

上市公司圈

# 七匹狼 2022年营收32.28亿元

## 2023年将开启全新战略元年

本报讯(记者 施珊妹)昨日,福建七匹狼实业股份有限公司发布2022年业绩公告。数据显示,2022年,七匹狼公司实现营业收入总收入为32.28亿元人民币,同比下降8.13%;归母净利润1.51亿元,较上年同期下降34.85%;基本每股收益0.21元。

七匹狼方面表示,业绩表现是受外部环境冲击。去年,因疫情影响,终端消费受到冲击;线下人员流动降低,客流锐减,影响了门店的正常营业。与此同时,疫情下的物流受阻也对线上销售产生了影响。

具体来看,在线下渠道方面,2022年七匹狼更聚焦现有渠道的效率提升。其中,七匹狼按最新方案优化门店形象,匹配店态优化店铺产品展陈方式,并配套升级导购形象和会员服务,打造区域模型店、标杆店;持续进行门店数字化建设,通过前端触点数字化,带来全新的消费体验,同时采集客群数据,以便及时进行业务分析,提升运营效率;充分利用线下门店的渠道优势,深度发挥导购作用,通过小程序商城助手,搭建与用户的私域沟通体系,实现用户的精细化管理,促进销售达成;升级会员体系管理,通过狼族俱乐部等活动,不断升级用户互动式体验,提升用户忠诚度,努力提升核心用户占比及复购率;重视对加盟商的赋能,通过产品资源、销售培训、门店升级等方式不断提升加盟商的竞争能力。

过去一年,线上渠道的重要性进一步凸显。为应对消费习惯和消费趋势的变化,七匹狼持续在线上渠道加大投入,结合不同节点进行丰富主题的活动策划和联动,进行人群拓展拉新,并聚焦产品营销打造爆款。随着新兴电商的兴起,可供消费者选择的电商平台越来越多元化,七匹狼也积极进行重点布局,组建直播团队,针对不同线上平台制定差异化的营销策略,抢占市场份额。

报告期内,直播成为电商核心增量平台,七匹狼抖音渠道整体业绩同比提升超过100%。鉴于天猫、京东等传统电商平台流量竞争日益激烈,七匹狼2022年线上销售收入同比略有下降。

一直以来,新品牌的发展备受关注。七匹狼方面表示,2022年,疫情对“Karl Lagerfeld”在报告期内的业绩造成影响。为应对外部环境对线下门店带来的影响,“Karl Lagerfeld”通过直播、小红书、社群等多种方式,不断增加品牌与顾客的直接沟通,搭建直播体系和小程序销售平台,有序扩展电商新渠道,降低外部环境对业绩的影响。与此同时,Karl Lagerfeld抓大力气坚持修炼内功,完善产品研发体系,搭建产品数字化中心,提升Karl Lagerfeld供应链系统,增强产品品质、交期、成本、开发等各方面能力。

展望未来,七匹狼方面表示,2023年,七匹狼将开启全新的战略元年,迭代升级全新的战略定位和目标。面对新的一年产业变革和消费升级,七匹狼坚持把创新作为企业永续发展的核心竞争力,强化中国时尚文化自信,为消费者奉献技术和文化的双重价值。



七匹狼门店 本报记者 董严军 摄

## 向兴集团黄再兴 获评“全国优秀纺织企业家”

本报讯(记者 施珊妹)日前,“2021-2022年度全国优秀纺织企业家”颁奖典礼在江苏省无锡市举行,向兴集团总裁黄再兴被评为“全国优秀企业家”,为晋江唯一获此殊荣的企业家。

中国纺织工业联合会方面表示,黄再兴多年如一日地扎根在纺织领域,心无旁骛做强做大实体经济产业链主线。一方面,筹建“绿色高端面料整理微工业园”,能有效完善和补充下游后整理产业链。另一方面,建设“绿色生态智能新材料制造项目”,将有效弥补晋江市锦纶纺织的空白。同时,其亲自主导的专利有49项,其中发明专利6项。而在管理理念方面,黄再兴要求公司全体员工都要有品质意识、交期意识、成本意识、责任意识,号召公司员工发扬“工匠精神”“主人翁态度”和“人人都是质检员”观念。此外,黄再兴热衷公益事业,积极回馈社会,每年都会以捐资捐物等方式赞助公益活动、慈善机构和希望工程,帮助孤寡老人和贫困学生。

