恒安集团总裁许清流：
企业高质量发展有三点关键

本报讯（记者 柯国笠 丘天）昨日上午，恒安集团举行传达学习全国两会精神专题会，号召企业员工贯彻落实新发展理念，自觉践行高质量发展要求。

会上，全国政协委员、恒安集团总裁许清流，全国人大代表、福建恒安家庭生活用品有限公司质检员方华娟分别传达全国两会精神，并结合实际工作情况，以亲历者的角度分享参加两会的所见所闻、所思所想、所感所悟。

恒安如何推动高质量发展？许清流认为有三点关键。

“首先，做好传承是确保企业持续发展的关键。和改革开放时代下成长起来的第一批民营企业一样，近几年，民营企业多数面临着新老一代传承问题，这也是企业高质量可持续发展需要解决的首要问题。其次，要不断推进绿色低碳发展，在业务经营上不能只盯着销售额，产品品质、节能减排、绿色低碳等方面也需要综合提升。最后，要坚定信心、坚守实业。我们长期看好国内发展，近年来更是加大实业投资建设力度。”许清流说，恒安今年将在晋江内坑、湖北孝感等地新上多条生产线，这个决策是前几年就定下的，哪怕是在最难的时候，恒安也坚定信心，坚守实业，坚定不移走好高质量发展之路。

方华娟表示，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，但落到细微处，是每一家企业的持续创新，是每一位员工的爱岗尽责。“两会期间，我向代表们分享了恒安集团在高质量发展方面做出的努力。广大消费者认可的背后，是恒安集团对高质量的不懈追求。”方华娟表示，“作为一名卫生巾质检员，我的任务是坚持每一天做好一件事，炼出‘火眼金睛’，为全国妇女同胞守好质量关，守好‘中国制造’金字招牌。”

“希望通过传递两会好声音，继续保持定力、深耕主营，心无旁骛、专注实体，携手恒安全体员工向‘百年千亿’的宏伟目标稳步迈进。”许清流表示，恒安将在“晋江经验”指引下，贯彻新发展理念，心无旁骛做实业，推动高质量发展。

建行晋江分行：
“金融为民”守初心 “温暖消保”来护航

本报讯（通讯员 王真真 记者 陈荣汉）在“3·15国际消费者权益日”来临之际，建行晋江分行紧扣“共筑诚信消费环境 提振金融消费信心”主题，多样化、特色化开展金融知识宣传普及活动，助力市民群众提升金融风险防范意识，共同守住“钱袋子”。

在晋江池店镇政府开展的文化科技卫生“三下乡”活动现场，建行晋江池店支行工作人员立起摊位、树起展架，通过分发宣传折页、现场答疑等形式，让市民群众重视个人征信，了解防范金融诈骗等相关知识。同时，工作人员结合真实案例，引导市民群众切实提高安全防范意识，维护自身合法权益，有效增强了市民群众的风险识别能力和投资判断能力，得到市民群众的一致好评。

聚焦“新市民”群体，建行晋江灵源支行工作人员走进企业开展专项金融知识宣传普及活动。在为新市民送上金融服务的同时，贴心地讲解金融消费者八大权益、防范非法集资、反保险欺诈、电信诈骗等知识，重点讲解金融投资知识，传导理性的投资理念，引导新市民群体自觉远离非法集资等高风险非法金融活动，避免盲目投资和冲动交易，扎实筑牢消费安全防线。

在东石镇某老年人活动中心，建行晋江东石支行工作人员聚焦防范非法集资、防范电信诈骗、防范养老诈骗等宣传重点，通过向老年客户发放宣传折页、海报；赠送精美随手礼；讲解具体案例等形式，为老年客户送上贴心、实用的金融知识，并叮嘱老年客户切勿相信“天上掉馅饼”的好事，保护好自己的身份信息，筑牢安全防范意识，有力提升老年客户的金融素养和风险防范意识。

