

NO. 37

2023 年 11 月 24 日

Phoenix

鳳凰周刊



## 一、【同行动态】

证券代码	公司名称	收盘价(11月24日)	市值(亿)	市盈率
600679	上海凤凰	9.05	46.63	106.08
300994	久祺股份	15.24	35.52	27.87
600818	中路股份	13.52	43.46	345.25
603776	永安行	15.17	35.23	221.37
603529	爱玛科技	28.58	246.3	11.86
603787	新日股份	14.02	32.27	23.54
002105	信隆健康	6.35	23.38	79.22
000017	深中华 A	4.43	30.53	453.08
603489	八方股份	52.75	88.68	55.19

### 信隆健康完成工商变更登记及备案

信隆健康于 2023 年 8 月 24 日召开第七届董事会第五次会议，审议通过了《关于变更公司注册资本、修订〈公司章程〉并办理工商变更登记的议案》，同意注销回购专用证券账户中剩余股份 34 万股，目前该事宜已于 11 月 07 日完成，公司总股本由 368,500,000 股减少至 368,160,000 股。注册资本相应变更为 368,160,000 元。

### 深中华 A 召开 2023 年第二次临时股东大会

深中华 A 于 11 月 16 日召开 2023 年第二次临时股东大会，会议审议并通过了《关于增加 2023 年度日常关联交易预计额度的议案》和《关于公司董事长薪酬的议案》。

## 二、【监管案例】

### 美盛文化违规披露被责令改正、警告罚款

2020 年至 2021 年期间，美盛文化实际控制人赵某某以直接间接划转、股权投资、股权交易等形式占用美盛文化资金累计发生额 29.57 亿元，构成关联方非经营性资金占用；2020 年，美盛文化发生对外担保合计 3.4 亿元，占美盛文化 2020 年末净资产的 15.22%，上述担保未经美盛文化内部审议程序审议，上述两项事件美盛文化同样未及时披露，构成信息披露违法违规，中国证券监督管理委员会浙江监管局决定对美盛文化责令改正、警告、并对美盛文化实际控制人赵某某处以 500 万元罚款。

### 开滦股份违规披露被警告、罚款

开滦股份 2021 年与子公司唐山中润煤化工有限公司煤炭采购交易过程中，存在超出合同额度支付煤炭款项情况，形成非经营性资金占用，2021 年 9 月至 10 月期间占用资金 1.95 亿元，开滦股份将上述行为认定为经营性资金占用，导致未及时履行临时披露义务，构成信息披露违法违规，河北证监局决定对开滦股份采取出具警示函、监管谈话的监管措施。

### 三、【行业信息】

#### 中国自行车出口相关数据

根据中国海关 10 月出口数据显示，中国 1~10 月份出口自行车 3,332 万辆，同比减少 9.4%，金额共计 1,535,866 万元，同比减少 25.9%。

#### Rad Power Bikes 将关闭纽约地区 Rad 零售店

Rad Power Bikes 表示，作为组织变革必要的一部分，Rad Power Bikes 将关闭其纽约地区的 Rad 零售商店。

这位发言人在给 BRAIN 的电子邮件中写道：“Rad Power Bikes 团队一直在努力工作，以确保公司处于最佳位置，以应对当前市场的现实，并成为一家可持续、持久的企业。虽然我们在过去几个月里做出了一些艰难的决定，但为了进一步提高业务效率，有必要进行组织变革……”

这些决定包括在一年多一点的时间里进行四轮裁员。今年 4 月，Rad Power Bikes 解雇了数量不详的员工。一年前，100 名员工被解雇，2022 年 7 月，又有 63 名员工被解雇。去年 12 月，又有未知数量的员工数量被解雇。

Rad Power Bikes 今年 7 月宣布，将在今年年底关闭欧洲业务，专注于发展北美市场。

其余的 Rad Retail 地点在西雅图、丹佛、盐湖城、佛罗里达州的圣彼得堡、以及伯克利、圣巴巴拉、亨廷顿海滩和圣地亚哥的加州门店；另外的一个 Rad 零售地点是在温哥华。



### **Fox Factory 完成对 Marucci Sports 的收购**

Fox Factory 周三上午宣布，已完成对 Marucci Sports 的收购，Marucci Sports 是一家棒球和垒球装备品牌，该品牌还拥有 Lizard Skins 以及 Oury 握把和车把胶带品牌。

