晋企集结上海 参展人气火爆

本报记者 施珊妹

昨日，2023中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会在国家会展中心（上海）拉开大幕。劲霸、向兴纺织、七彩狐、福兴拉链等30多家晋江企业超50个展位亮相，人气火爆。

五展联动 全产业链同频共振

一直为服装界、时尚界所关注的中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会创办于1995年，迄今已发展成全球规模最大的专业面辅料展。

同期举办的中国国际服装服饰博览会（春季），作为亚洲久负盛名且极具规模和影响力的服装服饰专业品牌展览会，自1993年诞生至今，是国内国际业界公认的中国服装品牌和市场发展的推动者和见证者。中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会、中国国际纺织纱线（春夏）展览会、中国国际针织（春夏）博览会亦在行业里有举足轻重的地位。

从面料、纱线到家纺、服装、针织，五大展会规划清晰、各具特色，汇聚全球优质纺织服装产品，实现产业链、供应链、价值链同频共振。

“这里名品、名企、名牌云集，不仅有大批引领全球的标杆式企业，更有掌握独门绝技的‘专精特新’企业，所以晋江区域品牌更要集中亮相、组团参展，展示产业基础之雄厚、产业链配套之完善、生产制造之优质。”晋江市商务局相关负责人表示，此番组织本草科技等纺织企业，福兴拉链等辅料企业，七彩狐、兴德织造等成衣企业，形成“福建晋江纺织服装产业集群专区”，产业链上下游企业共襄盛举、互相碰撞，展示晋江纺织服装产业链的综合实力。

人气爆棚 专业客商意向高

“这个展会是五大专业性展会同步举办，人流量相当不错。更为关键的是，和我们以往参加的展会不同，这次来的客商更精准，目标明确，上来就问交期、价格，说明他们是真的想要具体的产品。”晋江市本草纺织科技有限公司总经理杨江源说。

杨江源表示，得益于企业调整了生产模式，备好成衣白坯，客户一提出要求，企业就有能力在7天至14天里完成衣服颜色、花型的制作，解决了备货慢的老问题。

“我是嘉兴外贸公司的Dorcas，我们4月3日与意大利设计师要开新一季产品的选款会。你们的产品无论是款式、质量，还是风格，都与我们很吻合。”周小姐踏入晋江兴德织造有限公司的展位，便被深深吸引了。

“她主要想找棉服、羽绒服等样品，意向比较明确，这次展会上的客户都有这样的特点。”兴德织造经理洪耀东表示，虽然是第一次参加该展会，但企业收获颇丰，问询的客人不断，他们一整天都没机会坐下来歇息片刻。他发现，来问询的客人大多都很懂行，咨询的问题专业性强，且极具针对性。

品牌汇聚 聚力向上

展会也是品牌服装企业集中亮相的平台。

劲霸男装延续东方美学的现代化表达，品质男装展区主展整体取中国传统文化中“高山流水”意境作为视觉设计概念，馆内四组功能区则以极具现代设计感的流线型框架串连；展区内采用唐朝盛行的“青绿山水”画法，以石蓝、石绿等矿物颜料为主，表现山石的肌理脉络和明暗变化。

劲霸男装馆内四处陈列区分别展示劲霸男装秀款茄克，新商务、时尚商务、假日三大系列商品，高端系列KB HONG米兰时装周秀款。

鸿翰纺织科技有限公司则将展示重点放在了科技对产品品质的赋能方面。“我们把精力投向化纤衬衫的开发，通过弹力面料的结合，将尼龙与氨纶完美融合，让衬衫兼具弹力与垂感。”鸿翰纺织科技有限公司总经理施志雄告诉记者，该款产品深受boss、zara等品牌的认可，是企业的明星产品，已经爆单。

国际市场订单增长翻番 卡尔美再拓新版图

本报讯（记者 柯雅雅 董严军） 从昨日开始，卡尔美国际部负责人吴冬苹格外忙碌，陪着来自马来西亚、英国、阿根廷等多个国家的客商挑选2023秋冬货品。“新一季不少产品让我们客商感到惊艳，产品风格、科技含量、品质提升都得到了极大的肯定。”吴冬苹告诉记者，不少客商一边选品一边下订。

这样繁忙又高效的意向订单成交场景，在晋江卡尔美“不同主场 同样热爱”为主题的2023秋冬国际订货会现场轮番上演。

“订货会吸引了30多个国家的合作伙伴，我们一对外宣布要举办这场发布会后，他们便立刻确定了来晋江的行程。”订货会现场的盛况让吴冬苹信心更足，“近三四年，每年我们整体市场订单都实现了超40%的增长，国际市场订单更是实现了翻倍增长，对未来一段时间内的国际市场，我们有很大信心。”

