

安踏亮相联合国可持续发展目标峰会

成首批签署“可持续产业发展共识”倡议中国企业



吴永华参与2023年联合国可持续发展目标峰会官方边会主题讨论。

本报讯（记者 柯国笠）近日，第二届联合国可持续发展目标峰会在美国纽约联合国总部举行。中国体育用品行业龙头企业安踏集团和多家中国企业一起签署了“工商界在行动-可持续发展共识”倡议。同时，安踏集团可持续发展实践案例也入选了此次倡议的优秀企业案例。

据悉，首批签署倡议的中国企业承诺，将以务实行动推动高质量发展，支持联合国2030年可持续发展议程，并致力于将可持续发展目标纳入业务战略、环境友好型技术等10条可持续发展原则。

该倡议由“可持续中国产业发展行动”发起，邀请具有行业代表性的优秀中国企业签署，呼应联合国2030年可持续发展议程，向国际社会展现中国工商界承担国际责任的坚定态度。安踏集团执行董事、联席CEO吴永华出席此次峰会“产业可持续创新2023”官方主题边会时表示，可持续发展战略是安踏集团的核心战略之一，安踏集团已经明确了2050年实现碳中和的战略目标，并推动“1+3+5”的可持续发展路线图在组织中落地。

据悉，安踏集团已搭建了完整的

ESG战略执行体系，安踏集团董事会成立可持续发展委员会，从战略、目标、组织、到资源、绩效和文化，形成了完整的ESG实践管理闭环。2015年到2022年，安踏集团在实现营收规模增长接近400%的同时，温室气体排放强度（每百万元营收）降低超过了40%，用水量减少了22%。

在减少自身环境足迹的同时，安踏集团也正在全面升级绿色供应链管理体系，携手核心供应商共同进行碳排放管理，推进清洁能源应用及可再生能源布局。

吴永华表示，带动供应链一起践行

可持续发展，是企业工作的重中之重。安踏通过提高准入标准、开展责任审核及赋能供应商3个举措，来打造环保、健康、安全、高效的供应链共生平台。

吴永华透露，2022年至今，安踏集团已组织超过60场ESG相关培训及座谈会，赋能超过90%的供应商提高社会责任及环境数据管理能力。此外，已有50%的集团战略供应商安装了光伏清洁能源。“我们的目标是到2030年，安踏集团供应链可持续发展管理体系要达到全球同行领先水平，核心供应商每年要减水2.5%，减碳5.5%。”

“一带一路”主题沙龙举行

本报讯（记者 曾小凤）日前，“外贸企业‘一带一路’新机遇与风险管控”主题沙龙举行，晋江数十名外贸从业人员与会。GCI全球护理资讯平台、渣打银行厦门分行、恒邦外贸通等相关负责人就外贸企业“一带一路”新机遇与风险管控分别进行干货分享。

沙龙上，渣打银行厦门高级客户经理洪晶晶以“出口交易风险及跟单信用证”为主题，分享了中小企业金融解决

方案的多种案例。恒邦外贸通资深财务经理颜炳华针对“生产型外贸企业退税问题”进行汇总分享，帮助外贸企业熟悉新规则及做好财税合规化。

GCI全球护理资讯平台创始人陈辉容分析了企业出海的痛点问题，并分享了解决方案及对应的资源。“帮助用户解决生产难题，降本增效是GCI的一大赋能方向，行业企业如果有设备的提效、环保产品的开发等方面的需求，

GCI即可帮助他们对接匹配的专家及资源。在国际市场的开拓上，GCI也能为企业提供落地服务等。”陈辉容透露，GCI正在筹划组织晋江企业前往阿联酋进行参访及经贸洽谈，以服务晋江企业进一步开拓中东市场。

