

# 安踏2022年营收首超耐克中国 旗下户外运动品牌成增长主力

■本报记者 李婷  
见习记者 熊悦

3月21日午间,安踏体育(以下简称“安踏”)发布了2022年年度业绩公告,公司收益同比增长8.8%至536.5亿元,增速较2021年有所放缓;股东应占溢利(包括分占合营公司溢利影响)为75.9亿元,同比下滑1.7%。

纵观国内运动鞋服品牌第一梯队的2022年营收,安踏以536.5亿元的年度营收首次超过耐克中国的71.65亿美元(按报告期末汇率折算为514.22亿元人民币),其次是李宁,为285.03亿元。

对于营收增长,安踏表示2022年公司的线下零售业务受到客流量显著下降、消费者消费意愿减弱等不利影响,拖累了零售业务增长。但同时,公司拓展线上渠道以推动销售,抵消了部份实体店暂停运营的影响。

艾媒咨询CEO张毅对《证券日

报》记者表示,安踏2022年年度营收首超耐克中国,反映出国产运动品牌日益增长的市场竞争力,尤其是在国潮消费热的当下,年轻消费群体对国产运动品牌的青睐度持续提升,市场规模不断扩大。

## 户外运动品牌增长强劲

安踏体育旗下拥有安踏、FILA和其他所有品牌三个业务分部。2022年安踏品牌、其他所有品牌两个业务板块的收益均同比增长,但增幅较2021年有所放缓。FILA品牌的收益则首次出现年度同比下滑。

具体而言,由于线上销售增长、DTC(直接面向消费者)收益增加等因素,安踏品牌的收益较2021年增长15.5%至277.23亿元,经营溢利同比增长15.16%至59.25亿元。公告显示,安踏品牌在整体收益中占比51.7%。

占据安踏营收几乎半壁江山

的FILA品牌收益首次出现年度下滑。公告显示,FILA品牌收益较上年同期减少1.4%至215.23亿元,经营溢利同比下降19.44%至43.01亿元。该品牌的收益占比为40.1%。

值得注意的是,所有业务分部中,所有其他品牌的收益增幅最大,同比增长26.1%至44.05亿元。不过和2021年51.1%的收益增幅相比也有所放缓。

该业务包含安踏于近年来通过投资、收购等方式纳入麾下的诸多户外运动、户外品牌,如日本高端冬季运动品牌迪桑特(DESCENTE)、韩国知名户外品牌可隆(KOLON SPORT)、芬兰体育用品公司亚玛芬(Amer Sports)等。

公告显示,所有其他品牌业务的增长主要由DESCENTE及KOLON SPORT业务所带动。后者旗下拥有Arc'teryx、Salomon、Wilson、Peak Performance及Atomic等运动及户外品牌。同时,Amer Sports合营公司的收益同比增长21.8%并实现盈利。

不难发现,安踏旗下户外运动品牌的增长与近年来国内以滑雪、露营、飞盘、徒步等户外运动市场的兴盛密切相关。2022年5月份,由科尔尼管理咨询公司联合淘宝天猫运动户外行业、商家品牌策略部发布《运动户外私域趋势洞察》显示,国内户外运动市场规模及增速不断攀升,预计2025年中国运动户外市场规模将接近6000亿元。

## 整体毛利率承压

因毛利率承压,安踏去年出现了增收不增利的情况。2022年安踏的整体毛利率较上年同期下降1.4个百分点至60.2%。其中,安踏品牌及所有其他品牌业务的毛利率均有不同程度上升,但FILA品牌的毛利率下滑4.1%拖累了整体毛利率。

公告中提到,受疫情影响,FILA品牌产品的折扣力度有所加大;同时FILA品牌高端产品创新

升级,全球原材料价格自2021年下半年开始上升导致产品成本率上升;加上存货跌价准备的影响,共同导致了FILA品牌毛利率的下滑。

零售独立评论人马岗对《证券日报》记者表示,公司增收不增利、库存增加、毛利下降,说明零售压力、促销和折扣压力均比较大,这由零售大环境影响所致,李宁亦表现出类似的现象。“纺织行业本身介于耐用和快消之间,这类商品消费压缩空间比较大,在非必要情况下,消费者可以减少消费频次。对企业而言,要适应市场节奏,调节商品和促销节奏。”

马岗进一步告诉记者,户外运动领域是国内运动鞋服品牌的一个市场机遇。“近年来消费者关注健康、关注运动,利好户外品类的消费。但这块市场不缺少泛户外产品,专业性户外产品较为缺乏,因此专业和细分市场还是存在机会。”

