恒安“6·18”销售额比增近三成

本报讯（记者 柯国笠）昨晚，恒安集团公布“6·18”电商大促购物节“成绩单”：恒安集团“6·18”期间电商全档GMV（商品交易总额）完成6.57亿元，同比增长29.6%，并在多个维度创下第一。

具体来看，在抖音平台上，恒安在“6·18”大促期间直播时长超过1400小时，全品类销售实现165%增长，其中，心相印以行业第一的成绩收官。

在传统电商中，恒安纸品在B2B京东超市、B2C天猫旗舰店、拼多多、京东POP等多个平台均跑赢行业大盘，提前完成预定目标。单品中，抽纸品类拉动大盘增长，高抽数高价值产品赢得消费者喜爱，单品破千万；趋势蓝海品类中，湿厕纸系列不仅老客复购高，新客也增长强劲，爆发时段新客占比超过60%；此外，厨房系列稳居全网第一。

在天猫平台，七度空间官方旗舰店销售同比增长17.37%，超行业大盘，直播间销售同比增长45%，天猫超市销售同比增长16%，增速位列行业第一；安尔乐官方旗舰店销售同比增长78%。在拼多多渠道，七度空间自营销售同比增长超过132%。

尿裤品类中，恒安旗下中高端婴裤奇莫销售同比增长27%，各渠道均跑赢行业大盘；安儿乐也提前完成预定目标；成裤防漏安心系列拉拉裤销售增长99%，引领行业增长。

“此次‘6·18’，我们将重点筹备工作围绕在渠道统一定位管理、货品分层、人群蓄水拉新及老客促活，让营销内容为品牌赋能，将品牌自身优势与平台资源相结合，达到‘1+1>2’的效果。”恒安电商二部副总经理杨金龙介绍。

供应链是恒安此次交出亮眼成绩单的重要一环。

今年，恒安集团对供应链组织架构进行优化调整，将电商供应链预测补货及订单管理划至计划分部电商计划进行管理，将电商供应链中的仓配整合至区域供应链。

在优先保供应的策略下，恒安协同品类生产，加强产品供应规划，设定安全库存上下限，并启动主动配送计划，有效提升订单满足率及单品现货率。最终大促备货完成率达98%，预测准确率翻了两番。

361° “6·18”销售额同比大增95%

本报讯（记者 柯雅雅）“6·18”购物节已落下帷幕，昨日，361°公布销售战报，此次，361°电商平台全渠道累计销售额同比提升95%，线上销售呈现多渠道并行态势。

其中，361°在天猫、京东全波段同比增长超60%，唯品会全波段同比增长超140%。在抖音平台成绩最为显效，抖音全波段同比增长超3倍。在会员数量和贡献能力方面，此次“6·18”大促使会员GMV（商品交易总额）增长约50%，会员贡献占比高达50%，展现出公司在内容IP及粉丝经营方面的成效。

亮眼的销售数据源自年轻消费群体对361°的高度认可。据悉，361°通过“专业+潮流”双驱动模式，依托品牌在跑步、篮球、综训及运动潮流等品类的产品实力，持续对话年轻消费者，推出多款尖货，满足他们的多样化需求，进而实现了业绩的稳步增长。

专业运动方面，361°在原有产品上迭代升级。今年“6·18”活动之际，361°跑鞋领域推出飞飚新配色，篮球鞋领域推出BIG3 3.0 PRO、禅4等新款，满足消费者的需求。361°篮球鞋销售额同比增长110%，其中BIG3及BIG3 PRO销售额超500万元，禅3、燃战销售额超380万元。跑步鞋销售额同比增长超50%，飞飚、飞燃、飞燃ST等销售额突破610万元，爆沫2.0销售额则达到360万元以上。

运动潮流方面，361°从年轻消费人群需求出发，推出了一系列能够满足当代人群需要的潮流理念产品，并签约了青年演员龚俊作为全球品牌代言人，引发了大众关注。此次“6·18”期间，361°也推出了轨迹2.0系列产品，借助代言人的高人气，吸引年轻客群促进转化，实现销售额560万元，其中服装同比增长91%。此外，生活系列销售额同比增长超180%，其中潮拖、洞洞鞋销售额超870万元。

近两年，大众对于运动健康的追求更加强烈，也让运动品牌销量猛增。面对这一趋势，361°加速推进品牌数字化转型升级，实现了完善的线上全渠道覆盖，并致力将电商平台打造成为集拉动销售与提升品牌形象于一身的全新增长引擎。

