



敏华控股公布中期业绩 半年营收85亿元 同比增长50.8%

本报讯(记者 李杨瑜)12日,由南安籍企业家黄敏利掌舵的上市企业敏华控股公布截至2021年9月30日止6个月中期业绩。报告显示,公司期内总收入约103.58亿港元(约合85亿元人民币),同比增长50.8%;整体毛利率约36.2%(去年同期约35.0%)。净利润9.88亿港元(约合8.11亿元人民币),同比增长31.9%。

分产品类来看,沙发品类营收70.6亿港元(约合57.9亿元人民币),同比增长52.1%,座椅、床垫、智能家居等其他产品总营收25.6亿港元(约合21亿元人民币),同比增长71.2%。地产、酒店及家居商场业务收入达1.31亿港元(约合1.08亿元人民币),同比下降22.1%。

期内,不包括Home集团业务,敏华控股销售沙发产品约82万套(2021财政年度上半年:约66.2万套),增加了约23.8%(按照每个座位等于一套计算,在计算沙发套数时,未包括向商业客户销售的座椅及其他产品),其中在中国销售的沙发产品套数增加了24.3%,而出口销售的沙发产品套数增加了23.2%。

对于未来的发展规划,公告称,随着敏华产品在中国市场占有率的提升及营业额的增长,集团积极增加生产线,扩建工厂,提升产能;通过增加自制工序,加强成本管控,进一步降低成本,提升产品市场竞争力。

在产品方面,敏华控股进一步巩固功能沙发、皮沙发在行业的领导地位,亦将通过并购方式强势进入定制、布艺沙发领域,丰富集团的产品阵容。人才培养方面,敏华控股集团每年投入超千万元资金赋能人才发展,领跑智能家居人才赛道。

英良石材博物馆 被认定为“福建省科技馆分馆”

本报讯(记者 蔡静琦)日前,福建省科技馆公布2021年福建省科技馆分馆认定名单。共有9家单位入选,福建省英良石材自然历史博物馆位列其中。

据了解,科技馆是实施科教兴国战略,普及科学知识,提高公众科学文化素养的大型社会科技教育设施;是以科学性、知识性、趣味性相结合的展览设计思想进行新型社会教育。截至2021年11月,福建省科技馆分馆数量已达19家,涵盖核电、地质、农业、气象科学、航空等多个领域,每家都独具特色。

“本次成功认定福建省科技馆分馆,是省科协和省科技馆对我馆水平地位及长期科普工作的肯定和认可。”英良集团董事长刘良表示,将以此为契机,继续加大力度发挥博物馆产业服务功能和社会教育功能,打造成为福建省乃至全国的教、学、研基地及中小学生自然历史科普基地,建设成为公众接受自然历史教育的活教材,满足公众精神文化需求,促进公众思想道德和科学文化素质提升。与此同时,也在省科协和省科技馆的组织下,开展更多力所能及的科普教育。

鹏翔石材城与南安市三明商会联盟

本报讯(记者 蔡静琦)近日,鹏翔石材城与南安市三明商会签署战略合作,对石材资源进行整合,实现资源共享,渠道多元化,共同推动石材行业发展。

“之所以选择与鹏翔石材城合作,主要是想为会员们谋求更多福利。鹏翔石材城地理位置好,市场定位也精准。而我们协会很多会员都是做石材贸易的,以协会的名义去跟市场方合作,可以为有承租需要的会员争取更有优惠的架子位。与此同时,有采购需求的会员们,也能享受合作价。”南安市三明商会秘书长林勤秋表示,现在生意不好做,只有进行资源共享,才能实现各方利益最大化。

在鹏翔石材城经理陈婉儿看来,本次的合作是鹏翔石材城开拓营销渠道的全新探索。“南安市三明商会不少会员都租在我们市场,也有很多会员经常来市场采购,可以说双方之间此前就建立了密切的联系。”陈婉儿表示,鹏翔石材城也希望能为南安市三明商会赋能,商会有活动需求,市场也会联合举办或赞助,促进彼此之间的联系。

“鹏翔石材城与商会建立战略合作,在石材行业尚属首例。这种全新的合作模式,或将加速推动石材行业的发展壮大。”南安石材协会执行会长王少芳说。

九牧“双十一”全销售额突破20.6亿

■本报记者 苏清彬 通讯员 吴美玲

“双十一”狂欢节已经落下帷幕,各大电商平台、品牌商家战绩陆续出炉。作为全球智能卫浴领跑者,九牧集团在今年的“双十一”大战中再创佳绩,全渠道第一,销售额突破20.6亿元,稳夺全行业家装建材“12连冠”。“12连冠”实属不易,九牧是如何一路领跑行业?

