

2021年3月24日 星期三
农历辛丑年二月十二

晋江经济报

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版

第3048期

晉江新聞網

www.ijjnews.com

3支疫苗接種機動隊 23家接種門診 晉江市全面啓動新冠疫苗免費接種工作

■本報記者 李玲玲

本報訊 22日,記者從晉江市衛健局獲悉,為了有效預防新冠肺炎,建立人群免疫屏障,根據省、泉州市統一部署,晉江市全面啓動新冠疫苗免費接種工作。

據悉,3月20日,晉江市快速成立3支疫苗接種機動隊,第一時間完成相關設備配置及人員調度後,深入一線開展疫苗接種服務。

21日14:30,記者在泉州職業技術大學疫苗接種點看到,8個接種臺前,16名醫護人員正有條不紊地開展疫苗接種相關工作。

“一聽說學校可以打疫苗,

我馬上就過來了。”首批前來接種疫苗的楊同學告訴記者,學校統一設置疫苗接種點,省去了自行前往醫院接種的麻煩。經過體檢、登記等相關程序後,楊同學順利完成疫苗接種。“感覺還可以,打了也放心。”楊同學說。

“接種點啟用首日,僅半天時間就有430名學生完成接種。”泉州職業技術大學相關負責人洪春錦告訴記者,作為晉江市首家設置校內疫苗接種點的高校,該校現有學生9000多名,前期通過摸排登記,已有3000多名學生自願報名接種。

“預約接種疫苗的學生,可根據自己的課時安排,攜帶身份證到校內疫苗接種點接種。”

洪春錦表示,校內接種點的疫苗接種工作將持續3天,後續想打疫苗的師生需自行前往內坑鎮衛生院。據統計,截至3月22日,泉州職業技術大學已有1692人順利完成疫苗接種。

晉江市衛健局相關負責人表示,目前,全市已有泉州職業技術大學、福州大學晉江科教園、泉州輕工職業學院等相繼啟用校內疫苗接種點。據悉,3家高校適齡接種對象約2.1萬人。

接種機動隊除了進駐3所高校外,22日也進駐安踏集團,現場為企業員工進行疫苗接種。

“500人以上的企業、團體等集體單位,將由3支接種機

動隊進企業進單位設置‘臨時接種點’開展接種。”晉江市衛健局相關負責人表示,接種機動隊將疫苗接種服務關口進一步前移,以此保障企業正常生產活動。

據悉,目前,全市共有23家接種門診,各門診將在原有基礎上適當擴增接種臺。預計到3月底,全市將新增115個接種臺,由原來的72個增加到187個,日接種能力將超2萬針。同時,晉江正緊鑼密鼓地推進新冠疫苗接種點建設,30日前將在安海、龍湖、陳埭、磁灶、東石、永和等6個鎮區內人口相對集中的地方,設立方艙接種點,以便群眾就近接種。

恒安去年 淨利潤超45億元 比增17.6%

■本報記者 柯國笠

本報訊 19日,恆安國際發布2020年度業績公告稱,截至2020年12月31日,集團營業收入為223.74億元(人民幣,下同),歸屬淨利潤為45.95億元,同比增長17.6%。

2020年利潤增長幅度驚人,恆安國際在公告中指出,扣除疫情對市場方面的影響,包括個人及家庭護理產品需求增加、年內木漿價格處於低位推動紙巾業務毛利增長、高利潤衛生巾收入大幅增長,以及高端衛生巾市場滲透率于年內迅速提升、匯兌收益等原因,是助推恆安利潤增長的重要原因。

具體來看,在恆安國際營收構成中,紙巾業務仍然占比最大,全年銷售收入約103.83億元,占集團整體收入約46.4%。受惠于木漿成本處於低位,恆安國際紙巾業務毛利率顯著增長至約33.5%。

衛生巾板塊表現則受益於高端產品對市場的迅速滲透。公告顯示,恆安國際2020年衛生巾業務重返增長軌道,實現銷售收入66.55億元,同比增長3%,占恆安國際整體收入接近30%。恆安國際稱,受惠于高端產品Space7快速增長獲得銷售收入近2億元,帶動衛生巾業務毛利率進一步擴張至約71.4%。同時,集團正逐步發力高端市場,高端產品Space7有望成為2021年及未來的潛在增長

