

# 安踏、七匹狼、七度空间、柒牌、特步…… 晋江品牌齐发声：坚定支持新疆棉

本报记者\_柯国笠 柯雅雅 施珊妹 蔡明宣 文图

本报讯 近期，BCI（瑞士良好棉花发展协会）“不再对新疆棉发放许可”及“H&M声明抵制新疆产品”的消息在社交媒体上引发中国网友强烈不满。相形之下，多个中国品牌连续发表声明声援中国棉花。其中，安踏、七匹狼、七度空间、柒牌、特步、利郎、劲霸、361°、中乔体育、晋工机械、鸿星尔克、抱抱熊等晋江品牌陆续发表声明，表示继续使用新疆棉，坚定支持中国棉，展现出中国品牌应有的态度。

昨日，安踏在第一时间率先发表声明，宣布退出BCI组织，并表示“安踏一直采购和使用中国棉产区出产的棉花，包括新疆棉，在未来也将继续采购和使用中国棉”。该声明一出，就将安踏送上了微博热搜，并赢得网友的一致好评。

不仅仅是安踏，前日，另一晋江龙头企业恒安集团旗下七度空间品牌也率先表态，“大国七度，支持新疆棉花！”

更多的声音出现在昨日。

昨日上午，中国柒牌发声：力挺中国，力挺新疆长绒棉。“高品质源于对优质原材料的追求和坚持。中国柒牌一直使用新疆长绒棉，致力于带给消费者更舒适的穿着体验。”

七匹狼则迅速转发了人民日报官方微博，表示支持新疆棉花。七匹狼方面表示，中国品牌力挺中国制造。一直以来，七匹狼产品上都含有满满的中国制造基因，其中，七匹狼中国POLO产品采用50支新疆长绒棉花制造，给予消费者舒适体验。

利郎方面表示，一直以来，利郎使用新疆棉。作为国民品牌，利郎始终将所有的研发、生产和销售放在国内，为国人提供物超所值的产品。

九牧王方面表示，九牧王作为中国男裤标准的参与制定者，始终相信伟大中国的力量，坚定支持新疆长绒棉，相信每一朵新疆长绒棉的使用都是一份民族自信。

劲霸男装携手高端系列KB HONG、轻时尚商务品牌“随简”发声：“以高质中国棉，造高端新国货。”劲霸男装希望在百年劲霸梦中，“棉”延中国心。

匹克体育CEO许志华直接在个人微博上发声支持新疆棉，并晒出在去年8月与新疆某企业的棉花采购合同。许志华表示，“匹克一直采购新疆棉，作为中国品牌，我们一直采购新疆棉、中国棉！中国品牌中国造！”

而作为第一家与国棉CCIA合作推广的国产运动品牌，361°指出，国棉CCIA致力坚持为国人生产更绿色、更优质、更环保的棉花。在新疆石河子、奎屯、五家渠、阿克苏、巴州、喀什等主产棉区建设高品质棉花生产基地，“我们一切的努力，都是为了给国人提供满意的产品。”

特步在昨日上午也做出表态。特步指出，作为民族品牌，特步一直在采用新疆棉，每年使用的数量达数千吨，“新疆是个好地方，风景秀丽人淳朴，新疆棉品质世界顶级，做衣服暖和、透气、舒适，特步将会一直使用。”

