

# “千封邮件不如一次见面” 出海抢单 鑫纤贸易喜获5倍订单

本报讯（记者 施珊妹）“千封邮件不如一次见面”——近日，走出国门、出海抢单的泉州鑫纤贸易有限公司喜获一笔来自美国的2000万元（人民币，下同）订单。

近三年，受疫情影响，很多外贸人已经很久没有与海外客户面对面交流了。而从宏观环境上来看，受全球经济复苏不足、欧美通胀、外需萎缩等一系列错综复杂的因素影响，今年第四季度及明年初外贸依然面临困难和挑战。

打响外贸保卫战，第一步就要迈出国门。日前，鑫纤贸易总经理、黄共词带着精心准备的样品，拜访

美国知名休闲品牌 American Eagle Outfitters (AEO)。此时，AEO 正在召开一年一度的供应商季度会。

“该客户是前几年由老客户介绍认识的，我们陆续为他们提供了不少产品，但订单量一直不大。”黄共词说，此前，他们都是通过邮件联系。这一次，他们针对客户的不同部门，准备了各式各样的泳装提花面料，当面拜访。这些非常规的泳装面料，一下子就戳中了客户的需求。

这几年，泳装企业的同质化竞争日益严重。当同行越来越“卷”，打起价格战时，鑫纤贸易却将大部

分精力投入产品研发，绕开大家都在做的泳装平布，开发更具立体感的提花面料。更时尚的花样、更差异化的产品，很快便在竞争中脱颖而出，俘获品牌的芳心。

“我们一年要花五六百万元在产品开发上，这方面的投入占比超公司营收一半，要‘吃掉’公司净利润的30%，但我们还是坚持全年不断的开发。”黄共词告诉记者，提花纹面料开发成本很高，大部分企业不愿意花费大量成本在其中，而这恰恰给了自己机会。

鑫纤被 AEO 认可的，还有供应链的快速反应能力。

“疫情下，全球的物流整体都被降速，时效很不稳定，导致全行业的生产周期都被压缩。而我们有自己的配套工厂，织造、染色一条龙，还下设两个印染厂分别专做大单、小单，能够更灵活调配，因此交期上可以更好地满足客户需求。”黄共词说。

基于这两点，加上过去供需双方配合几乎零失误的情况下，订单增长成为必然。AEO 把鑫纤认定为主力供应商，更是签下一笔货值2000万元的订单，比去年增长了5倍。

尝到甜头的黄共词决定，多走

## 深圳市福建商会换届 施能狮当选会长

本报讯（记者 王云霏）近日，深圳市福建商会第七届理事就职典礼在深圳举行。福建省政协常委、信义集团董事长、深圳市恒通源环保科技有限公司董事长施能狮当选新一届会长。

施能狮表示，将带领商会全体会员凝心聚力、精诚团结、勇往直前，创造更加灿烂的明天；希望深圳、福建两地党委、政府，以及社会各界能一如既往地给予商会关怀、指导和支持，共同助力商会发展。

据悉，深圳市福建商会于2003年12月19日经深圳市民政局批准成立，商会拥有理事企业1000多家，涉及地产、服装、物流、医疗、珠宝、建筑、餐饮等行业。

# 亚玛芬将独立上市？ 安踏：不对市场传闻和猜测作评论和回应

本报讯（记者 柯国笠）日前，有多家媒体报道称，安踏集团正在考虑启动 Amer Sports（亚玛芬体育公司）进行首次公开募股（IPO）。根据报道，目前安踏及亚玛芬的共同投资者正与投资银行就 IPO 进行初步谈判，IPO 的具体规模与交易地点尚未确定。对于该传闻，安踏方面表示，不对市场传闻和猜测作评论和回应。

