厦门大学“安踏茁壮公益教育基金”启动

本报讯（记者 柯国笠）昨日，正值是安踏集团上市16周年、安踏集团公益日之际，安踏集团和厦门大学宣布启动厦门大学“安踏茁壮公益教育基金”，首批440多名师生获得表彰。

据悉，该基金由安踏集团董事局主席丁世忠发起，由安踏集团与集团创始人家族出资设立的和敏基金会联合捐资，旨在弘扬“嘉庚精神”与“超越自我”体育精神的深度融合，共同推动品学兼优的高精尖专业人才培养，鼓励青年学子不断提升学术水平、深入科研创新。

记者了解到，该基金以“助学金”“奖学金”和“创新奖金”三大主要捐赠方向为核心内容：厦门大学安踏和敏助学金、爱心急助金用于资助建档立卡的家庭经济困难学生，以及厦门大学教职工及学生因突发疾病或家庭重大变故所需的急助；厦门大学安踏财经金融人才奖学金用于奖励来自厦门大学相关学科品学兼优、取得突出成绩的学生；厦门大学安踏创新奖励基金用于面向全校奖励在“创新创业”领域成绩突出并获得权威奖项及专业评审机构认可的项目，对获奖的学生、指导教师及先进个人和学院、优秀研究论文及优秀教学成果等给予奖励。

丁世忠表示，青年是国家的栋梁，大学是创新的摇篮，而基础科技的创新是国家核心竞争力所需。“我们期待看到更多的厦大青年有理想、有追求，有参与解决社会问题的责任感，有不断超越自我的体育精神，在创新的路上激流勇进，让年轻不设限、敢创新，勇挑大梁、勇担重任，让厦大成为国之贤士、国之栋梁的摇篮。”

厦门大学党委书记、教育发展基金会理事长张荣表示，安踏集团积极履行企业社会责任，彰显时代担当。“我们相信，在校企双方的共同努力和相互支持下，‘安踏茁壮公益教育基金’定将成为支持厦门大学培养优秀人才，激励青年学子不断提升学术水平、开展科研创新，助力世界一流大学建设的动力源泉！”

数据显示，安踏集团长期推动社会慈善事业发展，截至目前在慈善公益上总投入超过22亿元。2021年底，集团创始人家族宣布捐资100亿元成立安踏集团和敏基金会，秉承安踏集团创始人家族“安心做事，踏实做人”的价值观，在公共卫生、体育教育、乡村振兴、环境保护、社区可持续发展等领域投入公益慈善活动。

目前，安踏集团及和敏基金会共同搭建了“五个一”企业社会责任体系，致力于成为具有高度责任感的企业公益及慈善平台。该体系包括：一项医疗援助计划，捐赠20亿全资兴建国家级三甲公立医院，成为国家区域医疗中心；一项助力中国体育计划，筹划捐赠助力国家专业运动员发展的公益项目；一项体育教育公益计划，至今投入超过8亿元，通过以茁壮成长公益计划为核心的青少年体育公益活动推动体教融合，助力乡村振兴；一项生态保护计划，与国际环保组织合作，助力生物多样性保护；一项扶危助困计划，以和敏助学、和敏健康援助计划、和敏社区关爱等慈善项目，助力社区和谐进步，并参与国家灾难援助及国际人道主义援助。

七匹狼2022年股票期权激励计划预留授予登记完成

本报讯（记者 施珊妹）近日，福建七匹狼实业股份有限公司发布关于2022年股票期权激励计划预留授予登记完成的公告。七匹狼公司于2022年4月25日召开2021年年度股东大会审议通过了《关于〈2022年股票期权激励计划（草案）〉及其摘要的议案》（以下简称“本激励计划”）。该公司于2023年4月3日召开第八届董事会第四次会议、第八届监事会第四次会议，审议通过了《关于向激励对象授予2022年股票期权激励计划预留股票期权的议案》，确定本激励计划的预留授予日为2023年4月3日。