“从商业角度来说，中国正在经历经济转型升级之路。在这其中，越来越多中国企业凭借国内大市场，进一步在国际市场开疆拓土。”卡尔美总经理柯永祥透露，接下来，卡尔美将以中国市场为主导、亚洲市场为核心，进行新一轮的国际布局。

“专业运动是卡尔美品牌的核心和重要基因属性，也是我们新一轮品牌发展的关键。”柯永祥告诉记者，在立足足球市场的同时，卡尔美以60多年的专业运动沉淀为依托，不断在篮球、网球、跑步等专业领域取得突破，“接下来我们会紧紧围绕四大专业运动品类，同时向户外运动、休闲生活、时尚潮流等领域扩展。”

产品的科技创新及质量也给了卡尔美进一步开拓国际市场的信心。此次订货会现场，卡尔美围绕着上述四大品类进行了产品创新与技术迭代，希望给予消费者更好的穿着体验。

此外，随着业绩的不断增长，卡尔美打造了全新的数字化新零售生态链，以人为中心，逐步从传统零售过渡到全链路数字化新零售，开展全场景、全链路数字化营销，多媒介内容生态构建新的消费场景。与此同时，卡尔美还依托自动化、智能化设备，在自动化生产基础上，采集生产过程数据，利用云平台、大数据分析技术，进一步搭建、完善服装行业企业级工业互联网平台。

“数字化变革是企业转型和长久发展过程中不可或缺的重要组成部分，是企业新一轮发展的重要因素。”柯永祥表示。

晋江水务集团廉洁文化建设年启动

晋江水务集团职工演绎廉政情景剧。

本报讯（记者 刘宁） 昨日，一场别开生面的廉政情景剧在福建省晋江水务集团有限公司（以下简称“晋江水务集团”）上演，以此为契机，晋江水务集团“清风廉韵·润水务”廉洁文化建设年也同步启动。晋江水务集团全体职工及司属各部门、权属公司及施工单位、中介机构代表参加该活动。

现场，以投融资、招投标、施工建设、核算结算等四个关键环节展开的情景模拟轮番上演。有的讲述领导干部以权谋私，用手中的权力为家属“谋福利”；有的生动还原现今社会假借“老同学”之名，大行请送之道的不良风气；有的情景再现利用程序漏洞，违规为自己牟利的现象……

据悉，这场廉政情景剧由晋江水务集团纪委牵头编导，集团及权属公司12名青年员工利用业余时间创作剧本、排练，经过3个多月的筹备，最终以情景演绎的方式呈现，通过既幽默有趣又有着深刻警示意义的剧情寓教于乐。

活动后，参与的职工纷纷表示深受触动。“不同于以往观看警示教育片，这次通过我们同事生动的演绎，可以更深入地代入角色中，更能深刻体会到廉政教育的重要性，把清正廉洁谨记在心，贯彻到日常工作和生活中。”晋江水务下属惠众公司职工施龙波感叹。

事实上，廉政情景剧只是晋江水务集团2023“清风廉韵·润水务”主题文化年的活动之一。为进一步筑牢廉洁“防火墙”，活动当天，晋江水务集团党委副书记、总经理黄传标还与施工单位、中介机构签订廉洁承诺书，意在加强工程领域的廉政建设，规范工程建设管理，推动工程项目顺利开展。其后，晋江水务集团党委书记、董事长洪凤腾与集团各部门、权属公司代表上台，共同签订廉洁责任书，意在督促和鞭策集团内部员工的廉洁自律，希望大家时刻保持清醒头脑，自觉接受监督，加强自我约束。

晋江水务集团纪委书记张升文介绍，晋江水务集团纪委将以廉洁文化建设年为契机，陆续推进10场廉洁文化“大餐”，以创新的教育形式，推动廉政文化进企业、进部门、到个人，发挥润物无声、潜移默化的重要作用。

洪凤腾表示，希望通过此次活动，使廉政文化更生动形象，更贴近工作生活实际，增强感染力、影响力及渗透力，增强职工筑牢廉政防线的意识，让廉政文化成为企业职工的思想自觉，养成良好的行为习惯，打造一支“想干事、会干事、干成事、不出事”的水务队伍，推动集团高质量发展。

| 上市公司圈

安踏集团去年带动超20家合作商节能减排

本报讯（记者 柯国笠） 近日，安踏集团对外发布ESG（环境、社会及公司治理）报告（以下简称“报告”）。报告显示，去年安踏集团带动超过20家产业链合作伙伴参与节能减排，推动产业链转向绿色可持续。

这是安踏连续8年对外披露其在ESG及可持续发展领域的成绩。去年，安踏集团通过提升环保材料占比打造更多绿色低碳商品，带动产业链伙伴节能减排推进绿色供应链，以及携手合作伙伴促进社会公益和生物多样性保护，在三大核心领域推行ESG实践。