點,推動集團擴大在衛生巾市場的份額。

除了衛生巾高端產品的推動外,紙尿褲高端產品也獲得了一定的增長。公告顯示,2020年,受惠于恆安國際加強在電商及母嬰銷售的布局,加上高端嬰兒及成人紙尿褲產品的占比提高,紙尿褲業務的銷售收入達14.26億元,跌幅收窄至約0.9%(2019年跌幅為6.3%),占集團整體收入約6.4%。其中,高檔產品“Q-MO”的銷售增幅超過約70%,占整體紙尿褲銷售約18.9%。

除上述業務外,恆安國際家居用品業務銷售收入4億元;其他收入39.11億元,其中口罩營收為2.6億元。

產品高端化發展在2020年給恆安國際帶來了客觀收益。對於未來高端化的發展,恆安國際表示,為滿足終端客戶日益高端化的消費需求,恆安集團將繼續優化產品組合,對產品的包裝、材質和功能進行升級,推動高檔產品銷售。

作為快消品龍頭,在渠道方面,恆安國際繼續優化。2020年,恆安國際電商渠道營收43億元,占集團整體收入約19.1%;海外業務(包括皇城集團業務)全年營收21.67億元,占集團整體收入約9.7%。

對此,恆安國際稱,2021年,集團將加大力度提高電商及新零售(包括社區團購)的覆蓋,融合線上線下的零售模式,從而提升集團旗下各產品的市場滲透率。



蘇慧敏(右三)與新加坡晉江會館會長卜清鍾(右二)等合影。

祖籍晉江陳埭蘇厝的國會議員 蘇慧敏到訪新加坡晉江會館

■本報記者 李杰
通訊員 李曉民 文圖

本報訊 3月19日上午,新加坡馬西嶺-油池集選區國會議員蘇慧敏與林景區公

民諮詢委員會主席張淑楸到訪新加坡晉江會館,受到該會會長卜清鍾與副會長丁增嘉JP、BBM、副會長張振銘、社團及海外聯系組主任吳東欽PBM的熱情接待。

蘇慧敏議員祖籍晉江蘇厝。踏進新加坡晉江會館後,她感到特別親切,因為她父母在30年前曾帶她到會館參加卡拉OK等康樂活動。

卜清鍾會長向蘇慧敏議員和張淑楸主席介紹了新加坡晉江會館的簡史,分享了會館的願景與活動。雙方還就社區服務及未來合作交換了想法。

出磚入石 讓世中運更出彩



Jinjiang 2020
Gymnasiade

在一起 更出彩
Better Us Better Future

■本報記者 閔楊娜

2017年5月31日,晉江申辦2020年世界中學生運動會新聞通氣會舉行,正式向社會發布申辦口號和標識。

賽事口號為“在一起,更出彩”(Better Us, Better Future),在徵集賽事口號的背後,有着怎樣的故事呢?“出磚入石”的標識背後,又有怎樣的創作故事?讓我們一起來回憶一下。

口號:收到5699條

“當年3月8日,我們啟動了口號徵集,到3月31日結束,共收到了5699條口號,其中1367條為雙語口號。當時,這些口號前前後後看了十多遍,希望能看到既接地氣又有國際範的口號,生怕一不注意就遺漏了經典。”晉江市委宣傳部新聞科科長、世中運執委辦宣傳與大型活動部新聞宣傳處陳文經說,在篩選的過程中,

如果大家有看到比較滿意的口號就會先歸集一下。通常一個晚上看一遍下來,包括口號的釋義,都需要五六個小時,等躺下休息的時候,滿腦子浮現的都是那些口號。

“經過不斷的討論和推敲,我們最後篩選出20個口號。從20個到15個,再到10個、5個,最後2個口號。其實這些口號中,很多投稿人提煉出了其中的一部分,有‘在一起’‘一起攜手’‘一起創’,也有‘更精彩’‘正青春’這樣的含義。”陳文經說,經過向社會各界不斷地徵求意見,口號最後確定為“在一起,更出彩”,其中的“出彩”不僅要“精彩”,還要“出色”。

