

兼具“东方美”与“科技感” 361° 2022 春夏新品发布 打造新国潮风

本报讯(记者 柯雅雅)5日,361°亮相2021中国时装周,呈现了一场以“东方·破晓”为主题的2022春夏新品发布会。

光线、烟雾、几何形状、折射镜面及大面积的水滴侵袭而来的画面,361°发布会秀场呈现出极具视觉冲击力的场景。用“地球往事”“黑暗森林”和“死神永生”三大主题,56套新品服装将斜襟、不对称设计和三星堆纹样等中国传统服饰元素与印花、激光雕刻金属标牌等新国潮元素进行融合……361°新品设计理念将东方美学与科技国风和谐相融。

据悉,该系列新品由361°与金顶奖设计师刘勇、潮牌IISE三方联合推出,以“科幻国风”为设计核心,灵感取自于中国科幻经典著作《三体》,汲取东方传统文化概念,将中国传统服饰的元素、工艺与功能性材料进行结合运用,打造了一系列兼具“东方美”与“科技感”的新国潮风格运动服饰产品。

当天,361°儿童也携《三体》联名打造“科技和机能”系列童装产品,通过创建潮流符号融入运动装备,开启超前国潮之旅——#潮起东方,正少年#,宣告了专属少年的潮流符号登场。此外,361°亚运系列产品也在发布会上进行亮相,以钱塘潮头、赛道及杭州韵味为创意灵感,展现亚运美学特色和科技国风的完美结合。

值得一提的是,活动现场,361°全球品牌代言人龚俊通过视频送上应援祝福,虚拟偶像“CE-LIX 赛”也惊喜亮相。

对此,361°表示,希望能够借由品牌打造的这一全新虚拟形象,进一步加强品牌年轻化转型,以潮流叠加时尚的产品理念,持续发力运动潮流市场,助推品牌形象的不断升级。

“此次新品发布会以‘东方·破晓’为主题,不仅是科幻国风的产品设计表达,更是361°在潮流运动方向又一全新产品线的延伸。未来,361°将继续以潮流时尚为驱动力之一,围绕专业化、年轻化、国际化的品牌定位,优化升级品牌资源矩阵,展开与时尚、潮流的跨界再造,从而进一步提升品牌与产品的双向美誉度。”361°品牌管理中心总经理郑业欣表示。

近年来,361°积极把握消费趋势,通过各类创新营销新玩法,不断满足年轻消费者的喜好,持续拓宽年轻消费者市场。此前,361°已与圣斗士、高达、头文字D、小黄人、穿越火线等热门IP及电竞游戏合作推出联名款产品。更于今年6月正式签约龚俊成为361°全球品牌代言人,打造多个销量峰值的同时,有效提升品牌形象和知名度,深化品牌年轻化之路。

361°方面表示,作为杭州2022年第19届亚运会的官方体育服饰合作伙伴,361°也将以专业度与美感兼备的产品为杭州亚运会提供全面体育运动装备保障。未来,361°将继续发挥“多一度热爱”的品牌精神,以中国原生力量点亮世界目光,以优质原创设计为东方时尚潮流新势力发声。



2021中国国际时装周现场,361°展出的新品设计将东方美学与科技国风和谐相融。



中国国际时装周
CHINA FASHION WEEK

亲亲食品投资板块再添新军 华稼食品获数千万元A轮融资

本报讯(记者 刘宁)日前,主打全酶解燕麦粉的食品科技公司华稼食品获数千万元A轮融资,由亲亲食品独家投资。华稼食品方面对外透露,新一轮资金将主要用于扩充燕麦浆产线。

据悉,华稼食品专注于植物酶解和谷物深加工技术,总部位于上海。其自主研发的全酶解燕麦粉是该企业的核心竞争力之一,在完整保留了全燕麦营养的前提下改变了全燕麦的加工特性。目前,该企业已推出的产品包括液体和固体麦芽提取物、麦香可脆、浓缩麦芽汁、固体饮料、全酶解燕麦粉等。

