

# 继前晚发公开信后昨再直面媒体 周少雄“实”话“实”说

本报记者 施珊妹 张晋福

## “七匹狼不一样了”

“很多人会疑惑七匹狼31年是不是老了,其实七匹狼的产品、体系、观感,都是年轻的样子,大家可以参观一下。”在七匹狼厦门总部展厅里,周少雄一边带着媒体记者参观,一边介绍当下的七匹狼。展厅里,与大部分媒体印象中的七匹狼不同,经典、时尚的元素扑面而来,引得现场媒体记者大呼“确实不一样了,很惊喜。”

“最近很多朋友说,我越来越年轻了。我告诉他们,因为我穿了七匹狼时尚系列。”周少雄表示,如今的七匹狼以不同品牌、不同系列,面向不同的消费者。女装、男装、鞋子、箱包……全品类的KARL LAGERFELD映入眼帘。这是2017年由七匹狼收购的Chanel创意总监老佛爷同名品牌KARL LAGERFELD,自收购起就吸睛无数。其收购后的现状,也引起业内诸多关注。

周少雄披露了KARL LAGERFELD的最新运营情况:原本只有女装品牌的KARL LAGERFELD品牌在七匹狼的支持下,于2019年推出男装品牌,并在2020年促成销售收入增长63.04%。自此男装业务基本实现盈利。该品牌目前在全国20个主要城市中,开设了40多家品牌精品店,以及300多家精品买手店。“今年,该品牌的发展势头更胜,相信年底会有不错的业绩表现。”

谈到KARL LAGERFELD,周少雄不免感慨,“有些品牌有着很好的基因,只不过它的发展需要一个过程,我们不认为在它没有打好基础时,过度的宣传有利于它的发展。FILA收购回来的前五年也不赚钱,我们要有足够的耐心去等待,何况KARL LAGERFELD的定位本身就比较高。”

## “全渠道百花齐放”

“你看,每一件衣服旁边都有商品信息,这里有个二维码可以识别当季其他产品的资讯。这里还有一个摄像头,能够识别你是否为老顾客,过往你更习惯穿什么,这些内容都会显示出来。”周少雄告诉记者,如今七匹狼的数字化体验,已经在门店应用,并正在实现新的升级。这只是七匹狼“智多星”改革中的一个小环节。在七匹狼总部11楼电商中心的大屏幕上,记者看到了七匹狼遍布全国的销售数据,西服类、针织类、衬衫类……哪些品类热销,哪些地区缺货,年指标完成情况……所有大数据,正在监督并指导七匹狼各端的运营。

“从某种程度上来说,七匹狼是比较‘保守’的。在没有很明显的品牌发展成绩时,我们不想过度吹嘘自己,我们希望等模型构建完成后再公布。”周少雄认为,商业模式打造需要一段时间沉淀。

“如果七匹狼业绩增长得快,把价格打下来,卖便宜,或者卖商标,业绩马上就可以创历史新高,市值也将随之水涨船高。但我认为,这没有多大意义。发展至今,七匹狼不是要做一笔生意,多赚点钱,我们希望坚守做有态度、能传承百年的品牌,我们不做短线生意,将坚守长期价值,做对社会有贡献的企业。”

据悉,虽然身处调整,但七匹狼这几年的业绩并未下降太多。而七匹狼2021年第一季度最新财报更显示,期内七匹狼营收约9.34亿元,同比增长40.12%,净利润约6455万元,同比增长253.49%,营收稳健提升,超出市场预期。

针对市值蒸发问题,周少雄表示,“这十数年间,资本市场的最高峰与最低峰差距甚大。倘若拿着两极对比,并不具备代表性。事实上,在同类型商务男装市值中,七匹狼的表现仍属头部。此外,市值往往与社会热点有关,在新兴产业中亦不乏市值很高却始终亏钱的企业。传统产业的数据或许不那么性感,但比起市值,正在做的实业更为重要。”

针对品牌老化问题,周少雄坦言,七匹狼转型过程也曾走过追求潮流的弯路。如今,七匹狼所理解的年轻化,更愿意将其称之为无龄化。“我们不过多追求最潮流的表达方式,而是在基础产品时尚化方面下功夫,通过搭配、细节、色彩等,让时尚与经典相得益彰。”

