盼盼食品与您一起共筑冰雪梦
青少年冰雪综艺节目《冰雪梦想团》启动

本报讯（记者 蔡明宣）近日，由中央广播电视总台体育青少节目中心少儿频道出品，中国移动咪咕联合呈现的大型迎冬奥青少年冰雪综艺节目《冰雪梦想团》举办了线上发布会。《冰雪梦想团》由2022北京冬奥会官方赞助商盼盼食品独家冠名，安踏儿童赞助播出。节目将于春节及冬奥期间登陆央视少儿频道、奥林匹克频道和全国的观众朋友见面。

据了解，《冰雪梦想团》节目将以花样滑冰为切入点，为观众呈现结合传统文化、现代科技及艺术美感的冰雪大秀。让青少年在轻松愉悦的氛围中，感受冰雪运动的魅力，发现身边的奥运精神。

作为中国食品工业民族品牌，盼盼食品集团积极响应国家战略，全力支持中国体育事业发展。2020年10月，盼盼食品正式成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞助商，开创了中国乃至亚洲包装休闲食品企业赞助冬奥会的先河。

盼盼食品始终坚持“我们的食品是做给自己亲人吃的”和“不是优质食品不出”的经营理念，将以优质的产品和服务全力支持北京冬奥组委做好各项服务保障工作，并通过务实的行动助力“三亿人参与冰雪运动”，不断将“中国质造”的靓丽名片及专注专业的匠心精神传递给全世界。

从2020年开始，盼盼食品一直积极响应“三亿人参与冰雪运动”的号召，先后策划推出“冠军运动员工厂探秘”“盼盼冬奥大讲堂进校园”“赞助超级定点滑雪公开赛”等诸多活动，并先后牵手花样滑冰世界冠军隋文静、韩聪，花样滑冰世界冠军于小雨等知名冠军运动员，一起为冬奥助力加油。

此番独家冠名《冰雪梦想团》，盼盼食品集团董事长助理、品牌副总监宋长镇表示，青少年如何践行奥运精神，又如何响应三亿人参与冰雪运动的号召，是很值得关注的。通过《冰雪梦想团》节目的呈现，能够让更多青少年认识花滑、了解冰雪运动，继而爱上冰雪运动，尝试冰雪运动。并在收看节目和自身实践的过程中，让青少年更加深刻地理解什么是奥运精神、什么是奥运传承。节目所要传达的意义，与盼盼食品推动全民运动健康，助力体育强国建设的伟大复兴的愿景不谋而合。

宋长镇告诉记者，盼盼食品自成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方包装零食赞助商后，一直在为冬奥会和冬残奥会研制相关的赞助产品。

据了解，在北京2022年冬奥会和冬残奥会赛事举办期间，盼盼食品将为全球参赛运动员、工作人员和志愿者们提供超过30种包装零食产品，包括每日坚果、粗粮饼干、软面包、瑞士卷、烤薯片等盼盼的代表性产品。到目前为止，盼盼食品已经为北京冬奥会测试赛输送了超过一百万元的盼盼产品。

“鉴于冬奥会临近，我们驻守北京的同事，已经严格按照冬奥组委会的要求，为每个场馆、每场赛事提供产品保障。”宋长镇向记者透露，目前，盼盼食品已经专门为运动员研发并提供十几款产品，这些产品经过奥组委、多方权威机构、盼盼食品的共同鉴定，并通过综合、全方位的检测，无论是在兴奋剂方面，还是各种严苛指标上，都符合国际食品最高水准。

恒安集团联合京东发布成人纸尿裤行业白皮书

本报讯（记者 柯国笠）近日，恒安集团旗下成人纸尿裤品牌安而康联合京东智能制造平台共同发布《2021年京东成人纸尿裤行业趋势洞察白皮书》（以下简称《白皮书》）。《白皮书》指出，2021年，以纸尿裤为代表的我国成人失禁用品市场增长速度位居吸收性卫生用品中NO.1。

据悉，此次发布的《白皮书》从行业概况、品牌格局、用户洞察、趋势展望四个维度，结合销量数据与消费者，深入剖析了随着我国步入老龄化社会，以及消费观念不断升级，国内纸尿裤市场的全新变化与发展趋势。

成人纸尿裤市场潜力巨大。第七次全国人口普查数据显示，我国65岁及以上人口已达到1.9亿以上，占全国人口比重13.50%。《白皮书》报告显示，2020年中国65岁以上失能/半失能老年人口数量高达5000万以上，占老年人口数量的28%。这一数据在未来或将持续上升。

近些年，国家对于长期护理的政策扶持力度也在不断加大。早在2016年，人社部就出台了《关于开展长期护理保险制度试点的指导意见》，选取15个城市开展长期护理保险试点，对因年老、疾病或伤残等原因造成的失能所产生的机构护理、上门护理、居家护理费用进行报销，也为老年人相关护理消耗品的消费提供保障。