据悉,向兴集团先后被评为国家级“绿色制造工厂”“国家高新技术企业”“福建省科技型工业企业”“福建省科技小巨人领军企业”“国家化纤休闲面料开发基地”,同时被认定为“福建省智能制造试点示范企业”省级技术中心等。

“获得这一殊荣,既代表着中国纺织工业联合会对公司工作及取得成绩的高度认可,更是对公司管理层及全体员工的鞭策和莫大鼓舞。”黄再兴告诉记者,未来,公司将继续创新升级,以数智赋能走出一条高质量发展之路。

## 天虹国际集团 2022年收入238亿元

本报讯(记者 王云霏)近日,天虹国际集团公布2022财年年报。公告显示,2022年1月1日-12月31日,该集团收入下跌10.2%至238亿元(人民币,下同);毛利率下跌10.5个百分点至11.6%;净利润率下跌9.5个百分点至0.8%;股东应占溢利下跌94.2%至1.568亿元,每股基本溢利为0.17元。

2022年度,该集团收入主要来自销售纱线、坯布、面料及服装,涵盖整个产业链。纱线销售收入仍为集团主要收入来源,占本年度总收入约73.9%。纱线销售收入约为175.875亿元,同比下降13.8%,主要由于需求疲软导致的销量下降所致。同样由于需求疲软及去库存压力,该集团面料收入同比下降2.7%,约达35.143亿元。

点至0.8%;股东应占溢利下跌94.2%至1.568亿元,每股基本溢利为0.17元。

2022年度,该集团收入主要来自销售纱线、坯布、面料及服装,涵盖整个产业链。纱线销售收入仍为集团主要收入来源,占本年度总收入约73.9%。纱线销售收入约为175.875亿元,同比下降13.8%,主要由于需求疲软导致的销量下降所致。同样由于需求疲软及去库存压力,该集团面料收入同比下降2.7%,约达35.143亿元。

## 久久王食品 2022年收益3.76亿元

本报讯(记者 刘宁)日前,久久王食品发布2022年业绩公告。公告显示,该集团期内取得收益3.76亿元(人民币,下同),同比减少8.2%;毛利约为1.12亿元,同比减少14.1%;股东应占溢利1606.6万元,同比下降41.1%;每股盈利2分,董事会已决议不派息。

久久王食品在公告中解释,去年集团收益减少的主要原因是向格瑞兄弟糖果销售的甜食产品增加,使得OEM产品减少。毛利减少主要原因是为推广新产品,而对该产品设置较低毛利率所致。而

股东应占溢利的大幅下降,则是由于2021年上市导致的开支减少,以及毛利减少导致的净影响。

久久王食品方面表示,生产设施、产品开发及质量控制对集团竞争力及成功至关重要,因此,集团将非常重视采购及引进新生产线,以及采购新设备、机器以替换现有机器及设备。同时,集团也将重视产品开发,并致力于提升产品质量,以迎合不断变化的消费者偏好,并加强集团的产品供应。集团的业务策略之一是凭借生产及产品开发能力,以及制造及销售自有品牌产品的经验,按照OEM客户所拥有或获授权的品牌在中国制造、销售,以及向海外国家销售甜食产品。

此外,为加强营销,久久王食品将继续委聘营销公司宣传集团品牌,以巩固其在中国甜食行业的市场地位,提高品牌认知度与品牌意识,从而透过电子商务渠道增加销售额及提升集团的分销网络。久久王食品方面相信,上述业务策略将利用商机,在中国开拓具有巨大增长潜力的新市场。展望未来,久久王将致力加强业务发展,为股东带来稳定回报及增长前景。

## 从晋江到东南亚 晋企深度整合全球供应链

本报讯(记者 蔡明宣)“东南亚的市场机会很大。”“客户已经催了我们很多次,今年必须在东南亚找到合适的供应链进行衔接。”“东南亚这几年的运营成本也不断高企。”……近日,晋江市网商会发起一场“关于东南亚市场机遇与挑战”的行业交流会。现场,来自品牌、供应链、跨境电商等多个领域的50多家企业共聚一堂,一起探路东南亚市场。

