

多家上市泉企发布年报 营收净利润实现“双增长”

近日,361度、恒安集团、中国利郎有限公司、卡宾服饰有限公司等公布了2025年度业绩报告。去年361度总收益同比2024年上升10.6%,连续五年保持两位数增长;尽管面临原材料价格波动、消费市场竞争加剧等因素,恒安和利郎依然实现了总收入和净利润的双增长;卡宾虽然营收有所降低,但通过优化运营也实现了净利润的增长。

□融媒体记者 刘文艳

业绩表现亮眼

恒安集团发布的2025年度业绩报告显示,全年总收入230.69亿元,同比仅微增1.8%;但归属于母公司的净利润却达到了25.35亿元,同比增长10.3%。

利郎集团亦取得了营收利润的“双增长”。数据显示,去年利郎集团收入同比增长11.5%至40.69亿元,权益股东应占利润上升9.0%至5.02亿元。利郎成为闽派男装史上首家营收破40亿元大关的上市企业。

卡宾集团虽然营收有所降低,但是利润却实现了双位数的增长。报告显示,2025年卡宾集团取得收益9.44亿元,同比减少8.8%。尽管收益下降,卡宾仍通过运营优化实现了年内溢利3197.7万元,同比增长10.67%。

从年报中可以看出,企业的增长已经不再依赖于简单的规模扩张,而是来自持续的产品创新和渠道升级,以及内部运营的优化。

产品升级推动价值提升

产品升级是推动利润增长的重要因素。恒安集团在产品端推动的“高端化”策略开始兑现正向结果。以“心相印”湿纸巾为例,这一细分品类在去年上半年即录得超34%的增长,新推出的“向野而生”等高端纸品系列依托新颖的设计风格 and 香型等,精准切中了年轻消费者对品质与场景的双重需求。此外,厨房湿巾、纸巾、湿厕纸等“场景化”“品质化”产品受到市场青睐,保持了良好的增长,拓宽了产品类别,展现出良好的增长态势。

利郎也格外注重创新研发,利郎集团不断夯实技术团队。截至2025年12月底,利郎集团研发部人员共401人,占利郎集团员工总数的6.9%。继2024年

利郎拒水羽绒3.0获世界纪录认证机构(WRCA)两项认证,横扫美国MUSE设计金奖等七项国际大奖,2025年利郎拒水羽绒系列升级至4.0版本。此外,其持久白免烫衬衫以DP3.5级免烫工艺,保持“30次机洗平整亮白”优势;耐洗POLO衫升级高温无缝热压工艺与高牢度染色技术,兼具易去污、防晒、速干功能,契合商务通勤需求;利郎集团在抗皱、快干、耐洗等基础功能上持续突破,相关技术广泛应用于全年新产品线,实现功能性与舒适度的平衡。

拓展实质性步伐。面对消费习惯的剧烈变迁,恒安在渠道端的应变速度也值得关注。2025年,恒安集团电商及新零售渠道销售额同比增长10.1%,占整体销售比例已达36.9%。同时,恒安并未止步于传统电商,积极布局即时零售等新兴赛道。在纸巾、卫生巾等日用品“即时满足”需求日益突出的当下,这一布局无疑为线下渠道提供了有力的补充。

渠道改革打造增长引擎

利郎上扬的业绩中,新零售渠道是核心增长引擎之一。通过各大平台的网店及其他新兴渠道,利郎已经从库存清理转型为新品销售主力,在线深耕成熟平台并拓展新兴渠道,去年电商业务表现优于整体,增长达到25%。在线渠道方面,利郎集团覆盖抖

音、天猫等成熟销售平台,以及拼多多、微信视频号、得物、小红书等新兴渠道。去年抖音销售额同比大幅增长39%。此外,利郎的门店正式落户马来西亚,开设了包括吉隆坡核心商圈的“未来商业(Future Retail)”概念旗舰店在内的4家海外门店,迈出全球

本报讯(融媒体记者郭剑平)春耕备耕正当时,农资保障是关键。近日,中华全国供销合作总社发布2026年全国供销合作社农资保供重点企业名单,福建省共有6家企业入选,为全省春耕生产筑牢农资供应“压舱石”。其中,福建省福农农资集团有限公司(福建省农资集团)在泉州设有子公司,作为泉州核心农资保供主体,覆盖全市服务范围,承担化肥、农药、农膜等农资储备与配送任务,全力保障泉州本地春耕生产需求。

据悉,此前公布的2026年福建省供销社农资保供重点企业名单中,泉州有3

家企业入选,分别是福建省农资集团泉州公司、永春县农业生产资料公司、德化县农业生产资料公司。这3家企业立足泉州市县域特色农业,精准对接不同区域生产需求。此外,泉州市供销社还公布了市级农资“保供稳价”企业名单,覆盖鲤城、丰

泽、晋江、惠安、安溪等各县(市、区),进一步织密泉州农资保供网络。值得一提的是,南安市天禾绿保农资有限公司此前已入选国家级农资保供重点企业,是泉州唯一一家国家级农资保供主体,负责南安及周边区域的农资供应保障工作。

