聚焦羽绒服主业

波司登经营利润实现高质量增长

11月28日,波司登公布了24/25上半财年 报告,公司的营收和净利润均实现了高质量增 长。波司登指出,随着各项政策效果逐步显现以 及市场需求进一步释放, 我国纺织服装产业迎 来新的发展机遇。公司把准时代脉搏,聚焦核心 主业,坚持品牌引领,强化创新驱动,践行企业 文化,实现业绩稳健高质量增长。

聚焦主业 中期营收和净利润创历史新高

财报显示,24/25 上半财年,波司登收入 同比上升 17.8%至约人民币 88 亿元;权益股 东应占溢利上升23%至约人民币11.3亿元, 创中期历史新高。24/25 上半财年,波司登经 营溢利同比上升19.6%,主营业务单元(撇除 女装业务)的经营溢利更是同比上升 28.3%。

业绩的持续增长,与波司登聚焦主业的 战略不无关联,2018年,波司登提出"聚焦主 航道,收缩多元化"战略,将发展重心移向羽 绒服主业,近年来,波司登的业绩也持续增 长。中金公司最新研究认为,波司登在做强羽 绒服核心主业基础上,聚焦"时尚功能科技服 饰"赛道,推动新品类创新,同时进一步做实 单店经营提质增效,提升精细运营能力。

数据显示,24/25 上半财年,波司登品牌 收入同比上升 19.4%至约人民币 52.8 亿元。 24/25 上半财年,雪中飞品牌收入约为人民币 3.9 亿元, 同比上升 47.1%, 毛利率同比上升 6.0 个百分点。雪中飞品牌聚焦高性价比羽绒 服市场赛道,聚焦"品类价值创新延伸、战略 全渠道模式突破、品牌用户心智重塑"三大关 键策略,实现良好的业绩增长。

华源证券指出,中国羽绒服饰市场规模



快速增至 2023 年的 1960 亿元,伴随中国消费 者消费模式由传统品牌、价格为主导切换至 个性、创意和情感表达为主导,各品牌挖掘消 费客群需求并提供多样化、创新性产品成为 驱动未来行业发展的核心动力,预期至 2028 年,行业规模将维持快速增长,年复合增速有 望达 11%左右。

重视品牌建设 丰富产品矩阵

波司登一直重视品牌建设,强化品牌引 领。财报期内,波司登通过贯彻品牌引领、品 牌战役发力、品销两旺的策略,从 Top 款推广 打造、Top 店引流赋能为品牌战略提供帮助, 不断加深消费者对品牌的认知度和美誉度, 实现品牌引领感知以及品销最大化目标。

值得一提的是,财报期内,波司登荣获多 项殊荣,彰显品牌实力和市场竞争力。连续入 选全球五大品牌价值评估权威机构之-Brand Finance "2024 年全球最具价值服饰品 牌榜 50 强 (Brand Finance Apparel 50 2024)",位列服饰品牌榜第 46 名;上榜世界 品牌实验室(World Brand Lab)"2024 年度亚 洲品牌 500 强排行榜",名列第 268 位;在国

际品牌科学院发布的"2024世界纺织服装品 牌强度评价结果"中,波司登品牌名列世界纺 织服装品牌强度百强榜单第8位,成为排名 最高的上榜中国品牌。

波司登通过品类迭代创新、增量业务拓 展,为非旺季业绩增长注入动力。24/25 上半 财年,聚焦防晒衣、单壳冲锋衣等功能性外套 的打造,通过联动《时尚芭莎》打造限时快闪 店、与北京电影节结合打造防晒大秀等活动, 持续赢得市场及消费者对功能性外套的关注 热度和青睐。

通过品类创新、材料创新、技术创新,波 司登链接消费者精准开发,持续赢得消费者 心智。例如 2024 年秋季新推出的"叠变"三合 一系列冲锋衣羽绒服, 成功打入户外保暖市 场,快速占领了消费者的心智,此款产品亦荣 获红点设计奖。

