

上市公司圈

从存量增长到质量倍增 安踏集团旗下多品牌上半年营收创新高

本报记者 柯国笠

昨日,国内体育用品龙头企业安踏集团发布了今年上半年的业绩。公告显示,安踏集团上半年营收创历史新高,达到337.4亿元(人民币,下同),在营收大基数的基础上,仍取得了13.8%的双位数增长。

同日,安踏集团的主要竞争对手耐克深陷CEO“质疑门”和股价暴跌的境地。这也让安踏集团的半年“成绩单”引发了业内诸多人的讨论——如何在竞争日益激烈的消费环境中维持基本盘?如何在高基数上仍然维持高速增长?安踏做了什么?

安踏集团执行董事、联席首席执行官赖世贤透露——以创新为主导的高质量增长,以品牌矩阵为战略武器,让安踏得以分散风险,甚至抓住新风口、穿越长周期。

“尽管上半年消费大势仍然存在诸多不确定性的挑战,但安踏集团始终坚持‘单聚焦、多品牌、全球化’的发展战略,以强信心和长期主义布局行业,以创新为根基推动高质量增长,进一步夯实了三大核心竞争力。我们将凭借穿越周期的能力与决心,以‘品牌+零售’的独特商业模式推进全球化探索,继续向‘世界领先的多品牌体育用品集团’稳步迈进。”赖世贤说。

两大主品牌走向“质量”增长

对安踏集团而言,安踏和FILA两大主品牌仍然是集团整体营收的两大支柱,其影响举足轻重。

今年上半年,安踏集团主品牌——安踏品牌营收达160.8亿元,占集团营收的48%,以单品牌之力超越李宁集团和阿迪中国。

安踏的增长有别于以往单纯的体量扩张,而是形成了新的增长潜力。

去年下半年以来,安踏和FILA两个品牌进行大刀阔斧的变革。其中,安踏品牌大力推动以多种类型门店为主导的产品与零售端的双轮变革;同时,签约多个业内知名设计师,推动欧文签名鞋等明星产品的持续曝光,带动安踏主品牌的进一步升级。

其中,渠道方面,安踏打破传统的“千店一面”,根据细分消费人群的精准定位创新业态,推出“竞技场 ARENA”“殿堂 PALACE”“作品集 SV”“超级安踏 SS”等全新终端门店,为消费者创造了多元化的线下零售新体验。这一举措也让安踏在一、二线城市核心商圈的覆盖率及店效提升明显,突破了高阶和年轻消费者对安踏品牌的固有认知。

产品端的科技创新则是增长的另一主导因素。在刚刚落幕的巴黎奥运会上,安踏提供的领奖装备陪伴中国体育健儿91次登上领奖台,也进一步强化了品牌的专业属性。今年,安踏以科技创新赋能大众的商品矩阵进一步完善,以PG7中底缓震科技为代表,尖端科技面向大众的超性价比商品市场转化获得热烈反响。安踏跑步品类已形成从慢跑、竞跑到竞速的专业跑鞋产品矩阵,截至报告期末,竞速C家族已助力运动员超400次登上马拉松赛事领奖台;篮球品类推出欧文一代签名鞋,全球13大城市同步发售实现100%售罄。

另一品牌FILA上半年也维持了增长态势,收入增长6.8%至130.6亿元,创历史新高。在巩固“时尚运动”江湖地位的同时,该品牌开始发力“专业运动”的增量赛道,以“三个顶级”的策略驱动高质量增长,增速继续领先同规模国际品牌。

上半年,FILA借助与凡尔赛官馆藏授权合作、与蓬皮杜等知名IP的联名营销,持续深耕体育与艺术的融合,在时尚运动方面巩固消费者心智。同时,FILA发力增量品类,效果显著。其中,时尚爆款家族和专业运动系列驱动鞋品类增长超20%;服运动品类差异化聚焦高尔夫、网球等运动,实现双位数增长。

此外,FILA零售业态全面升级,各类顶级店铺的创新模型陆续发布,整体线下坪效领先同规模运动品牌。FILA线上表现强劲,增速超20%,该品牌通过聚焦核心品类打造心智爆款,在官网、抖音等渠道持续领涨行业。

经营利润率数据往往能说明一个品牌的整体盈利能力,折射出这个品牌的成长质量。数据显示,安踏集团经营利润率保持在25.7%,其中,安踏品牌21.8%、FILA(斐乐)品牌28.6%,所有其他品牌29.9%。各个品牌的数据都处于行业领先地位。

