电商显韧劲 晋江快递迎逆势增长

本报记者 曾小凤 刘宁 董严军 文图

晋江邮政业务一季度成绩单日前出炉：今年一季度，晋江市邮政业务总量完成了22.42亿元，同比增长了18.50%。其中，最令人瞩目的是快递业务量增长了19.90%，达到了22970.47万件。

在经济下行周期中，快递业务的增长，背后彰显的是本土企业电商业务的稳健。记者走访获悉，得益于新渠道带来的新增量、品牌服务升级，以及消费者对于细分领域产品需求增长等三大点，晋江快递逆势增长。

新渠道带来的新增量

“第一季度公司总体发展稳健，天猫、京东等平台基于多年的深耕均比较平稳，增量主要来自新平台即抖音平台。”福建青婉田商贸有限公司总经理张强告诉记者，其公司经过去年的筹备，今年3月份在抖音初见成效，接下来将继续在这一平台加大力度。“新平台更能带来增量，尤其是抖音这么大的日活量。有数据显示，人均每天花在抖音的时间为2小时，这里面有很大商机可挖掘。”张强说。

据介绍，除了在抖音这一平台上持续发力，在做优自身店播的同时，加大达人的合作力度，此外，“得物”也是青婉田重点发力的平台。

今年，达人直播带货已经成为电商领域获得新增量的主要方式之一。

久久王食品电商总监吴良温透露，今年一季度，久久王食品电商业绩同比增长超30%。其中，达人直播带货发挥了较大作用。今年，久久王增加了达人直播带货的投入比重，在抖音、快手、小红书等平台与主播、博主合作，进行直播带货、“种草”等行为，获得了显著的增量。

无疑，上线新平台大多会给企业带来新的渠道增量。

泉利堂食品副总经理陈烨阳透露，今年，泉利堂食品的线上渠道销量有了很大的突破，这得益于企业长久以来不断地深耕产品及品牌，并加大了抖音、快手等新兴电商平台的投入，跟随不同电商平台的玩法也让企业有了新的增量，并提高了品牌曝光度。此外，线上渠道的整体形象升级也让企业的整体销量呈现出向上的态势。

有不愿具名的电商业内人士认为，目前来看，传统电商平台的增量有限，也已经锚定了自己的受众群体。而抖音、快手、小红书等新兴电商平台兼具社交属性，可以在带货的同时进行品牌营销，也可以在品牌与产品推广过程中完成带货。例如，这类平台有短视频、图文等“种草”方式，企业产品出现在多个消费场景中，更精准地触达目标消费群体。对于品牌企业而言，这类平台更有利于企业线上、线下联动，打通品牌、产品等一系列的链条，让品牌营销更直接地作用于企业业绩。

品牌服务升级留住消费者

要在琳琅满目的食品电商中脱颖而出，除了合适的渠道选择与带货方式，还离不开性价比与产品力。

吴良温介绍，久久王食品拥有强劲的供应链实力，这为企业打造合适的电商产品提供了强大的支撑。以企业目前叫座的一款胶基口香糖为例，该产品是企业多年来的热销品，本身就有消费者基础，是经过市场考验的产品。经过在配方、包装风格、组合形式等方面的改良，该产品有了自己的电商款。他认为，在多个社交平台与主播、博主的合作，让企业产品有了让消费者“面试”的机会，而产品本身的实力与性价比，才是复购率的保障。

“品牌与产品是企业电商能够长久、良性发展的根基。”陈烨阳分析，当下电商市场云龙混杂，低价竞争更让许多商家疲惫，“低价竞争终究不是长久之计，永远会有更便宜的商家出现，想要长久且良性发展，必定是提升品牌服务、保证产品质量。”他表示，要避免陷入低价竞争，企业最重要的还是要明确自己的品牌定位，如泉利堂近年来一直定位中高端，强调蜜饯文化，并在产品开发、市场布局、品牌打造等各个层面都围绕着这个“初心”进行规划，包括线上渠道的开拓、电商平台的战略布局也都以此为出发点，一步步认真耕耘，逐渐形成了自己的客群。

“无论做什么渠道都不能跟风，而是要从企业的品牌定位及产品特点出发，找到自己的目标消费群体，做好产品优化和品牌服务，给消费者以更优质的消费体验。”陈烨阳表示，企业不能“没头脑”地追求适应渠道，而是要明确自己的定位，跟紧自己的目标消费群体，研究他们的消费习惯变化。例如当下消费者关注健康与品质，而蜜饯品类属于高盐、高糖零食，其生产过程目前也不具备数字化的条件，但是，企业仍然可以根据这个取向找到自己的突破点。企业的杨梅系列产品就精简了配方表，通过工艺升级更大程度地还原鲜果原味，减少添加物。这种产品升级带来的消费体验就让企业产品区别于其他品牌，也降低了蜜饯消费者的健康忧虑，消费者也愿意为此买单。

