

# 今夏最火颜色!“芭比”卷起粉色风暴

众多粉色单品占据C位,汉堡王、好利来等品牌也纷纷推出相关单品



“芭比粉”单品倍受年轻人欢迎。

## 上市湘企半年报启幕 首批3家企业业绩靓丽



扫码看视频

三湘都市报8月1日讯 7月28日,金杯电工、水羊股份、威胜信息3家上市湘企同日发布了2023年半年报。这是首批披露2023年半年报的湘股,3家公司的业绩都很靓丽。

### 利润均实现双位数增长

2023年1至6月,水羊股份实现营收22.9亿元,同比增长4%;实现净利润1.43亿元,同比增长72%。水羊股份主要从事化妆品的研发、生产与销售,品牌主要包括御泥坊、EDB、大水滴、小迷糊等;产品品类覆盖面膜、水乳膏霜、彩妆、个护清洁等化妆品领域。对于中报业绩大增,公司表示,主要原因是公司多层次品牌矩阵进一步完善,产品结构持续优化,成本费用管控效果显著;同时,公司产品结构改善提升毛利水平,盈利能力提升,经营情况积极向好。

深耕线缆行业多年的金杯电工,2023年上半年营收同比增长9.76%,达到68.05亿元;实现净利润2.37亿元,同比增长36%,延续稳健增长态势。这主要得益于上半年金杯电工先后打通了重庆、新疆、云南市场建立销售网络,开辟大湾区市场,进一步拓展和辐射周边市场;同时加强大客户开发,中标国家电网、南方电网、中铁四局、安华集团等众多大项目。

威胜信息是国内为数不多的提供全链条解决方案的能源物联网服务商,上半年公司业绩也不错,实现营业收入10.12亿元,同比增长6.8%;实现净利润2.15亿元,同比增长12.9%。

### 业绩利好刺激股价大涨

随着A股上市公司陆续发布2023年半年报,中报业绩成为影响当下二级市场的重要因素,市场资金的目光再度聚焦业绩主线。

记者注意到,中报业绩的利好,让水羊股份、金杯电工的股价接连上涨。

7月28日水羊股份涨停,31日又冲高大涨12.34%,8月1日再度上涨2.11%,股价三天累计涨幅达到34.44%,在二级市场的表现可谓极其抢眼。

金杯电工同样是在发布半年报后股价迎来三连涨,7月28日上涨2.31%,31日上涨2.01%,8月1日上涨5.91%,三天累计涨幅超过10%,表现同样不俗。

■文/视频 全媒体记者 潘显璇 实习生 李颖

## 长沙普通公路沿线 启动充电基础设施建设

三湘都市报8月1日讯 今天,长沙市2023年重点公路项目建设集中推进会暨全市普通公路沿线充电基础设施集中开工建设仪式,在宁乡市举行。本次集中推进、开工的重点项目,包含3个高速公路项目、1个国道项目、5个省道项目、1个农村公路项目、1个充电桩建设项目,总投资将超过500亿元。

长交集团党委书记、董事长李建国介绍,长交集团新能源公司作为长沙市普通公路沿线充电基础设施项目建设主体,计划未来3年内投资1.38亿元,分3期建设99个经营性充电场站、1112个充电设施,全面完善车桩相随、适度超前、智能高效的充电基础设施配套体系。建成后,充电基础设施将覆盖长望浏宁地区的普通公路服务区(站)、停车区(场)、公路观景台、养护工班各类服务场馆,以及花明楼、胡耀邦故居等多个景区。

■湖南日报全媒体记者 周小雷 田超



扫码看视频

近日,电影《芭比》在中国内地上映,豆瓣开分8.8分,成为了目前暑期档大片中的高口碑影片。

除了引起一波芭比的回忆杀外,电影也掀起了一场粉色风暴。闲鱼数据也显示,电影上映一周以来,闲鱼上“芭比”的搜索量暴涨682%。8月1日,记者在长沙市场走访发现,众多粉色单品占据了Zara的门店、名创优品货架的“C位”,还有汉堡王、好利来等品牌也纷纷推出相关单品。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚 实习生 周绮芃 颜菁杉

