361° 品牌日发布亚运新主张

品牌运动潮流代言人与创新科技新品同步亮相

本报记者 柯雅雅

昨日，361°品牌日暨亚运新主张与创新科技大会在厦门举办。361°发布全新亚运主张——“中国热爱 多一度”，官宣演员王安宇为361°品牌运动潮流代言人的同时，科技产品也同步亮相。

361°方面表示，在不断强化品牌的运动专业性、自身的企业形象和企业价值观的过程中，361°将持续汇聚中国热爱，助力亚运会、中国体育赛事发展，让世界看到中国骄傲。

新主张：“中国热爱 多一度”

秉持“多一度热爱”的品牌精神，361°于品牌日当天正式发布“中国热爱 多一度”亚运新主张，展现361°对品牌“热爱”文化的坚守与延续。

对于这一新主张，361°方面指出，“中国热爱”凝聚的是国人奉献精神、拼搏精神、集体荣誉感、使命感和中国自信；360度是爱自己的热爱，“多1度”是爱这国度，这正是361°在布局亚运年所要表达的“多一度”的“中国热爱”。

361°方面坦言，2022年杭州亚运会，361°将向全世界更多人传递“中国热爱 多一度”亚运全新主张，鼓励更多体育爱好者全情投入自己热爱的运动，共同促进和推动亚洲乃至全世界范围内的体育事业发展。

值得一提的是，为表彰361°在体育运动事业上的突出贡献，亚洲奥林匹克理事会特别授予361°集团“亚运会杰出贡献奖”。据悉，这是亚洲奥林匹克理事会有史以来首次授予企业此项荣誉，展现了亚洲奥林匹克理事会对361° 积极推动亚运会赛事发展，躬身实践助推体育事业发展的高度赞赏和认可。

作为亚洲奥林匹克理事会官方合作伙伴，361°连续四届赞助亚运会，四届的成长在“361°品牌日现场的亚运文化区”也得以展现。该区域汇集了2010年至2022年四届亚运会火炬手、护跑手装备，并首次向公众集中展示了四届亚运会的独特火炬及2022年亚运会特许产品。

此次，361°还签约中国国家铁人三项队与中国国家女子水球队，将助力他们在2022年杭州亚运会上突破极限取得更优异的成绩。

双亮相：新代言人+科技新品

新生代群体是当下消费市场的主导，品牌链接新生代群体已成趋势。品牌日当天，361°正式官宣王安宇为品牌运动潮流代言人，向年轻化、时尚化迈进。

361°方面表示，王安宇以正能量的年轻态度和对年轻潮流的深刻理解，与361°探索更多的年轻时尚产品，触达更多有个性、有态度的年轻人群等特质相符。王安宇的加入将助力361°打开年轻市场，更好触达年轻用户，更好彰显品牌潮流态度。

官宣运动潮流代言人的同时，搭载全新ENRG-X E韧科技的专业篮球鞋AG2X与创新科技体验跑鞋三态2.0重磅发布，给消费者们带来全新科技体验。

据介绍，AG2X以自主创新科技的发布为契机，一体成型乂科技+PEBA弹射片+ENRG-X E韧科技，针对AG1PRO进行全面升级和超越，为球场实战带来更全能的技术支持。三态跑鞋2.0搭载ENRG-X、QU!KDRIVE和QU!KFOAM Infinity，形成全新升级的三态(3TECH)科技系统，具备舒适、轻便、透气等优势，带给用户柔韧回弹、澎湃推进、稳定支撑的沉浸式运动体验。

值得关注的是，本次品牌日首发的创新科技新品——AG2X篮球鞋、三态2.0跑鞋，将于12月27日线上线下同时发售。

据悉，361°推出AG1和三态科技跑鞋后，市场有着不错的销量表现。当下，361°通过专业让品牌在保有运动基因的同时，紧抓消费者对于潮流的需求，从而锁住更多消费者。

