

| 上市公司圈

安踏：迪桑特、可隆取得20%~25%正增长

盼盼两款产品荣登世界顶级美味大奖榜单

本报讯（记者 蔡明宣）近日，国际风味暨品质评鉴所公布了2023年度“全球食品界的奥斯卡奖”——世界顶级美味大奖榜单。盼盼食品再次荣登榜单，其中盼盼每日坚果、厚椰乳获颁 Superior Taste Award 美味奖2星奖章。

据悉，顶级美味大奖(Superior Taste Award)是由位于比利时布鲁塞尔的国际风味评鉴所(International Taste Institute,简称ITI)创立的针对品牌食品与饮品风味品质的奖项。

值得一提的是，盼盼食品自2019年参与“全球食品界的奥斯卡奖”以来，连续五年获奖，获奖产品近十款，领跑国内食品行业。

盼盼食品连续五年获奖的背后，离不开持续的产品创新。自创办以来，盼盼始终坚持以实力铸造品牌影响力，坚持自主研发、生产和设计，以先进的工艺、专业的研发团队和完善的质量管控体系用心制作食品。

创牌26年来，盼盼食品始终把消费者当作亲人，秉持“食品是做给自己亲人吃的，饮料是做给自己亲人喝的”经营理念，坚持“不是优质食品不出，不是健康饮料不产”，真正做到了用心制作食品，把消费者的身体健康放在第一位。

盼盼食品集团有关负责人表示，未来，盼盼食品将继续以消费者为中心，持续为消费者提供健康、绿色、营养的美味食品，以“绿色、健康、营养、时尚、方便、放心”的优质食品和饮料，滋养国民健康，助力健康中国建设，满足更多消费者对美好品质生活的需求。

七彩狐推出双薪稳岗措施

本报讯（记者 施珊珽）“尾牙”一过，年味越来越浓，“稳岗留工”再次成为各家企业出台措施的关键词。七彩狐也不例外，于近日推出双薪稳岗措施。

记者了解到，七彩狐推出过年前后本厂员工双薪制；临时工则根据岗位性质，可以领取1.5倍~2倍工资。

“由于业务饱和，我们经编厂过年没有停工，泳装厂也会早早开工。过年前后，大家还能坚持在岗，我们用‘真金白银’的补贴增加职工加班务工的报酬，增强在外务工人员的幸福感和获得感。”七彩狐集团董事长洪建库告诉记者，公司给予实实在在的加班补贴，让劳动者能够获得实惠，增加实实在在的经济收入，希望将补贴的力度和温度真正传达给更多人。

对于七彩狐而言，不仅要让务工者有钱赚，而且要让他们在春节期间吃得好、玩得好。因此，洪建库认为，稳岗留工除了用实在优惠的补贴和扶持政策留住人，还需要用真心诚意的举措稳住在外务工人员的心。据悉，七彩狐将多措并举开展形式多样的文化活动，营造出浓厚的节日氛围。

“我们会拨出专门经费，供各子公司、各部门开展团建活动，让大家一起聚餐、游园等，通过多种不同形式将关爱带给无法归乡的在岗人员。”洪建库说。

柒牌开展“质量找茬”活动

本报讯（记者 施珊珽）日前，柒牌开展第十一届质量月“质量找茬”比赛。活动汇集了质检团队、车间班组长、品质技术部门的精英。在紧张的20分钟检验比赛中，质量问题被参赛选手们火眼金睛一一识别出来。最终，柒牌西服生产管理中心王洪英摘得桂冠。柒牌方面表示，高端的产品来自专业的审视，质检团的甄别是工匠精神的注视，质量问题，是原则性问题，这便是举办该活动的意义。

龙兴隆、万兴隆入选符合《印染行业规范条件》企业名单

本报讯（记者 施珊珽）近日，经企业自主申报、省级工业和信息化主管部门核实推荐、专家组评审及现场复核、征求生态环境部意见、网上公示等程序，工业和信息化部对符合《印染行业规范条件(2017版)》企业名单(第五批)予以公告。其中，晋江市龙兴隆染织实业有限公司、晋江万兴隆染织实业有限公司入选。

力绿慰问一线“逆行者”

本报讯（记者 刘宁）日前，力绿集团捐赠总价值超30万元的紫菜礼盒给过去全力抗疫防疫的医护人员、社区工作者等一线“逆行者”。力绿集团总裁助理郭维乐告诉记者，今年，力绿集团董事会决定简办尾牙，在给所有员工发放尾牙红包和大礼包的同时，企业管理层还走进困难职工家庭，为他们送去慰问品和新年祝福。此外，企业感恩在过去疫情防控工作中冲在一线的“逆行者”。