Fox 以 5.72 亿美元从 Compass Diversified (Fox 之前的所有者) 收购了 Marucci。这次收购使 Fox 在避震器之外的业务中充满了信心。它还增加了向消费者的产品的销售，而不像 Fox 的大多数动力车辆和自行车避震产品那样销售给原始设备制造商。

该公司表示：“此次收购提升了 Fox 作为市场领先品牌产品的信心，并证明其有能力赢得职业运动员和热情的消费者群体的青睐，同时为合并后的公司未来的盈利增长。此后，Marucci 将成为 Fox 专业运动集团的一部分，该集团包括旗下自行车品牌 Fox、Marzocchi、Easton 和 RaceFace。

Fox 最近重申其 2025 年销售额目标为 20 亿美元，调整后 EBITDA 利润率为 25%（其中不包括 Marucci）。另外，Fox 最近宣布计划根据 2028 年 11 月 1 日的新计划回购计划回购至多 3 亿美元的股票（相当于已发行股票的约 8%）。

Fox Factory 以避震器品牌而闻名，与以服装和安全公司而闻名的 Fox Racing 完全独立。虽然这两个品牌均由鲍勃·福克斯（Bob Fox）和杰夫·福克斯（Geoff Fox）两兄弟于 1970 年代创立，但 Fox Factory 是一家独立的上市公司，而 Fox Racing 则属于 Vista Outdoor（即将更名为 Revelyst）。Vista Outdoor 还拥有 Bell、Giro 和 CamelBak。CamelBak 和 Fox Factory 之前属于 Compass Diversified。

虽然 Fox Factory 拥有 Easton 自行车品牌，但它没有 Easton 棒球和垒球品牌——该业务自 2020 年以来一直由 Rawlings Sporting Goods 所有。还有另一个与自行车运动有企业关系的棒球棒品牌：Louisville Slugger by Amer 所有运动——还拥有 Enve 和之前拥有的 Mavic。

这一切都将会在竞争中逐步体现。



## 上诉法院不顾 Trek Bicycle 的反对，支持 Ranger Trek 商标

华盛顿州女性克里斯蒂娜·艾萨克斯 (Christina Isaacs) 于 2016 年首次申请注册 Ranger Trek，用于主要在国家公园商店销售的产品。崔克自行车公司说，消费者可能会把 Ranger Trek 和它的商标搞混，指出崔克公司过去曾销售过背包和其他包，甚至午餐盒。

Trek 首先向商标审判和上诉委员会 (TTAB) 提出上诉，该委员会维持了 Ranger Trek 的注册。崔克公司建议他们重新考虑，但 TTAB 依旧维持原态度。因此，在 2022 年 2 月，崔克公司向联邦巡回法院上诉。Trek 对 Isaacs 将商标注册为背包、登山包、运动包、旅行包、帽子、夹克和衬衫提出异议。它没有呼吁在其他产品上使用，包括探险杂志。

周三，法院维持了 TTAB 的裁决，称崔克公司的反对意见未能满足 “DuPont factors” 的测试，包括审查商标的相似性、商品及其贸易渠道的相似性以及其他因素。法院的裁决审查了 DuPont 的 13 个因素和 Trek 的其他论点，并表示它们没有说服力。

Trek Bicycle 的一位发言人表示，该公司对这一决定不予置评。

Ranger Trek 的注册只是一个例子，其中 Trek 自行车反对商标注册，它认为威胁到它的商标。2022 年底，Trek 在

Trademarkia.com 发布的“商标霸王”名单上排名第四，仅次于苹果公司，领先于耐克和红牛等品牌。该网站现在已不再发布排名。

在 2022 年 12 月 BRAIN 的一篇文章中，多位法律专家解释说，Trek 有义务保护其商标，因为与 Shimano 或 Campagnolo 等以创始人名字命名的品牌名称或 Ultegra 或 SRAM 等自创词相比，Trek 经常使用“Trek”一词，从而不断受到威胁。