凤竹纺织创新项目获全国发明展览会金奖

本报讯（记者 吴晓艳）近日，第二十五届全国发明展览会——一带一路暨金砖国家技能发展与技术创新大赛举行。会上，福建凤竹纺织科技股份有限公司副总经理陈慧主导的创新项目“功能性抗皱抑菌环保针织面料开发及其产业化”获“发明创业奖项目奖”金奖。同时，陈慧还获评“国际阿里·荷玛奖”。这是泉州市发明创新工作者首次获得该奖项。

“这次能获得金奖，令人激动。”此次获奖项目技术负责人之一的凤竹纺织技术中心副总经理樊蓉告诉记者，本届展会吸引了全国各地800多家企业、高校和科研院所参与，展示了2300多个发明创新项目，凤竹所带来的面料能脱颖而出，实属不易。

“此次获奖的面料与普通面料相比，不仅轻薄柔软，而且耐磨性、抗菌性都很好。”樊蓉介绍，该款功能性抗皱抑菌环保针织面料采用5%~30%的竹纤维和70%~95%的涤纶纤维混纺制成，面料的强度较大、抗断裂强度性强。除天然纤维本身具有的抗菌效果外，他们在后整理过程中还使用特殊的抗菌剂，使织物具有很好的抗菌、防臭性能。此外，竹纤维和涤纶混纺的组织结构赋予纺织品良好的吸湿排汗性能，面料可用来做运动、休闲类服饰，满足更多消费者对运动类产品的需求。

不仅如此，该款面料经多次水洗后仍无明显褶皱出现，产品美观性好，并且产品制备简单易操作，适合大规模生产。

“这款面料可以代替一部分高档内衣针织面料，可解决高档内衣面料价格高、无法应用到平价产品中的问题，让更多消费者可以享受优质面料的舒适性、功能性和健康性。”樊蓉说。

事实上，从2012年开始，凤竹纺织便着手抗皱抑菌纺织面料项目的研究。近十年来，该公司不断升级改造设备、提升工艺技术，在功能性针织面料的提升和改进方面做了大量的工作，其功能性产品的技术日益成熟。其中，该面料耐洗次数也从最初的5~10次大幅度提升到100次以上。

“公司每年都会投入2000多万元研发资金用于技术平台建设和新产品、新工艺、新技术的创新和研究，每年会开发30~50多个新产品项目。”樊蓉告诉记者，公司拥有国家级企业技术中心、国家级检测中心和专家工作站，是国家技术创新示范企业，研发人员占比10%以上。截至目前，凤竹纺织获得国家知识产权局授权的专利有50多项，其中获得授权的发明专利有30多项。

深知技术创新对企业发展的重要性，凤竹纺织建立了完善的技术创新管理机制，成立由公司领导牵头的科研创新领导小组，制定每年的新产品开发计划，并与东华大学、西安工程大学、厦门大学、华侨大学、黎明大学、海西研究院等高等院校和科研院所进行“产、学、研”合作，充分整合科技资源，提高企业的研究水平和创新能力，共同推出具有行业竞争力的高新技术产品和科技研发项目。

“公司还大力引进高科技人才，培养提升现有科技人才的科研水平。”樊蓉介绍，为了吸引、留住人才，公司会优先安排、解决科研技术人员的住房、子女就学、家属就业等问题，保证科研人员的薪金待遇、工作生活双稳定。

据悉，目前，功能性抗皱抑菌环保针织面料已成功投产，每年可生产上百吨。接下来，凤竹纺织还将持续投入研发，在提升该面料防紫外线等性能上再下功夫。

商学院

黄文辉：从高价值品牌入手 实现代理到运营的转变

本报记者 柯雅雅

近日，在泉州市青年电子商务协会、晋江市网商会共同举办的“应势而上，展望2022”——BOSS分享会和财富流沙盘主题活动中，美国品牌NINE WEST(玖熙)中国市场运营方巨爵品牌管理有限公司（以下简称“巨爵公司”）创始人兼总经理黄文辉，以“新零售思维下的鞋服品牌运营”为主题，分享了对玖熙全面运营的经验，讲述企业如何实现从品牌代理到品牌运营的角色转变；如何从线上走向线下，开启全景式新零售生态体系，以及对品牌高价值的经营探索。