通过技术创新，安踏不断提高环保材料的使用占比。去年，安踏国家队系列冰丝短袖使用Sorona纤维，相较等量的尼龙产品，能耗和温室气体排放量都有所下降；“小千玺运动鞋”应用了全球回收标准(GRS)的太空革料，二氧化碳排放减少59%；采用的环保再生尼龙材料REPREVE，碳排放量约为普通锦纶的50%。

数据显示，目前，安踏和FILA品牌鞋类皮革产品100%使用皮革工作组织金级认证的原材料。在包装上，安踏集团单个鞋箱和手提袋分别减重15%和16%，FILA超50%的鞋商品使用可持续包装。

在供应链端携手合作伙伴共同推动绿色发展也是安踏近年来的重要动作。去年，安踏集团推动自有营运设施及超20家供应商使用清洁能源，开展纺织行业可持续发展及供应链转型项目，引入FAIS水效系统，优化水资源利用，减少供应链对生态环境的负面影响。

在社会公益和环境保护方面，安踏也走在行业前列。2022年，安踏集团向慈善机构捐赠现金达2.2亿元。持续近6年的“茁壮成长公益计划”聚焦青少年体育公益，累计捐赠现金及装备超7.4亿元，捐建166家“安踏梦想中心”，培训4468名一线乡村体育教师，11711间学校超490万名学生受惠。此外，作为世界自然基金会全球战略合作伙伴，安踏集团累计捐建生态林750亩，带动消费者、员工、合作伙伴参与自然生态保护，2022年集团员工志愿服务总计超2.4万小时。

为进一步完善ESG治理架构，去年，安踏成立可持续发展委员会，从治理层面直接参与可持续发展事务。去年，安踏集团还成为联合国全球契约的签署成员、永续成衣联盟（SAC）成员。

安踏集团联席CEO、可持续发展委员会主席赖世贤表示：“安踏集团将ESG融入企业发展战略，致力于创造共生价值，为实现全产业链的绿色转型而持续努力。”

百宏实业去年收入同比增加9.3%

本报讯（记者 王云霏） 近日，百宏实业发布截至2022年12月31日的年度业绩，该集团收入155.65亿元，同比增加9.3%；股东应占溢利6.56亿元，同比减少62.73%;每股盈利0.31元。

公告称，溢利减少主要是由销售单价下跌与销售成本上升的综合影响令毛利下跌所致。

中国伞都产业馆明日开馆

本报讯（记者 曾小凤） 记者从晋江市伞业行业协会获悉，位于晋江市东石镇东升路的“中国伞都产业馆”将于明日开馆。这意味着晋江东石制伞业在持续做强产业链的同时，在创新链及营销链方面也取得了新突破。

据悉，中国伞都产业馆（以下简称“产业馆”）聚全产业链要素打造，是晋江东石制伞业对外的一个窗口，进一步擦亮了晋江东石“中国伞都”的名片。产业馆场地2000多平方米，目前一楼展位入驻企业涉及伞架、伞头、成品伞等全产业链。除了线下展位，产业馆还规划了电商创业的办公及直播区域，电商商家可拎包入驻。据产业馆运营方介绍，为了进一步服务好电商商家，产业馆将于明日开馆的同时，与1688平台、制伞圈APP平台、会展平台等单位签订合作协议，整合各线上平台资源，包括培训、人才、物流等电商创业的要素支持，为电商商家进一步发展添砖加瓦。

许多业内人士对此也充满期待，他们认为，产业馆的开馆对于晋江东石制伞业乃至全国的伞具行业来说，都是一个非常利好的消息，晋江东石的配件产品占全国百分之六七十，世界上每三把伞就有一把来自东石。产业馆将东石工厂的产品集中在一起，为全国乃至全球采购商提供了一个很好的窗口。

开馆当天还将举行全国制伞行业线上线下供需对接会，启动十佳供应商评选活动和第四届“中国伞都杯”国际伞具创意设计大赛。2022年全国制伞行业年会也将同期举行。

该活动由晋江市人民政府、中国日用杂品工业协会共同主办，晋江市工业和信息化局、晋江市科学技术局、晋江市东石镇人民政府、晋江市伞业协会等单位联合承办。

中国品牌之都优秀供应商商讯 咨询热线：15880722026

茂泰鞋底 MAOTAI SOLES
二次MD—户外鞋底、运动鞋底
RB—休闲鞋底、滑板鞋底
TPR—童鞋底、休闲鞋底
TEL: 0595-85196678

专业生产：一次、二次MD、RB、PU鞋底
东骏鞋材 DONGJUN SHOES MATERIAL
电话：0595-27193333 85090555

红日袜业 RED SUN | AUN爱优恩 高端袜销量全网领先*
*数据源于2020年10月30日天猫旗舰后台数据统计
欢迎咨询 0595-85672115

MICROGARDE®
防霉片、干燥剂、防霉剂、防霉纸
——福建华赢化工有限公司
TEL:0595-86055555 FAX:0595-82978888