受众群体庞大，国家高度重视，正是在这样的多方面共同催化之下，成人纸尿裤已经成为真正的“蓝海市场”。2021年失禁用品市场预估可达148亿。

《白皮书》指出，尽管如此，我国现阶段成人失禁用品渗透率也只有区区5%，不仅远低于日本80%、西欧68%、美国60%的渗透率，甚至连全球平均水平12%的一半都不到，潜力巨大。目前，我国成人失禁用品市场潜力巨大，但还处于市场教育的阶段。

同时，受到护理人员缺口大的影响，我国失能老人购买成人失禁用品一般采取电商网购、配送员上门送货的方式，线上产品销量、用户量推动成人失禁用品市场快速增长，这对于市场扩展与下沉起到了很大的推进作用。

随着广大消费者对生活品质追求的提升以及消费理念的改变，国内成人失禁用品这一领域的主要消费群体与主流消费观念正在发生着前所未有的变化。国内消费者寻求更贴合尺寸、更好面料、高端品质、智能辅助、设计感、全面呵护等更明确的成人纸尿裤产品。

《白皮书》指出，未来我国成人失禁用品机构渠道与个人需求增长将不断提速，而以恒安集团旗下安而康品牌为代表的国货更将有望凭借产品和先发优势继续领跑。

宝龙地产去年销售1021亿元

本报讯（记者 王云霏）昨日，宝龙地产发布未经审核运营数据，2021年12月，公司实现销售额81.02亿元，销售面积54.91万平方米。

2021年全年，宝龙地产实现销售额1012.27亿元，同比增加24.13%，完成全年1050亿元销售目标的97.26%；实现销售面积641.02万平方米，同比增加20.33%。

在去年8月举行的宝龙地产中期业绩会上，该公司透露，2021年下半年新推货值约1184亿元，其中，商业物业占比约30.6%，住宅物业占比69.4%。2021年上半年，公司权益销售约52%，其中可以并表的约50%；上半年推货的去化率约62%~63%，回款率约73%，其中住宅的去化率好于商业。

对于土地市场，宝龙地产总裁许华芳表示，最近两个月，市场量价齐跌，量降得更多。在重点城市的“集中供地”中，宝龙地产一块地也没拿。在土地太贵、房价受制、监管较严的情况下，开发商的生意是不可行的。未来，土地价格高的城市会适当理性化，维持30%毛利率。

业绩公告显示，2021年上半年，宝龙地产新增19个项目，新增土地储备384万平方米，新增货值约510亿元，平均土地成本4927元/平方米。其中，权益土地款约121亿元，权益比例约64%。

宝龙地产在业绩会上提到，2021年上半年公司未付的土地款约70亿元。截至2021年6月底，宝龙地产总的土地储备的总货值为4759亿元，面积为3775万平方米，其中，待建项目占比30.4%，在建项目占比69.6%，持有占比18.8%，销售部门占比81.2%。

对于调控，该公司表示，因为三道红线和两个集中度政策的实施，会感觉总体回款比以前慢，主要是按揭银行额度非常紧张，有些银行目前已经没额度。2021年的回款速度较去年要慢40天至2个月的时间。

持续深耕植入营销
雅客长白甘泉亮相精彩大剧《对手》

本报讯（记者 蔡明宣）近日，由郭京飞和谭卓主演的现代谍战剧《对手》在央视八套及爱奇艺播出，观众沉浸于精彩剧情的同时，也被频频亮相的雅客长白甘泉吸引。

对于这种润物细无声的电视剧植入营销方式，雅客长白甘泉相关负责人饶辉表示，6年前雅客长白甘泉进军矿泉水市场时，便精准锁定白领、高知、运动等一系列中高端人群，因此在综艺、影视剧等方面的选择上，也围绕着目标人群观剧习惯来选择。

在观看《对手》时，常见到剧中角色在运动健身之后，随手拿起雅客长白甘泉饮用，及时补充人体所需的水分。在饶辉看来，伴随着《对手》的热播，作为剧情发展必不可少的雅客长白甘泉，在剧情金句与话题不断被社交媒体提及中，能得到更多的展示，也让雅客长白甘泉引领更多元化的使用场景。

近年来，雅客长白甘泉加大了对影视剧的投入。去年，由王以纶和万鹏主演的《初恋了那么多年》在优酷播出；由黄晓明和蔡文静主演的《紧急公关》在CCTV-8电视剧频道播出；由孙怡和张昊唯主演的《你好检察官》在浙江卫视播出。在这些电视剧中，均能看到雅客长白甘泉的身影。

“在接下来即将播出的几部电视剧和电影中，也将看到该产品的亮相。在植入电视剧的同时，我们也将引入更多新媒体，如微博、小红书等的最新玩法。”饶辉表示，区别于传统意义上的影视剧植入，长白甘泉既参与影视剧各种人物场景的植入拍摄，也是各种影视剧导演、演员等剧组饮用水。“好水不仅要广而告之，更要让更多人喝到，借助各个剧组平台，能有效提高知名度和美誉度。”

