

海澜之家上半年营收突破120亿元

加速推进“体育+”生态闭环

8月28日，海澜之家集团股份有限公司（以下简称“海澜之家”）披露2026年中报，公司上半年实现营业收入124.2亿元，同期首次突破120亿元大关，同比增长7.38%；归母净利润14.88亿元；扣非归母净利润14.37亿元。

这份财报与5个月前的一场“半马”遥相呼应。今年3月，海澜之家董事长周立宸，在扬州半程马拉松赛道上跑出了1小时39分的个人半马最好成绩。

从3月的赛道到8月的财报，从个人的“PB”（个人最好成绩）到企业的“PB”，海澜之家用真金白银的财报数据，印证了品牌转型这场长跑的成色。

上半年营收同比增长7.38%

国家统计局数据显示，今年上半年，社会消费品零售总额248722亿元，同比增长1.3%；限额以上单位服装鞋帽、针纺织品类商品零售总额7709亿元，同比增长6.7%。而海澜之家以营收同比增长7.38%的表现，跑赢了行业大盘。

仔细拆解这份财报，亮点还有更多。从营收结构来看，主品牌“海澜之家”表现依旧稳健。今年上半年，海澜之家系列营收同比增长12.03%至94.05亿元。自2014年起，海澜之家连续12年在亚洲男装市场居首位。2025年，品牌在中国男装市场的市场份额达5.4%，超过第二至第五名份额总和。

主品牌之外，面向不同赛道的多品牌矩阵亦协同发力。当前，海澜之家的定位已悄然升级，从大众熟知的“男装品牌”，迭代为综合性的“品牌服装零售集团”。今年上半年，女装品牌OVV、童装品牌英氏YeeHoO等旗下其他品牌共计实现营收19.4亿元，同比增长29.34%。

海外业务也成为今年上半年海澜之

家的重要增长板块。

财报显示，海澜之家秉承“扎根东南亚、辐射亚太、着眼全球”的战略，稳步推进品牌国际化进程。2026年上半年海外营收3.03亿元，同比增长47.16%，海外门店达167家，业务覆盖东南亚、中东、非洲、大洋洲。今年7月，海澜之家还落地中国香港首家旗舰店。

与财报同步披露的，还有一份诚意十足的分红方案。根据公告，海澜之家拟每10股派发现金股利2.7元（含税）。而就在5月，海澜之家刚完成2025年度权益分派，现金分红总额为19.69亿元（含税），占2025年度归属于上市公司股东的净利润的比例为90.91%。

逐步构建“体育+”生态

在国内服饰行业存量竞争加剧、运动赛道持续扩容的行业大背景下，海澜之家以“体育+”为主的创新业态正稳步放量，逐渐兑现增长动能。报告显示，截至6月末，海澜之家授权代理的阿迪达斯门店数量达723家，实现销售迅速增长。

海澜之家与阿迪达斯的合作，是近年来公司最受关注的战略动作之一。

2024年，海澜之家通过旗下斯搏兹与阿迪达斯达成长期战略合作，独家代理阿迪达斯FCC系列产品在中国大陆的零售业务。2025年12月，双方“联姻”再加码，在江阴海澜飞马体育公园宣布共建“体育+”生态，将合作从渠道代理延伸至赛事运营、产品共创等更深层次。

财报显示，FCC零售业务系由海澜之家向阿迪达斯通过买断方式采购产品，在经授权的线上及线下实体门店进行销售。有研报指出，当前，阿迪达斯FCC业务已步入盈利期，预计未来仍有较大增长空间，商业模式的可持续性已得到初步验证。



（视觉中国供图）

如果说与阿迪达斯的合作是“借力”，那么“HLA POW 慢跑”的推出则是海澜之家在体育赛道上的“自立”。

2025年，海澜之家推出专业运动品牌“HLA POW 慢跑”。品牌提供兼具科技性能与时尚设计的专业装备，并以“慢跑研习社”为载体打造有温度、有归属感的跑步社群。品牌还冠名知名赛事，并打造自有专业赛事IP“HLA POW 慢跑王者大神挑战赛”，展现其在运动领域的长远布局。

产品筑基、社群连接、赛事出圈，三者互为支撑，为“HLA POW 慢跑”构建出一个完整而富有生命力的体育生态闭环。

第二次叩击港股大门

近年来，海澜之家在体育领域的布局远不止于此。从冠名无锡马拉松、江阴“村BA”，到赞助“苏超”城市足球联赛、支持中国男篮热身赛。体育，正在从品牌营销的“加分项”，变成海澜之家战略版图上的“必选项”。

这一切动作的背后，有一个人的身影贯穿始终——海澜集团党委书记、董事长周立宸。

2020年，当周立宸从父亲周建平手中接过“帅印”时，服装行业已行至转型的深水区，电商红利见顶、消费迈入存量竞争、

高库存成为全行业挥之不去的顽疾。盲目扩店、业绩下滑、关店收缩的焦虑，正在行业中蔓延。

自从执掌海澜之家以来，周立宸以“体育+”生态为突破口，在设计、研发、渠道、品牌等维度发起了一场系统性的变革。

五年多来，这份答卷已清晰地写在多份财报之中。从财务数据来看，每一次战略落子，几乎都精准回应了时代的脉动，并迅速转化为穿越周期的力量，稳稳托举着海澜之家的行业龙头地位。

