“接棒”许连捷
许清流任恒安集团行政总裁

本报讯（记者 柯国笠）5月17日，恒安国际集团（01044.HK）发布公告，该集团执行董事许清流已获委任为行政总裁、授权代表、薪酬委员会成员及提名委员会成员，将负责集团的整体营运。该委任自2021年8月18日起生效。

公告同时显示，恒安集团联合创办人许连捷将辞任行政总裁、授权代表、薪酬委员会及提名委员会成员职务，并将留任恒安集团执行董事及副主席的职位，为集团整体发展继续提供支持。

在5月17日恒安集团核心管理层会议上，恒安集团董事局主席施文博向许清流颁发任命书。

据悉，许清流是许连捷的长子，执行董事许清池的长兄，现年42岁，2002年毕业于英国伦敦大学帝国理工学院金融学硕士，2010年取得长江商学院EMBA学位。现担任亲亲食品集团（开曼）股份有限公司（01583.HK）执行董事及董事会主席，以及投资管理公司连捷投资集团有限公司的董事总经理，负责该公司的日常营运及管理。

2020年12月10日，许清流加入恒安集团并获委任为公司执行董事，负责为恒安集团战略发展提供规划、指导及策略意见，时隔不到半年，其获任集团行政总裁。

“感谢董事会给予的信任和支持，同时对许连捷先生作为行政总裁，36年来带领公司持续发展、为本公司所做出的贡献致以衷心感谢与崇高敬意！”许清流表示，他将带领管理团队推崇开放、透明、公开的工作方式，继续发挥恒安诚信、拼搏、创新、奉献精神，通过积极改变和努力，提升公司经营能力和业绩表现，带领全体员工实现自我人生价值和公司市值的双提升。

许连捷表示，感谢董事会一直以来的信任，感谢恒安历届管理团队的齐心协力。自创办以来，恒安集团不管是产品升级还是管理架构调整，每一次变革都踩在点上。进入数字化时代，集团还将面临很多考验，他相信，在许清流总裁的带领下，恒安能够取得新的突破与发展。

许连捷希望，各股东、合作伙伴及员工能对许清流总裁的领导继续给予全力支持，传承和发扬恒安精神。他号召全体员工，争做改革的先行者，勇于创新、持续变革，继续践行恒安国际“追求健康，你我一起成长”的愿景。

据悉，恒安集团创立于1985年，1998年在香港联交所上市，2011年入编香港恒生指数成分股，是国内知名的生活用纸和妇幼卫生用品制造商。妇女卫生巾、婴儿纸尿裤、生活用纸三大主导产品市场占有率在国内市场名列前茅，旗下心相印、七度空间、安儿乐等产品进入千家万户，成为中国消费者信赖的家庭生活用品品牌。

盼盼食品北京2022年冬奥会战略发布会举行
吃盼盼 看冬奥

本报讯（记者 蔡明宣）17日晚，盼盼食品北京2022年冬奥会战略发布会在水立方举行。会上，盼盼食品发布全新品牌升级战略，推出品牌形象——PP熊，并冠名认养秦岭大熊猫，举行科技引领营养健康食品战略合作签约仪式，全面助力北京2022年冬奥会。

北京冬奥组委、中国食品科学技术学会、陕西省林业局、盼盼食品集团等相关负责人出席发布会。

拥抱冬奥会 开启新征程

作为中国食品工业民族品牌，盼盼食品集团积极响应国家战略，全力支持中国体育事业发展。去年10月，盼盼食品正式成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞助商，开创了中国乃至亚洲包装休闲食品企业赞助冬奥会的先河。

北京冬奥组委市场开发部部长朴学东表示，盼盼食品是我国知名的民营企业和食品工业民族品牌，产品深受广大消费者的青睐。希望盼盼食品充分发挥自身优势，为北京2022年冬奥会提供更加优质的产品和服务，扩大北京冬奥会的影响力。

随后，北京冬奥组委市场开发部副部长顾灏宁揭晓了盼盼食品冬奥纪念邮票和纪念徽章。

品牌全新升级 尽显责任担当

发布会上，盼盼食品集团发布了全新品牌升级战略，首次提出“人民爱吃什么，盼盼就做好什么”的企业纲领。

盼盼食品集团董事长蔡金垵表示，盼盼食品始终坚持“我们的食品是做给自己亲人吃的”和“不是优质食品不出”的经营理念，将以优质的产品和服务全力支持北京冬奥组委做好各项服务保障工作，并通过务实的行动助力“三亿人参与冰雪运动”，不断将“中国质造”的靓丽名片及专注专业的匠心精神传递给全世界。

