

上市公司圈

林聪颖：打造自有特色 实现品牌增长

本报讯(记者 施珊妹)近日,在第17届中国商业地产节系列论坛——“远见,越未来-数智商业未来大会”上,九牧王股份有限公司董事长林聪颖作主题分享。

林聪颖表示,当下市场环境对于中国服装品牌而言,依然有很大的机会及发展空间。品牌需把握行业的确定性趋势,如国潮受追捧,行业细分市场加剧,差异化竞争存在优势等趋势,打造拥有自有特色的品牌,才能实现品牌的持续增长。而作为一代有担当的民族企业,九牧王唯有牢牢践行工匠精神,胸怀“牧心者,牧天下”的魄力与敢拼敢闯的闽商精神,才能逆势启航,实现新的腾跃。

回顾九牧王的发展。31年前,九牧王从一条西裤起家。自1997年,提出“志在中国第一裤”到成就“全球销量领先的男裤专家”,九牧王其实只是做对了一件事——相信专注的力量,相信品牌的力量。

从产品为王到渠道为王的时代,九牧王是成功的。那个年代,九牧王只要做好产品,有能力拓展渠道,便能获得增长。但在消费者主权时代,面对同质竞争、价格血战,九牧王曾陷入徘徊。德鲁克有句名言:“动荡时代最危险的不是动荡本身,而是依旧用过去的逻辑做事”,时代浪潮变幻莫测,九牧王急需开启新的战略变革,洞察外部市场和消费者需求。在这一背景下,九牧王聚焦品类,占领消费者心智。

定位“全球男裤专家”,九牧王通过聚焦男裤这个品类,占领消费者的心智。聚焦有助于解决企业精力稀缺、资源稀缺等问题,也更有利于给消费者留下深刻印象。做一条裤子,很简单,对布料进行剪裁和缝制即可;做好一条裤子,很难,要永不满足,精益求精,上下求索。深耕男裤领域多年,九牧王男裤连续23年在中国市场综合占有率第一,参与中国男裤标准制定,积累了1200万人的数据。

针对战略变革,九牧王通过品牌提势、终端焕新、产品升级、营运迭代、组织激活五大关键举措,助力品牌迭代。如亮相米兰时装周、巴黎时装周等都是九牧王品牌提势的重要体验。

林聪颖表示,此次战略变革主要围绕三方面落地。一是在消费者心中可见,让品牌在消费者心中留下“九牧王等于男裤专家,九牧王是个有态度、有工匠精神的品牌”的印象;二是品牌在消费者眼中可见,九牧王投入大量的资源用于终端升级。2020年至今,两年内九牧王共投入15亿进行品牌焕新,整体形象实现时尚升级;三是让产品在消费者眼中可见,实现产品符合年轻人,购物环境符合年轻人,品牌调性符合年轻人。

安踏、宝龙、天虹入选《财富》中国500强

本报讯(记者 柯国笠)日前,2022年的《财富》中国500强排行榜正式发布。晋江企业安踏体育用品有限公司、宝龙地产控股有限公司、天虹纺织集团有限公司上榜。

该榜单由《财富》(中文版)与中金财富合作编制,考量全球范围内中国上市企业在过去一年的业绩和成就,具有一定的权威性。从榜单上看,安踏体育以营收493.28亿元(单位人民币,下同),排名第246位;宝龙地产以营收399.02亿元,排名第315位;天虹纺织以营收265.21亿元,排名第439位。

据悉,今年500家上榜的中国上市公司总营业收入达到62万亿元,和上年上市公司相比,增长约17.4%;净利润达到了4.7万亿元,较上年增长约9.2%;上市公司营收和净利润均有较大提升,上榜公司的年营收门槛接近228亿元,相比去年近174亿元的门槛提升了31%。

特步国际预计上半年纯利同比增长不少于35%

本报讯(记者 柯雅雅)日前,特步国际发布公告,预计上半年股东应占综合溢利将较2021年同期增长不少于35%。特步在报告中指出,业绩增长主要是由于特步主品牌及特步儿童业务在产品创新、零售渠道升级及品牌知名度提升方面取得突破,带来可观的订货会订单。同时,特步国际专业运动分部的索康尼零售销售强劲,尤其是电子商务业务的零售表现,带动收入取得超过100%的同比增长。

