《中国500最具价值品牌》榜单发布

6个晋江企业旗下品牌入选

本报讯（记者 柯国笠）26日，由世界品牌实验室（World Brand Lab）主办的2022年（第十九届）世界品牌大会在北京举行，会上发布了2022年《中国500最具价值品牌》榜单。其中，安踏、心相印、劲霸男装、柒牌、盼盼、361°等晋江企业旗下品牌入选。

具体来看，今年榜单中，劲霸男装以852.39亿元的品牌价值位列第75位；柒牌以768.55亿元的品牌价值名列第86位；安踏以662.26亿元的品牌价值排名第136位；心相印位列第302位，品牌价值271.24亿元；盼盼位列第344位，品牌价值230.54亿元；361°位列第361位，品牌价值208.54亿元。

“这是劲霸连续第19年入选中国500最具价值品牌，我们将继续努力领跑中国男装第一价值品牌。”劲霸方面表示。

柒牌方面则表示，入选榜单彰显了“柒牌”品牌的强大影响力。

据悉，《中国500最具价值品牌》榜单由独立品牌评估及行销策略咨询机构“世界品牌实验室”发布。该榜单基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析三个指标考察品牌价值，采用“收益现值法”对品牌价值进行测评，是目前中国品牌研究领域具有权威性、影响力的奖项之一。

2022年，该榜单入选门槛已经提高到31.67亿元，这500个品牌的总价值超过30.98万亿元，较去年增逾11%。国家电网以逾6015亿元的品牌价值位居榜首；一同跻身前五的还有中国工商银行、海尔、腾讯和中国人寿，其品牌价值均超过4500亿元。榜单中有69个品牌的价值超过1000亿元，比去年增加12个；具有全国范围影响力的品牌有438个；具有世界性影响力的品牌62个，比去年略有增加。

由1999年诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔（Robert Mundell）倡议创建并担任首任主席的世界品牌实验室，拥有来自哈佛大学、耶鲁大学、麻省理工学院、哥伦比亚大学、牛津大学、剑桥大学、欧洲工商管理学院等世界顶级学府的专家和顾问，其研究成果已经成为许多企业并购过程中无形资产评估的重要依据，已连续19年发布《中国500最具价值品牌》榜单。

世界品牌实验室学术委员会主席、牛津大学营销学荣誉教授斯蒂芬·沃格（Steve Woolgar）线上出席“世界品牌大会”时表示，品牌是一个国家的形象，在过去的17年中，中国品牌快速成长，有的已经具有强大的世界影响力。

安踏集团获2022年十大优秀公司治理案例奖

本报讯（记者 柯国笠）近日，在2022年上市公司治理论坛暨年度治理奖颁奖仪式上，晋江企业安踏入围“2022年十大最佳公司治理年度企业”榜单，也是唯一上榜的体育用品企业。

据悉，该奖项由财联社颁发。财联社年度治理奖项通过对企业多维度治理指标进行严格评定，包括团队管理、财务业绩、信息披露、社会责任、发展战略等，最终评选出在公司治理实践中对社会产生积极影响并做出贡献的优秀企业。

安踏方面表示，此次获奖，是对安踏集团公司治理水平和经营发展成果的一次肯定。良好的公司治理是企业可持续发展的保障，未来，安踏集团将继续以高水平治理推动高质量发展，为利益相关方创造更大价值。

宝龙美元债要约交换首次投票通过率约九成

本报记者 王云霏

7月初，宝龙地产曾发布公告称，就尚未偿还且今年7月及11月到期的两笔美元票据进行交换要约，并最终公告称，两批票据交换要约已获本金总额近九成接纳，展期成功。有分析人士称，这是目前市场上美元债展期首次投票通过率最高的一次，也侧面反映了债权人和投资者对宝龙长期价值的认可，以及对房地产市场的持续看好。

对于剩余约10%未进行交换的投资者，宝龙方面表示，大部分是因为交换展期过程短，导致投资人未能及时进行交换。接下来，公司会积极和这部分投资者进行沟通，在公平一致的前提下寻求妥善解决的方案。

因此，26日，宝龙地产发布一则新公告，公告内容主要是告知公司未能偿还于7月25日到期的未通过展期部分的本金及应计利息。但据宝龙内部人士称，该则公告一是应监管需求做出的合规披露，另外也是通过这种方式提醒未来得及交换的投资者尽快与公司取得联系。事实上，公告发出后，公司就已经收到部分投资者希望可以继续进行交换展期的要求。