值得一提的是，盼盼食品还面向全球首发全新品牌形象——PP熊，该形象将广泛应用于产品包装及品牌宣传上。

当晚，这只可爱的大型卡通玩偶还与现场观众互动了一番。“PP熊让人眼前一亮，充满活力，肯定会圈粉很多消费者。”盼盼食品北京经销商许怀齐说。

见到这只可爱的“PP熊”，传奇人物女排主教练郎平、女排奥运冠军张常宁，花样滑冰世界冠军隋文静、韩聪等4名盼盼食品形象大使以视频方式，与“PP熊”互动，并向发布会的举办表示祝贺。他们化身为盼盼食品的美食推荐官，为盼盼喝彩，为冬奥加油，为消费者带来不一样的产品体验。

蔡金垵表示，受1990年北京亚运会吉祥物“熊猫盼盼”的启发，1996年企业成立之初，便将企业品牌命名为“盼盼”。25年来，大熊猫对盼盼食品来说是初心和精神的象征，陪伴集团成长。如今，盼盼食品集团已从一家乡村食品小厂发展成为拥有18个大型现代化生产基地的龙头企业。

“企业不断发展壮大，得益于社会各界的支持，成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞助商后，肩负了更多社会责任。”蔡金垵表示。

据悉，为践行绿色发展理念，守护绿水青山，确保绿色办奥理念的贯彻落实，盼盼食品集团出资支持生态环境建设，并于5月份冠名认养了一只秦岭大熊猫，共同宣传绿色环保理念，推动人类与自然环境和谐发展。17日当天，这只名叫“盼盼”的大熊猫，也以视频的方式“来到现场”，与出席发布会的人员进行“连线”。

科技为产品赋能 吃出更多健康味

目前，中国的食品工业已进入后疫情时代，其主要特征就是企业发展从规模效益向以安全和健康为内涵转型，是从价格竞争向价值竞争的提升，企业的战略定位和科技实力将决定企业未来的发展。

当晚，中国食品科学技术学会与盼盼食品集团还举行了科技引领营养健康食品战略合作签约仪式，双方将通过对植物基食品、双蛋白食品、运动营养食品、全谷物食品等产品的创新，进一步夯实企业创新发展的科学基础，更好地融入“健康中国30年”的国家战略中。

中国食品科学技术学会理事长孟素荷表示，盼盼食品的成长，从一个侧面反映了中国食品工业界领军人才方阵的崛起，在从温饱到小康再到健康与安全这三个重要的历史阶段，助推中国食品工业，用40年的时间走过了发达国家的百年历程。而盼盼食品与冬奥会结合，将进一步洞察不同消费群体对运动营养食品的需求，市场之手将有力推动企业创新加速，推动行业高质量发展。

晋江召开
高新技术企业培育工作推进会

本报讯（记者 柯雅雅）昨日下午，晋江召开全市高新技术企业培育工作推进会，以进一步深入学习贯彻习近平总书记来闽考察重要讲话精神，开展“再学习、再调研、再落实”活动，落实2021年晋江市“科技赋能产业升级”企业创新发展大会部署要求，推动高新技术企业培育工作上新台阶。

截至4月份，晋江市拟申报高新技术企业205家，其中，复评37家，新申报168家。晋江认定登记技术合同28项，成交金额3862万元，同比增长1060%。

会议指出，高企申报认定的难度是逐年增加，各镇街要紧盯意向企业、深入挖掘符合企业，从研发投入、科技人才培养、专利申报、成果转化等多方面加以引导，进一步落实“再学习、再调研、再落实”要求，开展“百场培训、千企随访”，深入挖掘，力争高企培育认定工作再上新台阶。

据了解，今年来，晋江联合北京八月瓜、科技大市场等，推出科技政策解读、高企申报等线上线下政策宣贯及业务培训会18场，累计培训2300多人（次）、惠及企业1200多家（次）。

会议强调，现已完成新一轮科技创新政策修订，进一步加大对科技创新的支持力度。特别是在高新技术企业扶持政策方面，晋江市在保留原有奖励力度的基础上，在高企自主人才认定、高企金融信贷、项目申报、加计扣除增量奖励等方面叠加扶持，进一步凸显高企的含金量。接下来，要发挥镇、街的力量，市镇联动，通过积极宣传，放大政策的引领作用，让更多企业享受政策，进入高企行列。

