上市公司圈

投资15个亿 对标国际先进水平

安踏集团FILA智能物流项目打造国内立体仓储标杆

本报讯（记者 柯国笠）4月30日，安踏集团一体化物流产业园二期项目——FILA智能物流中心开工奠基仪式在晋江陈埭镇举行，该项目投资达15亿元，致力于打造中国鞋服行业自动化立体仓的标杆，项目是安踏集团迈向智能物流时代的重要一步。

“我们希望借此项目，为晋江、福建乃至全国的物流智能化和数字化建设贡献力量和分享经验，为晋江和泉州的经济发展做出更大的贡献。”安踏集团执行董事兼首席财务官赖世贤表示，高效智能的物流网络是零售环节的重要支撑，支持集团各品牌业务发展。

该一体化物流产业园二期建成后将作为安踏物流网络中重要节点，随着智能化设备的投入和新科技手段的运营，将推动商品在安踏全价值链中的信息更加的透明，帮助该集团重构业务流程、用户体系、产品服务、商业模式和运营管理，实现全渠道零售物流模式的新突破，为安踏集团2025年“双千亿”战略目标提供强有力的支持。

据了解，FILA智能物流中心总建筑面积达17.1万平方米，总投资为15亿元，预计2023年投产运营。建成后，该项目将支持FILA全国所有的直营门店，效率将在原有基础上再提升200%。同时，还将融合线上线下及退货等多种业务流程，助力FILA提升消费者体验，全面支持FILA等品牌零售业务的快速发展，加速实现全渠道零售物流模式新突破。

“我们已经与国际知名的专注于物流自动化领域的供应商瑞仕格达成合作，未来将在园区应用轻载堆垛机、多层穿梭车、机器人等自动化物流设备，并融入了货到人、RFID等先进的物流技术，实现B2B和B2C等多种运营模式的融合。”安踏集团副总裁兼物流总经理陈剑聪告诉记者，安踏集团物流平台未来还承载着支撑集团2025年“双千亿”的战略目标，布局全国，逐步建成晋江、华东、成都、郑州、沈阳等5个区域总仓和若干个云仓的高效物流网络。

据悉，安踏集团一体化物流产业园总占地面积522亩，分两期建设，总投资超50亿元，涵盖物流基地一期和二期智能物流中心及配套约5000人的公寓型生活区，未来将成为安踏集团后台运营管理中心和大数据管理中心。其中，一期项目已于2018年竣工并投入使用，提升物流效率100%，成为安踏零售变革的重要支撑。

“随着智能化设备的投入和新科技手段的运营，安踏集团物流进入全新的智能物流时代。我们将加快数字化转型，进一步满足新零售模式的发展趋势，实现批发、零售和电商物流的全网融合与贯通，助力物流专业化，提升物流速度，减少库存风险，提升消费者购物体验。”陈剑聪表示。

本报记者 董严军 摄

恒安七度空间签约『新晋小花』刘浩存为品牌代言人

本报讯（记者 柯国笠）4月30日，恒安集团旗下品牌七度空间官宣“新晋小花”刘浩存为品牌代言人。

国潮盛行，国货当道。此次七度空间签约品牌代言人刘浩存，以“大国七度，存净少女心”为品牌全新主题，赋能品牌焕新之路。

七度空间在其官方微博上宣告，从中国制造到中国“质造”，七度空间也将一如既往、脚踏实地地做好品质国货，打造“少女心”“高颜值”的差异化产品，达到品牌与产品的精准化营销，并且从品牌的战略升级到市场化服务全方位推进，打造具有竞争力的国货卫生巾。

毕业于北京舞蹈学院，以新一代“谋女郎”身份出道的刘浩存，凭借两年三部重量级电影，赢得了国内消费者极高的关注度与话题度。从《一秒钟》《送你一朵小红花》的出彩表现，到刚上映的《悬崖之上》中的勇敢无畏，刘浩存用心塑造每一个角色都给观众留下深刻印象，获得一致好评，成为新一代新晋“小花”。

恒安方面表示，刘浩存持之以恒的态度，与七度空间坚持做“最懂少女的护理品牌”和用心做好每一款产品的态度不谋而合，两者在各自领域中所体现出来的专注和坚持亦能引起相似共鸣。