# 中炬高新毛利率连续三年下降 2022年计提预计负债导致亏损

■本报记者 李昱丞

调味品行业上市公司中炬高新去年增收不增利。3月20日晚间,中炬高新发布2022年年报,公司2022年全年实现营业收入53.41亿元,同比增长4.41%;亏损5.92亿元,是1995年上市以来的首次亏损。

对于业绩亏损,中炬高新表示,主要系计提预计负债11.78亿元所致。然而,即使扣除非经常性损益影响,中炬高新2022年扣非后归母净利润仍同比下降22.50%,仅为5.56亿元。

公司在年报中称,2022年调味品行业面临消费需求收缩、成本上涨等压力和挑战,市场复苏缓慢,行业增长乏力。

中国食品产业研究院高级研究员朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示,2022年餐饮行业受影响较大,中炬高新很大一部分产品面向餐饮行业销售,因此2022年承压较重。

中炬高新主营产品包括酱油、鸡精鸡粉、食用油等,是厨邦酱油母公司。2022年,公司以调味品为主的制造业实现营收49.72亿元,同比增长7.08%,占公司营收的93.09%。

在此基础上,毛利率下滑是中炬高新去年扣非后净利润下滑的一大主因。根据年报,公司2022年毛利率为31.70%,较2021年下降3.17个百分点,连续第3年下降。其中酱油产品毛利率为35.14%,较2021年减少4.06个百分点;鸡精鸡粉、食用油、其他产品的毛利率分别减少了2.33个百分点、0.96个百分点、0.46个百分点。中炬高新披露的成本分析表显示,2022年酱油、鸡精鸡粉、食用油原材料单价均同比上升。

而在费用端,中炬高新销售费用和管理费用大幅增加,进一步侵蚀了利润。2022年公司销售费用增长14.66%至4.73亿元,管理费用增长27.13%至3.24亿元,增速明显快于收入增长。

中炬高新就此解释称,销售、管理费用增长主要是因为销售人员薪酬支出增加及业务费增加,另外发放稳岗补贴及计提绩效奖金增加,管理人员薪酬支出同比增加等。

中炬高新将业绩不佳部分归咎于外部环境。不过从行业来看,增长仍是主流。据梳理,截至3月21日,17家公司公布2022年业绩预告的A股调味品板块上市企业中,10家公司扣非后归母净利润实现同比增长,其中8家公司增速超过30%。

上述17家公司中,仅5家公司2022年陷入亏损,其中之一就是中炬高新。

# 德联集团“修改”定增预案 募资额从近5亿元提高至逾11亿元

■本报记者 李雯珊

3月21日,德联集团发布《2023年度向特定对象发行A股股票预案》,拟向特定对象发行股票募集资金总额不超过11.12亿元,将用于德联汽车新材料胶黏剂研发和制造项目、集团信息化升级及智能仓储物流体系建设项目及补充流动资金。

“随着中国汽车产业特别是新能源汽车产业飞速发展,胶黏剂成为公司产品战略调整的主要类别之一,目前公司生产能力已经远不能满足客户需求。因此拟通过本次募集资金投资项目,扩大企业营收规模,增强企业的盈利能力。”德联集团董秘办相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示。

## “修改”定增预案

事实上,就在上个月(2月28日),德联集团还曾发布一份“拟募资4.95亿元投资德联汽车新材料胶黏剂研发和制造项目”的预案。

3月14日,德联集团发布公告终止上述定增事项。该公司表示:为了更好地衔接全面注册制相关制度和规范性文件,在综合分析整体发展规划、资本运作计划及募投项目实施等诸多因素后,决定终止本次定增事项,待作出适当调整后适时重新申报。

记者就上述事项采访德联集团,上述德联集团董秘办相关人士向记者表示,“此前发行的定增金额约为5亿元,公司经过讨论与规划后,认为新增项目投入需要更多的资金,所以终止了此前的定增发行,改为目前的定增方案。”

德联集团认为,消费者对汽车性能的需求呈现多元化趋势,车用化学品需求扩张,并逐步向精细化方向发展;车用胶黏剂因其独有的轻量化、耐用性、防水性、高兼容性等特性,现已广泛应用于汽车装配工艺流程。

“德联集团的主营产品为车用胶黏剂,总体上此项产品的市场规模不是很大,而且产品的科技护城河不是很高,可持续成长性有待观察。不过受益于国六标准实施,四元催化剂(减少尾气排放的产品)预计可能有一定幅度的增长空间。”天风证券化工行业相关研究员认为。

## 去年业绩承压

德联集团此次拟募资11.12亿元将主要投向新材料胶黏剂研发和制造项目(6.085亿元)、集团信息化升级及智能仓储物流体系建设项目(2.036亿元)、补充流动资金(3亿元)。