其中,特步主品牌Q2业绩表现抢眼。4月-6月,特步主品牌零售销售(包括线上线下渠道)同比取得中双位数增长;1月-6月,特步主品牌零售销售(包括线上线下渠道)预计同比增长20%-25%。

七匹狼为子公司提供5000万元债权担保

本报讯(记者 施珊妹)近日,福建七匹狼实业股份有限公司发布为子公司提供担保的进展公告。

福建七匹狼实业股份有限公司于2021年度股东大会审议通过了《关于为并表范围内子公司提供担保的议案》,为进一步支持公司及并表范围内子公司对生产经营资金的需要,充分应对销售备货及原材料采购的需求,更好地提升并表范围内子公司的销售能力和生产能力,公司拟采用连带责任担保方式为公司及并表范围内的9家子公司堆龙德庆捷销实业有限公司、厦门七匹狼电子商务有限公司、晋江七匹狼电子商务有限公司、安徽七匹狼服饰有限公司、厦门七匹狼服装营销有限公司、厦门七匹狼针纺有限公司、晋江七匹狼服装制造有限公司、晋江七匹狼针纺织品有限公司、上海七匹狼居家用品有限公司向银行融资提供最高额担保,拟担保额度为16亿元。公司可在额度有效期内与授信银行签署最长期限为五年的担保合同。公司可以根据实际情况选择由公司或者公司及并表范围内子公司作为担保方进行上述担保。

七匹狼子公司厦门七匹狼服装营销有限公司与中信银行股份有限公司厦门分行于2022年7月签署了《权利质押合同》,为厦门七匹狼针纺有限公司向中信银行申请电子银行承兑汇票提供质押担保。主合同项下债权本金金额为5000万元整。申请承兑汇票的起止期间为2022年7月12日至2023年7月12日。

截至该担保合同签署日,七匹狼及控股子公司本年累计担保发生额为1.29亿元,占2021年度经审计合并报表净资产的2.15%;实际担保余额为1.7亿元,占2021年度经审计合并报表净资产的2.84%。

361° 亚运薪火系列产品上线

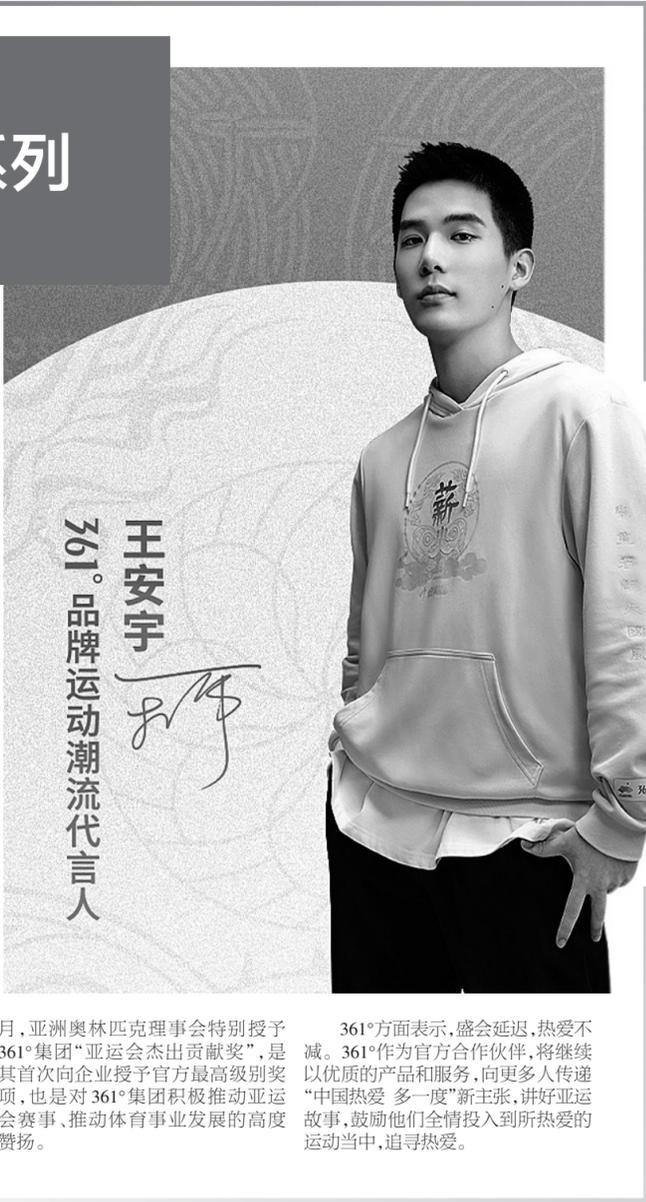
本报讯(记者 柯雅雅)近日,亚运会官方合作伙伴361°正式发布了亚运薪火系列产品,该系列产品一经上市便在零售终端持续走热。