推进线下线上渠道高质量发展

在科技迅速发展的当下, 波司登努力走 在数字化转型的前沿,在智能制造、智能物 流、智能商品运营等领域的数字化实践成果 显著,逐步确立了聚焦用户、零售、商品为未 来数字化转型的发力点,与此同时,波司登通 过探索线上和线下结合的发展模式,努力推 动营销渠道的高质量发展。

波司登扩大打造 Top 店体系, 定制一店一 策,与核心 Top 店长深度共创,形成引领范本并 予以复制推广。同时,波司登关注战略增量市 场,迭代渠道的分层经营体系,强化分店态资源 差异化匹配,满足不同层级顾客需求。做实单店 运营,提升精细化管理能力和运营效率,波司登 品牌全渠道可比同店增长超30%。

波司登重点关注发展自营建设和内容升

级,例如9月融合抖音平台新潮焦点 IP 推广 轻薄羽绒服。双 11 天猫服饰店铺、女装店铺 及男装店铺销售榜分别位列第二名、第一名 及第二名。24/25 上半财年,波司登品牌羽绒 服线上销售收入同比上升24.1%。

ESG 理念全面融入经营管理

标普全球 (S&P Global) 干 2024 年 7 月 16 日发布《可持续发展年鉴(中国版)2024》, 波司登以在 ESG 的优异表现从 60 个行业、 1735家被评估企业中脱颖而出,首次入选《可 持续发展年鉴(中国版)2024》,成为我国品牌 服装行业两家入选企业之一, 在中国纺织服 装业处于领先水平。

财报期内,波司登制定"1+3+X"ESG 战略 框架,明确"以消费者为导向,引领可持续时 尚"的 ESG 愿景,并设立"到 2038 年前实现运 营环节净零排放"的目标及过程中的阶段性 目标。

在碳路径规划方面,波司登积极开展针 对企业价值链的碳排放核算,涵盖集团自身、 供应商、经销商、运输及产品出售等全链路环 节,并完成了独立碳核查工作基于该完善碳 数据体系之上,根据中期的战略目标,制定了 符合实际且完善的碳路径规划。

24/25 上半财年,波司登供应链持续在柔 性快反、质量卓越、科研技术、资源整合及成 本领先等方面系统性规划和升级。

在数字运营方面,结合波司登现有系统 或应用使用状况,按照一个入口、一个平台、 一个数仓原则, 初步完成了核心业务运营平 台(用户、零售、商品)的设计、开发、测试,为 最终实现办公移动化、业务在线化、运营数字 化、决策智能化的目标奠定了基础。

中铁上海局建筑公司 紫云湖项目 为职工健康"保驾护航"

为切实保障一线职工健康权益,持续提 升员工幸福指数,11月29日,中铁上海局建 筑公司紫云湖项目部组织全体职工开展 2024年职工健康体检,为员工筑起健康"保

项目部提前与体检机构进行沟通协调, 结合员工实际情况,精心制定了详细的体检 方案,确保体检项目全面、科学、合理。体检过 程中, 医务人员认真细致地为每一位员工进 行检查,并给予专业的健康建议和指导。

项目部积极发挥基层组织职能,深化"职 工幸福之家"建设,切实增强了职工的归属 感、凝聚力和向心力。下一步,项目部将继续 秉承"以员工为中心"的理念,把对职工的关 怀落到实处,为全体职工的身心健康保驾护 (宋君妹 赵凯)

安岳净化公司 提前34天 完成年度生产任务

'今天我们公司原料气处理量达 42.08 亿立 方米, 完成年计划的 100%, 生产硫黄 85002 吨,提前34天完成2024年生产任务。"11月 28日,中石油安岳天然气净化有限公司副经理 程晓明透露全年生产任务完成情况。

作为高磨区块天然气净化主力军之一, 该公司以"保障上游产能充分发挥"为己任, 在保障装置长周期运行、提高装置处理能力、 狠抓预防性检修管理等方面持续发力, 充分 挖掘净化装置潜力,持续稳产贡献净化力量。

统一思想,锚定奋斗目标。该公司提前部 署年终冲刺目标,细化精益管理、创新创效、提 质增效等工作内容。积极开展"转观念、勇担 当、强管理、创一流"主题教育活动和"形势、目 标、任务、责任"主题宣讲活动,做到形势目标 任务宣讲进支部、进部门、进班组、进岗位,凝 聚思想共识,引导员工切实转变观念。

