

特步剑指“世界级中国跑鞋” 未来十年将投入50亿元助力中国跑步事业

本报讯(记者 柯雅雅)5日,特步在北京水立方召开“世界跑鞋中国特步”品牌战略发布会,正式公布了品牌全新战略定位——“世界级中国跑鞋”。会上,特步最新创新科技成果 XTEP ACE 缓震科技平台,以及搭载该科技的战略新品 160X 3.0 PRO 跑鞋亮相。特步方面表示,未来十年,特步集团将投入50亿元助力中国跑步事业发展,让

世界看见中国新速度。根据特步的“世界级中国跑鞋”战略,未来,特步将围绕跑步优势领域持续发力,聚焦打造世界级跑鞋产品,并进行三大升级。具体而言,在产品层面,特步将在专业产品上继续加大研发投入与科技创新,邀请引力波之父、诺贝尔奖得主 Barry C. Barish 担任首席科学家,夯实专业技术发展平台,与

尖运动员共创世界级跑鞋;渠道层面,线下提高核心城市渠道,提高核心商超渠道布局,提高单店规模、运营效率,抢占品牌传播高地,加快全渠道布局;跑者服务层面,特步未来将继续讲好“世界级中国跑鞋”故事,提供更好更专业的服务,用数据化营销扩大消费者触点,提高内容投放精准度,大幅提升会员数量,提供更优质的跑步服务。

特步集团董事局主席兼CEO丁水波宣布,未来10年,特步将投入50亿元助力中国跑步事业,包括产品研发创新、赛事及运动员支持、国人竞速激励计划、跑步群体运营支持、5km/10km 赛事建立等,持续打造跑步生态圈,不断筑高特步在跑步领域的竞争壁垒。此外,在本次发布会上,X-Lab 运动科学实验室最新科技成果——

特步 XTEP ACE 缓震科技平台揭牌。Barish 教授介绍,XTEP ACE 缓震科技平台搭载 PISA 超临界发泡技术,发挥材料最大性能,对于专业跑者来说,可以感受到更好的回弹和推进感;对于大众跑者来说,有利于保护膝盖、避免受伤。未来,特步的冠军跑鞋家族都将搭载 XTEP ACE 缓震科技平台持续升级。

推动品牌年轻化 七度空间官宣演员赵今麦为品牌青春代言人

本报讯(记者 柯国笠)近日,国内生活用品龙头企业恒安集团旗下品牌七度空间宣布,签约当红青年演员赵今麦为其品牌青春代言人。公开信息显示,赵今麦曾参演儿童魔幻喜剧片《啦啦啦小魔仙之魔法的考验》《流浪地球》等热门电影,在《少年派》等电视剧和《花儿与少年》等综艺节目中都给观众留下深刻的印象。在微博上,赵今麦拥有粉丝数超过千万,是当前“00后”明星中最受“Z世代”欢迎的演员之一。此次官宣签约赵今麦,七度空间在其官方微博、微信公众号等官方平台上发布了合作宣传片。七度空间方面表示,赵今麦自出道以来,勇于尝试不同角色,从不对自己设限,是不被标签定义的精彩女性。七度空间鼓舞女性用由内而外的自信和自在力量“乘风破浪”,舒适不拘束,自在不设限。面对人生的烦恼,七度空间也会给予女生呵护和关爱。

这并不是七度空间首次牵手当红女星。去年4月,七度空间就曾官宣“新晋小花”刘浩存为品牌代言人。在此之前,七度空间还签约“国风少女”鞠婧祎为七度空间国潮代言人,以及热门女团SNH48-7SENSES 为子品牌“小嗨森”品牌代言人,“国民锦鲤”杨超越为高端品牌Space7 代言人。作为恒安集团营收的主要组成部分,卫生巾业务一直以来都备受外界关注。根据最新公告,今年上半年,恒安卫生巾业务上半年营收约31.3亿元,比增3.3%,为该集团整体营收增长带来贡献。作为当前国产品牌中的代表性品牌之一,七度空间拥有约20年的品牌历史,品牌升级、品牌年轻化也成为近年来恒安集团提出的基本发展战略。有业内人士认为,此次牵手赵今麦为品牌青春代言人,是七度空间在品牌年轻化道路上的新尝试,积极拥抱当下年轻偶像,紧跟年轻人的潮流,成为当下该品牌的基本动作。