此次恒安集团七度空间签约刘浩存代言，是其在品牌营销战略上的重大变化，也是七度空间在品牌年轻化方面做出的又一重要动作。

恒安方面认为，作为刚出道就广受关注的新生代力量，刘浩存青春少女、纯净美好的形象，与七度空间一直以来品牌年轻化相契合，牵手刘浩存，七度空间品牌及其产品实现时代消费主力年轻人群的触达。

事实上，在此之前，恒安集团七度空间还携手签约“国风少女”鞠婧祎为七度空间国潮代言人，和热门女团SNH48-7SENSES为小嗨森品牌代言人，而与另一流量“小花”“国民锦鲤”杨超越的合作，也逐渐深入。可以说，在品牌年轻化道路上，恒安集团积极拥抱当下年轻偶像，紧随年轻人的潮流。

恒安发行第三期10亿元超短融

本报讯（记者 柯国笠）近日，恒安国际（股权代码：01044.HK）发布公告称，于2021年4月26日，公司已完成发行本金额为人民币10亿元的第三期超短融，票面利率定为每年2.9%及为期180日。

据悉，恒安此次发行的第三期超短融所得款项拟用作补充公司及其附属公司的营运资金及偿还部分境内子公司的银行贷款。

恒安国际于2019年10月向中国银行间市场交易商协会提交申请后，收到协会发出就建议发行总额不超过人民币30亿元超短期融资券的接受注册通知书（通知书文件号：中市协注[2019] SCP 497号），获准在两年有效期内，恒安方面可分期发行超短融。

今年3月26日，恒安国际完成发行本金额为人民币10亿元的第一期超短融，票面利率定为每年3.08%，为期181日；4月15日，完成发行本金额为人民币10亿元的第二期超短融，票面利率定为每年3.0%，为期180日。

截至4月26日发行的10亿超短融后，恒安以完成全部总额为30亿元的超短融。

高盛上调宝龙地产目标价重申列确信买入名单

本报讯（记者 王云霏）4月27日，高盛发表研究报告，重申宝龙地产（股权代码：01238.HK）“买入”评级(确信名单)，目标价上调28%至11港元；同时重申对宝龙商业（股权代码：09099.HK)“买入”评级(确信名单)，目标价维持42港元不变。

报告指出，高盛确定宝龙在重建商业营运处于正轨，包括一系列重新规划铺面与优化商户组合、其中5间高盛到访的商场目标提升租用率13个百分点、管理层计划改善租金效益等。

天虹纺织执行董事汤道平减持68.5万股

本报讯（记者 王云霏）根据联交所最新权益披露资料显示，近日，天虹纺织(股权代码：02678.HK)遭执行董事汤道平在场内以每股均价12.2766港元减持68.5万股，涉资约840.95万港元。

减持后，汤道平最新持股数目为1,253,000股，持股比例由0.21%下降至0.14%。

七匹狼茄克市场连续21年综合占有率第一

本报讯（记者 施珊妹）近日，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心共同主办的“2021（第29届)中国市场商品销售统计结果发布会”在京举行，会上，七匹狼茄克衫斩获“2020年度同类产品市场综合占有率第一位”和“21年（2000-2020)荣列同类产品市场综合占有率第一位”两个奖项。

据悉，中华全国商业信息中心是对国内商贸服务行业进行市场信息采集加工、分析研究、提供咨询服务的资深权威机构，并经国家统计局授权，负责商贸服务行业相关统计业务工作。该机构认为，凭借对茄克细分市场业态的深刻理解和数字化升级的成功践行，七匹狼茄克衫荣膺上述奖项。

据悉，七匹狼今年已是连续21年盘踞榜首。

七匹狼方面认为，在新消费时代汹涌而至的当下，七匹狼再次斩获殊荣获得权威机构的认可，是其卓越的品牌力、产品力及其商业模式成功升级的最好印证。

“聚焦茄克核心品类，进行品牌转型升级，围绕品牌文化和市场需求，深度研发，我们不断推陈出新，提供品质如一的优秀产品。”七匹狼副总裁余如表示，七匹狼作为中国男装行业的代表，此番再登高峰，是基于对茄克品类的执着追求和对品牌的持续升级，以自身行动再次履新了茄克行业的范本。

一场别开生面的冬奥赞助企业“聚会”