细分领域带来新潜力

在做好品牌优化服务升级的同时，品类的选择也是商家脱颖而出的一大要素。其中，以户外用品为代表的细分领域成为新增长点。

“随着社会生活越来越快节奏，越来越多的人开始注重从城市的喧嚣中寻找内心的宁静。户外运动成为一种流行的生活方式，从而增加了户外用品品牌的需求。晋江作为品牌之都，运动品牌众多，这对于晋江的企业及商家是一大利好，这也在一定程度上推动了快递业务量的稳步增长。”张强告诉记者，为了更好地服务消费者对于户外用品的需求，青婉田今年春季新开发了多款具有户外属性的鞋款。今年其公司的产品将在“自然主义女鞋”的定位下，多开发符合户外活动的款式，既满足消费者的日常需求，又可随时走进大自然。

业内人士指出，晋江电商的快递业务量不断攀升，既是消费者对品牌和服务质量的认可，也是市场消费习惯的改变。随着人们生活方式和生活节奏的变化，越来越多的人喜欢追求体验和自然，选择户外运动，晋江电商商家通过策略性投资、新品开发，逐渐提升了自己在户外运动市场的知名度和话语权，成功实现了快递业务的增长。

在品牌、创新、产业带的多重加持下，晋江电商将继续紧跟市场发展，不断拓展新业务领域，探索新的市场业态和新模式，创新服务模式，推动企业的可持续发展，更好地满足消费需求，打造更具竞争力的电商品牌。

上市公司圈

安踏体育纳入“港币-人民币双柜台模式”首批名单

本报讯（记者 柯国笠）近日，香港交易及结算所有限公司（以下简称“港交所”）对外宣布，将在今年6月19日推出“港币-人民币双柜台模式”。安踏体育用品有限公司（以下简称“安踏体育”）与腾讯、阿里、京东、美团、快手、百度等21只证券一起被指定为首批双柜台证券，新增设的人民币柜台自双柜台模式推出起生效。

据悉，“港币-人民币双柜台模式”是一种新的交易模式，主要在港交所中实施。这种模式允许证券在两个不同的柜台（港币柜台和人民币柜台）进行交易，只有拥有港币及人民币柜台并符合双柜台庄家（DC-MM）计划资格的证券才能进行此类交易。

数据显示，21家受邀的香港上市公司，占港股每日成交额的40%。此次入选代表着资本市场对安踏体育市场价值的认可。

安踏集团方面认为，在双柜台模式正式推出后，安踏体育的股份将能够在港交所以人民币进行买卖，从而进一步支持人民币在香港证券市场的发展。该公司相信，以双柜台模式进行买卖将为股东及投资者提供买卖货币的灵活性，有机会受惠于人民币的流动性，同时进一步推动人民币国际化发展。

晋江启动产业数字化转型诊断咨询服务专项行动

本报讯（记者 蔡明宣）近日，晋江市工信局会同产业数字化服务协作联盟，采取线上、线下相结合的方式，举行晋江市产业数字化转型诊断咨询服务专项行动启动仪式。本次行动覆盖晋江市的镇（街道）、经济开发区，已有90家工业企业报名参与。

晋江产业数字化服务协作联盟秘书处负责人章水德介绍，为保障诊断咨询服务质量，联盟从产业数字化专家库的128位专家中择优筛选了25位行业专家。即日起，专家团将分五组深入企业实地调研考察。同时，为确保参加诊断咨询的企业数据信息安全，会上，联盟还与专家团成员逐一签署了数字化诊断项目数据资料保密协议。

据悉，此次免费“义诊”的项目主要包括全面了解企业核心业务数字化、智能化和网络化发展水平、应用现状；根据各家企业生产特性、工艺流程，为企业提供痛点诊断、转型路径规划、应用场景设计等公益服务；通过出具诊断报告、提出解决方案，帮助企业明晰转型思路，让企业在数字转型中少走弯路。

晋江市工信局相关负责人表示，此次行动是贯彻落实省深化数字技术赋能制造业转型行动和泉州市加快推进千员万企数字化诊断的一项具体工作，是晋江深化数智转型战略的一个创新举措，对于晋江制造产业数字化进程提速将起到积极的促进作用。

