

上市公司圈

品牌年轻化更进一步

心相印签约顶级流量明星肖战

本报讯(记者 柯国笠)昨日,恒安集团旗下品牌心相印宣布,签约国内顶级流量明星肖战为心相印品牌代言人。这是恒安集团旗下品牌近期在品牌年轻化方向上的又一动作。

在宣布肖战为心相印品牌代言人的同时,心相印品牌还发布了与肖战同框的品牌合作短视频。同时,在微博、抖音、腾讯、微信朋友圈等多个平台投放开屏、闪屏联投广告,积极为新代言人造势。在心相印官方微博上,心相印发起品牌时刻解锁好礼、H5游戏等营销活动,并发起多个话题互动。

签约肖战的消息一经心相印官方微博发布就引发热议。在该条微博下,短短三个小时就有超过20万次的转发点赞,展现出肖战作为国内顶级流量明星的号召力。作为国内当前最具话题度的年轻

代言人之一,肖战在X玖少年团出道发布会上,以主唱担当的身份正式出道,并通过古装仙侠剧《陈情令》《诛仙1》火速走红,受到众多年轻观众的喜爱,也为心相印带来了可观的代言合作。

这也是心相印品牌近年来在签约顶级流量明星方面的大动作。近几年,心相印品牌作为恒安集团旗下重要的品牌和业务营收组成部分,为该集团贡献了超过一半的营收。

数据显示,今年上半年,恒安集团整体营收上涨。其中,纸巾业务收入大幅上升约25.0%至约58.4亿元,占集团整体收入约52.2%。而在心相印品牌中,高端产品“云柔柔肤”系列的销售增长80%,占整体纸巾销售超过10.0%,湿纸巾业务方面,比增长20.0%。

从生活用纸行业来看,心相印

牵手肖战也是品牌年轻化和迎合消费者的动作之一。同为生活用纸品牌,去年,维达就曾官宣品牌代言人蔡徐坤。这也被认为是维达在品牌年轻化方面的积极作用。

而从恒安集团层面上看,作为国内拥有30多年发展历程的生活用品集团,恒安集团旗下多个品牌也面临品牌年轻化的重要节点。近期,恒安集团旗下七度空间品牌也官宣签约年轻演员赵今麦。

对业内而言,恒安集团的革新早已开始。恒安集团总裁许清流上任一年以来,从管理、供应链等内部环节入手,引入SAP多个数字化项目,提升内部效率。同时,在“品牌升级”的集团新战略指引下,今年,七度空间、安儿乐、心相印等恒安集团旗下品牌的多个动作也彰显了其在品牌年轻化、品牌升级方面的布局。



开拓物流网络覆盖 安踏国际一体化运营中心落户苏州

本报讯(记者 柯国笠)近日,安踏国际一体化运营中心项目签约仪式在江苏省苏州市举行,这一事件标志着安踏集团物流战略布局再次迈出关键一步,将进一步提升安踏集团消费者服务效率。

据悉,该项目总投资超过10亿元,将引入全球领先的数字化技术和智能化设备,定位为国际领先的集进出口分拨、销售结算、数字化运营、智能仓储、展示体验等多业务为一体的综合运营中心。项目位于苏州工业园区独墅湖科教创新区(东区),建筑面积约16万平方米,计划2023年开工建设,2025年建成投用。

安踏方面表示,安踏(苏州)国际一体化运营中心的建成将会推动集团重构业务流程,实现品牌零售升级,提升消费者体验,全面支持零售业务的快速发展,实现全渠道零售物流模式的新突破,为安踏集团战略目标提供强有力的支持,持续为消费者创造极致的服务体验。

据了解,这是继位于福建晋江的安踏集团FILA智能物流中心项目之后,安踏集团首次在福建以外重资产投建的一体化运营中心。

在安踏集团的布局中,安踏国际一体化运营中心的落地,是安踏集团以消费者为导向的数字化布局成效之一。目前,安踏集团物流已形成“5+N”全国一张网战略布局,搭建5个一级区域总仓+N个二级仓库的物流网络,是零售行业自动化和智能化物流的标杆,将高效赋能集团未来的高质量发展,为实现集团战略目标提供强有力的保障。



泉州装备制造研究所研究人员正在操作设备。(资料图)

泉州装备制造研究所科技成果对接活动举行

本报讯(记者 柯雅雅)日前,晋江市科技局联合灵源街道、新塘街道开展“百家企业进平台”泉州装备制造研究所科技成果对接(灵源、新塘街道专场)活动,来自灵源街道、新塘街道的多家机械装备企业参加。

活动开始,泉州装备制造研究所相关负责人介绍了智能机器人系统、智能测

控、工业大数据、感知精准导航等领域的研究方向及相关技术成果。其后,晋江市科技局相关负责人对晋江市科技创新奖励扶持政策进行了解读。

在后续的对接活动中,参会的多家企业与泉州装备制造研究所科研团队就成衣瑕疵检测、螺栓冲压、鞋底成型等多项技术难题展开了热烈讨论,并达成初步合作意向。

晋江市科技局相关负责人表示,接下来,晋江市科技局与各镇(街道)、经济开发区、科技创新平台将常态化联合举办科技成果对接会,充分挖掘在晋科创新平台的科技成果,推动科技交流合作,着力促成一批科技成果落地开花。

