上市公司圈

同比增长32.9%
361度上半年实现纯利约4.01亿元

本报记者 柯雅雅

昨日，361度发布中期业绩，实现收益约人民币31.07亿元，同比增长15.7%；毛利同比增长28%至约13亿元；权益持有人应占溢利约4.01亿元，同比增长32.9%。每股基本盈利19.4分，不派息。截至昨日收盘，361度涨4.11%，报3.55港元。

公告称，期内361度毛利率按年上升4个百分点至41.8%。鞋类及服装的平均批发售价分别按年下降1.4%及下降15.2%，主要由于产品组合的变动，其原因为部分2019年冬季产品延迟至于2020年上半年发货，平均批发售价较高，而2021年上半年并无出现此类情况。

“今年6月，我们利用自有资金完成美元债的最终赎回，并公布期权计划，可谓轻装上阵，更有干劲。展望未来，我们预计体育行业将保持稳健增长态势，充满发展机遇。”361度集团主席丁辉煌表示。

361° 儿童携手中国航天打造童装产品。

消费体验再升级

上半年，中国国内体育行业持续复苏并充满机遇，361度坚持“以消费者为核心”理念，强化“专业化、年轻化、国际化”的品牌定位，深度挖掘消费者需求，全渠道推动消费体验升级，拓展更广阔的市场空间。

消费渠道方面，顺应在线上线下消费加速融合的发展趋势，361度在升级零售门店，推进电商平台数字化转型的同时，积极扩充在线渠道，如正式上线自主开发的微信小程序“有颜有度”。同时，361度精准定位客户人群，满足消费者多样化需求，优化完善会员管理制度，吸引更多优质客户，会员规模进一步扩大。361度方面表示，“我们力争通过线下实体门店终端、在线电子商务与新零售渠道互相促进，共同推动全渠道消费体验升级。”

科研创新方面，361度侧重于专业功能性上的突破，多款产品获得国际奖项的认可。例如，国际线跑鞋361-FIERCE荣获法国专业测评网站Test 4 Outside评选“最佳交易奖”，361-STRATA 4荣获美国跑者世界评选2021年最佳二十五双跑鞋之一，“光速”服荣获2021年德国红点奖，飞燃跑鞋成为国际田联参赛认证碳板跑鞋等。

多维度整合优势资源

上半年，361度以清晰的品牌定位为指引，从“专业运动”与“潮流时尚”两大方面发力，优化和升级品牌资源矩阵，有力支撑集团的稳健成长。

专业运动资源方面，361度深耕篮球、跑步、综训三大核心运动品类，签约国际篮球巨星阿隆·戈登、中国职业篮球名将可兰白克·马坎为品牌代言人，赞助马拉松赛事及菁英跑者，支持多支国家队及职业体育运动队，强化品牌运动功能属性。与此同时，大力推广品牌自有篮球、跑步赛事，如“燃球局计划”“触地即燃”“三号赛道”等，积累和拓宽在相关运动社群领域的影响力。

运动潮流资源方面，361度基于IP联名运作方面的成熟经验，继续推出三体、小黄人、队长小翼、圣斗士、头文字D等联名产品，获业界广泛认可。今年6月，361度正式签约与品牌形象具有高契合度的国内著名青年演员龚俊为全球品牌代言人，进一步凸显潮流化与年轻化的产品特征，持续推动品牌形象升级。

此外，乘国潮崛起之势，361度在推动国潮文化发展方面取得重要进展。4月，361度在新疆乌鲁木齐与国家棉花产业联盟（CCIA）正式签订战略合作协议，旨在为消费者提供优质国棉产品，进一步提升中国棉花自有品牌的影响力。

纵深拓展童装业务

把握童装行业成长契机，361度大力推进产品线延伸及细分品类拓展，推出面向三岁以下小童产品系列，以及面向12至14岁青少年产品系列，并充分发掘儿童及青少年运动穿搭需求，持续丰富产品系列。当前，361度产品品类已覆盖跑步、足球、篮球、户外、校园生活等各类不同场景，满足消费者多样化需求。