科学上产,细化生产目标。公司结合生产 实际, 统筹年终生产计划, 狠抓生产运行管 理,积极主动与上下游沟通协调,确保装置运 行平稳。结合不同季节的生产特点及不同生 产时期,执行专项生产管理方案,指导生产运 行和异常情况的应急处置。通过积极开展不 同工况下装置处理能力测试、核算,不断优化 运行参数。积极与设计院、天研院等单位沟 通,将装置处理量提升至1320万方/天,全年 增加产量约1亿立方米。

勇于探索,助力降本增效。企业践行绿色 发展理念,推动油气与新能源融合发展,加快 探索能源开发利用,2024年顺利投运两列天 然气余压发电机组,目前累计发电 259 万千 瓦时, 节省用电成本约 156 万元, 降本增效成

积极应对,统筹生产安排。公司统一部署 生产运行管理工作,做好物资、人员、后勤保 障工作。及时响应处置现场故障,要求检修人 员做到排除故障不过夜。他们提前做好保障 生产所需物资计划的上报,确保上报完成率 达 100%,全力保障装置安全生产

面对全年生产任务,程晓明自信满满: "到年底我们可完成原料气处理量达 46 亿立 方米左右。接下来,我们将不断优化装置运 行,精细现场操作,强化应急处置,杜绝非计 划性停产,保障装置安全、优质、环保、长周 期、平稳运行,为川渝两地用户送上洁净的 '暖气'。" (代超 范厚才)

赵世诚:创造冰球培训辉煌未来

作为首都北京重点平原新城, 顺义区正在 经历着从大规模增量建设为主, 向精细化存量 提质改造和增量结构调整并重转变, 城市更新 时代已经到来。截至目前,全区已有两批项目完 成入库,第二批入库项目相比第一批数量翻四 番。其中 3A 冰上空间作为顺义区今年重点谋划 并推进的城市更新项目之一, 对于提升城市面 貌与功能、打造高端体育文化作出了重大贡献。

据了解,3A 冰上空间是由北京三爱天逐 体育发展有限公司总经理赵世诚全力打造的

压实责任推动安全生产

今年以来,山西华阳股份二矿面对新形势、

新变化、新要求,牢固树立"安全是管出来的"理

念,紧紧围绕安全生产、高产高效、高质量发展

目标,主动作为群策群力,齐心协力抓安全,深

入现场、发现问题、解决问题,进一步优化细化

矿山安全管理水平,不断推进安全治理体系和

二矿把警示教育常态化,力促行为养成,常态

化组织学习各项安全生产制度以及各类事故

案例警示教育,强化职工安全意识,组织观看 《黑色三分钟,生死一瞬间》安全专题教育片,

要求每个职工必须熟记三起事故案例,认真 反思本岗位、本工种的各类事故教训,并结合

实际情况提出有针对性的工作要求,真正举 一反三加以警示。每个队组都开展"人人讲涉 险经历""事故当事人现身说法"等活动,不断 敲响安全警钟,积极排查安全不放心人员及

