裤”具备“三超三防”的性能;“轻松裤”强调轻松穿、轻松选、轻松打理的理念;“小黑裤”主打高弹、透气、凉爽、百搭、易打理;“自由牛仔”主攻高弹舒适;即便是不那么适合户外

的“高定西裤”,也强调100%意大利进口羊毛,兼顾轻薄舒适和天然抗皱。

其中,集商务、休闲、运动属性于一身的“小黑裤”成为九牧王的明星单品。数据显示,2019—2023年小黑裤累计销量超300万条。

2023年利郎耐洗POLO衫以“30次机洗如新”之名发布,受到了行业和广大消费者的密切关注,单品销量更是频频霸榜。今年,利郎耐洗POLO衫3.0凭借高品质、多功能再次成为趋势新品。

针对商务人士的夏日场景需求,利郎进一步叠加高效防晒功能,UPF50+的防晒性能能有效阻挡紫外线。与此同时,利郎耐洗POLO衫的3D立体版型、腋下独立裁片设计,以及12种稳重配色,恰好平衡

了正式与松弛感,成为博主口中“一衣通勤、差旅、休闲”的万能单品。

科技创新成就差异化核心

实际上,随着服装市场竞争的加剧,面料的科技含量已经成为男装企业差异化竞争的核心。

不久前,七匹狼与意大利奢侈面料巨头杰尼亚共同宣布,双方将联合开发一款突破性的“降温面料”。据悉,该款创新面料将应用于七匹狼2026年春夏系列成衣。这款面料纤维直径仅为17微米,克重约为200克/米。在此基础上,通过运用先进的特殊染色和后整理技术,该面料能够高效反射紫外线辐射,从而显著降低面料表面温度。经专业测试表明,与普通面料相比,“CoolEffect”面料可带来约10摄氏度的温差。

围绕商旅场景的差异化需求,七匹狼以“夹克专家”的战略定位为引领,在材料、技术、生产等全维度持续发力,不断提升产品价值。多款商旅夹克产品创新性地采用温变、光变面料,以及充气颈枕、发光装置、智能蓝牙等一系列前沿科技元素。

从“30次机洗如新”的耐洗POLO衫到“持久不发黄、纯白不褪色”的持久白免烫衬衫,再到“不惧湿冷,拒水更保暖”的利郎拒水羽绒3.0……利郎陆续创新研发了多个解决传统服饰痛点的产品。

通过不断的科技创新,利郎如今已形成了集染整实验室、面料开发中心、成衣面料研究所、检测中心、成衣设计、工艺技术中心及知识产权保护部等组成功能为一体的完整研发中心。