全国运动鞋标准工作组在晋江成立

本报讯（记者 柯雅雅） 20日，全国体育用品标准化技术委员会运动鞋标准工作组（以下简称“运动鞋标准工作组”）成立大会暨运动鞋标准讨论会在晋江举行。会议围绕专业运动、全民健身等领域运动鞋标准工作进行研讨，明确了今后两年将开展如冰刀鞋等多种专业运动鞋标准自修订事宜。

“晋江作为国内最大的运动鞋产业集群，引领了国内运动鞋的市场和质量，我们希望把标准化工作与产业集群相结合，通过标准化技术委员会工作组与当地的鞋类企业技术人员，共同推动国内运动鞋标准的提高。”中国体育用品业联合会副主席兼秘书长、全国体育用品标准化技术委员会主任委员罗杰指出，这次运动鞋工作组在晋江成立是一次改革，更有利于市场动态、信息的反馈。

作为运动鞋标准工作组的委员单位，晋江运动鞋龙头企业安踏体育多年来频繁参与国际和国家标准的制修订。截至目前，安踏体育已参与了4份国际标准、58份国家标准、21份行业标准的制修订，不仅有中国唯一的国家级运动科学实验室，还在美国、意大利、日本等国家建立了全球五大设计研发中心，汇聚了18个国家和地区的国际设计研发专家200多人，在科技创新研发方面总投入30多亿元。

“全世界的大部分运动鞋产自晋江，这也让我们更有信心将来能够掌握国际运动鞋标准的话语权。”安踏集团质量管理部副总监谭万昌如是说。

“我们希望把运动鞋尤其是专业运动鞋领域的标准体系完善起来，以防止运动损伤，让运动健康发展。”全国体育用品标准化技术委员会运动鞋标准工作组组长王文琪告诉记者，除了消费者所熟悉的篮球鞋、足球鞋、网球鞋、马拉松鞋等，此次会议也提出制订毽子鞋、跳绳鞋等全民健身方向的运动鞋标准，以及中学生体育运动相关运动鞋的标准，“我们会根据标委会的整体要求，逐步实施标准体系建设计划。”

据了解，接下来，运动鞋标准工作组将组织有关单位和专家对运动鞋的标准体系进行研究，形成运动鞋领域标准工作体系，同时与有关单位进行研究、协调，提出拟研制的标准计划项目清单。

据悉，2021年9月1日，全国体育用品标准化技术委员会运动鞋标准工作组正式获全国体育用品标准化技术委员会批准成立。运动鞋标准工作组的成立，对实现运动鞋产业整体水平的快速提升有着重要意义，同时，也进一步激活了各地产业集群、地方政府和细分领域头部企业参与标准制订的主动性、积极性。

晋江市总工会“金秋助学”活动启动

本报讯（记者 曾小凤） 近日，以“工爱·阳光圆梦桥”为主题的2022年晋江市总工会“金秋助学”活动启动。

据了解，子女在校就读全日制普通高等院校（含本科、专科）和高中（含中专、技校、职高）的晋江市直机关、事业单位和非公企业在职职工，如符合情况【深度困难职工家庭、相对困难职工家庭、意外致困职工家庭、边缘困难职工（一般性困难职工）家庭】，可向所在单位工会提出申请后，由单位工会向各镇级工会或系统工会审核申报至晋江市总工会（职工服务中心）。报送市总工会助学对象截止时间为8月14日。

晋江市总工会相关负责人表示，“金秋助学”是晋江市总工会的品牌活动之一，21年来，累计投入金秋助学资金397.43万元，共资助4377名来晋困难职工子女圆了上学梦；同时为4500名外来工子弟学校的困难家庭学生发放助学金和奖学金195万元。

“金秋助学”活动的举办，进一步巩固了困难职工解困脱困成果，助力贫困职工家庭学子求学圆梦，引导困难职工子女参与工会服务项目，提升就业能力，做深做实“金秋助学”品牌。