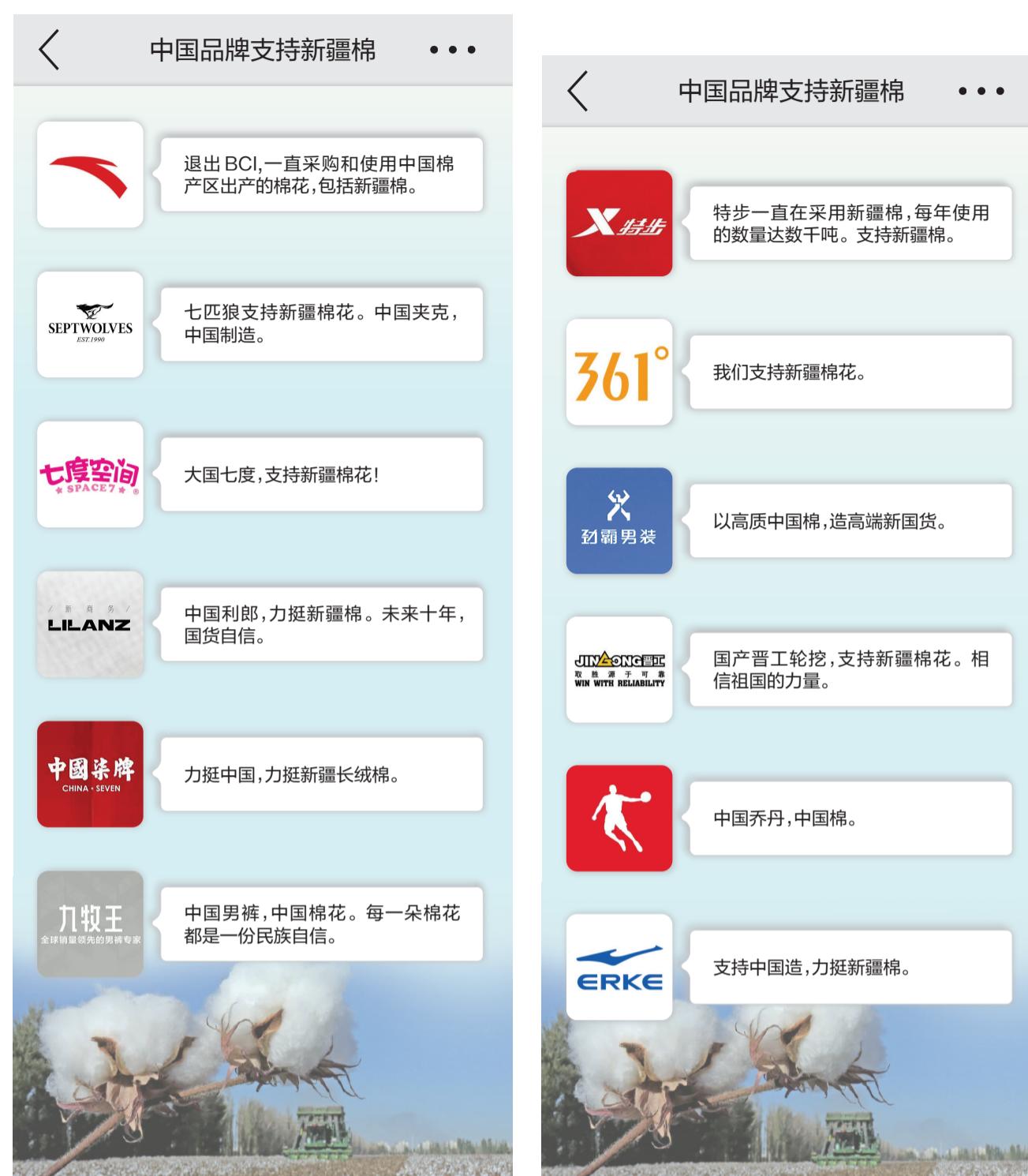
鸿星尔克也对外表示，其产品始终坚持使用中国棉，每年使用数千吨新疆棉。与此同时，鸿星尔克在线上微博发起了#鸿星尔克坚持中国制造#话题引起反响，一度登上热搜榜。而在线下，“支持中国造 力挺新疆棉”在各大鸿星尔克门店显眼，以及国内十四个机场内投放。

中乔体育也指出，该品牌一直100%使用中国棉，其中80%为新疆棉。

母婴用品品牌抱抱熊方面表示，新疆棉以绒长、品质好、产量高著称于世，作为中国品牌，“始终坚持使用严选100%新疆优质棉花，我们支持中国制造，力挺新疆棉。中国品牌中国造。”

作为国内工程机械领域的代表性企业，晋工机械昨日也通过官方微信公众号发声，晒出晋工机械支持新疆棉花丰收采摘的短视频，并表示“晋工机械助力新疆棉花，中国市场不欢迎任何恶意中伤者”。

在国家大义面前，中国品牌展现中国骨气，晋江企业也表现出责任担当！



## 舒华体育成为国家体育总局冬运中心赞助商

本报记者\_柯雅雅

本报讯 近日，国家体育总局冬季运动管理中心对外宣布，舒华体育已于2020年与国家体育总局冬季运动管理中心签署合作协议，连续3年成为国家体育总局冬季运动管理中心唯一指定健身器材赞助商。

据悉，此次双方合作，舒华体育将全力配合和支持国家体育总局冬季运动管理中心备战工作，为秦皇岛训练基地、首钢园冬季训练中心、秦岭四季滑雪馆等多个国家队训练基地提供专业的体能训练解决方案和大量的训练器材。同时，双方也将联合研发体育器材，打造更专业、更高端的健身产品和服务，

为中国冬奥健儿打造强健体格，助力中国冬奥健儿征战2022年北京冬奥会，助推中国冰雪运动发展。

此次牵手国家体育总局冬

运中心，是舒华体育品牌战略的又一里程碑事件。作为国内健

身器材领先品牌，牵手奥运，抢占顶级资源是舒华体育战略部署的一部分，并投入了大量资金

和资源。

2013—2016年，舒华体育连续4年成为中国奥委会健身器材、按摩器材供应商，自2014年，舒华产品先后三次入驻索契冬奥会、里约奥运会及平昌冬奥会“中国之家”，为中国体育代表团提供专业健身训练装备。

“舒华体育将以此为又一突破点，借助中国冰雪强大的影响力，全面提升品牌价值、品牌高度和产品专业度。”舒华体育董事长兼总裁张维建表示，未来，舒华体育将一如既往地支持中国冰雪运动发展，助力中国运动员勇创佳绩，成为“带动三亿人参与冰雪运动”目标实现的有力推动者，助推体育强国梦。