周少雄表示,中国民族品牌中,制造类、流通性的品牌居多,七匹狼要做的是有态度、有自己识别基因的品牌,传递男人“铁骨柔情,品格始终如一”的不同面。为了区别于同行,2020年七匹狼更提出了重塑蓝克之王的定位。“2020年新冠疫情后,民族自信被激发,我们将视为企业的分水岭。而今年,对于七匹狼是非常重要的节点,这是民族品牌崛起的最好时候,七匹狼将整合全球资源,让中国时尚引领世界。”

## “做民族品牌 要耐得住寂寞”

带媒体一行参观后,周少雄直面多家媒体的提问,回应了大众颇为关心的业绩、市值、品牌老化等问题。



昨日,本报及新华社、福建日报、人民网、中新社、中国经济网、晋江融媒体中心等多家媒体记者走进七匹狼。针对近期网络上出现的不实报道,福建七匹狼实业股份有限公司董事长周少雄摆数据、举例子,“实”话“实”说进一步予以回应。有些自媒体采用哗众取宠的标题,有恶意的成分也有赚取流量的意图。但我们七匹狼有底气,把坏事变好事。”周少雄坦言,他的底气在于经历了阶段性调整后的七匹狼,到了踢球临门一脚的时候了。周少雄说,七匹狼不做短线生意,坚持长期价值,将整合全球资源,让中国时尚引领世界。

# 晋江4月份城乡环卫巡查与考评情况通报 灵源西滨陈埭名列后三名



本报讯(记者 胡志法)4月份,泉州市城市管理综合考评中心、晋江市城市卫生管理考评中心分别组织对晋江市19个镇(街道)和经济开发区进行环境卫生巡查考评。根据通报,考评成绩前三名依次是金井镇、梅岭街道、东石镇,最后三名是灵源街道、西滨镇、陈埭镇。

4月起,泉州市城市管理综合考评中心实行新考评标准,考评内容从单一的环境卫生扩大到人居环境整治范畴,增加露天垃圾围困、路面油污、广告破损、暴露性废品收购站、散养鸡鸭、井盖破损缺失、油烟乱排放、路面破损、废弃车辆乱停放等市容市貌项目,大部分镇(街道)考评成绩受影响。

此次巡查采集共检查42个村(社区)、5条道路,发现环境卫生问题510处,已整改470处,整改率达92.2%,未整改40处,其中安海镇到期未整改17处。

4月份,泉州、晋江两级采取按比例随机抽取考评对象,不事先通知、直奔现场暗访的方式,分别考评各镇(街道)1—5个建制村(社区),共考评村(社区)、工业园区103个和道路31段,发现环境卫生问题1155处(村居1049处,道路106处)。其中,优秀等次90分(含)以上的村(社区)49个,占47.6%,良好等次85分(含)至90分以下的村(社区)39个,占37.9%,合格等次80分(含)至85分以下的村(社区)12个,占11.6%,不合格等次80分以下的村(社区)3个,占2.9%,分别是安海镇后寮村(72分)、灵源街道小浯塘社区(77分)、内坑镇坑尾村(78分)。

在专项考评中,考评村级公厕39座,发现环境卫生问题105处,成绩均达到良好等次以上;抽评泉州市公路事业发展中心晋江分中心负责保洁的国道7段,其中安东路81分,其余成绩均达到良好等次以上,发现环境卫生问题42处,已全部整改;开展生态流域环境卫生检查,共抽查11条(段)流域,发现环境卫生问题25处;对市环卫中心负责保洁的市区385万平方米道路和22座城市公厕进行两次随机考核,成绩均达到良好等次以上;抽评市政公负责保洁的县道8段,成绩均达到良好等次以上,发现环境卫生问题48处,已全部整改。

环境卫生考评综合成绩			
类别	排名	镇(街道)	成绩
镇(街道)	第一名	金井镇	93.47
	第二名	梅岭街道	92.80
	第三名	东石镇	92.48
	第四名	青阳街道	91.50
	第五名	紫帽镇	91.40
	第六名	深沪镇	91.11
	第七名	英林镇	90.60
	第八名	罗山街道	90.50
	第九名	经济开发区	90.15
	第十名	西园街道	89.60
	第十一名	池店镇	89.50
	第十二名	龙湖镇	87.91
	第十三名	新塘街道	87.80
	第十四名	安海镇	87.62
	第十五名	内坑镇	87.21
	第十六名	磁灶镇	86.87
	第十七名	永和镇	86.30
	第十八名	陈埭镇	86.00
	第十九名	西滨镇	85.70
	第二十名	灵源街道	85.65