“加码投资智能仓储项目有助于满足公司业务量增长带来的对物料储存、调配、配送、发货等能力的高要求,提升公司整体的经营管理效率。”德联集团上述相关人士认为。

他还表示,此次定增的投资者暂时没有确定,“目前已与有意向的机构沟通。这次大股东不会参与。”

近日,德联集团发布2022年业绩预告,预计去年净利润为4977万元至7460万元,同比下降70%至80%。对于业绩变动,德联集团解释:原材料的价格上涨导致去年产品成本上升,毛利率较上年同期有所下降;停产和汽车供应链停滞对公司及下游汽车客户的生产运营造成较大影响。

# 腾讯音乐2022年收入283.4亿元 在线音乐付费用户达8850万

■本报记者 李豪悦

3月21日,腾讯音乐娱乐集团(以下简称“腾讯音乐”)发布了2022年第四季度及全年未经审计财务业绩。

2022年腾讯音乐总收入为283.4亿元,实现权益持有人应占净利润为36.8亿元,同比增长21.4%;非国际财务报告准则下,权益持有人应占净利润为47.5亿元,同比增长14.4%。该年第四季度,公司实现总收入74.3亿元,权益持有人应占净利润为11.5亿元,同比增长114.7%;非国际财务报告准则下,公司权益持有人应占净利润为14.4亿元,同比增长72.8%。

腾讯音乐执行董事长彭迦信表示,“在2022年快速变化的宏观环境中,我们坚持创新,并采取有效成本优化措施,实现了全年盈利能力的强劲增长及在线音乐订阅收入的持续稳健提升。我们的商业化模式持续丰富,在激励广告、长音频以及音频直播和业务出海等方面均取得了良好进展。”

## 订阅收入同比增长18.6%

从财务构成来看,腾讯音乐的收入主要来源于两部分,即在线音乐和社交娱乐。2022年腾讯音乐在线音乐实现订阅收入87亿元,同比增长18.6%。其中在去年第四季度,公司在在线音乐订阅收入23.5亿元,同比增长20.6%。

用户方面,截至2022年第四

季度,公司在线音乐付费用户数达到8850万,同比增长16.1%,环比净增320万,再创新高。

业务方面,2022年由腾讯音乐制作并推出的歌曲中,有近1000首播放量破亿,热门原创作品。截至该年第四季度,独立音乐人平台在腾讯音乐人平台上共创作超过230万首音乐作品。

此外,腾讯音乐持续强化产品功能。2022年腾讯音乐推出公司首位超写实虚拟偶像鹿希LUCY,以及其他三位拥有原创作品、独特声音和舞步的虚拟偶像小琴、扇宝和安可,获得全球商业客户的广泛关注。同时,公司持续布局与研发突破性的AIGC创新工具,上线Muse引擎,实现基于歌曲旋律和歌词的音乐海报自动化和规模化生成。

新音乐产业观察联合创始人赵卓在接受《证券日报》记者采访时表示,“随着用户对音乐品质要求的提高,2021年6月份腾讯音乐推动了‘一体两翼’战略升级,进行了组织架构的重大升级,定下了内容与平台两大核心方向。2022年腾讯音乐在内容建设上更加深入,一方面深化与国内外顶尖艺人、唱片公司和行业伙伴合作,一方面扶持原创艺人,用平台的数据能力服务音乐人的创作和发行,尤其是支持优质潜力音乐人,鼓励品质音乐创作。”

“基于公司对未来长期发展的坚定信心,我们完成了公司董事会于2021年批准的10亿美元股票回购计划。”彭迦信表示。

截至2022年12月31日,公司



现金、现金等价物、定期存款和短期投资的合计余额为274亿元。

## 续约多家音乐公司

财报显示,公司已与杰威尔音乐有限公司(以下简称“杰威尔音乐”)达成续约协议。据了解,杰威尔音乐旗下拥有周杰伦、曹杨、派伟俊等众多音乐人。

早在2014年,两方公司就共同发行了周杰伦国内首张数字音乐专辑《哎呦,不错哦》,为在线音乐行业带来里程碑式突破。2022年腾讯音乐旗下创新演出品牌TME live与杰威尔音乐合作推出周杰伦“魔天伦”和“地

表最强”双场演唱会上重映,以及周杰伦最新数字专辑《最伟大的作品》。

腾讯音乐和相信音乐同样达成续约协议。据了解,相信音乐旗下拥有李宗盛、五月天、刘若英、丁当等众多优质音乐人,双方合作进一步拓展了腾讯音乐的社交布局。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向《证券日报》记者表示,随着线下市场复苏,这些资源也将利好腾讯音乐未来演唱会、衍生产业的布局。

