国内首个屋顶柔性支架光伏项目

落地凤竹纺织 实现并网发电

本报讯（记者 施珊妹） 7月31日，由国能晋江热电公司投资建设的国内首个屋顶柔性支架光伏项目——晋江市凤竹纺织6.00264MWp分布式光伏项目成功实现并网发电。

据悉，该项目位于晋江市安东园区凤竹纺织新厂内，利用厂区约4.7万平方米的车间厂房及宿舍楼屋顶屋面建设屋顶分布式太阳能光伏系统。项目总装机容量为6.00264兆瓦，为“自发自用，余电上网”模式。

项目投产后，预计年发电量约698万千瓦时，每年可节约标准煤2291.67吨，减少粉尘排放量约1900.41吨，减少二氧化碳约6965.84吨、二氧化硫约209.6吨、氮氧化物104.8吨。

为什么会选择使用柔性支架呢？记者了解到，凤竹厂区车间一和车间二屋面情况复杂，采光气窗高度为5至6米，造成对屋顶分布式光伏组件遮挡，严重影响组件容量布置。为了在有限的屋面面积内最大程度地保障光伏组件的装机容量，项目采用柔性支架方案，通过在纺织厂的柒整车间混凝土屋面立柱端搭设钢立柱，再将光伏板用夹具固定在钢绞线悬索张拉的悬索上，有效利用厂房车间屋面大跨度的建筑通风间，成功实现因地制宜、降本增效。

国能晋江热电公司相关负责人表示，相比传统模式的光伏支架，柔性支架体系的优势在于跨度大且跨度范围灵活可调，在相同土地面积的大跨度区域，柔性支架的布板容量约为固定支架的3倍，在土地紧缺的情况下可以确保项目的全容量布置，达到土地空间利用率最大化；操作方式灵活、通风性能好，发电效率高；抗裂性能好；用钢材料量少，承重小。

数据显示，采用柔性支架方案，对比传统固定支架方案，厂区均可进行大面积连续铺设，可铺设光伏组件数量为11116块，布置容量为6.00264MWp。相比之下，铺设光伏组件增加了7359块，布置容量增加了近4.3MWp，年可增发电量517万千瓦时。

深度绑定天文元素 安踏儿童牵手“中国天眼”

本报讯（记者 柯国笠） 近日，国内头部儿童专业运动品牌安踏儿童首次在天文领域进行联名，与“中国天眼”联合推出UFO4.0系列跑步鞋服，鼓励孩子热爱天文，用参与运动的方式探索未知。

据悉，“中国天眼”是500米口径球面射电望远镜，位于贵州黔南，开创了建造巨型望远镜的新模式，其灵敏度达到世界第二大望远镜的2.5倍以上，大幅拓展人类的视野，用于探索宇宙起源和演化，因此被众多人称为“天眼”，闻名全国。

安踏儿童方面表示，“中国天眼”对科技和突破的极限追求与运动产品的设计理念一脉相承。安踏儿童与“中国天眼”联合推出跑步鞋服，旨在鼓励孩子热爱天文，用参与运动的方式探索未知。与顶尖天文科技IP联名产品的发布，也展现了安踏儿童在科技创新上不断突破的品牌追求。

此次合作，安踏儿童推出联名产品故事和灵感均来源于“中国天眼”。联名款跑鞋UFO4.0，在功能性上体现科技赋能，罪弹+气囊组合科技提升39%缓震性，相比上一代的飞碟气垫面积增大10%，重新调整的气囊内部结构，在充气空间上提升了一倍以上。此外，鞋底采用天眼造型的橡胶吸盘结构，提升防滑性能。

不仅如此，安踏儿童还推出UFO4.0夜光版跑鞋，并限量发售200套“大开天眼”礼盒，内附一枚铁陨石。赠品中的陨石都是在1576年发现于阿根廷，不仅有独一无二的编号，也有“国际流星协会”的证书；礼盒内还附赠观星器，激发孩子对宇宙的探索之心。

