

亲亲食品2020年营收7.93亿元 同比增长14.8%

本报记者_刘宁 文图

本报讯 日前,亲亲食品(股票代码:01583.HK)发布截至2020年12月31日止年度业绩公告,实现收入7.93亿元(人民币,下同),同比增长14.8%;股东应占利润1766万元,同比下降78.2%。每股基本收益0.026元。

公告表示,2020年,亲亲食品已在多个战略性发展领域取得重大进展以增强其业务,并已建立更扎实的基础以支持其未来发展与增长。

数据上看,亲亲食品整体业务重新回到上升轨道,收入上升14.8%;电商业务持续增长,收入上升5.8倍,占2020年总收入的7.7%;亲亲集团对多家快速增长的消费品行业企业的策略性投资甚为成功,这部分公允价值(亦称公允市价、公允价格,即熟悉市场情况的买卖双方公平交易的条件下和自愿的情况下所确定的价格,或无关联的双方在公平交易的条件下一项资产可以被买卖或者一项负债可以被清偿的成交价格)增加人民币2870万元。

同时,公告显示,亲亲食品成功推出“亲亲物语”品牌新产品和新零食系列,以及制造、分销及销售米酒的新业务,并完成建立位于中国孝感市的新生产基地,继续兴建发展位于中国四个不同地区的新生产基地,以及改造现有生产基地以提升生产能力、质量及效率。

从年报上可以看到,尽管亲亲食品2020年的收入及毛利有所上升,其综合纯利却由2019年的8119万元减少至2020年的1766万元。

对此,亲亲方面解释其原因主要是,2019年集团出售若干土地使用权及物业而获得一次性收益约人民币2380万元,而2020年未有该出售项目收益;2020年港元及美元兑人民币贬值,集团取得以港币及美元计值的现金及现金等价物产生的有关汇兑亏损合共约人民币1220万元,而2019年期间港元及美元兑人民币升值,则取得汇兑收益人民币1310万元。同时,集团投放额外的精力及资源于电商渠道,以达销量增长及提高新零售渠道占比,推进集团业务的进一步长远增长。按照其战略规划决定,集团于2020年透过电商渠道销售的产品由于较大力度的产品促销活动和渠道费用支出以致净售价较低,导致电商业务年内录得亏损,并抵销了由于整体销量有所上升带动的毛利及利润增长。

此外,2020年,亲亲食品投资于多家具有快速增长潜力并与集团业务有协同作用的消费品行业企业的投资公允价值有所上升。因此,集团于2020年录得计入其他综合收益的公允价值净收益(扣除有关预提所得税后)人民币2170万元。

展望未来,亲亲食品表示,该集团将通过持续的产品创新以抓住消费升级带来的新机遇,坚持多品类的策略,重视提升产品质量,优化产品组合,强化重点产品的市场地位;拓展销售渠道,巩固现有分销网络,并进一步积极开拓电商渠道、零食品牌店及餐饮渠道等新的市场通路,提高渗透率;建造及改造生产基地并升级设备以完善生产设施,改进生产工艺及产品质量,并合理利用产能,提高生产效率,以满足集团长期发展;细化内部管理流程,投资于人才培养及信息化管理系统,以提高企业管理水平,提高集团的营运效率及核心竞争力,并增强集团的可持续发展。在投资层面,集团将寻找投资于具有快速发展潜力,并与集团业务产生协同作用的消费品公司的机遇,与战略投资伙伴合作,以促进集团的长期发展及业务增长。

浔兴股份 拟开展远期结售汇业务

本报记者_王云霏

本报讯 近日,浔兴股份公布,该公司3月11日分别召开第六届董事会第十三次会议、第六届监事会第十次会议。会议审议通过了《关于开展远期结售汇业务的议案》,同意公司及合并报表范围内的子公司在累计金额不超过人民币3亿元(或等值外币)的额度内与有关部门批准、具有相关业务经营资质的银行开展以套期保值为主要目的的远期结售汇业务。

宝龙地产蝉联 “中国房地产开发企业50强”

本报记者_王云霏

本报讯 16日,由中国房地产业协会、上海易居房地产研究院中国房地产测评中心联合主办的“2021中国房地产TOP500测评成果发布会”上,凭借突出的综合实力及可持续高质量增长,宝龙地产再次荣登榜单,位列第38位,同时获“2021中国房地产开发企业责任地产10强”第2位,宝龙商业获“2021中国房地产开发企业商业地产综合实力10强”。