在合作模式方面,华稼食品采用100% ToB模式,合作伙伴包括雀巢、伊利、蒙牛、亿滋、旺旺集团、娃哈哈、康师傅等知名企业。据创始人对媒体透露的数据,上半年,华稼食品销售收入同比增长50%,预计年底将达到61%的增长率。

在植物奶概念流行的当下,燕麦奶无

疑是热门赛道之一。该类产品的目标消费者包括乳糖不耐受人群、素食主义人群、有降低胆固醇需求人群及对饮料口味需求多样化人群,且随着市场知名度的提升,其受众范围不断拓宽。目前,头部燕麦奶品牌包括Oatly、Califia Farms、Minorfigures和国内品牌植物标签、Oatoat、小欧欧耶、每日盒子等。

燕麦奶的市场规模也值得期待。据Allied Market Research报告显示,2019年全球燕麦奶市场规模约为23.2亿元,同比增长9.6%;预计2021年至2027年,全球燕麦奶市场将保持约13.4%的CAGR,到2027年市场规模将达到64.2亿元。

实际上,这已经不是亲亲食品首次进行跨品类投资。

早在此前,亲亲食品就接连对武汉恒润拾运营管理有限公司(知名品牌“汉口二厂”的母公司)、永璞咖啡等消费品公司进行投资。

这些投资都取得了不错的成效。在最新发布的2021年中期业绩报告中,亲亲食品方面透露,作为集团战略发展规划和业务拓展策略的一部分,集团已投资多家具有快速增长潜力,并与集团业务有协同作用的消费品行业企业。该类企业的业务主要包括在中国及国外生产或销售食品饮料及酒类产品。今年上半年,由于该类投资的公允价值增加,亲亲食品取得计入综合收益的公允价值收益约1090万元。

报告中,亲亲食品方面表示,对该类企业的战略投资对集团长期发展及产业布局有积极意义。接下来,亲亲食品将会继续与其部分战略投资伙伴合作,共同于电商渠道、食品博览会及展销会上推广集团及其产品,以吸引新客户。同时,亲亲食品还将继续寻找投资具有快速发展潜力,并与集团业务产生协同作用的消费品公司的机遇,通过与战略投资伙伴的合作,促进集团的长期发展及业务增长。

新版中瑞自贸协定原产地证书商品数量扩容 促进跨境贸易 便利晋企拓展市场

本报讯(记者 蔡明宣)日前,记者从晋江市商务局获悉,按照海关总署2021年第49号公告《海关总署关于调整中国—瑞士自贸协定项下原产地证书格式的公告》要求,海关于9月1日起正式启用新版中国—瑞士自贸协定原产地证书(以下简称“新版中瑞原产地证书”)。新版证书可填报商品数量从20项增至50项,企业可以减少填报证书数,申办中瑞原产地

证书将更便利。

据悉,出口方面,中国海关自9月1日起签发中方新版证书,停止签发旧版证书,9月1日后企业申请更改旧版证书的,海关将出具新版证书。进口方面,中国海关可接受2021年9月1日起签发的瑞士新版证书和2021年8月31日前(含8月31日)签发的符合条件的旧版瑞士原产地证书,进一步优化了口岸营商环境,促进跨境贸易便利化。

七彩狐公司业务经理许永祝告诉记者,中瑞协定让企业有更多机会挖掘瑞士市场,并借助瑞士市场辐射欧盟市场。目前,七彩狐帮助不少欧盟客人直接把货品发给瑞士客户。同时,他表示,新版中瑞原产地证书对于工贸型企业帮助不大,但对贸易型外贸公司却帮助很大。比如,原先每批出口货物型号项目比较多,使用旧版中瑞原产地证书每份最多只能填报20项商品,现在

证书改版,商品项扩容,新版证书每份可以填报50项商品,大大减少了工作量,再加上自助打印的政策红利,办证更为简便。

晋江市商务局相关负责人提醒,9月1日起,海关将签发新版中瑞原产地证书,自行制证的进出口企业需及时到海关窗口退回旧版证书,领取新版证书,以免用错证书影响通关享惠。另外,企业出口时,除了凭中瑞原产地证书在瑞士申请享惠,经核准