## 安踏、恒安上榜 胡润大消费民企百强榜

本报记者\_柯国笠

本报讯 3月23日，胡润研究院首次发布《2021数云·胡润中国大消费民企百强榜》。福建共有5家企业上榜，上榜企业总数居第5位，其中，安踏、达利、恒安3家企业上榜。

具体来看，安踏位列榜单第10位，为唯一进入前十的体育用品品牌。3月24日，安踏集团发布2020年业绩公告。集团收益同比上升4.7%至人民币355.1亿元，连续7年保持增长，增速在中国市场领跑行业；经营溢利同比上升5.3%至人民币91.5亿元，经营溢利同比上升0.2个百分点至25.8%，盈利水平行业领先；毛利率同比上升3.2个百分点至58.2%，为行业最高。近日，兴业证券发布研究报告，上调安踏体育评级至“买入”，目标价140.9港元。

恒安国际位列第41位。19日，恒安国际发布2020年经营业绩。报告期内，恒安国际的营业收入为223.74亿元，同比减少0.5%，与上年基本持平；公司权益持有人应占利润为45.95亿元，同比增长17.6%。

《2021数云·胡润中国大消费民企百强榜》的上榜门槛为140亿元，上榜企业总价值9.86万亿元。胡润百富董事长兼首席调研官胡润表示：“中国的大消费企业越来越规模，这份榜单上，七成以上都位列胡润中国500强，一成以上都位列胡润世界500强。通过这份大消费百强榜，能够看出中国制造业的成功转型升级，榜单上很多企业已经成为中国先进制造的标杆企业。”

榜单显示，华为以1.1万亿元价值成为中国大消费领域价值最高民营企业，美的集团以5800亿元价值位列第二，海天以5000亿元价值位列第三，比亚迪以4900亿元价值排名第四，小米以4600亿元价值排名第五，蔚来、农夫山泉、格力、长城汽车、安踏依次进入前十。

## 新品蓄势待发 晋江食企备战成都春糖

本报记者\_刘宁

本报讯 第104届全国糖酒商品交易会（以下简称“成都春糖”）将于4月2日至9日在成都召开，日前，亲亲、力绿、金冠、蜡笔小新、豪利时、乐隆隆等多家晋江食品企业正积极备战，多款新品蓄势待发。

据亲亲食品相关负责人介绍，今年亲亲食品以休闲食品和旗下调味品品牌“香格里”为主。其中，休闲食品推出薯片系列、圈圈系列、果冻、布丁等四大品类的新品。

该负责人透露，今年是近年来亲亲首次参加成都春糖，也是企业布局大西南市场的重要一步。亲亲将推出“亲亲挤挤袋”果冻产品，打破以往壳装果冻的传统包装，改以袋装，更环保。同时，该产品为可吸式果冻，更符合儿童饮食习惯，选用魔芋做原料，具有低热量、高膳食纤维、饱腹感强的特征。

力绿食品也将成都春糖作为新品曝光的首站。力绿食品销售总监郑成富告诉记者，今年企业将推出新系列产品海苔蛋卷。作为晋江2020世中运的特许生产商，力绿食品相关主题产品也将在成都春糖首发。此外，力绿食品旗下农享相关元素也将更新并亮相春糖。

除了新品，新渠道客户的开发也是今年晋江企业备战成都春糖的主要工作。

郑成富透露，今年力绿食品针对美团优选等热门的社区电商渠道，对旗下产品进行梳理，推出更符合该渠道消费者需求的产品。

以罐头产品起家的乐隆隆食品也瞄准成都春糖。乐隆隆食品总经理蔡庆森透露，不同于其他休闲食品，乐隆隆的休闲系列产品采用罐头工艺进行包装。目前，企业针对西南市场开发的口味也即将面世。

据悉，全国糖酒商品交易会素有食品行业的“风向标”“晴雨表”之称，一年两届，分春、秋两季举行。该展会始于1955年，是中国历史最为悠久的大型专业展会之一。今年，成都春糖的酒店展将于4月2日至6日举行，会展中心则在4月7日至9日布展。

# 潮

# 就

# 来

# 西



扫码关注  
更多航班信息

## 深圳航空“泉”新出发

航段	航班号	起飞时刻	降落时刻
泉州—池州	ZH8701	09:00	10:30
池州—泉州	ZH8702	11:30	13:00
泉州—湛江	ZH8567	10:40	12:40
湛江—泉州	ZH8568	13:30	15:30
泉州—襄阳	ZH8737	12:15	14:20
襄阳—泉州	ZH8738	21:10	23:10
泉州—万州	ZH8771	10:00	12:30
万州—泉州	ZH8772	13:20	15:40
泉州—呼和浩特	ZH8737	12:15	17:20
呼和浩特—泉州	ZH8738	18:10	23:10

(售票电话: 0595-82095080 团队销售: 肖先生 19959995361)