

携手腾讯 宝龙商业加码智慧商业

总投资1亿元

本报讯（记者 王云霏）27日，宝龙商业(股票代码:09909.HK)发布公告，旗下全资子公司上海嘉楠联合深圳腾讯，与上海悦商签订增资协议，分别投资人民币5000万元，总额1亿元，用于加码布局智慧商业。

宝龙商业上市后发布了“点-线-面-体”战略规划，以全新理念提出科技能力在商业运营中的核心地位——打造一个连接所有参与者与资源、打通产业上下游和内外界面、驱动业务升级的数据内核，创造新的价值空间，宝龙商业相信这一理念将重塑未来商业的竞争力。

腾讯在智慧零售和产业服务领域耕耘多年，与宝龙商业自2018年起建立了长期的联合研发与创新探索的合作关系，双方合作推出过打通商业用户连接的“纽扣计划”，在人工智能、大数据、线上营销和内容创新在商业运营领域的应用实践上颇有成果，对行业产生了积极影响，亦与腾讯为行业提供更佳服务的战略理念契合。

本次宝龙商业与腾讯联手增资的悦商科技是一个专注商业资产运营行业的数字化服务商，亦是包括宝龙在内多个大型商业地产集团的关键供应商。在此前宝龙与腾讯的合作历程中，承担了桥梁、研发和协调工作，并不断促成研发升级。在取得本次投资后，悦商将借助宝龙商业的战略发展和腾讯的科技资源，继续加速产品研发、贴合市场需求、立足行业视角，致力于成为智慧商业的领先创新者。

可以预见，在理念和目标趋近、长期顺利合作的基础上，本次宝龙商业与腾讯共同提升合作能级，投资面向行业与市场的商业科技平台，将加速联合研发，为客户提供更好的个性化服务，走向智慧商业的前沿，为行业的科技创新进步再助一臂之力。

事实上，互联网与商业不断探索、互融互促从未停止。一方面，中国的商业存量已达到一个新的高点，行业对创新进步的需求越来越大；另一方面，互联网在充分发展后，也对赋能实业和线下有了更明确的路径。随着行业走向成熟，创新将更有价值。

在此背景下，商业运营商紧跟行业趋势，加大智慧化投入，通过大数

据、人工智能等先进技术的运用，打造了更智慧、更便捷、更高效的商业综合体。如今，国内商场已随处可见智能屏、手机支付、人脸识别、智能停车等智慧手段。这些成果自然离不开走在行业前列的企业，如万达、宝龙、龙湖、印力等头部企业。它们基于敏锐的嗅觉和丰富的经验、创新独特的商业模式，提供一次性综合智慧解决方案，进一步推动商业发展，提升商业价值，并引领着实体商业向数字化和智慧化转型升级。

随着行业进一步走向成熟，创新无疑将更有价值。与其他企业不同，宝龙与腾讯联合打造的智慧商业重在“融合、连接、智能驱动”，融合即充分将宝龙商业的业务和管理经验与腾讯的科技和资源有机结合，注重打

造实用产品，从基层业务到决策行为都得到效率的提升和流量赋能；连接即商业体与商户、消费者、投资者和运营者完全连接，为所有用户接入广泛的科技、内容和渠道，升级会员能力，用丰富的产品线促进商业收益增长；智能驱动则是以人工智能（通用及专业领域算法）、数据分析和机器学习驱动业务走向自动化和高效化，打通线上线下、产业上下游、跨界合作能力，让商业体成为更有价值的业务和交互平台。

在这样一个全方位的智慧商业生态圈中，宝龙商业和腾讯期望开拓更广阔发展前景，为用户提供更好的服务，孵化出更新颖的商业模式，从而通过提高商业增长力为行业创造更多价值。

汇鑫小贷：过往腾讯交易的总代价净额为4599.94万元

本报讯（记者 施珊妹）近日，七匹狼集团旗下泉州汇鑫小额贷款股份有限公司(股票代码:01577)披露有关就财政管理目的收购及出售上市证券的交易公告，于2019年12月27日至2020年12月30日，就财政管理目的，该集团订立一连串涉及公开市场收购及出售腾讯股份(股票代码:00700)的交易。过往腾讯交易的总代价净额为人民币4599.94万元。

该集团不时就财政管理目的将其闲置资金投入于蓝筹股、开放式理财产品及基金，借此增加该资金的回报。金融科技业务将成为腾讯继游戏后另一项支柱业务。支付数字化因其市场需求庞大及自微信终端用户获益而逐渐盈利。鉴于上述情况，该公司就财政管理目的而购买腾讯股份。

公开资料显示，腾讯2020年收入为4820亿元，除税后盈利为1601亿元，资产总额达1.333万亿元。

品牌电商专场对接会 走进劲霸男装

本报讯（记者 施珊妹）近日，由中国服装优质制造商联盟举办的品牌电商专场对接会走进劲霸男装，中恒大耀、和雄、可丝莱、赛晖、润泽华、维柏思特等40余家的优秀面料辅料企业共同参与，与品牌展开了点对点、面对面的深入对接。