2023年4月3日，七匹狼公司召开第八届董事会第四次会议、第八届监事会第四次会议，审议通过了《关于注销2022年股票期权激励计划部分股票期权的议案》，同意注销5名离职激励对象已获授未行权的220万份股票期权；审议通过了《关于向激励对象授予2022年股票期权激励计划预留股票期权的议案》，同意以2023年4月3日为预留股票期权授予日，向3名激励对象授予90万份预留股票期权，预留部分未授予的265万份股票期权作废。该公司监事会和独立董事对相关事项进行核查并发表了独立意见。

据了解，本激励计划的有效期自首次股票期权授予之日起计算，最长不超过5年；首次授予的股票期权自本激励计划授予日起满24个月后，激励对象应在未来36个月内分三期行权。预留部分行权时间安排与首次授予部分一致。

七匹狼方面表示，该股票期权激励计划的实施有利于进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司中高层管理人员及核心技术（业务）人员的积极性，有效地将股东利益、公司利益和经营者个人利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展，确保公司发展战略和经营目标的实现。

晋江29家企业上榜
2023年省级第六批创新型中小企业名单

本报讯（记者 蔡明宣）近日，福建省工业和信息化厅公布2023年第六批创新型中小企业名单，全省166家企业获评，晋江共有29家企业上榜。

这些上榜的企业主要包括恒安纸业、爱乡亲、哈比熊、信同信息等多家企业，涵盖鞋服、纺织、食品、信息技术等多个行业。

2022年，福建省出台《福建省优质中小企业梯度培育管理实施细则》（以下简称《细则》），按创新型中小企业、专精特新中小企业、专精特新“小巨人”企业三个梯度，对全省优质中小企业实施梯度培育。根据《细则》，创新型中小企业是指具有较高专业化水平、较强创新能力和发展潜力的企业，是优质中小企业的基础力量。

据悉，“创新型中小企业”是企业申报省级、国家级“专精特新”的前提条件。创新型中小企业评价为常态化申报，企业可登录优质中小企业梯度培育平台自主申报，省工信厅每月公告一次名单。

最高奖励1000万元 泉州利用外资扶持资金项目启动申报

本报讯（记者 蔡明宣）日前，记者从晋江市商务局获悉，2023年泉州市级利用外资扶持资金（第二批）项目已启动申报工作，符合申报条件的企业可于7月11日至7月15日通过泉州市惠企政策线上直达兑现平台申报，事项选择“2023年引导外资企业加快到资项目”。

晋江市商务局相关负责人分析指出，该项目资金支持主要有两个核心内容，一个是支持外资企业加快到资，另一个是对外资并购泉州企业、境外上市企业返程投资。

支持外资企业加快到资（不含房地产、金融领域）。对外商投资企业当年度实际到资达到500万美元且为泉州实际使用外资做出贡献的项目，按年实际到资金额1%给予奖励，其中对外商投资企业境外投资者以分配利润境内再投资泉州市制造业领域且当年度实际到资达到500万美元的，按年实际到资金额再叠加给予0.5%奖励，单家企业最高奖励1000万元。

对外资并购泉州企业、境外上市企业返程投资泉州市且当年度实际到资达到500万美元的项目，对境外世界500强企业、全球行业龙头企业、台湾百大企业来泉设立综合性总部及营运中心、研发中心、营销中心、结算中心等职能总部的项目，对被认定为国家高新技术企业或技术先进型服务企业的外商投资企业当年度实际到资达到500万美元的项目，均按年实际到资金额的1.5%给予最高1000万元奖励。

成立26周年 卡宾品牌升级
杨紫明：进行多维度大刀阔斧调整

本报记者 施珊妹

近日，卡宾品牌升级揭幕快闪活动举行。

为了更好地迎接市场的变化，提高品牌溢价，卡宾正式发布2023升级计划，不仅革新重启品牌双“C”LOGO，还开启全国200多家全新面貌的概念空间……进行了多维度、全方位升级。

