

## 安踏携北京冬奥会特许商品国旗款亮相

本报讯(记者 柯国笠)4月19日,第二十三届中国(晋江)国际鞋业暨第六届国际体育产业博览会(以下简称“鞋体博会”)在福建省晋江市国际会展中心开幕。作为国内体育用品行业领军品牌,安踏在本届鞋体博会上展示了北京2022年冬奥会特许商品国旗款运动服装和刚刚在厦门马拉松上亮相的专业马拉松竞速跑鞋——C202 GT等运动装备,掀起一股“奥运”和“专业”的运动风潮。

鞋体博会现场,安踏主题展馆俨然成为全场焦点。记者看见,安踏展馆设计还原了去年7月27日北京2022年冬奥会特许商品国旗款运动服装上海发布会的现场。为了更吸引年轻人的审美需求,安踏还结合衍纸艺术的多层次立体线雕造型,将“7·27”艺术背景生动展示。在展厅外立面空间立体结构上,十几个亮银色冬奥滑雪运动立体造型错落有致地悬停在半空,搭配安踏和北京冬奥会的联合LOGO,展现出安踏与奥运的紧密关系。

“融合安踏最新科技成果和最高品质的2022北京冬奥会特许商品国旗款运动服装,是安踏独有的品牌制高点。以‘因为生而不息’为主题的商品企划可以让消费者强化基于国家荣耀与民族自信的身份认同。”安踏品牌相关负责人表示。

一边是代表国家荣耀的国旗款服装,一边是代表专业运动的科技跑鞋。现场,安踏还展示了刚刚亮相厦门马拉松就取得优异成绩的专业马拉松竞速跑鞋——C202 GT。

事实上,从主打缓震回弹的FLASH-FOAM虫洞科技的推出,到针对马拉松跑者的C202升级为C202 GT,在过去几年,安踏倾力提升品牌在专业领域内的科技革新能力,以跑者需求为核心,通过研发技术的不断更新迭代,打造了跑步科技矩阵,全方位为中国跑者带来更加优质安心的国民之选。

为了让跑者更直观地了解不同跑鞋的多样化产品性能,安踏根据跑步细分领域下的不同产品功能,全新推出跑步产品家族——RUN FAST专业竞速、RUN FAR缓震保护,以及RUN FUN日常生活三个方向。安踏跑步未来将倾力提升品牌在专业领域内的科技革新能力,以跑者需求为核心,满足消费者的专业运动需求。

据了解,安踏品牌作为安踏集团的创新增长曲线,其定位为“科技引领的大众化专业运动品牌”。安踏品牌副总裁朱晨晔表示,安踏希望通过旗下的国旗产品和跑步等运动产品,让现场的消费者能感受到奥运赛事氛围和奥运文化魅力,并进一步确定安踏专业运动的品牌形象,用创新的形式和视觉表达,与消费者建立“品牌共鸣”的深度链接。



参展商被安踏展馆展出的鞋品吸引。 本报记者 董严军 摄

## 361° 成为2020世中运体育服装高级合作伙伴



361° 展位上,世中运特许产品亮相。 本报记者 陈巧玲 摄

本报讯(记者 柯雅雅)4月19日上午,三六一度(中国)有限公司(以下简称361°)与第18届世界中学生运动会执行委员会办公室签约签约仪式在晋江市国际会展中心南登陆隆重举行。361°正式成为晋江2020世中运官方体育服装高级合作伙伴。

“361°是从晋江走出来的中国体育运动品牌,很欣喜能亲眼见证晋江成为第二座举办世中运的中国城市,借此向

世界传达晋江深厚的体育文化和体育活力之都的魅力。”361°集团执行董事兼总裁丁伍号表示,青少年是体育事业的未来,多年来,361°一直关注并用实际行动支持着青少年体育运动的发展,“针对本次赛事,361°将有效整合公司的优势资源,充分利用过往助力国际大型体育赛事的经验,继续输出优质赛事服务,助力为全球热爱体育运动的青少年打造一个切切共进的交流平台,共同

