安踏入选首批“金钥匙·SDG领跑企业”

系唯一入选的中国体育用品企业

本报讯（记者 柯国笠）日前，“可持续发展领导力论坛2023”举行。论坛上，首批“金钥匙·SDG（可持续发展目标）领跑企业”名单发布，安踏集团与国家电网、中国移动、字节跳动等50多家跨行业头部企业入选；同时，安踏集团也是唯一入选的中国体育用品企业。

据悉，“金钥匙·SDG领跑企业”由《可持续发展经济导刊》发起，入选企业从贡献可持续发展的意愿（前期积极提交行动参加金钥匙活动）、行动力（中期具有代表性的金钥匙行动方案）、影响力（全程主动分享传播金钥匙行动）三个维度，持续推动实现自身可持续发展，在行业中具有代表性。

安踏集团“安踏茁壮成长公益计划”“与自然同行：探索行业绿色转型”等案例先后入选金钥匙行动，成为践行可持续发展的行动典范。

中乔体育携手凯尔登·约翰逊进校园

本报讯（记者 柯雅雅）23日，中乔体育携手品牌代言人凯尔登·约翰逊、杨成祥，一同前往完成重建的希望小学——河南省卫辉市唐庄镇公仆完全小学，用运动与学生开展一场别开生面的对话。

活动中，凯尔登·约翰逊与学生一起打球、奔跑、互动交流，杨成祥则带领学生进行热身运动，并教授专业跑步知识，共同传递快乐、自信、勇敢、无畏挑战的体育精神。

“以前只能在电视上见到的体育明星，今天能近距离接触，真是太开心了。”学生们争先恐后地询问体育相关知识，凯尔登·约翰逊与杨成祥一一解答，并与学生们交换了礼物。

“看到孩子们朝气蓬勃的样子，感到很欣慰。”中乔体育股份有限公司董事谢长志表示，中乔体育将继续秉承“取之社会，用之社会”的公益理念，帮助孩子树立积极乐观的人生态度，助力他们健康成长。

据了解，2021年7月，河南省新乡市卫辉突遭暴雨灾害，中乔体育携手福建省乔丹体育基金会及河南青少年发展基金会捐赠1000万元，资助卫辉市5所小学的灾后重建工程，对损毁的校园进行修缮和改扩建。

富贵鸟秋冬男装订货会举行

本报讯（记者 施珊妹）近日，富贵鸟2023秋冬男装订货会举办。

作为30多年的国民品牌，富贵鸟始终致力于成为品位与质感的倡导者。在此次“拾光之境”订货会上，最抢眼的仍旧是富贵鸟的经典成衣系列。除去剪裁精良的制造工艺和优质面料外，一向以“舒适、合身”而闻名的富贵鸟商务男装再创经典，通过成衣精致的辅料及饰品的组合搭配，塑造独具魅力的意式型格。

“富贵鸟的经典成衣是用精密布料精雕细琢出的艺术品。”富贵鸟男装相关负责人说，“我们力求成就每一名穿着者的非凡风采，同时让品牌更具备传承和延续性。”

订货会上，富贵鸟设计团队向与会者展示了一系列精美绝伦的创新元素。无论是面料的选材还是图样的纹理，无不展现出富贵鸟在制衣方面的品质追求。

在产品设计方面，富贵鸟更加注重商务人士在场景生活中的需求性和实用性，以“一件多穿”“拒绝臃肿的保暖便装”为亮点，让消费者在穿着中获得更愉悦的舒适享受和更长久的使用价值。

富贵鸟方面表示，将始终以满足消费者需求为导向，以打造经典与时尚并存的产品为目标，不断追求技术的突破和创新的可能性，致力于为每一名穿着者带来无与伦比的舒适体验和时尚感知。

晋江市伞业行业协会第一季度会长会议召开

本报讯（记者 曾小凤）日前，晋江市伞业行业协会2023年第一季度会长会议在中国伞都产业馆召开。会议对协会第一季度的工作进行汇报，并进一步深化行业沟通。会上，与会人员纷纷就行业安全生产、环保生产、降本提质提效、渠道扩展、用工问题、土地问题、资源整合、创新发展、营商环境等方面进行了深入探讨。

会议指出，过去一季度，晋江市伞业行业协会主要围绕中国伞都产业馆为核心开展工作，举办了2023年全国制伞业高峰会议。协会红链党建在晋江市开展非公企业党建品牌提升工程验收中取得了第二名的佳绩。

