



NOVA Adult Day Care Center & Home Care

4-088

乐园日间护理中心

我们的宗旨：老有所依、老有所乐。让您享受家一般的温暖。

维州唯一
华人创办老年活动中心



- 健康管理：**专业医生定期会诊并提供理疗服务、专业护理人员每日基础健康检查
- 生活辅助：**专车上门接送、预约医生、陪同就诊、外出购物
- 营养膳食：**提供中餐西餐、品种丰富、营养均衡
- 康娱活动：**日常锻炼、设施齐全、定期开展丰富多彩的文娱活动
- 居家护理：**专业护理人员上门照顾日常起居、亲情陪伴
- 福利咨询：**Medicaid(白卡)和Medicare(红蓝卡)相关事宜
- 倾情服务：**专业护理,亲情式融入



招聘 诚邀您加入我们的团队：
司机、办公室人员 RN注册护士,PCA护理人员

办公室: **703-433-8888** 传真号: **703-433-1111**

地址: 44675 Cape Ct, Suite 130, Ashburn, VA 20147 Email: bartel@novaleyuan.com



真善美日间保健中心

4-068

12910 Cloverleaf Center Drive, Suite 100, Germantown, MD 20874 Web: www.jasminecenter.com

中心特色

中心宗旨

We are an equal opportunity employer



欢迎致电查询

邹秉雄
240-683-0033
吕思慧
240-386-7882
中心电话
240-232-2288

- 精国、粤、台语的专业医护及护佐
- 专业社工协助申请各类社会福利
- 舒适安全的交通车到府接送
- 营养丰富的早、午餐及点心

- ♥ 最真诚的贴心照料
- ♥ 最完善的保健设施
- ♥ 最美丽的场地环境

邹秉雄、吕思慧主理
华人最优秀的保健服务团队
至诚为您提供最专业的服务
真诚 善良 美丽
Truth Goodness Beauty

业绩下滑刹不住，“童装第一股”安奈儿贴“黑科技”标签求变

是一家主营中高端童装业务的自有品牌服装企业，旗下拥有“Annil”童装品牌。1996年，曹璋夫妇在深圳创立“安奈儿童装店”，以此为基础创立“Annil”童装品牌，并于2017年6月1日登陆深交所，成为了“童装第一股”。

然而好景不长，的业绩从2019年就开始进入下行通道，疫情更是加剧了颓势。公司10月28日披露三季度报告，显示前三季度实现营收6.74亿元，同比减少17.17%；归属上市公司股东的净利润-1.54亿元，同比减少1634.83%，延续了持续两年的亏损。在激烈的市场竞争和疫情的冲击下，不得不开始寻找新的出路，并寄希望于其子公司新研发的“电子束接枝改性面料”产品，公司称此面料对痘病毒抑制率超99%。不过目前还未面市量产，因此对公司未来业绩的影响也尚不明确。

疫情冲击及竞争加剧致业绩持续下滑

安奈儿聚焦童装产品的自主研发设计、供应链管理、品牌运营推广及销售等业务环节，产品包括上衣、外套、裤、裙、羽绒服、家居服等多品类童装产品，童装为其主要收入来源，占比接近100%。

由于服装行业属于顺周期行业，消费景气度、外围因素都会影响周期波动。数据显示，随着经济增长放缓，最近三年整个服装行业年同比增速低于5%。但形成对比的是，在“三孩”政策的带动下，童装市场规模近几年大幅扩张。2016-2021年中国童装行业市场规模波动上升，根据Euromonitor的数据，2021年我国童装市场规模约为2855.5亿元，增速达到24.56%。

不过行业的景气度并没有体现在安奈儿身上。财务数据显示，公司已经连续5个季度营收同比下滑且净利润为负。今年三季度公司实现营收1.85亿元，同比下滑4.79%；实现归母净利润-6701.51万元，同比下滑89.26%。同时，公司经营性现金流也连续3个季度为净流出，今年前三季度已净流出1.63亿元。而面对持续亏损，公司也只好进行“补血”，短期借款从去年年底的6000万元激增至本季度末的1.3亿元。

营收下滑部分原因是由于近70%的收入都来源于线下门店，而疫情对于线下渠道产生了一定冲击。另一方面，为控制费用支出，近几年进行了大规模闭店。2020年，公司门店数量由2019年底的1505家减少至1280家，截至今年6月30日，门店数量进一步减至1134家，较2019年减少24.65%。

而在疫情之下，线下门店的人工费用、租金及管理费用较为刚性，成为导致公司亏损的直接原因。上述费用包含在销售费用中，而今年前三季度，仅销售费用就高达3.94亿元，占营收比例达到58.46%。董事长曹璋对此表示，“此前20年，每年保持20%的增长。但疫情一来，一关店，就有点

