



晉江經濟報微信公眾號



晉江新聞網微信公眾號

2022年2月23日 星期三
农历壬寅年 正月廿三

JINJIANG ECONOMY NEWS

晉江經濟報

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版

第3273期

晉江新聞網

www.ijjnews.com

編者按:北京2022年冬奧會已經落下帷幕,這屆盛會閃耀着不一樣的中國自信,無處不在的中國製造更是驚艷了世界。晉江製造亦在冬奧會上交出了靚麗成績單。

前有晉江跑鞋、拉鏈、紙巾上“天宮”,後有晉江品牌科技冬奧立功,每逢國家需要時,晉江製造從不缺席。而在此次冬奧會上,晉江製造更是有着質的飛躍,折射出晉江實體產業整體的科創水平。為此,晉江經濟報推出“北京冬奧會晉江建功觀察”系列報道,呈現晉江製造在冬奧會臺前幕後的建功力量,展現晉江實體產業發展的科創內核。

晉江力量

——北京冬奧會晉江建功觀察之一

本報記者 柯國笠



在北京冬奧會這場盛會上,不僅中國健兒表現突出,以安踏、盼盼、舒華等為代表的晉江製造也“火”了,而且是從頭火到尾!

從開幕式上國際奧委會主席巴赫致辭時身着的羽絨服,到谷愛凌創造中國雪上運動奧運金牌歷史的競賽裝備;從奧運村裏運動員鍛煉時用的健身設備,到VLOG上各國健兒分享的休閒零食;還有運動員、志願者使用的紙巾、濕巾,以及一“墩”難求的毛絨玩具……冬奧期間的“吃”“穿”“用”“玩”,晉江品牌無處不在,用晉江力量助力這場“家門口”的盛會。

無處不“穿”

服裝冬奧會上最為顯見的,也是最重要的產品。一套輕便保暖、美觀舒適的制服裝備,是成功辦賽的重要保障,也是賽場上最美麗的風景。

作為本屆冬奧會上的高光人物,谷愛凌穿着安踏自主研发設計的雪服,身背其親自設計的“中國龍”圖案,凌空一躍的場景,深深印在了國內外觀眾的腦海中。安踏更是借着這股“頂流”效應,多次衝上微博熱搜、抖音熱門。其中,2月8日,谷愛凌奪得自由式滑雪女子大跳臺金牌那一天,安踏微信指數達到2.05倍。

在專業競技領域,在北京冬奧會的15大賽項中,安踏為短道速滑、速度滑冰、鋼架雪車、雪車、雪橇、冰壺、花樣滑冰、越野滑雪、高山滑雪、單板滑雪平行大回轉、單板滑雪大跳臺坡面障礙技巧、冰球等12支中國運動隊,打造了專業比賽裝備,是本屆奧運會上支持中國國家隊比賽裝備最多的運動品牌。

不僅僅是競賽服裝,北京冬奧會上,安踏無處不“穿”。

當國際奧委會主席巴赫身穿安踏設計制造的制服致辭時,迅速被衆多網友“種草”。在安踏天貓旗艦店、微博、微信、抖音等多個公共對外平臺,求購同款羽絨服的呼聲不斷。

從參賽者到裁判員,從國際奧委會主席到央視轉播員,從志願者到火炬手……安踏提供了中國代表團領獎裝備、火炬手服裝,還囊括國際奧委會官方制服,等等。在整個北京冬奧會比賽日,安踏持續“打卡”各項賽事,在賽場內外,成為“出

勤率”“出鏡率”最高的品牌。

“這是一場‘家門口’的體育盛事。作為支持中國體育多年的專業運動本土品牌,安踏有責任為這場盛事出一份力,這也是我們的使命。”安踏方面表示。

“食”分享受

民以食為天,“食”一直都是賽事舉辦的重要保障。在本屆冬奧會上,晉江品牌“盼盼”也無處不在。

在運動員居住的奧運村、各比賽場館休息間、國際官員下榻酒店、國宴接待現場等地,甚至在賽後媒體集體采訪現場,都有晉江品牌“盼盼”食品的身影。

在單板滑雪U型場地賽後媒體采訪現場,美國選手“求投食”的一幕被中國網友廣泛傳播;同時走紅的還有瑞典越野滑雪運動員延斯·布爾曼,他化身零食測評達人,在自媒體平臺發布的冬奧會盼盼零食“開箱”分享VLOG視頻長達8分鐘;捷克運動員拍攝的冬奧VLOG中,盼盼食品C位出鏡;英國運動員則在社交平臺上興奮地展示盼盼食品豐富的零食庫……在這些視頻中,國內外網友看得直呼“真香”,不少網友詢問零食品牌。

作為官方贊助商、獨家供應商,晉江品牌盼盼食品供應了32種符合“奧運標準”的產品。在整個冬奧會和冬殘奧會上,盼盼預計提供超過2000萬枚(袋)的冬奧保障產品。

“我們專門開發能量燕麥棒、凍幹方便面等產品,最大限度考慮營養和方便等特性,讓運動健兒能更加迅速地補充體能。”盼盼食品集團董事長助理宋長鎮介紹。

“用”心晉造

同樣通過短視頻默默走紅的,還有恆安集團旗下的心相印品牌。記者在多個社交平臺上看到,在志願者、參賽運動員發布的冬奧會日常生活視頻中,常有心相印消毒濕巾、紙巾等產品出現。