同时，361度全面整合兼具底蕴与实力的中国足球俱乐部、足球学校等优势资源，继续深化361度儿童品牌的差异性优势，巩固提升集团于国内童装市场的领先地位，并通过加强与361度主品牌的紧密联动，扩大市场份额。

在产品层面，361度儿童坚持“科技新国潮”产品定位，持续增强产品的健康科技性，先后推出肌肤面干爽、迅弹科技等创新科技，并联合中国船舶集团，将军工级的“锌抑菌”科技应用于儿童产品中，为广大青少年提供更好的运动体验。此外，其还将童趣与时尚元素融入产品设计之中，如361度儿童与“中国航天”IP合作并推出一系列兼具未来感和科技感的产品。

同比增长5439.23%
兴业科技中期净利润1.16亿元

客户正在了解兴业科技新品。

本报讯（记者 柯雅雅）17日，兴业科技发布2021年半年度报告，报告期内兴业科技实现营业收入8.04亿元，同比增长87.08%；实现净利润1.16亿元，同比增长5439.23%；实现经营性现金流净量额9829.00万元，同比上升724.44%。

对于业绩的提升，兴业科技在报告中指出，由于国内新冠肺炎疫情得到有效控制，国民经济呈现稳中向好发展态势，消费市场复苏势头不断增强，还出现了部分外贸订单回流到国内的情况。而兴业科技前期原料皮储备充足，依托定制化、快速化的研发优势，以及多批次、小批量、交期短的产品交付能力，能够满足下游客户的多元化需求。

同时，当下互联网销售和直播带货等新零售形式崛起，许多互联网品牌以其新颖的产品设计，受到消费者的青睐，得以快速发展。这部分互联网品牌订单呈现批量小、款式多、订单交期短等特点，为了抓住这部分市场，兴业科技营销中心在互联网品牌的集中区域，通过区域独家经销的模式，整合零散订单资源，借助兴业科技的研发实力和快速的产品供应能力，为客户提供服务，深度发掘市场潜力。

而随着流行趋势及设计理念的转变，在沙发等家具中，天然真皮材料的使用越来越多，电子产品的包覆材料中也采用天然真皮材料。

“面对新的市场机遇，我们凭借技术研发优势，针对不同的产品需求，开发家具用皮革和电子产品包覆用皮革。”兴业科技指出，目前，兴业科技家具用皮革和电子产品包覆用皮革已经与下游客户开始小批量的供货合作。

兴业科技表示，兴业科技总部设有技术中心，各事业部均组建有产品开发团队，双重研发体系信息共享、相互配合，分别从行业端新技术、新工艺的创新、新材料的应用，以及产品端时尚性、舒适性、功能性的改善，共同推进科研成果转化，通过技术研发引领企业发展。

此外，兴业科技通过引入熟悉外销运作的管理团队，借助企业的技术研发优势、原材料批量采购的资源优势，以及生产平台的规模优势，在外销客户拓展方面持续发力。报告期内，外销比例实现了大幅度的提高。

同比增长13.5%
亲亲食品上半年实现收入5.06亿元

本报讯（记者 刘宁）日前，亲亲食品发布中期业绩，截至2021年6月30日的六个月，集团实现收入5.06亿元，同比增长13.5%；公司股东应占亏损865.3万元，去年同期则盈利5025.5万元；每股基本亏损0.011元，不派息。

亲亲食品上半年整体业务持续增长。根据公告，除了收入上升，亲亲食品电商业务持续增长，其收入同比上升1.7倍，占上半年总收入的8.4%。同时，集团对多家快速增长的消费品行业企业的策略性投资继续取得成功，彼等的公允价值2021年上半年增加约1460万元。此外，在2020年下半年及2021年上半年，集团完成四个新生产基地的发展建设工作，以提升生产能力、质量及效率，并将进一步拓展当地周边地区的产品销售。