行业律师史蒂文·汉森(Steven Hansen)说：“这肯定就像打地鼠(Whac-A-Mole)(捍卫商标)一样”。



**GCN+ 将于下个月关闭其直播服务和应用程序**

GCN+，作为全球自行车网络一部分的直播服务，将于 12 月 19 日关闭。



发言人周三证实，这一流行的直播服务及其配套应用程序将于下个月关闭，这对习惯通过该应用程序观看环法自行车赛和其他主要比赛直播的自行车迷来说是一个巨大打击。

周三的一份公司说明中写道：“我们想通知您，我们今天联系 GCN+ 订阅者，通知他们 GCN+ 服务将于 12 月 19 日关闭。对于他们在 GCN+ 上享受的现场报道，客户将被引导至适当的平台，例如欧洲地区的 discovery+、Eurosport 或 Eurosport Extra，并能够注册这些服务。”

该公司还在公开的视频网站中分享了详细信息。

发言人表示，订阅者将获得部分已付费用的退款。

全球自行车网络由 SHIFT Active Media 创始人 Simon Wear 于 2013 年推出，是 Google 支持的视频网站内容构建工作的一部分。

它很快成为现场报道公路车、山地车、砾石自行车和场地自行车赛事的首选来源。

发言人表示，此举是新公司所有者华纳兄弟探索公司整合努力的一部分，该公司于 2022 年合并。

一份媒体简报写道：“这一决定来自我们的母公司华纳兄弟探索频道（WBD），是由其全球战略推动的，该战略旨在巩固其流媒体服务，并在更少的地方提供内容，使客户更容易访问和发现更多内容。”

今年夏天有报道称美国媒体集团华纳兄弟探索频道 (Warner Bros. Discovery) 正在将 GCN 推向市场，此消息出人意料地发布。

尽管受到自行车界的广泛支持，该公司还是决定关闭这项服务。

GCN+向客户表示感谢，并确认更大的 GCN 平台和品牌将继续存在，但不会提供应用程序和直播服务。

一张便条写道：“我们还要向 GCN+和 GCN App 的才华横溢、勤奋工作的人们表示感谢，他们全心全意地创造出如此精彩的内容。就像您一样，我们也对无法再为您提供这些服务感到失望。”

发言人表示：“全球自行车网络（GCN）将继续下去，包括 GCN 网站和社交媒体渠道。除了 GCN+和 GCN App 之外，所有 GCN 都绝对会继续。我们将继续为 GCN 社区制作最好的骑行内容，GCN 社区在过去十年中给予了我们如此多的支持。我们还将继续发展 GCN 网站，该网站正在不断壮大。”



## **100%扩大 Silverfish UK 合作伙伴关系，增加眼镜系列**

自 2018 年以来,Silverfish 已分销 100%的 Moto 和 MTB 系列，并准备通过推出运动和活跃性能太阳镜系列来加强合作伙伴关系。

该品牌表示，100%高性能太阳镜旨在将“卓越的清晰度、无与伦比的保护与永恒的风格结合起来”。

100%联合创始人兼首席执行官 Ludo Boinnard 表示：“我们很高兴加强与 Silverfish 的合作。他们对开发品牌以及与零售商密切合作的坚定承诺使他们成为管理我们眼镜系列的理想合作伙伴。我们对 100%有远大的抱负，我们与 Silverfish 的密切关系将帮助我们加速这些令人兴奋的计划。”

该系列包括专为苛刻的比赛环境以及日常使用而设计的款式。

100%太阳镜得到了公路车、山地车、越野摩托车、赛车运动、铁人三项、跑步和棒球等各种运动项目的运动员和团队的认可，可增强视力和表现。

Silverfish 于 1999 年与精选的几家先进的加拿大自行车品牌一起成立，在分销市场上创造了一个独特的空间，专注于优质山地车和跨界车品牌，提供独特的品牌合作体验。

该品牌组合目前在英国、爱尔兰和许多欧洲地区运营，包括标志性和创新名称，例如 Yeti Cycles、FOX、米其林、

Race Face、SDG、Forestal、Marzocchi、CushCore、Peaty's、Ride Concepts、100%、Easton、Birzman 和 Skratck 实验室。