安尔乐牵手奥运冠军徐梦桃

本报讯(记者 柯国笠)近日,恒安集团旗下卫生巾品牌安尔乐宣布,牵手奥运冠军徐梦桃为其品牌“安心守护官”,一起加入安尔乐“安心守护计划”。在该品牌官方微博下,徐梦桃特别留言“共同成长”,号召更多人关注女性健康。据悉,作为跟随恒安集团一路成长的品牌,安尔乐已经历了30多年的发展,陪伴了一代又一代中国女性。该品牌表示,安尔乐始终以呵护女性健康、陪伴女性成长为初心。此次“安心守护计划”是安尔乐携手中国红十字基金会等单位共同发起,包括徐梦桃在内,此次发起活动还邀请青年科学家唐立梅、支教老师何雨晴、学生俞馨妍、拳击运动员GiGiG、电竞职业选手RW 侯纳兰、护士周艺娜等不同职业的女性代表共同参与。安尔乐方面表示,不同职业代表不同人生,每个人的经历都有不同,但都可以选择用自己最安心的方式去轻松面对。安尔乐始终与每位女性站在一起,倾听女性需求,呵护女性健康。

劲霸男装: 打造可持续价值生态样本



本报讯(记者 施珊妹)5日,借由中国国际时装周平台,劲霸男装发起“构建东方美学体系下的中国男装可持续价值生态”主题论坛,以开放、多元的视角交流、碰撞,探讨时代、市场、新消费趋势下,企业和品牌如何构建自己的多维度能力及核心价值体系,以获得长期稳定发展。

“近年来中国时尚产业已经充分认识到可持续时尚的价值。本次论坛上,劲霸男装提出的可持续价值生态则把我们的思维触角从一个自然生态的单元带入了一个糅合人文美学、价值观、经济因子、消费选择等更为立体、饱满的体系化结构,更具长期主义发展深意的话题维度。”中国服装设计师协会专职副主席杨健维说,在不久的将来,中国时尚和中国服装产业会将东方文化内涵和生活美学融入当代生活方式,用产品和设计说话,以更加充沛的文化自信走出自己专属的价值型、体系化的可持续发展道路,和世界对话,引领市场,引领消费。

市场信息提供商欧睿信息咨询则以《男装行业概览及趋势分享》为题,描绘了中国服装市场的三大驱动力:“高端化浪潮下,市场表现出了从价格、面料、设计到供应链的同步升级,以更为柔性的供应链体系来应对消费者的需求;随着消费市场主力军的年轻化,他们的审美偏向也在影响着整个市场,他们身上焕发的文化自信,引领出国货新潮流,其实是本土品牌提供了良好的成长土壤;同时,消费者认知及品牌形象驱动服装企业优化其可持续发展战略。在这样的时代大背景下,我们更需要真正头部的高品质品牌来引领男装市场的可持续发展。”

流行趋势权威机构 NellyRodi 巴黎娜罗罗则在《东方美学体系下时尚可持续价值生态》的演讲中分享,中国男性具有自信、积极、乐观的当代气质以及独特的温和与包容的东方气质;简约、宏大、内敛的东方美学表达背后所蕴含的历史的传承、文化的积淀给予了当代中国男装服饰审美提升的内驱动力,并为消费者带来身份的认同与自豪感;重视体验、享受当下的生活态度使得高品质的追求成为重点,而数字技术的快速发展模糊了各类生活场景的界限,催生了多元生活方式,也带来了对于传统消费品类和创意设计新的挑战及更广阔的空间。作为此次主题论坛的发起者,劲霸男装 CEO 兼创意总监洪伯明分享了自己作为中国男装行业实践者的可持续思考。他提出,服装消费品是有很强文化属性的产品,它能更好地展示中国文化的魅力,和中国品牌一起去影响世界。一个高端品牌,一定在东方美学上想要长期践行的品牌,最重要的是国货携手国人,而品牌背后的品质风格、精神内核则需要去深度链接消费者。他表示,劲霸作为一家践行长期主义的品牌,有所为有所不为,这背后源于企业对于商业、文明的发展、文化等方面的思考。他说:“劲霸男装希望以自然之美、人文之美、商业之美,成就中国可持续价值生态的样板,和全行业一起拥抱可持续发展的美好明天。”

