

功能性、环保型、个性化、高附加值…… 晋江纺织企业沪上开启“实力秀”

本报讯（记者 施珊妹）昨日，上海国家会展中心依旧热闹非凡。来自全球近30个国家和地区的5000余家展商，在2023中国纺联春季联展上争奇斗艳，采购商们亦从四面八方奔赴而来。其中，晋江纺织企业展出的功能性、环保型、高附加值等产品，备受广大客商瞩目。

“这次 yarnexpo 春夏纱线展给我很大惊喜，越来越多的展商立足科技创新、绿色环保，推出差异化功能性产品。其中，高倍防晒、天然抗菌、芳香类产品是我此次关注的重点。”亚瑟士（中国）商贸有限公司研发经理孙玉婷一大早就排队入场，徜徉在纤维纱线的海洋里流连忘返。

记者走访看到，创意花式纱、奢华羊绒纱、功能化纤维……展会上百“纤”争艳，彰显行业“科技、时尚、绿色”发展的蓬勃之气。

区别于传统纺织产品，晋江市本草纺织科技有限公司的成衣吊染、成衣扎染、植物性染料产品引得不少国外客户关注。“现在的纺织产品同质化竞争严重，唯有在技术、工艺上求新求变，才能在市场竞争中夺得一席之地。”该公司总经理杨江源告诉记者，公司通过对工艺进行优化，并结合新材料，以“似玩非玩”的手法，利用植物染、扎染创造既符合现代审美，又保留传统技法的新潮国货。“这类产品能够满足不同目标市场和消费群体的需求，为消费者提供个性化的产品。”

新产品、新技术、新模式、新趋势，活力十足的纺织源头展会孕育着整个行业高质量发展的希望之源。

走进向兴（中国）集团展区，只见一台持续喷射水珠的设备中，一块面料始终保持干爽。向兴研发总监杜国海介绍，这是向兴“衡动呼吸”全能透气防雨系列产品，相比PU覆膜面料，该系列产品所运用的透面料采用主动透气膜，透气性优越，可有效维持在一定干爽舒适区间。在向兴，这样的“创新黑科技”还有不少，如火山岩热感系列、持久抗静电系列、持久凉感抗UV100+等。

在消费提振大背景下，不少企业以科技创新和绿色低碳破局，为纺织行业消费提质扩容把好第一道关卡，从而引领消费升级，培育新的消费增长点。联盛（福建）纺织科技发展有限公司在展会上主打“时尚、科技、可持续”，展示的生物基系列、再生环保可降解系列、植物纤维系列等产品十分吸睛。这些产品将原料可持续、技术可实现、产品可降解、产业链可追溯进行到底，诠释了实现纺织产业可持续发展的关键。

联邦三禾（福建）股份有限公司旗下子公司太极石股份有限公司的展位上，保暖、凉爽、环保、能量、健康、科技等六大新品纤维同步首发。展会期间，太极石还将发布全新纤维科技“太极石焕能科技”及“远红外+”新功能。

值得一提的是，此次，晋江市泳装产业协会组织了“百人团”现场观展。“五大展会联展，在行业内是非常难得的机会，何况这些展会都久负盛名，大家报名都很积极。”晋江市泳装产业协会会长洪清纯告诉记者，大家希望在展会上看到新产品，了解新资讯，“展会总能预示行业发展的动向和未来，这是一次不可多得的学习机会。”



相关新闻

《中国男士着装美学集》发布

本报讯（记者 施珊妹）28日，劲霸男装联合东华大学、江南大学、中国服装协会、中国流行色协会，以及《纺织服装周刊》杂志社、北京服装学院等院校编撰的《中国男士着装美学集》出版仪式在上海国家会展中心举行。

活动还举办了题为“藏于东方服饰下的气度与风度”的中国男士着装美学沙龙，探讨服饰美学内涵，启迪未来中国男装设计与消费。

中国服装协会常务副会长杨

金纯表示，《中国男士着装美学集》融入了很多高校老师、知名学者、知名专家及行业从业者多年的心血，特别期待这本专著能够把相关研究成果传递给大家。同时，也希望它能对整个服装产业的发展和中国男士的穿着起到提升作用。

劲霸男装 CEO 兼创意总监洪伯明分享《中国男士着装美学集》编撰初衷，“与当前急速发展的中国男装市场规模相比，我国男士着装美学缺乏系统性、专业

性的梳理与构建。这本美学集诞生是具有前瞻性成果的。劲霸希冀以服装教育教学为切入，向未来入行的学生群体输入系统性现代化视角的美学体系，并加速构建中国男装文化产业的体系化。这是劲霸男装作为行业头部品牌的愿景，也是企业的责任担当。”

