共9350万元 234家晋企获研发投入分段补助

本报讯（记者 柯雅雅）“我们去年获得了研发投入分段补助，今年也递交了申请。”优安纳伞业科技有限公司副总经理丁敬堂告诉记者，近年来，优安纳商业研发投入呈现逐年增长的状态，研发费用分段补助是对企业科技创新的激励，一定程度上减轻了企业研发费用的成本。

记者昨日从晋江市科技局获悉，今年企业研发投入分段补助已完成申报。在疫情冲击下，申请企业数和申请金额均较去年大幅提升。目前，晋江市共有491家企业提交申请，申请补助资金2.08亿元。

去年，晋江市共为234家企业发放2020年度研发投入分段补助资金9350万元，分别同比增长120%和54%；规上企业研发投入增长24.5%，达44.8亿元，增幅系全省平均水平的2倍，规上企业研发投入总量占泉州的三分之一。安踏、百宏、信泰等5家企业入选全国民营企业研发投入、发明专利500强。

近年来，晋江围绕强化企业创新主体，实施规上企业“三个覆盖”（研发活动、研发机构、发明专利）工程，狠抓科技政策扎实落地，激励企业加大研发投入，促进创新要素向企业聚集。

企业研发投入分段补助政策，便是“助推器”之一。据悉，企业研发投入分段补助，是对当年度研发经费支出达50万元（含）以上的规模以上企业和规模以下高新技术企业，按照研发经费的2%~10%给予补助，由省、市、县按照3∶3∶4比例分摊，补助资金上不封顶，鼓励企业加大研发经费投入，充分发挥科技创新主体作用。

“通过享受科技创新‘红利’，可以倒逼企业更加注重研发投入、人才培养，以及自主创新，助力转型升级、高质量发展。”晋江市科技局相关负责人表示。

信泰集团化验中心，工作人员在做实验。 本报记者 董严军 摄

福建省纤检中心开展线上技术培训

本报讯（记者 施珊妹）近日，福建省纤维检验中心应新疆维吾尔自治区纤维质量监测中心邀请，开展纺织品检测技术和纺织仪器计量校准线上系列培训。

该培训由中心多名工程师、高级工程师主讲，为期三天共6个场次课程，内容涵盖纺织品国强标GB 18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》和GB 31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》标准解读、成分定性定量体系介绍、纤维成分系统鉴别法、特种动物纤维定性定量分析和实操训练等五个主题。课程从标准解读、纤维基础知识普及、纤维成分检测方法介绍、仪器操作和实操视频等多个方面搭建系统学习框架，与检测实例相结合，针对日常纤维检测技术难点开展交流讨论。同时，针对耐洗色牢度试验机、摇黑板机、缕纱测长机、八篮烘箱、单纱强力机等5种仪器进行校准规范解读、所用标准器展示、校准方法介绍，并对技术难点进行交流讨论。

源泰皮革开展“消防灭火、逃生、救援”演练

本报讯（记者 施珊妹）日前，晋江源泰皮革有限公司开展2022年“消防灭火、逃生、救援”演练，以进一步加强公司消防安全工作，提升广大员工的消防安全意识，增强员工防灾及突发事件的应急处理能力。

现场，随着消防警铃响起，全体员工立即停下手中的工作，用湿毛巾捂住口鼻，弯腰低身，按照逃生路线有序逃生，疏散至安全地带。逃生过程中，浓烟滚滚，如有人发生窒息昏迷，应当及时救援。为此，晋江市应急局专家针对此类昏迷人员的初步救援进行培训。

根据经验，大多数的重大火灾事故都是由于未及时扑灭的小火灾演变而成，因此，火灾前期的火情控制显得尤为重要。现场，晋江市应急局专家还对所有员工进行消防器材使用培训，力求做到防患于未然。

演练结束后，晋江市应急局相关工作人员对本次“消防灭火、逃生、救援演练”做总结。

源泰皮革方面表示，通过此次“实战”演练，切实提高了全体员工的安全防范意识，锻炼了突发火灾时的应变、逃生技能，增强了自我保护能力，为员工筑起了一道生命的“防火墙”。消防演练，防患于未“燃”，在今后的工作中，源泰皮革将结合安全管理部门不定期组织消防演练活动，让安全始终常伴。

安踏位列鞋服行业竞争力品牌榜首

本报讯（记者 柯国笠）近日，中经传媒智库、中国经营报、商学院杂志联合英敏特、贝恩公司、里斯全球、蓝色光标销博特等知名机构、专家共同评审，发布了《2022年国品竞争力白皮书》及榜单。安踏位列鞋服行业竞争力品牌榜首。

据悉，该榜单以定性研究、定量研究与网友投票相结合的方式，分品类（行业）进行研究，通过对企业的销售规模与同比增长率、超值盈利能力、商业模式创新性、消费者情感认同度等四个维度进行分析，最终，12个行业共120家企业入选“2022年国品竞争力榜”，入围企业全部为上市公司。

