

提格升级 福建建博会4月1日启幕

展会期间将举办第二届精匠奖评选活动

本报讯(记者 王云霏)4月1日—3日,作为今年全国首场建陶行业展会,以陶瓷产业为核心并扩展至家居建材全领域的国际性家装建材产业展,第六届中国(晋江)国际家装建材博览会暨2024福建建博会将在晋江国际会展中心盛大启幕。作为行业信息共享、设计思潮碰撞、趋势新品首发的平台,福建建博会力求呈现家装建材全产业链产品的百花齐放,聚力同行、共谋商机。

从“晋江家博会”提格升级为“福建建博会”,本届展会丰富展览题材、扩大展区,参展企业从侧重建陶正式拓展至大家居建材领域。本届福建建博会发动各产区的专精特新、隐形冠军企业和产品参展,将重点展出建陶优势产品,如地铺石、幕墙、仿古砖、外墙砖、红砖青瓦、木纹砖、薄板等,呈现建陶产品性价比、可定制化、柔性化、

创新性生产的产区实力。同时,扩容展示门窗、家居五金、古建材料、设计定制、空间装饰等新品,打造在工装和家装领域均可一站式选品的综合性商贸对接平台。同时,本届福建建博会将结合前五届的采购商进行数据营销、社群营销,并联动各行业机构等多渠道,提供多层次的招商支持。此外,通过分析展商产品对应的采购群体和市场,邀请建筑设计院、装饰装修

公司、整装公司、商业空间设计公司、寺庙、风景园林工程项目方、市政工程项目方、古建改造工程项目方,以及经销商、代理商等,助力参展企业精准招商。值得一提的是,展会期间将举办“2024第二届精匠奖·全国陶瓷专精特新评选活动”。该活动由中国陶瓷工业协会指导,福建省陶瓷行业协会及精匠奖组委会联合主办,晋江市建材陶瓷行业协会、泉州荃源文化发展

集团有限公司、华夏陶瓷网共同承办,山东省建筑卫生陶瓷行业协会、夹江西部瓷都陶瓷协会、福建省古厝文化研究会、福州市装饰工程协会、南安市陶瓷工业协会、漳州市陶瓷协会、《IID室内设计》泉州工作站、泉州市建筑装饰行业协会、晋江市室内装饰协会共同协办。评选活动共设产品、品牌、企业、设计四大类30个奖项,获奖作品将在展会现场展示并得到广泛宣传。

乐业晋江

“在晋江一起创未来”企业一线绽放青春力量

本报记者 柯国笠

发展前景广阔、福利待遇优厚、生活环境舒适……在晋江,优势产业正朝着“向新向绿”转型升级,吸引着无数年轻人的目光。在龙头企业安踏的大平台上,从针车工到巡检员,从物流分拣员到行政专员,一线岗位上涌现出一一个个年轻面孔,他们在这里挥洒汗水,展现才华,书写属于自己的青春篇章。

“公司工会有一些鼓励政策,我在公司鼓励下,正在攻读函授本科,提升自己的管理素养。”安踏晋江鞋业第二事业部针车组长雷平说。

雷平是一名“95后”贵州姑娘,今年即将迎来入职安踏五周年。“刚来的时候什么都不懂,在工会、领导、同事的帮助下,我逐渐融入这个大家庭,个人成长也很快。”雷平说,“我很喜欢晋江。这里发展机会好,福利待遇好,我还介绍了不少老乡过来。”

如今,雷平所在的第二事业部针车组中多是年轻人,不仅有“90后”“95后”,也有“00后”。

和雷平同龄的蔡焕超是一名巡检专员。“在我的长期规划里,我要在这里和公司一起共同成长,越来越好。”蔡焕超说。

今年,安踏池店园区开启对员工宿舍的升级改造建设,要建成“酒店式员工公寓”。蔡焕超说,“公司非常注重一线员工,所以在规划公寓建设的时候,就向一线员工征集意见。大家都充满期待。”

一线员工的期待,对于负责行政工作的何海燕来说,是沉甸甸的责任,也是促使她迅速成长的强大动力。

从一名物流质检员到物流行政专员,何海燕在岗位转换间,实现了个人成长。

“安踏提供了很多的机会和平台,让我从‘小白’成长为‘多面手’。”何海燕说,在安踏,年轻人机会多,“无论是疫情期间顶着压力做防控工作,还是现在物流项目对新能力的要求,对我来说都是历练。”

内蒙古姑娘陆颖入职安踏物流还不到三年,已喜欢上晋江这个地方。“感觉自己能来晋江、来安踏,是很幸运的一件事。”陆颖毕业于武汉理工大学,作为管培生入职,“我们学校有不少学长学姐都在晋江发展,这里很吸引我。”