晋江市2022年夏季退役军人和现役军人家属网络招聘会25日-27日举办

本报讯（记者 曾小凤） 记者了解到，晋江市2022年夏季退役军人和现役军人家属网络招聘会将于25日至27日举办。招聘会的举办旨在深入贯彻落实相关部门关于促进退役军人和现役军人家属等重点群体就业创业决策部署，进一步拓宽退役军人和现役军人家属就业渠道。

此次招聘会以“退役立新功、就业再启航”为主题，采用网络对接、视频面试，依托侨乡人才网网络招聘会系统，搭建“晋江市2022年夏季退役军人和现役军人家属网络招聘会”活动大厅，以及在活动大厅集中展示就业创业服务平台小程序。

此次招聘预计有50家晋江市直机关、企事业单位参与，将提供机械维修、客服运营、司勤安保、健身教练、销售业务、人事行政、财会出纳、外贸电商等岗位近300个。

据悉，此次招聘会由晋江市退役军人事务局、晋江市人力资源和社会保障局主办，晋江市退役军人服务中心、晋江市公共就业和人才服务中心、中国海峡（晋江）人才市场、晋江市爱国拥军促进会承办。

柒牌开展江华职校实习生团建活动

本报讯（记者 施珊妹） 近日，柒牌供应链人力行政中心组织来自江华职业中专的实习生开展团建活动。

参观永宁古城、在石狮黄金海岸进行趣味沙滩足球、自助烧烤……活动培养了实习生之间的团队意识，自发性的分组分工、各司其职。在一片欢声笑语中，团队进一步融合。

柒牌方面表示，希望这样的活动可以让实习生在忙碌的工作之余放松身心，进一步了解闽南文化，更快地融入柒牌大家庭。

劲霸“快乐成长·安心一夏”暑托班开班

本报讯（记者 施珊妹） 20日上午，由晋江市总工会、英林镇总工会主办，劲霸男装股份有限公司工会委员会、晋江市致和社工事务所承办的“快乐成长·安心一夏”2022年泉州市职工子女暑托班正式开班。

暑托班旨在解决职工子女暑期无人看管、家长照护难的问题，同时保障职工子女度过一个安全、充实、有意义的快乐暑假。本期暑托班课程包含“学习乐园”和“童心乐园”两个方面。“学习乐园”主要内容为课业辅导、礼仪培养、兴趣培养、传统文化课、闽南文化课、安全教育、法治课堂、书法课堂等学习课程；“童心乐园”主要包含手工课堂、绘画课堂等创作课程，寓教于乐。

在日常课程以外，暑托班还结合孩子的特点，开展小志愿者活动、成长工作坊等，提高孩子的学习兴趣、开阔视野、树立理想和信心，最终帮助孩子健康成长。

据悉，此次暑托班的办班时间为7月20日-8月20日。劲霸公司通过专业力量、暖心守护、特色教育，面向公司内部需求群体，打造满足孩子成长发展多元化、多层次、多类型需求的行业嵌入式暑托班，为孩子们提供“授课”和“托管”相结合的暑托服务。

武汉首家泳者之星店启航

本报讯（记者 施珊妹） 近日，武汉首家洲克·泳者之星店启航，落户于武汉五环体育中心游泳馆。

推开店铺的大门，店铺中央的系列主题产品十分醒目，本土品牌ZOKE洲克借助“国潮”文化，与年轻人对话；以潮流语言诠释产品，设计感十足，经典又不失时尚格调。

通过与世界知名运动员合作，洲克研发出了新型竞赛泳衣。采用先进技术：如3D分区压力、智能黏合、身体稳定装置技术，它能够带来更好的水动力体验，使运动员们在水中发挥得更加出色。

此外，泳者之星还通过对青少年游泳俱乐部的文化建设探索和研究，为俱乐部推出专业、时尚、个性化的定制服务，帮助俱乐部建设品牌文化和规范俱乐部行为，提升俱乐部的竞争力，因此受到了越来越多专业游泳俱乐部、游泳团体的青睐。