据悉，今年晋江梳理修订《晋江市大力推进科技创新能力建设的若干措施》（以下简称《措施》），特别是对产学研合作和科技成果转化进行了重点加码。

在深化产学研合作方面，《措施》提出鼓励晋江企业在晋江辖区内的高校、科研院所、市级创新平台内联合共建实验室，对企业出资新购研发仪器设备的按实际费用的30%补助，最高500万元；晋江市企业与高校、科研院所开展产学研合作研发的项目，按照企业实际出资金额的20%给予补助，最高100万元。

在促进科技成果转移转化方面，《措施》提出鼓励国内外高校、科研院所独立或与企业联合在晋设立具有独立法人资格的技术转移机构，经市科技主管部门备案确认的，开办第一年资助其办公经费50万元，一年后按实际运营情况及合同履行情况给予连续2年、每年50万元的运行经费支持。

强供应链优势 东石制伞育新机

以外贸为主的东石制伞业，受全球新冠肺炎疫情的影响，今年外贸订单有较大幅度下滑，制伞企业纷纷把目光转向国内渠道。虽然少数企业嫁接起了新渠道，国内订单有所上升，但与浙江伞企相比，仍有较大差距。

业内人士指出，东石制伞业的优势是供应链，外贸仍然是其优势市场，在国内，企业只能分到有产品优势的一小部分市场。面对国内多变且多元化的渠道，东石伞企专注自己的优势，持续做强优势供应链将更有发展潜力。 本报记者 曾小凤

受限于生产模式 新渠道嫁接不畅

记者走访东石多家制伞企业获悉，今年开工以来，以外贸为主的东石制伞业，受去年新冠肺炎疫情影响，总体订单情况已真实地显现出来。去年，东石伞企大多有前年遗留下来的订单，而今年的订单情况，才是新冠肺炎疫情影响下的真实反映，多数企业订单均下降了50%左右。

海外客人订单少，甚至有很多客人开始观望，企业正面临着订单排期缩短、没有订单、订单量少款式多等不同困难。部分企业更是流失了大量工人。此外，原材料居高不下，利润空间进一步被挤压。

“西边不亮”，企业寄希望于“东边亮”。然而，除了极少部分工厂可以调转方向，适应国内的生产模式，本土大部分规模企业均难以实现“船小好掉头”。

泉州市雨相伴伞业科技有限公司今年加大了国内产品的开发力度，希望以更符合市场需求、更具利润的产品帮助经销商盈利，以进一步拓展国内市场，虽然份额有所增加，但比重较小，企业仍然寄希望于海外市场复苏。

福建优安纳伞业科技有限公司（以下简称“优安纳”）总经理王翔鹏近期频繁出差，到浙江、深圳等国内制伞业比较发达的地方进行考察、走访，学习别人的做法，也希望可以借助一些新渠道拓展国内市场，结果却兴兴而至，铩羽而归。

“今年国内的市场行情其实还不错，尤其是互联网下的直播业态如火如荼，义乌北下朱这个‘网红直播第一村’更是充满了活力与激情，就好比上世纪90年代父辈创业那样，即使是百十来件的生意也做得很有干劲，但我们的工厂规模和生产模式做不了这样的生意，1000件都觉得很少。而且直播电商的产品需要快速反应，但工厂订单式的生产模式没办法这样供货。”王翔鹏告诉记者，上半年他接触了不少国内新渠道，比如直播供应链公司、抖电商等，但均受限于生产模式、供货方式跟不上电商的速度这一痛点。

其实，王翔鹏碰到的尴尬情况，可以说是东石大部分制伞企业的缩影，他们在国内市场新渠道的嫁接上均受到了工厂生产模式的限制，可发挥的空间有限。

本报记者 陈巧玲 摄

互联网基因弱 供应链优势明显

显然，在成品方面，想要与浙江竞争国内渠道，东石制伞业的短板明显。但是，不能忽视的是，东石制伞业有几十年的制伞经验及氛围沉淀，有着明显的供应链优势。

事实上，浙江有很多伞产品的原材料来自东石，如自开收的伞架等。以抖音上很“火”的“劳斯莱斯”伞为例，该伞的伞架便来自东石，现已升级为二代伞暨“贵宾伞”，镀金伞柄、镀金莲花底座，加大的伞面，具备抗风、抗雨等功能，在抖音直播上很受欢迎。