对于亏损，亲亲食品在公告中指出了主要原因，包括集团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（包括已在总收益中扣除之批量折扣、免费赠品以及应付在线平台之其他开支）以致净售价较低，以及电商业务的分销费用较高，导致电商业务有所亏损。同时，集团四个新基地刚投产，由于实现规模经济尚需时日，导致生产及管理费用均有所上涨。此外，亲亲食品也指出，上半年部分原材料价格上涨，新投入服务的生产设备的制造费用，劳动成本由于整体工资上调有所增加，上述原因使得集团产品单位生产成本上涨，纯利下降。而截至2021年6月30日的六个月港元及美元兑人民币贬值，也是亲亲食品纯利下降的主因之一。

亲亲食品方面表示，集团近年来的战略工作，特别是继续专注于对新产品、电商业务、信息化管理系统以及新生产设施及设备的投资，为集团业务发展的下一章奠定了坚实基础。虽然市场充满挑战，集团仍对未来充满期待。接下来，亲亲食品将通过持续的产品创新以抓住消费升级带来的新机遇；拓展销售渠道，巩固现有分销网络，并进一步积极开拓零食品牌店及餐饮渠道等新的市场通路；完成建造及改造生产基地并升级设备，提高生产效率；细化内部管理流程，提高企业管理水平；寻找投资于具有快速发展潜力并与本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。

客户正在咨询亲亲食品新品。
本报记者 董严军 摄

61家晋企上榜“拟入围2021年福建省科技小巨人企业名单”

本报讯（记者 柯雅雅）近日，福建省科技厅公示了拟入围2021年福建省科技小巨人企业的名单，全省共1458家拟入围2021年福建省科技小巨人企业，其中包括福建佶龙机械科技股份有限公司、伟志股份公司等61家晋江企业。

据了解，科技小巨人领军企业遴选以新一代信息技术、高端装备、新材料、新能源、生物与新医药、节能环保、海洋高新等战略新兴产业领域为重点，遴选具有较强创新能力、良好发展潜力和后劲、良好市场前景，在当地行业内有代表性和领头示范作用的企业。

入选企业可获得加大研发支持力度、加快研发机构建设、推进重大科技成果落地转化和产业化、支持市场开拓、加强知识产权工作、强化创新人才支撑、健全科技金融服务体系、完善科技中介服务体系等方面政策支持。

比如，对培育对象在福建省转移转化的重大成果项目，分阶段给予资金资助，单个项目最高资助总额可达2000万元；培育对象为规模以上工业制造业企业，参与省外公开招标项目中标并单个中标合同金额600万元以上，且实际履行合同收付款项已达合同总金额60%以上的，按合同金额的3%给予奖励，单个企业同一项目累计奖励金额最高可达300万元，单个企业年度签约项目奖励金额最高可达500万元；培育对象并购国外高端品牌的，按并购金额的5%给予补助，单项补助不超过500万元等。

海峡两岸大学生设计营收获175件设计作品

本报讯（记者 柯国笠）历时十余天的2021年晋江市海峡两岸大学生设计营圆满收官，最终收获175件设计成果作品。这是近日记者从晋江市工业设计与时尚创意协会了解到的消息。

据悉，今年设计营吸引了恒安、361°、晋工机械、向维智联、茂泰、优安纳、纸友、小时候、福广家等9家企业参与承办，吸引了两岸50多所高校、近500名学生报名。其中，研究生比例超过了10%。经过严格筛选，最终，来自两岸知名设计院校的10名导师、147名优秀学生获得资格参与本届设计营。

今年，受到新冠肺炎疫情的影响，设计营以线上线下结合的方式举行。学员与9家承办企业工业设计的相关负责人进行创意思维碰撞、创意作品开发。同时，本届设计营还特别策划了2场台湾专场（指导老师和学员全部来自台湾）、2场定向专场（指导老师和学员来自同一所院校）、5场混搭专场（指导老师和学员来自不同院校），丰富活动举办形式。

据悉，自2014年启动以来，晋江设计营历经连续7届积淀，现已成为闽台交流合作亮丽名片，成为推动海峡两岸设计与制造融合发展良好平台，促进工业设计与制造业融合发展。历年来，已有近900名海峡两岸师生融入参与，创作出了2176件优秀创意设计作品。其中，有不少设计作品已先后在晋工、力利等企业落地开花、量产销售。