今年是卡宾成立26周年。卡宾主理人及创意总监杨紫明，选择在今年对品牌进行大刀阔斧的调整，引起业内关注。本报记者就品牌升级的原因、内容及规划等问题进行了专访。

服装行业需要快速响应

晋江经济报：您怎么看待目前国内的服装市场？卡宾为什么选择在这个时候进行品牌升级？

杨紫明：服装行业一直是需要十分快速响应的行业，特别是疫情后，国内服装市场纷纷转战线上，我们也得益于提早在线上做好了新零售布局，不断完善柔性供应链；更注重与当下消费者的互动，坚持与Z世代沟通，并且能立即做出响应调整。

另一方面，当疫情消退后，客流恢复，消费重启，我们发现，消费者前所未有地关注自身，消费理念也日趋冷静。他们更聚焦于本土品牌、本土设计，关注消费的本质，对品牌及产品提出更高要求，这也为卡宾的革新升级带来新机遇，也为其跃升新高度提供了良好的契机。

颠覆自我的品牌调整

晋江经济报：此次卡宾的品牌升级涉及哪些方面？

杨紫明：过去，卡宾也有很多颠覆自我的创举，每一次颠覆都是品牌成长的表现。此次品牌升级是卡宾新的里程碑，见证品牌勇于创新的精神。

今年卡宾延续创立之初对“颠覆流行”的坚持，将以中华文化、环保、科技三大核心为抓手，塑造全新品牌DNA系统，注入品牌价值。而在调整的策略上，围绕产品结构、产品力、视觉形象、内容传播、终端店铺形象等方面，将品牌多维度的升级建设带向全新高度，协同编织成品牌价值网络，有效提升品牌形象的同时，也能构建与品牌核心用户更深层次的情感链接。

一个比较重要的，是品牌VI升级。这一次，卡宾回归初心，重启品牌经典双“C”LOGO。标志性的卡宾“C”字母以镜像效果呈现，以富于变化的哥特字体图案线条勾勒出更平衡、更具符号化的品牌标识。

还有就是产品升级。之前，卡宾旗下分为卡宾休闲、卡宾都市和卡宾潮流三大品牌。这次卡宾将产品结构进行整合升级，回归卡宾主品牌，统一在门店内以三大系列的形式展现。

这次产品系列的统一调整，是由我们国外设计工作团队及本土设计团队相互合作，打造出更多符合当下年轻群体多场景穿搭需求的产品。丰富产品线的同时，也让品牌形象更加统一，更深入人心。

产品创新与多元不可或缺

晋江经济报：我们发现，今年不少男装品牌特别注重在产品方面的创新升级，卡宾是否也在这方面有所突破呢？

杨紫明：面对竞争激烈又不够明朗的外部环境，想在众多行业竞争参与者中脱颖而出，品牌的产品创新力和多元化是不可或缺的竞争力。

从产品角度看，作为中国领先设计师品牌，卡宾始终坚持原创设计，紧抓中华文化、环保、科技三个方向，积极履行社会责任，以消费者的需求为核心考量，保持冲劲、保持年轻化，以创造力和用心来打磨产品，在保留品牌传统历史的同时，变得更加时尚跟与时俱进。

为了让消费者感受到品牌升级所带来的全新视觉冲击，卡宾顺势推出了“异日重启”2023秋季系列。该系列开启试验性美学，摒弃繁复图案，以双“C”LOGO为设计核心，打造全新品牌升级设计风格。

事实上，今年年初，随着品牌宣布加入30·60碳中和加速计划之后，卡宾陆续推出了不少环保可持续的产品，例如“再生计划”环保牛仔系列等，在产品升级方面已初见成效。

随后的5月，卡宾又联合当代艺术家南方共同推出“涂鸦城市日记”系列，通过跨界联名实现“破圈”；同时不断挖掘更多优秀的本土艺术家、设计师，帮助他们走向更大体量的商业舞台，为中国时尚行业注入新鲜活力的同时，也将中国设计送上世界的舞台。接下来，卡宾也会继续跟世界各地的IP合作，碰撞出更有创意的产品。