据悉，亚玛芬是成立于1950年的芬兰体育用品公司，旗下品牌布局全球市场，涵盖网球拍品牌威尔胜（Wilson）、户外品牌始祖鸟（Arc'teryx）、奥地利滑雪品牌阿托米克（Atomic）、滑雪靴品牌萨洛蒙（Salomon）等13个品牌，各个品牌皆在所属领域处于领先地位，具有非常高的业内知名度。

2018年底，安踏宣布与私募基金方源资本、lululemon 创办人 Chip Wilson、腾讯组成的财团，以现金46亿欧元收购品牌 Amer Sports 全部股权，收购于2019年3月份完成。最终，Amer Sports 为收购方组成公司 AS Holding 的全资附属公司。截至2021年12月31日，安踏持有 AS Holding52.70%的股权。

根据2022年安踏中报透露的信息，亚玛芬被安踏列入“全球化”策略撬动新的增长引擎。上半年，Amer Sports 整体收益同比增长21.1%，核心品牌业务收益创同比新高，EBITDA 增长28.2%，表现亮眼。

数据显示，2020年—2021年，按照对亚玛芬体育的持股比例，安踏所需承担的亏损额分别为6.01亿元、8100万元。今年，安踏集团预计，将实现超过1亿元利润，首次实现盈利。整体而言，亚玛芬在安踏集团的运作下有明显的复苏表现。

事实上，尽管有成功运营并盘活意大利品牌 FILA 的经验，但外界对于安踏集团能否盘活体量更大、品牌数量众多且各不相同的亚玛芬“一篮子”品牌一直存疑。毕竟对于运营而言，不只是品牌数量的增加，运营难度更是指数级的提升。

在过往的两年里，安踏对萨洛蒙、始祖鸟、威尔胜、壁克峰等品牌的积极运营已经取得了明显成效，特别是始祖鸟、萨洛蒙、威尔胜三个品牌，在今天的电商大促及常态化线上表现中，都取得了明显进步。它们都出现在各类销量榜单之中，部分单品持续畅销；同时，在品牌声量上也成功打入众多国内消费群体。

事实上，早在收购完成之初，安踏就提出打造5个“10亿欧元的发展计划”，亚玛芬旗下的始祖鸟、萨洛蒙和威尔胜三大品牌占据了三席。安踏预计将在2025年将其打造成为“10亿欧元”的品牌；中国市场和直营模式分别实现收入10亿欧元。

与此同时，不少人也观察到，安踏也在进一步精简亚玛芬旗下的品牌组成，优化运营效率。2020年，安踏集团以现金代价4.2亿美元出售健身品牌 Precor 资产；今年1月，安踏出售知名户外运动品牌颂拓。

此次 IPO 传言，不少业内人士认为是安踏在当前市场环境，进一步寻求外部资金、提升品牌扩张速度、提高运营效率的积极动作。当下对于亚玛芬旗下品牌的运营多依靠收购方自有资金，亚玛芬如果 IPO 成功后，就有了更多的资本支撑，有利于品牌盘子更快做大。

不仅如此，资本市场实际上对于亚玛芬旗下多个户外品牌也非常感兴趣。有体育从业者告诉记者，亚玛芬旗下萨洛蒙、始祖鸟等品牌在国内户外人群中的知名度、认可度极高，当下国内掀起“户外热”“冰雪运动热”，也进一步促进了户外品牌和相关装备的发展，使其在体育品类中增长最快，富有潜力。

事实上，从完成收购的最初，亚玛芬的营收就未与安踏体育上市公司报表进行并表。这也为其更快实现独立 IPO 提供了路径。

一名投资行业从业人员表示，一家体育集团同时拥有两家上市公司，这对于任何企业而言，都极具诱惑力。而对于投资人来说，更是充满了想象空间。尽管如此，亚玛芬最终能否成功 IPO 仍存在变数。



预制菜在第六届海峡两岸食品交易会中受到关注。

## 晋江食品企业争相入局 预制菜迎政策叠加利好

本报讯（记者 蔡明宣 刘宁）近日，泉州市工信局等四部门出台《关于加快推进泉州预制菜产业发展的若干措施》（以下简称“措施”），力争到2025年，泉州预制菜全产业链年产值超300亿元，预制菜企业竞争力走在全省前列。