论坛特别设置的圆桌讨论环节围绕主题展开,嘉宾们均表达了富有洞见的观点。营销创意行业权威平台广告门 CEO 劳博认为,中国的高端男装品牌上存在着一定的空缺,这需要品牌有着始终如一的对美的追求与品质的坚守,更重要的是背后所展现出来的文化自信。知名时尚博主、时装评论人吉良先生在谈及文化与美学时表示,当文化和美学成为服饰设计的灵感来源时,消费者购买的是艺术美学的体现,是他个人审美品质的延展,在认可服饰的同时也是与品牌建立深层次情感链接。中国当代自由艺术家陈鸿志则认为,品牌与艺术的融合,它能够快速地打破设计同质化的桎梏,进而形成产品的差异性。在劲霸男装用户代表刘锐文看来,除了品质,消费者开始逐渐关注品牌背后的情感表达,以及与科技未来等先进理念的相互结合。

“对于未来中国男装产业的可持续价值生态,需要有人具有前瞻性并一以贯之地坚持,才能影响到更多人,进而影响整个行业。”论坛最后,洪伯明总结道。

七匹狼茄克时尚秀 亮相 SS23 中国国际时装周

本报讯(记者 施珊妹)7日晚,七匹狼·中国茄克时尚创意大奖颁奖典礼暨获奖设计师安博作品发布大秀亮相中国国际时装周,呈现中国时尚男装的焕新风貌。据悉,七匹狼·中国茄克时尚创意大奖由中国服装设计师协会、中国国际时装周组委会与七匹狼男装联袂举办,以“战神新衣”为主题,聚焦七匹狼“狼文化”内涵,以“狼图腾”作为核心元素,融入当下“元宇宙”热点趋势,将科技与时尚设计深度融合,以期以时尚创新理念推动中国时尚男装发展新方向。历经作品递交、选手入围、选手答辩、名家评审、作品公示等环节,以时髦、实穿、极致的都市风格著称的青年设计师安博在众多参赛设计师中最终胜出。作为“七匹狼·中国茄克时尚创意大奖”的获奖设计师,安博以科技感和未来感为主要概念,将“平行时空”系列设置为“平行宇宙-静谧星球”“平行宇宙-悦动星球”“平行宇宙-共生星球”,让思维与审美在现实生活和元宇宙中穿梭。在

元宇宙的平行时空里,文化与审美杂糅交融,服装局限被打破。“‘为时尚梦想者创建舞台’是七匹狼的企业愿景之一,为了实现这一目标,七匹狼致力于在时尚文化与年轻设计师的设计梦想之间搭建起一座桥梁,为新时代的年轻设计师打造圆梦舞台,让更多喜欢时尚的中国年轻人走向世界,为行业提供动力,为社会肩负责任,为中国时尚走向国际化贡献力量。”福建七匹狼实业股份有限公司董事长周少雄表示,希望与优秀的中国设计师携手,打造真正属于中国的时尚男装品牌,并推动中国时尚男装设计走在世界前端,以设计和品质成就“中国设计”新高度。七匹狼方面表示,迎着时代新风向,七匹狼将持续秉承“用时尚传承经典,让品牌激励人生”的品牌使命,为消费者提供更具品质感、设计感的产品。与此同时,作为中国时尚茄克引领者,七匹狼也将不断探索中国茄克发展新方向,传递中国时尚态度,与更多有时尚梦想的人在一起向世界展示中国时尚。