陈辉容表示，“一带一路”倡议为中国企业提供了充满机遇的出海平台，也带来了新的挑战。

“在国内新生儿数量下滑的大环境

下，‘一带一路’共建国家的人口增长比较快，也是中国卫生用品出口的主要区域，纸尿裤出口呈现增长的态势。”福建省卫生用品商品执行秘书长郭惠斌表示，在接订单的同时，风险问题也是企业重要的考量因素之一，因此，希望通过沙龙的举办，帮助外贸企业解决实际问题。

该活动由福建省卫生用品商会、GCI全球护理资讯平台主办。

数智赋能 专精特新企业谋新局

本报记者 蔡明宣 柯国笠 陈巧玲 文图

在新旧动能转换、新一轮的科技革命和产业变革加速推进的当下，“专精特新”已经成为众多企业关注、思考、实践的方向。近日，晋江举办2023制造业交流大会暨专精特新企业创新发展对接会。

大会围绕“数智融合赋能专精特新”主题，吸引百名企业精英学习交流，政企各界畅所欲言，助力专精特新企业深耕新赛道、寻找新增量、打开新局面，从而实现晋江经济高质量发展。

制造业高质量发展，关键在于核心技术实现创新引领。对具有“专业化、精细化、特色化、新颖化”特征的专精特新中小企业来说，其核心价值就是技术创新。

“创新才能让企业在红海中获胜。”三六一度（中国）有限公司研创中心主任魏书涛认为，创新是专精特新企业发展壮大的基础，更是企业从小到大、由弱到强的必行之路。

魏书涛分析，过去，企业活得太舒服了，导致对创新不够敏感；如今，企业已经到了必须创新才能活下去的阶段。过去，企业吃的是渠道价值，未来品牌想要在市场分得一杯羹，没有创新这一利器便走不下去。

当前，企业只要有足够的敏感度就能创新，也能在产业红海的现状下，为企业发展找到新增量、新赛道。

魏书涛举例，NIKE两次挑战人类极限，推出全新跑鞋，助力马拉松长跑跑进人类极限的两小时大关。凭借在跑鞋领域的创新性突破，在2023年东京马拉松跑鞋品牌市场占有率上，NIKE以67.2%占比稳居第一，其资本市场价值也再度创新高。NIKE持续创新的背后，并非某一次的市场巧合，而是7万多个专利的有力支撑。

持续产品创新的同时，企业更需要把创新作为公司的核心战略。

魏书涛建议，从团队搭建上，企业要尝试整合创新团队资源，整合高校、科研院所资源。企业要有人能够与科研院所对话，以此跨越企业与高校之间的鸿沟；从企业组织架构上，老板要亲抓创新团队，也只有老板能够整合资源；更为重要的是，企业还要把博士、硕士等高层次人才整合到企业组建成创新团队，才能让企业持续拥有创新能力。

从企业创新到行业创新，晋工新能源正在新赛道上越走越顺。

当前，搭载了无人驾驶、操作技术的晋工智能矿车、叉装机等设备，在矿山等高危工作环境中，有效保障了施工人员的安全，同时也提升了产能效益。

“创新需要持之以恒、永无止境。”晋工新能源总经理陈德伟介绍，近几年，晋工机械持续投入创新研发，率先在企业内跑出新能源赛道，通过自研三电系统、新能源体系等，实现包括新能源轮式、在2023年东京马拉松跑鞋品牌市场占有率上，NIKE以67.2%占比稳居第一，其资本市场价值也再度创新高。

晋工在新能源上的创新布局，也吸引了行业龙头现代建设机械的关注。6月份，现代建设机械中国事业总裁崔泰根到访晋工机械，不仅和晋工达成合作，更希望能在新能源产品上进一步合作。



通过数字技术和数字化转型，加速“专精特新”中小企业在特定领域快速发展和突破，成为高质量发展的重要方向。

“数智”化是让复杂的事情简单化。

“数字化赋能对于专精特新至关重要，它为专精特新的发展提供了新的机遇和动力。”晋江市产业数字化服务协作联盟秘书长章水德认为，专精特新企业通过在数字化转型方面不断投入和创新，为数字化技术的应用和发展提供了更多场景和机遇。比如，数字化可以为企业研发创新提供有效数据决策支撑，对内优化供应链体系，减少人力，对外了解市场和用户需求，以此调整企业经营策略、生产、研发等方向，与市场无缝对接。

