

上市公司圈

宝龙地产拟分拆宝龙房托基金在港上市

本报讯（记者 王云霏）近日，宝龙地产控股有限公司发布建议分拆宝龙房托基金在香港联合交易所有限公司主板独立上市的公告。

公告显示，宝龙地产建议分拆宝龙房托基金（将以单位信托形式构成的集体投资计划）的

单位在联交所主板独立上市，有待证监会根据证券及期货条例第IV部认可宝龙房托基金，联交所已确认宝龙地产可进行建议分拆。

27日，房托管理人透过联席上

市代理人就申请宝龙房托基金单位在联交所上市及买卖，向证监会递交房地产投资信托申请表格，寻求认可宝龙房托基金。

按照计划，宝龙房托基金将就上市进行其单位的全球发售（包括公开发售及国际发售）。按照计划，

在若干条件限制下，合资格股东将根据全球发售项下获提供宝龙房托基金单位的保证配额。待建议分拆及上市完成后，预期宝龙地产将拥有宝龙房托基金单位50%以下。

据悉，宝龙房托基金的主要目

标是透过拥有并投资于来自中国商业及零售物业的优质经常性租金收入，为基金单位持有人提供稳定的分派、长期可持续的分派增长及提升商业及零售物业的价值。建议分拆完成后，宝龙房托基金将不会从事物业开发业务。

业绩表现佳 特步国际获机构看好

本报讯（记者 柯雅雅）近日，特步公布2021年中期业绩，纯利展现非凡增长，飙升72%至人民币4.27亿元。与此同时，特步在当日公布了5年目标计划，预计到2025年，集团将实现收入240亿元，并将在9月1日召开投资者发布会，披露5年目标计划的更多细则。

业绩发布以来，特步获得机构普遍看好，对特步长期发展充满信心，予以跑赢大市、买入和增持评级。

摩根大通给予“增持”评级，目标价19.4港元。摩根大通认为，特步透过在中国马拉松的深耕，集团已拥有独特的市场定位。四个新品牌将助力特步集团触达中高端价位市场，并在品牌矩阵、供应链渠道建设和特步及索康尼在马拉松赛事上的整合营销与特步主品牌产生协同效应。

汇丰证券维持“买入”评级，目标价19.5港元。汇证认为，特步业绩大增主要受惠于其功能性产品，一旦特步在时尚生活类别上能获得更多关注，该行认为品牌可以被进一步评级。从长远来看，该行认为特步新的细分市场包括专业运动及时尚运动的价值还没被市场定估。

维持“买入”评级的还有大和，目标价16.8港元。大和指出，特步2021-2022年每股收益(EPS)对应36倍市盈率，而此前该行认为特步2021年全年的EPS可提升4%，结果胜于预期的毛利率。该行认为，特步与国内其他运动品牌的市值差距将会收窄。

此外，瑞信维持跑赢大市评级，目标价17.6港元；中金给予维持跑赢行业评级，目标价17.52港元；海通维持优于大市评级，给予合理价值区间14.51至16.59港元。

截至上周收盘，特步国际收报12.74港元，周涨幅8.7%，总市值334.9亿港元。

天虹纺织因期权计划 获行使增发20万股

本报讯（记者 王云霏）近日，天虹纺织公布，因期权计划获行使增发20万股，每股发行价5.7港元。

万物智联被列为省首批 融合发展集成服务商

本报讯（记者 柯国笠）近日，福建省工业和信息化厅公布新一代信息技术与制造业融合发展集成服务商名单（第一批）共31家，其中，晋江企业福建省万物智联科技有限公司入选该名单“工业APP与解决方案服务商”类别，为晋江唯一在列企业。

据悉，万物智联科技可以提供智能仓储、智能物流解决方案，经编机单/双/三贾卡一站式解决方案，以及（机械手应用/视觉应用等）非标设备及产线解决方案，该方案可以应用于纺织及机械装备领域，帮助提升企业生产等环节的智能化水平及效率。

据悉，该名单的推出旨在深化新一代信息技术与制造业融合发展，为相关制造企业提供更优质的资源服务。此外，福建省工信厅还将建设集成服务商资源库，并实行动态化管理，让更多优质服务商能够入选，优胜劣汰。

