

咱厝商圈开启“夏日攻势”

低价淘货正当时



面对炎炎夏日，各大商家早已按捺不住纷纷开启各种促销活动。细心的小伙伴发现，随意走到咱厝任何一个商场均可看到各种各样的促销字眼，有“全场1折起”“年中促销”“全场6.5折”等，不少商家表示，此次活动优惠力度大，想要淘实惠的小伙伴千万不要错过！

各种打折促销频亮相

“挺实惠的。”“这么划算。”……日前，记者在晋江万达广场柒牌店看到，不少消费者驻足选购服装。“趁着暑期放假，就来选购一些正装。”谢先生说道，自己今年刚毕业，想要买一些正装来穿穿，就来商场逛逛，发现很多品牌衣服开展促销活动。据柒牌督导陈兆晖说道，目前店里除了开展相应的促销活动，也参与“晋江市鞋服产品毕业季让利促销活动”，广大消费者到店都可以享受超低折扣。

在晋江吾悦广场，记者看到本土优品推出“年中大促”活动，有买三送二、买二送一，更有精选好物限时开抢。“最近天气炎热，就来商场看夏装，想不到收获不少。”消费者林女士边选衣服边说道。

在走访中，记者发现，目前除了成人品牌鞋服开展优惠打折活动外，一些品牌童装也开启促销活动。在晋江SM百货二楼，记者看到各种童装品牌也开启夏日促销活动。在品牌专柜，记者看到该品牌推出新品夏装三件7.5折，折后满399元砸金蛋等活动。还有的童装品牌推出全场服饰低至3.9折。不少消费者表示，目前各大品牌商家都开展夏日促销活动，各种各样的促销信息扑面而来。

优惠幅度大

对于广大消费者最关心的折扣问题，很多品牌商家表示，此次夏日开展的优惠力度惊人，很多产品都是特惠价。七匹狼世纪店负责人谢美雅说道，目前店里开展

全场1-4折优惠活动，还有推出部分服饰仅售99元，不仅如此，若是毕业生，还可享受消费满减福利，优惠力度不容小觑。

也有商家表示，目前处于淡季，很多商家为了带动销售，都会积极开展各种促销活动，力求吸引广大消费者眼球，进而带动销售额。从目前的销售来看，这次夏日开展的促销活动效果不错，很多消费者被夏日促销所吸引，纷纷到店选购。

另外，记者在走访咱厝商场时发现，为了丰富广大消费者的夏日盛会、刺激消费，各大商场还将开展各种主题活动。在刚刚过去的周末，晋江吾悦广场开启“狂潮吾悦”活动，有精彩的篮球赛、会员消费抽奖活动，还有各种满减福利等。

无独有偶。晋江宝龙广场将于7月29日-31日开展“躁浪夏日”活动，届时有海狮表演、水枪大战、摸鱼等活动。

小贴士►购买打折物品需注意

面对各种各样打折促销的鞋服，广大小伙伴在选购的时候要擦亮眼睛，仔细辨别。同时要认真查看每个商家推出的促销政策，谨防低价陷阱。在选购特价衣物时，要记得保存好发票，便于日后发生争议时使用。在选购特价产品时，尽量选择经典款，不要选那种容易过时的产品。

此外，当前直播带货火热，但一桩桩带货主播“翻车”事件也引发了不少消费者的吐槽，如主播夸大功效和用极限词语诱导消费、销售假冒伪劣产品、不按规定公示证照信息、引诱消费者进行私下交易、售后服务无保障等。特别提醒，消费者面对主播的极力推销，保持冷静，克制冲动，要尽量选择信誉高、口碑好的直播带货商家进行交易。为保障财产安全及交易记录可循，不要脱离平台进行私下交易，不直接转账、汇款至私人账户以及通过发送付款链接页面或者扫描二维码等方式进行付款。

暑期减肥 这份指南请收好

本版由本报记者唐淑红采写

俗话说“夏练三伏”，炎炎夏日，正是燃烧脂肪的好时机，也是减肥瘦身的好时节。那么，炎炎夏日，小伙伴该如何减肥？选择节食只吃水果？还是饮用减肥药呢？下面，我们来看看专业人士怎么说。

减肥误区要避免

虽说夏日炎炎，却无法阻止广大小伙伴“甩膘”的热情。一到夏天，天气炎热，有的小伙伴没胃口，就直接选择节食，这其实是不可取的。随心美，一舞所有的BOYO老师说道，单纯靠节食、不吃主食、不吃饭菜减肥，会导致营养失衡。主食，即米、面、杂粮、薯类等食物，是身体中重要的产能营养素——碳水化合物的来源。长期不吃饭会破坏规律的进食习惯。特别提醒，减肥要在保证营养均衡的基础上，控制能量摄入。