还可以通过自行出具原产地声明的形式申请享惠。

据统计,2014年7月至今,泉州海关共签发中瑞自贸原产地证书0.22万份、签证金额超4000万美元。其中,今年1月至8月共签发中瑞自贸原产地证书近700份,涉及货值超1100万美元,同比分别增长6%和18%,惠及泉州主要出口产品服装及配件、鞋类等劳动密集型产品。

商学院

武鑫：东南亚市场选品优先考虑性价比

本报记者 刘宁 文图

东南亚市场到底如何呢?跨境电商能做吗?本地店要做吗?怎么做?……近日,在泉州跨境电商电子商务协会的MINI小沙龙上,多立合伙人、Shopee/Lazada官方认证讲师、高校创业导师武鑫从东南亚市场的消费习惯等方面出发,分享了东南亚市场的跨境电商运营经验,并指出,东南亚跨境电商运营选品优先考虑性价比。

在正式分享前,武鑫先介绍了跨境电商店、本土店及二者的区别。他介绍,跨境电商是在中国注册的营业执照、店铺,店铺客户下单以后,在中国采购后将货物发到Lazada或者Shopee的代仓,平台进行物流派送等工作。而本土店则是在当地,以当地人的身份进行营业执照注册,再开设站点运营。

“相对来说,跨境店会比本土店在物流方面更有优势,而本土店比跨境店可卖的商品更多。”武鑫指出,很多

在跨境店上不能卖的类目在本土店上是可以售卖的,但是,其中还有些类目却是只有跨境店才能做的,如同种版型的T恤加一些印花。不过,本土店的价格比跨境店便宜很多,本土店一般可以实现2天内发货,3天内签收。而这些都是跨境店目前没办法做到的。

同时,武鑫针对Lazada和Shopee两大跨境电商平台的市场流量进行了分析。他表示,目前,Lazada的产品价格相对要比Shopee的客单价高一点。而从总体体量上看,Shopee的流量会比Lazada更大一些,因此,Shopee的订单量会相对高一些。

那么,新手卖家想做东南亚市场,是以本土店切入,还是以跨境店入局呢?

武鑫认为,选择以哪种方式切入市场,主要还得看企业产品类目,根据公司产品类目去匹配开店方式。他提醒大家,“无论以哪种形式去做,做的

时候都要注意准备两套方案做备选,不要只依赖一个仓库。”

由于长期做东南亚市场,武鑫也分享了东南亚本土的消费习惯。他介绍,在东南亚做店铺要考虑产品关联性,不要像做亚马逊一样只做单一的爆款。他表示,东南亚地区的消费者喜欢在一家店铺购买全套产品,比如一个人想买一个睫毛膏,通过链接来到你的店铺,那她就可能在你的店铺购买眼影、刷子、粉底液、口红等一整套美妆产品。

“在东南亚做本土店时,可以跳过去一线品牌。”武鑫分析,目前,东南亚地区消费者对品牌的要求普遍没有欧美市场的消费者来得高。他建议,做东南亚市场,首要因素是追求性价比,“如果产品质量只做到了60分,但是看起来很潮、很好看,从我个人经验上看,这类产品都会卖得不错。”



盼盼食品盖桂林获 第七届福建省道德模范

本报讯(记者 蔡明宣)近日,第七届福建省道德模范名单公布,龙岩市长汀盼盼食品有限公司党委书记、总经理盖桂林等26位同志荣获该称号。

中共福建省委文明办发布他们的主要事迹和照片,号召全社会崇尚、学习、争当模范,大力弘扬社会主义核心价值观,不断凝聚全方位推进高质量发展超越的奋进力量,为奋力谱写全面建设社会主义现代化国家福建篇章提供强大的精神动力和道德支撑。

“不忘初心,恪守诚信,永存回报社会之爱心”,他才是我们该追的星”,这是省文明办对于盖桂林的褒奖之语。

据悉,盖桂林是龙岩市长汀盼盼食品有限公司党委书记、总经理。多年来,他把诚实守信作为立身之本与企业的首要准则和责任,把诚信落实到履约、产品质量、纳税等生产经营与产品销售等企业管理全过程、每个环节。他管理的公司也获得省级守合同重信用企业、市文明单位等100多项荣誉称号。