以“混搭”重塑多元化潮流风尚
361° 联名百事 推出系列新品

本报讯（记者 柯雅雅） 近日，361°携手知名IP百事可乐推出联名新品潮流服饰，再度掀起运动“混搭”风潮。

此次，361°与百事可乐合作以“百事皆可REMIX”为核心传播主题，通过对经典服饰进行创新性表达，以个性化的设计重塑潮流轮廓，并增添了更多运动设计元素，以年轻人群为受众主体，为街头运动潮流风尚注入新活力。

据悉，该系列联名产品主打“混搭”风格，利用色彩及条纹、针织等多种元素的自由组合，呈现出不同的视觉效果，让人眼前一亮。同时，该系列产品还融合都市休闲和潮流运动的双重元素，用复古诠释潮流，以“混搭”成就“百搭”，适应消费人群在多元化场景下的穿着需求，随心穿搭，风格自选，深受年轻潮人的喜爱。

其实，早在2019年及2020年，361°就曾分别与百事联手推出多款产品，在消费端评价颇高。近年来，361°积极把握时代趋势，主动靠拢主流消费群体喜好，与龚俊、王安宇等优秀青年演员进行合作，聚焦年轻人群生活文化圈，打造潮流尖货，构建品牌故事，强化年轻消费群体对品牌的认知，也为品牌的战略布局灌注新鲜活力，达到双赢的效果。

361°坚持以消费者需求为导向，持续聆听消费者的心声，通过与潮流IP合作，满足不同人群的个性化需求。361°已先后同高达、乐事、三体、KAKAO FRIENDS及FATKO等知名IP达成合作，连续推出多款运动潮流联名产品，赢得了消费者及行业的高度关注。

361°指出，未来将持续坚持“年轻化”的品牌定位，尝试更多新鲜玩法，大胆跨界，以创新引领运动潮流，致敬无限“热爱”。

九牧王获得“年度杰出价值品牌”殊荣

本报讯（记者 施珊妹） 近日，在第17届中国商业地产节上，九牧王股份有限公司董事长林聪颖荣获2022年度零售商业远见领袖奖项，九牧王荣获“年度杰出价值品牌”殊荣。

林聪颖表示，在消费者主权时代及消费竞争愈发激烈的环境下，拥有自有特色品牌才能持续发展，中国服装品牌依然有很大的机会及发展空间。

在林聪颖看来，“外求认知、内求使命”是九牧王战略发展中极为重要的思路之一。“外”即是消费者，让消费者想买裤子时就能想到九牧王；“内”是明确公司战略，将资源聚焦在把裤子做好这件事上。

在战略落地的过程中，九牧王始终着力于渠道力、产品力、品牌力三大方向的变革与升级，以品牌驱动代替流量驱动、差异化代替同质化、价值战代替价格战。战略变革以品牌提势、终端焕新、产品升级、营运迭代，以及组织激活等五大举措，助力品牌进阶。

渠道力方面，九牧王不断提升终端购物体验，打造全新升级十代店，从产品的陈列到服务进行升级，为消费者提供更加更优质的沉浸式购物体验。

在产品力上，整合全球顶级面料公司的优质功能性面料，聘请国际知名奢侈品设计师打造全新九牧王男裤产品，让品牌调性更符合年轻客群。

在增强品牌影响力方面，多次亮相巴黎时装周、米兰时装周等都是九牧王品牌提势的重要体现。实际上，这也是九牧王向国际市场彰显中国品牌的实力。

“九牧王作为中国民族品牌，从2020年起已经取消英文LOGO，并逐步将门店标志都改为中文，这些都是我们变化最大、最关键的核心点之一。”林聪颖说。

根据尼尔森公布的市场调研数据显示，九牧王男裤专家战略落地前后一年，九牧王男裤的品牌第一提及率从6%跨越式提升到22%，九牧王的品牌知名度和忠诚度都在持续提升，年轻客群占比显著提升，男裤专家战略变革成绩斐然。