## Accell Group 进行“战略审查”后，Raleigh UK 预计将退出 P&A 市场

在母公司 Accell Group 进行战略运营审查后，Raleigh 已确认有意退出英国 P&A 市场。

此次审查的主要目标是“为 Accell 的英国业务实现可持续增长提供见解和途径”，符合该集团增加销售、加强业务和面向未来的英国业务的战略。

Accell 相信 Raleigh 品牌及其其他品牌，该集团表示，其在绿色出行领域“面向未来”处于“强有力的地位”。

然而，在发送给合作伙伴和零售商的电子邮件中，Accell 详细介绍了英国市场目前面临的挑战，成本、供应链和通胀压力对业务的影响。

有鉴于此，Accell Group 认为当前的战略和组织设置在目前的形式下“不可持续”。

因此，该集团提出了一项改变其在英国运营方式的提案。该提案需在未来 30 天内进行员工咨询。此次咨询将使 Accell 专注于其核心业务优势，消除业务职能之间的重复，并利用组织的集体力量和支持。

Accell 表示，Raleigh 品牌仍然是英国公司形象的“不可或缺的一部分”，并将继续如此。

然而，英国的零部件业务目前竞争非常激烈。Accell 预计当前的市场状况将持续下去，并看到品牌、分销商和零售商都面临着同样的阻力，在某些情况下甚至会退出市场。因此，为了实现其雄心，该提案包括决定关闭在英国的零部件业务。

此外，随着这一变化，Accell 将停止自己的仓库运营并与物流提供商合作。

Accell 的发言人补充道：“我们已采取措施，确保我们的业务运营（包括 P&A 业务）在咨询进行期间继续正常进行，并制定了计划，以最大程度地减少在此期间及之后对您的业务造成的任何潜在干扰。磋商仍在进行中，因此目前我可以分享的信息仅限于此。我会在流程允许的情况下向您通报最新情况。同时，我感谢您在我们完成这一过程时的理解和耐心。”



**挑战，永不停止！NSVE 品牌发布&新品首发，AJ 赖煜哲跨界助阵！**

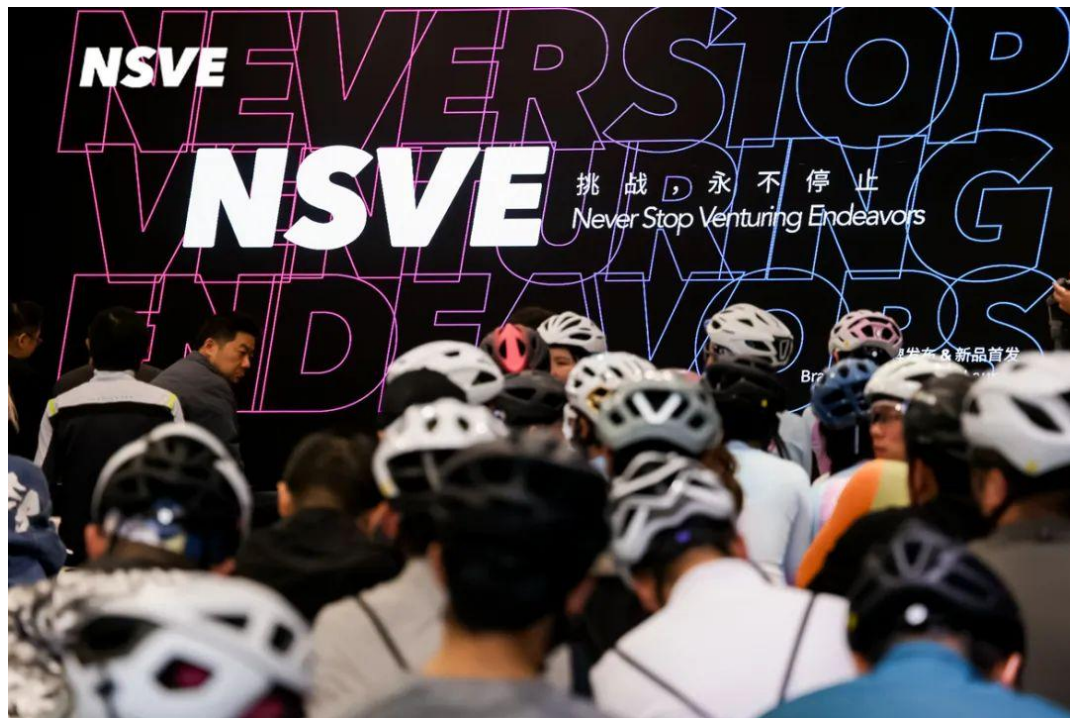
人生，是一场寻找挑战、突破自我、不断成长的旅程。在这个旅程中，运动成为我们不可或缺的伙伴，它不仅强健我们的体魄，更在无形中改变着我们，带给我们身心愉悦、挑战自我、挖掘潜能的机会，从而体验到挑战的乐趣，感受身心合一的和谐。