在晋江某学校小学部，建行晋江分行营业部工作人员举办了一场别开生面的“金融知识进校园 反欺反诈你我行”宣传讲座，为同学们送上新学期金融知识第一课。小课堂以视频和实景讲解相结合的方式，生动形象地向师生普及金融知识。其中，工作人员从网络电信诈骗、断卡行动、反洗钱、防范非法集资等方面，结合发生在身边的实际案例，深入讲解各种非法金融活动的特征、危害及防范措施，引导师生树立正确的个人消费观，注重保护个人信息安全，时刻防范电信诈骗，提高风险防范意识和能力。

除了线下持续推进金融知识宣传之外，建行晋江分行还持续强化宣教形式和载体创新，在线上延伸活动触角。例如，开展“建行造福季”消保分会场线上主题宣传活动，通过全辖员工“云工作室”，生成个人推广海报，引导金融消费者参与“拼图游戏”“消保知识大考验”和“闯关答题”主题游戏；面向全行征集原创“以案说险”作品，从网点日常工作接触到的实际案例入手，将风险提示融入其中，提高公众金融风险防范意识，共筑诚信安全放心的消费环境，守护百姓“钱袋子”。

市场价六折购房
集成电路人才购房政策再加码

本报讯（记者 柯国笠 董严军）晋江集成电路产业优秀人才购房政策再加码。昨日，记者从集成电路产业园区建设筹备工作组了解到，符合相关条件的集成电路人才可申请购买高端人才社区人才房，在优惠面积内按照购房时房产评估价的40%享受购房补助。

“相当于给人才购房打了六折。”集成电路产业园区建设筹备工作组相关负责人告诉记者，这次针对集成电路人才新出台的优惠购房政策，目的在于拓宽人才房享受对象范围，加大人才房的撬动效应，帮助推动产业链项目、人才招引落地。

记者了解到，此次出台的政策在晋江原有集成电路产业相关政策基础上进一步升级。具体来看，在晋江集成电路企业任职满5年且已认定为第一至第四层次集成电路产业优秀人才，可以申请购买高端人才社区人才房。需要注意的是，购房补助将按5年发放给符合条件的购房人才，每年按照补助总额的20%兑现。第一层次至第四层次优秀人才最高优惠面积分别为200平方米、135平方米、90平方米、70平方米。符合条件的相关人才可向所在公司或筹备组方面咨询具体购房优惠政策。

“这次升级后的政策，对于已经有购买意向的人才来说是非常利好的。”上述负责人表示，过往的政策是人才需租住满5年之后，才有资格购买高端人才社区人才房，“现在这个门槛放低了，符合条件的优秀人才可以直接购买人才房，而且还可以享受相应面积的购房补助。”

引凤先筑巢，安居更乐业。为了吸引人才落地，打造人才“引得进、留得住、过得好”的良好生态，晋江持续针对不同层次、不同类型的人才住房需求，不断优化完善人才住房体系。

近年来，晋江市积极构建人才住房、租房优质环境，为当下吸引更多人才落地、落户奠定基础。从2016年回购保利上城天玺项目一期作为集成电路产业高端人才社区，到2019年建设象山芯福苑超高端人才社区，同时整合利用全市闲置安置房作为集中性人才住宅小区，由此逐步构建多层次分类别的人才住房保障体系，覆盖对象从企业高端技术研发人才到普通工程师。

除了购买、建设人才保障住房外，晋江市还出台多项措施，确保人才“租得起、住得上、买得来”。

“住房是不少来晋人才关注的重点之一，对于稳住来晋‘芯’人才在地发展的事业心、吸引更多优质项目企业，也是重要保障。”上述负责人表示，“从五折租房到六折购房，再到买房给予购房补贴，晋江针对集成电路产业人才的住房保障政策逐步完善、政策体系逐步健全，构筑起‘来了有房住，留下有住房’的产业人才服务格局。”

361° 2022年业绩发布
营收净利再创新高 阔步迈进上升通道

本报记者 柯雅雅

对于紧抓行业机遇的361° 而言，2022年取得了比较令人满意的成绩，不论是在实体市场还是资本市场，都处于上升通道。

去年，361° 收益按年升17.3%至69.61亿元（人民币，下同），儿童品牌收益按年升30.3%至14.42亿元，网上专供品的销售收益按年升37.3%至16.85亿元，权益持有人应占溢利按年升24.2%至7.47亿元。