对于近期有部分自媒体宣称“宝龙宣告美元债违约”，宝龙方面也回应称，这实际上是片面曲解。未同意部分只是展期的两笔债券中的一小部分，实际上，90%以上的债权人都同意展期。且由于此前公司已经成功展期债券的大部分，并获得豁免交叉违约，因此，即便未能实现交换剩余部分债券，也不会造成其他美元债交叉违约，不会造成债务提前到期的情况。

有市场分析人士表示，此次宝龙地产未能偿付的公告背后，其根本原因出于对近九成已同意交换要约的债权人的公平角度的考量。在其大部分债务均已实现展期的前提下，对少部分不愿展期的债权人给予最终兑付，容易造成对已同意展期的债权人的不公平，最终更不利于后续债务的处置，并引发新的矛盾。此外，不排除有部分投资者存在故意低成本收购债券。因此，不进行足额偿付也是目前房地产美元债交换展期中正常的惯例做法。

通过展期寻求“以时间换空间”，这无论对于债权人还是房企来说，都是眼下行业阵痛期中的“最优解”。此次，宝龙地产成功实现了债券的展期，降低了到期债务的压力，而随着利好政策的持续加码，融资端、销售端复苏，后续该公司也有望迎来转折。

在22日举行的宝龙集团半年会上，宝龙地产总裁许华芳提出，公司下半年工作将重点围绕“保销售、保交房、保还款”进行，并要回归良性发展轨道。据悉，宝龙2022年上半年在全国5省16市累计交付1.4万余套住宅，交付面积约160万平方米，预计下半年还将在全国范围交付约1.8万套住宅。此外，宝龙旗下近90家商业综合体、20余家酒店，疫情后均已陆续恢复正常运营，多元业务有利于提供持续稳定的现金流收入。宝龙集团董事局主席许健康也在会上表示，“面对从去年开始的行业危机，宝龙一直坚持责任为先，坚定做负责任的企业。虽然目前困难依然存在，但我们有信心也有能力应对，并平稳度过。”

全国篮球顽炼营2022精英联赛现场。

布局青少年篮球联赛

安踏儿童举办“篮球顽炼营”

本报讯（记者 柯国笠）青少年体育竞赛已成为当下各大体育品牌发力的重点。近日，安踏儿童举办的全国篮球顽炼营2022精英联赛拉开战幕。

作为国内首个专为10~12岁孩子举办的全国性专业青少年篮球赛事，该赛事采用国际前沿的4V4赛制，同步接轨FIBA国际篮联最新赛制趋势，并邀请NBA球星、安踏签约代言人克莱·汤普森担任名誉营长。

安踏儿童力图将篮球顽炼营精英联赛打造成国内具有天赋的篮球少年磨炼自我、突破自我的平台。通过城市挑战赛的模式，该联赛从成都、西安、郑州、石家庄、武汉、深圳等地选拔出有天赋的篮球少年进行比赛。比赛中脱颖而出的篮球少年，将被邀请进入安踏儿童篮球顽炼营，接受专业的特训。

同时，该赛事还邀请巴特尔、宫鲁鸣等国内篮球的名宿、导师，通过多种方式参与顽炼营，用专业的篮球知识和自我的成长历程，帮助和鼓励青少年篮球爱好者。

此外，安踏儿童为所有参赛选手提供篮球服、篮球鞋、篮球等针对青少年儿童开发的专业篮球运动装备。

篮球运动参与度高，深受各个年龄段人群的喜爱。近年来，安踏主品牌通过打造“要疯”自有IP草根篮球联赛，吸引、聚集了众多国内青年篮球爱好者，也为品牌在篮球品类市场增加了美誉度。随着“要疯”赛事的逐渐成熟，安踏在大学生校园板块又随即推出“轻狂之旅”等校园挑战赛，也取得了不错的声望。

有业内人士认为，在篮球板块上持续发力，安踏儿童顽炼营是安踏在“要疯”赛事IP矩阵的进一步衍生布局。通过举办专业性赛事，安踏儿童率先在消费者中占据青少年专业篮球品牌的心智。同时，客观来看，联赛的举办对国内青少年在篮球方面的专业性也有帮助。

袁雪琴：中大童产品成母婴市场需求新动能

本报讯（记者 曾小凤）近日，Informa Markets销售总监袁雪琴在CBME孕婴童行业品牌发展交流大会上，以“母婴行业之深耕、增长”为主题进行分享。

“目前，母婴消费规模增速放缓，但仍有很大发展空间。”袁雪琴认为，尽管纸尿裤等低端产品市场极度饱和，但中高端产品方面有着更多的市场机会，其中，儿童产品线将成为新的增长点。