在运动的世界里，每一次的挑战和突破都将带来成长和进步。那么，在这个充满无限可能性的舞台上，星创视界旗下新锐运动品牌 NSVE，正以其独特的方式为运动人群带来更多出圈的惊喜和可能性。

2023 年 11 月 19 日，NSVE 品牌发布会在杭州星创视界（宝岛眼镜）星光大道店举办，此次发布会主题为“挑战，永不停止（Never Stop Venturing Endeavors）”，发布会向大



家展示了 NSVE 品牌对运动市场和运动人群视健康、心灵的深度洞察和重视，以及其不断追求创新和突破的决心，并首发了三款 NSVE 新品系列。



现场，星创视界集团董事长王智民先生致辞、明星骑友唱作人 AJ 赖煜哲、开云眼镜亚太区总经理 Pietro Scognamiglio 先生、开云眼镜中国大陆及港澳地区总经理刘宇庆先生、RNCC 主理人 KEN 先生、公路车爱好者泰国香猪、TTQ 主理人管军先生等嘉宾共同出席此次发布会。



在发布会现场的热烈氛围中，NSVE 品牌正式踏上了挑战自我、不断创新的征程。

### **挑战，永不停止！NSVE 品牌发布**

NSVE 品牌的诞生，源于星创视界集团董事长王智民先生个人的骑行经历和经验。他深刻认识到，良好的视觉体验对于骑行体验至关重要。无论是观察路况、判断距离、还是感知速度，视觉都扮演着关键的角色。因此，他决心创立 NSVE 品牌，于今年 3 月份首创星创运动视觉优化服务，专为运动人群提供全方位的眼视力健康服务及产品，提升他们的运动视觉体验。

同时，王智民先生也意识到，运动的乐趣不仅在于锻炼和放松身体，更在于不断地挑战自己。每一次的挑战都是一次成长的机会，每一次的突破都是一次自我实现的过程。无



论是挑战自己的骑行速度，还是挑战自己的耐力极限，这种挑战对于提升个人能力和增强自信心都至关重要。因此，NSVE 品牌提出“挑战，永不停止！”的品牌理念，致力于鼓励运动人群不断挑战自己，超越自我。NSVE 的品牌发展也是这样一路挑战，突破，不设限定。

NSVE 品牌包含了“服务（星创运动视觉优化）、产品（运动眼镜及周边）、生态（骑行俱乐部、运动 Lifestyle 体验等）”三大核心内容，旨在为运动人群提供更好的产品和服务，传递积极向上的生活态度和对挑战的追求。



追寻挑战是推动个人和品牌成长的重要动力，只有不断挑战自己、突破自己的极限，才能不断进步、提升自己的能力和价值。王智民先生表示：“NSVE 品牌是多样性的，是不被限定的，此次通过与 AJ 赖煜哲的跨界合作，展示了 NSVE 品牌不断追求挑战和创新的决心。未来，NSVE 品牌将积极探

索与更多领域的优秀合作伙伴展开合作，为运动人群提供更加全面、个性化的产品、服务和生态，共同推动运动市场的发展和壮大。”

在 NSVE 品牌价值中，挑战是一种常态，是一种积极向上的态度。他们鼓励每个人都要勇于挑战自己、尝试新的事物、追求更高的目标。王智民先生强调：“未来，我们将继续加大研发投入，不仅提供高品质的骑行眼镜，还将推出更多符合运动人群需求的产品。组织各种运动类活动，帮助大家突破自我限制，提高专业技能和安全意识，并将与各地的运动团体和赛事合作，共同推广运动精神和文化。”



### NSVE 品牌与 AJ 赖煜哲共创 MV 首发

明星骑友、唱作人 AJ 赖煜哲的出席，为此次发布会增添了更多的活力和激情。AJ 赖煜哲以其独特的音乐才华，与星创视界新锐运动品牌 NSVE 和资深骑友们共创骑行圈首支单曲

《Ride With Me》，并参与了 MV 的全部录制过程，他们共同演绎了歌曲中的情感与骑行中的动态，展现出音乐与运动的完美结合。



现场,AJ 赖煜哲与 NSVE 品牌携手为大家呈现了一场视听盛宴，歌曲从公路车骑行圈的视角，描述资深骑手、骑行爱好者，从认识骑行到爱上骑行的过程，用极具共鸣的叙事歌词、搭配轻快的 2step & uk garage 曲风，带骑手们回到爱上骑行的瞬间。