多平台多品类包揽第一

今年的“双十一”,各大平台早在10月20日开启预售。11月1日,“双十一”购物狂欢拉开帷幕。从预售开始就积攒已久的消费热情被迅速点燃。九牧积极拥抱消费新趋势,稳居全网建材卫浴行业预售第一。“双十一”首日开门即红,截至当天24点全网销售额第一。在天猫、京东、抖音等多电商平台斩获各赛道多项第一名,多款爆品在销售榜单遥遥领先。

“九牧火力全开,以斐然战绩一举打响‘双十一’大促。初战告捷的背后,是消费者对九牧产品的认可,对国货之光的喜爱。”该公司品牌部相关负责人表示,一直以来,九牧始终坚守以消费者为中心,在渠道端、产品端、用户端,基于数字化赋能不断提升体验、突破创新,持续引领行业可持续发展。

实际上,“双十一”开门红、“明星爆款”频出,不俗的销售成绩得益于九牧采取多品类、多价位段共同爆发的包围策略。通过多价位的爆品组合下,智能马桶、花洒、浴室柜、陶瓷马桶等品类都斩获了各平台品类第一的佳绩。

当各品牌还在打低价竞争时,九牧开始向中高端价位逆行而上。“双十一”预售与全网直播一姐薇娅,主推中高端价位的智能马桶S700取得不俗的成绩,三重智能感应黑科技,在便捷的同时更加保障健康卫生,该单品成为该价位段排名第一的销售爆款,最直接地反映出国民对卫浴的品质需求。

旗开得胜,一路领跑。九牧不仅稳坐家装建材行业和各平台销冠的宝座,在智能马桶、淋浴花洒、浴室柜、普通马桶、面盆龙头、厨房龙头等核心品类上,也包揽类目第一,刷新细分品类的销售纪录。

众星云集闪耀“双十一”

今年的“双十一”,无疑与往年有着很大不同,没有了平台铺天盖地的交易数据轰炸:1分钟交易额、1小时交易额、什么时候突破百亿元……各个平台



九牧集团今年“双十一”再创佳绩,全渠道销售额突破20.6亿元。

的火药味淡了很多。在消费者端和商家端不断出现变化之际,天猫、京东等“老玩家”也在不停求变,不仅预售和开启时间有了变化,而且将更多注意力放到消费者和商家身上。

有着多年电商经验的九牧深谙此道,从社会整体消费习惯的变化出发,继续创新营销方式,闪耀“双十一”。“国货当潮,大有可为。”“国货当潮不让,智启不凡。”“千锤百炼的品质,性价比的天花板。”11月11日晚,知名演员佟大为作为九牧“双十一”好物体验官,携手九牧集团执行总裁林友色、九牧研发总裁林晓伟进行抖音专场直播,直播间金句频频,人气火爆。这一直播男神天团组合,赢得了粉丝的喜爱,直播间“买买买”不断,最终实现单场销售额突破1000万元,创下家装行业纪录。

而在“双十一”期间,九牧还特邀知名演员李佳航作为智选星推官,带来悬疑剧场“寻找X-ROOM”,开展了为期10天的神秘空间侦查行动,微博、微信、抖音、百度贴吧、豆瓣等平台网友纷纷点赞,参与话题讨论。九牧“双十一”情爆官秦海璐则通过视频种草的方式推荐智能马桶等产品,共同引爆“双十一”明星热潮。