对接会上，劲霸男装采购总监赵学朝上台针对“劲霸男装”的品牌发展历程、战略规划及供应商合作条件作了简要介绍。他表示，面对当前商业生态和消费趋势的不断变革，劲霸制定了“多品牌、多品项”集团化发展战略：主线品牌继续深耕茄克领先的商务休闲男装，推出劲霸男装高端系列KBHONG、精品配饰线KBXNG、轻时尚商务品牌随尚、国际潮流买手集合平台ENG、童装品牌LITTLEHONG，整合配称，形成矩阵式立体化发展格局，向着品牌更丰富多元、更具创新能力的国际化时尚集团发展。

好的品牌离不开好的供应商。赵学朝希望合作的供应商能满足以下条件：一、服务奢侈品牌、一线品牌的专业经验；二、快速反应的管理和运营机制；三、完整和系统性的面料辅料开发体系；四、资源整理的魄力。

随后，现场制造企业进行了自我推荐，并针对产品实物进行了面对面的交流与对接。

交流过程中，劲霸男装选中了维杰纺织、邦特纤维、中多控股、天缘纺织、联发纺织、维杰、百千汇、可丝莱、爱格斯凯、仕本集团的产品，后续将作更进一步的业务链接；与KO、润合、墨青、仙贝、维柏思特、南通业盟、领良、天作布业、纳格西斯等建立了业务联系；同时在参观企业展位时，对赛晖、简单人、童羽坊、联发、昌华的企业产品也产生了浓厚合作意向，后期将在运营人员的协助下作更深一步的链接。

晋江市2021年退役军人和随军家属就业创业大讲堂开讲

本报讯（记者 吴晓艳）昨日，晋江市2021年退役军人和随军家属就业创业大讲堂在中国海峡(晋江)人才市场开讲，近百名退役军人和随军家属听讲。

“当前创业环境如何？带给我们的机会有哪些？”“新冠肺炎疫情后，配送产生的新模式对创业有何帮助？”“利用短视频变现该怎么做？”现场，福建农林大学安溪茶学院商务经济系副主任、福建省茶产业发展研究中心秘书长陈佑成、泉州市畅拓信息科技有限公司总经理李学锋、石狮市思源电子商务职业技能培训学校政教主任、Shopee/天猫/京东/商城运营总监、半圆成品牌策划顾问吴盈盈通过真实示例、数据分析等方式，分别为退役军人和随军家属分享创业经验。

据介绍，近年来，就业创业形势日趋严峻，竞争压力日益增大，退役军人就业面临困难。此次举办大讲堂活动，旨在为退役军人和随军家属们提供更广阔的就业平台、更多元的创业选择及更加有力的就业创业指导，帮助退役军人和随军家属走好就业创业“出彩”之路。

值得一提的是，6月上旬，晋江市退役军人事务局还将和中国邮政储蓄银行晋江支行签订拥军优抚合作协议，邮储银行晋江支行将为晋江市退伍军军人提供各项专属优质服务。6月下旬开始，晋江退役军人事务局和人社局将联合举办2021年退役军人技能培训开班，其中第一期培训班为电子商务运营推广(直播带货)班，第二期为无人驾驶班，有兴趣的退役军人可到各自所在街镇退役军人服务站进行报名。

此次活动，由晋江市退役军人事务局主办，中国海峡(晋江)人才市场承办、晋江市退役军人服务中心、晋江市爱国拥军促进会协办。

17项纺织品标准发布

本报讯（记者 施珊妹）近日，国家市场监督管理总局(国家标准化管理委员会)批准发布386项推荐性国家标准和3项国家标准修改单。其中，包含《纺织品 基于消费者体验的通用技术要求》等17项纺织品领域和3项皮革领域国家标准。

记者了解到，2021版的《纺织品 静水性能试验方法 第1部分：出量充法》《纺织品 静水性能试验方法 第2部分：手动摩擦法》将分别替代2008版。而《婴童浮力泳装》等15项标准为新规。上述标准均将于2021年12月1日实施。

晋江泳装企业组团“打卡”GOFE 运动时尚户外服展

本报讯（记者 施珊妹）5月27日至29日，2021GOFE上海国际运动与时尚户外服展举办。晋江市泳装产业协会携天姿、七彩狐、劲峰、汇聚体育在内的十多家泳装产业链上下游企业参展。

作为国内专注运动与时尚户外服装创新发展的一站式商贸综合体平台，GOFE运动时尚户外服展以“重构运动与户外服装新时尚”为主题，整合行业力量，呈现城市机能、新潮品牌、时尚羽绒、运动风尚、面辅料空间等特色展区。本届展会展出面积达3万平方米，吸引1000多个品牌亮相，呈现运动与时尚户外服装上下游产业链，助力产业发展，展现供应链企业品质转型核心。