下一步，晋江市伞业行业协会将开展产学研合作、团体标准工作建设；组织参加展会，以及高技能人才、制伞工匠认定；举办伞都文化节、职工职业技能竞赛等活动。同时，还将借助产业馆打造“中国伞都”IP，充分发挥协会大家庭的优势，抱团发展，增强“走出去”的竞争力和“引进来”的吸引力，积极探索新赛道、新机遇、新发展。

2023品牌强国国际高峰论坛举行

利郎获“首创简约男装品牌奖”

本报讯（记者 施珊妹）日前，2023品牌强国（昆明）国际高峰论坛暨中国创新品牌500强发布会在昆明举行。利郎受邀参加论坛，与各大中国优质品牌共话品牌建设路径，共绘品牌发展蓝图，并荣获“首创简约男装品牌奖”。

此次获奖，是利郎对于品牌年轻化内核的精准把控。

针对品牌年轻化，利郎执行董事胡诚初表示：“多年的实践证明，品牌本身是不可能年轻化的。因为每个企业，都是用了十几二十年，甚至贯穿了几代人的努力，才造就一个品牌。而且大多数企业都希望做成百年老店，所以品牌本身是无法年轻化的。所谓品牌年轻化，是要让别人觉得你的品牌有年轻感。而让品牌有年轻感，必须要跟得上年轻人的追求、懂得年轻人的需求、满足年轻人的要求。”

据悉，利郎集团总裁王良星于2000年率先在业界提出“商务休闲男装”概念，并在2002年邀请陈道明代言商务休闲男装。随着消费者需求的变化，利郎首先选择在产品风格上进行调整，同时开辟利郎LESS IS MORE子系列，成功打造满足现阶段年轻消费群体需求的产品。由此，利郎将年轻化旨意渗透进主品牌，让品牌凸显年轻精神，真正做到品牌年轻化。

今年，利郎将品牌定位全面升级为“利郎简约男装”。利郎相关负责人表示：“利郎一直坚信要跳出服装做服装，要将时尚与文化艺术相结合，用原创精神缔造产品个性。同时，要用新的思维、新的形态、新的产品、新的概念链接新的消费群体，引领新的商务时代。”

与此同时，利郎用大数据优化各店铺的网络，将所有门店、电商、微商的运营与总部营销中心及仓库形成扁平管理，并及时构建仓配一体、无忧托管、系统调节、后台服务、信息共用、业绩共享的云仓模式，打通产品研发、生产物流、渠道销售，让营销线路一路畅行，大大降低经营成本，确保公司在逆境中良性发展。

作为发展至今已36年的男装品牌，利郎始终坚持高度统一的“简约”风格，不断夯实基本功并不断改革创新，获得消费者的认可及业界的肯定。下一阶段，利郎将继续创变求新，寻求新的增长点，持续为品牌赋能，与中国品牌共同进步。

展现传统文化之美

“夏·非遗华夏秀”亲子时装秀举办

本报讯（记者 施珊妹）日前，由中国艺术研究院、北京服装学院、贵州省妇联指导，中国工艺美术馆中国非物质文化遗产馆、永兴东润服饰股份有限公司主办的“夏·非遗华夏秀——小满到秋分”亲子时装秀活动在中国工美馆中国非遗馆举办。

据悉，本次“非遗华夏秀”以我国入选联合国教科文组织非物质文化遗产名录（名册）项目的“二十四节气”为设计灵感，提炼生肖兔的形象，将苗绣、苗族蜡染、侗族蓝染植物染、扎染等非遗技艺，结合当代生活方式中的时尚趋势进行现代审美的创新设计。

中国工艺美术馆中国非物质文化遗产馆副馆长苏丹表示，中国工美馆中国非遗馆作为国家级文化殿堂，致力于中华优秀传统文化的传承与弘扬。中国的非物质文化遗产浩如烟海，形态丰富，是人们创造当下美好生活的重要资源。服装服饰也是非常重要的方面，它不仅表现为一种形态，更蕴含着人与自然、与社会的关系。希望大家可以通过此次活动，切身感受中华文化的源远流长和创新创造的精神。

本次活动将非遗元素融入日常生活的服装之中，旨在体现传统文化与日常生活的连接，以更好实现对非遗的创造性转化、创新性发展。秀的三个篇章分别体现不同节气大自然的色彩变化，综合“景、光、秀、演、乐”等艺术表现形式，展现了设计师杨洁将二十四节气元素结合非遗技艺的创新性表达。

同时，以中国非遗技艺结合时尚为链接的亲子互动，也是本次活动特别温情有爱之处。父母陪同孩子一起参与，让传统文化以综合美学形式为家庭教育提供了一种有内涵的全新方式。

永兴东润服饰股份有限公司表示，本次“夏·非遗华夏秀”是一次把中华美学精神和当代审美追求相结合的实践。活动通过服饰这一载体，让非遗以全新面貌与人产生互动关联，用直观且动人的美，体现传承与创新的完美结合。这有利于非遗的更好传承，也有利于传统与时尚、文化与产业的更好融合，充分体现人民对美好生活的追求。