还有的小伙伴喜欢用催吐、吃药等方式来减肥。“美食可以吃，但是不能过量，如果吃多了，可以用增加身体活动量的方式把多吃的能量消耗掉，不能靠吃后催吐或拉肚子的方式来减重。”泉州医高专附属人民医院主治医师、泉州市营养健康协会专家委员陈宜阳表示，催吐和拉肚子都不属于正常代谢方式，这种减肥方式不利于身体健康。减肥应该是在确保健康的状态下进行，不是以伤害健康为代价的。

养成良好饮食习惯

在这个让人又爱又恨的夏季，很多女性都想尽办法减肥瘦身，那么夏季如何减脂才更科学更有效呢？BOYO老师表示，小伙伴一定要认识到减肥就是“迈开腿，管住嘴”，饮食与运动是必备的，在选择食物时以低脂肪、低热量、低糖分为主，只要掌握好饮食原则，同样可以吃得健康又美味。特别提醒，小伙伴在夏季更需要补充足够的水量。

陈宜阳表示，小伙伴要养成良好的饮食习惯。即在饮食方面提倡科学的膳食结构，偏素不纯素，减少淀粉和含糖食物、饱和脂肪（动物脂肪和棕榈油等）、反式脂肪（油炸食品）的摄入，增加粗粮、谷物等膳食纤维食物和脱脂牛奶、鱼虾等低脂食物的摄入。饮食要规律，不要暴

饮暴食，一日三餐要按时吃，饭菜荤素搭配，保证均衡、全面的营养。在吃饭的时候，还要注意一些小的细节，比如说吃饭之前要先喝汤，吃饭的速度不要太快，要学会细嚼慢咽等，都能一定程度上起到减肥的效果。

特别提醒小伙伴，半年内减重5%~10%为有效减重，如果每周减重超过1.6千克，就属于减肥过度了，因体重过重而需要减肥的人可以去医院的营养科或者体重管理中心咨询医生，制定适合自己的运动饮食管理计划。要知道减肥不等于单纯的减重，切不可盲目进行。

选择正确的运动方式

那么，夏日减肥应该选择什么运动比较适合？BOYO老师表示，夏日减肥时，运动时间至少30分钟，以1小时为佳。对于女性朋友，夏季减肥可以选择有氧、无氧运动相结合，可以选择晨跑、游泳、瑜伽等。但如果对于特别忙，又想瘦得特别有型有气质，建议选择一些综合性的专业女子塑形课。这类课程针对性强，结合有氧、无氧运动及饮食、情绪等多方面专业课程进行高精度练习调理，省时省力。

如果平时特别忙，抽不开时间运动，小伙伴可选择利用碎片时间间隔运动。BOYO老师表示，小伙伴间隔性地做些有氧运动或力量练习，对控制体重和塑形非常有帮助，比如原地小跑、跳绳、平板支撑等。但是前提是要先了解、学习安全正确的发力方式。特别提醒，有些人在开始锻炼的一段时间内体重下降很快，后期慢慢进入瓶颈期，体重下降不明显。这时大多数小伙伴会选择放弃，如果就这样放弃，那么前面的努力也就白费了。这时反而应该继续保持并根据自身情况逐步加大运动量，也就是说以前锻炼半小时，瓶颈期应该锻炼40分钟，甚至一小时。

此外，陈宜阳表示，小伙伴要养成良好的规律作息。良好的规律作息不仅有益于自己的身体健康，而且对于减肥也有一定的作用。对于一些年轻人来说，习惯性熬夜几乎成为生活中的一部分，其实，不良的作息容易引起失眠、健忘、焦躁、免疫力下降等一系列不良后果。



利讯集团 专注国际 IP 生态商业运营



利讯集团董事长 黄火明

谋划国际 IP 赛道 寻找突破口

通过对利讯集团董事长黄火明的采访，记者了解到利讯集团之所以定位为“专注国际IP生态商业运营”，并从纯粹的IP代理商，逐步拓展IP授权领域，是有深刻渊源的。

2010年，黄火明开始创业。创业初期选定了他所熟悉的鞋品类目，创立童鞋研发工作室；2012年开始涉足电商。经过两年多发展，公司也从三五个人的小工作室发展到1000多平方米小有规模的公司。当时公司发展的主题也从“求生存”变成了“谋发展”。

“怎么做？选择什么赛道？怎么样才能为公司的未来谋求更大的发展？”那段时间这些问题一直在黄火明脑海里重复出现，他觉得论团队组建，自己没有同行成熟；论社会资源的沉淀，自己没有同行丰富；论运营经验、渠道资源、品牌资源、供应链资源、人才资源甚至资金资源，也都没有同行有优势。但要走下去，那总得有一项优势能支持企业的发展与突破。

“当时就思考，应该定在哪个点？选定了赛道，又该怎么走？刚开始我们是想进入运动赛道。后来，我们市场调研一圈回来，得出一个结论：我们不能干运动。”黄火明说道，因为运动行业优秀品牌太多，机会太少。前有国际巨头耐克、阿迪达斯、安德玛等；后有国内一线品牌，李宁、安踏、特步、361°、匹克等。可以说，从国际一线到