據悉,心相印提供的產品,被放置在冬奧村的餐廳、訓練基地、會議室等多個場所,為運動員、志願者們提供基礎消毒和衛生防護。

對此,恆安集團方面表示,作為集團旗下的王牌產品,心相印一直以來在消費者中有很廣的覆蓋面和很高的知名度,此次被“官方”選用,是對該品牌品質的認可,也是市場的選擇。

而在運動健兒經常打卡的健身中心,晉江品牌舒華體育則是主角。

作為北京冬奧會的官方贊助商,舒華為三大奧運村健身中心提



2月19日晚,在北京2022年冬奧會花樣滑冰雙人滑自由滑決賽中,盼盼食品品牌代言人隋文靜/韓聰組合,憑着出色的發揮以239.88分的成績奪得冠軍,為中國隊收獲本屆冬奧會的第9枚金牌。 圖片來源:新華社

供了近千件器材,產品類別涵蓋有氧訓練、力量訓練、體能訓練等系列,為來自全球的冬奧運動員提供全面訓練保障和服務,滿足不同項目類型運動員的健身需求。

不僅如此,舒華體育還針對雪上項目比賽特點,為張家口冬奧村中國隊駐地專門提供了掛片式大腿深蹲訓練器、動感單車、高端劃船器、瑜伽墊等專業訓練器材,幫助運動員更好地進行熱身和恢復訓練。

“玩”墩有我

本屆冬奧會上,最火的明星除了奪金的運動健兒,還有晉身“全民網紅”的冬奧會吉祥物“冰墩墩”。無論線上線下,“冰墩墩”相關產品都賣脫銷,造成一“墩”難求的局面。

其中,最火的當屬毛絨版“冰墩

墩”。記者在天貓奧林匹克官方旗艦店看到,毛絨款“冰墩墩”在首頁已經看不到,暫時被下架。後臺客服告訴記者,由于產品火爆,暫時不上架。

作為“冰墩墩”特許生產商,晉江恆盛玩具也隨着“冰墩墩”從國內火到國外。

這個30年專注毛絨玩具生產的晉江實體製造企業,在不到一周的時間內,訂單量突破百萬,檔期排到了4月。

恆盛玩具董事長許文杰表示,“‘冰墩墩’是北京冬奧會的象徵,也是中國製造的象徵,所以我們要從細節做起,做到完美。”對於恆盛而言,通過奧運會吉祥物,讓“晉江製造”走向全球,此舉的意義,已經超越製造玩具本身。

福建省影視文化傳媒行業協會拍攝基地揭牌

本報訊(記者 沈茜)近日,福建省影視文化傳媒行業協會拍攝基地揭牌儀式暨晉江市影視產業文化沙龍在梧林傳統村落舉行,此舉將進一步促進晉江影視產業發展,系統提升晉江城市形象。揭牌儀式後,舉行了晉江市影視產業文化沙龍活動。

據了解,今年,晉江將圍繞“產城人”融合,聚力推進影視產業發展,吸引影視企業在晉江生產創造一批有影響力的影視劇目,加強城市形象宣傳和旅游推介,推動文體旅融合發展。

公共服務領域,率先打造一批應用場景示範工程。

聚焦支撐保障,構築最優發展生態。策劃實施百大重點項目,總投資超千億元,滾動推進一批新一代信息技術、智能裝備大項目落地建設投產。推進科創人才集聚、碩博人才倍增、技能人才振興三大行動,探索海外柔性引才、建設“人才飛地”,加強數字經濟領域重點專業和學科建設;制定出臺促進數字經濟發展專項政策,引導各類投資基金優先向數字經濟領域傾斜。高頻次舉辦數字峰會、技術沙龍、研討交流、教育培訓,啟迪“數字思維”,強化“數字意識”,激發“數字熱情”。

數字驅動變革,智能引領未來。當前,晉江已經全面吹響數字化轉型號角,開啟數字賦能高質量發展大幕。接下來,晉江將以更加主動的姿態,擁抱數字時代,共享智能成果!

未來三年,晉江數字經濟這麼幹

保到2024年,超250家示範企業導入工業互聯網平臺技術資源,培育省級以上工業互聯網應用標杆企業8家以上,20家以上企業應用工業互聯網標識解析體系。引導國際鞋紡城、海峽五金、海西家居建材等專業市場,在經營業態、購物體驗、交易方式、銷售渠道等方面實現全方位數字化升級;爭取設立全國紡織鞋服供應鏈信易貸服務平臺,創建全省金融服務實體經濟試點縣(市)、商貿服務型國家物流樞紐。

聚焦數字產業化,搶占經濟發展新賽道。重點依托集成電路產業基礎,瞄準上下游配套及下游終端應用

領域,每年策劃不少於100個對接項目,簽約落地產業鏈項目20個以上,確保到2024年,集成電路產業產值達200億元。

推動華為、SAP等平臺服務提質擴面,引進昆侖芯、中海創等國內領先平臺,培育本土化5G智能制造服務企業,集聚一批從事數據采集、工業軟件、系統集成、安全防護的工業互聯網服務商,三年內引進集聚15家以上華為生態合作伙伴或工業Saas(軟件即服務)應用合作伙伴。組建產業大數據運營公司,落地中國紡織鞋服行業大數據中心,探索數據交易、結算交付、資產管理等新模式,乘勢培育數據要素市場。

聚焦城市數字化,創新提升智慧治理水平。加快政務雲平臺建設,主動承接省市政務數據資源共享試點,到2024年,全面完成本級所有政務應用系統改造。推進“一網通辦”“一網統管”,到2024年,基本實現企業類事項網上辦、個人類事項掌上辦、高頻政府服務事項“兩個免提交”(凡是本級政府部門核發的材料,原則上一律免于提交;凡是能够提供電子證照的,原則上一律免于提交實體證照);聚焦“城市大腦+未來社區”,統籌智慧城市項目建設和集中運營,實現城市各領域智能化管理、運行和服務。在醫療健康、養老服務、教育事業、綜合交通、文體旅游、社會保障等高頻