推动中国,乃至全球年轻一代体育事业的发展。”此次合作,361°将为官员、技术官员、工作人员、裁判、火炬手、赛事及城市志愿者、媒体、医护人员、标兵、礼仪人员等赛事工作人员,提供12万余件兼具专业性、实用性、时尚性的赛事服装和配件,为赛事带来优质的产品体验和全面的品牌服务。

据介绍,此次晋江2020世中运赛事服装设计理念和和谐统一地融合了世中运元素和晋江本地文化符号——从晋江2020世中运LOGO提取核心颜色,用作服装主色调;同时精心挑选晋江朝霞、海洋、市花、建筑和出砖入石五大晋江特色风物,取其轮廓巧妙地演绎于世中运核心图形,作为灵感运用到服装设计之中,既体现了晋江精神文化和特色,又寓意了晋江2020世中运的青春活力气息和畅想绚丽青春的风采。

除了设计上的巧思构想,361°在服装的功能性上也进行了充分考量,运用具备吸湿速干、抗菌和防风防水抗UV等不同功能科技的服装材质,为各职能人员量身打造赛事服装,助阵赛事人员以最佳面貌提供专业服务。

## 舒华校园体育解决方案亮相晋江鞋体博会

本报讯(记者 柯雅雅)4月19日,为期四天的第二十三届中国(晋江)国际鞋业暨第六届国际体育产业博览会首次在晋江国际会展中心举办。作为专业、科学的运动健康解决方案提供商,舒华携校园体育解决方案及全新室内外校园体育智能产品亮相。

展会首日,舒华体育品牌展区内,校园体育解决方案及“星火+”校园户外运动路径、国际足联FIBA认证篮球架、中高考体测跑步机、单双杠力量训练器械等,极具运动性、趣味性、时尚性的健身器材格外吸睛,不少客商驻足体验。如此次展示的X6心率跑步机,跑步机中创新性地加入了专为中高考体测设计的测试程序,一键考试和成绩反馈,该产品得到了不少客商的赞誉。

“在参观过程中,不少客商提出了很专业的问题,比如针对中学生上肢力量及核心力量相对薄弱的问题,我们出品的器械如何进行辅助训练,再如哪些器械组合可以更好地提高学生耐力、速度等方面的运动表现。”舒华体育品牌部负责人王伟伟告诉记者,针对客商提出的需求,舒华体育都能够合理配置最佳的体育解决方案。

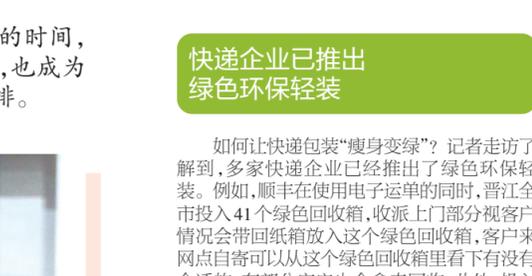
据悉,在深化体教融合促进青少年健康发展的背景下,这两年舒华全新推出校园体育解决方案,该方案可根据不同学校、学生身体发展阶段等情况,选择

耐力、速度、力量、协调性和柔韧性等室内外不同校园运动器材,以及球场等场地设施,合理配置最佳的体育解决方案,促进青少年身心健康。舒华校园体育室内健身器材还配备了人脸识别、娱乐竞赛等智能系统,不仅能激发学生运动活力,还能让学生体验到运动的乐趣。

王伟伟告诉记者,篮球作为学生运动不可或缺的项目,其必备的篮球架同样是舒华展示校园体育硬核产品。此次晋江鞋体博会,虽未现场展示实物,但同样吸引了许多展商和媒体的关注和咨询,“我们一直在进行篮球架、健身器材等产品的研发,并与国内外权威机构、专家保持合作,舒华多款篮球架更是获得国际篮球联合会FIBA认证。”