据介绍,本次所发售的系列产品取材自亚运火炬设计方案“薪火”,将“亚运火炬”及“亚运主场馆”等元素融入产品当中,致力于通过“薪火”传递亚运理念,传播亚运故事,点燃“热爱”,是361°对杭州2022年亚运会理念的一次解读。2021年年底,361°就发布亚运新主张“中国热爱 多一度”,“中国热爱”凝聚的是国人奉献精神、拼搏精神、集体荣誉感、使命感和中国自信。

此外,在产品的设计当中,361°还加入了传统国风元素及杭州当地特色元素,将成语及良渚文化灵活融入其中,向大众展示了地道的中国范儿。

事实上,杭州2022年亚运会并非361°首次成为亚运会官方合作伙伴。早在2008年,361°就成为2010年广州亚运会官方合作伙伴,开创中国民族体育品牌赞助国际综合性运动会先河。在2014年仁川亚运会、2018年雅加达亚运会上,361°再次以官方合作伙伴身份参与其中。目前,通过连续四届支持亚运会,361°积累了丰富的亚运会运作经验,与亚运会形成了特殊的纽带关系。

361°的长期付出也收获了亚洲奥林匹克理事会的认可,2021年12



月,亚洲奥林匹克理事会特别授予361°集团“亚运会杰出贡献奖”,是其首次向企业授予官方最高级别奖项,也是对361°集团积极推动亚运会赛事、推动体育事业发展的高度赞扬。

361°方面表示,盛会延迟,热爱不减。361°作为官方合作伙伴,将继续以优质的产品和服务,向更多人传递“中国热爱 多一度”新主张,讲好亚运故事,鼓励他们全情投入到所热爱的运动当中,追寻热爱。

利郎获商业地产节“金坐标”两项大奖



本报讯(记者 施珊妹)近日,第17届中国商业地产节举行,活动围绕“以远见超越未见”主题,深入联结零售商业上下游产业链优秀企业,远见未来新趋势,探寻创变新方向。在中国商业地产节“金坐标”颁奖盛典环节,利郎(中国)有限公司荣获“2021-2022年度优秀成长性零售企业”大奖,利郎集团总裁王良星获评“2022年度先行者·零售商业远见领袖”。

新消费时代,年轻人已成为消费主力,引导着时代发展。于是,时尚、潮流成为品牌发展的主旋律。利郎,专注男装行业30余年,面对消费主力军变化,从产品研发到渠道变革,再到终端形象,开启了时尚进阶之路。尤其在产品创新上,利郎着力于以文化赋能产品,以艺术时尚力量探索服饰更多的可能。

具体来看,利郎联合《长安十二时辰》推出IP衍生品——“有时之士”系列

T恤;与《中国日报》联手推出系列高阶联名款,与科幻IP《三体》策划新媒体艺术展集结服饰、语音、自然环保,在上海时装周上亮相以“光明之城”为主题的新品……不久前,利郎又以《中国国家地理》风光图谱为灵感打造利郎2022春夏系列产品,以《中国国家地理》话长江为灵感打造2022秋系列产品。