此外,借助丰富的资源,腾讯音乐也不断尝试在国际市场“扩圈”。据财报介绍,公司与美

国Billboard建立广泛合作,联合公司旗下QQ音乐发布年度听歌报告《2022音乐旅途报告》;通过Billboard的全球网络将其扶持的优质新人潘韵淇推广到世界舞台。

“国内音乐市场在用户规模上的增长已经逐渐放缓,腾讯音乐在国内现有市场站稳后,也需要进一步扩大市场资源。与Billboard等建立合作,为未来腾讯借助海外成熟的音乐市场产业链,改善用户和财务机构都是必要的。”张毅说。

“2023年,预计单季度在线音乐服务收入将在今年年内超过同季度的社交娱乐服务收入。”彭迦信表示。

# 美达股份去年亏损超5500万元仍坚持分红 专家分析:或与控制权变更有关

■本报记者 李雯珊  
见习记者 解世豪

3月21日美达股份发布2022年年报,公司全年实现营业收入29.14亿元,同比下降12.24%;归属于上市公司股东的净利润-5520.75万元,同比由盈转亏,比上年同期下降198.12%;基本每股收益为-0.1元,比上年同期下降190.91%。

而美达股份在陷入亏损的状况下仍坚持推出近1600万元的分红计划,同时,公司希望通过定增来实现控制权变更,定增所募资金将全部用于补充流动资金和偿还银行贷款。

## 产品产销同比减少致亏损

年报显示,美达股份去年主营产品产销同比减少,主营业务收入及盈利能力同比下降。

美达股份表示,在多重不利因素影响下,去年公司积极落实降本增效措施,通过深挖国内市场,拓展海外业务,发掘新领域潜力,实现生产经营平稳过渡,但总体效益有较大幅度下降。

据介绍,美达股份去年上半年高附加值高附加值订单增长较大,实现盈利。同年下半年由于主要原材料己内酰胺价格呈现逐级下降趋势,传导至产品市场价格大幅下调,产品价格跌幅大于原料价格跌幅,导致下半年出现较大亏损。

截至去年底,美达股份资产负债率为54.91%,比上年末上升2.02个百分点,资产总额31.48亿元,比上年末下降0.18个百分点,净资产14.2亿元,比上年末下降4.44个百分点。

报告期内,美达股份经营活动

产生的现金净流量为-3.65亿元,主要原因是本期非AAA票据贴现较上期大幅增加。根据准则,票据贴现流入在筹资活动流入列示,导致销售收到的现金减少。

## 边募资偿债边大额分红

年报显示,美达股份推出的2022年利润分配预案为:以5.28亿股为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.3元(含税),送红股0股,分红总额达1584.42万元。

按照此方案计算,最新前十大股东合计得分559.4万元,其中新进的5个股东合计得分34.61万元。

《证券日报》记者据Wind资讯数据查询,2018年至2020年,美达股份的分红方案均为“每10股派发现金红利0.2元”,而2021年时分红方案已调整为“每10股派发现金红

利0.3元”。

“在大额亏损情况下,上市公司仍实施分红通常基于几种原因:一是维护股价稳定;二是履行承诺;三是税收优惠;四是公司当前资金需求不大,现金流较好。”全联并购公会信用管理委员会专家安光勇对《证券日报》记者表示。

事实上,美达股份的现金流情况并不理想。Wind数据显示,截至2022年12月31日,货币资金为4.88亿元,应收票据及应收账款为4.6亿元,但公司短期借款已高达6.88亿元,应付票据及应付账款达6.73亿元。公司资产负债率为54.91%,比上年末上升2.02个百分点。

此外,美达股份3月17日晚间发布公告称,公司定增申请获股东大会通过,拟向福建力恒投资有限公司(下称“力恒投资”)定增募资不超过5.99亿元,发行数量为1.58亿

股,增发价格为3.78元/股,扣除发行费用后的净额将全部用于补充流动资金和偿还银行贷款。

此次定增方案成功实施后,美达股份控制权将发生变更,控股股东由青岛昌盛日电新能源控股有限公司变为力恒投资,公司实际控制人或将由李坚之变更为陈建龙。

“美达股份正在谋划大股东和实际控制人变更事宜,将大部分未分配利润在控制权变更前分派掉,这样大股东得到的实际收益会更多。”IPC中国首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示。

河南泽楷律师事务所主任付建表示,上市公司陷入亏损且现金流情况并不好的情况下,边分红边募资偿债并不矛盾,公司可以根据经营情况制定这样的经营策略。但是需要注意避免过度分红,否则不利于股东的长远利益。