凭借可靠的产品品质和综合实力,舒华体育也深受国际大学生体育联合会的信任和认可。据悉,2016年,舒华体育篮球架成为第二届世界大学生三对三篮球联赛指定产品,并助力国内许多大型赛事。2019年舒华体育与国际中学生体育联合会达成赞助合作,携手共同推动青少年体育事业发展,助力2020年世中运在晋江举行。

“学生体育事业与健康发展是舒华始终关注的焦点,未来公司将通过专业、科学的运动健康解决方案,共同推动校园体育事业的发展,助力晋江打响国际级赛事。”王伟伟表示。



舒华展位上,用户体验最新产品。 本报记者 董严军 摄

## 邮件快件包装“瘦身” 绿色环保轻装“亮相”

本报记者 曾小凤

近日,国家邮政局对《邮件快件包装管理办法》(以下简称“《办法》”)进行解读,并计划4月份正式启动专项治理,争取利用一年的时间,有效遏制过度包装等违法违规行为,初步构建行业防止过度包装的长效机制。《办法》不仅引起了寄递企业及生产企业的关注,也成为市民热议的话题。业内人士指出,《办法》的出台进一步对寄递行业进行规范,助力行业扎实推进快递包装绿色转型和行业节能减排。

### 过度包装专项治理4月启动

4月6日,国家邮政局举行例行新闻发布会,对《邮件快件包装管理办法》进行解读。3月12日起施行的《办法》是国内首部关于快递包装治理的专项部门规章,围绕邮件快件“用什么包、怎么包、怎么管”三个关键问题,明确了制度和条款内容。

《办法》明确了寄递企业总部的统一管理责任,规定寄递企业应当建立健全包装管理制度,商标、字号或者寄递详情单所属企业应当对邮件快件包装实行统一管理。《办法》还强化了邮件快件包装源头治理。明确了“避免过度包装”的要求。寄递企业应当按照环保、节约的原则,根据邮件快件内件物品的性质、尺寸、重量,合理进行

包装操作,防止过度包装,不得过多缠绕胶带,尽量减少包装层数、空隙率和填充物。同时,《办法》还明确了过度包装的法律责任。

此外,对快递员依照规范进行的包装操作,用户不宜提出过多缠绕胶带等不合理的要求;自备包装物不符合规定,快递员要求更换或者代为更换的,用户不得拒绝或阻碍;对寄递企业投入使用的可循环包装物,收件人应当在取出内件后将可循环包装物归还快递员。

国家邮政局市场监管司副司长管爱光指出,《办法》针对“包装选用”单设一章,明确了包装选用要求和原则,规定寄递企业应当严格执行包装物管

理制度,采购使用符合国家规定的包装物,优先采用可重复使用、易回收利用的包装物,优化邮件快件包装,减少包装物的使用。

《办法》还鼓励寄递企业采购使用通过绿色产品认证的包装物。同时,针对一次性塑料产品替代、包装物中重金属含量和苯类溶剂残留管控等问题,明确企业责任,强化源头治理。鼓励寄递企业建立健全工作机制和回收流程,对包装物进行回收再利用。

发布会上,国家邮政局相关负责人表示,邮政管理部门将推动出台《快递业限制过度包装要求》行业标准,结合行业实际进一步细化过度包装的认定依据,方便全行业操作执行,并将从4月份正式启动过度包装专项治理。

了谁负责?”

针对《办法》解读及市民的种种疑问,记者从晋江邮政管理局了解到,《办法》的出台有利于将近年来行业实践中行之有效的监管方式予以固化,期待后续《快递业限制过度包装要求》行业标准的出台。对于包裹是否可以放快递柜这个问题得到了肯定的回答。目前市民接收快递情景多样,包括当面签收、快递柜、快递驿站或指定其他方式代收等多种方式,所有的快递包装回收有较大的难度,快递包装回收更多指的是可循环的包装材料,例如冷链等。

快递包装绿色化,涉及众多消费者,需要全社会各方共同努力。接下来,晋江邮政管理局将重点抓好《办法》宣贯实施,广泛开展宣传培训,鼓励企业生产、研发、推广、使用绿色环保新材料新产品,并组织走访寄递及生产企业,为接下去的标准制定提供参考。