2020年,伴随宏观经济影响承压,中国房地产行业整体增速有所放缓。在充满挑战的环境下,宝龙地产在实现规模增长的同时,保持了优异的经营质量,多项关键业绩指标稳步提升。2020年,宝龙地产累计完成合约销售额815.5亿元,超额完成全年750亿元的销售目标,同比增加35.1%;总收入从2019年的260.42亿元增至2020年的354.95亿元,同比上升36.3%,均创下历史新高。

业绩全面提升的背后,与宝龙所实施的最新战略方针有着重要关系。2020年,宝龙地产发布《新五年战略规划》,确定了未来五年“1+1+N”的地产布局方针,即重点关注长三角及大湾区,同时兼顾其他机会型优质地区,通过不断加码在长三角、粤港澳大湾区等区域的投资,推进公司的持续发展。

精准的投资战略为该公司带来了丰厚的回报,立足于2020年的业绩,宝龙将朝着千亿大关迈进。2021年,宝龙的合约销售目标为1050亿元,同比增长约29%。在2020年度业绩发布会上,宝龙地产总裁许华芳表示,目前公司的土地储备,基本满足未来3年发展,目前宝龙地产可供销售的货值已经接近1050亿元目标,对于2021年实现千亿目标有着十足的信心。



特步国际授出7500万股奖励股份

本报记者_柯雅雅

本报讯 日前,特步国际(股票代码:01368.HK)发布公告,于2021年3月19

日,根据股份奖励计划向超过100名作为集团雇员的股份奖励承授人授出7500万股奖励股份。据特步董事

知、尽悉及确信,概无股份奖励承授人为公司的董事、主要行政人员或主要股东或他们各自的联系人或公司的关联人士。

据悉,新股份将根据股份奖励计划的条款,根据一般授权向受托人配发及发行,以偿付授予股份奖励承授人的奖励股份。

多家机构对特步国际做“买入”评级

本报记者_柯雅雅

本报讯 在特步国际发布2020年年报后,19日特步国际收盘报4.00港元,涨7.53%。多家机构对特步国际做“买入”评级。

大和将特步国际评级由“持有”上调至“买入”,目标价升至4.5港元,其表示,虽然前景未明,但相信最坏的情况已过去。

招银国际维持特步国际“买入”评级,目标价升至5.84港元,相当于2022年预测市盈率14倍,上调其2021年至2022年每股盈利预测9%及7%。招银国际认为,特步国际去年纯利同比跌29%,预期今年零售销售维持高增长,库存水平更健康、毛利率见底回升、新收购品牌的亏损收窄。

东方证券根据特步国际年报上调未来三年的盈利预测,预计特步国际2021年至2023年每股收益分别为0.25元、0.30元和0.35元(原2021-22年为0.22和0.26元),参考可比公司估值,给予特步国际2021年15倍的PE,对应目标价4.13港币(3.75元人民币),维持“增持”评级。

特步国际新品牌2021年开店加快造成亏损增加,下调2021年EPS预期8%至0.26元,维持2022年EPS预测0.32元不变。当前特步国际股价对应12.5/10.1倍2021/2022年市盈率。维持跑赢行业评级,考虑新品牌开店亏损仅影响短期业绩,维持目标价4.41港元,对应15倍2021年市盈率,有19%的上行空间。

舒华体育 对4000万闲置募集资金进行现金管理

本报记者_柯雅雅

本报讯 日前,舒华体育发布公告,对4000万元闲置募集资金进行现金管理,对其进行招商银行点金系列看

涨三层区间90天结构性存款。舒华体育表示,本次闲置募集资金理财金额为4000万元,占2020年9月30日货币资金的比例为38.61%;招商银行的上述理财产品主要投资于银