据悉，2018年，玖熙全面退出中国市场。2020年10月，巨爵公司拿下玖熙的中国所有权。“从这里开始，我们从品牌代理转换为品牌运营，改变了以往固有模式，是一次全新的尝试。”黄文辉介绍，该品牌的市场定价并不低，“玖熙鞋服的均价在2000元左右，超过了以往我们所代理的品牌200多元的均价。”

“我们品牌运营的目标很明确，就是定位在高价值品牌。当然，还有另一个挑战，我们不再仅是代理品牌线上渠道卖货，而是从研发设计、生产、营销、品牌塑造等全方位介入，实现真正的品牌运营。”黄文辉介绍。

巨爵选择从线上开始。“十几年的电商运营，我们已经有丰富的线上渠道。拿下所有权后，我们决定从自身线上优势出发。经过半年筹备，今年3月，玖熙率先在线上打开市场，陆续在天猫、抖音、小红书等平台亮相。”黄文辉介绍。今年“双11”，玖熙成为天猫的一匹黑马，出现在了品牌排行榜70多名。

当下，玖熙已打造了自己的新媒体传播矩阵，通过微博、微信、小红书和知乎等全领域资讯与社交平台，品牌结合优质内容与用户进行互动，积累品牌粉丝资产。同时，玖熙也在热门综艺、精品影视剧等进行植入，打造明星体验官群体，将这些作为品牌传递时尚态度和理念的重要窗口。

在分享中，黄文辉还指出了一个当下不少品牌遇到的问题，即公域流量向私域流量转换问题。

“我们在众多平台社群投入资源的目的就是为了圈定品牌客群，但若没有实现公域流量向私域流量转换，我们的品牌仍旧是被动的。”为了突破这一瓶颈，巨爵公司做了多种尝试。目前，其公域流量向私域流量的转换率已达到40%，“用户空间的转化是我们众多品牌需要思考的。”

此外，巨爵公司还推动品牌从线上走到线下实体。

今年11月，玖熙第一家线下旗舰店在上海落地。“不久之后，将有更多的线下实体门店和消费者见面。”黄文辉介绍，他们针对线上所有渠道的品牌销售情况进行了大数据分析，将品牌线下门店定位在线上活跃的客户群体所在城市的一级商圈。

黄文辉认为，品牌发展是一个持续不断的过程，要和消费者产生强度粘性要满足好产品、好服务、好体验等要求，而这些是线上渠道无法替代线下实体门店的，“现在是流量时代，线上品牌消失是一瞬间的事情。”

除了开设旗舰店，早在今年4月，玖熙还携手设计师亮相上海时装周，联袂呈现品牌2021春夏新款鞋履，为中国女性带来更加多元的国际时尚新体验。“时装周通过品牌及设计，将我们所要表达的当代女性独立强大、自由自信、勇敢无畏的精神特质传送给外界，这是我们品牌精神层面的诉求。”在黄文辉看来，高价值品牌是全方位的，不仅在研发设计、产品品质、体验服务方面，还应该包括消费者精神层面的追求。

“我们还在摸索，处于再次创业的过程。”黄文辉表示，面对瞬息万变的市场，保持敬畏之心是关键。

省石材行业新一代技术装备创新研发机构成立

本报讯（记者 柯国笠）近日，福建省石材行业协会2021年会长办公会暨石材行业新一代技术装备创新研讨会在福建晋工机械有限公司召开。福建省石材行业协会成员、福建省机械工具类企业负责人等60多人参加会议。

据悉，过去一年，福建省石材行业协会引导行业抗击疫情恢复生产，推动《石材雕刻工》等职业技能标准编写，大力推进福建省石材行业新一代技术装备创新发展，组织企业参加制造业单项冠军遴选，完成“福建省石材行业协会雕艺设计装饰分会”筹备等工作。同时，该协会积极对接沟通职能部门，促进协调石材产品出口、石材行业职称评定工作机构建立、石材护理技术公益大讲堂等行业企业关注的问题。