然而，属于周立宸和海澜之家的闯关，尚未结束。今年5月，海澜之家向港交所主板递交上市申请，这是公司第二次叩击港股大门。

业内对于海澜之家的再度闯关，普遍持审慎乐观的态度。当前，海澜之家各项财务数据均显著高于港股主板最低上市标准，就连服装行业长期以来的“顽疾”存货周转天数，也迎来大幅改善，为此次IPO增添了重要砝码。

马拉松终会撞线，但企业的赛道从不设限。营收的持续增长、新业务的加速放量、“体育+”生态的逐步构建，或许正是这家老牌男装龙头在长跑中调整配速、保持节奏的方式。周立宸带着海澜之家已经跑过了最陡峭的“爬坡”段，但是，对于这家老牌服装企业来说，前方仍有一个又一个等待被刷新的“PB”。

鱼 禾

多地新能源二手车市场持续升温

今年以来，国内二手车交易市场整体走势稳中有升。中国汽车流通协会发布的数据显示，今年前7个月，二手车累计交易量1127.48万辆，同比增长0.39%，与同期相比增加了4.38万辆。

随着消费需求升级、车源不断扩容，二手车行业的内部经营结构也在发生变化。在河南郑州，当地不少二手车商主动调整经营重心，加码布局新能源二手车业务。二手车商张迪表示，新能源二手车用车成本低、智能化配置丰富，精准契合了年轻消费群体的购车需求。

针对市场关注的保值率问题，中国汽车流通协会日前发布的报告显示，2026年上半年燃油车三年平均保值率为46.07%，新能源车三年平均保值率为44.8%，两者差距微小。中国汽车流通协会副会长罗

磊表示，曾经困扰消费者的新能源二手车贬值快、保值率低的行业痛点，如今已经得到明显改善，市场接纳度大幅提升。

各项利好政策的持续落地，也为二手车市场尤其是新能源二手车赛道保驾护航。今年以来，商务部等九部门实施绿色消费推进行动，明确提出促进汽车绿色消费，挖掘二手车等“后市场”潜力。全国各地也陆续出台利好政策，推出二手车置换补贴、简化线上交易登记流程，部分城市单车置换补贴最高可达4000元，有效带动二手车的消费需求。

目前，我国汽车保有量已达3.7亿辆，每年进入置换周期的车辆持续增多。罗磊表示，未来二手车行业的增长空间十分广阔，新能源二手车的市场渗透率还将提升。

杨 时

锂电上市公司中报业绩分化

截至8月30日，A股锂电池板块上市公司均已披露2026年半年报。在上半年锂价回暖的背景下，锂电池板块业绩整体呈现向好态势，其中，锂矿、锂盐公司的盈利修复态势显著，锂电池公司的业绩则有所分化。

上半年，锂矿、锂盐企业的业绩集体向好。两大行业龙头天齐锂业股份有限公司、江西赣锋锂业集团股份有限公司分别实现归属于上市公司股东的净利润42.42亿元、42.57亿元。从净利润增幅来看，天齐锂业、融捷股份有限公司和永兴特种材料科技股份有限公司上半年归属于上市公司股东的净利润同比分别增长4925.46%、1076.14%和139.24%，赣锋锂业、盛新锂能集团股份有限公司同比扭亏为盈。

与锂矿、锂盐公司今年上半年集体迎来盈利修复有所不同，A股锂电池公司的业绩有所分化。

上半年，超过半数的锂电池上市公司的

营业收入与净利润实现同比正增长，其中，宁德时代新能源科技股份有限公司上半年分别实现营业收入、归属于上市公司股东的净利润2769.17亿元、432.84亿元，同比分别增长54.8%、41.98%。惠州亿纬锂能股份有限公司、深圳市德赛电池科技股份有限公司、国轩高科股份有限公司上半年归属于上市公司股东的净利润同比增长幅度均超100%。与此同时，有10家锂电池公司归属于上市公司股东的净利润同比出现下滑。

展望未来，储能市场的发展潜力、固态电池产业化预期或将成为锂电企业盈利进一步提升的驱动力。

“锂电企业未来的竞争将告别单纯产能竞赛，转向综合实力的比拼。”深圳市排排网基金销售有限公司研究员张鹏远表示，“技术产品差异化程度、全球化经营能力、全链条成本与供应链韧性，将成为锂电企业拉开差距的主要竞争因素。” 舒娅疆

多个“牛散”二季度重仓券商股

近日，上市券商半年报密集披露，券商的最新股权变动情况也浮出水面。梳理券商半年报可发现，不少个人投资者的身影出现在券商前十大流通股（以下仅统计A股）股东名单中。这些持股规模较大的自然人股东，在市场中素有“牛散”之称。

