

班尼路背后公司男装抽检不合格 昔日国民品牌门店萎缩业绩承压

日前,陕西省市场监督管理局披露了关于体育用品、功能性服装、儿童水壶等12种产品质量监督抽查情况的通告,通告显示,广州友谊班尼路服饰有限公司(下称“广州班尼路”)生产的一款功能性男装表面抗湿性(级)不合格。据悉,该公司主要经营班尼路及相关品牌。自1996年进入中国大陆市场以来,班尼路曾凭借高性价比和时尚形象快速扩张,但受快时尚竞争、渠道依赖及库存压力影响,门店数量大幅缩水。

■新快报记者 张晓茜

多次因质量及合规问题被罚

抽检结果显示,华润万家商业科技(陕西)有限公司渭南分公司受检的一款男装外套被检出不合格,不合格项目为表面抗湿性(级)。该外套标称生产单位为广州班尼路。

公开资料显示,表面抗湿性又称拒水性,是指织物不易被水润湿的特性,即织物表面上将水滴反拨掉的性能。例如,在模拟雨水滴落的条件下,表面抗湿性合格的织物表面,水珠就会迅速滚落而不润湿面料。因此,对于冲锋衣、滑雪服等功能性服装而言,表面抗湿性(级)不合格往往意味着相关性能未达标,属于关键功能指标缺失,实际使用中容易吸水、受潮,进而降低舒适性及防护性。

新快报记者注意到,广州班尼路为港股上市公司德永佳集团旗下企业,主要经营班尼路(Baleno)等品牌。尽管依托成熟集团体系,但班尼路及相关公司近年来仍存在因产品质量或经营合规问题而受到监管通报或处罚的情况。

2023年,因存在不正当有奖销售行为,广州班尼路被广州市天河区市场监管局罚款5万元;2022年,因在市场采购并贴牌生产的童装牛仔裙耐湿摩擦色牢度项目不合格,广州班尼路被广州市

天河区市场监管局罚款2000元;2017年,一款“班尼路”女装牛仔长裤还被彼时的上海市质监局检出含有可分解芳香胺染料。

此外,从第三方投诉平台来看,截至3月21日,黑猫投诉平台上,班尼路投诉量达256条,其中不少涉及产品质量问题,包括羽绒服开裂、裤子起球或掉色等。

转型难掩品牌发展困局

社交平台上长期以“诞生于意大利”形象示人的班尼路,实际上是一家地地道道的港资“国货”。根据班尼路官网信息,“BALENO”商标1981年在香港注册,1996年被德永佳集团收购后,同年进军中国市场。

在德永佳集团的操盘下,班尼路曾迎来一段高光发展期,品牌面向年轻消费群体塑造出了亲民又潮流的形象,更邀请到天王刘德华与天后王菲等顶级巨星代言,成为那个年代极具代表性的休闲服饰品牌。

品牌的迅猛发展,也带动了公司业绩持续增长。德永佳集团2012财年数据显示,公司营业额高达137.66亿港元,其中,班尼路及其支线品牌所处的零售及分销业务贡献了总营业额的49.2%,中国大陆门店数量超过4000家。

然而,随着Zara、H&M等快时尚品牌的崛起以及电商渠道的发展,加上消费者审美偏好的变化,依赖传统线下渠道、上新节奏固定的班尼路逐渐失去竞争力,库存积压问题严重,而为刺激销量进行的频繁打折清仓,不仅未能改善困境,反而损害了品牌形象,陷入恶性循环。

为优化整合资源,2016年,德永佳集团将上海班尼路服饰有限公司以2.5亿元的价格出售。当年财报显示,公司大陆门店数量已多年下滑,至2016年仅剩2770家。

在发展危机下,2018年,集团回购班尼路股权,使其成为全资子公司,并通过关闭低效门店、优化渠道结构、调整价格带等举措,重塑品牌运营模式。然而,规模收缩在所难免,截至2025年7月,班尼路中国大陆门店数量已缩减至约600家。

近期业绩显示公司压力依旧存在。截至2025年9月30日,班尼路所在的零售及分销业务收入同比下降14.9%,至4.46亿港元,占集团总收入的比例缩水至16.4%。公司称,收入减少主要由于集团持续精简中国内地及香港之实体销售网络,以应对零售市场的结构性挑战及消费模式的转变。

CSR一周速览

(2026.03.16-2026.03.22)

·市场动态·

1 食品安全新规施行

3月20日起,《直播电商经营者落实食品安全主体责任监督管理规定》正式施行。规定对平台明确了刚性要求:不管是直播间里的货,还是直播间里的人,平台都必须得管;具体管什么、怎么管,平台必须按照规定要求做到位。

2 中央网信办拟指导网站平台全面规范短视频内容标注

3月21日,据中国网信网消息,中央网信办拟指导网站平台全面规范短视频内容标注。一是对短视频内容标注使用的标签进行规范,明确必须设置的标签种类。二是将内容标注设为短视频发布的必经环节,引导用户对发布的短视频内容进行标注。三是对存量短视频内容进行分批回溯和补充标注,推动实现应标尽标。