聚焦当下，在专精特新的“数智”化道路上，晋江许多企业已经意识到转型升级的紧迫性。在晋江工信局的牵头下，晋江市产业数

字化服务协作联盟一边推动百名专家入中小企业进行数字化问诊，梳理总结企业数字需求，一边整合全国优质数字资源，为中小企业开发高性价比的软件系统，助力其提升数字化能力水平。章水德说，“近期，各种成熟的共性模块将持续向中小企业推出。”

“数智”化让企业走在行业发展前沿。

多年前，晋工就开启工厂端的数字化变革，并带来了生产效率、产品品质、订单管理等方面多重提升。在积极推动工厂端数字化之余，2016年至今，晋工持续开发应用工业互联网“晋工车管家”App，助力企业内部提质增效，不断倒逼配套供应链企业的数字化水平。

陈德伟认为，数字化是一个循序渐进的过程，企业需先从内部进行数字化与管理与系统的搭建，再不断整合外部经销商、消费者的数据需求，进行数字化平台的整合与

京东游泳装备走进晋江泳装

本报讯（记者 施珊妹）近日，京东游泳装备首次走进晋江，在晋江市泳装产业协会举办了一场京东游泳用品行业分享会，给企业家带来京东平台游泳用品的最新玩法及趋势分享，旨在帮助更多泳装企业拓展线上销售渠道，引导企业找准流量契机。活动吸引了将近20位企业代表参与。

会上，京东游泳品类负责人冶禹军介绍，根据第三方大数据及自身平台和友商用户数据分析了泳装品类的发展趋势，他们综合分析了过往三年不同时期的用户和成交额数据波动，以及影响数据波动的具体原因。同时，他结合平台特色，向企业分享了游泳用品在京东平台的发展现状和趋势。根据平台数

中国纤维品牌评价指标体系首亮相

本报讯（记者 施珊妹）近日，华峰千禧·中国纤维品牌联动创享汇活动在2023秋冬纱线展上举行。活动首次对中国纤维品牌评价指标体系进行了详细解读，为纤维企业创建品牌指明了方向。

纤维品牌建设是一项任重道远的工作，为更好地为纤维品牌建设提供基础性指导与参考，中国化学纤维工业协会牵头建立了中国纤维品牌评价指标体系。

活动上，江南大学设计学院教授沈雷就该体系的总体原则、评价指标体系、评价流程等进行了系统解读。当前中国化学纤维工业协会正在推动此项指标体系团体标准的建立，旨在填补纤维行业品牌建设标准的空白，使纤维企业的品牌建设更加有据可依，并通过自行试套发现不足，从而更加有针对性地提升品牌建设相关工作。此项标准的出台将以参考及引导的作用为主，并不会对企业的品牌建设产生限制。

在此次活动中，终端知名品牌企业代

表南京海尔曼斯集团总工程师张涛、劲霸男装股份有限公司科创部总监徐京云分别从终端品牌的角度谈了各自对于纤维品牌的需求及发展趋势。两位均认为终端服装的诸多功能性均来源于纤维，对纤维的需求毋庸置疑，但对纤维品牌的认知十分有限，希望今后可以有更多的优质纤维品牌进入终端用户的眼中，同时也可以进一步提升终端产品附加值。

活动最后，作为纤维品牌企业的代表，华峰化学股份有限公司市场部部长孙律平表示，中国纤维企业的发展，是一个逐渐学习的过程，从十年前对标国际到现在越来越有特色，中国纤维越来越强大。但是也要看到，相比欧美日等发达国家，中国纤维品牌的知名度和影响力还远远不够。下一步，希望通过中国纤维品牌联动创享汇这个行业平台，联动更多纤维企业打造自己的品牌，助推中国纤维在国际上开辟更广阔的市场空间。