新晋江人创业先锋故事系列报道⑦



人物名片

姓名:陈晓康
籍贯:江西省萍乡市
来晋年限:29年

陈晓康:“融心”创业 责任在肩

本报记者 王云霏 张晋福 文图

乡外,唯一值钱的就是一辆老旧的摩托车。”创业路上总是充满坎坷,事业刚有点起色时,陈晓康遭遇了一场“生死考验”:一批出口欧洲的产品出现质量问题,客户索赔十几万美元,而生产厂家拒绝承担相关责任。巨额索赔于陈晓康而言,不亚于“泰山压顶”。但他深知,诚信是企业的“生命”,他只能咬紧牙关,东挪西凑,主动承担所有损失。此举虽然令陈晓康元气大伤,却也为其实现了“融心”。这份责任和担当让他收获了客户的钦佩与信任,双方成为长期的战略合作伙伴,为企业的发展奠定了坚实的基础。吃一堑,长一智。“一丝一毫,关乎节操,一次小小的失误,就有可能毁掉企业辛苦积累的声音”,陈晓康痛定思痛,着手组建品质监控团队,并斥资购买专业先进的质量检测设备,建立完善标准化质量检测体系,精益求精,为每一批出口产品严把质量关。在陈晓康的不懈拼搏与诚信经营之下,福建建登进出口贸易有限

公司的六大鞋类产品成功“走出去”,打入全球50多个国家和地区的市场,并与其中国300多家客商保持着常年合作往来。随着事业版图的不断扩充,如今,福建建登进出口贸易有限公司已经实现了多元化和规模化,业务涉及国际进出口贸易、金融投资、资产管理、教育文化、工程项目等多个领域,下属十几家企业,在国内外设有多家分支机构。陈晓康表示,在晋江创业发展多年,自己取得的成就离不开“晋江经验”的指引,离不开晋江这片创业热土提供的养分。在他看来,当下民营经济环境更优,企业家积淀更深厚,应该增强信心,发挥爱岗敬业的精神,敢于创新,勇于作为,共同推动民营经济高质量发展。据悉,早在几年前,在福建省江西商会、泉州江西商会、厦门萍乡商会等多个商会担任重要职务的陈晓康便一直期待着,将在晋江创业的江西企业家集合起来,打造一个团结、向上的商会组织。在陈晓康的牵头组织下,2021

年,晋江市江西商会正式成立,团结凝聚了300家会员企业,他也被一致推选为副会长。晋江市江西商会成立之后,坚持党建引领,并成立鞋业委员会,致力于持续打造“学习型”组织。陈晓康介绍,商会精心组织沙龙、论坛等各种学习交流互动,引导会员企业积极进行自我提升。“如今,商会在会址搭建了‘直播间’,会员企业可以在这里参加培训,使用设备,学习直播带货,拥抱新的营销模式。”他希望依托商会实现“融心”,持续发挥好桥梁纽带作用,全心全意做好服务,引导会员企业转型升级,为进一步深化江西、晋江两地经济、文化交流做出贡献。“我是新晋江人,但我也是江西人,我的企业是地地道道的晋江企业。”在陈晓康看来,晋江早已是他的“第二故乡”。今年本土疫情暴发期间,陈晓康多次带领晋江市江西商会捐赠防疫物资,为晋江的疫情防控贡献力量。此外,该商会还将晋江梅岭双沟小学作为长期帮扶对象,陈晓康表示,未来,他们将一如既往地助力晋江各项事业发展。

“融资不如融智,融智不如融心。”熟悉陈晓康的人经常会听到他说这句话。也是秉持这样的理念,他赤手空拳在晋江“创”出了广阔天地。上世纪90年代初,大学毕业后的陈晓康进入江西省外贸系统工作,很快便成了公司的业务骨干。1993年,陈晓康因为工作事宜来到晋江。通过与晋江鞋服产业的几番接触,他敏