

助力晋江企业线上拓展国际市场 “泉州优品·香港线上展览”启动

本报讯（记者 蔡明宣）近日，泉州市商务局与香港贸发局携手，在贸发局旗下B2B平台“贸发网采购”首页设置“泉州优品·香港线上展览”专区，晋江企业组团参展。

据了解，贸发网采购平台（Sourcing.hktdc.com）是香港贸发局建立的线上商贸平台，汇聚超过13万名优质供应商及超过200万名登记买家。其中，包括每年到港参加香港贸发局展览会的优质供应商及买家。受疫情影响，全球线下展会大面积取消，线上展示及交易成为

更加主流的国际贸易方式。在贸发网采购平台，买家可全年持续进行采购。

据悉，首批入驻专区的晋江企业主要涉及鞋服、卫生用品、机械设备等优势产业领域。在该平台首页点击进入专区，买家可以快速了解泉州市情、产业集群、投资环境、人才港湾政策，以及外向型经济发展等情况，进而找到自己想要采购的商品，意向合作的企業。

晋江市商务局相关负责人介绍，“泉州优品·香港线上展览”专区上线

该平台首页，可以让全球采购商更容易发现“泉州好货”，并在一定程度上增加泉州商家的曝光度。

福建省晋江市三力机车有限公司是此次参加线上展销的企业之一。该公司生产的割草机主要销售至欧洲、澳大利亚、南美、北美等地，受疫情影响，今年初以来，公司开始加强线上采购和社交媒体营销。

“真没有想到，通过线上展会也可以这么快接到订单。”三力机车业务经理陈晓芳介绍，贸发网采购平台操作简单，公司可以通过平台的即时

通信软件及时与客户进行沟通，了解客户需求。此次，通过线上交流，公司与一名希腊买家成功达成合作，签订了总价值约117万元人民币的订单。“后续我们也会努力做好客户服务，力争赢得更多的客户订单。”

记者通过走访参展企业发现，疫情下，外贸企业外出参展受阻，为了能够有效拓展海外客户，不少企业积极开拓线上业务，参加各种形式的线上展会或直播，并通过视频会议等方式，及时与客户进行沟通，为企业赢得订单。

今年初以来，晋江不断加大外贸企业开拓国际市场的支持力度。比如，组织企业抱团参加福建外贸云展会（RCEP专场）等各种线上线下展会；组织企业对接Amazon、Tiktok、1688等知名跨境平台开展线上业务培训、产销对接活动；支持中小微企业以“境内线上对口谈、境外线下商品展”等方式参加境外展会；积极帮扶泳装、内衣、伞具等企业拓展直播业务，助力外贸转型和内外贸一体化发展，进一步帮助外贸企业抓订单、拓市场。

香港投资者关系大奖公布 安踏囊括七个奖项

本报讯（记者 柯国笠）近日，香港投资者关系大奖公布获选名单，安踏体育用品有限公司（以下简称“安踏集团”）获得该大奖7个奖项。

其中，安踏集团再获“最佳投资者关系公司”称号。安踏集团董事局主席兼首席执行官丁世忠获“最佳投资者关系（主席/行政总裁）”奖项；安踏集团执行董事兼首席财务官赖世贤获“最佳投资者关系（财务总监）”奖项；安踏集团ESG及投资者关系高级总监黄萃琪获“最佳投资者关系专员”奖项。安踏集团投资者关系团队更连续第四年夺得“最佳投资者团队”奖项。此外，今年安踏集团还同时囊括“最佳ESG（企业管治）”及“最佳年报”奖项。

据悉，投资者关系大奖由香港投资者关系协会主办，今年已连续举办八年。投资者关系大奖旨在表扬每年于投资者关系方面表现出众及奉行最佳守则的香港上市公司及投资者关系专才。奖项得奖者先由公众提名，再由买方及卖方投资者组成的合资格投票人士以网上投票方式选出，该奖项受到投资者关系界的广泛认同。

安踏方面表示，很高兴获得香港投资者关系大奖多项殊荣，这充分反映出资本市场及业界对安踏方面的认可与肯定。展望未来，安踏集团将一如既往地坚持做好投资者关系工作，与投资界有效沟通，使资本市场更加深入理解安踏集团的业务模式和战略部署。

安踏 “致敬冬奥”主题秀亮相北京时装周



本报讯（记者 柯国笠）17日，在2022年北京时装周舞台上，安踏以“致敬冬奥”为主题呈现了一场冬奥科技大秀。

据悉，本届北京时装周以“潮向未来”为主题，意在传递“共创未来”的北京冬奥精神。作为北京冬奥会官方合作伙伴，安踏在本届北京时装周上，不仅集中展示了北京冬奥领奖服、比赛服等专业装备，还首次展示了新一季的安踏炽热科技系列产品，重现激动人心的金牌时刻，带领公众重温冬奥的美好记忆。

在致敬冬奥的同时，安踏还通过充满想象的创意穿搭，向外界传递出打破运动和生活界限的设计理念。

走秀以一段灵动的现代舞蹈作为开场。安踏以短道速滑为灵感，生动演绎了赛场与生活的灵活多变。随后，以2022北京冬奥会中国红为灵感的中国冰雪系列率先登场，不对称、叠穿、拼接等创意搭配方式，将冬季保暖服饰与户外机能风格相融合。值得一提的是，安踏携手清华大学举办的全球运动装备创新设计大赛，其获奖作品也在大秀中惊艳亮相。

据了解，在北京冬奥会期间，安踏为15个大赛项的12支中国国家队提供比赛装备，助力中国体育代表团取得佳绩。此外，连续7届奥运会为中国代表团打造领奖装备，累计为28支中国国家队提供比赛训练及生活装备。安踏已然成为支持中国国家队比赛装备最多的运动品牌。