广交会品牌展位申请辅导会在晋江举行

本报讯（记者 蔡明宣）昨日，中国轻工工艺品进出口商会在晋江举办广交会品牌展位申请辅导会。根据《关于第134届中国进出口商品交易会出口展参展申请事宜的通告》的规定，新一轮广交会品牌展位评审工作已经启动。

本次辅导会仅在福州、泉州、晋江三地举行。“晋江有很好的轻工产业基础，企业多、参展数也多，所以我们才会选择在晋江举办辅导会。”中国轻工工艺品进出口商会的相关负责人表示。

“对于广交会原品牌参展企业和符合广交会品牌展位申报条件的新企业来说，这是一次重要的机遇。”据中国轻工工艺品进出口商会的相关负责人介绍，广交会品牌展位评审原则上每三年进行一次，最近一次品牌展位评审在2018年。在这期间没有开放重评，需要时隔四年启动新一轮品牌展位评审工作。本次评审工作修订了评审标准，旨在更好地发挥广交会在推动外贸稳规模优结构中的作用。

广交会展位分为品牌展位和一般性展位两种类别。交易团根据广交会下达的展位数量负责安排一般性展位，而品牌展位则由地方交易团预审推荐，展区对应协调管理商会复核、公示和评审。商务部外贸司最终制定安排方案。

广交会品牌展位评审主要围绕出口额、境内外商标、研发创新和自主知识产权、国际通行认证、品牌建设、行业自律及广交会参展表现等七个方面进行。其中，出口额评审比重占比最大，不同展区对申请企业有不同的最低出口额标准。因此，申请到品牌展位的企业都在对应行业一般贸易出口额方面表现亮眼，代表地区和行业的先进水平。

“如何能够申请到广交会的品牌展会，对企业外贸业务将是一大利好。”晋江嘉年华婴儿用品有限公司总经理颜呈晓告诉记者，广交会品牌展位位于展馆的主通道，以四个以上展位相连特装展示。因此，申请到广交会品牌展位的企业在广交会上拥有更优的展示效果，能够更好地利用广交会平台与客商交流洽谈，促成交易，实现品牌跃升发展。

为帮助晋江原品牌展位参展企业和符合广交会品牌展位申报条件的新企业抓住本次申报窗口期，积极申报品牌展位，晋江市商务局主动靠前服务，第一时间将品牌展位评审申请启动有关信息和要求通知各有关企业。同时，发动各街镇和相关协会积极发掘、动员符合条件的企业参加申报。

目前，晋江已启动2023年广交会品牌展位评审申请工作。晋江市商务局将按照有关要求抓细抓实各项工作，做好宣传、动员、指导，确保评审工作顺利进行。帮助晋江企业争取更多品牌展位，借助“广交会”这个大平台开拓市场，打响品牌影响力，为晋江外贸高质量发展全面赋能。

《和和美美懂航空》学生用书发布

本报讯（记者 吴晓艳）日前，由泉州晋江国际机场与晋江市青阳街道中和中心小学共同编印的《和和美美懂航空》学生用书正式发布。

据介绍，《和和美美懂航空》航空校本课程研发是泉州晋江国际机场机关第一党支部和青阳街道中和中心小学党支部“邻里党建·航空知识进校园”党建项目内容之一，从项目提出到编印发布共历时一年半。新书发布后，将纳入中和小学和美课堂体系中的公民素养课程；同时，机场将派课程讲师常态化开展相关教学活动和社团活动。

新书发布当天，泉州晋江国际机场相关工作人员还为中和小学的学生带来一场航空知识讲座，让学生进一步感受科技的力量、航空的魅力。

近年来，泉州晋江国际机场和晋江市青阳街道中和中心小学本着“优势互补、资源共享、相互促进、共同发展”的宗旨，依托“一齐飞”航空培训基地，通过“建基地”“做活动”“进课堂”“办社团”“去研学”“共成长”六方面开展合作，为学生提供培训教育、实践拓展课程和活动，丰富学生课外生活，锻炼实践能力，培养学生对航空科学的兴趣和热爱，着力将“一齐飞”航空培训基地打造成“航空体育+教育”的校园示范营地。下一步，双方将不断丰富邻里共建方式，充分发挥“近邻”党建作用，推动党建“邻”聚力，持续推进“邻里党建·梦想齐飞”党建共建项目走深走实。