

45家晋企美国展满载而归

本报讯(记者 蔡明宣)为期4天的美国拉斯维加斯春季国际服装、服饰、面料及鞋类博览会MAGIC SHOW(以下简称“美国展”)于北京时间2月16日在美国拉斯维加斯国际会展中心落下帷幕。这也是自疫情防控政策调整以来晋江企业组团赴美首展,现场45家晋企满载而归,收获意向订单与新客户青睐。

“这次参展效果远超预期。”时隔4年再次参展,晋江市滨浪制衣织造有限公司总经理陈德勇十分激动,“我们初步做了展会复盘,现场有100多名采购商前来询盘,其中90%为新客户,另外有不少来自美国、加拿大,以及南美地区的客人现场就直接下单了。”

陈德勇坦言,千封邮件真的不如一见,“现在面对面的沟通,让我们深刻感受到整个市场的复苏,以及众多专业采购商的采购欲望。下一步,我们不仅要加大外出参展的次数,还将以展会为契机,多拜访老客户,进一步了解市场与客户需求。”

百佳(福建)内衣有限公司经理詹献育参加美国展已有8年,此次参展,他有种“小别胜新婚”的感觉。参展的4天里,每一个来展位的采购商,他都会争取与他们聊上两句。“此前外贸形势不是乐观,公司订单也出现波动。此次政府组织企业赴美参展,为企业提供了维护老客户和挖掘新客户平台,让企业在当前困难时期找到了突破。”詹献育说。

正因为做了充足的准备,詹献育此行收获颇丰——现场接待了90多名采购商,其中有1名墨西哥客人在看到产品后,现场下了3个柜,订单货值达40万美元;此外,还收到了多个客人的商务邀约。詹献育告诉记者,把意向客户与同事衔接好后,他将启程前往洛杉矶、旧金山、西雅图、纽约等地拜访新客户,与其洽谈订单合作事宜,预计要3月2日后才能回国。

展会一结束,参展商也纷纷亮出了成绩单。“截至目前,据不完全统计,荟源组织参展的18家晋企中,现场成交额约247万美元,达成意向成交金额约为1530万美元,基本回归到2019年的水平,甚至略有增长。”福建荟源国际展览有限公司第二事业部总经理周亮说。

“我们还香港机场转机,一路上,很多老板都给我们发来感谢,还有很多没有来参展的企业都发来私信要提前预定秋季的展位。”福建省新瑞会展有限公司经理郑永健告诉记者,截至目前,新瑞会展所组织的晋企现场成交额约178万美元,达成意向成交金额约1257万美元。此外,还有不少客户受邀留在美国,继续拜访周边客户。

拼经济、稳订单、拓市场。美国展刚结束,由晋江市商务局组织的俄罗斯莫斯科展将于明日正式参展。晋江市商务局相关负责人表示,结合晋江优势产业和适销市场情况,市商务局梳理制定2023年度境外重点展会目录共有65个。下一步,该局将继续组织晋江企业出海,重点参加服装、泳装面料、皮鞋、鞋材、食品、家居用品行业等全球各大展会。



展会上,晋企创意新品吸引海外采购商询盘。

中国伞都产业馆招展已达85%

本报讯(记者 曾小凤)昨日,记者从中国伞都产业馆运营方了解到,该馆将于3月下旬开馆。目前,中国伞都产业馆的展位招展已达85%。

据了解,中国伞都产业馆位于晋江市东石镇东升路,总面积2000多平方米。一楼设立展位33个,可入驻企业84家,招展企业覆盖全国,涉及伞具、沙滩伞、雨披、帐篷等类别。二楼、三楼为电商基地,实现商家拎包入住。值得一提的是,中国伞都产业馆在提供办公空间的同时,还将提供对接高校、电商、设计人才,以及仓储物流等支持。

“中国伞都产业馆展位招展的第一时间,我就报名了。”晋江亚辉伞业有限公司总经理肖辉煌表示,借助中国伞都产业馆这一平台,将更好地宣传推广公司品牌;同时,公司正在试水电商业务,产业馆能够提供全链路、一站式、多元化的电商服务,可以助力公司在电商领域持续发力。