值得注意的是，本次大秀同时开启了线上直播，观众可以在线上观看走秀的同时，实时下单购买自己心仪的走秀同款服装，实现真正的即秀即买。

记者了解到，安踏还将在“双11”电商大促期间打造冰雪热训练营等一系列冰雪主题活动，为消费者带来别样的冰雪运动产品购买体验。

劲霸男装 全品类茄克首次呈现

本报讯（记者 施珊妹）日前，劲霸男装2022茄克品类专场秀在北京举行。大秀首次以主牌劲霸男装、高端系列KB HONG、MINI HONG进行全品类呈现。

今年劲霸男装升级设计丰富度，以新色彩、新廓形、新材质、新风格等“四新”产品，满足中国男性在商务休闲等多元场景下，年轻态、时尚感、艺术文化、具精神内涵的新时代着装需求。

因时而衣，今年大秀劲霸男装首呈四季意象全品类茄克，满足国人多元场景着装需求。春为生，夏为盛，秋为收，冬为蓄。78套秀款以劲霸男装为主体，辅以旗下高端系列KB HONG及童版秀款MINI HONG，讲述“因时而衣”的东方四季着装美学。

秀款以中国色暗合四季变化，在四时中铺陈应季的考究面料及品牌原创花型。遵循季节演变规律——冬季硬朗廓形与线条肌理的刚柔平衡，春季精纺质感与生机色彩的雅致活力，夏季轻盈材质与盛放花卉的浪漫中性，秋季金丝提花与KB基因花型寓意着丰收和沉淀。而高端系列KB HONG，东方意韵与意式优雅交融，体现东方文化中“融”的理念；童版秀款MINI HONG，在成人秀款基础上，加入了活泼的暖橘色线条与图案点缀。



工业用+商用 哈智机器人定制个性化需求



本报讯（记者 施珊妹 董严军）利用工业机器人，在自动化流水线上实现包装与入库的自动化，大大减少用工人数——这是近日哈智机器人科技有限公司为晋江一知名食品企业量身定制的个性化方案。

“这家食品企业用工成本很高，一个工厂300多人，仅后道包装就有180人。这种情况带来的影响，在其订单骤增的背景下显得格外突出。”哈智机器人董事长陆廷栋告诉记者，疫情下，该企业订单量逆势增长，但苦于招不到工人。于是，该企业便想借用工业机器人帮忙解决。

在陆廷栋的定制方案中，小（中）袋包装、封口、在最外层包装上印日期等工序都可以通过工业机器人解决。而包装完毕的产品离开自动化

流水线后，需要入箱、入库时，则可以通过AGV小车+立库的方式来完成。整个流程，可以实现无缝自动化衔接。

“鉴于传统制造业招工难、招工贵问题，我们结合制造业的痛点，在AGV小车+立库、自动化流水线定制等方面做足创新文章。这样一来，不仅可以为企业减少人工成本，还可以提高企业的生产效率，解决堵点、难点问题。”陆廷栋说。

在哈智，机器人不仅在工业方面起着重要的作用，在商业方面也有不俗表现。

测温、送货、消杀、量血压、测心率……品类丰富的商用机器人，无不彰显人工智能技术的可能性。“很多我们不愿意去做的事情，都可以

通过机器人来完成。而且机器人在不少领域有着独特的优势。”陆廷栋举例，如幼儿园每天开园时需要采集小朋友的个人健康信息，更趣味性的机器人可以让小朋友减少抗拒情绪，并实现向家长的实时反馈信息。此外，机器人在一些高空清洁等高危工作中，也有着重要的替代作用。

机电一体化专业出身的陆廷栋深知，人工智能一定是未来的方向。近几年来，他将制鞋行业的制造技术与新技术结合，希望探索更多可能性。同时，沿着自动化、智能化方向发展，与深圳电子信息公司、华中科技大学大学合作，不断探索与外界合作的更多空间。“不走联合道路，仅靠单打独斗是行不通的。”陆廷栋说。

联合纸业牵手“瑞奇宝宝”推出中高端系列产品

本报讯（记者 曾小凤）近日，记者从泉州联合纸业有限公司（以下简称“联合纸业”）获悉，该公司旗下品牌“优妮舒”牵手动画IP“瑞奇宝宝”，以全新的形象进一步深耕线下渠道。

“自去年3月份以来，公司就不再生产低端的产品，把全部的精力花费在中高端产品的经营上。”该公司副总经理汤代凤表示，卫品的竞争异常激烈，消费者对产品的要求越来越高，有品质保证的产品才能在市场中长久立足。此次形象的升级，是公司实现弯道超车的重要一步。

“优妮舒”通过与知名IP合作进行品牌升级的同时，在包装设计上也更加大胆，更加迎合年轻消费者的审美。该品牌围绕“瑞奇宝宝”这一IP进行了多套产品设计，比如冒险与奇遇、化生魔法师等。

此外，联合纸业在产品开发上也有了明显提升。据介绍，该公司通过对设备进行改造，实现产品的质量提升。比如，对拉拉裤的腰身部位着重进行设计，采用热风无纺布，打造“泡泡腰围”，使其触感更加柔软蓬松，带给宝宝更舒适的穿着体验，呵护宝宝娇嫩的肌肤。

“这一系列产品已于8月份上市，并在国内20多个城市的母婴店售卖，获得了良好的反响。”汤代凤告诉记者，与IP“瑞奇宝宝”相关的另一系列产品正在开发中。该系列产品同样定位中高端市场，届时将嫁接网红资源，进行线上直播推广。