通过 MV 的呈现，大家可以直观感受到骑行带来的快乐和美好。画面中，AJ 赖煜哲和骑友们沿着公路骑行，自由地探索城市，享受大自然的气息。他们在骑行中尽情释放压力，享受身体运动后的快感和团队合作的乐趣。

AJ 赖煜哲在现场表示：“这次与 NSVE 品牌的合作中，我们倾听了许多已经进入骑行圈的骑友们的心声，了解他们的骑行经历和初心。通过与品牌的专业团队交流，共同打磨出了这首歌曲。希望通过《Ride With Me》，能够唤起大家对骑行的热爱，重新发现骑行带来的乐趣和挑战。”每一个热爱骑行的人都有一份初心，一份对未知世界的探索和对自我挑战的勇气，让我们一起在骑行的道路上重拾那份初心，再次感受那份无畏的热情和无尽的乐趣。

他还鼓励大家：“不论是在骑行圈还是在其他领域，不要为自己设限太多。只要我们热爱并持续努力，不害怕挑战，不畏惧困难，勇敢地迈出每一步，就能够创造出属于自己的精彩。此次在 MV 拍摄过程中，也有许多难忘的经历。很多骑友为了拍摄冲刺的镜头，需要反复拍摄，虽然大家在拍摄过程中非常辛苦，但这些付出都是为了 MV 能呈现出最好的效果。”

AJ 赖煜哲还透露了下一首骑行类单曲的亮点：“下一首歌曲将更加燥热，适合比赛。我们正在积极创作和准备，希望能为听众带来更多惊喜和挑战。”

这次与 AJ 赖煜哲的跨界合作是一次非常创新的尝试，它不仅展现了音乐领域与运动品牌的完美结合，更是 NSVE 品牌理念的一次完美展现。在 MV 中，AJ 和骑友们在骑行过程中不断挑战自我、追求卓越的精神，正是 NSVE 品牌所倡导的“挑

战，永不停止”品牌理念的生动体现。这种精神让更多的人能够感受到运动的魅力和乐趣，也展现了 NSVE 品牌年轻时尚、创新突破、开放和包容的品牌形象。

### **挑战，永不停止！NSVE 新品首发**

NSVE 品牌当日共发布了三款 NSVE 骑行眼镜，分别是「果冻」系列、「双生」系列、「金刚」系列。三款新品不仅在颜值上有所突破，还深度洞察了骑友们在骑行场景中的挑战和需求。产品的轻量化、舒适度、安全性和多样性都得到了精心考量和实现，这次 NSVE 新品发布刷新了运动眼镜市场，为骑友提供了更好的选择。

此次 NSVE 新品在外观设计上为贴合亚洲人脸型，镜框采用环抱式一体贴合设计，搭配瑞士 EMS 高分子记忆性材质，整个镜架更轻巧舒适。亲水防滑包胶镜尾，保证镜架轻盈的同时提供了出色的防滑性能，更安全稳固。另外，针对亚洲人的鼻型问题，采用可调换鼻托设计，以适应不同鼻型和佩戴需求，硅胶防滑材质确保眼镜在佩戴过程中不会给鼻子带来压力，更加减压服帖，进一步提高了佩戴舒适度。





同时，NSVE 品牌十分注重运动人群户外功能性视觉体验，为此专门推出了三种不同的镜片，分别是「智能光感变色镜片、高对比增彩镜片、夜视镜片」。三款镜片供骑友自由组合搭配，满足骑友在不同时间段和环境下的骑行需求，确保骑行过程中高质量的视觉体验和骑行保障。

智能光感变色镜片：能够随阳光和紫外线强弱，自如切换镜片颜色的深浅，提供最佳的视觉效果，时刻保护骑友的眼睛不受强光和紫外线伤害，并满足骑友昼骑到夜骑的任意切换。

高对比增彩镜片：运用色粉阻隔技术，通过吸收不同波段可见光，有效改善视野中的对比度，使户外视物更清晰，色彩层次更丰富。提升骑友的视觉感受

夜视镜片：专为夜骑爱好者设计，在黄昏场景下，有效增强视野中的暗部细节，提高对比度，为骑友提供更精准的视像，夜间骑行更安全。

### 新品系列一：果冻

作为此次发布会主推爆品，「果冻」系列吸引了众多目光。这个系列最大的亮点是可做近视定制，联合光度达到 650 度。这无疑解决了许多近视骑友的难题，让他们在享受骑行的同时，也能保持清晰的视力。