本次，安踏儿童与“中国天眼”还举办了一场拥有特殊纪念意义的发布仪式，特邀马拉松世界冠军孙英杰、“半马王子”李少壮、资深媒体人程旸等跑圈大V组成“护跑团”，带领50多名孩子深入“中国天眼”，共同完成了一场半程马拉松接力。

与中国航天元素合作是近年来众多国产品牌的“热门”动作。

在此之前，安踏儿童牵手“中国航天”策划打造热返科技空间站，并在B站发起了一场新颖有趣的48小时直播，邀请全民见证热返面料孵化小鸡全过程，将科技“顽”出乐趣；361°儿童携手中国航天·太空创想，不仅发布了多款中国航天·太空创想联名产品，还打造了全球首家361°儿童航天主题店，并着手开展航天少年团、航天主题服装设计、太空梦想征集等一系列青少年航天主题活动。

有业内人士表示，国产品牌与航天及其相关机构合作，意在持续深化“科学”标签，强化科技属性，迎合消费者对当下“航天”及相关主题的热度。他相信，在未来较长一段时间内，随着中国航天事业的不断发展，国产运动品牌对航天、科技元素的挖掘与合作也将会越来越多、越来越深入。

好彩头新品抖音话题播放量破2亿

本报讯（记者 刘宁） 昨日，记者从好彩头食品了解到，好彩头7月在抖音发起话题“#刺头青年浑身是宝”，受到广泛关注和参与，15天播放量突破2亿。

今年，好彩头推出新品刺梨果汁饮料“小样刺梨汁·贵州货”，这也是企业刺梨品类的重点打造产品。为推广该产品，好彩头集团小样品牌针对“贵州货”系列产品，借助抖音平台进行了全新的创意传播突破。好彩头方面介绍，本次传播的核心在“贵州刺梨维C之王”的产业宣传基调之上，依托“小样刺梨汁·贵州货”的单品定位，链接消费者，展现产品特性。其中，以“#刺头青年浑身是宝”这一主题将原材料与产品进行了结合和创意的衍生，而“刺头青年”常指敢想敢做、勇于刺破常规的青年，就像生长在贵州青山绿水间的宝藏刺梨，虽然外表带刺，但是内心蕴藏丰富宝藏。

在话题互动中，好彩头通过设计有趣的贴纸，让用户与刺梨这一地方水果进行深度互动。依托抖音平台的强互动特性，好彩头方面创意设计了“刺头青年寻宝”贴纸，植入品牌、产品、功效、消费场景，目前已吸引1.4万人次参与互动，形成了近亿次的传播，该数据还在持续增长。

同时，好彩头发动贵州本地达人力量，发掘贵州的多彩魅力。活动启动后，好彩头邀请了壶提提、暴走夫妻、古村乐乐、黔东农仓等30余名贵州知名达人参与“小样刺梨汁·贵州货”的品牌宣传视频创作和发布。截至日前，达人视频播放量累计超3000万。达人视频从“宝藏美食”“宝气方言”“宝藏穿搭”“宝贵个性”“宝藏美景”“宝藏技能”等方面进行深度的内容共创和产品的植入，让贵州刺梨与贵州山水、文化、人文的联系更加紧密。

好彩头集团董事长陈忠实表示，好彩头集团将继续加强贵州特色农产品开发，助力“黔货出山”，让更多更好的贵州特色产品和好彩头“小样贵州货”系列产品一起走出贵州，走向世界。

好彩头启动防暑大作战

本报讯（记者 刘宁） 近日，热浪滚烫，全国多地开启“炙烤”模式。好彩头集团发起“翻滚吧，夏天”防暑大作战，为奋战在一线的员工送去降温饮品和清凉关怀。

在好彩头巴中基地，好彩头在午餐时段给员工准备了汁甜肉脆的大西瓜，还有流动的夏日饮品摊，不定时为大家提供酸梅汤和绿豆汤等消暑饮品；在好彩头铜仁基地，企业为员工们准备了自制红糖坚果冰粉和西瓜；在好彩头贵阳基地，一线员工在车间奋战旺季订单，该基地推出移动摊位，为大家提供清凉绿豆汤。