深耕开拓市场 构建品牌护城河

黄火明回顾道：2013年，获得SNOOPY的品牌授权后。开心之余，又有一个非常现实的问题摆在面前，那就是：如何抵制层出不穷的山寨产品对市场的冲击，如何防御劣质产品对品牌正品的损害？

当时本着“给孩子一双好鞋”的品牌使命，黄火明和团队认为“我们的孩子，我们的未来”的品牌理念，是最适合利讯的企业和品牌的，于是确立了“坚持正品，坚守品质，永不擦边”的经营原则，让SNOOPY史努比品牌真正从消费者出发，与消费者互动，让消费者真切体验品牌正品带来的更高品质的生活体验和精神享受。同时，黄火明和团队特别制定出一套SNOOPY的产品计划，将SNOOPY品牌DNA融会贯通运用到产品设计中。2013年，电商行业正值风口。借助这股东风，黄火明带领团队实现了在渠道方面的差异化发展。两年后，史努比童鞋挺进童鞋品类十强，成为当时童鞋市场同行口中的“黑马”！

在运营SNOOPY童鞋取得不错的成绩后，为了进一步强化竞争优势，黄火明决定通过构建正版国际IP品牌矩阵来打造属于自己的品牌护城河。于是，2015年签约HELLO KITTY童鞋，迈出多品牌运营的第一步。2017年，凭借之前多年运营国际一

线品牌的经验及专业成熟的商品企划研发团队，同时基于对彼此核心资源匹配度的高度认可，利讯集团与香港森科集团达成合作。在B.DUCK小黄鸭项目上，利讯集团开创了国际IP鞋服、精品、配饰一体化的运营模式。2021年，利讯集团运营的B.DUCK线下终端门店就已经突破2000家，遍及全国各地。

此后，黄火明先生和团队又相继与BETTY BOOP（贝蒂娃娃）、Disney（迪士尼）等国际知名IP达成战略合作，利讯集团正以全新姿态在国际IP授权代理之路阔步前行，持续深耕。

开辟新业务 进军IP授权领域

2020年，在利讯集团创立10周年之际，黄火明启动了第二个10年战略，将原有企业定位升级为“专注国际IP生态商业运营”，着力国际IP双矩阵品牌战略布局，提出建立“国际IP资产独占+国际IP品牌代理”双矩阵，构建“多品牌、全品类、双系统”的国际IP商业生态链。而在集团业务板块上，确立了IP版权商务版图。

为什么要走IP版权商道路？在黄火明看来，在过去的国际IP商业运营过程中，从合作的众多国际IP中获得充分的品牌赋能和收益。但与此同时，他也深刻体会到，在消费市场日趋理性的情况下，深度强调产品体验和产品迭代速度不断提升的时代，纯粹靠IP影响力会有所不足。传统的IP授权，在IP应用、元素定向开发和产品审批方面有诸多限制，授权品类的宽度也有一定的局限性。因此，在基于利讯集团自身完善的国际IP商业渠道体系和供应链体系，以及自身国际IP商业运营团队成熟的运营能力，决定开辟属于自己的IP版权商务版图。

2020年，利讯集团成功全资收购韩国知名IP品牌BOOGIE BEAR卜吉熊，跨出构建自主IP生态产业链的第一步。2021年，利讯集团又收购了韩国知名动漫IP品牌ADOONGA屁屁猩，进一步强化自主IP资产独占与全品类授权运营品牌矩阵，加速IP全产业链循环机制构建。与此同时，利讯集团在自主独占型IP板块确立了“服务型国际IP版权商”定位，也希望用一种更加“开放和共创”的模式，去尝试开拓全新的IP授权模型。

守正创新 打造国际IP生态运营集团

黄火明表示，相比IP商业应用，在IP授权行业利讯还属于新手，还有很多的空白需要向更多同行学习。所以，在全新的IP授权领域，利讯集团将秉持“谦逊博取，守正创新”的理念，通过更加开放和共创的模式，不断学习和自我成长；并不忘用更加开拓的思维，去探索新的合作模式；用更加务实的态度去践行“服务型IP版权商”的运营定位。

“我一生中最美好的时光，就是当‘你’和‘我’成为‘我们’。”这是一直印在黄火明心里的一句话，也是刻在利讯企业文化墙上的一句话。在他看来，未来IP文化产业，一定是一个更加包容、更具开放性的共创平台。

未来，利讯将继续坚持“国际IP资产独占+国际IP品牌代理”双矩阵模型，将“国际IP运营商”的角色做好、做强、做大、做宽、做深。同时，公司将不断向IP界的朋友们学习，争做可持续长远发展的国际IP生态运营集团，最后，期待有更多好朋友的加入和助力。



利讯集团从2010年至今，历经12年，从初创期几个人的小工作室发展到如今拥有多个产业园的集团公司。这十几年来，利讯是如何紧跟市场变化，调整步伐，成为国内儿童品牌IP运营的行业焦点？快跟随记者的步伐来瞧瞧它有何独特魅力！