户外品牌群持续借势“狂奔”

两大支柱品牌稳住营收体量的同时,安踏集团“培植”的以迪桑特、可隆为代表的第三条增长曲线正有望诞生集团第三个百亿营收品牌。

数据显示,今年上半年,安踏集团旗下除安踏、FILA外的其他品牌营收大涨41.8%至46亿元。其他品牌聚焦差异化场景,持续深耕高端垂类运动需求,继续保持强劲增长。

其中,迪桑特备受瞩目。2023年,迪桑特在中国地区实现了年入50亿元的业绩,超出市场预期,也成功超过了该品牌在其他地区的营收。迪桑特(中国)董事长丁少翔在接受媒体采访时透露,在未来3年内,迪桑特将成长为一个“百亿品牌”。

迪桑特在国内的增长潜力背靠的是国内兴起的户外运动等新兴运动风潮,但这也离不开该品牌的独特运营模式。数据显示,该品牌的会员新增近30%,并呈现年轻化趋势。

今年,迪桑特的品牌力实现突破。在滑雪板块,迪桑特品牌力首次位列高端品牌第一;同时,该品牌继续围绕铁人三项运动场景打造专业赛事,深化高尔夫的专业心智。此外,报告期内,迪桑特设立创新研发中心,钻研版型优化和面料科技;线下持续推进多渠道业态,开设首个城市概念店,儿童店拓展提速。

相比于迪桑特,可隆则走向了“城市户外”发展道路,围绕露营、徒步两大户外场景建立差异化产品矩阵。该品牌在今年上半年完善产品布局,持续打造露营冲锋衣、徒步鞋等心智爆款,社交平台搜索量及互动量提升至高端户外品牌第一位。在渠道上,可隆加速拓展华东、华南等新兴市场,进驻一线城市顶级潮流商圈,升级“露营实验室”体验型社群,提升市场渗透率、品牌力及消费者黏性。

安踏集团旗下的亚玛芬体育同样聚焦户外新兴运动类型,包括始祖鸟、萨洛蒙等近年来在国内火爆的户外品牌,都属于亚玛芬体育旗下。

背靠国内市场的强劲需求,今年上半年,亚玛芬体育也创造了2019年被安踏集团收购以来的最佳半年业绩,整体营收同比增长14%,利润实现正增长。其中,中国和亚太地区收入分别取得52%和39%的高速增长,始祖鸟带领的技术服装品牌群与萨洛蒙带领的山地户外品牌群分别实现39%和8%的收入增长。

目前,安踏集团旗下品牌组合已在多个细分领域建立起领导者地位。“多个篮子放鸡蛋”的策略,让安踏集团的众多品牌能够覆盖全场景、全人群、全赛道和消费者运动圈周期,在空间和时间两个维度上,使安踏集团具备穿越周期的抗风险能力。

创新研发投入“断崖式”领先

除了渠道的变革和多品牌布局策略外,安踏集团也在加速补足企业的创新研发能力,为成为世界安踏提供新的动能。

资料显示,安踏集团在美国日韩等地建立了五大研发设计工作室,并和全球60多家顶级科研机构、高校,以及上下游3000多家供应商开展联合创新。

去年,安踏集团整体研发投入超过了国内其他所有体育用品品牌,并呈现断崖式领先态势。

上半年,安踏集团研发投入成本支出逼近10亿元大关,同比增长超过30%,是另外3家体育用品港股上市公司——李宁、特步、三六一度同期研发投入之和的近1.5倍。安踏集团研发投入力度在中国体育用品企业中连续断层领先。

持续的研发投入,已为安踏集团带来实际效果。

今年上半年,安踏集团多项核心科技成果加速转化。该集团搭建的“全球开放式创新生态网络”进入收获期,多项校企联合创新成果成功完成市场转化。其中,“柔性纱”成为FILA科技心智纱线,生意贡献已达上亿元;“安踏膜”及“氮科技”等科技认知度奠定领先心智。此外,安踏集团为与多所高校联手,积极参与创新材料领域国家重大科技课题攻关,开展行业前沿技术的探索。

数据显示,截至2024年6月,安踏集团累计申请国家专利4655件,在中国体育用品品牌中排名第一。



安踏体育入选恒生可持续发展指数成分股

相关新闻

本报讯(记者 柯国笠)日前,安踏集团宣布,其上市公司主体安踏体育再度纳入恒生可持续发展企业基准指数(HSSUSB)成分股,该变动将于9月9日起生效。安踏集团是中国体育用品行业唯一入选的企业,表明其在可持续发展领域的领先地位。