# 奋斗百年路 启航新征程 学党史 悟思想 办实事 开新局



本报记者 陈巧玲 摄

# 童心向党·唱支红歌给党听

《百年守望》《没有共产党就没有新中国》《英雄赞歌》……昨日,一首首红歌在晋江市文化中心祖厝音乐厅唱响。为庆祝中国共产党成立100周年,由晋江市新时代文明实践中心主办,中共晋江市委宣传部、晋江市教育局承办,晋江市文化馆协办的2021年晋江市“童心向党·唱支红歌给党听”专场歌咏活动在这里举行。

现场,每所学校的参赛节目都精心编排,表演形式多样。华泰实验小学、晋江市季延初级中学分别斩获小学组和初中组一等奖。“我们参赛的曲目是《白莲花》,它歌唱的是一位烈士,我们很受感动,所以也会投入感情地去唱这首歌。”华泰实验小学学生杨瑾雯告诉记者。晋江市季延初级中学的学生刘愉欣说:“此次参加红歌歌咏比赛,除了老师介绍的歌曲外,我自己查阅了一些资料,了解到很多革命先烈的英勇事迹,他们不畏牺牲的精神给了我很大的触动。”

晋江市季延初级中学音乐老师胡丽芳表示,希望通过这次活动,让学生们对中国共产党百年历史有更深入的了解,也希望他们能更懂得珍惜当下和平的幸福生活。

本报记者 董瑞婷

# 晋江二小“牵手”晋江特教 普特融合传递爱与温暖

孩子们最为期待的六一儿童节将至,晋江市第二实验小学四年7班爱心志愿队精心策划了一场有爱行动——“牵手”晋江特殊教育学校,与特教学生载歌载舞,巧手DIY帆布包,送上别样的节日祝福和温暖。当天,四年7班爱心志愿队的22名成员带着满满爱心,来到晋江市特殊教育学校。见到特教学生,志愿队学生主动上前做自我介绍。很快,普特学生就熟捻了。

既然是节日,那么,怎能少得了仪式感。这不,晋江二小学生和特教学生就轮番登台进行才艺展示。舞蹈、朗诵、唱歌……普特学生多才多艺,为中国共产党成立100周年献礼,掌声与喝彩声不断,孩子们更是一个个喜笑颜开。随之进行的“庆祝中国共产党建党100周年”帆布包DIY活动,进一步拉近了普特学生之间的距离,他们两两一组,拿起画笔,默契配合,为帆布包添色。

“他们虽然身有残疾,但依旧乐观对待生活。这次与他们近距离接触,觉得他们都非常可爱,多才多艺,为他们点赞。希望他们能一直心存阳光,开心快乐。”活动发起人、晋江市第二实验小学四年7班学生吴楷翔告诉记者,他很高兴自己



本报记者 蔡红亮 摄

能够为特教学生送上一份温暖,这是一个很特别、很有意义的六一儿童节。今后,他也会发动身边人一起传递爱与温暖。

# 农工党晋江市委换届 王金象连任主委

本报讯(记者 王云霏)昨日,农工党晋江市委召开第八次代表大会,选举产生农工党晋江市委第八届委员会委员,王金象连任主委。泉州、晋江市委领导陈益、黄文福、曾献礼、李志强、叶荣宗等参加会议。

农工党晋江市委自2015年5月换届以来,充分发挥人才荟萃、智力密集、联系广泛的优势,在真诚合作共事、推进民主政治、服务社会发展等方面发挥了重要作用。6年来,农工党晋江市委发挥界别优势,深入调查研究,在医疗服务、健康教育等20多个领域提交社情民意216篇,为晋江市委、市政府的决策提供了科学参考;系列主题义诊、敬老医院定点服务、“学雷锋”文明志愿服务等活动深入人心。

# 晋江市委人才工作领导小组(扩大)会议召开

本报讯(记者 李玲玲)昨日,晋江市召开2021年市委人才工作领导小组(扩大)会议。晋江市领导吴忠刘、庄天怀参加会议。

会议传达泉州市2021年市委人才工作领导小组第一次(扩大)会议主要精神及晋江市贯彻意见;通报2021年全市吸引国内外高水平高校毕业生专项行动完成进度;审议“海峡计划”项目到期验收机制相关工作补充意见和2019年度产业领军企业人才自主认定相关工作意见;听取相关市直涉才部门2021年度人才工作重点项目完成情况汇报及最新人才政策解读。