行存款和衍生金融工具,理财产品类型符合安全性高、流动性好的要求,不存在变相改变募集资金用途的行为,不影响募投项目正常进行。此前,舒华体育已同意

在不影响正常经营及风险可控的前提下,使用不超过人民币1.5亿元的暂时闲置募集资金进行现金管理,以提高舒华体育的资金使用效率,增加舒华体育投资收益。

“纺织服装性能评估及应用创新”研讨会 聚焦产品保暖性

本报记者_施珊妹 文图

本报讯 近日,由中纺协检验(泉州)技术服务有限公司和石狮市中纺学服装及配饰产业研究院共同举办的“纺织服装性能评估及应用创新——保暖性”研讨会召开。

会议特邀嘉宾有波司登羽绒服有限公司供应链中心质量总工程师曹宗华、石狮市中纺学服装与配饰产业研究院常务副院长蔡涛和中纺协检验(泉州)技术服务有限公司副总经理林凤喜,参加会议的有企业代表、业界人士和相关行业的技术人员,参加人数共计50余名。

会上,曹宗华作为GB/T 14272等标准起草人之一,介

绍了羽绒服保暖性的相关知识,演讲内容从羽绒服的保暖原理,到羽绒服保暖的测试方法,再到羽绒服保暖性的八大影响因素,以及未来羽绒服需要研究的几个问题做出了深入解析。

中纺协检验(泉州)技术服务有限公司副总经理林凤喜介绍了保暖材料分类及保温性能检测等相关内容,如哪种材料的保暖性更优异、保暖性能如何评价、表征指标有哪些等做出了详细的介绍。

石狮市中纺学服装与配饰产业研究院常务副院长蔡涛介绍了基于实际应用场景下的服用保暖性评估体系研究等内容。蔡涛表示,服装的保暖性在消费者看来是穿在



身上的体验。而将消费者的体验感模拟于研发阶段,建立一套完善的服装评价体系有助于更好地优化产品性能,

提高产品附加价值。相信在未来随着人工智能的不断发展,会有更多更好的技术应用在纺织服装产业。

泉州轻工职业学院展开校行(企)合作

本报记者_施珊妹

本报讯 近日,泉州轻工职业学院举行社会服务工作研讨会暨职业技能等级认定工作启动仪式。

会上,获评“职业技能等级认定点”的泉州轻工职业学院,还与贝壳房产签署

“二元制”人才培养协议;与晋江市总工会、晋江市工业设计及时尚创意设计签署人才培养协议。与此同时,启动了职业启航班[胡满荣大师班(2021)1班、贵人鸟互联网营销师班、ABC KIDS互联网营销师班]。泉州轻工职业学院校

长林松柏表示,泉州轻工职业学院被评为“职业技能等级认定点”,能够让学校更好地对接区域产业,以需求为导向,精准育人,加强立德树人、文化育人,开展企业职工职业技能等级认定工作,服务企业员工思想政治引领和技能素

质提升工作,助力打造知识型、技能型、创新型高素质产业工人大军,服务社会经济高质量发展超越。泉州轻工职业学院希望通过上述形式,多加与企业联系,倾听企业声音,以培养出适用于当地产业所需的人才。

华为(晋江)工业互联网云孵化中心 数字赋能沙龙举行

本报记者_吴晓艳

本报讯 近日,“云端赋能 智创未来”为主题的数字赋能沙龙举行。

“当前国内外供应链技术发展的趋势是什么?”“后疫情时代,企业仍面临哪些问题?”“什么是华为云?”“数字化转型能够为企业解决哪些问题?”……沙龙上,来自华为技术有限公司的相关代表发表演讲,为企业分享数字化转型搭建了平台,促进其对数字化转型的认知,更宣讲了相关政策。

华为技术有限公司福建泉州华为云业务部总经理吴双平表示,随着云计算工业互联网、人工智能、物联网的加速落地,数字经济也在加速融入人们的生产、生活。工业互联网作为新一代信息技术与制造业深度融合的落脚点,是传统产业转型升级、推动高质量发展的重要引擎。

“英林是我们活动的第一站,之后还将继续深入各乡镇、街道企业。”吴双平认为,晋江拥有“晋江经验”和丰厚的传统制造业的基础,尤其是鞋服产业链的完整,在发展上拥有非常好的优势。而华为拥有深厚的技术底蕴和丰富的资源及经验,能够与本地产业结合,提供定制化的解决方案,帮助企业通过数字赋能建设、信息化系统,助力企业实现产业深化、升级、转型。