现场安全隐患,做到不安全不生产。同时,华

阳股份二矿还做好对安全不放心人员的摸

排,做到日常的摸排要心中有数,有登记台

账,掌握每一位员工的身体状况和心理状态

二矿将抓短板管理、变化管理与队组安全生

产实际相结合, 重点对各队组发现的短板问

题认真梳理,变化管理超前研判分析,建立台

账牌板,定人、定时、定措施全面预防整改。加

强视频监控系统和井下电子围栏的安装使用

以及管理,严厉打击视频监控长期中断、长期

模糊、长期角度不正确等情况,针对零星工程

坚决做到无监控不作业,持续推进掘进工作

面新设备、新工艺的推广应用,加快推进智能

化矿井的建设。在环节管控上,华阳股份二矿

超前预想研判,压实安全责任,每日召开碰头

会逐项落实前日工作完成情况、落实隐患排

查现场走动情况、工作计划,切实做到标准明

二矿重点加强对边远地区,单个岗位,薄弱环

节的走动巡查。干部跟带班跟在重点工程、重

点环节、重点岗位,隐患问题限期整改,现场

安全管控保障有力。隐患排查全覆盖,由安全

监察处牵头,各业务部门参加,每月开展一次

全覆盖面的事故隐患大排查,做到早发现、早

整改。针对发现的事故隐患进行逐条梳理并 列出清单,按照事故隐患治理"五落实"的要

求,进行无一遗漏的整治。

加强隐患排查,夯实安全基础。华阳股份

确、责任到人。

紧盯关键环节,加强环节管控。华阳股份

详细动态,合理安排工作岗位。

提升思想意识,筑牢安全防线。华阳股份

治理能力现代化,切实筑牢安全防线。

华阳二矿:

持续向好

提供专业冰球、花样滑冰等青少年体育培训 服务,举办国内外大型赛事及研学活动。在 3A 冰上空间的建设与发展过程中, 赵世诚全 面负责 3A 冰上空间规划、建设、运营与管理 工作。在他的领导下,3A 冰上空间拥有天竺 馆、马泉营馆和哈尔滨馆三个专业冰上训练 场馆,拥有共计6000平方米的冰上训练场 地、1500平方米的陆地及康复训练场地。其中 天竺馆有两块 1000 平方米以上的训练冰场, 场馆配套设施完善,射门训练中心、体能训练

中心、体测大数据室、视频分析室一应俱全。

另外,赵世诚还打造了 3A 星际冰球俱乐部和 3A 闪耀花样滑冰俱乐部。

同时,为了保障 3A 冰上空间的高质量发 展,赵世诚不仅面向全球招募专业的师资团 队,还组织不同类型海外冰球研学活动。目 前,赵世诚已经成功招募了50余位国内外资 深的运动员和教练,并对接北美、欧洲等一流 俱乐部资源、顶尖美初和美高,定期邀请海外 知名教练和学校招生官开展训练营等活动, 为行业输送了大量的青少年冰球人才。

多年来,赵世诚带领 3A 冰上空间、3A 星际 冰球俱乐部和 3A 闪耀花样滑冰俱乐部荣获了

诸多荣誉,并已经组建15支冰球队伍,曾陆续参 加北冰协冰球联赛等国内外重大赛事, 并荣获 2024 南京奥体中心第四届城市冰球邀请赛等比 赛的冠军等荣誉。在业界,3A冰上空间素有"亚 洲最大的冰球训练基地"的美称,而赵世诚也因 在冰球运营与管理方面的出色业绩与行业贡献 而被称之为"中国冰球领域领军人"。

谈及未来的规划,赵世诚表示:"近年来, 国内外对于冰球运动越发重视。我将牢牢抓 住这一机遇,乘势而上,在人才资源、组织运 营等各方面全方位予以支持,带领 3A 冰上空 间做大做强,开辟更加辉煌的未来。'



青东煤业 "师带徒"促员工

安徽青东煤业有限公司针对新入职 员工多的现状, 精心为这些职工量身定 制培养计划,选派技术精、责任心强的技 术骨干与他们建立"师徒"关系,负责业 务学习和实践指导,促其尽快融入工作 岗位、快速成长成才。

图为11月26日,该公司保运一区 外线队队长朱俊兵(右)正为 35KV 变电 工讲解供电流程。 赵健 摄影报道

荣获 NYX 国际大奖

杨清清以创新营销拓展行业新格局

近日,2024年 NYX 国际大奖评选结果揭 晓,中国营销专家杨清清凭借"五一龙东建材 市场线上促销"活动,荣获"营销活动——销 售促销活动(新类别)"奖项。这彰显了杨清清 卓越的营销能力,为中国市场营销业在国际 舞台上的崛起树立起标杆。