相关数据显示，2016年—2021年，中国居民全年人均可支配收入持续上升，至2021年，近半数的中国家庭，每月给孩子的消费支出占比达家庭收入的三成以上。此外，淘系数据显示，2021年下半年至2022年上半年，电商平台拉拉裤低端产品销售额下滑32.1%，而高端产品销售额增长48.8%。

“随着居民消费力提升，中大童产品及中高端产品将成为母婴市场需求的新动能。”袁雪琴表示，企业可丰富儿童产品线，如儿童乐园、儿童零食、儿童数码、儿童车等。

同时，袁雪琴强调，不论是加强线上营销，还是做品类优化，或者是加强专业服务，企业最核心的还是要关注消费者需求。“母婴行业的商家需找到自己的短板，才能有针对性地弥补不足。”她建议，商家要了解自己所服务的消费群体的习惯。如高线城市的消费者选择线上线下双渠道居多。其中，76.1%的消费者认为国产品牌和进口品牌的产品均可满足其需求。低线城市的消费者中，则有63.4%的消费者认为国产品牌及进口品牌均可满足其需求，而29.3%的消费者更青睐国产品牌。

“对于纸尿裤的消费，中端纸尿裤的销售占比超七成，高端与低端占比相近。”袁雪琴表示，轻薄、不闷热、吸水性更好等是妈妈们选择纸尿裤的关键因素。消费者选择品牌时，更倾向于品牌专业性高、专门研发纸尿裤的厂家。同时，她认为，拥有高性价比、好品质、科技感、IP化、快速迭代、极好的售后服务等元素的品牌及产品更容易让消费者记住。

优安纳伞业开设职工子女暑托班

本报讯（记者 曾小凤）日前，优安纳伞业开设2022年“快乐成长·安心一夏”职工子女暑托班，为70多名职工子女提供免费托管教学服务。据悉，该暑托班为期1个月，共开设三个班。同时，这也是该公司连续第5年举办职工子女暑托班。

走进优安纳伞业暑托班，孩子们在老师的指导下，专心致志地画画。

“暑托班可以让孩子度过一个安全、快乐、有意义的假期，也解决了职工上班期间无法照顾孩子的问题。”优安纳伞业工会主席林安章表示，暑托班课程围绕课业辅导、安全教育、红色传承、素质提升、感恩成长等五方面内容，以既“托”又“管”，还有“学”的方式，帮助孩子学习成长。

“我工作忙，无暇照看孩子，好在有暑托班能够为孩子提供课业辅导，以及各类趣味实践课程。”学生家长林德波说，暑托班的开设不仅减轻了他们的压力，还解决了孩子的安全问题、课业问题。

“我们希望打造满足孩子成长需求的多元化、多层次、多类型暑托服务。”林安章表示，优安纳伞业工会将统筹协调好资源，将暑托班这一暖心工程进行到底，切实解决职工暑期子女看护难等问题，并努力为孩子们打造一个快乐、难忘的暑假。

中国国际面料设计大赛评审会举行

本报讯（记者 施珊妹）近日，2022中国国际面料设计大赛暨第48届（2023/2024秋冬）中国流行面料入围评审会在杭州举行。

从本届“锦纶产品开发应用奖”参评情况来看，申报产品类别主要集中在女装、休闲、运动三大领域。其中，环保认证产品比例达18%；应用功能性与运动、内衣等应用场景联系紧密，以抗菌、防紫外线、防水居多；织造染整方面则集合了拉架提花双面针织、冰裂纹起皱染色、无保险粉靛蓝染色、环保染色、抓绒工艺、空气夹层等工艺与技术。

“从纤维源头引导企业基于市场需求和流行趋势来提升面料产品开发创新水平，这是锦纶奖项设立的初衷。”据大赛负责人介绍，符合当今消费市场需求、消费环保趋势需求和本季流行趋势是该奖项评审标准的重点。

在475家参赛企业的产品中，合成纤维类、棉类、再生纤维素纤维类产品占比位居前三。谈及产品开发趋势，国家纺织产品开发中心总工程师陈宝建表示，当下人们自然平衡的生活态度，衍变出“质朴舒适”的棉感风潮。很多企业选择应用天然未染原色的纤维和纱线，打造更加健康舒适的面料。科技性能和防护功能则成为今年面料的设计重点，这与当下年轻人更青睐工艺考究和创新科技的产品的趋势相匹配。参赛作品中，经典的格纹毛料、高支棉府绸、牛仔织物等多样风格则体现了多元的流行风尚。