自去年以来，361°持续强化电商平台效能，将多款新品及联名产品在线上首发，引起了消费群体的关注。同时，361°顺应市场直播带货热潮，先后在天猫、抖音、哔哩哔哩等平台进行常态化直播，实现了对于品牌的不间断引流，带动了线上销售增长。年报数据显示，2021年361°电商业务营业额达12.27亿元，同比增长55.1%。

361°在电商领域的布局也获得了行业肯定，先后荣获了2019年天猫服饰内容盛典优质合作商家奖、2019年阿里巴巴ONE商业大会新零售服饰行业年度影响力品牌、2021 GMTIC年度电商营销奖等多项行业奖项。

在今年“6·18”活动中，361°以“热爱趁现在”为营销主题，沟通品牌消费人群，并通过全渠道产出深度传播内容，联合行业知名KOL为集团多款尖货新品进行“蓄水种草”，铺垫不同场景内容，激发用户的购买灵感，有效促进了销售转化。

“近年来，我们立足自身优势，积极开展电商业务，不断提高产品企划及行销效能，此次‘6·18’的出色表现，也是361°在电商领域强效布局的体现。”361°方面指出，未来将秉承集团发展战略，以更扎实稳妥的布局，持续推进电商渠道建设，加速释放品牌核心竞争力，以期在接下来的市场竞争中占据优势地位。

七匹狼首次授予股票期权登记完成

本报讯（记者 施珊妹）21日，福建七匹狼实业股份有限公司发布关于2022年股票期权激励计划首次授予登记完成的公告。

公告表示，福建七匹狼实业股份有限公司于今年4月25日召开2021年年度股东大会，审议通过了《关于〈2022年股票期权激励计划（草案）〉及其摘要的议案》。于今年6月13日召开了第七届董事会第十八次会议、第七届监事会第十七次会议，审议通过了《关于向公司2022年股票期权激励计划激励对象授予股票期权的议案》，确定本激励计划的授予日为今年6月13日。股票期权首次授予数量为1430万份，股票期权首次授予人数为40人，股票期权首次行权价格5.55元/份，首次授予股票期权登记已于6月21日完成。

陆克任虎都执行董事

本报讯（记者 施珊妹）昨日，中国虎都控股有限公司发布人事变动公告，公告称，陆克已获委任为虎都公司执行董事，王昕已获委任为虎都公司非执行董事。任期均为自今年6月22日起计为期三年。

于该公告日期，陆克持有1.9亿股该公司股份，占该公司全部已发行股本约5.2%。根据陆克与虎都订立的执行董事服务合同，陆克有权享有年薪18万港元。而根据王昕与虎都订立的非执行董事服务合同，王昕有权享有年薪9.6万港元。

公开资料显示，陆克，46岁，于1998年7月获北京第二外国语学院对外经济系颁授学士学位；于2003年5月获纽约大学颁授市场营销硕士学位；于2005年5月获哈佛大学肯尼迪政府学院颁授公共政策硕士学位。陆克于今年3月加入虎都集团担任江苏恒安储能科技有限公司总经理。江苏恒安是虎都集团一家间接全资附属公司。在加入虎都集团之前，陆克自2007年起于数家在中国主要从事储能板块的科技公司担任高级管理人员，拥有逾15年的科技行业经验。

王昕，38岁，于2007年6月毕业于加洲大学圣巴巴拉分校，获颁电子工程系学士学位；于2011年11月获颁香港中文大学及清华大学联合开设金融财务管理硕士学位。王昕于2010年3月至2011年3月，于新鸿基证券有限公司担任企业财务助理；于2011年3月至6月于博智金融控股公司担任副总裁；自2011年7月起为中森财务有限公司董事。

虎都完成发行6000万港元可换股债券

本报讯（记者 施珊妹）21日，中国虎都控股有限公司发布公告称，公司完成发行本金额6000万港元、息率8%于2024年到期的可换股债券。

据悉，本金总额为6000万港元的可换股债券已发出。认购事项所得款项净额（经扣除其他开支后）约为5802万港元。预期该等认购事项所得款项净额将用于该公告中所述的目的。

于认购事项完成前，虎都有20.92亿股已发行股份。于发行可换股债后，投资者于本金总额为6000万港元的可换股债券中拥有权益（赋予投资者以初步换股价每股换股股份0.60港元认购1亿股换股股份的权利，唯可予调整）及于该公告日期并无可换股债券已转换。