设计营导师、湖北美术学院工业设计学院讲师陈镇表示，设计营非常有特色，活动影响力每年都在提升，企业和学员的参与热情不减，不仅为企业工业设计需求的解决提供了通道，也为年轻设计师提供了创意想法落地的可能性。

晋江市工业设计与时尚创意协会常务秘书长陈诗从表示，设计营活动常态化举办，历经多年，覆盖面广，已经渗透纺织服装、制鞋、工程机械、食品、伞具、玩具、泳装、文创产品、智能穿戴等多个领域，覆盖面广。同时，活动深入企业，不仅产生了众多落地性设计方案，也带动企业主动以工业设计为力量，进一步提升自己的竞争力，为企业带来可观的效益。未来，设计营还将持续举办，在发挥平台作用、迸发更多创意想法的同时，也成为晋江吸引设计人才的重要平台。

据悉，本届设计营活动在保持了作品创意性的同时，兼顾后期作品落地性，真正为企业提供创新创意方案，实现了“时间短、成本低、融入快、见效好”的良好效果。不少企业连续多年承办，他们表示，将持续携手设计营活动，不断提升与年轻设计师、创意设计前沿思维的互动，提高工业设计与制造的融合水平，带动企业增效提质。

本届设计营由晋江市工业和信息化局主办、晋江市工业设计与时尚创意协会承办。

订单充足
红日袜业“内功”修炼显成效

本报讯（记者 吴晓艳）昨日，记者走进红日袜业车间，看到工人们正在埋头苦干，生产线上一派繁忙景象。该公司相关负责人高红海告诉记者，公司订单充足，货品储存空间翻了一番，开发了金利来、七匹狼等新客户，生产工艺也不断提升。

由于订单充足，红日袜业货品储存空间也从1300平方米增至2700平方米。同时，企业紧跟客户要求，打造合适的产品。高红海介绍，公司虽然走在细分领域前沿，但要维护好客户且在激烈的市场竞争中站稳脚，还得不断提升产品、推陈出新。以客户金利来为例，其主要走的是商务路线，对袜子这样的小配件要求也很高。为此，红日袜业经过不断研发，袜子的生产工艺已从32线支成功升级为40线支，“纱支越高纱线越细，所用的原料品质要求越高，40线支的袜子穿起来会更细腻、舒适。”

当然，订单充足的背后也有不少发展痛点，其中，原材料上涨就是企业不可回避的问题。

“今年来，原材料价格频频上涨，特别是‘新疆棉’事件后，国内棉花短缺，价格飞涨。”高红海表示，作为一家专注高端棉袜生产20年的企业，红日袜业始终遵循专业制造、专家服务的发展理念，为客户提供健康舒适的袜子等产品。尽管原材料价格上涨令人头疼，但公司在产品生产上仍以质量为重。

高红海透露，今年，公司还专门设立了研发室，每周都会有新的样式产生。而企业目前正在打造的智能车间，预计三个月后可以投入使用。

分类广告 2021年8月18日 星期三 广告热线：13305077599 晋江市白蚂蚁防治公司 13959940793

遗失声明

晋江市天下英蚝餐饮店（社会信用代码：91350582MA34AMH849）不慎遗失晋江市市场监督管理局核发的食品经营许可证正本原件，许可证编号：JY23505820012890，现声明作废。

晋江市天下英蚝餐饮店
2021年8月18日

遗失声明

晋江市英林镇秀桃茶叶商行，不慎遗失食品经营许可证正本原件，许可证编号：JY13505820359916，现声明作废。

晋江市英林镇秀桃茶叶商行
2021年8月18日

声 明

福建省晋江市内坑镇古山村民许世桥，曾用名：许世井（已故），其本人与许世传共同持有坐落于古山村三斗的房屋所有权证（编号：晋房坑字第10449号）、房屋共有权保持证（编号：晋房坑字第3069号），共有人：许世井，此证明“许世桥”与“许世井”系同为一个人，特此声明。

声明人：许世传
2021年8月18日