汇鑫小贷将于8月15日派发末期股息

本报讯（记者 施珊妹）近日，汇鑫小贷发布公告，该公司将于2023年8月15日派发末期股息每股人民币0.05元。

汇鑫小贷2022取得利息收入净额1.36亿元，同比减少1.52%;归属于母公司拥有人的净利润6070万元，同比增加44.25%。

汇鑫小额贷款股份有限公司是一家为中小企业、微型企业及个人企业家提供贷款的公司。公司主要为客户提供两类贷款，包括循环贷款及定期贷款。其产品包括循环贷、联保贷、定向贷、过桥贷及速贷通等。公司以福建泉州为主要市场，在国内经营业务。

相关新闻

汇鑫小贷新上任多名独立非执行董事

本报讯（记者 施珊妹）近日，汇鑫小贷发布公告，张立贺、林建国及孙立勋退任独立非执行董事，于股东周年大会结束后即时生效。

郑文坚、杨东及杨章华获委任为独立非执行董事，于股东周年大会结束后即时生效。

于股东周年大会结束后，张立贺不再担任其审计委员会及提名委员会各自主席的职务，林建国不再担任其审计委员会成员及薪酬委员会主席的职务，而孙立勋不再担任其薪酬委员会及提名委员会各自成员的职务;及郑文坚已获委任为薪酬委员会主席及审计委员会成员，杨东已获委任为审计委员会主席及提名委员会成员，而杨章华已获委任为提名委员会主席及薪酬委员会成员。

百余名网红参与选品直播

晋江举办首届中国休闲食品产业带电商直播大赛

本报讯（记者 蔡明宣）近日，记者从晋江市食品行业协会了解到，作为今年食交会的配套活动之一，2023首届中国休闲食品产业带电商直播大赛暨第二届食交会抖音带货节已拉开帷幕。

据了解，2023首届中国休闲食品产业带电商直播大赛由食力家供应链管理公司、晋江市食品行业协会联合举办，分为企业组、专业组、社会组、高校组等四个组别，于4月20日正式启动，将持续至7月20日。

近日，记者走进食力家直播基地，映入眼帘的是“2023首届中国休闲食品产业带电商直播大赛”的横幅，来自福建本土的不少网红聚集于此，进行直播，推广食品。

“现在我们给大家推荐的是阿一波的红糖姜汁银耳羹，这款银耳羹采用的是FD技术迅速冻干，能够还原食材最原本的品质……”直播间里，账号为“烤肠姐妹”的主播陈华娴熟地通过直播介绍自己的产品。

“我们从上个月就报名了这个活动，目前已经直播销售了货值20多万元的产品，整体感觉还是很不错的。”陈华告诉记者，此次直播大赛给主播们一站式地提供了丰富的食品供应链，这些食品不仅是源头工厂货源，在直播售价上也具有一定的优势，这种跳过很多中间商，主播直接与工厂的合作能够真正实现双赢。

除了组织直播带货，大赛还组织达人实地探厂，截至目前已走进阿一波、久久王等食品企业。

“直播大赛给我们提供了一个与网红直播面对面沟通交流的过程，另外，通过真实的主播探厂也可以借助他们的账号，把企业更为真实的一面展示在消费者面前，也能够带动企业的直播销量。”久久王食品公司电商总监吴良温表示。

直播大赛启动以来，受到了品牌与网红的关注。截至目前，已经有盼盼食品、久久王、有零有食、阿一波等100多家食品企业参与，“烤肠姐妹”等100多个网红参与选品直播，涉及的食品Sku数百款，涵盖果冻、小面包、巧克力、冻干食品等多个品类。

晋江市食品行业协会副秘书陈志峰告诉记者，此次直播大赛从5月份开始征集，6月份开始正式直播带货，目前，食力家直播基地每天都有达人前来选品直播，整个直播大赛的热度正在不断攀升，为即将举行的食品交易会进行了预热与提前曝光。

据介绍，本次大赛依托抖音平台进行，分为月赛和总决赛。主办方将结合参赛主播的直播数据、录播视频及第三方平台数据核验，最终评选出冠、亚、季军共6名，并于今年食交会上进行颁奖。

支持各地创建“闽菜馆”省级商务发展专项资金开始申报

本报讯（记者 蔡明宣）近日，记者从晋江市商务局获悉，2023年省级商务发展专项资金（商贸服务业方向）于日前启动申报工作。

据了解，2023年度省级商务发展专项资金（商贸服务业方向）支持内容为贯彻落实《促进闽菜繁荣三年行动方案》，支持各地积极创建“闽菜馆”；为增强消费引导，支持各地积极创建特色美食街（城），同时，支持各县（市、区、管委会）商务主管部门组织开展“八闽美食嘉年华”，对各地开展“八闽美食嘉年华”相关费用按不超过实际发生费用的50%予以补助，每个县（市、区）最高不超过10万元。

此外，专项资金还支持发展员工制家政企业，支持家政企业加强信用体系建设，开展线上、线下融合发展，加强人员技能培训。