3 四部门联合发文支持广州市打造美丽中国城市样板

3月17日,据中国人民银行广东省分行消息,近日,四部门联合印发《发挥绿色金融作用支持广州市打造美丽中国城市样板若干措施》,明确聚焦五大发展方向引导金融资源倾斜,推动金融机构加大对产业绿色低碳转型、生态环境品质提升、城乡生态宜居建设、环境安全健康发展、治理体系智慧高效运行等领域的金融投入力度。

·公司治理·

1 曹操出行等平台2月订单合规率居后

3月17日,网约车监管信息交互系统发布2026年2月份网约车行业运行基本情况,在订单量前10名的平台中,订单合规率后3名是曹操出行、滴滴出行、花小猪出行,订单合规率增长最后3名是及时用车、T3出行、阳光出行。

2 英集芯拟被罚400万元

3月18日,英集芯公告,因人为策划“自问自答”涉信披露违规,公司拟被深圳证监局警告、罚款400万元,4名有关责任人拟被警告,共计被罚400万元。

3 阳光农业保险湛江中支因虚增保费被罚

3月20日,因虚增水稻承保面积及保费、重复承保相同地块等,阳光农业相互保险公司湛江中心支公司被罚72万元。

4 浙江网商银行因返利吸存被罚

3月20日,因返利吸存等,浙江网商银行股份有限公司被罚130万元。

5 华西证券被责令改正

3月20日,因在承销和受托管理个别债券项目工作中存在对抵押物信息等重大项目尽职调查不到位、募集资金使用情况核查不充分、相关工作制度不健全等问题,华西证券被采取责令改正的行政监督管理措施。

(整理:新快报记者 林广豪)

蹭热点还吹牛过头 亚辉龙收750万罚单

作为与民生健康息息相关的体外诊断企业,亚辉龙(深圳市亚辉龙生物科技股份有限公司)因信息披露蹭热点、吹牛过头,2026年3月18日收到行政处罚决定书,公司和高管被合计罚没750万元。该公司自2021年上市以来业绩断崖式下滑,股价剧烈波动也迎来股东密集减持。

■新快报记者 涂波

公司及高管连遭重罚

“蹭热点”是指个别上市公司利用市场热门概念,在信息披露中夸大业务关联、模糊风险提示,以此吸引资金、推高股价等。

记者注意到,亚辉龙此次违规并非简单失误,而是连续三次披露不实信息。2026年1月6日,公司高调发布与脑机星链战略合作公告,宣称“合作方拥有侵入式与非侵入式双技术路径,多款产品已进入开发阶段”。当晚发布的补充公告中,仍隐瞒多数产品无样机的事实。

消息公布当天,亚辉龙股价上涨6.52%,成交量较前一个交易日增长约3倍。第二天,亚辉龙盘中创阶段新高,达17元/股。

在1月7日回复上交所问询时,亚辉龙进一步声称“非严肃医疗产品已有订单”。

然而,经监管查实,合作方仅具备非侵入式技术,除一款产品有样机外,其余均无样机,所谓“订单”仅为框架协议,无实质销售。

监管认为,亚辉龙上述相关披露信息不准确、不完整,致使或可能致使投资者作出错误判断,相关信息披露后,

公司股价明显偏离市场行情,并出现异常波动,构成误导性陈述行为。

行政处罚决定书显示,公司被处以400万元罚款,董事长胡鹏辉被罚200万元,董秘王鸣阳被罚150万元,合计罚没750万元。罚单落地当日,王鸣阳火速辞去董秘职务。

随着监管问询与处罚落地,在亚辉龙股吧平台,有股民直言,“公告画饼骗我们接盘,高位减持。”“业绩暴跌92%还蹭热点,就是收割散户。”“1月初看到脑机接口利好追进去,短短两周亏损超30%。”

3月20日,亚辉龙最新收盘14.79元/股,总市值84.51亿元。截至2025年三季度末,公司股东总户数为1.28万户。

2025年净利跌超90%

资料显示,亚辉龙2021年5月上交所科创板上市,发行价格为14.80元/股,上市即巅峰,首日股价最高达73.8元。保荐机构为中信证券。

上市之后,亚辉龙净利连降,2022年至2024年,亚辉龙归母净利润分别为10.12亿元、3.55亿元和3.02亿元。业绩

快报显示,公司2025年实现营收18.09亿元,同比下降10.07%;归母净利润仅2401.9万元,同比暴跌92%。

在股价波动的同时,亚辉龙多位大股东实施减持,合计套现超9300万元。其中,实控人兼董事长胡鹏辉于2025年9月至12月期间顶格完成3%股份减持,合计减持1711万股,套现约8445.74万元。副总经理兼核心技术人员肖育劲同期减持61.93万股,套现约919.3万元。公司称减持均为股东个人资金需求。此外,宁波鹏睿企业管理、华宝中证医疗ETF等股东也进行了减持。

分析指出,从信披违规到业绩暴雷,从股东减持到高管辞职,暴露部分民生领域上市公司“重炒作、轻实业、弱合规”的通病。

上海沪紫律师事务所刘鹏律师表示,在2026年1月7日至2月6日买入亚辉龙股票,并在2月6日收盘仍持有的受损投资者,可依法提起诉讼索赔。此次处罚依据证券法第197条,体现监管对误导性陈述“零容忍”,尤其针对医疗健康等民生领域,从严打击蹭热点、吹牛皮等行为,切实保护投资者合法权益。