安踏炽热科技与冰肤科技斩获ISPO全球两项大奖

本报讯（记者 柯国笠）近日，全球运动行业权威产品评选机构ISPO（体育用品展览会）发布ISPO TEXTRENDS奖项，安踏体育的“安踏炽热科技”获得ISPO TEXTRENDS FIBERS & INSULATION类别“全球精选奖（SELECTION）”，“安踏冰肤科技”获得BASE LAYER类别“全球前十（TOP TEN）”大奖。

据悉，ISPO是全球重要的多品类运动用品展之一。每一年，来自全世界的运动品牌都在这个舞台展出最新产品与科技，前瞻新一年运动时尚流行趋势。

安踏炽热科技由安踏科学实验室设计研发，历经多项专业测试和专业运动员亲身体验，具有超强保暖的领先性能。安踏冰肤科技则有优异的材质表现，能够在高温夏日给穿着者带来凉感体验。

记者了解到，安踏炽热科技和冰肤科技都是安踏助力国家队的专业运动科技。在即将到来的北京2022年冬奥会，将有12支中国参赛队穿着搭载安踏前沿炽热科技的冬奥装备参赛。而安踏冰肤科技也已经应用在安踏能量TEE等产品上，受到市场的欢迎。

特步两款跑鞋获《跑者世界》两大奖项

本报讯（记者 柯雅雅）近日，《跑者世界》美国实验室RW SHOE LAB 2021年度奖项公布。在获奖跑鞋中，国产运动品牌特步备受关注，特步160X PRO和特步300X2.0两款专业竞速跑鞋分别斩获了2021“年度推荐”和秋冬季“最佳首秀”两大奖项。

作为全球颇具代表性和权威性的专业跑步期刊，跑者世界奖项深受全球跑者追捧，旗下的跑鞋实验室被认为是跑步界“奥斯卡”。值得一提的是，这是特步跑鞋连续两年在该评选中摘得殊荣。

据悉，160X PRO是2021年特步推出的顶级竞速跑鞋之一，专为精英运动员打造，号称“大神的PB战靴”。在2021年徐州马拉松比赛（奥运选拔赛）的男子前九名中，有7名运动员穿着该款跑鞋。其中，彭建华、杨绍辉、董国建三人赢得奥运入场券，他们的战靴无一例外都是160X PRO。

《跑者世界》为这双冠军战靴颁发了“2021年度推荐”大奖。在评选过程中，《跑者世界》对160X PRO进行了严苛的机械测试和路跑测试，在缓震性、推动力、结构设计等方面，160X PRO均表现优秀，达到世界顶级跑鞋的标准。

力诚食品上榜全国农产品包装标识典范名录

本报讯（记者 刘宁）日前，农业农村部农产品质量安全中心发布了《关于公布2021年全国农产品包装标识典范名录的函》，确认农产品包装标识设计、生产、加工、应用等323家单位纳入2021年全国农产品包装标识典范名录。其中，本土企业福建省力诚食品有限公司蟹柳袋装和主烤官（盐焗鸡蛋）两款产品包装入选名录。

据了解，该名录旨在推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产，不断促进农产品科学包装和清晰标识，全方位彰显展示农产品独有品质特性，实现农产品生产、物流、加工、消费包装标识生态环保优质化。

力诚食品方面介绍，力诚食品本次入选典范名录的两款包装，配合当下年轻人喜欢的流行元素和潮流风格，运用清新简洁的色彩和鲜活生动的品牌形象，在传递产品价值的同时，又不失韵味，增加了产品的价值感，能够吸引消费者眼球，提升产品和品牌的知名度。

力诚食品方面表示，未来，力诚食品将继续坚持“力造品质、客户至上”的经营理念，大力实施品牌年轻化战略，创新升级，用硬核品质谱写品牌新篇章。

中国品牌之都优秀供应商商讯

茂泰鞋底 MAOTAI SOLES
二次MD—户外鞋底、运动鞋底
RB—休闲鞋底、滑板鞋底
TPR—童鞋底、休闲鞋底
TEL: 0595-85196678

专业生产：一次、二次MD、RB、PU鞋底
东骏鞋材 DONGJUN SHOES MATERIAL
电话：0595-27193333 85090555

益昌鞋机 YICHANG SHOE MACHINE 专注鞋机 20年
地址：晋江市陈埭镇横坂村鞋都路1852号 电话：0595-85998889

爱丽卡 AILIKA 专业演绎精彩 韩国品质 晋江制造
热熔丝、TPU丝、TPEE丝、尼龙单丝
地址：晋江国际鞋纺城B区一号街11-12
电话：0595-85872288

红日袜业 RED SUN | AUN 爱优恩 高端袜销量全网领先*
*数据源于2020年10月30日天猫旗舰后台数据统计
欢迎咨询 0595-85672115

CRSANO® CASANO®
防霉纸 不干胶纸 防霉片
——福建华赢化工有限公司
TEL:0595-86055555 FAX:0595-82978888

富乐海波丽 HI-POLY
富乐鞋材
品质 信任 环保 创新

优秀供应商商讯发布平台
咨询热线：15880722026