除了明星助力,九牧还采用N+1头部达人直播带货模式,从预售开始全天

候不间断直播。通过全球好物推荐官薇娅、全球好物推荐官雪梨、首席好物推荐官罗永浩、家装设计一姐阿爽等顶级直播阵容,以及栏目式综艺化直播的方式制造产品话题爆点,多链路深度激活直播市场。以阿爽抖音直播专场为例,11月4日15:00—18:00、20:00—24:00,家居一姐设计师阿爽空降九牧抖音直播间,点燃卫浴行业专场首播,销售额突破452.5万元,在智能家居类目品牌榜、行业榜、店铺榜、商品榜当天销售TOP1。

玩转O2O打造新零售

此次“双十一”,九牧通过“线上+线下”模式布局打造了一场无界狂欢。一方面,提前布局规划“双十一”大促活动,线上与线下自由“穿行”,实现网上下单、线下体验;线上看货,线下购买。带来线上线下一体化的“一店一播”和视频导购等可视化交互体验,有效获得流量及社区人群,为消费者提供全新智能化购物体验。

另一方面,九牧还利用天猫、自营官方商城、九牧小店等平台同步营销发声,联合5000多家门店同步造势,打造24小时不打烊门店,助力门店高效获客。九牧小店以售卖超值权益+免费福利为主,开发新客户、意向客户,唤醒老客户。

搭车“狂欢节” 水头石材市场焕发新活力

■本报记者 蔡静琦 文/图

今年“双十一”溢出效应凸显,促销热潮从电商渠道席卷到了传统石材行业。“双十一”前夕,南安水头各大石材市场内就早已“摩拳擦掌”。“买一送一”“限时抢购”,还有商家之间的联盟活动,均在此期间进行,不断激发水头市场活力,这也成为石材市场加速回暖的鲜明注脚。

【华辉石材城】 联合90家商户做促销

在传统石材人的认知里,石材是走工程、设计师渠道,完全没法跟各行各业热衷的“双十一”狂欢节等促销活动结合在一起。然而,今年“双十一”,华辉石材城却打破了石材人的固定思维,把“双十一”这个购物狂欢节玩得风生水起。

据了解,本次“双十一”狂欢节,华辉石材城联合83家市场石材商户,以及7家华辉广场餐饮商户,首次将传统的石材和餐饮跨界联合起来。客户购板和商户售板,都能得到餐饮优惠券,还可以体验市场方提供的拆盲盒福利活动。此外,转发活动链接也能得到精美礼品。

华辉石材城经理钟蒙蒙告诉记者,本次活动对市场商户的业绩有很大的促进作用。因为有抽奖和送券活动,很多原本犹豫不决的客户,立马就下单了。而奖励的缘故,也让市场业务员卖板更有动力。活动首日,市场方准备的500份礼券就发出了200份,显然要持续一个月,这些礼券远远不够。钟蒙蒙表示,市场方将持续追加礼



华辉石材城举行“双十一”狂欢活动。

品,将活动进行到12月11日。另外,礼品也不会因活动时间的推移而降低标准,全都是小米实用家电。活动期间,购买板材越多,抽奖机会也更多。

“这是一举多得的活动,不仅客户买到了便宜的产品,商户销量提升了,广场里的商家们的生意也更兴旺了。”钟蒙蒙说,本次活动是石材行业首次携手餐饮一起做促销,从目前各方反馈情况来看,还是比较成功的。接下来,市场会进行更多类似活动的尝试。

【弘一轻奢城】 携手56家机械企业集采狂欢

除了石材市场,石材机械市场也不落后,携手商户们做年终大促。作

为石材界的机械市场,弘一机械城携手56家机械企业开展机械辅料博览会,通过品牌牌、展新品、搞促销的方式,为寒冬注入一股暖流,现场成交额两三百万元。

弘一机械城负责人曾剑煌表示,此次展会主要目的在于通过搭建交易平台,全心全意帮助商户企业破解难题,抢订单、增市场、提信心。弘一机械城的商户们也可以借由机械展之势,化挑战为机遇,来实现年底的最后一波冲刺。

在本次博览会上,记者看到展出的设备越来越智能化,不但减少人工操作,还更节能安全。此外,多家企业展示了石材岩板功能一体机,还有企业针对盲人道、小玉雕摆件等单一领域开发