业内有观点分析,利郎在观念上不墨守成规,在行动上不追求一时热度,而是持有长久定力,并提出“新商务美学”。而在这长期的坚持中,这些带有中国属性的IP也很好地强化了利郎的品牌基因。

在业绩表现方面,2021年,利郎展现出强大的品牌势能,实现年度收入33.8亿元,同比增加26.1%;累计经营线下实体店2733家;平均售罄率74%;网上渠道促成零售额约人民币5亿元,同比提升20%。

利郎相关负责人表示,接下来,利郎也将从构建人才梯队、整合优化人才储备,并重点打造心智品类,推行自上而下的商品调研、设计、推广,持续推出极致单品,持续为品牌增值赋能,应对全新竞争格局。

晋江市工业园区标准化建设交流对接会举行

本报讯(记者 曾小凤)15日,晋江市工业园区标准化建设政策宣讲及交流对接会举行。会议聚焦标准化园区设计、建设与运营,展开面对面对话。

会上,园区办解读工业园区标准化建设系列政策;自然资源局介绍设计方案模拟审批流程;住建局介绍工程建设报建流程;金科集团、中南高科分享工业园区标准化建设经验。

“在划定区域内统一规划,具有通用性、配套性、集约性等特点,主要为中小工业企业集聚发展和外来工业投资项目提供生产经营场所的发展平台暨标准厂房。”金科产业集团总经理孟德福从定位、资金、设计、产业服务四个方面,介绍了企业在标准厂房建设过程中,获得资源支持的渠道及方式。

中南高科总经理萧琼娟表示,晋江有很好的制造业基础,标准化厂房建设是企业发展到一定程度,必须要

转变的方向,各镇可以结合自身的产业特色进行改造。标准厂房的主要客户是中小型企业,泉州(除丰泽、鲤城、开发区)2020年工业企业超60600家,其中,规上企业4220家,由此可见这一市场的大小。

据悉,该工作培训推进会旨在进一步做好全市工业园区标准化建设宣传,希望通过交流对接活动,推动全市工业(产业)园区标准化建设逐渐形成共识。

科技人才政策泳装产业带专场活动举办

本报讯(记者 施珊妹)近日,晋江市泳装产业协会联合晋江经济开发区、英林镇组织举办科技人才政策泳装产业带专场活动,吸引了泳装产业、英林服装园各企业相关硕士、博士学历员工及人力资源部人员、英林镇青年大学生等70余人参加。

大会旨在培育创新发展中坚力量,吸引更多优秀高校毕业生、硕博人才扎根落户。

活动现场,来自全国技术转移公共服务平台海峡中心的讲师吴方方,与

会人员讲解了国家高新技术企业培育认定的相关政策,并就申报程序、时间、奖励政策等,进行了详细解读,助力符合条件的园区企业在认定中顺利“拿高分”。

购房补贴、创业担保贷款、免费住宿……围绕更好引才、留才,经济开发区人才交流服务中心主任、晋江市投资公司运营副主任庄锡东,深入解读了晋江市高校毕业生来(留)晋创业就业政策及硕博人才政策等,具体分析了晋江市关于就业岗位、吸纳就业补贴、一次性生活补贴、社保补助、创业支持、引

(留)才奖励等一系列精准可行、务实管用的引(留)才利好政策。

活动还设置了人才现场提问及答疑环节,就各园区企业、人才提出的问题有针对性的面对面答疑,助力晋江市人才政策的宣传、解读和落地运用。

晋江市泳装产业协会表示,后续,协会将继续联合开发区与英林镇,开展科技人才政策系列活动,扩大人才引进、科技政策的知晓度和覆盖面,持续强化加码招才引智措施,吸引更多优秀人才到泳装行业就业创业。

盼盼食品打造行业绿色制造标杆

本报讯(记者 蔡明宣)近日,盼盼食品获得国家权威认证机构深圳华测国际认证公司颁发的碳中和认证证书。

盼盼食品集团董事长蔡金坡表示,绿色低碳是行业高质量发展的必由之路,盼盼将为社会提供更加绿色低碳环保的高质量产品。

在国家“双碳”目标的指引下,盼盼食品始终坚持生态优先、绿色发展理念,深刻践行“双碳”战略,历经探索、创新、发展,走出一条生态效益、社会效益、经济效益协调统一的绿色健康可持续发展之路,建立省级绿色工厂、国家级绿色工厂,打造休闲食品行业绿色制造标杆。