### 市场: 上架即售空,部分单品已经热销2万件

没人能在这个暑假逃过“芭比粉”,曾经这个颜色因为难驾驭,有“死亡之色”的名号。如今,随着一部电影的热映,“芭比粉”开始逆袭,带动了一波消费热潮。

“看了《芭比》电影之后,我被芭比粉穿搭惊艳到了,逛街时看到许多门店推出了芭比粉联名活动,我也忍不住想要挑选一番。”近日,邓女士已经沦陷在“芭比粉”的世界里,为此她购买了芭比粉项链、裙子、鞋子等一整套装备,“不得不说,这是妥妥的回忆杀。”

在强大IP的带动下,粉色单品也开始热销。8月1日,在长沙国金街的名创优品店,店门口陈列着一个“万物皆可粉粉搭”主题的芭比联名产品货架,摆放有芭比面膜、芭比指甲油、芭比小香风包包、芭比蓝牙耳机等单品,价格大多不超过百元。

“芭比系列上线仅5天,接近一半的品类已经全网售罄,全国多家门店也宣告热门产品脱销。比如这款售价29.9元的粉红力量居家拖鞋,刚上新就被抢购一空,我们都上了三四次货了。”名创优品店的工作人员介绍,为了吸引顾客,他们现在在门店消费满58元,还可获得限定芭比手拎袋和粉搭纸一份。

在长沙国金中心的Zara门店,前来购买芭比粉联名衣服的人也是络绎不绝。“自《芭比》电影上映后,店内芭比联名服饰销量猛增,许多款式已经断货了,只剩下几件断码的放在试衣间。”Zara门店工作人员称,大多数是年轻女性前来购买。

不仅线下,线上的“粉色风暴”似乎更为猛烈。“店里与芭比联名的彩妆一共有四款,包含眼影盘、唇釉、口红和迷你礼盒套装,整体销量都很惊人。其中销量最高的是‘小彩弹’芭比限定款唇泥,每件售价79元,月销量已经超过2万件。”珂拉琪淘宝旗舰店客服说。

### 观点: 契合了当下女性自信独立的价值观

据淘宝数据显示,自电影7月21日上映以来,芭比官方旗舰店进店人数同步上涨超400%,销售额增长近100%,与此同时,与电影同步发售的珍藏礼盒也成了近期的火爆单品。闲鱼数据也显示,电影上映一周以来,闲鱼上“芭比”的搜索量暴涨682%。

同时,各类品牌也纷纷推出系列单品。比如彩妆品牌NYX就推出芭比的联名限量系列商品,包含了以电影为灵感打造的多种彩妆。Zara推出了与芭比的联名系列,该系列包含多款芭比风格的时尚单品,经典的芭比粉和闪亮的鎏金构成了该系列核心元素,本次联名还包括男装系列,并且十分受欢迎。

Crocs将其标志性的塑胶鞋与芭比娃娃的形象和品牌元素相结合,推出了一系列独特的芭比主题鞋款;Nike借势发布了Air Max Scorpion 新配色;女装品牌地素的天猫店首页被粉色装饰一新;周大福推出芭比系列的足金绒毛挂饰;好利来推出了芭比手袋和裙子造型的粉色甜点;就连打开Google搜索“barbie”,背景色都会变成粉色,并出现粉色烟花。

“电影《芭比》的确为芭比粉带来了一定的热度,但更多的在于‘芭比’本身所代表的‘做自己’等理念,满足了消费者的购买需求。”业内人士指出,这些联名品牌的理念,契合了当下女性自信独立的价值观。而且今年也流行“多巴胺”的风格,特别符合夏季的季节特性,因此,这种活泼热烈的颜色也更容易被接受。

同时,该业内人士强调,芭比粉逆袭还离不开怀旧情绪对市场的影响,“芭比具备极强的时代性,能唤起芭比曾经的忠实消费者的情感。再加上跨圈的营销,让相关单品甚至具有了一定社交属性,能让人们从中找到共鸣。”