百宏实业拟投资5.18亿元 发展越南聚酯瓶片业务

本报讯(记者 王云霏)昨日,百宏实业发布公告,将进一步在越南投资7390万美元(约合人民币5.18亿元)扩产聚酯瓶片产能。该投资包括购买20万平方米的土地,建设1.4万平方米的新厂房,预计新增产能为30万吨。

公告显示,2016年,百宏实业决定于越南投资兴建聚酯工厂,越南的聚酯瓶片年产能为25万吨。

公告称,百宏实业预期聚酯瓶片生产的新制造设施将自2023年6月起逐步投入商业生产。该集团董事会认为,在越南发展新的聚酯瓶片生产设施将产生良好的财务回报,主要原因是当地原辅材料的采购和运输便利,邻近市场存在巨大的市场空间,以及聚酯瓶片市场正在扩大。

九牧王零售获 3608.33万元投资收益

本报讯(记者 施珊妹)昨日,九牧王股份有限公司发布对外投资的进展公告。公告显示,9月20日,九牧王股份有限公司全资子公司九牧王零售投资管理有限公司收到Right Wand支付的本金2000万美元及按照协议约定复利8%的预期收益519.42万美元,收益折合人民币3608.33万元。(上述人民币金额,为接收到款项当日人民币对美元中间价折算后的金额)

公开资料显示,2019年4月1日,九牧王零售作为有限合伙人与作为普通合伙人的Sky Wonderland Limited及相关担保方签署了《认购协议》,双方共同在英属维尔京群岛登记注册一家有限合伙企业Right Wand。九牧王零售出资2000万美元,认购合伙企业A类有限合伙人份额。

Right Wand的经营期限未定,《认购协议》约定的合伙期限为3年,视乎实际情况,可大于三年。此次投资中,九牧王零售可获得复利8%/年的预期收益与特定比例的超额收益,具体收益分配安排以《认购协议》及双方签署的合伙协议的约定为准。

九牧王方面表示,九牧王零售本次对外投资收到的价款超出投资成本的金额,确认为公司投资收益。本次交易占公司最近一期经审计的归属上市公司股东的净利润的18.54%。

一上市便脱销 盼盼食品创新推出“蛋皮奶心吐司”

本报讯(记者 蔡明宣)“这款吐司有奶油夹心,吃起来奶味十足,丝滑爽口。”整体口感是柔软糯糯,满嘴都是奶香。”……近日,盼盼食品推出的蛋皮奶心吐司受到消费者广泛好评,在东北市场更是上市就脱销,短短数天销售超66万件。

与市面上其他吐司不同,盼盼蛋皮奶心吐司在皮、夹心、工艺等方面均做了创新。盼盼食品相关负责人介绍,该款产品的黄金外皮由新鲜鸡蛋精制而成,中间的奶心由优质奶粉熬制而成。企业通过特殊工艺,把奶心注入特制的面包,再用黄金外皮将面包包裹起来,从而完成“蛋皮奶心吐司”的制作。

明星产品从来不是一蹴而就的。多年来,盼盼食品持续深耕吐司赛道,在市场端、供应链、生产等环节持续引领行业发展。

就行业发展而言,新消费群体站到台前,烘焙消费需求多元化,消费选择更多,这就催生了吐司烘焙的新消费潮,吐司面包更是成了烘焙市场里的大单品。”

盼盼食品相关负责人表示,早在20多年前,盼盼食品便开始涉足烘焙领域,并提前布局吐司市场,斥资入局保吐司和短保吐司,专注研发创新。历经七八年的发展,盼盼食品已成功打造近20款吐司产品。

Euromonitor数据显示,2021年,我国



烘焙市场总规模达到2657亿元,近5年的年复合增长率为9.34%,预计2025年我国烘焙市场将达到3589亿元。历经几十年发展,中国烘焙市场已经发展为仅次于美国的全球第二大烘焙市场。

全球优质供应链体系的搭建让盼盼食品在吐司创新方面拥有更多话语权。据悉,原料方面,盼盼通过全球优质原材料筛选体系进口新西兰优质奶粉,严选阳光小麦和新鲜鸡蛋,从源头上确保蛋皮奶心吐司的品质。生产工艺方面,盼盼建立

了10万级无尘车间,配置了全球先进的生产线,以高标准的成熟工艺进行加工生产,以科技护航品质。

盼盼食品相关负责人表示,未来,盼盼集团会将蛋皮奶心吐司的多重口感传递给消费者,让大家看到吐司产品的更多可能性。同时,集团将继续发力休闲食品消费场景的产品开发,在新鲜、好看、好吃、好玩、分享等理念的指引下,为消费者继续提供美味的休闲零食体验。