措手不及，出现了亏损。”

除疫情影响外，面对国内童装市场的巨大容量，各路企业争相涌入，竞争也趋于白热化。这其中包括Tartine et Chocolat、Carter's、Mothercare、Adidas-kids、Nike Kids等国际儿童服饰品牌，森马服饰、太平鸟、江南布衣等国内成人服饰品牌，以及Burberry Kids、Gucci Kids等国际奢侈品牌。甚至李宁、安踏等体育运动品牌也都开始积极布局童装领域。在曹璋看来，运动、女装品牌，包括奢侈品都在做童装，原因在于这些行业已经是红海，而童装还有一块市场。

不过，根据国家统计局数据，2017年起我国新出生人口及出生率连续4年下降。有分析认为，从长期趋势看，由于生育堆积效应逐渐消失，育龄妇女规模持续下滑，伴随着我国教育医疗等直接成本、养老负担、机会成本持续攀升抑制居民生育行为，预计新出生人口在短期内仍不乐观，不利于持续支撑童装市场规模常态化的快速增长。

此外，童装市场高度分散，目前公司市占率仅0.71%，而市占率排名靠前的是森马的巴拉巴拉(7.1%)、安踏(1.61%)和小猪班纳(0.74%)。这意味着，童装市场不存在绝对意义上的品牌，公司必须想方设法提高品牌影响力和市占率，如加大营销力度等，带来成本的上升。

为传递品牌理念，安奈儿今年在喜马拉雅、哔哩哔哩上制作了《安安讲故事》、《和100个家庭聊孩子》的节目，后又携手芒果TV、新世相联合制作了儿童成长观察类纪实节目《你好，小孩》，邀请周轶君、傅首尔、张立宪探讨“孩子如何更加自在成长”。

“黑科技”面料有望驱动盈利增长？

在营收持续下滑、业绩亏损下，显然需要一个新的增长点。因此公司将目光投向了“黑科技”面料，希望从“科技舒适”的角度解锁新的成长空间。

10月25日晚间，发布公告称，公司旗下合资公司水木收到《武汉大学病毒学国家重点实验室检测报告》，报告显示其独有的电子束接枝改性面料通过了检测，检测结果表明对痘病毒抑制率超过99%。也就是说，该面料对包括新冠、猴痘等在内的多种包膜类病毒细菌均有抑制作用。并且这一技术为全国首创，将独家使用。

早在今年8月，的全资子公司深圳市研发设计有限公司(以下简称“研发设计公司”)与清华大学天津高端装备研究院(以下简称“清华天津装备院”)联合，计划共同就电子束接枝改性面料及其在儿童服饰领域应用的共性技术领域进行合作研究，为此将投入1000万元作为研究经费。

而在此之前，刚于7月20日宣布，将以现金出资的方式对上述研发设计公司增资9500万元人民币。增资完成后，该公司的注册资本由500万元增加至1亿元，旨在加大科技



研发投入，提升公司竞争实力。一系列操作下来，足见公司对“科技”这个标签抱有相当大的期望。

事实上，电子束接枝改性面料是今年8月刚推出的新概念，此前从未提及。在投资者互动平台中，公司回复有关该面料的抗菌原理时表示，“电子束接枝技术原理是利用电子加速器产生的电子束在纺织物的纤维大分子上打开化学键，再将若干个功能分子枝杈“嫁接”到这个纤维大分子中，纤维大分子会摇身一变，成为自带抗病毒抗菌“武器”的新型抗病毒抗菌功能材料。这种功能材料带有正电荷，而包膜类病毒、细菌、真菌带有负电荷，正负电荷相互吸引作用下，功能分子将刺破病毒、细菌、真菌的包膜，破坏其生理结构使其不能存活，从而达到广谱灭杀的目的。”简单来说，就是破坏病毒的“外衣”。

不过电子束接枝改性面料服装还未面市，公司称正在积极推进其市场化，预计在2023年初可以量产。也就是说，现在还不能确定此产品推出时间以及市场认可度，其对公司业绩的影响也尚未明确。10月25日公司发布《武汉大学病毒学国家重点实验室检测报告》后，股价出现连续3日小幅上涨2.21%，10月28日股价报收8.34元。不过“黑科技”到底是公司的新增长点还是用于炒作的概念还有待时间的验证。

值得注意的是，今年4月28日公司股价达到今年高点11.31元，5月17日前两大股东宣布拟在6个月内分别减持不超过公司5.00%和2.09%股权，当天股价大跌8.97%，此后公司股价就再未突破10元。7月20日，发布股票回购方案，拟动用4000万元-8000万元，回购价格不超过10元，不过此举对股价提升作用非常有限，且截至目前公司还未开始实施回购。截至10月28日，股价报收8.34元，较高点已跌去26.26%。