“公司今年在加大线上渠道拓展力度的同时，也供应了不少‘劳斯莱斯’伞的伞架，这款伞是个大爆品，伞架供不应求。”泉州夏宇伞业有限公司相关负责人表示。

无独有偶，东石制伞业今年出现了专门为直播商家供应这款伞架的企业。业内人士表示，虽然在国内成品市场中，东石制伞业竞争不过浙江，嫁接新渠道也受到了一些限制，但企业仍然可以通过原材料的方式“参与”到这场竞争中，继续做大、做强优势供应链。

纵观中国制伞行业，浙江撑起了国内很大一部分市场。事实上，每一个时代都有时代的红利，正如泉州制造业发达，上世纪90年代的父辈们借助华侨资源，抓住了来料加工的红利把企业做起来了。而互联网时代，浙江的制伞业也在跟着城市发展及渠道走，义乌紧跟直播，上虞借势淘宝及拼多多，萧山产业链实现产销一条龙，每个区域都有各自的优势。

综合来看，地方竞争已经形成鲜明的对比。福建借助上世纪90年代的制造优势发展产业链。而浙江借助互联网抢占市场渠道资源，并带动了本地制造，其所形成的互联网氛围难以撼动。特别是义乌以商贸为基础，很好地链接不同的销售渠道及方式。可见，浙江企业将不断围绕市场渠道变化而快速变化。反观福建企业，虽然有很好的产业基础，但是在如今国内市场快速迭代中，外贸难以跟得上国内速度。同时，在国内市场渠道呈现多元化的大背景下，企业已经难以全盘掌握市场。进一步思考，伞具行业门槛低、竞争大，企业做大后面临的是小作坊的低价竞争。因此，短期内难以看到企业做大的优势。

坚守制造 持续深耕海外市场

那么，被夹在中间的东石制伞业该怎么突围呢？

记者走访发现，目前，生存得较为滋润的伞企普遍为做专、做精的企业（基本全力以赴做某个单品，把价格做到最低）。因此，产品逐渐出现细分趋势。目前，福建包括东石在内的制伞企业优势还是在外贸，即可以满足客户的订单需求。

“走了一些弯路之后，我们开始重新审视自己。接下来，优安纳将专注产品制造，借助自己的产业链优势，为国内外渠道商提供更好的产品，互利共赢，共同成长。”王翔鹏表示，通过上半年国内市场的考察调研，以及去年一整年对企业生产经营管理的梳理，优安纳于今年启动了B2B品牌战略，提出了“全球折叠伞制造专家与领导者”的定位。

得益于具有从轧钢、塑胶到伞骨、面料等全产业链配套的优势，以及关键零配件可自己供应，优安纳不仅推进了伞具产品的标准化，产品生产周期也更有保障。同时，30年来，优安纳专注于折叠伞的技术创新与生产制造，优质的口碑为优安纳赢得了广大客户的信任。

王翔鹏表示，优安纳作为B2B企业，在“折叠伞制造”的定位方向上不断创新，持续升级，在技术迭代、科技含量、智能创新等方面不断强化，持续优化OEM的开发周期、产品质量、上量速度、交货周期、款式设计等，为客户提供“最优质的制造与服务方案”，帮助客户实现“最快的制造响应和最低的综合成本服务”。

在王翔鹏看来，对于前端的营销和渠道的多样化，东石制伞业鞭长莫及，但其生产制造仍具有优势。目前，国内制伞业几大产区的特色逐渐鲜明，坚守后端的制造仍然具备优势，专注做自己专业的部分，坚守制造、坚守外贸不失为一种突围方式。事实上，东石制伞业正在强化内功，静待海外复苏，一飞冲天。

有业内人士建议，东石制伞业要更好地发展外贸，可以从参加展会、打造自主品牌及自主渠道、发展跨境电商（B2B）、加快制造升级（精益生产、信息化管理）、加大产品研发（材料及功能方面）、培育龙头企业，带动区域影响力、打好伞都名片等方面着手，持续做强自身优势。

交房公告

晋江百宏·御墅香堤二期兹定于2021年5月18日正式交房，具体交付楼栋如下：6#、12#、13#、15#、16#、17#。请各位尊贵的百宏·御墅香堤二期业主携带相关资料前往百宏·御墅香堤售楼部办理产权和交房事宜。

售楼部地址：晋江市经济开发区（新塘园）新城路1号

联系电话：0595-8215 5555

福建逸度房地产开发有限公司

2021年5月18日