吴忠刘指出,要在融入新发展格局中把准定位、主动作为,以更高站位落实人才引领发展战略;要突出重点,聚焦人才增量突破,用人主体激活,政策机制优化、创新成果转化、服务效能提升等方面,以更实举措推动人才工作提质增效;要强化守土有责,协同联动、过程评估,认真落实组织工作“巩固提质年”各项任务,合力共为、攻坚克难,以更高质量狠抓全年任务落实落深。

# 晋江市人大常委会视察 九十九溪流域田园风光项目

本报讯(记者 许洋洋)昨日,晋江市人大常委会组织对九十九溪流域田园风光项目建设情况进行视察。晋江市人大常委会领导郭鸿荣、王清龙、林友竹参加活动,晋江市副市长张淑涓陪同视察。

视察组一行实地察看九十九溪流域田园风光拓展区及启动区项目,了解项目推进情况等。视察组表示,要打造精品项目,注重品质效益,把该项目打造成为“自然生态野趣”的旅游发展地;要强化要素保障,力争项目早见效果、早出形象;要因地制宜,引导周边村集体参与投资或策划配套项目,发展壮大集体经济,实现经济效益与社会效益、生态效益的统一。

# 晋江市国企党工委、市财政局党总支开展主题党日活动

本报讯(记者 柯雅雅)近日,晋江市国企党工委、晋江市财政局党总支联合开展“学好党的历史,谱写福建篇章”党史学习教育主题党日活动,晋江市财政局、市属一二类国有企业党员干部共80余人参加。

一行人组织参观了晋日内坑镇砌坑革命史陈列馆、晋江亭顶村“红色粮仓”革命遗址,缅怀革命烈士的英雄事迹,深入了解革命老区的光荣历史、革命时期的生产生活情况等。现场,党员干部重温入党誓词,坚定理想信念,增强干事创业热情。随后,一行人前往内坑镇五峰公园,对老区建设、泉州中心县委历史纪念馆等项目进行调研走访,研究并提出财政服务保障相关措施,支持老区用好用足红色资源,助推振兴发展。

# 全家总动员 快乐嗨翻天 招行六一亲子嘉年华即将开启

儿童节即将到来。在这特别的日子里,招商银行晋江支行将为您与孩子精心奉上一场童趣盎然的欢乐盛宴,开展2021年童心筑梦亲子嘉年华活动。亲子互动、折扣优惠、财商教育,这场嘉年华狂欢,你不容错过!

## 亲子嘉年华 收获满满幸福

据了解,此次亲子嘉年华主要分为两个部分。一是饭票“天天五折”活动。凡是在2021年5月24日起至6月6日登录招商银行APP的用户,即可参与抢购晋江万达广场商户5折饭票,每日10时开抢,有效期与活动期同步。抢购到的饭票可在晋江万达广场饭票商户指定活动门店使用,消费前向店员说明“使用饭票优惠”,点击招商银行APP左上方的“扫一扫”,向店员出示付款码扫描即可。

二是线下点位活动。利用商圈人流优势,招商银行晋江支行将在晋江万达广场设立一个大型游戏区,亲子家庭可在现场参与活动。抓抓蛋、抽盲盒,还可随机获得小礼品,亲子互动,感受节日气氛。前往活动现场及招商银行晋江支行网点,还能得到专业理财师的财商教育指导,培养孩子的理财能力和独立性格,正确引导孩子储蓄和使用零花钱。

## “有温度的银行”与你共成长

秉承“因您而变”的服务理念,招商银行一直以来坚持以客户为中心,努力打造“有温度的银行”。在不断满足客户经济投资领域需求的同时,还将客户人群做精做细,此次亲子嘉年华便是招商银行对于青少年用户服务升级的又一尝试。

事实上,招商银行深知探寻年轻化路线的重要性,更加专注年轻人对于金融品牌的体验和感知。早在2017年,招行便推出了“愤怒的小鸟”借记卡,解决了小孩零花钱存钱问题,助力孩子“财商”的培养。

2018年,该行更是将“小鸟卡”进一步延续,首次试水智能硬件并用IP化运作,整合了创意与实用价值,推出了“小招喵”智能存钱罐。作为银行卡的一个形象的终端介质,智能存钱罐让孩子感受到抽象的银行卡转账过程,也为家长在无现金时代培养孩子财商提供了一个手段。孩子不仅有了储蓄的成就感和满足感,更从“零花钱大作战”中学到了基础的理财思维,学会了合理的收支方式。而小招喵是招商银行自有的IP,其“萌化”的形象也深受年轻客群及“00后”、“10后”一代的喜欢。

活动时间:即日起至2021年6月6日。活动地点:晋江万达广场、招商银行晋江支行网点。