从逆境中崛起

杨清清,1987年出生于河南信阳的一个 普通家庭。高中毕业后,因家庭经济困难,他 放弃进入大学,为减轻家庭负担选择投身社 会,这为以后修成埋下了伏笔。

入职初期,杨清清在一家珠宝店担任珠 宝鉴定与维修学徒。他从零起步,凭借勤奋和 悟性迅速成为资深珠宝鉴定师。然而,他并未 止步,而是怀揣对技术的热爱与求知欲。在工 作间隙,自学计算机软硬件知识,钻研操作系 统和硬件结构。通过不断拆装硬件和学习互 联网技术,为自己的职业发展开辟新路径。

2004年,杨清清加入海尔计算机售后服 务团队,他展现了出色的技术能力和独特的 服务意识。2007年,他首次接触团购模式,通 过整合多方资源成功举办了他的首场团购活 动。他意识到,大数据与互联网平台可以在品 牌与消费者之间架起桥梁。这为消费者提供 了透明、便捷的消费体验。

正是多领域的积累实践,使杨清清在技 术领域有深厚基础,并在营销领域崭露头角,



将技术与服务融合,为中国家居建材的营销

创新营销模式

模式创新了新道路。

在龙东建材市场的促销活动中,杨清清洞 察到直播营销在后疫情时代的潜力,并与建材 行业的销售进行深度融合。他认为,传统的建材

市场销售模式因信息不对称和体验不足难以满 足消费者的需求,而直播营销恰好能够通过沉 浸式体验和实时互动打破这些局限。

活动前期,杨清清带领团队精心筹备,通 过与品牌方深度沟通,制定了详尽的直播策 略。在短视频内容制作中,他强调趣味性与产 品特点相结合,吸引目标消费者的关注。并通 过红包雨等互动形式,激励消费者积极参与, 提升直播间的活跃度与下单率。

活动期间, 龙东建材市场吸引了数万名 消费者在线参与, 最终达成 2873 笔订单,显 著超出预期目标。品牌方对杨清清及团队的 专业能力表示高度认可,还赠送锦旗以示感 谢。这为建材行业的数字化转型提供了实践 样本,并验证直播营销的美好前景。

推动行业变革的全球愿景

杨清清认识到,未来行业发展离不开技 术。大数据和人工智能将成为营销创新的关 键引擎, 而直播和短视频等数字化工具在消 费者决策链中扮演重要角色。在此次活动中, 他初步验证了 AI 技术在精准匹配消费者需 求和提升销售转化率的潜力,并继续深耕技 术应用。

作为一名全球化视野的营销专家,杨清 清不仅致力于国内市场的技术赋能,还希望 通过整合国内外资源,将中国品牌推向国际 舞台。在他看来,中国品牌拥有优质的产品与 服务,但拓展市场仍是一大挑战。他计划将在 国内积累的营销经验推广至国际市场, 为中

国品牌提供从策略规划到落地执行的全链路 服务。同时,杨清清希望通过推动更多国际优 质品牌进入中国市场,为消费者提供更多产 品选择。他希望未来的市场竞争是通过技术 与数据实现供需双方的高效匹配。

国际舞台上的中国力量

NYX 国际大奖是杨清清多年来不断创新 的实践结晶,象征着中国营销模式受到国际 市场的关注与认可。作为一名营销专家,他将 传统行业与数字化技术相结合,通过精准分 析和创新型活动策划,成功推动传统建材行 业向数字化转型。他的营销理念是在工具和 方法的革新,全面提升消费者体验和品牌影

多年来,杨清清坚持以创新为核心,不断突 破行业边界。他的成功是扎根于基层、历经磨砺 的结果。从珠宝维修到计算机售后,再到建材行 业,每一步都在探索如何为行业注入新思维。他 通过实践认识到:只有精准洞察市场需求、充分 利用技术手段,才能为企业创造价值,并让中国 的营销模式在国际上发出光芒。

"未来的挑战与机遇并存,而我的使命是推 动行业进步, 让中国营销在全球市场中闪耀出 更加夺目的光彩。"杨清清的这句话,是对未来 的期许和对自己的承诺。他深信,在全球化趋势 和数字化的双重驱动下,中国营销行业将迎来 前所未有的发展机遇。希望通过自己的努力,为 中国品牌提供更加高效的全球化解决方案,让 世界看到中国企业的创新能力。