好彩头方面表示，好彩头切实关注员工健康，为大家提供夏季消暑食品，保障大家夏日身心健康，让每位员工不止清凉一夏，更感受到公司的浓浓爱意，体贴度和满意度双满分。

新加坡晋江会馆青年团举办集思营活动

本报讯（记者 王云霏） 近日，新加坡晋江会馆青年团组织前往印尼巴淡岛，举行两天一夜的集思营活动。青年团顾问卜清鍾、团长蔡文超与青年团10余名委员参加了此次活动。

活动中，青年团主要讨论了未来发展方向，确定使命、愿景和价值观。大家还就青年团活动与发展、义工、宣传等方面进行探讨。同期还开展了团建活动，通过游戏活动和竞赛，考验大家的沟通协调能力，增加了团队凝聚力。

国际先进功能性纤维时尚可持续高峰论坛举行

本报讯（记者 施珊妹） 近日，2022国际先进功能性纤维时尚可持续高峰论坛举行。论坛聚焦“数字引领 时尚升级”主题，从多元性、前瞻性、导向性、引领性四个维度，探讨如何抢抓新材料风口，从纤维源头推进数字技术的产业价值转换、探寻产业数字化发展新路径，为打造世界级高端丝绸纺织产业创新集群注入新动力。

纤维作为行业规模化、集约化、融合化发展最充分的领域，是中国成为纺织强国的基石，也是引领产业未来发展的关键。数字经济重塑的新格局之下，从纤维源头推进产业数字化转型，以数智化驱动高端化、绿色化、时尚化，对于打造具有更强创新力、更高附加值、更安全可靠的纤维产业链供应链尤为重要。

在新消费营销的战场上，读懂产品开发的本质、找准产品创新方向，才是赢得增长的第一步。国家纺织产品开发中心总工程师陈宝建在以“2022品牌产品开发新焦点”为主题的分享中，从品牌销量增长的表面，分析更深层次的产品开发关键；从创新力、拉新力、价格力、沟通力、情感力“五力模型”解读品牌突破增长背后的奥秘；从时尚类品牌产品、功能类品牌产品、可持续类品牌产品分析中解读活跃在潮流一线的消费需求，为企业提供前置性的产品开发指引。

以源头创新驱动产业发展。中国流行色协会副会长、中国纺织信息中心流行趋势部主任齐梅在《新时代的纤维和产品消费趋势》的分享中，从深度自我、乐享生态、双面科技三大关键消费趋势出发，聚焦消费者需求与行业热点，对纤维与产品的消费趋势进行了系统性梳理，为产品在企划设计、材料应用方面的创新开发提供了灵感参考。她强调，消费者对产品“功能和体验”的高度认同是形成产品核心价值的关键。

“没有数据的支撑，企业将面临‘失明’危险，隐性支出让企业付出沉重代价。”三六一度(中国)有限公司服装材料研发高级工程师赵明在《破局——数字化改革》演讲中，从产业下游的视角阐述了企业数字转型的路径举措。他认为，受新一代信息技术的变革和疫情影响，企业的生存发展愈发依赖于大数据支撑，客户互动、资源管理、智慧洞察、智能生产是数字化企业的四个核心能力。

卡宾 上半年纯利1362万元

本报讯（记者 施珊妹） 近日，卡宾服饰发布公告，上半年，卡宾集团实现收益5.98亿元，同比下降9.3%；毛利2.70亿元，同比下降22.8%；毛利率由上年同期的53.1%降至45.2%；公司权益股东应占溢利1362.0万元，同比下降88.5%；每股基本盈利2.04分，宣派中期股息每股1.0港仙。

截至2022年6月30日，卡宾集团平均存货周转天数为257日，而2021年同期则为218日。卡宾方面表示，2022年存货周转时间较长是由于销量下降所致。

期内，卡宾集团有4名批发分销商、21名代销分销商及103名二级分销商，在中国内地共经营764间零售店铺，而集团亦在香港经营1间零售店铺。此外，卡宾集团在微商城及其他电商平台包括天猫、京东、唯品会、抖音销售产品及向其他线上分销商销售产品。

