

上市公司圈

九牧王 2022 年营收 26.20 亿元

本报讯（记者 施珊妹）近日，九牧王股份有限公司发布2022年年度报告。数据显示，2022年九牧王营收26.20亿元，同比下降14.10%；净利润-1.05亿元，同比下降157.59%；基本每股收益为-0.16元。

九牧王方面表示,2022年营业收入下降,主要是因为2022年公司部分线下门店暂停营业或客流量下降所致。

2022年,九牧王迎来上市以来首次亏损。对此,九牧王董事长林聪颖表示,利润是企业经营的结果,是企业的生存之本,企业必须创造利润。但作为企业家,除了关注短期利润之外,更要着眼长期发展;要敢于试错,更要坚持战略方向。

“不论在多么艰难的时刻，九牧王始终坚持‘男裤专家’战略变革。我们坚信，用确定的战略去迎击风险，是正确且确定的事情。三年来，九牧王以‘领跑中国男裤，成为全球裤王’为愿景，以‘打造全球最好的裤子’为使命，持续深化变革，坚定推进产品创新、渠道转型与品牌升级。”林聪颖说。

九牧王持续优化渠道结构,推动渠道年轻化。期內,九牧王品牌购物中心和奥特莱斯门店增加超过300家,占比从8%提升至23%。自2021年九牧王首家十代店开业以来,新开及整改的十代店已超850家,占比接近40%。十代店不仅为消费者提供了一个国际化、时尚化的沉浸式体验空间,更以差异化的渠道形象加深了消费者对九牧王“男裤专家”形象的认知。

九牧王聚焦产品功能性、年轻化,凝聚匠心打造“面料好、版型好、工艺好、款式好”的裤子,持续优化男裤产品。期内,九牧王“小黑裤”累计销售超200万条,成为消费者指名购买的单品。顺应消费趋势的变化,九牧王持续丰富产品风格,满足消费者在商务、休闲、户外等不同场景的穿着需求。

展望未来,林聪颖相信,在经济发展和国潮崛起的背景下,中国品牌必将迎来百年一遇的发展新机,孕育出更多世界级的细分市场龙头品牌。

2023年九牧王主品牌将不断深化在消费者心中的男裤专家地位，以“高质量进阶”为首要务，从产品研发、品牌推广、渠道发展提升进攻质量。产品研发方面，九牧王将持续对产品进行功能升级、版型升级、品质升级，整合国内外优质资源，继续发扬“工匠精神”，把更多兼具时尚、科技、舒适体验的产品推向市场。九牧王将精准聚焦消费者需求，持续打造更多“爆品”，完善头部产品矩阵，不断夯实九牧王“男裤专家”地位。品牌推广方面，在保持主流媒体品牌露出的同时，九牧王将进一步完善整合营销，使产品体验、功能卖点、品牌传播、终端形象等深度匹配和融合，在渠道落地。渠道发展方面，九牧王将持续推进渠道优化和终端形象升级，将选择样板区域，探索可快速推广的适应不同类型市场的新打法，提升整体零售运营水平。同时，九牧王将重塑组织，优化主价值链流程，推动团队的“职业化、专业化、年轻化、国际化”建设，为顾客创造价值，持续提升顾客满意度和黏性，打造企业与客户、员工、合作伙伴、社会的“利益共同体、发展共同体、生命共同体”。



奖金总额达300万元 安踏牵手清华举办全球运动装备设计大赛



本报讯（记者 柯国筌）
近日，安踏集团再次牵手清华大学，举办第二届全球运动装备创新设计大赛。该赛事奖金总额高达300万元，面向全球征集运动装备创新设计作品，旨在通过产学研结合，探索运动产品的未来，发现和培

养创意人才,为全球青年设计师提供一个实现创意梦想的平台。赛事产出的优秀创意成果将由安踏集团投入资源进行市场转化。

据悉,首届全球运动装备创新设计大赛于2021年启动,经过激烈角逐,共有36个

优秀作品从全球数十个国家上百所顶尖院校、中学及研究机构的选手提交的参赛作品中脱颖而出。其中,多件优秀作品正在产业转化中,预计不久将与消费者见面。

记者了解到,第二届大赛的主题为“以动酝势 Create Your Signature Move”,以美

学视角记录超凡时刻,以个性原创为宗旨,发现创意人才,培养其成为释放品牌独创性的原动力。大赛面向年轻设计师及全球顶级院校征集运动装备原创设计作品,配备有全方位、高水准、高规格比赛服务支持体系,由全球知名设计师、行业专家担任评委团队,入选选手将由名师亲授设计经验。