据悉，措施围绕规划建设专业园区，打造涵盖一产农产品生产交易，二产净菜、预制菜生产和三产物流、电商交易等环节的预制菜全产业链等方面，提出了规划建设专业园区、着力培育龙头企业、完善产业配套、培育引进一批装备企业、加大招商引资力度等五方面。

从“田间地头”到消费者的“餐桌”，中间的生产制造环节不可忽视。为推动预制菜生产企业高质量发展，措施明确提出，着力培育龙头企业，并支持企业实施数字化升级、支持企业技术改造、强化企业品牌培育、培育预制菜出口企业。

其中，在支持企业实施数字化升级方面，推动预制菜生产企业在研发设计、生产、管理、销售、仓储等环节加快数字化转型；在

强化企业品牌培育方面，鼓励地方特色农产品申报注册地理标志商标、地理标志保护产品。

同时，措施明确，培育引进一批装备企业。对符合条件的预制菜装备企业项目，在首台套、专精特新等专项申报中予以优先推荐。针对预制菜生产加工需求，着力引进一批预制菜装备生产企业，对新引进或新进军预制菜装备生产相关领域，总投资5000万元以上的研发、生产性项目，按其购置与预制菜装备生产相关的研发、生产设备金额的7%给予补助，最高不超过250万元。

事实上，早几年，晋江便有一批企业率先入局预制菜赛道。诸如阿一波、鲜之惠、优滋美等众多原先做紫菜加工生产的企业，通过各种形式的酱料包涉足预制菜；盼盼食品、渔家翁食品等企业，借助食材上的优势，试图开辟预制菜新单品。更值得关注的是，阿一波、渔家翁、鲜之惠等不少晋江品牌更是投入大量资金在生产供应链端的优化与整合上，以提前搭建企业在预制菜领域的行

业门槛。

“目前，我们的场地与机台设备都已经准备就绪了，预计明年会在预制菜领域有更大的投入与产品创新。”晋江鲜之惠食品有限公司总经理李永钟表示，从福建省21条措施到泉州发展预制菜的若干意见，一系列的政策加持对于晋江食品企业拓展预制菜赛道是一大利好，不但解决了物流链、技术链、人才链等诸多问题，还将进一步推动晋江预制菜行业的快速发展与壮大。

“三里街预制菜的菜品，以闽南本土特色美食为主。希望可以通过预制菜，将特色闽菜推广到全国市场，发扬本土美食文化。”三里街（泉州）食品有限公司创始人陈招升告诉记者，看到近期福建省和泉州市都出台了相关政策支持预制菜产业，作为相关从业者，他倍感振奋，感受到了政府对预制菜产业的重视与发展预制菜产业的决心。同时，预制菜相对来说是一个比较新的产业，有很多方面还需要政府与从业者共同探索，引进优势资源，完善产业配套，一起将整个产业做大、做强，发展成为晋江的特色产业之一。

## 一等奖5万元 晋江经济开发区LOGO征集大赛启动

本报讯（记者 许春）10日，2022年晋江经济开发区LOGO征集大赛正式启动。本次大赛以“凝心聚力·蓄势而升”为主题，广邀专业设计人员、独立设计师或有创意和设计能力的市民、院校师生等积极参与，活动总奖金为10万元，将于2023年1月6日截止线上投稿。

晋江经济开发区于2000年动工建设，2003年被省政府批准为省级开发区，2005年列入省级开发区示范区。2021年11月，晋江市整合全市14个工业园区，纳入经济开发区统筹管理。2021年度，晋江经济开发区综合发展水平位居全省97家国家级、省级开发区第4位，连续6年蝉联省级开发区首位。目前，晋江经济开发区规划范围达90.34平方公里，共有入驻企业1407家，形成“5+2”现代产业集群（主导产业：智能制造、健康食品、医疗健康、高端纺织、时尚鞋服；生产性服务业：研发设计、科技创新）。