主办方表示，鞋服品牌多，消费者选择也多，但很多都是冲动型消费，消费者缺少品牌忠诚度。因此产品力与创新力的持续发力，才是品牌实现长青的“护城河”。时尚感、独特性、功能性成为消费者选择的重要偏好，企业需要回归主业，做强产品才是王道。

安踏方面表示，长期主义是安踏始终坚持的理念。30多年来，安踏坚守实业，用科技创新赋能企业发展，保持市场领先地位和品牌活力，为中国品牌成为世界舞台上的佼佼者而不懈奋斗。

七匹狼连续22年茄克市场综合占有率第一

本报讯（记者 施珊妹）日前，在2022（第三十届）中国市场商品销售统计结果发布会上，七匹狼迎来一则喜讯。

会上发布了2021年度中国消费品市场销售领先品牌、连续20年及以上中国消费品市场销售领先品牌。七匹狼茄克衫荣获“2021年度同类产品市场占有率第一位”及“22年(2000-2021)同类产品市场综合占有率第一位”双料奖项。七匹狼凭借对茄克细分市场业态的深刻理解和数字化升级的成功践行，再度问鼎榜首——连续22年茄克市场综合占有率第一。

据悉，中国市场商品销售统计结果发布会由中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合主办，自1992年创办至今，是行业一年一度解析市场、研究发展、分享成果、宣介品牌的盛会。

晋江3个品牌上榜“消费者喜爱的中国品牌TOP100”

本报讯（记者 施珊妹）近日，在第五届中国品牌发展论坛系列活动上，“2022中国品牌日·我为中国品牌代言——消费者喜爱的中国品牌TOP100”正式发布。柒牌、361°、安踏三家晋江品牌上榜。

据悉，此次“2022中国品牌日·我为中国品牌代言”采用移动互动线上传播方式，该活动自2019年来已经连续举办四次。活动设置了11个代言场景，消费者可以通过上传照片和填写喜爱的品牌名称，生成专属代言海报。主办方梳理4月26日至5月5日期间的活动数据显示，代言总频次高达1700万次，参与人数突破50万。与大众消费相关的“食品酒水饮料茶叶、家居家具建材装饰、珠宝首饰奢侈品、纺织服装服饰鞋帽、交通出行、新经济（平台经济、智能穿戴）”等品类领域的品牌，消费者代言次数最多。代言的消费者中，“80后”“90后”“70后”比例位列前三，男性比例超过70%，所在区域以北京、广东、浙江、江苏、福建、上海居多。

根据消费者喜爱的中国品牌代言数据，主办方梳理出“2022中国品牌日·我为中国品牌代言——消费者喜爱的中国品牌TOP100”名单，并公开发布。主办方表示，希望通过线上的移动互动传播形式，开展“中国品牌日·我为中国品牌”代言主题活动，让消费者更加了解中国品牌、信任中国品牌、选择中国品牌、爱上中国品牌，让消费中国品牌成为一种社会新风尚。

抖音拟开放泳装直播赛道 晋企抢先机

本报讯（记者 施珊妹 实习生 周雨莲）为了帮助泳装制造企业用好直播红利、抢抓赛道先机，近日，在晋江市商务局和英林镇人民政府的指导下，晋江市泳装产业协会联合抖音服务商天盛传媒，举办晋江泳装产业带抖音专场交流会，就泳装企业入驻平台相关流程和政策进行宣讲。在严格落实疫情防控要求的前提下，50家泳装制造企业相关负责人到场参会。

会上，字节跳动大众消费行业总监廖李玮分享抖音泳装内衣直播的政策；天盛文化传媒培训部总监、兼职品牌直播项目运营负责人林虹晶对抖音官方服务商可以为企业带来的帮助和扶持进行介绍。

抖音App目前日活跃用户超5亿，是目前国内最大的直播电商平台之一，也是泳装企业关注的重要网上销售渠道。今年4月份，抖音平台对企业逐步开放泳装、内衣等特殊行业的直播带货业务。

“疫情对整个晋江泳装行业的影响还是挺大的，晋江市泳装产业协会希望借此机会，跟抖音对接，让生产型企业通过直播的渠道往终端发展，让企业进一步拓展国内市场，做到两条腿走路、国内外双循环。”晋江市泳装产业协会副秘书长施芳芳表示。

电商，讲究流量为王。字节跳动福建区域产业带服务商、天盛文化传媒运营总监庄志强告诉记者，抖音作为除微信之外，使用频率最高的App，其使用时间之长、使用频率之高，正是电商所需要的流量。“此前，由于泳装行业属性比较特殊，抖音平台一直没有对企业松口开放直播带货。近来抖音方面有消息称，有望于7月左右开放泳装直播赛道，商家可以入驻抖音进行直播，这对于泳装企业而言无疑是个机会。”

