

晋江食企备战年终旺季

本报记者 刘宁



晋江食企产品在线下终端,吸引顾客选购。

礼盒上市、全渠道推广、终端排面加大、临时工储备、生产计划前置……近日,记者走访久久王、泉利堂、旺瓜食品、乐隆隆等多家晋江食品企业发现,企业已经启动春节旺季的备战,从生产、产品等各个层面入手,从线上、线下全渠道布局,抢占春节旺季市场,打出2022年的“开门红”。

“‘搞茶点’‘尚品意味’‘尚品荟萃’是最近我们新推出的三款礼盒产品,有经典产品的组合装,也有中高端的新品套装,客户可以根据自己的需要进行选择。”泉利堂食品总经理陈清帅介绍,在春节旺季前推出礼盒新品,有助于满足不同客户群体对年货产品的需求。

借势年关推出礼盒产品已经成为亲亲、力诚、久久王、旺瓜等不少晋江食品企业的选择。

久久王电商总监吴良温告诉记者,今年企业将在电商渠道推出“财气礼盒”等礼盒类产品,其中产品包装有不同的祝福语。他介绍,以往年糖以高分糖果为主,而久久王此次推出的礼盒则是薄荷糖产品,可以解油腻、去口气,将以小规格的包装切入家庭消费领域。

“虽然当下春节的礼盒市场有一定的不确定性,但是礼盒作为有社交属性的产品,仍然有其市场。”陈清帅分析,现在企业经常选择在年节关口推礼盒产品,但是所设计的礼盒元素其实是四季通用款。如泉利堂新的礼盒设计元素以蜜饯文化和消费场景为主,

除了年节送礼,也可以作为日常特色伴手礼。

除了推出礼盒产品,糖果、蜜饯、炒货等传统年货产品也加大了终端的堆头投入,部分企业还在堆头上做出了春节样式的包装吸引消费者。

旺瓜食品总经理翁柏涛表示,春节档仍然是企业的重点,除了线下加大投入,企业也在线上进行相应的推广。

如近期,旺瓜通过与一线主播薇娅的合作,增加了产品与品牌曝光,提升品牌知名度,也为即将到来的“年货节”引流、蓄流。

实际上,全渠道的营销布局已经成为晋江品牌食品企业的共识。

吴良温表示,除了春节档,年货节也是久久王电商的发力重点。目前,企业已经在

抖音、快手、小红书等内容平台投放了与达人合作的内容营销短视频,并搭建了相应的销售渠道,实现销售的快转化。

为避免产能不足的情况出现,晋江食企在布局全渠道营销的同时,也将生产计划前置,提前备货。

陈清帅介绍,为了迎接接下来的蜜饯销售旺季,泉利堂

已经多招了约50名临时工人,并将生产工序进行调整,将复杂的前道工序前置,保证货物储备。同时,也与客户沟通旺季的订货计划,在11月就做春节的备货计划。

“今年过年比往年早,虽然企业春节放假不会提前,但是为保障生产及时,我们提前跟客户沟通,尽早下订单,做好春节的备货计划。”乐隆隆食品总

经理蔡庆森告诉记者,今年客户订单同比往年有所增长,企业需要更早规划订单生产,并做好相应的货物储备。

同样,为了确保供应及时、稳定,旺瓜也在上个月就发布了客户打款奖励政策,并增加了10%的用工。“我们既要保障生产及时,也要保障顾客买得到产品。”翁柏涛表示。

晋江企业亮相泉州智能装备博览会

本报讯(记者 柯国笠)近日,2021第三届泉州智能装备博览会在南安举行,同期举办“2021泉州模具工业展览会”,吸引了众多装备制造企业参加。其中,泉州市闽华机械有限公司、泉州哲骏数控设备有限公司、晋江力奇模具有限公司、晋江新鑫模具钢材贸易有限公司等晋江模具、机械装备企业参加。

据悉,本届智博会顺势而为、创新发展,延续“智能制造、装备先行”主题,催生新技术、新业态,指向国内机械装备产业高端化、智能化、数字化、绿色化转型升级等发展方向。

记者了解到,模具行业关联百业,素有“工业之母”的美誉,模具行业的水平高低,在很大程度上影响制造业的发展。在晋江,模具行业为制鞋、纺织服装、工艺制品、食品饮料、建筑材料、石油化工、机械装备、五金注塑等行业的发展提供支撑。

此次展会中,晋江模具企业跟随泉州模具协会集体亮相,展示了最先进的模具工艺和方案。模具龙头企业晋江力奇模具,展示了其在玩具、电子产品、管件等相关装备配套模具上的可塑性和研发、精密制造等方面的实力。