该沙龙由晋江市工业和信息化局、英林镇人民政府主办、华为(晋江)工业互联网云孵化中心、晋江市泳装产业协会承办。

GB/T 14272-2021《羽绒服装》正式发布

本报记者_施珊妹

本报讯 近日,国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会正式发布公告批准最新一批推荐性国家标准,其中GB/T 14272-2021《羽绒服装》等5项纺织服装国家标准发布。最新修订版《羽绒服装》国家标准正式实施日期为:2022年4月1日。

据悉,全国服装标准化技术委员会于2020年完成GB/T 14272《羽绒服装》报批工作,考虑到羽绒服装相比其他品类的服装在原材料采购和生产环节上相对较长,企业需要更多的时间进行调整和适应,且由于疫情的持续影响,羽绒服装企业的生产和销售均受到较大冲击,产品周转周期变长,原料更新与成品消化适应更难,实体企业经营压力持续加大。为使羽绒服装生产企业平稳转换至执行新标准,全国服装标准化技术委员会特向上级主管部门建议标准正式发布日期和实施日期之间的时间间隔为一年,于2022年4月1日起正式实施。

记者了解到,新标准有了新变化,其中羽绒种类标注只分鸭和鹅,不分灰和白;将原标准中“含绒量”修改为“绒子含量”;增加了成品洗涤后外观质量的考核要求;蓬松度测试方法修改为蒸汽还原法;防钻绒性的考核及评价方法修改为“成衣转箱法”;增加了烷基酚(AP)和烷基酚聚氧乙烯醚(APnEO)的限量要求的考核。

其中,“含绒量”修改为“绒子含量”及新的成衣防钻绒性测试方法是本次修订的关注热点。含绒量和绒子含量均是评价羽绒品质的重要指标,为顺应国际市场趋势,统一将“含绒量”修改为“绒子含量”。同时,防钻绒性的考核及评价方法由原标准的织物包摩擦法修改为成衣转箱法,从整体上对成品的防钻绒性做出评价,更贴合服装实际穿着使用情况,也避免了因服装款式复杂多样导致取样困难等问题,该方法是目前国内外现行羽绒服装防钻绒性测试方法的重大突破,将有效解决企业的难点和消费者穿着体验的痛点。

新标准实施后,将在四个方面发挥积极作用:一是羽绒品质的考核与国际接轨,便于国际各国间进行对比,提高我国羽绒服装在国际市场中的竞争力和影响力;二是规范羽绒服装行业及其产业上、下游相关企业的市场秩序,为监督管理部门提供规范的执法依据,进一步提高羽绒服装的产品质量;三是以消费者实际穿着体验为出发点对产品进行评价,将有效提高消费者的满意度;四是引导企业绿色生产,保护环境生态友好。

新冠力品牌战略发布会举行

本报记者_吴晓艳

本报讯 18日,“新材料、新技术、新市场”2021新冠力品牌战略发布会在晋江举行。来自全国各地的产、学、研、智及行业协会等200名嘉宾共聚一堂,共同探讨在新竞争环境下,鞋胶产业如何实现创新驱动发展。

历经几十年的发展,中国胶粘剂制造技术日趋完善,种类丰富,成为世界上胶粘剂用量最大、增长最快的市场。其中,鞋类市场需求的快速增长,高新技术的渗透,也使高性能高品质鞋用胶粘剂的市场需求不断扩大。然而,中国胶粘剂企业与世界胶粘剂巨鳄们的技术仍有很大差距,国内企业缺乏跨国管理及海外布局经验,企业发展受成较大。

“谁能更好地适应新材料,谁就能更先抢占新市场,谁就有未来。”新冠力创始人郭松华坦言,技术创新是企业的基因,也是市场竞争的立身之本。近年来,国家鼓励环保型胶粘剂种类发展,新兴市场快速增长,自主创新与核心技术逐渐提升,新一代鞋胶技术的出现,让技术的创新日益成为该行业变革和企业转型的决定性力量。

基于行业痛点,新冠力研发了一系列具有市场竞争力的产品:招牌产品UV照射剂及免打粗橡胶、EVA处理剂能有效提高鞋流水线生产效率;创新产品军警鞋靴专用A20和灌注胶系列,专为联帮灌注工序研发,可通过28天耐水解测试;转胶印处理剂则能有效解决极难处理的胶印和KPU鞋材表面破黏合问题。

郭松华表示,接下来新冠力将夯实基础沉淀实力,继续强化技术凝聚研发。