会点。前不久,晋江市网商会更是组织十几家企业深入走访考察越南、柬埔寨等东南亚市场。

“面对外贸新格局,我们不仅要强化自身的供应链能力,还需要积极走出去,在东南亚等国家布局产业链,从而提升晋江整体的产业链综合能力。”此观点成为参会企业的共识。

“去年以来,我们欧美订单下滑还是比较明显的,订单都往东南亚转移。”青艺(福建)烫画科技有限公司总经理许清海表示,自己几年前就有这样的预感,原先认为成品订单将先转移,可事实上,这波转移牵涉到整个供应链。

“我们是做成品鞋的,年底去欧洲拜访客户的时候,他们明确提出,合作企业需要在东南亚有供应链资源。”泉州渠丰商贸有限公司总经理李碧玉说。

围绕“订单转移”,不少来自供应链端的企业也表示,订单转移的压力不仅在成品,原辅材料也已经接到相关品牌企业的“订单生产指标”。有东南亚的供应链配套与工厂,成为拿单的“金字招牌”。

对于大多数“爱拼敢赢”的晋江人而言,挑战势必伴有机遇。会上,不同企业针对“订单转移”提出了下一步的做法。

“当前,我们正在积极寻找东南

亚地区的华人华侨,与他们进行本地化合作,开贸易公司会是我们拓展东南亚市场的第一步。”许清海分析说,先借助贸易公司“小步试错”,后续再考虑投资小型加工厂及买地建厂。

“订单转移不单单是个别企业的事,更是整个产业链的问题。”受访企业表示,希望通过接下来的广交会与客户再进行深入沟通,同步借鉴其他企业的一些成功做法,再决定企业下一步的拓展规划。

有别于传统外贸,东南亚跨境电商平台则为企业拓展自主品牌提供了绝佳“出海机会”。“多年前,

我们就以自主品牌出口积极拓展东南亚的线下渠道,因此也沉淀了不少经销商客户资源。下一步,我们将与现有的客户进行深度合作,并借助这些资源持续深耕东南亚渠道与市场。”晋江嘉年华婴幼儿用品有限公司总经理颜呈晓说。

晋江市网商会执行秘书长黄丽芬表示,“此次东南亚之行,在会员中反响颇大。下一步,我们将针对东南亚市场开展企业问卷调查,并结合企业开公司、租厂房、入驻园区、买地等需求,再次组织企业深入越南、柬埔寨等地进行商务对接,全面助力晋企往深处布局全球产业链。”

## 晋工机械牵手力利玩具 联名开发工业旅游伴手礼

本报讯(记者 柯国笠)近日,在中国·海峡第五届“龙江杯”(漳州)工业设计创新大赛上,由晋工机械和力利玩具联名开发设计的轮式叉车玩具产品,荣获该赛事工业旅游伴手礼类银奖。

据悉,该获奖作品以国家制造业单项冠军产品——晋工牌产品轮式叉车为原型设计,最大程度还原了该产品的细节构造,展现出两家企业在各自领域的设计制造水平。同时,双方通过跨界合作,充分挖掘优势工业企业产品在文旅旅游等领域的潜力和意义,拓展产品附加值。

记者了解到,此前,晋工就和力利玩具共同开发伴手礼产品,将自身产品及其品牌融入其中,为晋工及力利品牌的传播开拓了新的路径。

## 晋江市泳装产业协会组团 赴潮汕服博会开展商贸对接



本报讯(记者 施珊妹)近日,晋江市泳装产业协会会长洪清纯带领近20名会员企业家共赴汕头,参加2023中国潮汕国际纺织服装展,并组织走访当地标杆企业。

在第二届潮汕服博会开幕式上,晋江泳装产业协会与汕头市纺织服装企业签署战略合作协议,双方将共谋产业供应链深度合作,携手应对全球供应链竞争。

其间,晋江市泳装产业协会一行前往潮汕服博会现场参观学习,并走访此次参展的宝胜实业、翔麒福实业等会员企业展位,通过了解参展产品、参展订单等相关情况,探讨晋江泳装产业高质量发展的未来着力点。