肖辉煌告诉记者,晋江有非常完善的制伞行业产业链配套,浙江很多商家的产品都由东石制伞企业提供。“有了中国伞都产业馆这一窗口,晋江伞具行业有了专属的阵地,不管是对‘中国伞都’这一名片,还是本土的行业企业都是一个大利好。”

“我们每年都有二三十款产品上新,通过中国伞都产业馆的展位直接把产品展示出来,更便于客商挑选,一定程度上也减少了厂家与客商之间的沟通环节。”晋江市豪达伞具配件有限公司创始人叶云说。

“中国伞都产业馆不仅是东石对外的一个窗口,也是晋江制伞企业强产业链、补营销链的重要举措。”晋江市伞业协会会长王翔鹏表示,中国伞都产业馆作为产业载体,将打造成东石“中国伞都”对外宣传的名片,以伞具产品及其配件材料和户外产品为主,构建线上线下一体化国际化的伞具选品销售平台。未来,中国伞都产业还将吸引更多优质项目、企业入驻,进一步扩大伞具产业集群区域品牌竞争力。

据透露,中国伞都产业馆开馆时,还将举办行业展会等活动。

“兔”破陈规 七匹狼携手徐明跨界营销

本报讯(记者 施珊妹)近日,七匹狼携手知名先锋艺术家徐明,合力打造跨界联名产品,为消费者带来时尚可爱又极具未来感的“月球兔”。其时尚风格引人注目,上市后迅速引发关注。

据悉,此次七匹狼全新推出登月系列双面羽绒夹克联名款,在设计上采用“月球兔”和“小七狼仔”元素,既时尚有趣,又具有极强的穿搭实用性。正面采用黑色质感面料塑造造型风格,后背大面积的月球兔印花则让人过目难忘。反面的红色英文字母印花面可以翻转穿搭,令穿搭造型更具多样性,适用于多种穿搭场景。

此外,七匹狼采用先锋艺术家徐明《月球兔系列之拳击兔》作品精心制作的联名款卫衣,特别运用定制开发的全新抗起球涤纶长丝作为中间层,提升了面料手感和饱满度。登月系列联名款单夹克则采用全新褶皱效果的袖口造型,搭配时尚可爱的月球兔印花和高领设计,既保暖防寒,又能带来超现实主义的穿搭体验。

值得注意的是,近期,不少明星达人也纷纷与七匹狼进行联动。人气歌手、演员何洛洛,音乐唱作人ICE杨长青身着七匹狼年品系列帅气亮相,知名小红书达人@王潇洒 wfm-、英宇,抖音达人李毅然、尤金等也纷纷发布身着七匹狼X徐明联名款系列穿搭晒照。

作为跨界联名资深玩家,七匹狼对跨界联名营销可谓驾轻就熟。从全年两度携手国际知名设计师Tuomas Merikoski打造“做TA的守护者”公益系列联名产品;再到与中国当代杰出艺术家陈文令,以及国际知名羽绒品类设计师MAXWELL HOLMES共创合作,不断探寻国民男装的时尚新高度,引领中国男装时尚行业潮流风向;直至时下合作先锋艺术家徐明,七匹狼屡次通过跨界联名打造出圈营销事件,为品牌赋予文化底蘊新内涵。

近年来,七匹狼一直致力于通过固定节点的主题策划,实现不同主题营销的IP化运营。通过IP打造,成功实现“1+1>2”的传播效果,让七匹狼品牌形象深入人心,有效提高了品牌辨识度,强化了消费者对品牌的认知,放大品牌影响力。



本报讯(记者 柯国笠)18日,“晋芯·人才港湾”晋江集成电路菁英人才主题团建交友活动在晋江梧林传统村落举行,吸引了园区部分入驻的集成电路相关企业,以及深圳航空、泉州银行、国家电网等相关单位的数十名青年职工参与。