万物智联方面表示，将力求活用资源、互学互鉴、促进合作，推动更多信易贷信息技术与制造业融合发展项目落地应用。

福建苏卡食品有限公司 通过SGS验厂审核

本报讯（记者 蔡明宣）近日，“福建苏卡食品有限公司”工厂通过SGS第三方检测。

据了解，SGS是全球领先的检验、鉴定、测试和认证机构，也是全球公认的质量和诚信基准。苏卡食品相关负责人表示，下一步将不断完善企业内部管理，优化供应链流程，不断提升苏卡食品工厂的供应链体系。

据悉，苏卡食品现已拥有GMP生产车间、10万级净化车间、万级实验室，同时拥有6S管理规范，并通过HACCP体系认证，严格把控产品出厂质量安全。目前，苏卡食品已可承接生产咖啡固体饮料、茶固体饮料、可可固体饮料、风味固体饮料等产品。

西园商会举行2021年“援学三年计划”座谈会

本报讯（记者 王云霏）近日，晋江市西园商会举行2021年“援学三年计划”座谈会，商会班子成员和受助的两名大学生参加。

座谈会上，通过面对面的交流，商会了解了两名受助大学生在校的学习、生活情况。

西园商会会长王力量表示，一直以来，西园商会心系贫困学生，热衷社会公益事业，彰显了商会企业家不忘回报社会的精神。希望受助的大学生敢于克服困难，勇于面对挑战，勤于学习创造，以积极、乐观的态度面对人生，将来为建设家乡贡献自己的力量。



在利郎党建馆，党员们正在了解企业历史。本报记者 陈巧玲 摄

利郎党建馆 “利郎简约之魂”开馆

本报讯（记者 柯雅雅 陈巧玲）28日，位于利郎文创园的利郎党建馆——利郎简约之魂正式开馆，该展馆借助平面展示、实物展陈、电子投影等多种形式，为利郎开展党建教育提供了新的平台。

据悉，“利郎简约之魂”党建馆共分为四大主题，分别为“党建+战略，引领创新之路”“党建+文化，塑造简约之魂”“党建+群团，汇聚和谐之力”“党建+公益，广施慈善之举”。“我们希望通过党史、企业史教育，做好党建业绩展示。”中国利郎集团执行董事、副总裁、党委书记胡诚初表示。

据悉，经过20多年的发展，利郎党组织已从最初的3名党员发展到150多名党员，此外，企业各个部门、关键岗位都有时代先锋、党员标杆。

胡诚初表示，党员在利郎创新发展中处处挑重担、当先锋、做表率，利郎也始终遵循并践行“把企业主管发展为党员，把党员发展为企业高管”的党建思路，不断优选配强党组织班子成员。



携手“哥哥” 利郎演绎“简约不简单”

本报讯（记者 柯雅雅）26日，利郎对外宣布成为全景音乐竞演综艺节目《披荆斩棘的哥哥》服装行业唯一指定赞助商，至此，一档匹配品牌价值和演绎利郎精神的优质内容浮出水面。利郎称，该节目顶尖的嘉宾阵容及正能量的价值取向，触动了利郎，因此达成了这次“双向奔赴”的合作。

据悉，《披荆斩棘的哥哥》一开播就登顶微博综艺热播榜TOP1，之后热度更是居高不下。节目中，嘉宾们不断挑战，披荆斩棘，通过探索逐步建立全能家族，这样的进程很好地诠释了该节目的精神内核——直面挑战、不断探索。

哥哥们用实际行动诠释“滚烫的人生永远发光”，也让观众见证永不陨落的精神力，利郎同样如此。

节目中，利郎作为服装行业唯一指定赞助商，提出了“有颜有型有气场，哥哥都在穿利郎”的口号，再次演绎了“繁华阅尽处 简约不简单”的精神内涵。

在利郎看来，一次成功的娱乐营销并不是娱乐产品与企业商业诉求之间的简单拼凑，寻找契合点并嵌入品牌，是企业投资赞助的出发点和目的。参加该综艺节目的30多位哥哥，大多已在各自领域功成名就，留下了无数经典的艺术作品，并通过这些作品带给一代人正向影响和艺术熏陶，这与利郎的“匠心”精神高度契合；同时，各位哥哥打破年龄界限、打破过往成就的“不破而立”，更是呼应了利郎“创新”的理念；面对变化，主动出击，开启品牌的潮变之路，以拥抱新消费群体。