中国纤维流行趋势2022/2023发布

本报讯（记者 施珊妹）日前，无界与共行——桐昆·中国纤维流行趋势2022/2023发布在“云端”启幕。今年的云发布以“无界与共行”为主题，发布了八大类流行纤维。

活动还举行了“2022年最佳年度合作伙伴颁奖仪式”，桐昆·中国纤维流行趋势以视频形式发布了与中国纤维企业在新型纤维和绿色纤维开发与应用方面达成深入有效合作的下游企业名单。其中，特步（中国）有限公司入围绿色纤维组，三六一度（中国）有限公司、九牧王股份有限公司入围科技创新组。

工业和信息化部消费品司一级巡视员曹学军表示，中国纤维流行趋势研究和发布是推动行业高质量发展的重要抓手，在引导化纤行业科技创新、绿色发展、品牌建设等方面发挥了积极作用。

“中国纤维流行趋势是一个精彩纷呈的纤维展示平台，也是一个广阔的合作交流平台，是一面面向未来的旗帜，更是一个打造生态链价值链的链点。中国纤维流行趋势汇聚了上下游产业链的创新活力，把单一产业链的事变成了一群人共同的事，并为各方共同确定了一个面向未来发展的主题，共同提升产业链的价值，打造全产业链的国际竞争优势，并形成了围绕纤维的创新与未来运用的共同生态圈。”桐昆集团副董事长陈蕾说。

当前，纺织工业正朝着科技、绿色、时尚的方向转型升级，全产业链协同创新、共同打造行业软实力需要上下游各个环节共同努力。从源头来看，中国纤维流行趋势为纺织工业在转型升级的关键阶段实现上下游产业链、渠道、价值链的融合创新提供了卓有成效的新模式和新思路。从终端来看，随着中国纤维流行趋势的影响力和覆盖面越来越广，更多的下游企业也纷纷加入其中，上下游实现了更为密切的直接对接、合作，实现和合共生、共享共赢。特别是通过主题沙龙、论坛、纤维之路等对接活动，已经有化纤企业为李宁、361°、九牧王、愉悦家纺等品牌企业提供差别化服务。在此过程中，纤维生产、分配、流通、消费各环节逐步贯通，并在一定程度上形成需求牵引供给、供给创造需求的产业链的良性循环，使更多好产品被人们所熟知、使用，对促进国内内循环做出了应有的贡献。

好彩头董事长走进直播间

“小样贵州货”系列线上首发

本报讯（记者 刘宁）昨日，“小样贵州货”在“小样零食旗舰店”直播间进行线上首发。好彩头集团董事长、小样品牌创始人陈忠实携带超多福利走进直播间，和主播一起回馈粉丝。

本次“小样贵州货”进行线上首发的是该系列的首批产品，包括刺梨汁和酸汤果蔬汁。陈忠实介绍，“小样贵州货”是小样立足于贵州特色农业孵化出来的全新产品系列，该系列所有产品都取材于贵州特色农产品，并在贵州进行研发、生产、加工。如刺梨汁的主要原材料刺梨，便是贵州特有的水果，有“维C之王”的美誉，营养丰富，浑身是宝；酸汤是贵州特色的餐饮美食，这次小样将其转化成了更适合直接饮用的饮料产品。陈忠实表示，希望通过小样的营销渠道和精细化品牌运营，把贵州的好产品和独特的美食文化推广到全国市场。

“小样贵州货”系列线上首发，陈忠实现身直播间。

在直播过程中，陈忠实还分享了小样背后的品牌故事。“小样”一词来自北方口语，是朋友间亲密、愉快的挑衅，也是年轻人敢于自黑的自信态度，“它非常准确地表达了我们的品牌愿景，就是和年轻人交朋友，为年轻人提供好的产品，获得年轻人的喜爱和认可。”陈忠实说，小样自成立以来，产品一直都围绕着年轻人的生活方式和消费习惯进行迭代。

谈及集团董事长首次走进直播间，以及在企业品牌旗舰店直播间对系列新品进行首发，好彩头方面表示，与广大小样的粉丝消费者进行互动，是小样品牌与时俱进、永葆年轻的直接体现，也是对“小样贵州货”系列产品品质的保驾护航，更是对好彩头集团大贵州战略的积极实践。