全国供销总社农资保供重点企业名单发布 泉州织密农资保供网络

创新赋能,质效筑基: 361度发布2025全年业绩 营收增速与股价表现双领跑



361度集团与斯坦德机器人公司达成战略合作

全球资源共振 361度筑牢专业护城河

“质效兑现”背后,源于361度对“专业为本、品牌为先”品牌策略的坚守。当今时代,消费者对运动装备的专业性能提出更高要求,361度敏锐洞察趋势,通过整合全球顶级体育资源与构建明星代言人矩阵,构筑起坚实的品牌专业护城河。

回顾2025年,361度在全球体育版图的布局再落关键棋子,连续五届蝉联亚运会官方合作伙伴,与亚奥理事会开启新一轮战略合作,成为首个同时具备亚运会与亚冬会官方合作伙伴身份的运动品牌。此外,签约成为世界泳联2026—2029全球合作伙伴及2025年WTCC世界网球洲际对抗赛官方供应商,进一步拓宽国际影响力。

产品布局方面,361度将技术研发转化为实战价值。361度累计获得的1110项专利成为其差异化竞争的坚实底座。篮球领域,尼古拉·约基奇第二代签名鞋“JOKER2”及阿隆·戈登第六代签名鞋“AG6”在美国全球同步首发,以此为契机,361度进驻丹佛掘金主场及巴西NBA官方商店,将品牌全球影响力从赛场辐射至市场;跑步领域,“飞燃5”系列跑鞋亮相柏林马拉松,助力精英跑者刷新赛事纪录,彰显了顶尖竞技实力。

凭借“顶级赛事背书+巨星产品落地”的组合策略,361度精准契合了理性消费时代用户对专业性能的核心诉求。值得注意的是,海外市场表现亮眼,361度国际零售流水(按销售额计)同比增长约125.4%,成为驱动业绩增长的重要引擎。



361度超跑

质效兑现之年 361度迎来价值重估

2025年对于361度是具有里程碑意义的“质效兑现年”。其中,“质”具体是指经营质量的稳健提升,盈利能力的增强、现金流的优化以及运营效率的提升;“效”则直指经营业绩与市值的双重突破。多年稳健经营,2025年迎来“兑现”。

具体而言,361度在2025年进一步提升营收规模,达到111亿元,继2024年之后再次稳居“百亿营收”梯队,并实现连续五年双位数增长;与此同时,361度市值取得历史性突破,成功跨越“百亿市值”关口,完成从规模积累到价值爆发的转型。

361度其他财务指标来看,2025年ROE(净资产收益率)达到13.5%,相较2024年的12.4%再次增长1.1%,连续五年持续走高;2025年销售费用率为20.24%,相较2024年的21.95%进一步下降,连续五年行业最低,费用控制力增强;经营性现金流达到8亿元,同比大幅增长,为财务健康度提供有力佐证。

2025年全年,361度股价从年初的4.24港元升至年末的6.06港元,累计涨

幅达42.92%,不仅大幅跑赢大盘,更在服饰板块中处于领先。

伴随财务数据增长,361度迎来价值修复,市值增长表现亮眼。以3月24日发稿时5.59港元/股计算,361度市值达到115.6亿港元。以2025年13亿元净利润计算,PE为8.37倍,相较行业处于低位,仍具有投资价值。

资本市场以真金白银的投票,肯定了361度“质效双升”的经营成效,361度成功实现了股价表现与内在价值的同步重估。作为行业龙头,361度在2025年确立了其作为“百亿价值成长标杆”的市场地位。



361度亮相2025柏林马拉松

质效双升 演绎长期主义韧性

361度的2025年答卷,深刻诠释了“长期主义”的韧性。这种韧性并非一蹴而就,而是源于对渠道创新、细分赛道深耕及全球化布局的持续投入。

渠道创新方面,361度积极推动零售业态创新,全球超品店累计落成127家,成功达成百家门店里程碑,以“千平空间、全场景覆盖、一站式购齐”为核心的新型零售模式,成功完成了从模式验证到规模化布局的关键跨越。

儿童业务作为第二增长曲线,持续巩固“青少年运动专家”定位,收益同比上升10.4%至人民币26亿元。电商业务则加速迭代,持续强化线上体验差异化,收益同比上升25.9%至人民币33亿元。与此同时,拥抱即时零售网络,全面接入美团闪购、淘宝闪购,捕捉本地生活消费新增量。

值得关注的是,361度的全球化步伐显著加快。马来西亚吉隆坡海外直营店和柬埔寨海外首家超品店的先后落成,不仅提升了海外市场的品牌声量,更标志着品牌出海从“产品输出”向“品牌运营”的关键跨越。

与此同时,361度持续加码科技创新与战略联动,与斯坦德机器人、天津体育学院、康纶航天等知名企业及机构等展开跨界合作,驱动品牌专业形象与知名度持续提升,并构建起“教育—科研—产业”及“航天科技赋能”的全链条生态,为内生增长注入创新动力。

财务数据的稳健增长与高额分红(全年派息比率达45%),不仅是经营成果的体现,更是361度对股东长期回报承诺的践行。历年分红比例来看,361度近三年分红比例分别为5.88%、6.25%以及6.03%,是行业内唯一连续三年分红率超5%的企业。综合低PE与高分红情况来看,361度具备“估值修复+现金回报”双重投资价值。

达成百亿市值成就后,展望2026年,361度将深化“专业化、年轻化、国际化”品牌定位,构建更具活力与韧性的品牌生态,致力于书写中国民族品牌高质量发展的新篇章,并向200亿港元市值目标发起新的攀登。(吕振展)



361度官宣合作美团闪购