泉州市模具工业协会会长王振声表示,今年泉州模具行业组成“模具与工业展团”,能更好地体现模具关联百业的特性。此次参展企业展现了其在装备制造方面的各自专精领域。面对未来行业多方面发展,模具行业也将走向智能化、数字化、绿色转型发展的道路。

晋工机械举行职工趣味运动会

本报讯(记者 柯国笠)4日,由安海镇企业和团组织党委、安海镇总工会、安海镇团委主办,福建晋工机械有限公司承办的晋工机械第七届职工趣味运动会在晋工篮球场、员工活动室举办。该公司各部门、科室、车间等组成的10个代表团参加了运动会。

活动的开展旨在激发员工干劲,培养顽强拼搏、“友谊第一,比赛第二”的精神。晋工机械人力行政副总经理、党总支副书记、工会主席郑前远表示,晋工机械坚持以人为本,积极营造“可靠晋工”核心文化,各项文体活动、温馨家园关爱活动常态化开展,让员工可以安居乐业,从而让公司持续健康发展。“每一项运动都是员工心理素质、身体素质的展示,是对员工团队精神、协作精神、奉献精神”的检阅。希望员工能把运动精神转化为做好本职工作的不竭动力和豪迈激情。”

据悉,今年,晋工机械第七届趣味运动会既有团体竞技项目,也有个人比赛项目。其中,设立了乒乓球、呼啦圈过山车、定点投篮、做地起身、“绳”彩飞扬、雷区取水、摸石过河、心心相印(背夹球)、拔河等比赛项目,极具趣味性。

伴随着啦啦队热情的呐喊,运动会在欢快愉悦的氛围中落下了帷幕。晋工各系统代表队皆取得了不错的成绩,最终,该公司下料车间代表队斩获本届运动会的团体一等奖。

晋工方面表示,运动会不仅可以使员工放松心情,丰富其业余文化生活,增强团队凝聚力,同时还加强了部门之间人员的沟通协作能力,为员工下一步更好地投入工作,推动公司团队建设和企业发展营造了良好的氛围。



百宏65名职工同台竞技

本报讯(记者 吴晓艳)近日,由晋江市总工会、龙湖镇总工会主办的百宏集团AIB/CEF厂区聚合纺丝设备部2021年度操作技能比赛终于落下帷幕。连日来,65名参赛职工激烈角逐,最终,孔志雄、潘益松、鲍彪等15人分别斩获不同赛区、不同组别、不同赛事内容一等奖。

测量、标记、定刀、切刀……在百宏C区聚合一楼设备维修区,参赛选手手持器械,轮番上阵,按照比赛要求,全神贯注、一丝不苟地操作着。

据介绍,本次大赛面向聚合设备部与纺丝设备部两大部门,共分为AB赛区、CEF赛区及C赛区,涵盖组装、拆装、切削及齿轮箱拨叉定位等操作技能。赛事分为单人赛及团体赛,为保证比赛公平,还细分为员工组、组长组、领班及技术人员组。

“通过技能比拼,能够充分检验我们的专业素养,同时也能够通过这一契机检验自身与他人的差距,向他人学习。”有参赛选手表示,不仅如此,还能够在比赛中得到锻炼,学习如何去补齐自己的短板,十分有意义。

“大家报名还是很踊跃的,有个别员工还报名了多项赛事内容。”百宏工会常务副主席施丽玉告诉记者,今年是首次由晋江市总工会、龙湖镇总工会组织办。此前,公司每年都会组织员工进行各项技能竞赛,“以赛促学”也在公司内部形成“比学赶超”的新风尚。“这一次比赛,我们不仅为获奖职工颁发了奖金,也为所有参赛选手送出了小礼物,希望能够激励他们在接下来的工作中更加用心,展现自我风采。”

上市公司圈

拟投入6亿元 覆盖600万青少年

安踏茁壮成长公益计划获殊荣

本报讯(记者 柯国笠)近日,2021中国品牌论坛在北京举行,安踏集团“安踏茁壮成长公益计划助力中国体育教育发展”入选2021年度“中国企业社会责任案例”。

据悉,2021中国品牌论坛以“加强品牌建设 推动高质量发展”为主题,以高端

政治站位、全球化传播视野,向全社会弘扬品牌背后的专业精神、工匠精神,向世界展现中国品牌的雄厚实力、强大合力,生动阐述中国品牌承载的中国形象、中国精神。

作为国内体育用品行业的龙头企业,安踏在体育教

育方面持续投入。其中,安踏茁壮成长公益计划是安踏近年来持续开展的对青少年体育教育的重要公益项目。作为重点关注欠发达地区青少年体育教育领域的社会公益项目,安踏茁壮成长公益计划2.0计划投入6亿元,覆盖600万青少年,持续