业绩向好，喜讯连连。这个月初，361° 收到资本市场的好消息——361° 纳入沪港通，3月13日起生效。这也是361° 继去年9月5日获纳入深港通股票名单后，进一步打开面向内地投资者的渠道。

这几年来，361° 持续深化“专业化、年轻化、国际化”的品牌定位，践行“专业运动+运动潮流”双驱动的运营策略，在市场推广、产品研发、销售网络及内部管理各维度进行发力，聚焦资源提升品牌竞争力，构建全价值链共赢的商业生态。

如今的361° ，在国内头部运动品牌行业中备受瞩目。

聚焦资源强化主品牌 营收净利再创新高

用2022年财报上一连串增长的数据，361°告诉外界，其有实力在竞争激烈的体育用品赛道占据一席之地。

此前，361°就曾对外表示，“361°所有的核心资产就是361°这个品牌，所以我们愿意将核心资源向这个品牌倾斜。当核心资源聚焦在单点，可以在短时间内实现爆发，而这样的打法对于当下的361°品牌而言，有机会创造出新一轮的品牌影响力。”

2022年，361°持续聚焦资源强化主品牌优势，丰富跑步、篮球、综训及运动潮流方面的资源矩阵，鼎力支持多支国家队，赞助马拉松菁英跑者，签约运动名将和演艺明星为品牌代言人等，增强361°品牌竞争力。

2022年，361°多维发力在跑步、篮球品类的专业优势，在全国举行“三号赛道”和“触地即燃”等自有品牌赛事，并建立全新的女训IP“女子健身局”，增强361°于大众运动人群中的影响力，形成线上线下一体的专属体育生态圈，提升消费者黏性。在运动潮流的营销方面，该集团也推出三体、乐事、百事可乐、海绵宝宝等IP联名产品，在以往成熟联名运作模式基础上，大胆创新地将“国风”“科幻”“元宇宙”等时尚潮流元素融入其中，呈现产品的潮流活力及科技感，让市场关注度持续提升。

围绕四大品类发力的361°，也在合适的时机开拓出全新运动赛道，继续撬动年轻人圈层，包括签约中国国家滑板队员高群翔、职业长板滑手任晴为361°滑板运动大使，签约电竞职业选手Paraboy伞兵为361°电竞运动推广大使，以及签约空手道世界冠军龚莉为361°女子运动风尚代言人。同时，推出女子训练新肌1.0系列产品，并落地相关营销活动，进一步加码女性健身潜力市场。

聚焦“主品牌”的市场打法，给361°带来了明显的变化。

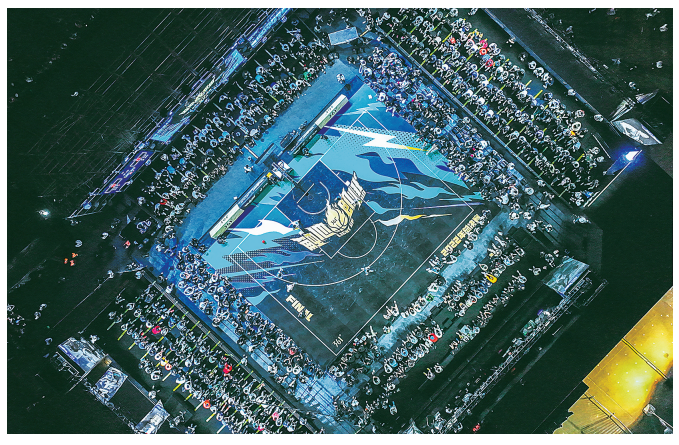
361°的盈利能力逐渐提升，经营质量不断改善。一直强调“多一度热爱”的361°不断突破自我、业绩向好，并让消费者感受到这份热爱，感受到一个有专业度、有态度、有潮流感、有个性、有文化底蕴的361°。

