



晉江經濟微信公眾號



晉江新聞微信公眾號

2022年3月4日 星期五
农历壬寅年 二月初二

JINJIANG ECONOMY NEWS

晉江經濟報

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版

第3280期

晉江新聞網

www.ijnews.com

安海古鎮入選《中國古鎮》特種郵票
晉江元素首登“國家名片”

安海鎮鎮區鳥瞰圖一角。本報記者 秦越攝

本報訊（記者 林伊婷 張志耐）晉江元素首登“國家名片”——安海古鎮作為《中國古鎮（四）》特種郵票的其中一枚，將於今年5月19日正式發行。

2日，記者從晉江郵政公司了解到，經國家郵政局、中國郵政集團有限公司批准，《中國古鎮（四）》已被正式列入《2022年紀特郵票發行計劃》。該套郵票一套4枚，其中一枚正是晉江安海古鎮。這也是晉江元素首次入選國家題材郵票發行。

中國郵政集團有限公司晉江分公司集郵與文化傳媒部負責人劉雅蓉介紹，《中國古鎮》特種郵票由中國郵政於2013年5月19日首次發行，至今累計發行三組，其中第一組8枚、第二組6枚、第三組4枚，已發行的郵票皆採用膠雕印刷，規格較高，是郵政的重點題材。

“此次晉江安海古鎮可以登上‘國家名片’實屬不易。這也是新中國成立以來，以泉州為主題的第5套特種郵票，更

是以晉江為題材的首枚特種郵票。”劉雅蓉說，安海古鎮入選特種郵票，對於展示、推介晉江、安海人文歷史風貌，提升晉江知名度，助力晉江文化旅游等方面都具有重要和深遠的意義。

郵票是“國家名片”，每年發行套數、枚數都十分有限，發行的題材和內容有着嚴格的要求和審批程序，地方題材想登上國家郵票更是難上加難。記者了解到，安海古鎮郵票的申報之路，晉江走了5年之久。

早在2017年，晉江市就積極謀劃推動安海古鎮郵票申報工作。其間，安海鎮歷屆主要領導都高度重視，牽頭組織參與申報工作。在首次申報落選後，晉江、安海沒有氣餒，在泉州郵政公司、晉江郵政公司及各級郵政主管部門的指導、支持下，進一步梳理申報流程、總結申報經驗、完善申報材料，並於今年成功入選。

安海地處晉江西南部，於公元1130

年建鎮，迄今已892年。2019年1月，安海成功入選第七批“中國歷史文化名鎮”。全國重點文物保護單位安平橋、龍山寺坐落在安海，現有各類文物54處。2008年6月，安海端午“嗦啰哩”習俗被列為國家級非物質文化遺產名錄，同時擁有各級非物質文化遺產代表性項目名錄16個。

記者了解到，近年來，安海主動站位、自覺融入晉江發展全局，深耕安海古鎮獨特而深厚的人文歷史底蘊，以文化凝聚力、以合力激活力，積極推動古鎮的保護、文化的傳承、名鎮的振興，建功新時代。

安海鎮主要領導表示，安海古鎮登上“國家名片”，這是對安海的肯定，激發了“安平古鎮，海絲名城”的文化自信、贏得城鎮榮譽，安海將認真研究、用好這一片名片，積極推動安海城鎮美譽度和文旅吸引力進一步提升，釋放更大的發展效益。

新塘晉新社區完善公共服務設施建設
四個小區移交23846平方米公益性用房

本報訊（記者 許春 陳巧玲 通訊員 蔡玉玲）2日下午，晉江新塘街道舉行晉新社區公益性用房移交儀式，4個建成小區向社區移交公益性用房建築總面積達23846平方米，其中包含3所公辦幼兒園。這也是新塘街道貫徹落實省委“三提三效”行動的具體舉措。

1月29日，晉江市政府批准成立新塘街道晉新社區。新塘街道隨即抽調精幹力量進駐該社區臨時辦公點，開啟晉新社區高標準建設新型智慧社區之路。

據悉，晉新社區於晉江經濟開發區新塘園中誕生，總規劃面積2平方公里，擁有“八橫四縱”交通路網、5個現代化小區（其中一個在建）和



晉新社區一角

74家企業等先天“硬核”條件。今年秋季，社區裏的第九實驗小學、第九實驗幼兒園將正式投用并開辦招生。

“社區籌建工作啟動後，我們重點從強化社區治理、協調業主落戶、理順教育招

生等民生問題入手，深度推動社區建設。”新塘街道相關負責人表示，目前，社區落戶已可以辦理，九小、九幼招生簡章正在制定，社區黨支部成立、“黨建+鄰裏”中心落地、道路交通秩序整治提升