迭代全新门店

晋江经济报：在终端门店升级上，我们有哪些尝试呢？

杨紫明：线下门店一直是展示品牌形象最重要的阵地与媒介，更多品牌将精力和资源聚焦于终端店铺的形象迭代，通过门店讲好自己的故事，展现品牌独特的风格定位，以吸引更多的受众。

这一次，卡宾也对门店形象进行了迭代升级，以迎合时下年轻消费者的审美观念，打造创新活力的场景体验，以更年轻、更潮流的面貌向消费者渗透品牌价值。门店设计灵感源于“Super Spring”的概念，以卡宾黄为主色调，融合几何结构，注入先锋灵感，整体形象更加立体醒目，为消费者带来更具视觉冲击力、更符合当代简约审美的时尚场景体验。比如，店铺的核心位置展示着创新打造的兼容科技与环保的艺术装置，通过书法墙、鹅卵石装饰等具有中国意象的元素构造出充满灵性与文化韵味的空间。同时，店内还开辟了动感单车锻炼区，同样以经典卡宾黄全面铺陈，强调品牌的潮流感与运动激情。

首批全新升级的空间形象已在成都、上海等城市率先揭幕，接下来品牌将同步在全国多个城市陆续开出超过200家全新面貌的概念空间，目前已登陆北京大悦城、广州正佳广场、合肥万象城、上海环球港等购物中心。

时尚引领 品牌变“革” 2023中国服装经济论坛举行

本报讯（记者 施珊妹）近日，2023中国服装经济论坛举办。本次活动以“时尚引领 品牌变‘革’”为主题，通过行业领导、知名品牌、行业专家等多位嘉宾的分享与对话，在文化创新、可持续战略与能力、商业模式等领域讲述品牌进阶之旅，共同探寻大变革下的产业现代化发展路径，用初心和使命为产业高质量发展注入新动能。

在新时期中国服装品牌价值塑造的背景下，品牌迎来了前所未有的发展机遇。品牌正以各种新的营销方式拉近与消费者的距离，品牌渠道调整等转型升级领域的投资布局也正在加快，涌现出品牌模式多元化、企业渠道多元创新等特点，并为用户创造更多价值，中国消费者对本土服装品牌的价值认同也在不断加强。

面对4.5万亿元的超大服装市场，中国服装品牌不断适应和引导消费变革，推动产业创新发展。市场变化下他们转变经营思路，更加务实，主动选择企业高质量转型升级，更加注重效率与效益结合发展。论坛上，优秀服装品牌代表从自身出发，分享了企业在国家倡导的“专、精、特、新”发展道路下，顺应时代变化，发挥产品强项、优势抢占目标消费者心智的宝贵实践经验。

劲霸男装CEO兼创意总监洪伯明带来“东方美学&宝藏国货的双向奔赴”的主题演讲。作为连续五次亮相米兰时装周官方日程的中国服装品牌代表性企业，劲霸将中国文化、东方美学持续融入产品中，用中国品牌讲好中国故事。

洪伯明表示，首先要保证产品品质过硬，才能有足够底气承载文化与美学价值，才有资格去国际舞台比拼。劲霸男装持续打造高端新国货的内生动力正是品牌积淀43年的东方美学，即内敛、含蓄，注重形神合一，产品细节蕴含思考、祈愿、参悟。近年来，劲霸男装格外重视中国非遗文化的传承与创新，连续五年创制“十二生肖贺年”系列，在四季交替年轮转换中体现中式审美哲学。

作为棉麻产品的优质企业，拥有茵曼、初语、生活在左品牌的汇美时尚集团股份有限公司持续以智能化、精细化的渠道运营深耕棉麻女装，连接品牌与消费者。汇美时尚集团股份有限公司副总裁曲晶在“单品类品牌的极致化运营”分享中介绍，茵曼自建实验室为面料品质保驾护航。

比如品牌在优质工艺中大量使用提花面料，凸显品牌文艺调性，花型细腻，质地优良；而绣花面料注重面料的精致度，花型原创、细腻、立体，凸显精致度。在运营方面，茵曼启动全域零售，公域在抖音、视频号直播，私域在各门店自主运营，通过全链路闭环的全域经营不断巩固集团业务，帮助品牌实现稳定、长效增长。

