

# 积极改革 零售超预期 利郎2021年收入比增26.1%

本报记者 施琳妹

日前,中国利郎有限公司发布2021年业绩公告。数据显示,利郎集团2021年收入比增26.1%至人民币33.8亿元,纯利为人民币4.7亿元,毛利率为41.9%。利郎集团年内保持财政稳健,现金流充足,经营性现金流5.99亿元。利郎董事会建议派发末期股息每股11港仙及特别末期股息每股5港仙,连同已派发的中期股息,全年每股派息合共34港仙,维持稳定的派息比率。“虽然营商环境充满挑战,但中国利郎积极采取灵活的市场行销策略,发挥销售管理和库存管理能力;并通过销售模式的改革,成功落实渠道优化、产品年轻化和‘互联网+’的策略,销售表现理想。”中国利郎主席兼执行董事王冬星说,在变革的震荡下,集团零售仍超预期。



# 凤竹纺织2021年营收13.02亿元 比增24.03%

本报讯(记者 施琳妹)15日,福建凤竹纺织科技股份有限公司发布2021年年报。报告期内,凤竹纺织实现营业收入13.02亿元,同比增长24.03%,实现归属于上市公司股东的净利润7319万元,同比增长147.05%,实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润5184万元,同比增长156.38%。凤竹纺织表示,报告期内,公司营业收入较上年同期增长,主要是由于上年度国内纺纱、染整成品订单及国外印花、染整成品订单增长。另一组数据值得关注。2021年,凤竹纺织总资产21亿元,较期初增加10.57%;该公司净资产8.35亿元,较期初增加8.93%。凤竹纺织方面表示,近年来公司全面引进国内外先进高端装备、技术和工艺,建立贯穿式、系统性的智能化、绿色化管理模式,同时通过产品研发和工艺创新,有效提高染色质量,保证产品品质,同时降低生产过程中水、电、汽、染化料的消耗,实现节能减排。报告期内,凤竹纺织在新厂项目数字化创新升级上下足功夫,新厂项目正引进多项智能、绿色高端技术及装备系统,在整体装备技术上达到行业先进水平,打造纺织印染行业智能化、绿色化的数字工厂。在产品工艺技术不断优化的基础上,凤竹纺织完成了防霉虫针织面料、玻尿酸针织面料、三防(防水、防油、防污)面料、吸湿速干单向导湿面料及其生产工艺开发等产品的开发,极具市场竞争力。此外,作为行业龙头企业,凤竹纺织2021年完成7件发明专利申报工作;获得国家知识产权局授权的发明专利6件;主导起草国家标准1项、行业标准1项,参与起草国家标准4项、行业标准6项、团体标准5项。



## 渠道变革 2022年零售额增长目标不少于10%

渠道变革是利郎2021年的主题之一。2021年,利郎积极通过销售模式的改革,在主系列产品上引入代销模式,至2021年底已合共有966家门店转型为加盟店,占主系列门店总数的约40%。转型以后,在代销模式以下,加盟商可实时查阅线上仓库,并具备快速补货的功能,使产品调配更加灵活,通过减少加盟店在门店大量备货的压力,库存得以长远保持在健康水准,同时还提升门店的效益。

另一方面,轻商务系列产品和网店于2020年和2021年先后转为自营。于去年12月底,利郎集团合共经营2733家零售店,当中轻商务自营店铺年底共290家,净增加3家,运营顺畅。利郎集团采取更为谨慎的开店策略,按策略增加自营店、商场店和奥特莱斯店,并继续通过与分销商的长远合作,巩固和建立全国性的销售网络。由于转型后的销售系统模式已得到市场验证,利郎集团决定,今年

将致力于发挥现有销售渠道的优点,进一步优化销售网络,并提升零售管理,以实现更好的店效,提升产品售罄率,并在现有基础上进一步推动销售持续健康增长。2022年,利郎集团提出,产品的零售总额增长目标为不少于10%。同时,利郎集团将谨慎地规划分布全国的店铺网络,2022年店铺总数预计净增加50至150家,会继续在省会及地级市优质购物中心开店,并在奥特莱斯商场开店,作为惯常清理库存的渠道。

## 电商增量 网上销售约5亿元

网店转自营后,利郎集团进一步提高其对线上业务的掌控,加强线上线下的互补,并部署更大的发展。为降低疫情下实体店人流减少对零售及分销商的冲击,利郎集团一方面大力开发电商业务,特别是微商城门店,让门店通过增加虚拟货品陈列的同时,免却门店实体存货的负担,提升单店销售效益。为应对于“6·18”电商购物节期间在网店推出新品裤类电商特别款,利郎集团通过自设工厂快速反应、增加七条生产线,利用集团快速小批量生产的能力,开始了通过电商销售新品的新模式。此外,利郎集团已分别为主系列及轻商务系列在微商城开店,积极利用微信平台,提供顾客关系管理服务,利用社交平台的特点,促进品牌推广,推动销售。利郎集团继续有效利用电商清理库存的同时,继续扩充线上销售的能力。数据显示,利郎集团于年内通过网上渠道促成零售额增加20%至约人民币5亿元。

## 发挥所长 产品原创比例提升至77%

渠道调整的同时,利郎亦对产品“动刀”。利郎集团在2021年重整业务重点发展方向。由于集团之前尝试增加专业运动鞋类的策略未如理想,部分产品的流转较慢,考虑到集团的核心竞争力在皮鞋和休闲运动鞋类,因此果断决定停止发展专业运动鞋,并计划降价速销现有库存,现有存货将尽快利用各渠道清理。利郎大胆舍弃部分产品的同时,也进一步发挥其所长。2021年,利郎继续提升产品个性化和原创设计,年内销售产品中,原创比例提升至约77%,应用由集团开发的独有面料的产品比例约50%。其中,轻商务系列进一步提升产品的时尚度及设计感,在继