卡宾方面表示，由于未来收入及疫情防控安排存有不确定性，卡宾集团预计短期内消费者信心难以恢复，2022年余下时间的零售业绩将继续保持低迷。加上业内积压大量存货，可能会导致业内公司大幅打折以消化存货，此举必影响业内整体销售收益。因此，卡宾集团将在未来几个季度减少采购订单，并更严格控制营运开支。纵使存在挑战，卡宾集团对中国经济及时装行业的长远发展仍然乐观，仍然计划在适当时机加大投资发展零售网络及新兴时装品牌。

虎都完成配发1.2亿股 净筹约6586万港元

本报讯（记者 施珊妹） 近日，中国虎都控股有限公司发布公告，所有认购事项条件已于7月27日达成及认购已于7月29日完成。认购事项的所得款项总额为6600万港元，认购事项所得款项净额为约6586万港元。

根据认购协议，虎都公司已根据一般授权，按每股认购股份0.550港元的价格共配发及发行1.20亿股认购股份给认购人，上述股份占虎都公司于公告日期经配发及发行认购股份扩大的公司已发行股本约5.75%。

鞋都电商城 举办员工团建活动

本报讯（记者 施珊妹） 7月30日至31日，鞋都电商城组织全体员工以“凝聚团队，协作共赢”为主题，开展“大金湖2日游”团建活动。

玉华洞、泰宁古城、大金湖、九龙潭竹筏漂流、水天玻璃栈道……在为期两天的团建活动中，鞋都电商城员工乘竹筏漂流，穿越千米“水上一线天”，感受脚底的“惊险”和“幽谷”、“水秀”的绝美，享受忙碌工作的放松时刻，共同体验富有情调的慢生活。

“用积极向上的心态，体会‘一步一景’的乐趣，大家收获的不仅仅是美丽的景色，对团队之间的力量更是有了新的认识。”鞋都电商城董事总经理陈建恩表示，非常高兴能通过这样的形式和大家聚集在一起，此次团建是加强同事之间沟通和交流、增进各部门之间互相理解的机会。他说：“我们每一位员工就像一个引擎，在鞋都电商城这个大平台上发挥着各自的强项，希望所有人共同努力，把公司做大的同时，把工作做精，把行业做深，体现价值。”

“公司每年都会组织团建活动，这样的活动很好。正值暑假，可以带上儿子享受亲子游。”鞋都电商城财务部员工吴丽娜表示。

鞋都电商城方面表示，在为期两天的团建活动中，团队凝聚力和团队融合度得到增强，员工之间的沟通交流和企业荣辱感也得以增进，营造了更加积极向上的企业氛围，为实现企业愿景目标打下了更为坚实的基础。

中国品牌之都优秀供应商商讯

茂泰鞋底 MAOTAI SOLES
二次MD—户外鞋底、运动鞋底
RB—休闲鞋底、滑板鞋底
TPR—童鞋底、休闲鞋底
TEL: 0595-85196678

专业生产：一次、二次MD、RB、PU鞋底
东骏鞋材 DONGJUN SHOES MATERIAL
电话：0595-27193333 85090555

益昌鞋机 YICHANG SHOE MACHINE
专注鞋机 21年
地址：晋江市陈埭镇横坂村鞋都路1852号 电话：0595-85998889

爱丽卡 AILIKA
专业演绎精彩
韩国品质 晋江制造
热熔丝、TPU丝、TPEE丝、尼龙单丝
地址：晋江国际鞋纺城B区一号街11-12
电话：0595-85872288

红日袜业 RED SUN
AUN 爱优恩 高端袜销量全网领先*
*数据源于2020年10月30日天猫旗舰后台数据统计
欢迎咨询 0595-85672115

HUMIDIPAK® BOVEDA® B®
化学防腐剂、花用保鲜剂、烟草用防霉剂、润湿剂
——福建华赢化工有限公司
TEL:0595-86055555 FAX:0595-82978888

富乐海波丽 HI-POLY
富乐鞋材
品质 信任 环保 创新

优秀供应商商讯发布平台
咨询热线：15880722026