具体来看，二季度，东北证券前十大流通股股东中包含4位自然人，分别为潘锦云、杨海兵、李永俊、万忠波，依次位列第七至第十大流通股股东。其中，万忠波在二季度重仓东北证券，持股1071.73万股，持股比例为0.46%。

值得关注的是，万忠波除持股东北证券外，还是华西证券的第九大流通股股东，截至二季度末，其通过融资融券方式持有华西证券3963.11万股，持股比例为1.51%。

二季度，个人投资者李国重中原证券，持股3500万股，持股比例为0.75%，位列第九大流通股股东。同期，沈丹枫重

国海证券和方正证券，分别持股3059.8万股和5285.25万股，持股比例分别为0.48%和0.64%，均位列十大流通股股东。

多位自然人股东在二季度选择增持券商。例如，付小铜一季度出现在中信证券前十大流通股股东名单，截至一季度末，他通过融资融券持有中信证券8411.28万股，持股比例为0.57%；截至二季度末，付小铜的最新持股数量为8424.94万股，其间增持13.66万股。

此外，一季度出现在东北证券前十大流通股股东名单的李永俊，二季度增持东北证券19.67万股；首证证券前十大流通股股东苏东明二季度也增持了66.57万股。

整体来看，上市券商上半年业绩整体实现高增。Wind数据显示，上半年，43家A股上市券商合计实现营业收入3647.1亿元，同比增长45.87%；实现归母净利润1553.7亿元，同比增长49.01%。

于 宏

□江苏经济报记者 王峻峰

2026年夏末，进入收官期的“苏超”常规赛愈加激烈。

8月29日晚，在农历立秋后依然暑热，常州奥体中心内，常州队主场1:5大败于无锡队。

1:5，这是“苏超”2026赛季开始以来的最大比分差距——4球，且在本赛季两支强队之间出现。实际上，与动辄出现3球、4球以上分差的其他“省超”相比，“苏超”很少出现大比分差。

“苏超”各队实力接近，彼此胜负偶然性增加，攻防两端能力“剪刀差”等因素带来的赛场表现就是：对抗强度升级，部分比赛更精彩。尤其是球队年轻化，队员普遍

注重防守反击与攻防转换，现场大开大合，行云流水。另外，比赛更加“职业”，双方都有着较强的战术纪律性，防守稳固，进攻寻找核心球员。

同晚，扬州队主场0:1不敌宿迁队，淮安队2:0击败连云港队。此三战之后，无锡巩固了榜首位置，今年的“黑马”常州队从第三跌至第五，宿迁队则升至第三，扬州队又落到八强边缘，淮安队则保留了进入前八名的生机。迄今为止，13支队伍差距并未拉大，仍处于胶着状态。最新积分榜上，从第二名盐城到第六名徐州，差距2分；第七名至第十一名，差距同样也只有2分。一场比赛的胜负就能令位次天翻地覆。

据最新统计，无锡、宿迁、常州占据了今年“苏超”各队目前进球数排名前三位，

10场比赛进球数分别为19球、15球和14球。可见3支队伍本赛季攻击力之强，进取心之强。但是，除了无锡，常州两队的失球总数同样居前，场均失球都超过一个。新晋强队攻强守弱，这也是目前“苏超”多数球队的短板，背后折射出的是“苏超”整体技战术水平还不够高，仍有不小的提升空间。

2026“苏超”或许不似2025赛季“成熟”，也不是那么强弱分明。不过，由于球员和教练的年轻化、裁判水平的提升，各队战术打法更为鲜明。锡、常、宿3支队伍便是典型代表。

8月29日，“苏超”常州赛区也创造了今年的“第二好成绩”。据初步统计，常州地铁单日总客流量超过37万人次，创今年盛夏赛季客流量高峰。今年4月11日“苏超”

揭幕战当日创造的最高纪录是42.88万人次。酷暑未退，开学在即，“苏超”赛事当日客流量却再度攀高，无疑是“苏超”赛事吸引力持续保持在高位的佐证。

常规赛最后两轮赛事，将会决定江苏13城今年在绿茵场上的最终“分档”。预计比赛将趋于白热化，结局将颇为戏剧化。目前的比分，半个月后或许将会完全不同。

作为当前为数不多的能够与“苏超”争夺吸引力、具有带动力的区域业余联赛之一，“东北超”9月初将进入淘汰赛阶段，进入四强的大连、延边、沈阳、长春将争夺桂冠。与如此强劲的足球赛事同期竞速，“苏超”欲继续领跑全国之先，必须尽快补足短板，不断提升竞技水平。

未来两个月，且拭目以待。

美好生活

物业中心

售楼处

家生活

建设美好“家”生活

家电大卖场

装修设计

家居装饰

扫码开启美好家生活

中国建设银行

China Construction Bank

江苏省分行

客户服务热线：95533

网址：www.ccb.cn