恒生可持续发展企业基准指数(HSSUSB)为恒生可持续发展企业指数系列中的权威指数之一,于2011年9月首次推出。该指数旨在甄选出香港上市公司中环境、社会和管治(ESG)表现最优秀的前20%企业,为可持续发展主题投资提供

优质基准。本次共97家香港上市公司被纳入指数。

近年来,安踏集团在ESG领域持续加大投入并取得成效。今年6月,安踏集团的温室气体减排目标获得科学基础目标倡议组织(SBTi)正式认证。此外,安踏集团承诺到2030年将范围一和范围二的温室气体绝对排放量减少42%,并致力于减少范围三的相关排放。该集团在今年4月于上海开设了中国特色鞋服行业首家碳中和店铺ANTA ZERO,进一步表明其对实现“0碳使命”、将ESG理念深度融入企业发展战略的决心和努力。

安踏集团执行董事、联席首席执行官、可持续发展委员会主席赖世贤表示,“安踏集团再度成功纳入恒生可持续发展企业基准指数成分股,对我们而言是极大的肯定。我们始终坚信,持续提升可持续发展水平对企业长远发展至关重要。在追求业务增长的同时,我们不忘履行对社会和环境的企业责任,推动实现可持续发展的长远目标。未来,我们将继续‘创造共生价值’,进一步实践‘与消费者共生、与伙伴共生、与员工共生、与社会共生、与环境共生’的核心价值观,持续完善和提升集团的可持续发展战略。”

同比增长41.5% 百宏实业上半年营收106.2亿元

本报讯(记者 王云霏)日前,百宏实业公布中期业绩。数据显示,该公司上半年实现营收106.2亿元(人民币,下同),较去年同期上升41.5%;溢利达3.27亿元,较去年同期上升62.4%;每股盈利达0.15元。

公告称,百宏实业期内销售涤纶长丝产品的收入为45.03亿元,较去年同期增加6.49亿元,即上升16.9%;涤纶长丝平均每吨售价8808元,同比增加329元,即上升3.9%。

期内,百宏实业销售聚酯产品的收入为52.28亿元,同比增加24.50亿元,即上升88.2%;聚酯产品平均每吨售价为6757元,同比减少109元,即下降1.6%;聚酯产品的销售量保持稳定增长,共销售77.37万吨,同比增长91.3%。

公告指出,百宏实业将巩固在福建省、广东省市场份额的同时,深耕国际市场、拓展新兴市场,并持续提升市场反应力。此外,根据新兴市场下游使用者的反馈,



百宏实业5G智能化工厂 本报记者 董严军 摄

对现有产品线进行性能改进和技术升级,加强出口产品安全品质管制,并继续保持成本优势。

作为国家“高新技术企业”及“福建省智能制造示范点示范企业”,百宏实业在行业内率先实现了全流程智能化自动化生产。百宏实业以改革创新推动数字化、智能化和柔性化等方面的高质量发展。其中,5G智能工厂的投用,为百宏实业缓解了人

工成本上涨带来的压力,提高了生产效率。同时,百宏实业注重人才的引进与培养,与华东大学合作建立人才实践基地。此外,该公司技术研发团队以市场为导向,开发新产品,并借助质量监控队伍和国际水平的检测设施,严格保障产品品质。

近年来,百宏实业一直致力于打造对外经贸合作前沿平台,早于2016年便赴越南投资建设聚酯工厂。

百宏实业在越南西贡省投建“70万吨差别化化学纤维项目”一期工程的两个项目已全部建成。其中,“年产25万吨聚酯瓶片项目”于2020年5月投产,主要产品为水瓶级切片,适用于制作矿泉水及纯净水等水瓶;“年产20万吨涤纶长丝及切片项目”于2019年9月投产。百宏实业计划将以上项目打造成中越两国产能合作示范平台。

天虹国际集团上半年营收112亿元

本报讯(记者 王云霏)日前,天虹国际集团公布中期业绩。财报显示,该集团上半年收入上升4.2%至112亿元(人民币,下同);净利率上升10.8个百分点至13.2%;毛溢利为2.823亿元;股权持有人应占溢利为2.699亿元,每股基本盈利为0.29