呼啦圈接力挑战赛、“1、2、3木头人”、“摸石过河”……在梧林景区的大草坪上,青年男女们身着定制服装,现场体验了一把近来大受年轻人喜爱的青春版“鱿鱼游戏”,抛却陌生的羞怯,将彼此的感情升温。

而在内场,主办方特别设计布置了互动舞台。主题茶歇搭配新式鸡尾酒调制专区,营造出年轻人喜爱的社交场景。不仅如此,活动还专门邀请乐队到场献唱,将气氛点燃。烟花与鸡尾酒碰撞,花式调酒秀表演让到场青年鼓掌叫好。在互动游戏环节,“你画我猜”“听歌识曲”“数字炸弹”等游戏进一步让现场男女热络起来,为青年交友创造近距离交流的机会。不少参与活动的青年男女还即兴上场高歌一曲,展示自我风采。

晋江集成电路企业职工郑先生告诉记者,由于工作的关系,周边多名男性同事在工作之余也没有太多时间接触女生,“这样的活动形式很新颖,内容丰富,不会产生太多心理负担,我们比较乐于接受。同时,也能够与其他企业员工交流互动,拓展了交友圈。”

记者了解到,作为福建省集成电路产业园区建设筹备工作组的服务性品牌活动之一,“晋芯·人才港湾”旨在围绕晋江市集成电路人才居住、医养、养老、娱乐等方面的需求,策划开展全方位的人性化温情化服务活动,为集成电路产业企业员工构建舒适的软硬件环境。

福建省集成电路产业园区建设筹备工作组相关负责人表示,此次活动是筹备组贯彻“联系人才、服务人才、凝聚人才”的具体举措。希望通过具体的互动,营造人才在晋工作生活的家氛围,加强集成电路产业人才与其他单位从业人员的交流,让“芯”人才能够交到新朋友,在晋江找到归属感,进一步提升人才所需的“软环境”。

据悉,目前“晋芯·人才港湾”已举办“一见倾心”集成电路产业青年人才单身派对、“同心筑梦”职工亲子挑战赛、“留晋过年·年在一起”等针对性活动,受到广泛好评。

“今后,我们将会策划更多更具精准性、精细化的活动,更好地服务晋江集成电路人才。”上述负责人表示。

泉州市企业家传承与创新研修班开班

本报讯(记者 刘宁)18日,由泉州市工业和信息化局主办的泉州市企业家传承与创新研修班正式开班,晋亿鞋材、闽运兴等企业相关负责人参加。

本次研修班为期2天。其间,现任全国工商联中非民间商会党委会副书记杨宗岳以“中国企业传承新方法”为主题进行授课,原中国人民大学

培训与发展研究中心主任、现任英国TACK国际培训机构高级培训师顾问马爱民教授以“企业营销变革与创新”为主题进行授课。

对于企业传承,杨宗岳分析,接班的基础是两代人之间的信任,家族企业传承失败的一个主要原因是两代人之间的互不信任。他提出,企业主个人要扫除传承思想障碍,警惕权力陷阱,有计划地撤离企业,实现退休生活职业化。此外,他强调家族企业传承中要重视个人魅力、领导诀窍、管理诀窍、人脉资源等隐性资源的传承,要注重对继承者的引导。

在杨宗岳分享了企业传承后,马爱民针对营销策略的变化进行主题分享。他提出,现在营销方式发生了变化,接下来的营销是通过深度整合“以人为本”的技术,在“顾客旅程”中去创造、传播、交付和增强顾客价值。未来,企业要将营销从职能转变为变革的引擎,即企业里的每个人都应该为顾客服务,创造顾客价值,让营销不再是营销部门的责任,而是分散在企业内部,需要跨职能的安排以保证执行的成功。

作为活动协办方之一,福建福友企业管理咨询有限公司总经理陈福如表示,企业的交接班能否顺利影响企业的发展。希望通过研修班,帮助新生代企业家在“交接班”的过程中提高认识,提升自身素质,实现企业文化传承和治理现代化,促进民营企业代际传承与转型升级。