利郎赞助的综艺节目《披荆斩棘的哥哥》剧照。

“这档节目契合了利郎想演绎的‘繁华阅尽处 简约不简单’的精神内涵。”利郎品牌总监王俊宏指出。正如利郎随时代变迁，不断尝试拓展大众对服装的传统认知，融合时尚艺术和商务风格，塑造专属利郎的产品基因一样，这些娱乐圈出道已久的“哥哥们”打破了观众对以往参加选秀节目的男明星“油腻”的印象，他们没有“油腻”的舞蹈动作，也没有浮夸的表演痕迹，他们真诚以待，不断地给大家带来“回忆杀”和感动，展示着不一样的自我。

“服装是时尚的载体，是个性和

品位的体现。”王俊宏介绍，此次助力哥哥们“披荆斩棘”的将是利郎LESS IS MORE 2021年秋冬新品系列，“这一系列符合当下年轻消费群体审美，我们希望透过我们的服装让‘哥哥’们更好地在观众面前展现自我、表达自我。”

近年来，利郎一直在探索服装更多的可能性，打造更富艺术的时尚力量，走向更年轻的消费群体，影响更多人的日常生活，用中国人的设计力量来表达国货自信新十年。“我们想通过这一节目向更多年轻消费群体还原展示利郎的商务美学主张，利郎依旧‘简约不简单’。”王俊宏表示。

持续推进“肉松+” 友臣发布企业战略新定位

本报讯（记者 刘宁）昨日，记者从友臣食品处获悉，在持续强化友臣肉松饼这一“超级IP”的同时，友臣正式提出了“肉松+、友臣家”的概念。友臣食品总裁游晓文透露，未来三年，友臣将持续推进“肉松+”战略，目标就是要打造下一个或多个“友臣肉松饼”。

据悉，2011年，友臣食品经过工艺改良和技术创新，实现了肉松饼的工业化生产，并以“酥香咸甜、皮薄馅多、健康美味”的特点抓住了市场味蕾，这款闽台地区的风味小吃得以走出福建，迅速成为烘焙行业的明星大单品。

游晓文介绍，在进行“肉松+馅饼”创新的同时，友臣食品也不断丰富肉松品类的内涵和外延，并逐渐形成“肉松+面包”“肉松+蛋糕”等产品矩阵。从单个爆品的“深度”精耕，到多个品类的“宽度”延伸，友臣食品也完成了企业发展战略的升级。同时，友臣食品将坚持“肉松+烘焙，有料更有趣”的产品主张，与“美味、品质、乐享生活”的企业价值主张一脉相承，旨在打造美味和品质兼具的产品，满足更多消费者特别是年轻人对美好生活的需求。

“我们要更专注品类创新，带动行业升级。”游晓文表示，伴随着消费升级，肉松品类还有很大的市场能量等待释放。

除了提出企业战略新定位，游晓文透露，友臣食品在推进“肉松+”战略的过程中，也将积极向“Z时代”靠拢，在创新概念、提升颜值、丰富口味的同时，持续塑造更为鲜明、潮流的品牌形象，加大品牌互动，强化品牌黏性，让“友臣肉松+”系列产品深入消费者的生活。

力绿食品捐赠消防跑步鞋

本报讯（记者 刘宁）近日，力绿食品组织员工开展消防演练，并向安海消防救授站捐赠一批消防跑步鞋。

活动中，力绿食品总经理吴声坎则表示，安全生产不只是一是要严格把控食品的安全，还要把控生产环境的安全、员工生命的安全。在生产经营的同时，力绿集团始终把安全摆在第一位。

力绿食品相关负责人还在消防员的指导下，依次学习了灭火器和消防栓正确使用方式，并模拟灭火实践操作，加强了火场事故的应变能力。

力绿食品表示，通过开展消防应急演练活动，进一步提高了集团员工的消防安全意识、责任意识和全局意识。下一步，力绿集团将进一步加强风险隐患排查，切实维护厂区安全稳定，做到防患于未“燃”。