北京冬奥宣讲团走进盼盼食品集团

本报讯（记者 吴晓艳）近日，北京冬奥宣讲团首次走进福建。200名盼盼食品集团员工代表现场听讲，全国16个生产基地超一万名员工分别通过视频的方式参加。

首场宣讲会上，北京市委讲师团团长石勇带领奥林匹克文化推广人、国际奥委会文化与奥林匹克遗产委员会委员侯琨，中国中医科学院西苑医院医生付妍，国家体育总局体育文化发展中心退休干部刘超英，第九届残奥会冠军刘玉坤等6名冬奥宣讲团成员，走进盼盼食品集团厦门公司开展“北京冬奥会倒计时300天”系列宣讲活动。6位宣讲员通过自己亲历、亲为、亲闻的故事，从多个角度、全方位、立体式地为大家介绍北京冬奥会、冬残奥会筹办进展情况，宣传奥林匹克精神、普及冬奥知识。

自2017年7月北京冬奥组委新闻宣传部联合北京市委宣传部、北京市委讲师团共同组建北京冬奥宣讲团以来，截至目前，宣讲团走进学校、机关、企业、军营、厂矿、社区，并远赴黑龙江、内蒙古、新疆等地，共宣讲近300场，直接受众11万余人，云上宣讲直接受众超过1亿人。

当天，一场由北京2022年冬奥会及冬残奥会赞助企业组成的“家庭聚会”同样在盼盼食品集团厦门公司展开。

会上，盼盼食品、安踏、三棵树、松下、中国银行、伊利、中国联通、中国石油、中国石化、三峡集团、百胜中国等冬奥赞助企业相关负责人，围绕如何加强冬奥赞助企业间的交流沟通，发挥各企业在业界的平台资源，厚植企业发展资源优势，拓展市场资源；如何开展跨界营销，提升企业品牌形象；如何抓住冬奥，持续推广冰雪运动，传播冰雪文化，营造良好的奥运氛围，助力“三亿人参与冰雪运动”等话题，进行了广泛而深入的交流。

盼盼食品集团董事长蔡金垵表示，2020年10月21日，盼盼成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞助商，开创了中国民族品牌——包装休闲食品品类赞助奥运会的先河，对于中国食品工业在国际舞台上展示中国休闲食品制造具有里程碑意义。同时，盼盼成为冬奥会赞助商，对盼盼的品牌内涵有了全面的提升，也将进一步带动盼盼的销量，这让他对盼盼未来的发展有十足的信心。更让他惊喜的是，在北京冬奥组委的带领下，赞助商企业能够紧密联系在一起，让企业之间能够达到优势互补、资源整合等效果，碰撞出新的火花，达成更深入的合作。

“期待赞助企业一同携手，借助冬奥会这一全球体坛最高殿堂的重要平台，创造更多创新发展的机遇。”北京冬奥组委市场开发部副部长顾灏宁表示，北京冬奥组委将以服务企业为出发点，继续为奥林匹克大家庭成员和各级赞助企业搭建更好的工作交流平台。

据悉，在闽期间，北京冬奥宣讲团还将走进安踏、三棵树等冬奥赞助企业和厦门理工学院，开展系列宣讲活动。

匹克3D打印鞋获五项全球球鞋设计大奖

本报讯（记者 柯雅雅）继亮相2019年德国杜塞尔多夫国际塑料及橡胶展览会并大获好评之后，由匹克体育推出的全3D打印鞋“The Next”再获殊荣。该鞋款在2020年全球球鞋设计年度奖(The First Annual Global Footwear Awards 2020)中荣获跑步品类金奖、时尚品类金奖、3D打印优胜奖、创新智造银奖、环保制造银奖等五项大奖。

据悉，本次荣获五项大奖的“The Next”由匹克体育美国研发中心设计总监蔡魁、匹克创新总监黄征及张省、李文鼎等设计骨干共同设计完成。

获奖的“The Next”的整鞋制造全材料解决方案具有前瞻性趋势。其采用WANFAB TPU线材、WANFAB TPU粉末、WANFAB环保涂层以及Adwel水性胶黏剂乳液全系列材料，并调试出最佳的TPU线材与粉末性能，能够满足鞋面打印使用的FDM技术（Fused Deposition Modeling）及鞋中底使用的SLS技术（Selective Laser Sintering），支持高质量3D打印鞋面与中底制造。该款鞋在设计、制造的过程中，发挥不同材料间的协同效应，成功将3D打印鞋面、中底及配套技术与服务融合于同一双3D打印运动鞋之中。