九牧王方面表示，此次荣获“年度杰出价值品牌”殊荣，既体现了行业对九牧王品牌价值的认可，更是对九牧王不忘初心、坚持战略变革的激励。未来，九牧王仍将以“全球销量领先的男裤专家”为指引，秉持“打造全球最好的裤子”的品牌使命，坚守精工匠心的产品品质，做好行业“领跑者”，为推动中国消费品市场高质量发展贡献力量，成为令国人骄傲的民族品牌。

CBME孕婴童行业品牌发展交流大会举行

本报讯（记者 曾小凤） 20日，CBME孕婴童行业品牌发展交流大会在泉州举行。会上，CBME展会方及孕婴童行业品牌商、厂家、零售商、平台方共同交流，探讨在消费者购物习惯改变、消费渠道多样化及碎片化的当下，行业如何突破圈层，拥抱变化。

大会现场，福建省爱甜甜母婴用品有限公司内控中心总监李华明带来《代理选品思路的调整》对话分享；3M材料技术（广州）有限公司高级技术应用工程师陈言带来《卫品新材料的创新与应用》主题分享；Informa Markets销售总监袁雪琴带来《母婴行业之深耕、增长》；魔镜资深数据分析师潘梦婕作《母婴细分品类消费洞察》主题分享等。

“2016年-2021年，中国居民全年人均可支配收入持续上升，2021年回升至9.1%，47%的中国家庭每月给孩子的消费支出占比达到家庭收入的3成以上。同时，母婴消费规模增速放缓，需要在存量中找到新的增量。”袁雪琴表示，母婴市场仍有巨大潜力，未来5年，3岁以上的儿童占比将持续增长，丰富儿童产品线将成为新的增长点。

袁雪琴的观点得到了李华明的认同。她指出，目前大部分的商家把关注点放在婴童身上，儿童版块的关注度比较低，这是未来新的增长点，爱甜甜作为渠道商，在更注重品牌和产品性价比的基础上，将增加儿童的选品类别，比如洗护产品、口腔护理等。

“近一年，超35%的纸尿裤的销售价格在2元~4元/片。”潘梦婕表示，纸尿裤作为高需求品类，近年来不断升级，朝着高端化、人性化、功能化方向发展，新生代宝妈宝爸越来越愿意为高品质、高附加值、能切中用户痛点的产品支付溢价。

会议指出，当下母婴品类的变化特点包括头部品牌集中化、中高端趋势向好、低端产品极度饱和、中大童需求加剧、新锐品牌迅速崛起、国货成为新风向等。

法国法尚设计广州分公司总经理吴秀婷分享了多个包装新玩法的案例，她指出，母婴行业的发展趋势是走向高端化，新一代妈妈更注重产品的有机化、精细化和高端化，相匹配的包装设计更容易引进她们的共鸣。

福建省纤检中心在晋举办纺织服装质量提升专题培训会

本报讯（记者 施珊妹） 近日，福建省纤维检验中心在晋江举办纺织服装质量提升专题培训会，来自省内纺织服装企业的200多名代表参加培训。

福建省纤维检验中心中心党委书记、主任潘行星表示，此次培训旨在深入贯彻落实省委“三提三效”行动工作部署，用心用情用力为纺织服装企业提供共话品质提升、技术创新交流的平台。希望通过质量专题培训，进一步提高纺织服装企业的质量管理能力，抓住重要战略机遇期，进一步提升企业核心竞争力，推动加快产业转型、升级、换代步伐，扩大产业整体竞争力、创造力和市场影响力，助力产业提质增效。

据悉，此次质量专题培训会内容涵盖功能性纺织品性能评估、FZ/T 81007和FZ/T 81004标准修订情况、服装产品典型质量问题分析和解决方案、近年鞋服产品监督抽查情况及风险把控等，均由福建省纤维检验中心拥有丰富经验的技术专家讲授。在交流答疑环节，福建省纤维检验中心授课专家就参会企业代表提出的黄变、起球、服装纬斜、对条对格等问题进行深入交流指导。

会后，与会企业纷纷表示，培训帮助大家准确理解和执行标准，掌握质控要点，提高质量管理水平。