推动体教融合,让更多青少年在运动中实现成长。截至今年6月,项目累计捐赠超4亿元,覆盖全国31个省级行政区的7884所学校,培训了1806位一线体育教师,近180万名青少年受益。

不仅如此,安踏茁壮成长计划还加入“奥运元素”,让青

少年感受奥运魅力。

上个月,安踏集团联合北京冬奥组委启动“冬奥有我”主题公益活动,由安踏集团全资捐赠,中国青少年发展基金会和上海真爱梦想公益基金会,在安踏茁壮成长公益计划项目下执行,涵盖筑梦冬奥运动梦想课、冬奥运

动营、冬奥校园运动场三大项目,通过招募家庭困境、热爱运动、品学兼优的青少年加入运动营,同时通过器材捐赠、运动场建设及改造等

设立冬奥校园运动场,切实改善和提升欠发达地区学校青少年运动条件和质量。

演绎“特不服”精神 特步成霹雳舞国家队赞助商

本报讯(记者 柯雅雅)

近日,中国霹雳舞国家队官方微博官宣特步体育与中国霹雳舞国家队签约,特步体育正式成为霹雳舞国家队的官方鞋服赞助商。同日,中国霹雳舞国家队的4名运动员(刘清漪、商珍妮、高小宇、元祥宇)从北京首都机场出发,前往巴黎参加2021WDSF世界霹雳舞锦标赛,这场赛事也被视为2024年巴黎奥运会的预演。

据悉,2018年,霹雳舞首次成为夏季青奥会项目。2020年12月,霹雳舞被列入2024年巴黎奥运会增设项目;同月,霹雳舞正式获准列入杭州亚运会竞赛项目。

在与中国霹雳舞国家队的合作中,特步将街舞属性带入产品演绎,打造了经典舞者专业板鞋。鞋鞋从外观上就将舞者无畏、个性的精神彰显得淋漓尽致。运动员们出征世锦赛前,特步更



是邀请国内顶尖舞者进行测评,对产品进行打磨。

作为本土老牌体育运动品牌,特步开创了运动时尚先锋,将年轻、活力、敢想敢做的个性列入品牌基因中。特别是在以街舞为代表的街头运动方面,特步持续打造“特不服”品牌IP,让街头文化与特步形成了强关联,也完美匹配了霹雳舞舞者不服输的品质,这也正是特步体育能够成为中国霹雳舞国家队的鞋服合作伙伴的根本原因。

据悉,特步“特不服”发端于2018年,并赞助了国内热门综艺《中国新说唱》。与此同时,特步体育同步打造街头文化场景IP——热炼工场,以“特不服”的态度发力街头。

此外,热炼工场“特不服,等你叫板”的街头潮流声音成为一时热门,综艺《这!就是街舞2》更是被搬到了街头。原汁原味的街头battle,激起了舞者的热情。2020年,为了让“特不服”文化不断深化,特步成功举办特不服3.0热炼工场·街舞挑

战赛,还推出街头系列服装和鞋款,让更多年轻人感受其中的好玩与乐趣。今年9月份,特步在发布的“五五”规划中指出,要将创新产品及IP营销打入年轻市场。

此外,特步体育还致力于将街舞推广至更低龄的儿童群体中。从2019年来,特步与中国舞蹈家协会街舞委员会形成战略合作关系,先后启动“CHUC青少年街舞成长计划”、BDS世界青少年街舞大赛暨CHUC青少年街舞国家队选拔赛等活动。今年,双方还推出新时代·艺起来“街舞少年筑梦计划”。

作为国潮运动品牌的代表,特步体育实现了从产品功能层面到品类个性层面,再到品牌文化层面与年轻人的紧密贴合。此次,作为霹雳舞国家队合作伙伴,特步将站在更高的层面,与国家共同演绎“特不服”精神,助力中国潮流文化出海。

担保逾期 贵人鸟大股东股份流拍

本报讯(记者 柯雅雅)日前,贵人鸟发布公告称,贵人鸟控股股东贵人鸟集团持有的公司469.50万股无限售条件的流通股流拍。截至目前,贵人鸟尚未收到贵人鸟集团或厦门市中级人民法院关于股权后续处置方案的通知或相关文件。