本次开发区LOGO征集大赛，鼓励参赛者积极围绕晋江经济开发区争创国家级经济技术开发区目标展开设计，设计主题需契合经济开发区“发展能级跃升、产业转型升级、产业创新生态提升、园区综合环境提升、园区运营管理水平提升”等特色，体现园区

蓬勃发展的活力与态势。

此外，投稿的作品必须是参赛者的原创设计，且为本次大赛专门创作，作品要富有美感、易于传播和转为制作雕塑成品等，LOGO设计应简洁、时尚、大气、构思新颖、易读易记，并具有较强的视觉冲击力和可识别性，便于“晋江经济开发区”品牌的传播和推广。同时，大赛主办方鼓励参赛者采用更具创新性的设计技术和理念进行设计。

本次大赛秉承公平、公正、公开的原则，将采用线上征集、线下初评、复评、终评的方式进行。征集到的作品，将由初评评审组筛选出20件优秀作品进入复评环节。进入复评的作品，将通过“福建晋江经济开发区”“晋江市三创园”微信公众号展开网络投票，并结合专家评审，确定10件作品入围终评。终评专家组确认最终获奖名单。

**奖项设置：**  
一等奖1名，奖金人民币50000元/名（税前），并颁发获奖证书；  
二等奖2名，奖金人民币10000元/名（税前），并颁发获奖证书；  
三等奖3名，奖金人民币6000元/名（税前），并颁发获奖证书；  
优秀奖4名：奖金人民币3000元/名（税

前），并颁发获奖证书。

**投稿须知：**  
1.报名方式：扫描报名二维码，下载报名表、承诺书，并于2023年1月6日24:00前，将应征作品文件夹报送至征集邮箱18859775393@139.com。  
2.应征作品文件夹命名方式：“晋江经济开发区”LOGO方案+参赛者姓名+联系电话。如有多件作品，每件参赛作品单独一个文件夹。  
3.作品文件夹需包含：报名表、承诺书、应征作品。参赛主体为企业的，需提交营业执照、法人身份证复印件、行业生产相关证明复印件（材料加盖企业公章）；参赛者个人的，需提供身份证复印件等相关证明（材料签字捺印）。  
4.投稿作品需附创意文案说明（400字以内，简要说明设计构思、分析过程、寓意和创意）。  
5.如有其他可以表现设计内容的视频、多媒体文件等，文件大小不超过50M。



报名二维码

## 海天材料科技获 ISPO Textrends大奖

本报讯（记者 施珊妹）近日，在德国慕尼黑举行的 ISPO 功能性纺织品流行趋势大奖评选中，泉州海天材料科技股份有限公司送审的四款面料均荣登 ISPO Textrends 2024/2025 秋冬产品榜单。其中，轻量保暖速干双面布以其优异的材质表现摘得功能性面料类别“前十”大奖。

据介绍，海天科技所研发的轻量保暖速干双面布，采用特殊的气凝胶功能原料及环保染整减量处理，使面料具有多微孔、轻量保暖、吸湿速干功能，有利于保持皮肤干爽清爽。

“荣誉是对公司产品的肯定。”海天科技方面表示，未来，公司将继续坚持“以极致优质及富有性价比的面料和服装，为大众创造舒适、时尚、健康、环保的美好生活”的品牌理念，服务好客户。

据了解，ISPO——慕尼黑国际体育用品博览会始于1970年，覆盖体育用品及运动时尚的方方面面，旨在帮助行业寻找下一年度在产品技术、设计、性能等多方面具有突破性表现的运动产品，是全球重要的多品类运动用品展之一。ISPO Textrends 是 ISPO 最重要的奖项之一，由来自全球的专家组成评审团，颁发给纺织行业最具创新精神、体现全新思路、对行业发展具有开创性意义的产品。