盼盼食品方面表示,未来,盼盼食品将持续推进绿色低碳发展,打造更加绿色低碳的智慧工厂,向全球消费者提供更加绿色低碳的优质食品,推动行业绿色低碳高质量发展,助力提升我国休闲食品的竞争力。

第四批印染行业规范公告企业发布 通亿、六源两家晋企入围

本报讯(记者 施珊妹)近日,第十一届全国印染行业管理创新年会举办。大会以“双碳机遇,智创未来”为主题,围绕节能管理、精益生产、智能制造、供应链管理等议题开展交流。

会上,中国印染行业协会副会长兼秘书长林琳宣读了关于表彰第四批印染行业规范公告企业的决定。为贯彻落实《印染行业规范条件(2017版)》(工业和信息化部公告2017年第37号),提高印染行业节能减排和清洁生产水平,引导印染行业高质量发展,根据《印染行业规范公告管理暂行办法》有关规定,工业和信息化部开展了第四批印染行业规范公告工作。第四批符合《印染行业规范条件(2017版)》的印染企业共有12家。其中,通亿(泉州)轻工有限公司、泉州市六源印染织造有限公司2家晋江企业入围。

之后,向兴(中国)集团总裁助理罗玉成以《印染企业智能制造与数字化转型的管理实践》为题,结合企业发展进行了分享。他表示,智能制造与数字化是大势所趋,发展所需,不是可选项,而是必答题。向兴数据中台的应用,为集团洞察市场、优化工艺、智能推广、精益管理、质量追溯与分析等提供了有力支撑,有效解决了集团的数据融合、业务应用及反向决策,实现了高质量发展。

据悉,2012年以来,中国印染行业协会每年举办全国印染行业管理创新年会,至今已连续召开11届,并成为印染行业交流、分享管理创新实践经验的重要平台。

深圳企业考察团来晋交流考察

本报讯(记者 王云霏 张晋福)近日,深圳市华一世纪企业管理顾问有限公司组织企业考察团到晋江开展交流考察活动。

此次共有30位来自广东、浙江、湖北、四川、山东等地的优秀企业家参加活动。企业考察团首先来到安踏集团,先后参观了安踏工厂、安踏博物馆、安踏集团展馆、安踏品牌形象店、安踏928创客空间等,深入了解该集团的发展历程及成就。通过近距离地观察安踏科技、设计、品牌矩阵,考察团对安踏集团是如何从一家传统的民营企业转型成为具有国际竞争力的综合性体育用品企业有了进一步的认识。

随后,考察团观看了晋江城市宣传短片,听取晋江市招商选资推介及“晋江经验”讲解。参与活动的企业家纷纷表示,此行收获颇丰,更加了解了“晋江经验”的形成过程和丰富内涵,企业将在今后的发展中从中汲取力量。

喜多多为交通服务工作者送“清凉”

本报讯(记者 刘宁)近日,喜多多集团携手厦门市鸿山慈善会,在厦门特运顺联公共交通有限公司开展“形象代言打个车,文明互动共提升”公益捐赠活动,为炎炎烈日下工作的出租车司机及其他公共交通服务人员送去喜多多消暑礼包等相关解暑物资。

据了解,喜多多消暑礼包中有清热消暑的绿豆汤、补充能量缓解饥饿的黑糖红枣枸杞粥等产品。

喜多多方面表示,清热解暑,以粥传情,希望用自己的方式向更多有需要的人送去关怀。年初,喜多多成立“一碗粥温暖一座城”专项公益基金,开展腊八节千人千镇派粥活动、高考赠粥祈福助力莘莘学子、疫情防控物资支撑等活动。接下来,喜多多也将持续关注社会民生,凝聚慈善力量砥砺前行,自觉履行企业的相关义务与责任,将这份爱传递下去,温暖更多有需要的人。