首届WWF时尚元宇宙高峰论坛 亮相WDCC2022 洪伯明:以IP形式 丰富品牌内涵

本报讯(记者 施珊妹)18日,首届WWF时尚元宇宙高峰论坛亮相2022世界设计之都大会(WDCC)。

以“设计无界,相融共生”为主题,WDCC 2022聚焦工业设计、建筑设计、时尚设计、服务设计、数字设计等,特设元宇宙分会场。以“未来设计,设计未来——撬动万亿产值的设计力量”为主题,此次高峰论坛汇聚众多领域嘉宾,分享他们对元宇宙这一新兴赛道与时尚产业关系的看法。

论坛上,欧莱雅中国消费者中心项目负责人蓝挺元就元宇宙在全球范围内引发的时尚消费新趋势,发表了《元宇宙在中国美妆的趋势洞察》主题演讲。蓝挺元从生活、社交、商业等方面多维变化出发,分析元宇宙如何改变品牌和消费者关系,强调在此背景下亟需重新思考品牌策略,以及发生在产品端、营销端、社群端、线下体验等不同场景的颠覆性变化。据蓝挺元预测,元宇宙概念在今年呈现出泛娱乐化趋势,并在2025年至未来的5年到10年间,以体验为核心,在NFTs(非同质化代币)、虚拟化身、虚拟偶像、社区社群、无缝体验五大领域爆发新的机会点。

劲霸男装CEO兼创意总监洪伯明从时装行业的视角,探讨以元宇宙为代表的新技术为服装这类传统行业带来的革新,分享了其对劲霸的思考和实践的影响。同时,他还与大家分享了劲霸刚发布的自有IP“劲H&霸H”和虚拟时空家园“劲象空间”,以实际案例解读如何以一种艺术化、潮流化、IP的形式丰富品牌故事的内涵,增添人文温度。他强调,中国文化博大精深且意蕴深刻,元宇宙沉浸式体验或将为中国文化的意向表达提供具象立体、丰富多元的想象空间。

凌迪科技Style3D的创始人兼CEO刘郴分享了其在市场前沿的经验和研判。这两年,该企业积极招揽全球人才,引入世界级形学专家,在仿真效率和效果上不断提升。Style3D以科技解构时尚,以自主仿真引擎的底层技术服务、产业链级工业软件和3D设计一体化协同平台,为时尚企业和设计师拥抱元宇宙提供了重要的技术支持。

活动最后,针对虚拟与实体交融对时尚品牌带来的全新挑战,艾德韦宣集团董事会主席兼集团行政总裁刘锦耀分享了一个创新案例,即本届WDCC开幕呈现的以“虚实共生 海上花开”为主题的线下真人模特与元宇宙虚拟模特的同屏走秀。他在现场发布了一组数据,即2030年,全球时尚和奢侈品行业web3.0收入预计将达到500亿美元,8年内奢侈品集团的潜在市场将扩大约10%以上,推动该行业的息税前利润增长约25%。而在我国,数字藏品2026年规模预计在298亿元左右。这组数据也给行业释放了积极的信号。

华宇商学院 开展“战金秋”系列培训

本报讯(记者 曾小凤)金秋时节,为迎接印染生产旺季,华宇商学院二级学院印染事业部开展“厉兵秣马战金秋,团队荣誉我先行”系列培训。培训涵盖经营管理理论、精益生产实操、标准化作业等课程,意在全方位、多维度地培养一批质量管理干部。

19日,该系列培训拉开序幕。华宇商学院执行院长冯强分析了当前行业形式与华宇现有人才梯队,对华宇商学院未来发展规划做出了解读,明确华宇未来人才发展的核心理念。

“希望通过此次系列培训,做好生产旺季前的备战工作,全面提高管理人员的积极性和荣誉感。”华宇印染事业部总裁张述义表示,企业只有持续修炼内功,提升专注力、练好本领、做好产品,才能在逆境中求生存、促发展。

晋江印协 组织异地考察活动

本报讯(记者 曾小凤)17至18日,晋江市印刷行业协会(以下简称“晋江印协”)召开六届十五次会议暨参观考察安溪百强印刷企业系列活动。

会上,晋江印协会长柯遵昶表示,晋江印协将会更加凝心聚力,克服困难,奋力拼搏,进一步推动行业高质量全面发展。

随后,与会人员走访了安溪百强印刷企业福建泰兴特纸有限公司等企业。所参访企业负责人分别介绍了企业的发展历程和业务情况,并就未来行业发展趋势及业务创新转型等话题与大家进行深入交流和探讨。

除了考察学习安溪县百强印刷企业,参观八马茶业信记号普洱茶智能仓库等智慧工厂,晋江印协一行人还参观了红色革命基地,探寻红色文化,追溯革命之源。大家纷纷表示,将在今后的工作中,踏实做好本职工作,不忘初心,为晋江印刷业全面健康发展奉献新的力量。