元,董事会宣派每股10港仙的中期股息。

天虹集团收入以纱线销售为主,中下游业务以主要面向海外市场的梭织面料销售为主。期内,天虹集团纱线销售收入约88.123亿元,较去年同期增长约8.9%。

此外,天虹集团于2023年11月出售位于越南的针织面料工厂,针织面料于期内的销售收入大幅降低,从而致使纱线的销售收入在集团总收入中的占比,由去年同期的75.0%升高至78.4%;同时,也进一步说明该集团聚焦其主营业务的策略得到巩固。

晋江市数字化转型“五部曲”实战研修班举办

本报讯(记者 蔡明宣)近日,晋江市数字化转型“五部曲”实战研修班成功举办。此次研修班采用“企业实地考察+讲师培训+讨论互动+提问解答+案例分析+课后训练”六位一体的教学模式,吸引了近50名企业代表积极参与,共谋数字化转型新篇章。

研修班特邀中国智造—制造业培训咨询教练、变革与创新工程研究中心首席专家达鑫现场授课。据悉,课程围绕“平台规划”“知识分类与编码”“知识采集与整合”等方面内容,从企业战略出发,为企业建立知识管理平台打牢基础;剖析“流程梳理优化”“信息系统集成”等问题,助力企业贯通设计工艺制造全流程;同时,深入讲解数字化转型“五部曲”,为企业数字化转型战略规划、基础建设、数据治理、应用创新、人才培养等奠定坚实的基础。

针对企业在数字化转型过程中面临的痛点与难点,研修班特别设置了《数字化转型突破口》《中国制造2035——我们的行动》等专题课程,旨在通过再学习、再提升的方式,帮助企业补齐短板,突破瓶颈。

此外,研修班还开展数字化标杆企业现场研学活动,组织学员前往福建省中侨富士电梯有限公司、福建艺达电驱动股份有限公司等企业参观,了解行业前沿技术,学习这些企业在数字化转型方面的成功实践。

不少学员表示,此次研修班内容丰富、针对性强,专家授课深入浅出、理论与实践相结合,让他们受益匪浅。同时,通过此次学习,他们更加清晰地认识到企业数字化转型的紧迫性与重要性,明确了转型升级的方向与目标。

晋江市产业数字化服务协助联盟相关负责人表示,接下来,联盟将继续深化与企业的合作与交流,深入了解不同行业的特性和需求,开发更多定制化的培训内容,全方位赋能企业数字化转型。

晋江市总工会开展整理收纳就业培训活动

本报讯(记者 曾小凤)近日,晋江市总工会开展为期2天的整理收纳就业培训,吸引109名人员参加。

培训老师通过案例分享与讲解,现场实操示范等方式,教授学员如何更好地对房屋进行整理及物品收纳。

据了解,此次活动旨在聚焦职工技能培训需求,进一步引导职工提升专业技能,拓宽就业创业渠道,以适应不断发展的社会环境、工作环境及市场需求,激发职工生活和创业热情。接下来,晋江市总工会将继续充分发挥工会组织在促就业保民生中的积极作用,不断深化就业稳岗服务,增强职工的幸福感和获得感。

跨境电商买手对接会在晋江举行

本报讯(记者 施珊妹)近日,中国晋江鞋都电商城携手TikTok Shop官方举办“TikTok Shop跨境电商全托运营户外运动户外鞋靴买手对接会”,吸引了众多行业专家、买手和商家齐聚一堂,共同探讨户外运动户外鞋靴在跨境电商平台上的发展前景。

该活动旨在通过剖析TikTok Shop户外运动户外鞋靴趋势及运营策略等,帮助电商企业拓宽经营渠道、推动品牌出海。

现场,TikTok Shop官方代表通过数据分析和市场调研结果,为与会商家揭示了户外运动鞋靴在全球市场的发展态势。同时,还分享了跨境电商运营技巧,“大家要精准定位国际市场需求,深挖产品特色,不拘泥于既有框架,以发展的视角审视市场变化。”

中国晋江鞋都电商城方面表示,通过此次对接会,商家们对市场动态有了更清晰的认识,对未来的业务发展有了更明确的方向。此外,现场专家还提供了切实可行的策略,将帮助企业激烈的市场竞争中脱颖而出。

义乌晋江商会召开第一届二次会长会议

本报讯(记者 王云霏)近日,义乌晋

江商会召开第一届二次会长会议。会议总结了商会上半年工作情况。义乌晋江商会会长张水顺表示,希望所有商会成员积极贡献力量,共同推动商会繁荣发展。

会议还特别邀请了浙江绣湖律师事务所律师解析最新修订的公司法,为商会成员提供风险防范建议。