在整個徵集活動期間,最令大家難忘的是一位70多歲的李老伯。“他不懂得網絡投稿,手寫了100多條口號,口號後面還有注釋,用書信寄來,這些口號有的結合了閩南語,有的寫成了打油詩。”陳文經說,當時的參與面很廣,包括菲律賓華僑、晉江的中

小學生都加入其中,這也是“人人參與”“深入民心”的一種體現。

標識:融進“出磚入石”元素

提及標識的創作,大家一定對“由出磚入石演化成兩個男生女生手拉手向前奔跑的形象”不陌生。創作團隊是北京知開視覺藝術設計公司。“當時的創作團隊有本土的,也有北上廣的。也是經過層層篩選,最終確定這家。”陳文經回憶說,當時該創作團隊按照他們自己對設計稿的滿意程度進行排序,而獲選的這個設計稿,其實是排在第二位的。

陳文經透露,“我們在和創作團隊進行交流的時候,聽取了他們對前面兩稿的看法,第一稿屬於國際比較通用的,第二稿具有創新意識,結合‘出磚入石’的閩南建築特色,形似太陽與花朵,色彩豐富、動感活潑,突顯國際化元素和晉江特色,展現中學生的年輕活力,讓人眼前一亮,從設計

思路來講,有比較大的突破。”

事實上,設計團隊也是更傾向於選擇第二稿,這和晉江方面的想法不謀而合。“從初稿到定稿,前前後後共用了一個多月時間,也數不清改了多少回。”北京知開視覺藝術設計公司聯合創始人兼設計總監張維笑着說,很願意為晉江的城市宣傳貢獻自己的一份智慧和專業力量。

新聞通氣會: 2個通宵趕制了LOGO視頻演繹

標識確定後,留給新聞通氣會的籌備時間已經非常緊迫了。“場地的選擇、嘉賓的邀請、新聞通氣會的流程怎麼安排,這些都需要經過一番考慮。”陳文經說,新聞通氣會上有兩大亮點,一個是“創意LOGO視頻演繹”,一個是“LOGO宣布儀式”。

“創意LOGO視頻演繹”講述的是LOGO上的兩個小男孩小女孩攜手跨越晉江的山和海,跨越晉江的現代建築和紅磚古厝,飛越鄉間田野,踏着滔滔江水,在初放的苞蕾中、在前進的車輪中、在離弦之箭上,體現動感活潑的青春色塊,勾勒出“出磚入石”的理念。

“接到任務的時候,我們祇剩下一周的時間,和晉江方面做了充分的溝通後,用兩天的時間確定了LOGO演繹的思路、腳本,然後多臺設備同

時工作。在技術上,LOGO和花朵的結合,原先設想是LOGO能和花瓣相疊加在一起,但找不到適合的花朵,後來經過討論,就將LOGO與初放的苞蕾相結合,不管哪個鏡頭,都是一鏡到底。”泉州時空傳媒創始人賀鋼是LOGO視頻演繹的主要制作人,“晉江方面的工作人員和我們全體制作人員,用了2個通宵做出了視頻效果,記得新聞通氣會是下午4點開始,我們到當天早上7點多才完成視頻合成,然後拷貝到U盤、存放在郵箱,備份好多份,帶到新聞通氣會現場,確保萬無一失。”

而在“LOGO宣布儀式”上,與會領導手上各持一塊象徵性的磚石,共同放入當時的LOGO板塊中,最終形成完整的LOGO,這也寓意着“一起為世中運添磚加瓦”,讓世中運更出彩。

“從口號徵集到最後的新聞通氣會,這項任務非常重,但大家克服困難,整個團隊擰成一股繩。當定格的那一瞬間成了永恒,這是一場賽事非常重要的文化遺產,也是自己不可多得的經驗積累歷程。”陳文經說,不管是口號、圖案,還是視頻,最後都得到了社會各界的認可,國際中體聯和中體協也當即把視頻拿回去播放,近100家媒體報道、轉載了新聞通氣會,“非常感動,大家都積極建言獻策,凝聚了海內外晉江人的共識”。

晉江产经商讯

主办/《晋江商人》杂志