“疫情之后，运动和健康的的生活习惯俨然成为大众的‘心理刚需’，户外运动消费也被预测于疫情后将迎来恢复性、反转式的快速增长时期。运动服饰行业整体价值有显著提升。”晋江市泳装产业协会相关负责人施小姐告诉记者，泳装产业作为延展性极强的细分行业，发展空间充满想象。

施小姐进一步指出，疫情之下，服装行业进入存量时代。户外运动与体育市场的迅速发展，也让这个细分市场充满商机。“企业如何在红海中寻找蓝海，如何稳定存量开发增量，我们希望通过展会，深入挖掘运动与时尚户外服装行业的采购需求，集中锁定增量市场的品牌订单、团定开会、‘长尾市场’。GOFE组建专业团队定向邀请全球零售渠道，为参展企业提供商贸对接服务，实现订单转化。”

盛夏来临，开启水上狂欢。记者了解到，晋江市泳装产业协会在展会上亮相的企业，既有泳装瑜伽服品牌，也有优质功能性面料厂商，产业链的齐聚亮相及各式潮流泳装的登场，在展会上吸睛无数，一展“晋江造”的水上运动时尚。

“这是我们今年组织会员企业第三次抱团参展，接下来我们还会根据情况与企业一起出征各大大专业型展会，进一步打响晋江泳装这一区域品牌。”施小姐说。



富贵鸟：3年内打造超百家华南地区品牌门店



本报讯（记者 施珊妹）近日，富贵鸟品牌在深圳举办“翼启飞翔”2021秋冬新品发布会。来自广东、广西、海南三省(自治区)的众多富贵鸟品牌经销商代表参加。

会上，富贵鸟集团董事长洪顶超表示，未来富贵鸟将多维度、多层次地塑造品牌价值，推动品牌建设加速提升，树立品牌自信，致力将富贵鸟打造成国内最具影响力的鞋服配饰品牌，并表示深圳未来将是富贵鸟发展战略中的重要区域。

深圳鑫业服饰总经理胡新文表示，将致力在三年内完成华南地区100家以上品牌专卖店、销售额突破2亿的任务和目标，使广东、广西、海南三省(自治区)成为富贵鸟品牌的主流购物中心，使富贵鸟成为加盟客户及消费者心目中值得信赖和业绩保障的优秀民族品牌。

副总经理颜仁松表示，2021年富贵鸟品牌在华南地区将深入贯彻“高品质、实优惠”的经营方针，各部门各项经营管理，包括政策制订、商品设计研发、日常管理等方方面面都将始终不渝地围绕其展开执行。销售形式将围绕标准店铺、快闪店铺、加盟商、微商、团购等五种进行，在广东、广西、海南逐步布局，结合多种营销方式，致力让富贵鸟品牌三年内在华南地区店铺数量增加至100家以上。

会上，还举行了富贵鸟多系列秋冬新品走秀。本次富贵鸟2021“翼启飞翔”广东/广西/海南站秋冬新品发布会围绕商务、时尚、婚庆三大品牌系列，展开了一场精彩纷呈的品牌新品走秀。富贵鸟方面表示，市场竞争日渐白热化的时代，面对鞋服行业越来越垂直化的用户需求，富贵鸟品牌将始终不断创新与变革，以适应飞速变化的环境。

国际纺织品印花工业技术展览会 星豪服装刻字膜闪耀第十六届

本报讯（记者 施珊妹）日前，泉州市星达鞋服材料有限公司携旗下星豪刻字膜出征第十六届国际纺织品印花工业技术展览会。凭借服装刻字膜产品，该公司的展位成展会上的“人气王”。

据悉，国际纺织品印花工业技术展览会(CITPE)作为国内第一个具有影响力的纺织品印花专业展会，专注于纺织品印花设备与材料的交易市场。自2006年起，展会于上海、苏州、东莞、广州连续十届成功举办，在业内树立起良好口碑和品牌典范，是公认的权威专业展会。

“身处华南纺织圈的广州作为中国改革开放的标杆城市，也是珠三角的经济中心，更是中国纺织服装印花产业聚集的重要地带。我们希望在这一平台上认识更多的观众、展商，产生更多的沟通，实现更多的订单交易。”星豪副总经理曲东

东告诉记者。

展会上的优异表现，再次印证了星豪服装刻字膜的魅力。

曲东东介绍，这几年星豪服装刻字膜呈现爆发式增长。服装刻字膜取代了传统的胶印产品，不仅环保，产品纹路效果亦更加立体。过去服装产品的图案大多采用印刷，很容易出现裂开现象；而星豪的服装刻字膜，不仅品质更佳，还提升50%~70%效率，节省时间和空间，尤其适应电商服装企业的快反要求。服装刻字膜在工艺上不断精进，与彩喷、烫钻相结合，附加值更高。

这些年来，凭借着卓越的创新力，星豪成为众多一线品牌的核心供应商。而今，星豪的创新早已不仅仅停留在“只要是客户有需要，就能高效、稳定输出产品”，而是“想在客户前，时刻为客户创造惊喜”。