优安纳精益生产项目咨询推进会举行

本报讯（记者 曾小凤）日前，福建优安纳企业科技有限公司“精益生产项目咨询推进会”举行。推进会距离该项目启动正好过去了一个月时间，这标志着该项目正式进入实施阶段。

为了落实好这一管理变革，该公司设立了“生管部”。

据介绍，生管部的设立优化了原有的组织架构，让生产流程更加科学。比如，生产的调度、生产及物料的控制，通过这一部门的智能协调后，整个生产制造流程更加

高效，缩短了生产周期，提高了资源的使用效率，减少浪费。

“经过前一个月的调研、分析，项目辅导的框架及内容已经确定。这是一个系统工程，公司希望通过科学的工具、管理方式，以提升内部的管理能力及新环境下的企业竞争力。”福建优安纳企业科技有限公司总经理王翔鹏表示，这是一场思想观念的变革，将助力公司优化生产流程，并提升管理能力。相信随着项目的推进，优安纳企业将再上一个台阶。

创新与“数智”是企业专精特新发展的核心路径，而品牌力与平台则是中小企业发展过程中突围的“助燃器”。

品牌建设对专精特新企业的竞争力提升及长期发展尤为重要。

“品牌建设对中小企业来说十分重要，特别是很多中小企业要实现向大企业发展的时候，品牌建设是必不可少的要素之一。”利郎（中国）有限公司商品企划部产品经理陈文晓认为，中小企业需要在品牌定位、品牌规划、品牌执行力及品牌形象化等方面做规划。

陈文晓解释，专精特新企业可以从自身的技术优势、产品优势出发，明确自己在产业链上所扮演的角色，以此做好自身品牌定位。在此基础上，提升企业的执行力，做好品牌战略及品牌定位的落地。同时，聚焦核心优势，不断进行可持续产品创新，从而形成行业的竞争壁垒。此外，企业也要持续增强品牌建设。

“企业的品牌建设是一个系统工程。如果就品牌而言去谈品牌，那只是空中楼阁。它需要跟企业的战略规划、产品研发、人才梯队建设，以及营销、品牌建设相结合，才能真正做到品牌建设落地。”上述人士表示。

工业设计为中小企业的专精特新发展创造更大的空间。

中国科学院海西研究院泉州装备制造研究中心创新设计与仿真技术课题组长杨永泰表示，他来泉州已经快十年了，走过不少企业，看过不少好的产品，98%以上的晋江企业是具备设计能力的，但在CAE（工程设计中的计算机辅助工程）能力上却仅有不到1%的企业具备这种能力。

“实际上，工业设计有两个最重要的核心因素，一个是软件，一个是人才。”杨永泰认为，传统的CAD能力可以让企业的产品做到七八分，而要让产品做到真正的专精特新，就需要赋能。其中，数字化仿真模拟赋能工业设计就是关键，而中国科学院海西研究院泉州装备制造研究中心在这方面有专业的团队和成功的案例。“未来，我们将整合更好的团队资源，助力晋江企业在新材料、新技术方面与工业设计更好地融合，从而助力企业实现更高质量发展。”

专精特新是制造业转型升级的指南方向，也是企业在国际竞争中占据优势的制胜之道。近年来，晋江坚持政策激励、标杆引领、辅导培训多措并举，致力于引导企业专注主业、深耕细作，不断提升创新能力和专业化水平。

截至目前，晋江已孕育了82家专精特新市场、省级及以上专精特新企业，支撑作用大的省级及以上专精特新企业，还培育了201家创新型中小企业，形成创新产业梯队，体量均位居泉州前茅。其中外有八成企业属于工业基础领域企业，为国内外知名企业提供配套；超七成企业深耕行业十年以上，去年平均利润率在10%左右。

创新成就行业「顶流」

做有影响力的「隐形冠军」