本报讯（记者 柯国笠）近日，安踏体育发布2022年全年营收预告。公告显示，2022年全年，安踏品牌产品的零售金额(按零售价值计算，下同)与2021年相比取得低单位数的正增长。FILA品牌产品的零售金额与2021年相比取得低单位数的负增长。迪桑特、可隆体育等在内的所有其他品牌产品的零售金额与2021年相比取得20%~

25%的正增长。

此外，安踏在公告中还发布了2022年第四季度营收表现预告。2022年第四季度，安踏品牌产品的零售金额与2021年同期相比取得高单位数的负增长。FILA品牌产品的零售金额与2021年同期相比取得10%~20%的负增长。所有其他品牌产品的零售金额与2021年同期相比取得10%~20%的

正增长。

对于2022年全年表现及第四季度表现预期，安踏方面认为，主要受制于疫情及其带来的负面影响。根据公告，2022年大部分时间，安踏集团各品牌为配合疫情防控政策及措施，在不少特定区域暂停营运若干实体店铺，因此，其线下零售业务受到客流量显著下跌及消费意愿减弱带来的双重不利

影响，拖慢了集团零售表现的增长势头。尽管如此，安踏集团拓展电子商贸平台以推动在线销售，抵销了部分实体店铺暂停营运的影响。

此外，安踏集团的DTC(直面消费者)模式(安踏品牌)和直营业务(FILA品牌及所有其他品牌)对销售贡献较去年有所增加，集团的零售业务相关开支也有所增加。虽然经营环境充满挑战，安踏集团

的财务状况维持稳健，并预期于2022年取得经营现金净流入。

对于今后的市场表现，安踏方面表示，随着各项刺激内需的政策推进，相信中国体育产业基础仍然稳健，将长期保持稳中向好的趋势。安踏集团正积极把握市场复苏后的增长机遇，并会继续推行“单聚焦、多品牌、全球化”战略，以保持高质量增长。

361° 自有IP“触地即燃”再获年度营销品牌奖项



本报讯（记者 柯雅雅）11日，由懒熊体育主办的第七届体育产业嘉年华在北京举行，361°自有IP赛事“触地即燃”凭借在草根篮球运动员当中的口碑及影响力，再度蝉联年度营销品牌奖项，展现品牌在篮球领域的竞争力。

据悉，“触地即燃”作为361°篮球专业领域布局中的重要一环，致力打造面向大众运动爱好者的赛场，助推篮球运动发展，培养和选拔篮球新生力量，传递“多一度热爱”的品牌精神，并进一步提升品牌在圈层人群中的影响力。

历经三年发展，“触地即燃”已成为国内草根篮球新标杆。在多重不可控因素的影响下，2022年“触地即燃”系列赛事历时半年，先后在石家庄、郑州、长沙等35座城市落地，举办了超过1200场比赛，聚集超过750支球队、3760人次参

加，为喜爱篮球的年轻人提供专业装备和竞技平台。

2022年“触地即燃”与361°品牌代言人阿隆·戈登扣篮属性相呼应，延续了扣篮大赛环节，而参赛选手在扣篮大赛的出色表现以及现场的阵阵掌声也验证361°对于赛事认知和判断的准确性。同时，361°邀请参赛选手与观众加入篮球交流社群，在提升产品销量的同时，也为广大篮球爱好者提供交流互动的空间。数据显示，截止到2022年年末，其篮球社群已覆盖超2.1万人。

“触地即燃”在不断提升消费者对品牌的认可与好感的同时，也推动361°篮球品类业绩的稳步增长。赛事期间，361°BIG3 3.0、禅4、LAVA 2等专业篮球鞋系列同步推出“触地即燃”专属配色，不仅为参赛球员及篮球运

动爱好者提供更多更专业的产品选择，相关产品销量也持续走高，助力品牌实现在消费端的口碑积累，巩固在市场上的领先地位。

对“触地即燃”自有IP赛事的打造，也凸显了361°深耕专业运动的决心。近年来，361°集团持续拓宽在篮球等运动领域的影响力，以性能卓越的产品和鲜明的品牌主张，构建了一个完善的“篮球世界”，与运动员、运动爱好者以及广大消费者积极对话，深化专业化布局。

361°方面表示，新的一年，361°将凭借专业性产品与资深行业经验，充分利用自有IP赛事这一载体，以“篮球不会拒绝你”为精神，与更多消费者建立深层次联系，通过更优质的产品 & 实际行动助力我国体育事业发展。