续执行“提供物超所值产品”策略的同时,通过产品设计提升溢价,轻商务的毛利率因而有所提升。记者了解到,目前利郎集团研发部门共有约440人,从事产品设计、物料开发及样板制作等各个环节,位于福建的新总部于2021年初启用后,设计师也有了更好的创作和交流平台。2021年利郎集团除继续与《中国日报》及科幻小说《三体》合作推出IP联名系列外,亦与艺术家苏新平开发数十款合作系列产品,于深圳当代艺术与城市规划馆展览中同步开售;而与《三体》的多元化合作更丰富了产品的内涵。2021年12月,利郎主办的“三体”艺术展在北京五棵松华熙LIVE·时代美术馆举办。

轻商务系列则携手新锐设计师吕典霖和方芳,将泉州古城的独特魅力融入时尚男装设计之中,并以“光明之城”为题的2022年春夏系列于上海时装周闭幕大秀中亮相。知名作家、赛车手和电影导演韩寒从2020年第四季度起成为利郎品牌代言人。利郎在2021年推出了一系列相关品牌推广活动,包括赞助韩寒参加的跨年演讲脱口秀“二零二一,有一说一”,并赞助了《披荆斩棘的哥哥》!这就是潮流》等深受年轻人喜欢的综艺节目。此外,该集团持续聚焦新一代创意,2021年再次参与中国大学生广告艺术节,征集大学生为集团品牌及产品设计的宣传方案,赋能企业品牌年轻化发展。

# 感恩同战“疫” 继续守未来 梅庭社区为4200户居民分发“心愿礼包”



“心愿礼包”。“疫情发生以来,社区所有居民自觉居家配合防控,一批又一批的党员志愿者主动走上一线,与我们共筑疫情防线,更有不少居民自发捐赠物资支持防疫工作,正是大家的共同努力,守护住了一个‘无疫家园’。”梅庭社区党总支书记、居委会主任许再发说,为社区每家每户分发“心愿礼包”,一方面是感恩大家为疫情防控工作的默默付出,另一方面也是提醒大家在复工复产复学中,要继续做好常态化防范。当天,梅庭居民收到的“心愿礼包”包含有面线、小糕点和口罩、酒精等,分别寓意着健康吉祥的美好祝福和时刻牢记防疫不放松的温馨提醒。“社区很有心,我们很感动。”梅庭居民刘女士说,收到礼包的那一刻,心里很有感触,回想过去一段时间,大家共克时艰、守护家园,每个人都有付出,更要珍惜来之不易的当下,保持好个人防护不放松。

# 城管海尾专班 为特殊人群送去“爱心包”



本报讯(记者 朱艳)“你们又来给我送东西呀,太谢谢了!”昨天上午,收到晋江市城管局海尾专班第一网络队员范朝兴送来的“爱心包”,黄先生感激地说。黄先生今年60多岁,独居在家。本轮疫情发生以来,每隔两三天,专班人员就会给他送去爱心物资,光“爱心包”就有5次。此外,每次分发大米、青菜等物资,专班人员也都一样不落地给他送去。虽然独居,但封控期间,黄先生衣食无忧。据了解,当天,海尾专班共为辖区里的128名残疾、卧病在床、孕妇等特殊群众,再次送去“爱心包”。疫情发生以来,为了保障特殊人群的生活,专班为特殊人群单独建表,7个网络对其重点照顾,分发物资时也重点倾斜,被不少人称赞“不是亲人胜似亲人”。

## “小白”秒变小公主

本报讯(记者 朱艳)14日晚上9点20分,第十批69名解除隔离人员回到海尾村,其中一个6岁和一个7岁的“小可爱”,规规矩矩地穿着防护服,像个“小白”,安安静静等着,让周围的人看了既喜爱又心疼。“小白”一脱防护服,变成漂亮的小公主了。在对小女孩的防护服进行消毒后,工作人员帮她脱掉了防护服,里面出现了一个活泼可爱的小女孩,她还开心地对着工作人员比了一个胜利的手势。这批人员回到海尾后,签订了相关承诺书。在现场的晋江城管局海尾专班工作人员向他们分发体温计、口罩和莲花清瘟、抗原试剂医学“爱心包”、食品“爱心包”等。随后,解除隔离人员逐个经过消毒区、一脱区、二脱区等,最后,由各网络工作人员接回家。而在此之前,工作人员已对解除隔离人员的住所进行清洁并全方位消毒,等待他们回去。

# 晋江城管视野 主办:晋江市城市管理局 热线电话:85623110 12319

## 送物资上门有妙招 四快递小哥来帮忙

本报记者,这些快递员上岗已经有10多天了,是物资配送的主力军。当初之所以会找到他们,就是想发挥他们的职业优势,提高入户服务质量的。这四名快递小哥本身就是运送海尾村片区的快递,也租住在海尾,对这里的大街小巷和楼栋门牌比多数本地人还熟悉。陈埭海尾村有12000多人,物资保障成了难题。如何让海尾村村民以最快速度拿到所购买的物资?为了解决这个问题,海尾村防控专班物资保障组征招村内4名快递员帮忙送货。林添发就是海尾本村人,负责送海尾和仙石的快递已经有2年多了。“每天都要送上千单,比平时增加一倍以上。”尽管如此,林添发还是从无怨言,反而觉得能为乡亲们做点事情是应该的,“这个时候肯定需要有人站出来为大家服务。”物资保障组组长纪荣忠告