晋江市泳装产业协会一行还前往潮汕纺织服装产业带进行考察交流,深入当地纺织企业的织造车间、生产车间及面料销售部门,实地考察学习标杆企业的发展经验,探寻产业相互赋能路径,搭建集群合作共赢模式。

“潮汕服博会打造了一个集展示、交易、宣传于一体的平台,新产品、新材料、新技术齐聚一堂,展会效果喜人。此外,潮汕纺织服装产业的发展模式也值得我们学习借鉴。此行收获满满,今后协会将组织更多的学习交流考察活动,为会员企业提供更好的服务。”洪清纯表示,晋江泳装企业希望能抢抓机遇拓展市场,挖潜增效突围发展,因此,大家纷纷主动“走出去”,学习先进经验,对接商贸资源。

商学院

## 拓宽整装渠道空间 抢占整装市场先机

本报记者 王云霏

为帮助更多建材企业拓宽整装渠道空间,抢占整装市场先机,日前,2023中国家居整装大会在晋江国际会展中心举办。

2023年,全国各地陆续释放利好政策的信号,家居建材行业的市场环境及消费潜力将会得到改善。家居整装作为近年来大热的家装形式,不仅受到越来越多建材企业的关注和重视,而且激发了更多消费者对家居空间的多元化需求。论坛以“春天来了”为主题,探讨2023年市场经济复苏后整装行业的发展形势。

晋江市建材陶瓷行业协会会长吴声团表示,过去三年各行各业加速洗牌,整装作为近年来大热的家装形式,正站在家居建材的风口之上,得到越来越多福建陶瓷企业的关注。希望论坛能给福建的企业提供关于整装渠道的思考方向,给晋江企业链接更多的

资源。

整装正处于家居建材市场的风口之上,企业如何在整装赛道跑得快,拓宽整装发展空间?近年来,东鹏在整装领域积极探索,突破传统发展模式,加速整装渠道升级。东鹏控股家居事业部总经理罗勇表示,存量市场在未来三年极为重要,精装修的渗透率会持续提升。虽然行业元气正在恢复,但仍需时间过渡,企业应当加快思考自身在新一轮市场竞争中的发展模式、整装的五大模块、工人师傅的“最后一公里”、精装房升级的四大模块等观点,为企业在整装道路上提供新的思考方向。

近年来,受众众多不确定因素影响,行业加速洗牌,不少家居建材企业寻求新赛道,突破传统营销模式,整装作为大热的装修模式,成为许

多家居建材企业转型升级的关键突破。论坛的对话环节邀请众多行业大咖与大家共同探讨不同维度的家居整装发展。

大角鹿瓷砖创始人南顺芝表示,整装渠道发展与零售渠道尤为接近,用户在哪里,渠道就跟到哪里。在他看来,整装渠道是一个相辅相成的渠道,无论是门店还是装修公司都同样重要。未来整装会是大势所趋,要看高级市场的方向来决定自身未来的走势。

国达陶瓷董事长杨建平提出,该公司从成立至今就沿着整装路线走。目前,他们的外墙整装在全国门店采取全交付模式,客户反馈效果较好。他希望成为客户选购瓷砖的唯一选择,未来公司也会按照既定方针,完善相关举措,继续坚定不移走整装道路。

印美建材品牌总经理蔡盛艺表示,当前,新一代消费者促使品质和



产品多样化升级,他们公司的产品布局也正往年轻化方向发展,将持续培养经销商达到成品交付,实现与整装企业相辅相成。

好莱客艺术整装招商负责人王庆辉提出,消费复苏、国家政策利好不断,公司对2023年的市场持乐观态度。今年,公司会锚定更高的服务标准,从原来的定制整装演变成一站式整装服务平台,保障客户能在一家

公司选到所有品类。中国建筑材料流通协会家庭装修委员会主席、三只兔创始人韩军表示,整装的逻辑在于交付。同时,整装能力需要时间的沉淀,整装公司的团队也是做好整装的关键。整装要把复杂问题简单化,眼光留意旧房改造,重视局部改造,不断开发整装新的利润增长点。