庄志强根据鞋服行业的数据做了一个预估：以鞋服行业为例，泉州地区月销能达到千万级别的商家目前有几家，百万级别的有一两百家。泳装在抖音平台上基本是空白，谁尽早介入，谁便有成为下一个月销千万级商家的可能。

“一方面，我们希望将抖音开放泳装赛道的消息告诉商家，帮助其尽早入驻享受抖音这个流量池；另一方面，我们也想向大家分享如何开店、如何把自己的店铺账号和团队培养起来，等到泳装赛道开放之后，商家就可以立即抓住风口去直播，抢占第一波流量，分得第一块蛋糕。”庄志强说。

对此，与会企业纷纷表示，此次对接抖音平台活动，成功打通泳装企业入驻平台的官方通道，企业可凭自有商标或者商标授权书在抖音开通旗舰店进行直播售卖，这对引导泳装传统外贸企业转型升级，加快培育具有国际竞争力、融合发展的产业集群，助推泳装行业内外贸一体化发展具有积极意义。

上市公司圈

许华芳增持宝龙商业100万股

本报讯（记者 王云霏）近日，宝龙商业公布，该公司董事会获许华芳（执行董事、董事会主席兼公司一名控股股东）告知，其于公开市场上购入公司合共100万股普通股，总代价约为546万港元（相当于每股股份平均价格约5.46港元）。紧随上述增持公司股权后，许华芳拥有4650万股股份的权益。

七匹狼质押7875万股公司股份

本报讯（记者 施珊妹）近日，七匹狼发布公告称，七匹狼控股股东福建七匹狼集团有限公司质押给中国银行晋江分行的公司股份已于2022年5月5日办理了解除质押，并于2022年5月6日办理了相同股数的再质押手续。本次解除质押及再质押股份数量均为7875万股，占公司总股本10.42%。

截至该公告披露日，福建七匹狼集团有限公司合计持有公司2.59亿股，占公司总股本的34.29%，累计质押公司股份1.31亿股，占公司股份总数的17.37%。控股股东及一致行动人共持有公司约3.02亿股股份，控股股东累计质押股份约1.31亿股，占控股股东及一致行动人所持股份的比例为43.52%，未超过50%。

利郎一季度销售取得中至高单位数增长

本报讯（记者 施珊妹）近日，中国利郎有限公司公布2022年第一季度营运业绩，期内，LILANZ产品的零售金额（按零售价值计算）与2021年同期比较取得中至高单位数增长。

百应控股股东一季度应占溢利315.77万元

本报讯（记者 施珊妹）近日，百应控股集团有限公司发布截至2022年3月31日的3个月业绩。公告显示，该集团取得收益1034.26万元（人民币，下同），同比增加54.94%；公司权益持有人应占溢利315.77万元，去年同期则亏损50.13万元。

百应控股公告称，收益增加主要由于包装及纸制品销售，以及食醋和酒产品制造的销售增加，部分被金融服务利息收入减少所抵销。

富贵鸟秋冬鞋服订货会落幕

本报讯（记者 施珊妹）近日，为期四天的富贵鸟2022秋冬鞋服订货会落下帷幕。本次订货会围绕“匠心筑梦 赋新而来”主题展开，为来自全国各地的代理商、经销商及合作伙伴们带来了全新的视觉体验、产品样式和科技成果。

鞋品订货会以通勤为主轴线，在摩登时尚与舒适内核的完美融合上，展现秋季新品。此外，女鞋方面，新中式婚庆系列融合精粹，夺目登场。

现场，主讲人带来2022鞋品流行趋势分享，并介绍秋季产品的主题与主推款式，综合展示了富贵鸟具有差异化和竞争力的设计风格。其中，女鞋秉持富贵鸟美学基因，细节精致，风格多样。专利ET Foam高回弹呼吸鞋垫，以超乎常规的软弹轻盈吸引了诸多关注。男鞋延续富贵鸟王牌通勤工艺，用创新科技赋予鞋呼吸感，唤醒追求舒适的自在表达。

基于多年沉淀市场的真实数据与经验，本次订货会富贵鸟男装精研类目，以“场景与时刻”凝练整体，通过四大区域全面展现新季男装型格。

富贵百年橱窗则立足东方牡丹意象，在蓝色基调下，用完美相契的婚庆与商务服饰，描绘古典与现代的相融和君子淡泊之境。

本次订货会，富贵鸟男装全系列主推产品于城市街景空间灵动铺开，其中，infrared科技鹅绒服以舒暖新高度集中了视线。另外，富贵鸟全新布局的运动板块，带来随性利落的服饰。

社址：晋江市长兴路619号晋江报业大厦 电话：0595-82003110 邮政编码：362201 印刷：福建日报（泉州）印务有限公司 地址：晋江市梅岭街道梅岭路507号 零售报价：1元 全年定价：252元 发行单位：中国邮政集团有限公司泉州市分公司