

# 前5月比增6.14% RCEP助企业“乘风破浪”

本报讯(记者 蔡明宣 通讯员 赵燕蓉 周晶莹 张一格) 炎炎夏日,晋江好兄弟体育用品有限公司的厂房内运输叉车穿梭,一片繁忙景象。近日,该公司一批货值近98.51万元的运动鞋,正装车准备出口日本。凭着刚由泉州海关驻晋江办事处签发的RCEP(《区域全面经济伙伴关系协定》)原产地证书,这批鞋子在日本通关的关税税率从原先10%降至7.2%,可享受进口国关税减让2万多元。

晋江好兄弟体育用品关务代表黄玉婷表示:“得益于海关的专业指导,我们了解到去年4月1日鞋子在日本通关的关税税率从原先的20%下降到10%,今年4月1日又从10%降至7.2%,大大增强产品的国际竞争力。我们针对性地新开拓日本市场取得成功,上半年对日本出口值达2048万元。其中,申领对日本RCEP原产地证书44份,可获关税减让28.4

万元。”

这是泉州海关驻晋江办事处认真落实外贸促稳提质各项措施,助力晋江外贸企业深耕RCEP国家市场的一个工作缩影。

受益于RCEP政策红利,泉州对RCEP其他成员国进出口呈现火热态势。今年1—5月份,泉州对RCEP国家进出口374.75亿元,同比增长6.14%,占泉州外贸进出口总值的37%。当前,RCEP正护航泉州外贸企业持续拓展国际“朋友圈”,持续释放RCEP政策红利,让更多泉州外贸企业在RCEP国家市场“乘风破浪”。

作为享受RCEP政策红利的“身份证”,RCEP原产地证书受到广大进出口企业的欢迎。据统计,今年上半年,泉州海关共签发RCEP原产地证书1933份,货值超10亿元,同比分别增长52.81%和39.18%。2022年1月至2023年6月,泉州海关累计签发RCEP原产地证书5298

份,货值突破22亿元,预计可助出口企业在进口国享受关税减免超2000万元,其中,伞具、鞋靴、铝制品、无机化学品等产品受益明显。

为助力企业用好用足RCEP政策,泉州海关驻晋江办事处积极开展“千企享惠”行动,同地方商务部门加强协作,开展“线上+线下”政策讲解宣讲10余次,不断提高经营主体对RCEP政策的知晓度和运用度;为企业量身定制最优享惠方案,叠加使用原产地证书“智能审核”和“自助打印”“免费邮寄”等多项便利化措施,实现24小时、365天全天候、零等待“即报即签”,不断提升签证便利化,让RCEP政策红利落到实处。同时,针对出口RCEP成员国产品批次多、签证频繁、AEO高级认证企业,引导申请经核准出口商资质自主签发原产地声明,指导企业最大限度享受政策便利,深耕RCEP国家市场。



泉州海关驻晋江办事处关员到企业开展RCEP政策调研。

## 晋江市品牌鞋服产能对接暨银企对接活动举行

本报讯(记者 蔡明宣) 日前,晋江市品牌鞋服产能对接暨银企对接活动举行,现场来自晋江鞋服产业的70多家中小企业,与三六一度公司、中乔公司供应链部门相关负责人、各大银行信贷部负责人,进行了面对面的沟通与交流。

会上,来自中乔公司与三六一度公司鞋供应链的核心负责人,向与会中小企业负责人介绍品牌ODM代工厂、材料供应商准入合作的筛选条件。

中乔公司鞋供应链相关负责人阳红波认为,随着市场的变化,当下企业与企业之间的竞争,已演变成供应链与供应链之间的竞争。晋江拥有优质的鞋服产业链资源,中乔公司希望通过鞋服产能对接会,与更多优质的供应商达成合作。

成为品牌企业的ODM代工厂并非无迹可寻。除了基础要求和规模要求外,阳红波重点指出,鞋服ODM代工厂会按照实际生产产线数来衡量,更倾向于选择配套齐全的ODM代工厂,如拥有自己的独立开发部门、自营的高频工艺、印绣花车间;材料供应商,会更注重面料主供应商是否具备产品研发创新能力,对工厂实验室会展开认证与授权。