中国纺织信息中心流行趋势部主任齐梅认为，本届参评面料在时尚性、创新性、商业性等方面的体现更加内敛、实用。“一方面可以明显感受到环保纤维在产品中的运用越来越多，兼具功能性的面料占比较大；另一方面，具有‘疗愈’功能的纤维使用得到提升，体现了消费者在后疫情时代的‘疗愈’心态。”

天猫前瞻洞察联盟TWTA负责人、TMIC生态运营负责人亦声通过互联网技术的深度分析，从消费趋势发现方法论框架、趋势图谱和宏观趋势等方面带来了“五感疗愈”“极简低碳”“地缘故事”等新理念。“2022秋冬流行色——朱槿花橘和清溪蓝，以低饱和度色彩回应了后疫情时代消费者对于‘治愈’与‘新希望’的渴求。”

“本届参评产品在针织面料的开发上，无论是视觉层面还是功能层面都有很大提升。其中，锦纶产品的品质提升明显，工艺越来越成熟。”三六一度服装产品总经理刘秋华欣喜地发现，此次大赛主打环保科技方面的产品占比很高，非常符合未来的发展趋势。从品牌方的角度而言，他表示三六一度更加关注超轻的运动面料和防晒面料，相信未来锦纶产品在市场中的应用占比会越来越高。

与往届有所不同的是，本届大赛首次设置了“特邀观察员”。来自星拍档MCN机构、时谛智能科技有限公司、杭州多准数据技术有限公司、上海有谋信息科技有限公司等单位的嘉宾分别从面料时尚设计、数据应用、智能开发等方面提出新的见解，为大赛突破圈层、焕新思维带来了不一样的思考视角。

专家评委共同从创新性、生态性、时尚性、商业性等维度，对锦纶奖项参评产品进行严格评审，并评选出“锦纶纤维产品开发创新奖”“锦纶纤维产品市场应用奖”“锦纶纤维产品时尚色彩奖”。

分类广告 2022年7月28日 星期四 广告热线：13305077599（微信同号）

招聘公告

晋江市世纪大道499号某行政单位综合机关食堂因保障需求，现向社会公开招聘厨房厨师服务保障团队（不少于3人）。团队成员男女不限，高中以上学历、年龄60周岁以下，具有过硬厨师服务保障经历不少于1人；能服从管理，有一定的沟通能力；有餐饮公司资质者优先（个体需挂靠餐饮公司购买意外保险等）。应聘面试合格后，与团队公司（个体挂靠餐饮公司）签订社会化服务保障合同。

厨房厨师服务保障团队每个月服务费为15000元，免费提供两室两厅宿舍一套（水电自行负责）。

报名电话：15375755989（微信同号）

报名时间：公告发布之日起七日内

晋江市世纪大道499号某行政单位

2022年7月28日

遗失声明

福建省泉州市晋江市东石镇梅峰村村民委员会不慎遗失《福建省村集体专用收款收据》共计25份，票据编号：7809851—7809875，现声明作废。

福建省泉州市晋江市东石镇梅峰村村民委员会

2022年7月28日

遗失声明

晋江市池店镇对面厝便利店（社会信用代码：92350582MA2XPKN24W）不慎遗失晋江市市场监督管理局核发的食品经营许可证正本原件，许可证编号：JY13505820102065，现声明作废。

晋江市池店镇对面厝便利店

2022年7月28日

遗失声明

晋江市灵源街道华林小学（社会信用代码：12350582489361 45XW）不慎遗失晋江市市场监督管理局核发的食品经营许可证副本原件，许可证编号：JY33505820122949，现声明作废。

晋江市灵源街道华林小学

2022年7月28日

遗失声明

泉州亮兴印花有限公司，不慎遗失中国工商银行股份有限公司晋江陈埭支行开户许可证原件，核准号：J3972009338001，声明原件作废。

泉州亮兴印花有限公司

2022年7月28日

遗失声明

晋江市东石镇墨青信息科技服务部不慎遗失圆形、橡胶材质公章一枚，声明作废。

晋江市东石镇墨青信息科技服务部

2022年7月28日

遗失声明

晋江市龙湖镇艳敏小吃店（社会信用代码：92350582MA32RQQU33）不慎遗失晋江市市场监督管理局核发的食品经营许可证正本原件，许可证编号：JY23505820344339，现声明作废。

晋江市龙湖镇艳敏小吃店

2022年7月28日