江苏晋江商会与南京市安溪商会座谈

本报讯（记者 王云霏）近日，南京市安溪商会一行到江苏晋江商会参观走访，双方开展交流座谈。

江苏晋江商会会长陈德善对南京市安溪商会一行的到来表示热烈欢迎，并介绍了商会的发展历程和会务工作。陈德善表示，闽商一家亲，希望两个商会以此次交流为媒介，积极互动，深化友谊，共谋发展。

座谈中，双方就会员服务、党建工作、人才培育、合作共赢等主题进行了充分的交流。南京市安溪商会会长陈振明表示，将进一步加强双方的往来互动，携手并进，共同提高商会的影响力和凝聚力。

晋江市包装印刷协会走访企业

本报讯（记者 曾小凤）日前，晋江市印刷行业协会会长柯遵昶带领协会工作班子成员，前往罗山街道开展2022年第二季度走访会员企业活动。

柯遵昶一行先后走访福建柏立包装有限公司、泉州时鑫彩印有限公司等会员企业，实地参观企业生产车间、产品展示厅，深入了解企业生产运行情况，并就印刷生产设备智能化、专业化、自动化建设；如何打造绿色智能数字化印刷包装服务平台等进行交流探讨。

“转型升级是行业必经之路，绿色化、智能化、数字化将全面引领印刷包装行业的转型升级。”柯遵昶鼓励会员企业要敢于开拓创新，大力发展绿色低碳产业与互联网、人工智能等新兴技术的深度融合。

泉州跨协B端运营大讲堂开讲

知名外贸讲师聚焦业务沟通问题

本报讯（记者 刘宁）询盘石沉大海？客户经常问价却没订单？发了PI（形式发票），客户消失不见？降到最低价仍旧没有订单？……日前，在泉州市跨境电子商务协会（以下简称“泉州跨协”）的B端运营大讲堂上，泉州跨协携手焦点学堂特邀知名外贸业务讲师张玲开讲，为大家解决上述外贸业务问题提供思路。

比起被动地回答客户问题，张玲建议业务员学会掌握对话的主动权。有客户询盘要及时回复，不仅是简单地回答问题，而是要运用语言技巧层层递进传递信息，让客户有继续沟通的意愿。除了寒暄与报价，业务员要学会打造对话的高级感。她提醒业务员，掌握谈话的主动权并不是一味地表达自己，要重视对客户的回应，有问有答才能实现双向吸引。

在价格谈判环节，张玲认为，要先从与客户的谈话中提取关键信息，了解客户需求，在报价之前让客户感觉是可以为其提供帮助的朋友。

态度有了，如何应对客户讲价？张玲以买衣服砍价为例，无论是否能够砍到客户心理预期，一旦砍价成功，客户或多或少都会觉得自己好像亏了，并且以后来这家店都会讲价。同理，外贸客户也经常是这样的心态，所以她建议业务员在面对讲价的客户时，不能轻易降价，但是可以通过赠送相应的配套服务来打破讲价的僵局，例如承诺第一时间给样品新品、缩短发货时效等措施。如果最后，客户还是接受不了报价，再适当地进行降价，但不能降得太随意，让客户有了好压价的印象。

“一个订单的成交不仅仅是依靠沟通的技巧，外贸业务员还要学会价值营销和情感营销。”活动最后，张玲通过分享生动有趣的小故事，为大家解析客户心理，给大家更多启发。

泉州跨协方面表示，此次所探讨的问题很受大家关注，活动一推出就得到协会会员的踊跃报名。接下来，泉州跨协还会根据跨境电商卖家及外贸卖家的需求，邀请对口的讲师或者大卖家，帮助大家更好地“出海”。

泉州晋江国际机场开展共建活动

本报讯（记者 吴晓艳）昨日，泉州晋江国际机场应急保障部党支部联合晋江市委派驻陈埭镇坊脚工作队、坊脚村党总支及西滨派出所在坊脚村党群服务中心开展“邻里党建·安康生活进社区”共建活动。

现场，机场应急保障部急救科工作人员设立健康咨询台，为村民讲解如何对常见病进行初步判断，以及高血压、心脑血管病、糖尿病等慢性疾病的相关防治措施，并为村民提供测血压、测血糖、口腔检查及中医耳穴贴敷等便民医疗服务。

此外，该党支部立足自身消防业务资源，积极协助坊脚村开展消防隐患排查工作，并通过“近距离、面对面、亲示范”的方式，为村民、租户等进行消防安全专题培训。