百应控股委任大华马施云会计师事务所为核数师

本报讯（记者 施珊妹）近日，百应控股发布公告宣布，毕马威会计师事务所于公司在2023年6月28日举行的应届股东周年大会结束时，于其目前任期届满后退任公司核数师，并将不获提议续聘。

经公司审核委员会推荐，百应控股董事会已议决于毕马威会计师事务所退任后，建议委任大华马施云会计师事务所有限公司为公司截至2023年12月31日止的年度新核数师。

非遗传承 时尚表达 晋江市剪纸协会与七匹狼男装博物馆开展共建活动

本报讯（记者 施珊妹）非遗传承，时尚表达。近日，晋江市剪纸协会与七匹狼男装博物馆开展共建活动。

晋江市剪纸协会陈金矿、监事长左子娟等一行参观学习了七匹狼“红色战狼之家”党建馆，了解七匹狼企业文化，学习红色战狼精神，体会党建引领企业发展的内生动力。

晋江市剪纸协会党支部书记许雷钧表示：“七匹狼公司始终践行初心、担当使命、敢于拼搏，在时代潮流中攻克一个个困难，使企业不断发展壮大的精神深深打动了每一名党员。接下来，我们协会也将通过剪纸艺术，向社会弘扬爱党爱国情怀。”

用时尚传承经典，让品牌激励人生。七匹狼男装博物馆馆长江水连表示，七匹狼一直秉承着这样的品牌使命，让更多消费者多元化地感受中国时尚。旗下博物馆内展示的结合少数民族文化设计出的狼图腾系列走秀服、不同时代的服饰之美等，均直观展现了传统、时尚之美。

剪纸在中国是历史悠久，并且流传很广的一种民间艺术形式。2006年，剪纸经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。2009年，中国剪纸项目入选“人类非物质文化遗产代表作名录”。晋江市剪纸协会成立于2014年，以服务于社会公益性为主，立足于保护、弘扬非遗文化，传播剪纸艺术。

关爱员工子女 劲霸男装举办硬笔书法小课堂

本报讯（记者 施珊妹）近日，劲霸男装硬笔书法小课堂结课。

劲霸方面表示，劲霸公司自成立以来一直致力于服务员工，把员工利益作为第一考虑，把员工满意度作为检验工作的第一标准，上下联动，多措并举，不断提高员工的获得感、幸福感、安全感，筑牢服务员工的“连心桥”，让劲霸员工之家更加温暖，因此在关爱员工的举措上也注重员工子女的培养。

记者了解到，为了丰富员工子女的业余生活，营造文化氛围，同时也满足书法爱好者的需要，劲霸男装联合劲霸公司党委、劲霸公司工会开设“练一笔好字、传一代文明”书法课程。今年4月8日，劲霸男装邀请了劲霸公司书法导师彭平华、劲心劲意书法导师陈仁锋为19名学员进行书法知识培训。两位导师分别根据学员年龄段开展了相应学习课程，通过学习“书法”是什么，引出书法的基本落笔、字体结构分析，以及如何临摹字帖、自行创作等书法知识。课程开始后，学员们跟随老师虚心学习书法知识，了解字的书写规范，由易到难，系统地进行书法学习。

书法，是文字的艺术表现形式，它以汉字为载体，是中国所特有的一种传统文化。学习硬笔书法可以培养学员严肃认真的学习习惯，有利于身心发展，陶冶情操。在书法课如火如荼开展进程中，恰逢母亲节的来临，陈仁锋悉心引导学员们，通过近期所学知识为自己的母亲写上一句暖心的母亲节祝语，在学习中成长，在学习中感恩。

愉快的时间总是短暂的，学员们很快迎来了书法课的尾声，也迎来了暑假。劲霸员工子女纷纷表示，学习永无止境，未来将继续学习这门中华民族独有的文字艺术。