现场，劲霸男装向东华大学、浙江理工大学、江南大学、北京服装学院等院校师生代表赠送《中国男士着装美学集》。

2023年全国制伞业高峰会议在晋江举行 中国伞都产业馆今日开馆

本报讯（记者 曾小凤）今日，2023年全国制伞业高峰会议将在晋江举行，来自全国各地的300多名制伞人将齐聚一堂，共谋制伞行业高质量发展。

除了行业峰会，中国伞都产业馆也将于今日正式开馆。

据悉，中国伞都产业馆是围绕泉州市委“强产业、兴城市”双轮驱动战略部署，结合晋江制伞行业的实际，立足于高质量发展要求，集聚全产业链要素打造的。产业馆场地面积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企业的办公及直播区域，电商商家可入驻。

中国伞都产业馆不仅是晋江市制伞业对外的窗口，也将成为国际化的选品基地，在做强晋江制伞产业链条的同时，补齐营销链上的短板，招商引资

资，进一步助力产业转型升级，推动产业集群和区域经济发展。

开馆的同时，产业馆还将与6家经销商、3家组展机构，以及1688平台、制伞App平台等签订合作协议。合作双方整合渠道采购资源，并在人才培养、跨境电商及海外参展等方面给予企业全方位支持，助力企业线上线下、国内外全面开花。

“晋江东石有非常悠久的制伞历史及完整的产业链，产品创新性强、品质好、性价比高。我们在东石采购伞具和原材料等已经有一二十年了，希望通过签约，让双方的合作更加深入。”雄英伞业有限公司是此次与产业链签约的经销商，该公司总经理卓玉英告诉记者，之前来东石采购，要一家家地找厂家；现在，产业馆将供应链整合在一起，对于他们而言是一大利好，也将助力产业链发展，让制伞业走向更广阔的舞台。

此外，在创新发展论坛上，高级工程师、中国电信专家、福建省工信厅新一代信息技术与制造业融合发展专家组专家成员王冬玲，将带来“企业数字化转型升级实践探索”的主题分享。

该活动由中国日用杂品工业协会、泉州市工业和信息化局、泉州市商务局指导，晋江市人民政府、中国日用杂品工业协会制伞专业委员会主办，晋江市东石镇人民政府、晋江市工业和信息化局、晋江市科技局、晋江市商务局、晋江市伞业行业协会承办。

主材产地办展 隐形冠军齐聚 第五届晋江家博会4月1日启幕

本报讯（记者 王云霏）4月1日至3日，第五届中国（晋江）国际家装建材博览会将在晋江国际会展中心盛大启幕。本届展会以“共融、共生、共赢，大家居隐形冠军齐聚”为主题，立足福建、放眼全国，让规模化、成长化、特色化等不同类型的企业共聚一堂，从陶瓷产业扩大至家居建材全领域，展示企业优势和特色。

自2018年首次举办以来，晋江家博会秉持“培育精品展会，助推产业升级”的办展宗旨，历经四年积淀，已成为中国建陶题材展会中不可或缺、具备影响力的一个规模型专业展，并不断输出优秀的企业、优质的产品、先进的技术。今年，晋江家博会作为陶瓷行业年度首展，将通过展位升级、精准链接、立体化传播矩阵、系列主题活动等多个维度进行加持，打造一届更高端、更现代、更具专业影响力的家装建材盛会。其中，将规划陶瓷展区、潮流家设计展区、古建展区、活动论坛区、设备及原辅材料展区等，并开展更多更具融合性的系列主题活动和配套活动。

本届展会将集聚行业专精特新、隐形冠军企业。基于产区办展

的地域优势，展会囊括了石材、卫浴、家具、原辅材料、机械设备、设计定制等，实现买家、经销商一站式对接。展会精选邀约界具有品牌影响力及特色产品的优质参展企业，参展产品范围覆盖岩板、大板、陶板、薄板、地铺石、仿古砖、外墙砖等全品类瓷砖，以及古建材料、原辅材料、机械设备、设计定制等家装建材全产业链。

本届展会总体呈现数字智能化与绿色创新等亮点。在数字化和设备升级方面，新建兴机械设备公司将展示与中国电信晋江分公司合作打造“5G智能智造应用平台”；在绿色创新方面，获评绿色设计产品的生态陶板、双零吸水率地铺石及多款拥有国家发明专利、实用新型专利产品将亮相家博会。