晋江泉得利体育用品有限公司是一家从事产品沙滩鞋生产的外贸企业,该公司主要负责人唐聪告诉记者,当前外贸形势比较严峻,参加此次对接会,一则想要了解国内品牌订单的承接渠道与流程,二则也想通过此类对接会认识更多的国内同行,尝试外销转内销。

“我们将持续聚焦服装、鞋业领域,小规模、多频次地开展‘手拉手’品牌产能对接活动,引导品牌企业将更多的订单及原材料采购回归晋江,帮助晋江企业拓展订单来源。”晋江市工信局局长林永红说。此外,晋江市工信局还将联动商务部门,以及有关(商)会,争取邀请Shein(希音)等国际知名跨境电商企业来晋江开展业务推广和培训活动,推动更多中小企业借助跨境电商通道出海。

会上,晋江市工信局中小企业科还重点宣传了晋江相关代工政策;招商银行和福建农商银行宣传相关信贷政策,从政策扶持和金融服务等多维度助力晋江中小企业纾困解难。

## 第二届中国鞋都电商采购节晋江鞋类专场供采对接会举行

本报讯(记者 蔡明宣) 近日,第二届中国鞋都电商采购节晋江鞋类专场供采对接会在陈埭中国鞋都国际网批中心启动,活动召集50余家本地鞋靴企业和商户,邀请吉林、湖南、浙江等省外30多个电商销售团队,一起来到现场开展面对面供采对接活动。

作为晋江市“帮扶中小企业纾困解难专项行动方案”的配套活动之一,开展供采对接活动,不仅有助于生产制造型企业拓展下游合作商,也能帮助更多电商创业者零距离、低成本、高效率地拿到产地优品,达到双赢的目的。

在7500平方米的鞋靴展区,来自全国各地的供应商们正在逐一选购有爆款潜质的产品。

“此次对接会收获颇丰,发现了几款有爆款潜质的鞋子。”对于锋芒企业管理有限公司主播刘女士而言,一站式的供采对接会省时又省力,集中采购更容易挑出好产品。此外,鞋都这边大多数是源头厂家,价格都很透明,品质也有保证,售后也可以配套,对于小微创业者是很友好的。

把鞋类专场供采对接会做成常态化,为晋江中小鞋业企业带来更多的订单。在中国鞋都(晋江)国际网批中心负责人陈秋梅看来,举行供采对接会不仅可以为鞋都商户精准拓宽获客渠道,还可以借助常态化的活动把全国各地做鞋终端的零售和电商采购商吸引到晋江,从而让晋江产业带的产品可以输送到全国各地。

晋江市商务局相关负责人表示,下一步,晋江市商务局还将联合各大商协会,在各个专业市场和产业集中的镇街分品类举办各种线上线下供采对接会,促进晋江鞋服、食品、母婴玩具等优势产品货通全球。

当天,活动还邀请抖音、淘宝等平台负责人开展专题讲座,帮助鞋靴企业更好地了解平台规则、解决销售难题。同时,晋江农商银行还与商户代表举行授信签约仪式,为中小企业开拓市场提供金融助力。

### 上市公司圈

## 七匹狼上半年净利润预增50%~90%

本报讯(记者 施珊妹) 近日,七匹狼披露半年度业绩预告。七匹狼公司预计2023年上半年盈利1.36亿元~1.71亿元,比上年同期上升50%~90%。

七匹狼方面表示,报告期内,终端消费环境有所复苏,七匹狼公司营业收入有所增长,同时终端折扣得到有效控制,产品毛利率有所增长,故利润总额较上年同期增加。

### 相关新闻

## 七匹狼累计为子公司提供担保3.48亿元

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为子公司提供担保的进展公告。

七匹狼公司与中信银行股份有限公司泉州分行于2023年7月签署了《权利质押合同》,为上海七匹狼居家用品有限公司向中信银行申请电子银行承兑汇票提供质押担保。主合同项下债权本金金额为人民币2000万元整。担保的范围为主债权、利息、罚息、复利、违约金、损害赔偿金、迟延履行期间的债务利息、迟延履行金、保管质押财产和实现债权、质权等所发生的一切费用(包括但不限于诉讼费、仲裁费、律师费、差旅费、评估费、过户费、保全费、公告费、公证认证费、翻译费、执行费、保全保险费)和其他所有应付的费用。