福建省石材行业协会会长王伯瑶表示，今年初以来，全省石材产业进入平稳向好的新常态。未来，协会将引领行业转型升级，加快推进行业高质量发展。

会上，成立了“福建省石材行业新一代技术装备创新研发机构”，并成立领导小组，确立王伯瑶为组长、柯金鏞等三人为副组长。同时，建立新一代技术装备创新研发（办公室）基地，晋工机械有限公司成为研发基地。

上市公司圈

奖励员工 安踏拟发行约1200万新股

本报讯（记者 柯国笠）近日，在安踏集团成立三十周年之际，安踏集团方面表示，为表彰员工贡献，董事会拟向若干现有员工授予奖励股份，并计划发行约1200万股新股用于奖励股份计划，该计划将在2022年上半年实行。

同时，考虑到集团现金盈余充足、自由现金流稳定，安踏集团董事会将举行会议，拟宣派本财政年度特别股息每股普通股港币30分以回馈股东。

安踏控股股东捐赠 8450万股成立和敏基金

本报讯（记者 柯国笠）近日，安踏体育发布公告，公司主席、执行董事、首席执行官兼控股股东丁世忠及其家族已通过安踏国际集团控股有限公司（下称“安踏国际”）无对价转让8450万股，受让方为和敏控股有限公司，占已发行股份约3.13%。按安踏体育21日股价109.6港元计算，这部分股份价值约92.6亿港元。

公告显示，安踏公司将与和敏控股有限公司成立一家公益慈善机构“和敏基金会”，在遵守相关法规下，在社区发展及其他慈善公益活动等方面共同合作。

公告称，上述股份转让为丁氏家族承诺捐赠人民币100亿元成立和敏基金会中的一部分。在此次捐赠完成后，丁氏家族的控股公司安踏国际（直接和间接）所持的安踏股权将由57.78%减少至54.65%。

根据《2021年福布斯中国内地富豪榜》，丁世忠家族以612亿元的身价位居中国内地富豪榜第56位。此次捐赠股份价值约占其身价的15%。

安踏集团曾在18日晚间发布信息，宣布成立人民币100亿元公益基金——和敏基金会。安踏集团称，集团未来将投身医疗救助、体育事业、乡村振兴及环境保护四大领域的公益项目。

宝龙商业获 许华芳增持10万股

本报讯（记者 王云霏）根据香港联交所最新权益披露资料显示，12月15日，宝龙商业获执行董事兼主席许华芳在场内以每股均价13.8076港元增持10万股，涉资约138.076万港元。

增持后，许华芳最新持股数目为45,300,000股，持股比例由7.03%上升至7.04%。

宝龙地产获非执行董事 许华芬增持2000万股

本报讯（记者 王云霏）近日，宝龙地产获非执行董事许华芬在场外以每股均价4.71港元增持2000万股，涉资约9420万港元。

增持后，许华芬最新持股数目为288,093,000股，持股比例由6.48%上升至6.96%。

宝龙商业回购20万股

本报讯（记者 王云霏）宝龙商业近日连续回购股份。12月15日，宝龙商业发布公告，耗资137万港元回购10万股；12月17日，该公司耗资137.43万港元回购10万股。两日共回购20万股。

昆明晋江商会获 云南省“四好”商会称号

本报讯（记者 王云霏）近日，云南昆明市工商联召开所属商会秘书工作会。会上，昆明晋江商会荣获云南省“四好”商会荣誉称号。

据悉，昆明市福建晋江商会2002年成立至今，秉承“诚信谦恭、拼搏敢赢”的商会精神和“共同繁荣、资源共享、信息共享、紧密合作”的商会宗旨，为在云南的晋江籍企业家与家乡搭建交流平台，增强在滇晋江籍企业的影响力、竞争力，推进了云南、福建两地的经贸交流，促进两地经济的发展。

昆明市福建晋江商会相关负责人表示，商会定会珍惜荣誉、再接再厉，充分发挥示范引领作用，为开创社会组织工作新局面再创佳绩。

中国品牌之都优秀供应商商讯