除了整鞋制造，“高定制化”也是这款产品的亮点。针对新时代审美的多元化、“千人千脚”及个人跑步习惯差异问题，匹克研发中心的设计师在这款鞋的鞋面的柔韧性、耐磨性、色彩属性细方面让消费者有更多的选择，兼具设计感和穿着体验感，让消费者体验匹克3D打印跑鞋的“高定制化”。

商学院

马冬妍：纺织服装行业要抓住数字化转型机会

本报记者 吴晓艳

用工多、生产效率低、成本上涨等问题长久以来制约纺织服装行业的发展。如何摆脱困境，寻求突破？在近日举行的2021泉州数字产业发展论坛上，国家工业信息安全发展研究中心信息化所副所长马冬妍指出，数据已经成为企业转型的驱动力切点和最关键的核心要素，传统制造业要抓住机会推动数字化转型。

回顾纺织服装行业在2020年的发展，马冬妍认为，纺织服装行业在全球的竞争中还能保持较长时间的向上发展趋势。而在此过程中，也亟需企业不断推进数字化发展，提升在全球纺织服装行业中的竞争力。

“随着核心技术的应用和社会形态的变革，纺织服装行业也面临着发展困难和瓶颈。”马冬妍分析，纺织服装行业作为典型的劳动密集型传统行业，最明显的问题便是企业工人老龄化问题凸显，短期难以实现大范围“机器换人”。

“在年轻劳动力输入不足的情况下，企业希望借助新兴技术实现机器换人，比如大规模进行数字化、自动化改造。然而，大部分企业难以承担高昂费用。”马冬妍说，同时，中小微企业大多很分散，发展过程中可能存在信息记录不完整等问题，导致融资、资金流动困难。而国内大多纺织企业仍以贴牌、代工等方式存在，品牌化发展较少，高端化不够。

近几年原材料价格对利润进一步挤压，如果品牌不向高端化发展，企业很难承担成本压力。此外，行业还面临着数字化转型标准缺失，供需对接不够透明，系统解决方案定制成本较高等问题。

在马冬妍看来，工业互联网平台能够促进生产力与生产关系的变革创新，加快纺织行业数字化转型，突破困境。他表示，工业互联网平台可以助力增加行业亟需人才供给，为纺织服装行业集群式发展提供有力支撑；可助力培育新模式新业态，促进产业链、供应链畅通稳定；可助力跨行业跨领域融通发展，为行业垂直领域深耕注入活力。

当然，这也意味着在纺织服装行业数字化转型过程中，要加快行业工业互联网平台建设应用，强化基于平台的资源配置、人才培育及模式创新；要建立多层次平台发展协同推进机制，推进配套政策、组织、标准、解决方案有效落地；要优化行业工业互联网平台发展环境，夯实行业平台生态建设基础。

“纺织服装作为消费品行业，产业链协同水平较高，行业要深度触网，催生用户参与价值共创模式创新。”马冬妍表示，如利用互联网、云服务等信息技术，开发专有的服务型平台，为产业链上的下游企业提供服务；通过数据化、部件化、智能化等方式，包括建立用户体验中心、搭设在线设计平台等，形成动态感知、实时响应消费需求，从而实现服装个性化定制生产；以产业园区、工业互联网平台为载体，实现生产要素和各方资源的有效汇聚、高效流动和最优配置等，都是未来纺织鞋服企业应该探求的方向。

晋江市新阶联举行环保登山活动

本报讯（记者 王云霏）近日，晋江市新阶联党支部组织党员志愿者、青年志愿者、协会会员前往灵源山开展主题党日教育活动。

一行人在登山过程中美化山区环境，捡垃圾、捡枯树枝、捡烟头……大家以劳动为荣，乐在其中。随后，该党支部还慰问了环卫工人及综治巡逻队员。

参与活动的志愿者表示，定期组织的志愿服务让他们感受到平常环卫工人的不易，今后将更积极地参与绿色环保活动。

晋江市新阶联党支部书记庄锡东表示，将继续发挥党员的先锋模范作用，引导更多的会员参与志愿服务、服务社会。接下来，协会也将进一步与非公经济企业党组织共建，进一步加强非公经济企业和社会组织的联系，优势互补，资源共享。