

“天猫TOP品牌力榜”发布 安踏、斐乐、特步等品牌在列

本报讯（记者 柯国笠）日前,国内电商平台天猫旗下研究机构天猫品牌力研究所发布“2021—2022 天猫TOP品牌力榜”,其中,斐乐(安踏集团旗下品牌)、安踏、特步3个晋江企业旗下品牌跻身运动户外榜单。除此之外,泉州企业中,还有匹克、九牧上榜。

据悉,该榜单是天猫官方首次以消费者心智为主视角发布的品牌力榜单,聚焦食品饮料、服装内衣、时尚鞋靴、箱包饰品、运动户外等十二大消费品市场。

该榜单计算模型是基于过去5年天猫在企业数字化经营的经验,在品牌人群资产指标(FAST)的基础上,从品牌人群心智指数(NEO),即创新力、沟通力、价值力三个角度,衡量品牌在目标消费者中的独特心智,从而评选出各自类目榜单。

作为国内最大的电子商务平台,天猫平台的榜单也代表了晋江企业旗下品牌在电商领域的一定实力。

冬奥期间,安踏集团方面在电商平台上的表现也证明其品牌力在过去一年中的进一步提升。

资料显示,2月4日至2月15日,安踏官方旗舰店在天猫平台的交易总额排名居榜首。其中,冬奥国旗款相关产品备受追捧,店铺奥运相关主动搜索量每日增量达50万~170万。

此外,在微博、抖音、快手、微信等社交平台矩阵上,安踏均表现亮眼,总曝光量达220.2亿次、总阅读量211.5亿次、总视频播放量58亿次,官方社交媒体矩阵总增粉量达225.7万,收获了大量关注与好评。

与此同时,另一晋江代表品牌特步在去年也表现不俗。依托国潮红利,特步近年来通过跨界合作等方式,持续突破品牌上限,获得市场的认可。特步国际2021年净利润预计大幅增加不低于70%,综合收入亦大幅增长。2021年第四季度,特步主品牌零售(包括线上线下渠道)与上年同期相比增长20%~25%。

晋江品牌的表现折射出近年来国货品牌整体发展的良好态势。

在此次上榜品牌中,国货品牌占比为52%。其中,国货品牌占比超过70%的品类依次是食品饮料、家居/家装、大小家电、男女装/内衣、时尚鞋靴、母婴亲子。

天猫品牌力研究所方面认为,相较于国外品牌,国货品牌在销售规模上优势明显,但心智的驱动与国外品牌还存在一定差距。

在GenZ（Z世代）的品牌力Top100品牌清单中,尽管国货品牌的心智也不及国外品牌,但是差距较整体人群要小,说明年轻人对国货的认可度更高;具体而言,国货在GenZ中的粉丝/会员粘性、推荐分享意愿和复购率都高于国外品牌。

同时,该机构认为,年轻消费者的民族自豪感和文化自信心的快速提升使得他们更多地购买和选择国货,而且在年轻人的消费观念中,国货不再是质量差、无特色的代表。

安踏官方旗舰店 冬奥会期间销售额增长29%

本报讯（记者 柯国笠）北京冬奥会成功举办的同时,也带动多个赞助商品品牌销售增长。近日公布的淘系数据显示,晋江企业安踏集团冬奥会期间受益明显,旗下品牌安踏的淘宝官方旗舰店在2月4日至18日(北京冬奥会期间),销售额达1.04亿元,较1月20日至2月3日(北京冬奥会前夕)的销售额8049万元,增长了29%。

此外,安踏2月4日到19日的销售额和销量数据出现了多个峰值,同时在多个数据平台上,其“声量”也创下历史新高。

资料显示,北京冬奥会期间,安踏官方旗舰店在天猫平台的GMV(商品交易总额)排名居于榜首。其中,冬奥国旗款相关产品备受追捧,店铺奥运相关主动搜索量每日增量达50万~170万,安踏冠军、国旗款产品不仅实现价格上限的极大突破,也获得不少消费者的认可。

奥营销红利的成功转化,成为本届冬奥会赛场内外品牌的重点。东兴证券研报称,“据淘系数据显示,冬奥会开幕式(2月4日)至2月15日,奥组委赞助商安踏官方旗舰店增速44%,在高基数之下的增速表现仍然优异。

另一方面,开源证券的研报称,开幕式对安踏的“种草效应”也较明显。

该机构表示,“据生意参谋数据,受冬奥会开幕式热度影响,2月4日至5日,京东安踏官方旗舰店羽绒服成交额同比增长203%,迪桑特羽绒服成交额同比增长196%。天猫安踏官方旗舰店排名前10的产品中,具有国旗标、奥运标的冠军系列及国旗款产品成交额高增长。”

不仅仅是安踏,北京冬奥会带动了整个冰雪产业一定程度的发展。据携程网数据统计显示,2月4日,以“冬奥”为关键词的搜索热度增长200%,春节前三天的滑雪门票订单与去年相比增长33%。

此外,天猫数据显示,从除夕到正月初四,天猫滑雪装备同比增长超180%,冰上运动品类同比增长超300%。魔镜数据显示,春节前夕的1月份,天猫平台滑雪装备销售额达1.88亿元,同比增长66%;滑雪服销售额达1.27亿元,同比增55%。

有业内人士认为,北京冬奥会带来的冰雪热度将持续一段时间,在这场盛会上,本土品牌实现了一定程度上的跃升,特别是进一步提升了品牌美誉度。

泉州晋江国际机场 发放百万旅游补贴

本报讯（记者 施珊妹）近日,由深航泉州分公司协同泉州晋江国际机场共同举办的深航航班“百万旅游补贴公益行”系列活动首站在池店启动。

据悉,本次活动,深圳航空联合泉州晋江国际机场发放深航承运的晋江机场始发航班百万旅游补贴现金抵用券(每户派发1000元抵用券,每张抵用券金额100元,共计10张)。首批补贴面向池店村村民,为他们送去福利。