安踏集团获“最佳学习型企业荣誉奖”

本报讯(记者 柯国笠)近日,人才发展国际权威奖项“2022-2023 ATD BEST Awards最佳学习型企业荣誉奖”公布,共有4家中国企业获评该奖项,安踏集团名列其中。

该奖项因覆盖面广、评选难度高,被誉为“全球人才发展奥斯卡奖”。奖项由全球最大的专注人才发展的国际性协会——人才发展协会(Association for talent development, ATD)颁发,主要用以表彰在组织内部员工的人才发展领域取得广泛成功的企业。获奖企业必须全方位地证明其人才发展领域的卓越能力,如:人才发展在企业内部发挥重要作用;学习在组织文化中具有价值;学习与个人和组织绩效相关联;投资于人才发展和绩效举措。

安踏集团表示,获“2022-2023 ATD BEST Awards最佳学习型企业荣誉奖”,是对安踏集团长期重视人才发展并取得有力成果的高度肯定,也标志着安踏集团在学习型组织打造与人才培养的创新实践赢得全球人才发展领域权威机构的认可。

安踏集团提出的新十年企业价值主张中,明确“与员工共成长”。据悉,未来,安踏集团将继续为员工提供广阔的事业平台,完善全球化、多层次的人才结构,持续进行高质量的人才培养,协助每一位安踏人在安踏集团实现职业梦想,共同促进安踏集团国际化征程。

总投资23亿元 力绿集团科技产业园落地

本报讯(记者 刘宁)18日,力绿集团新项目“力绿集团科技产业园”正式在江西省抚州市东临新区举行奠基仪式。

据了解,“力绿集团科技产业园”项目坐落于江西省抚州市东临新区大健康产业园,项目总投资约23亿元,占地面积450余亩,建设面积约30万平方米,主要建设标准化智能化厂房、国家级研发中心、食品供应链园、食尚创客中心、电商园、物流园、冷库、仓储等公共设施,拟分三期建设完成。

对于新项目落地,力绿集团总裁吴鸿岩表示,集团发展至今已逾20年,在健康、绿色的海洋休闲食品产业构建过程中,用科技、创新、品质赢得了成千上万消费者的认同,成为全国海苔行业唯一的国家高新技术企业,也是农业产业化国家重点龙头企业。接下来,力绿全体人员将继续发挥“知难而进”的企业文化,风雨同舟,开拓创新,不断推出更好的健康休闲食品。

劲霸男装冠名 海上王冠户外运动中心

本报讯(记者 施珊妹)17日,劲霸男装@有劲青年户外运动中心冠名签约仪式在上海浦发银行东方体育中心举行。位于东方体育中心的海上王冠户外运动中心正式命名为劲霸男装@有劲青年户外运动中心。

未来,劲霸男装@有劲青年户外运动中心将为体育爱好者、品质生活方式追求者提供更多元、更高品质体育文化内容,推动全民健身、青少年体育发展。



劲心劲意亮相 阿拉伯国际医疗器械展

本报讯(记者 施珊妹)近日,阿拉伯国际医疗器械展(Arab Health)在迪拜举行。充满科技与创新的盛会吸引了全球数万医疗界人士到场,也为全球医疗器械行业注入新的活力。本次展会,劲心劲意携拳头产品亮相。

开展期间,劲心劲意展位的观众络绎不绝,众多行业厂商、贸易商、专家学者等前来参观交流。通过参加阿拉伯国际医疗器械展,劲心劲意向世界全方位展示了纳米雾化抗病毒口罩、二十四节气口罩及儿童健康出行服等明星产品,在中东地区亮出了劲心“中国防护品牌”的新名片,收获众多好评与关注。

据悉,阿拉伯联合酋长国是中东地区最为发达和开放的区域之一,目前正在打造世界级医疗卫生体系并成为世界级医疗目的地先驱为目标,中东地区医疗器械领域市场规模有望继续扩大。