据悉,此次贵人鸟集团股权被拍卖,源于贵人鸟集团与厦门国际信托有限公司具有强制执行效力公证债权文书一案。厦门中院将已冻结的贵人鸟集团持有的贵人鸟3769.50万股无限售流通股(其中已办理质押的无限售流通股3300万股,其他无限售流通股469.50万股)在京东司法拍卖平台进行了两次拍卖,均以流拍告终。在10月29日,贵人鸟收到控股股东贵人鸟集团通知,其持有公司的469.50万股将被进行公开拍卖。

此外,11月8日晚间,贵人鸟发布了关于重大资产出售预案的公告,表示拟将贵人鸟部分土地及地上建筑物出售给盛时(泉州)投资有限公司,双方拟定的交易价格为2.1亿元,标的价款将通过现金方式支付。

11月20日,贵人鸟收到徽商银行宁波分行向公司发来的《催收通知书》。根据《催收通知书》,杰之行(贵人鸟关联方)未能按约履行还款付息义务发生违约,截至《催收通知书》签发日2021年11月4日,杰之行在借款合同项下债务包括本金人民币8800万元,暂计至2021年9月30日的利息99.36万元,以及按借款合同约定的计算至实际清偿之日止的利息、罚息、复利、违约金。

11月23日,贵人鸟发布公告称,贵人鸟为关联方担保的8800万元出现逾期,正面临银行催收。

发布生物基·澎湃科技和爆澎科技 匹克推出创新科技成果

本报讯(记者 柯雅雅)昨日,匹克125——未来运动科技大会在北京首创郎园Station成功举办。匹克围绕“攀登不停,向天而行”的主题,发布了生物基·澎湃科技和“爆澎科技”两个最新的超临界发泡工艺创新科技成果,推出了态极4.0、态极UP30 2.0、超级大三角篮球鞋等一系列创新战略新品,并展示了匹克“赛高计划”最新的共创成果。

面对消费者不断变化的消费需求,以及当前的材料和性能无法满足其需求的情况,匹克体育对超临界发泡进行

多次的测试和研究,推出了“生物基·澎湃科技”与“爆澎科技”两种最新成果。

据悉,生物基·澎湃科技是从蓖麻油中提炼出一种物质加入到超临界发泡中,使氢键排列更为规则,晶体更为致密,超临界发泡工艺变得超轻、超弹的同时,可以节省10%的用料;爆澎科技是通过一体式超临界发泡而成,此过程不添加任何化学发泡剂,排放产物为无挥发性有机化合物,可使超临界发泡工艺在绿色环保的同时实现超轻、超弹。

这两项最新科技成果也在匹克此次推出的系列创新战略新品中得以体现。

本次匹克体育推出的跑步领域最新产品——UP30 2.0、UP30 2.0 elite(精英版)、态极4.0、态极4.0 Pro等一系列单品,构成了顶尖运动员、专业跑者、大众跑者等全方位跑步产品矩阵。此外,针对匹克体育核心业务——篮球领域,推出了两款性能迥异但各有其专业的篮球产品——态极超级大三角及态极大三角。而这些产品中,无一例外都运用了最新科技成果。

据了解,UP30 2.0采用生物基·澎湃科技和轻量化态极科技,41码鞋身整体重量只有247克;根据专业跑者的需求打造的UP30 2.0 elite(精英版)使用双层生物基·澎湃科技中底,UP302.0 Pro将搭载匹克最新顶尖技术——态极澎湃科技,态极超级大三角作为篮球旗舰产品则搭载全掌态极澎湃科技。

在过去一年中,匹克体育“赛高计划”硕果累累。匹克为合作伙伴提供白胚产品和供应链,将合作伙伴的想法和创意变成现实,与sole、萝卜报

告等四家潮流玩家打造了各种款式的时尚联名产品,深得大家的喜爱。匹克方面表示,未来将会跟更多的品牌陆续进行合作,给消费者带来别样的惊喜。

作为中国运动品牌首先将“3D打印技术”应用在产品上的企业,匹克不断引领行业创新,打造了“万能智造局”。为了纪念变革与创新精神,匹克体育运用3D打印技术推出了“普罗米修斯”“FUTURE FUSION 4.0”“源型”等产品。据悉,这三款产品均采用可回收利用的环保

材料。此次大会,匹克还携手万华化学推出全材料鞋循环方案,实现废旧材料处理过程与新制品生产过程的统一,使得材料一次又一次循环,全流程高效便捷。

匹克CEO许志华表示,在“科技创新”的战略引导下,匹克体育用科技创新赋能产品与行业,引领品牌不断升级。“未来,匹克体育将继续坚持自主创新,将科技应用到更多领域中去,形成自己独特的品牌优势,从而让更多的消费者体验到高品质的运动装备和运动科技。”