截至担保合同签订日,七匹狼公司及控股子公司本年累计担保发生额为3.48亿元,占2022年度经审计合并报表净资产的5.63%;实际担保余额为3.38亿元,占2022年度经审计合并报表净资产的5.48%。七匹狼公司及控股子公司无逾期对外担保情况。

此前,七匹狼于2022年度股东大会审议通过了《关于为并表范围内子公司提供担保的议案》,为进一步支持公司并表范围内子公司对生产经营资金的需要,充分应对销售备货及原材料采购的需求,更好地提升并表范围内子公司的销售能力和生产能力,公司拟采用连带责任担保方式为公司并表范围内的7

## 九牧王2023年上半年预计净利8200万~9800万元

本报讯(记者 施珊妹) 近日,九牧王股份有限公司发布2023年半年度业绩预告的公告。公告表示,经财务部门初步测算,预计九牧王股份有限公司2023年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为8200万元~9800万元,将实现扭亏为盈。九牧王预计2023年半年度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为1.2亿元~1.44亿元。

记者了解到,九牧王去年归属于上市公司股东的净利润为-5999.36万元,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为5060.82万元。每股收益-0.10元/股。

九牧王方面表示,本期业绩预盈的主要原因有两方面。一方面,报告期内,随着社会经济平稳运行,消费市场

## 兴业科技上半年预计净利润比增71.23%~100.41%

本报讯(记者 柯雅雅) 日前,兴业科技发布2023年半年度业绩预告,归属上市公司股东的净利润预计增长8800万元~1.03亿元,比上年同期增长71.23%~100.41%,基本每股收益0.3015元~0.3529元。

在公告中,兴业科技指出,2023年半年度净利润较上年同期增长主要原因系鞋包带用皮革的销量较去年同期增加,毛利率增长;同时,本报告期较去年同期新增合并子公司宏兴汽车皮革(福建)发展有限公司,本报告期汽车内饰用皮革销售情况良好,净利润大幅增长。

## 凤竹纺织预计上半年净利润为428万元

本报讯(记者 施珊妹) 近日,福建凤竹纺织科技股份有限公司预计2023年半年度实现归属于母公司所有者的净利润为428万元,与上年同期1479万元相比,将减少1051万元,同比减少71%。

凤竹纺织预计,2023年半年度实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润为-912万元,与上年同期784万元相比,将减少1696万元,同比减少216%。归属于母公司所有者的净利润为1479万元,归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润为784万元。每股收益0.0544元。

凤竹纺织方面表示,主营业务利润减少,主要源于报告期下游需求低迷,公司产品销售收入增长疲乏,产能发挥不超预期所致。

## 361° 主品牌产品二季度同比取得低双位数正增长

本报讯(记者 柯雅雅) 昨日,361°发布公告,其主品牌产品(线下渠道)于2023年第二季度的零售额(以零售价值计算)较2022年同期取得约低双位数正增长。361°童装品牌产品(线下渠道)于2023年第二季度的零售额(以零售价值计算)较2022年同期取得约20%~25%的正增长。361°电子商务平台产品于2023年第二季度的整体流水较2022年同期取得约30%的正增长。

今年上半年,361°以专业实力深耕大众市场,贴合运动场景捕捉消费需求,不断优化产品性能,持续聚焦资源,强化主品牌优势。此外,361°持续加大科技投入,推动科技创新,强化产品竞争力,不断对产品进行迭代更新,有效地发掘了市场潜力,以优质产品抢占大众消费者的心智。

## 安踏集团连续三年获评德勤“中国卓越管理公司”

本报讯(记者 柯国笠) 日前,德勤发布第五届中国卓越管理公司项目(Best Managed Companies,简称“BMC”)名单,共有58家公司入选。凭借在“科技、绿色、国际化实现创新与高质量发展”方面的卓越表现,安踏集团第三次获评“中国卓越管理公司”。

据悉,德勤是国际著名专业服务机构,世界四大会计师事务所之一,在全球享有极高的专业认可度。BMC项目为德勤具有30年历史的全球项目,于2018年落地中国,由德勤中国、新加坡银行、香港科技大学商学院、《哈佛商业评论》中文版联合发起。该项目是中国当前唯一针对民营企业管理体系进行全面评估的国际奖项,旨在发现和见证具有先进管理理念和卓越管理水平的民营企业,并希望在项目推动过程中唤起更多的中国企业重视长期、平衡和可持续发展。历届入选企业皆是来自中国各细分领域的“隐形冠军”和头部企业。