等工作也在加快推進。

在晉新社區寶龍世家等小區，一批業主正在裝修新房，在此落戶安家。據悉，5個現代化小區含住宅9282戶，全部入住後預計居住人口可達2.3萬人。

而此次社區公益性用房的移交，也是深化黨建引領、強化社區治理、規範小區公共服務設施建設管理的關鍵一步。

記者了解到，這批公益性用房不僅將建設3所公辦幼兒園，還將用於建設社區綜治中心、醫療、文化、體育、養老等公共服務設施，切實提升基本公共服務的便捷性、可達性，破解入學難、就醫難、運動難等問題。



本報訊（記者 曾舟萍 陳巧玲 通訊員 陳詩穎）近日，晉江市“太極拳進學校訓練基地”授牌和簽約儀式，在池店鎮金山小學舉行。這是晉江市太極拳協會首次為學校授牌，也是該協會響應國家優秀傳統文化進校園的號召，探索太極拳進學校的又一創新舉措。

“太極拳作為國家級非物質文化遺產，入選世界非物質文化遺產名錄，集頤養性情、強身健體、技擊對抗等多種功能為一體，是世界公認的男女老少皆宜的武術運動項目。金山小學訓練基地成立後，我們一定不負眾望，傾力教學，使每位在訓練基地練習太極拳的師生終身受益，並成為培養太極拳優秀人才的搖籃。”晉江市太極拳協會會長施培紅說，近年來，晉江市太極拳協會致力於弘揚太極拳文化、推動太極拳運動的普及。今後，將努力與更多學校合作，將這一優秀傳統文化在“娃娃”中傳承和發揚。

晉江產經商訊

主办/《晉江商人》杂志

本報訊（記者 柯國笠）日前，國內電商平臺天貓旗下研究機構天貓品牌力研究所發布“2021—2022天貓TOP品牌力榜”，其中，斐樂（安踏集團旗下品牌）、安踏、特步3個晉江企業旗下品牌躋身運動戶外榜單。

除此之外，泉州企業中，還有匹克、九牧上榜。

據悉，該榜單是天貓官方首次以消費者心智為主視角發布的品牌力榜單，聚焦食品飲料、服裝內衣、時尚鞋靴、箱包飾品、運動戶外等十二大消費品市場。

該榜單計算模型是基于過去5

“天貓TOP品牌力榜”發布
安踏、斐樂、特步等品牌在列

年天貓在企業數字化經營的經驗，在品牌人群資產指標（FAST）的基礎上，從品牌人群心智指數（NEO），即創新力、溝通力、價值力三個角度，衡量品牌在目標消費者中的獨特心智，從而評選出各自類目標榜單。

作為國內最大的電子商務平臺，天貓平臺的榜單也代表了晉江企業旗下品牌在電商領域的一定實力。

冬奧期間，安踏集團方面在電商平臺上的表現也證明其品牌力在過去一年中的進一步提升。

資料顯示，2月4日至15日，安踏官方旗艦店在天貓平臺的交易總

額排名居榜首。其中，冬奧國旗款相關產品備受追捧，店鋪奧運相關主動搜索量每日增量達50萬~170萬。

此外，在微博、抖音、快手、微信等社交平臺矩陣上，安踏均表現亮眼，總曝光量達220.2億次，總閱讀量211.5億次，總視頻播放量58億次，官方社交媒體矩陣總增粉量達225.7萬，收獲了大量關注與好評。

與此同時，另一晉江代表品牌特步在去年也表現不俗。依托國潮紅利，特步近年來通過跨界合作等方式，持續突破品牌上限，獲得市場的認可。特步國際2021年淨利潤預計

大幅增加不低於70%，綜合收入亦大幅增長。2021年第四季度，特步主品牌零售（包括線上線下渠道）與上年同期相比增長20%~25%。

晉江品牌的表現折射出近年來國貨品牌整體發展的良好態勢。在此次上榜品牌中，國貨品牌占比為52%。其中，國貨品牌占比超過70%的品類依次是食品飲料、家居/家裝、大小家電、男女裝/內衣、時尚鞋靴、母嬰親子。

天貓品牌力研究所方面認為，相較於國外品牌，國貨品牌在銷售規模上優勢明顯，但心智的驅動與國外品

牌還存在一定差距。

在GenZ（Z世代）的品牌力Top100品牌清單中，盡管國貨品牌的心智也不及國外品牌，但是差距較整體人群要小，說明年輕人對國貨的認可度更高；具體而言，國貨在GenZ中的粉絲/會員粘性、推薦分享意願和復購率都高於國外品牌。

同時，該機構認為，年輕消費者的民族自豪感和文化自信心的快速提升使得他們更多地購買和選擇國貨，而且在年輕人的消費觀念中，國貨不再是質量差、無特色的代表。