关于晋新路（晋江大桥至西滨镇军星农场段）围挡封闭交通管制施工的公告

因晋新路快捷化改造工程施工需要，晋新路（晋江大桥至西滨镇军星农场段）需实施围挡封闭交通管制施工，为保障周边交通安全、有序畅通，现告知如下：

一、交通管制路段：

晋新路（晋江大桥至西滨镇军星农场段）

二、交通管制时间：

2023年3月30日至2025年9月28日

三、施工路段交通管制：

晋新路（晋江大桥至西滨镇军星农场段）自2023年3月30日至2025年9月28日实施围挡封闭交通管制，所有过境车辆需绕行沿海大道、双龙路、鞋都路等其他道路。

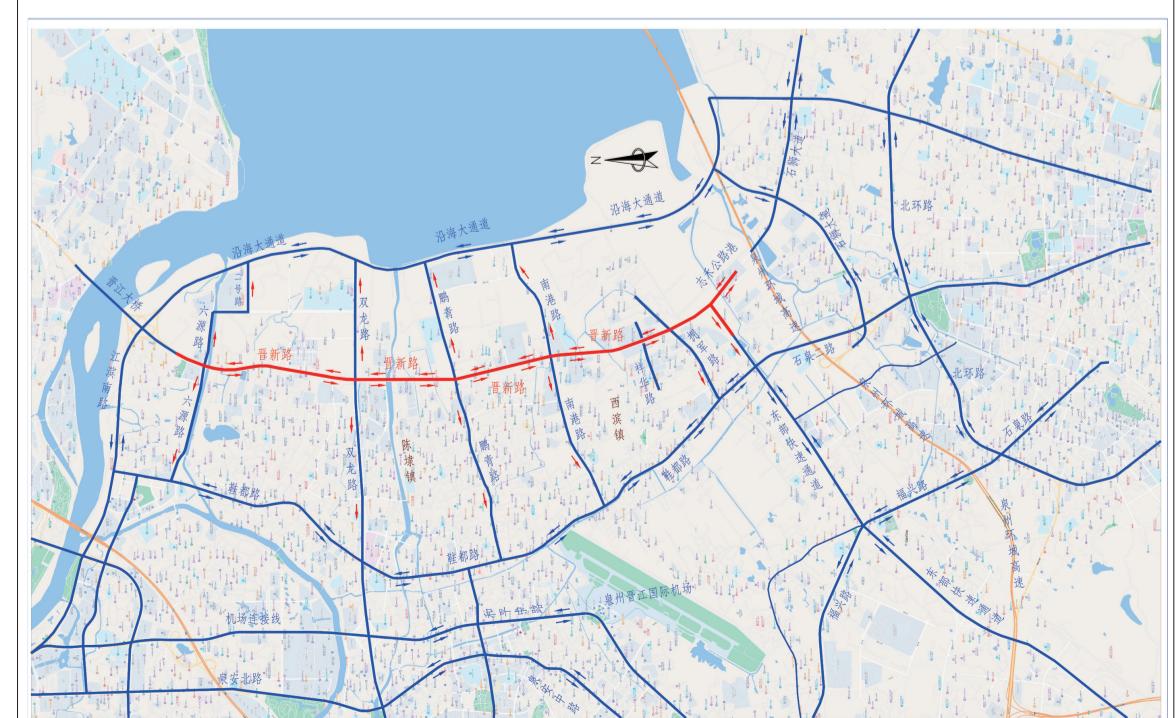
四、请相关驾驶员注意路口信息，自觉遵守交通法规，严格依本公告的规定和交通标志指引，提前绕道行驶，服从交警和现场交通员指挥，确保安全行驶。

特此公告。

晋江市交通运输局
晋江市交警大队

2023年3月30日

晋新路快捷化改造工程交通导行图



上市公司圈

浔兴股份 总裁施明取辞职

本报讯（记者 王云霏）近日，浔兴股份发布公告称，该公司董事会于近日收到公司总裁施明取递交的辞职报告。因已达法定退休年龄，施明取申请辞职去该公司总裁职务。辞职后，施明取将不再担任该公司任何职务。

达利食品 2022年净利29.90亿元 同比下降19.73%

本报讯（记者 刘宁）29日，达利食品发布2022财年年报。年报显示，公司在2022年1月1日—12月31日实现营业收入199.57亿元，同比下降10.48%；归属母公司净利润29.90亿元，同比下降19.73%；基本每股收益0.22元。截至去年年底，公司净现金达到112.49亿元。

根据年报，达利休闲食品产业板块包括达利园、可比克、好吃点三大品牌，2022年实现收入90.3亿元，同比下滑9.2%；家庭消费板块同比增长1.9%，实现收入37.05亿元；即饮饮料板块包括功能饮料乐虎、茶饮料和其正等，收入同比下滑22.3%至51.23亿元。

达利食品在年报中表示，去年，宏观环境面临较大的复杂性和严峻性。面对多变的环境，集团规划多种策略把握增长机遇。长期来看，中国消费长期向好基本面没有改变，消费结构将持续优化升级。作为中国食品饮料龙头企业，过去一年里，达利食品不断夯实自身优势，捕捉各产业板块的市场机遇。随着消费场景的恢复，集团线下渠道的扎实基础和内部高效机制的落地将进一步强化其竞争优势，推动业绩健康稳健增长。

展望2023年，达利食品方面表示，集团将不断推进休闲食品健康增长，激发即饮板块迸发新的市场活力，推进植物基的高端和创新，扩大短保的优质终端网点布局和规模化优势。同时，受益于股份奖励计划的实施，团队专业的执行能力和高效的组织架构体系提升业绩的引擎作用将进一步增强，集团多年来在产品和渠道上的深厚积淀与充满活力的组织体系形成有效共振，业绩增长潜力有望不断释放。

此外，达利食品发布公告称，集团董事会已议决定派截至2022年12月31日止年度的末期股息每股普通股0.053港元，特别股息每股普通股0.053港元。