宝龙地产多项核心 财务指标位居行业前列

本报讯(记者 王云霏)6日,乐居财经研究院发布《2021上半年内房股十大榜单》,涵盖在港上市房企营收、净利润、资产、现金、净利率、税收等多个关键指标,从多维度窥探上市房企2021上半年的业绩表现。其中,凭借对高质量增长的坚持及财务政策的审慎,宝龙地产多项核心财务指标位居榜单前列。

上半年,宝龙地产实现净利润50.8亿元,同比上升45.3%;归母净利润39.1亿元,同比上升76.1%,两项数据均创历史新高,位列榜单第13位;总收入207.3亿元,同比上升20.7%,位列榜单第23位;毛利润72.92亿元,位列榜单第17位;毛利率35.2%,稳居行业领先水平。此外,公司上半年完成合约销售额530.4亿元,同比增长68.2%,已完成全年销售目标的50.5%。

在财务管控方面,宝龙地产也是极为注重财务安全性的房企之一。在此次乐居财经研究院的统计中,仅有26家房企的三道红线指标为绿档,宝龙地产便是其中之一。截至2021年上半年,宝龙地产净负债率为77.84%,现金短债比为1.09,剔除预收款后的资产负债率为69.98%,全部达到“三条红线”政策绿档要求,体现出公司较强的经营能力和抗风险能力,同时也为公司进一步发展提供强劲保障。

在稳健且高质量的业绩增长,以及审慎的财务管控导向下,宝龙地产不断受到资本市场的认可,投行、券商、信评均给予公司积极评价。中报发布之后,花旗、高盛、摩根大通、中金公司、富瑞等近十家境内外机构相继发布研究报告,维持宝龙地产“买入”或“跑赢大市”评级,多机构上调宝龙地产目标价,体现了市场对宝龙地产2021上半年发展状况的认可,以及对下半年发展的充分看好。

当前,整个地产行业仍在快速改变,新的竞争格局正在形成。宝龙地产方面表示,将继续直面挑战,顺势而为,坚持高质量发展理念,强化财务安全性,并通过提升产品品质及服务品质,进一步提升企业运营能力,以更加稳健的姿态,推动企业长期可持续发展,为投资者和客户带来更优回报。

新意食品 切入调味品细分市场

本报讯(记者 刘宁)芭乐VC红糖、阿胶红糖、香橙VC红糖、柠檬VC红糖、百香果VC红糖……昨日,记者从晋江市灵源新意食品有限公司(以下简称“新意食品”)获悉,企业旗下品牌喜家乐接连推出多款功能型红糖产品,以及裙带菜、盐焗粉等切入细分市场的产品。

“调味品的市场需求不再传统,而是更多元、更细化,企业产品也要跟着发展以满足市场需求。”新意食品销售相关负责人何炜鑫介绍,在红糖的基础上加入水果VC、阿胶等元素,可以满足消费者的不同口味需求与健康诉求。同时,产品包装更加年轻时尚,直击女性消费群体的审美,并推出了独立条包装,便于储存、携带。

实际上,与以往相比,现在的调味品发展更加细化,操作也更简单。如盐焗粉就是专门针对盐焗类菜品开发的产品,而高倍泡发的裙带菜则是当下市场的“爆品”。

同时,一个类目下的产品也更加细分,何炜鑫以面粉为例,新意食品推出了自发粉、蛋糕粉、面包粉等更加细化到某一类烘焙类目中的面粉产品。

在产品创新之余,调味品的销售及营销渠道也发生了改变。

何炜鑫介绍,企业不仅有淘宝等传统电商渠道,产品也进入了拼多多、橙心优选等新兴线上渠道。此外,企业的线上经销商也通过抖音直播等方式进行线上带货。他透露,新意食品虽然目前还未开设企业抖音小店,但是在关注直播带货、小红书种草、B站营销等新营销模式,后期可能会专门组建团队进行这方面的品牌运营。

“作为以TO C为主的调味品企业,新意食品会更关注新的营销平台,根据市场发展进行更多品牌营销尝试与新销售渠道的开拓,打响品牌知名度,打造晋江的调味品品牌。”何炜鑫表示。