核心品类多维度发力 驱动品牌力跨越提升

在篮球、跑步领域发力，进一步占据市场，是361°“专业运动”核心竞争力的充分体现。

361°代言人斯宾瑟·丁威迪凭借于2022年国际赛场上的亮眼表现，将新推出的旗舰篮球鞋BIG3 3.0与专属签名篮球鞋DVD1带入国际视野；中国马拉松大满贯、亚洲马拉松大满贯“双料冠军”李子成穿着“飞飚”跑鞋，在桐庐半程马拉松以1小时2分44秒成绩夺冠，打破当时尘封13年的中国半程马拉松纪录；而在2022年11月举办的厦门马拉松上，多达8.5%的“破3”选手穿着361°跑鞋，361°品牌亦因此跻身国产运动品牌的前三位。

这两年在篮球与跑步领域，361°成绩斐然，跑鞋及篮球鞋产品获多项行业殊荣，并已形成矩阵式发展，被更多消费者挂在嘴边、穿在脚底。361°打造的AG3、BIG33.0、禅4等一系列爆款篮球鞋，多次开售即罄。其中，于2022年3月推出的361°竞速家族跑鞋矩阵，最近再获加持，接连发布应用于橡胶跑道、适合专业体测的鞋品飚速2 Pro及主打公路跑道、适合大众跑者的飚速CQT等两款新品，以尖端产品为跑者及学生提供有力支持，备受行业及市场关注。



而针对篮球与跑步各自打造的“触地即燃”及“三号赛道”自有品牌赛事更是获得市场簇拥。不难看出，量级代言人的签约和自有IP赛事的落地，很大程度上促进了361°篮球、跑步品类的优化和提升。产品的稳定表现和不断创新升级，则成为361°篮球、跑步迅速发展的基石。

如今看来，“专业运动+运动潮流”双驱动的运营策略也取得了成效，361°希望通过专业让品牌在保有运动基因的同时，紧抓消费者对于潮流的需求，从而锁住更多年轻消费者。

全渠道升级建设 运营效能优化

2022年，得益于运营效能优化，361°电商业务贡献收益同比上升37.3%至16.85亿元，占总收益的24.2%。在2022年财报中，361°直接点出，这说明361°品牌线上线下全渠道的升级建设与融合发展卓有成效。

在2020年线下市场受阻，线上成为营销主战场时，361°果断对整个集团电商架构进行优化，对电商运营策略进行调整，因此出现了诸如“AG1PRO 一元复始”上线便秒罄的现象。

顺势而为，361°的“全渠道”新零售战略进一步完善了集团销售体系。线上渠道，电商仅仅是其中一环，年轻人聚集的平台也成为361°发力的地方。在361°看来，品牌方如何介入这些平台，主动和年轻人建立关系非常重要，这些平台已经成为品牌精准营销的重要战场。

于是，去年361°品牌不遗余力地推进线上渠道布局，通过与天猫淘宝、京东、唯品会等知名电子商务平台，以及拼多多、抖音等新型平台开展电子商务业务，持续提升品牌在线上的影响力与形象，并运用出售专供品的独特定位，打造新增长点。

2022年，361°联动全球品牌代言人龚俊开展专属产品轨迹系列研发及创意营销，以及通过与知名潮玩品牌FATKO联合设计推出原创数字藏品，在天猫同步发售，利用电商平台促进品牌销售、推广、升级等方面的效能，让运动潮流突破次元限制，进一步传递品牌文化与提升品牌形象。

在线下渠道，361°品牌在全球拥有6672间门店，内地门店较2021年底净增210间至5480间；门店面积逐年扩大，平均面积升至129平方米。最新形象店在一二线城市及商超百货的比例持续优化，终端零售表现突出。其中，智慧零售系统提升精细化管理，及时捕捉消费者数据，对产品设计研发、定价策略及销售策略起反馈作用，打通“人、货、场”以实现零售效能的提高。

“全渠道”战略下，361°运营效能持续优化，助力品牌势头再涨。

值得一提的是，此前延期的杭州2022年第19届亚运会即将举办，将为361°在国内市场和国际市场快速提升影响力起到关键的推动作用。361°连续四届鼎力赞助亚运会，此前还提出“中国热爱 多一度”的品牌亚运新主张，充分体现了361°的战略定力与支持体育事业的坚定决心。正如361°集团执行董事兼总裁丁伍号所说，“我们相信，在亚运会的舞台上，361°必将全力以赴，助力亚运成功举行。”