2021年,安踏集团与清华

大学联合创立“清华大学—安踏集团运动时尚联合研究中心”，联动清华大学多院系跨学科资源，致力于打造全球领先的体育用品行业创新平台，通过前瞻性运动科技研发与创新成果市场转化的深度融合，在材料、设计、人才、行业研究等四个方面开展研究工作。

多年来,安踏集团持续加大研发投入,创新中基础学科与投入,深耕运动科技研发与产品设计领域,成立行业首家运动科学实验室,建成行业唯一的国家级企业技术中心,并积极与国内外各大知名高校深度合作,整合全球最顶尖的创意设计、设计、学术研究及供应链资源,突破运动科技技术壁垒,支持“中国制造”走向“中国创造”。

打造中国喜悦情绪食品
第一品牌
喜多多升级品牌定位

本报讯（记者 刘宁）在近日举行的喜多多2023年“喜神降临 夏战必赢”品牌制胜暨经销商大会上，喜多多发布最新升级的品牌定位，提出要“打造中国喜悦情绪食品第一品牌”。大会吸引了上千名经销商参加。

对于本次品牌定位升级,喜多多方面表示,2023年是喜多多发展的关键一年,喜多多将继续深度挖掘“喜文化”,开辟喜悦情绪食品赛道,从喜宴到喜悦情绪传递,扩大品牌食用场景,发挥品牌优势,展现“吃喜多多 喜事多多”的品牌新活力。

会上,喜多多品牌中心相关负责人陈文对喜多多的发展历程进行回顾与总结,并发布企业接下来的战略规划。他表示,喜多多将致力于升级品牌定位,将“喜神”IP持续运营,终端全面媒体化;以科技驱动发展,持续挖掘原点人群;同时,喜多多将进行资源整合,加大各大媒体投放、软文植入、圈层植入及种草植入,拓宽渠道进军新领域。此外,喜多多将持续为消费者打造零添加、零糖、零脂的健康产品,让消费者吃得放心、吃得开心,逐步完成喜多多品牌全国化,成为消费者高品质生活的提供者和服务商。

除了品牌定位升级,喜多多还发布了今年的渠道计划。喜多多营销中心负责人介绍,今年,喜多多将从传统渠道、现代渠道、特通渠道、休闲零食渠道等四大渠道出发,从新网点的开发及重点网点人员的有效拜访及维护开始,加大对主要KA及连锁便利超市的重视与操作。其中,将休闲零食渠道作为一个重要的渠道进行全面开发。

喜多多集团董事长许庆纯表示,喜多多经过多年实践,形成了“喜文化”品牌内涵。未来,喜多多也将充分发挥“弘扬喜文化 传递好心情”的企业使命,创新探索,焕新启航,让喜文化内涵深入万家,助力共赢、共创喜事多多。

七匹狼开展劳模(工匠) 进车间活动

本报讯(记者 施珊妹)近日,由晋江市总工会主办,金井镇总工会、七匹狼集团工会承办的全市劳模(工匠)“六进”进车间活动走进七匹狼制衣车间。

活动中,福建省“五一劳动奖章”获得者、泉州市劳模胡牛崽(七匹狼服装制造党支部书记、技术研发中心负责人)以“弘扬工匠精神——服装面料检验标准及服装工艺技术”为题进行授课。

现场,胡牛崽通过互动、实践训练,指导学员应用感官检验法,对裁片的正反面区别、弹力特性、面料图案、面料质量进行检验。员工纷纷表示,通过胡牛崽的讲解,加深了对制衣实用技能的认识,今后将立足岗位实际,向标杆对齐,勇于在一线创新、一线成才、一线立功。

此次活动旨在进一步引导员工学习先进、争当先进,引领员工走技能成才、技能报国之路。同时,助力员工提升技能水平及工作效率,从而提高企业产品质量,降低产品成本,促进企业技术创新和产业升级,为企业的高质量发展贡献力量。

热烈祝贺

母校晋江市陈埭民族中学 晋升省一级达标高中

陈埭民族中学初中77届高中79届同学会

加賀