记者了解到,本次启动会标志着2022年深航航班“百万旅游补贴农村公益行”系列活动正式开启。未来一年,深航泉州分公司将持续开展深航航班“百万旅游补贴公益行”系列活动,计划走进20~50个村落地,同时将开展走进社区活动,给广大市民带来旅游补贴。



受益北京冬奥会,安踏淘宝官方旗舰店销售额增长明显。(资料图片)

弥补泳装淡季短板 挖掘产业价值空间 跨境品牌泳装产能对接会举行

本报讯（记者 施珊妹 吴晓艳）昨日,跨境合规五步曲暨跨境品牌泳装、瑜伽产能对接会举行。

据了解,该活动由晋江市工业和信息化局、英林镇人民政府主办,晋江市泳装产业协会、英林镇泳装时尚小镇人才驿站承办,吸引超百名相关企业代表参与。

作为外贸新业态,跨境电商近年来发展迅猛。为助力企业联通全球,抓住跨境电商的机遇和趋势,活动现场开展SHEIN泳装、瑜伽服产能对接会,以泉州市工业和信息化局做指导单位,并邀请福建恒邦企业总经理、省商务厅外贸实务导师王臻讲解跨境全流程合规问题。

“2021年,SHEIN在泳装品类订单总量达8800万套,但晋江地区的下单量只有1400万套,仅占16%,这说明晋江地区的产业带还有足够大的潜力。我们希望晋江地区的供应商可以和我们共同努力,在今年实现下单量突破3000万套。”广州希音国际进出口有限公司招商部相关负责人罗婷苑表示。

据悉,作为全球快时尚电商领先品牌平台,SHEIN拥有来自全球150个国家和地区的消费者,2021年销售额已破千亿美元,同时在广州、新加坡、洛杉矶及其他主要市场设有运营中心,对想要尝试跨境电商的企业是个很好的选择。

现场,罗婷苑向企业代表介绍了SHEIN平台的优势、能为企业提供的帮助,以及在供应商选择上的条件等。

随着跨境电商行业大爆发,企业、工厂、个体工商户纷纷加入到该行业,各类问题也逐渐显现出来,其中,如何合规运营已成为当下热点问题。“资金流不合规,如收入未税,存在被迫缴税款风险;收入来源不合法,就有可能导致银行账户被冻结,款项无法取出。”现场,王臻就平台运营合规、经营主体合规、通关模式合规、资金流合规、财税合规等五个方面分别进行举例说明。

记者了解到,平台经营要合规,就要按平台经营规则去经营;经营主体要合规,除了做一般贸易外,可以通过跨境无票免税模式;通关模式要合规,在一般贸易模式外,可以选择跨境电商B2B(“9710”“9810”)模式、跨境电商B2C(“9610”)模式和市场采购(“1039”)模式;资金流要合规,资金要么通过公司账户,要么从合规的第三方收款渠道,要么通过离岸公司的账号进行;财税方面要合规,有票就做出口退税,没有票就做出口免税。

活动还邀请了晋江市工业和信息化局相关工作人员对产

凤竹等十多家晋企产品 获中国流行面料优秀奖

本报讯（记者 施珊妹）近日,第47届(2023春夏)中国流行面料入围评审榜单揭晓,凤竹、劲派精编、向兴、联盛、三福、三六一度等十多家晋企上榜,荣获面料优秀奖。

据悉,在第47届(2023春夏)中国流行面料入围评审中,共有4200余款产品角逐大奖,在时尚性、功能性、生态性、商业性等方面展开比拼。经过专家评审团的严格评选,最终产生多个面料奖项。

作为纺织面料领域的代表性赛事和面料流行方向,中

第106届全国糖酒商品交易会 延期至4月举办

本报讯（记者 刘宁）昨日,第106届全国糖酒商品交易会组委会对外发布,将原定于2022年3月24日—26日举办的第106届全国糖酒商品交易会(以下简称“春糖”),延期至今年4月举办,举办地点及形式不变,具体开展时间另行通知。

据悉,春糖延期主要是由于近期疫情防控需要,同时也是为切实保障参会客商健康安全,保证展会交流和交易效果。大多准备参展的晋江企业

表示,当前来看,展会延期带来的影响不大。亲亲食品相关负责人表示,春糖延期对企业而言没什么影响。该负责人透露,今年,亲亲食品计划在春糖上继续推新品。该公司参加春糖的主要目标还是薄弱区域的招商,目前正在紧锣密鼓地筹备参展的相关细节。

记者了解到,后续,组委会将密切关注疫情发展变化,与相关部门保持紧密沟通,积极协调各方力量,全力做好展会的各项筹备工作。

业经济扶持政策进行讲解。

“现在这个阶段是整个泳装产业逐步进入淡季的时候,所以在新年伊始,协会希望通过直接跟跨境品牌平台对接,为企业带来订单。直接跟SHEIN开展产能对接会,无论是对企业,还是平台方来说,都有好处,能让双方的合作模式更透明。同时,活动邀请恒邦为大家分享跨境合规‘五步曲’,可以提升企业跨境出口的操作能力,进一步区分传统外贸和跨境出口的不同,帮助企业合规运作、规避风险。”晋江市泳装产业协会副秘书长施芳芳表示。

晋江千航服饰有限公司总经理吕敦坦告诉记者,该公司过去做的是传统外贸,这些年生产成本越来越高,企业利润越来越薄。因此,公司多方位寻求突破,去年开始接触跨境电商,希望从中获得更多具有溢价的订单。此次活动,引进的资源,能够帮助自己做更多了解,对接更多产能。