图说 我们的价值观

中国梦 金灿灿

卢晨 王文吉作

我们的价值观

富强 民主 文明 和谐
自由 平等 公正 法治
爱国 敬业 诚信 友善

百祖姓国 吉祥盛

广灵剪纸艺术博物馆提供

朝夕奔梦

柳朝青著

恒安集团入选“一带一路”绿色供应链案例

本报讯（记者 柯国笠）近日，“2022‘一带一路’经济与环境合作论坛”在北京举行。该论坛发布了30项来自各行各业的“一带一路”绿色供应链案例，恒安集团作为生活用纸行业唯一案例入选。

据悉，这是恒安集团继2020“一带一路”经济与环境合作高级别圆桌会议被组委会授予“一带一路”绿色供应链示范企业后再次获此殊荣。恒安集团心相印抽纸、手帕纸、湿巾还作为本次论坛的指定产品，助力论坛圆满举办。

此次论坛由中华环保联合会主办，来自“一带一路”沿线20多个国家驻华使馆和国际组织代表出席。论坛期间，中华环保联合会“一带一路”生态产业合作工作委员会正式成立，恒安集团被授予副主任委员单位。今后，集团将秉承中华环保联合会“大中华、大环境、大联合”的理念，以共建“一带一路”绿色可持续发展为宗旨，持续以实际行动践行“绿色、低碳、可持续发展”，与自然生态和谐共处的使命，努力实现社会效益、生态效益与经济效益的有机统一。

恒安集团方面表示，企业始终立足国家生态文明战略，坚守“绿色、低碳、可持续发展”的理念，遵循绿色可持续发展战略，积极主动承担社会责任，致力于清洁生产和“零排放”；积极倡导“一带一路”绿色供应链合作，对原材料供应商的选择条件极为严格，企业产品使用的木浆原材料主要从欧洲和南美等地进口，只选择合法的、产地清晰、可追溯的、可再生木材。

据悉，恒安已先后获得第十届世界环保(经济与环境)大会(WEC)“国际碳金奖”、第十一届WEC“唯一推荐产品”称号。2021年底，工业和信息化部公布年度绿色制造名单，福建恒安家庭生活用品有限公司成功入选2021年度国家级绿色工厂，这也是继恒安(芜湖)纸业有限公司之后，集团第二个国家级绿色工厂。此外，受益于“一带一路”推进，恒安集团也加快速度走出去，先后在马来西亚收购上市公司、在俄罗斯等国投资建厂，进一步延伸产业链和布局国际市场。

凤竹纺织预计2022年度净利1920万元

本报讯（记者 施珊珽）近日，福建凤竹纺织科技股份有限公司发布2022年年度业绩预减公告，凤竹纺织预计2022年年度实现归属于母公司所有者的净利润2250万元，与上年同期7319万元相比，将减少5069万元，同比减少69%；预计2022年年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润1920万元，与上年同期5184万元相比，将减少3264万元，同比减少63%。

凤竹纺织方面表示，本期业绩预减的主要原因为，受疫情及出口订单减少的影响，公司产能利用率未能达到预期的目标，使得土地、厂房及设备的固定折旧及固定摊销成本增加，从而导致毛利率较去年同期下降；受疫情、订单减少以及原材料价格波动的影响，江西子公司营业利润较去年同期大幅度减少。

2022年“LILANZ”产品零售金额同比下跌6%

本报讯（记者 施珊珽）近日，中国利郎有限公司发布公告，2022年第四季度“LILANZ”产品的零售金额(按零售价值计算)与2021年同期比较下跌23%。

2022年全年“LILANZ”产品的零售金额(按零售价值计算)与2021年同期比较下跌6%。利郎方面表示，零售表现数据不直接构成、代表或表示利郎集团的收入或财务表现的全面情况。

产销两旺 向兴美国获单

本报讯（记者 施珊珽）春节将至，晋江企业仍忙碌。昨日，向兴(中国)集团完成2023年首展——美国盐湖城OR SNOW SHOW户外及雪类运动用品展。

记者了解到，该展会于10日至12日在美国举办，由美国滑雪运动协会SIA主办，是美国雪类运动产业的权威会展，也是北美地区最著名的雪类运动博览会。“公司目前美国客户不多，希望借此开拓市场。”向兴研发总监杜国海告诉记者，新年第一展布局海外，旨在主动出击、出海获单，也希望借助展会平台，和同行交互信息，了解市场需求。

杜国海介绍，3天展期里，前来询问的客户不少，多功能性专业型面料得到了更多客户的青睐。

“2022年总体销售额跟2021年差不多，但客单价比去年高。”杜国海透露，2022年公司从集团战略角度出发，放弃了一些低价格的订单，这也为企业在订单管理上创造了条件，企业利润也得到了提高。