### 包装以纸箱和塑料袋为主

国家邮政局市场监管司副司长管爱光表示,邮件快件包装涉及生产企业、寄递企业和用户等多方主体。加强邮件快件包装管理,需要多方协同共治。用户是寄递服务中重要的参与者和影响者。

随着网购越来越流行,快递已成为许多市民日常生活中不可或缺的部分。国家邮政局的数据显示,中国快递业务量已连续六年位居世界第一。今年以来,截至3月24日,全国快递业务量已突破200亿件,日均业务量超过2.4亿件。快递业务量的暴增,为市民提供了生活便利,同时也带来了纸盒、塑料袋、胶带等包装物的消耗。

许小姐,划开了一个塑料袋,再划开纸箱,拿走填充物,最后取出的是一个小小化妆品。“一个快递外包装有纸箱、填充物、商品自带包装等,拆完就产生了很多垃圾,不仅造成了社会资源的浪费,作为消费者也苦恼,每个月都要清理很多快递垃圾。”许小姐表示,对于完好无损的纸箱,如果能再回收利用,可以减少很多浪费。

《办法》出台之后,引起了市民的热议,许多人认为回收利用是好事。“回收再利用真的好重要,一定要好好保护环境。”“回收利用是好事,支持环保,归还可循环包装物的方式希望可以更便民。”“拆完的快递盒终于有着落了。”但是也有市民提出了疑问,“包装简单了,暴力快递咋办?”“是否必须当面拆快递?”“包裹还能放快递柜吗?”“胶带不多缠几圈,假如开



工人正在分拣快递。

本报记者 董严军 摄

### 快递企业已推出绿色环保轻装

如何让快递包装“瘦身变绿”?记者走访了解到,多家快递企业已经推出了绿色环保轻装。例如,顺丰在使用电子运单的同时,晋江市投入41个绿色回收箱,收派上门部分视客户情况会带回收箱放入这个绿色回收箱,客户来网点自寄可以从这个绿色回收箱里看有没有合适的,有部分客户也会拿来回收,此外,投入可循环编织袋、丰BOX等循环箱。

“顺丰成立了包装实验室,有几种包装方式,例如一字形、十字形等,以减少胶带的过度使用。”泉州顺丰运输有限公司公共事务相关负责人介绍道。

“针对《办法》公司已着手部署,事实上,德邦快递一直都在响应国家号召,几年前就在研究和推广绿色包装、循环包装这类绿色产品。”德邦快递相关负责人告诉记者,德邦早在2018年底成立包装研发中心,培养了专注于包装研发的28人团队,且细分成包装研究、标准研究、需求服务等三大专业部门,设计、引领并指导全公司绿色包装工作科学、有序发展。研究并规划新型包装材料的使用,实现降低成本、提高效率、响应绿色环保的目的,制定新型包材的推广落地实施方案,督促新型包材的覆盖提升瘦身胶带封装比例已达到100%、电商快件不再二次包装比率100%。

上述负责人告诉记者,德邦快递2020年免胶带纸箱应用正在推广试用中。可循环建包袋2020年初推广,预计2021年下半年就100%覆盖,可降解塑料包装袋今年的使用比例是10%,计划2022年中就实现100%使用可降解塑料包装袋。预计免胶带纸箱应用到2022年底能达到20%。根据德邦包装研究中心的规划部署,2025年底,可降解塑料胶带使用率能提前达到100%,免胶带纸箱应用比例提升到30%以上。

据晋江邮政管理局相关负责人介绍,从全市来看,“瘦身胶带”已得到了很好的推广落实,早在两年前,总部企业已基本在使用可循环中转袋,可降解快递袋也有所增加,在《办法》的推动下,行业自身的规范化行为有法可依。目前,晋江的品牌企业电商件外包装很多都是自己设计,节省了寄递企业的二次包装。显然包装“瘦身”了,对于末端的投递提出了更高的要求,行业需要加强末端投递人员的培训,以提升行业的服务水平。