记者了解到,本届BMC评选运用德勤“卓越管理标准”全球框架,对参评企业从战略、能力、承诺和财务实力四方面进行全面评价。入选企业总收入达人民币1.8万亿元,占中国GDP的比重约为1.5%,2018年至2022年保持有利润的增长,平均收入复合增长率达到17%,在跌宕起伏的周期中经历了转型升级,完成了卓越进化。58家获奖企业中,58%分布在工业制造行业和消费(含零售)行业。

数据显示,作为体育用品行业头部企业,安踏集团在传承中保持着不断创新、不断进化的精神和能力,仅用7年时间实现了从100亿到500亿的飞跃,穿越疫情与消费行业低迷期,推进多品牌战略显成果,实现韧性增长。

“这是毋庸置疑的体育行业引领者,体现了中国卓越管理企业‘行业领先、长期战略、创新发展、以人为本、全球思维’的特征。”主办方方面表示。

安踏方面表示,在未来不确定的全球化背景下,安踏集团将坚守“成为世界领先的世界级多品牌体育用品集团”的愿景,与消费者、员工、伙伴、社会、环境等利益相关方价值共生,更加果敢地持续科技创新,提升品牌价值,以组织卓越、富有弹性和韧性的社会企业精神,担起“中国卓越管理公司”的企业责任,为行业发展树立标杆。

## 劲霸男装蜚蜉美术馆2.0海洋环保系列上新

本报讯(记者 施珊妹) 近日,劲霸男装蜚蜉美术馆2.0海洋环保系列上新。

海岸线50公里内的塑料瓶,皆可以另一种方式再生。劲霸男装蜚蜉美术馆2.0海洋环保系列是一款四方联合的产品,由劲霸男装、RE-GENERATION、白鲸鱼、REPREEVE共同致敬蔚蓝大海,敬献环保之作。

该跨界联名款环保纤维T恤,采用海洋环保纤维与棉混纺,兼具手感和品质。印有5只回收塑料瓶独特标识,彰显环保态度。

将循环践行到底,让可持续成为时尚的方向。这并非劲霸男装首次推出环保产品。近年来,劲霸持续践行安全、健康、环保理念。“可持续时尚不只是责任和口号,而是打通全产业链,从原料到消费者,每个环节、每个人的共同参与。”劲霸男装CEO洪伯明说。

劲霸男装深知,除了推出可持续产品外,更需要对消费者进行长期引导,助力消费者形成一种健康、舒适的全新可持续时尚生活方式。为此,在渠道端,劲霸男装将可持续理念延展到每家门店,通过终端门店导入渗透品牌的“绿色基因”,带动并影响消费者选择可持续产品。

## 福建省纤检中心举办纺织品功能性质量提升专题培训会



本报讯(记者 施珊妹) 近日,福建省纤检中心在晋江举办“赋能升级·高质量·高竞争力”纺织品功能性质量提升专题培训会。来自省内外纺织产业链上下游企业的200多名代表参加培训。

福建省纤检中心党委书记、主任潘行星指出,近年来,消费者关于高品质、多功能、绿色健康的高附加值纺织服装产品消费需求愈发强烈,市场监管监督检查力度也逐年加大,福建省纤检中心接收到企业关于纺织品功能性的日常咨询量显著增加。此次专题培训应需举办,旨在帮助纺织服装企业深化对功能性的认识与应用,抢抓机遇,加快功能性产品升级换代,强化供应链协同管理,助力产业提质增效。

本次质量专题培训会内容涵盖纺织品功能性项目的行业检测技术和数据分享,提供从功能性纤维原材料、助剂原材料开始,到创新性功能性产品的全链条介绍,精细解读功能性纺织品整理技术提升方案,功能性纺织品认证等信息。会议还面向正在建设功能性检测实验室的企业,培训功能性相关仪器设备的开发原理及使用事项。

在交流答疑环节,中心技术专家就参会代表提出的防钻绒面料工艺、防蚊产品标识、企标制定等纺织品质量管理中存在的“难点”“痛点”解决进行翔实指导,引导各家企业交流经验做法。通过本次培训,参会企业对功能性标准有了更深理解,掌握了相关要点,提高了质量管理水平,获得参会企业的一致好评。