其晶莹剔透的外观让人联想到果冻的质感，多巴胺色彩组合搭配智能光感变色镜片或高对比增彩镜片，让眼镜更加时尚，实用。「果冻」系列代表了大家在骑行中的快乐心情，赋予了骑友们在人群中的独特个性和自信，充分展示了 NSVE 品牌的创新精神和为骑友们提供高质量视觉体验的决心。



## 新品系列二：双生

“双生”采用了一副镜框两种镜片的组合设计，可组合搭配三款镜片（智能光感变色镜片、高对比增彩镜片、夜视镜片）中的任意两款，一镜双生。骑友可以根据不同的天气条件和需求轻松切换镜片，这种设计不仅轻松满足骑友在不同环境下的视觉需求，同时也为骑友想要展现不同个性和风格提供了更大的可能性。通过自由搭配镜片，骑友可以探索出不同的视觉体验，展现出独特的骑行风格。



## 新品系列三：金刚

“金刚”系列以其棱角分明的框型和金属感镜片展现出未来感十足的特点。其高强度、轻量化的材质，再组合搭配智能光感变色镜片（根据光线条件自如切换镜片颜色），确



保了眼镜在具备良好舒适性的同时，为骑友提供了最佳的视觉效果和骑行安全保障。

它不仅是一款功能强大的骑行装备，更是骑友们坚定信念和追求卓越的象征。这款眼镜，将带给骑友们有如金刚，不断突破、一路逆袭的精神力量。



总体来说，NSVE 品牌这次首发的三款骑行眼镜确实在各方面都表现出色，不仅在外观颜值上引人注目，更重要的是在骑友的户外功能性体验上有着创新性的表现。这些眼镜不仅具备了轻量化、舒适度和安全性的特点，同时还注重了镜片的多样性和可近视定制（联合光度达到 650 度），为骑行眼镜市场带来了新的标杆。无论是需要保护眼睛的骑友，还是想要展现个性的骑友，或者是喜欢挑战自己的骑友，都可以在 NSVE 品牌中找到适合自己的骑行眼镜。

发布会上，NSVE 品牌为首批购买者开启早鸟价和限量定制礼盒，预售场面火爆。这也表明了消费者对新品的高度认可和期待，随着骑行市场的不断扩大和愿珙 NSVE 品牌凭借其创新的设计、优质的产品和专业的服务，有望在运动品牌市场中独树一帜，成为引领市场发展的领导者之一。

随着发布会的圆满结束，NSVE 品牌的征程才刚刚开始。品牌将继续秉持“挑战，永不停止”的理念，以其独特的视角和大胆的创新，打破传统运动品牌的局限，不断推陈出新，为运动人群提供更优质的服务、产品和生态。

NSVE 品牌关注每个人的成长，认为人生就是寻找一个个挑战，有痛苦，有快乐，最终成长。这种成长不仅限于身体，更关乎心灵。在 NSVE 品牌看来，每个人都是独一无二的个体，都拥有无限的潜能等待挖掘。

在这个充满挑战和机遇的时代里，NSVE 品牌诚挚邀请所有热爱运动、热爱骑行，追求更好视觉体验的朋友加入他们。期待与大家携手共进，突破自我、挑战极限，探寻生命中的无数可能性。在这里，每一个人都是挑战者，每一个人都是胜利者。

最后，NSVE 品牌再次强调了他们的品牌理念：挑战，永不停止！让我们一起加入 NSVE 的行列，挑战自我，创造无限可能！

发布会结束后，王智民先生、开云眼镜亚太区总裁 Pietro Scognamiglio 和其他星创内部等成员进行了一次骑行活动。他们从宝岛眼镜星光大道店出发，经过钱江龙、彭埠大桥等地，最后回到宝岛眼镜星光大道店。



编辑整理：投资管理部

**【信息来源】：**各地自行车行业协会、美骑网、全球自行车产业链信息网、野途网、百度、知乎、腾讯、人民网、新华网、中国新闻网等。