如今,安踏池店园区酒店式员工公寓正加速规划建设。未来,这座崭新建筑将成为晋务工人员人员的“家”,传递着安踏集团“与员工共生”的核心价值观,更映射着晋江这座城市安居乐业的美好未来。



扫码观看视频

潮涌沪上 集结抢单

晋江纺织服装参展秀实力

本报记者 施珊妹

早春三月,纺织服装行业开年盛会翩然而至。连日来,中国国际服装服饰博览会(CHIC春季)、2024intertextile春夏面料辅料展、intertextile中国家用纺织品及辅料(春夏)博览会、yamexpo中国国际纺织纱线(春夏)展览会、PH Value中国国际针织(春夏)博览会等纷纷在上海启幕,各大展会同频共振,共襄盛举。

利郎、七匹狼、向兴、万兴隆在内的晋江纺织服装企业强势集结,在展会中展示晋江深厚的产业底蕴与强劲的创新实力。

时尚跨界 市场破圈

从主入口步入会场,清新亮丽的北馆新貌映入眼帘。北馆在本届中国国际服装服饰博览会中被定义为“全渠道拓展和跨界资源整合商贸平台”。其中,CHIC×WGSN生活方式趋势发布区、可持续创新专区等,成为展会时尚价值传播高地。

CHIC×WGSN生活方式趋势发布区囊括利郎 LILANZ 等知名企业,以产品为核心载体,展示他们在情绪关怀、社交复兴、文化之力、绿色共生、AI 创造力五大趋势主题的突出表现。

在可持续创新专区中,16家入选《2023可持续时尚践行者名录》的优秀企业集中展示了各自的代表性产品。这些企业不仅在绿色制造、环境友好、负责任投资、循环经济等领域取得了杰出成就,更通过实际行动践行了可持续时尚的理念。太平鸟圆领针织卫衣、森马针织裤、Miss Sixty九枚王王前进牛仔、七匹狼男装牛仔夹克……这些产品都参与了碳足迹测评,观众只需现场扫描二维码,便可轻松获取相关产品的碳足迹报告。

值得一提的是,此次展会首次设立中国纺织“专精特新”展区,14家绿色环保材料、功能型职业制服生产厂家与数智化技术应用前端企业,集中展示、推广、对接企业新材料、新产品、新技术、新模式等创新成果,彰显着行业的活力和创造力。

远超预期 客户精准

2024中国纺织工业联合会春季联展集结五大专业展会,汇聚产业全链千企万品,上演纺织行业繁忙“春景图”。

“开年大展必须来看”“面料辅料展是新产品、新趋势前瞻地,我们每年都要来打卡”“展馆很大、展品很全、同行很多”……晋江企业的展位前,热议之声不绝于耳。

“展会人气火爆,现场人流远超预期。”向兴研发总监杜国海告诉记者,往年秋季展的人气更高,但今年春季展的现场也是热闹非凡。该企业发展近90平方米,蜂拥而至的人群把展位挤得满满当当。一天下来,客户一拨又一拨地接踵而至,让现场工作人员都没有喘息的时间。

“今年,外国客人很多,业内把这现象视为复苏的信号。”杜国海介绍,今年展会,海外团组迎来数量级突破,来自美国、墨西哥、俄罗斯、意大利、荷兰、哥伦比亚、土耳其、韩国、马来西亚等10多个海外团组的近千名专业买家,活跃在各展区“疯狂”下单。

“今年展会太火了,人流超乎想象。一天下来,我连回手机信息的时间都没有。”万兴隆面料设计师吴志辉告诉记者,行业的发展太快,大家都渴求面对面交流。而展会恰是最好最方便的平台,让产业链上下游聚集在一起,不仅可以有机会与老客户交流,也有机会寻找新的合作伙伴。

吴志辉表示,“现在有互联网引导,客户的选择都很精准。而之后的合作中,能呈现怎样的配合度,还需要时间进行磨合。”

面料竞技 功能赋能

万千款黑科技新材料,差异化新功能、特色化新花型,场景化新探索,可持续新方向等行业前沿产品信息,在现场“爆炸式”输出……在这一特殊的“竞技场”上,各家企业摩拳擦掌展开“汇演”。

杜国海告诉记者,今年,客商对功能性产品展现出浓厚的兴趣,像向兴这样擅长生产功能性产品的企业,在现场往往更具人气。

“本次展会,我们带来了新一季的面料新品。”杜国海介绍,他们带来的白肤护盾、单向导湿、超轻冲锋衣、绿色环保等多种系列产品,引发众多客户的问询。其中,因夏季即将来临,白肤护盾系列产品成为香饽饽。此外,该公司的超轻冲锋衣,也凭借专业实力赢得了客户的青睐。“我们将冲锋衣的功能性做专做深,为消费者带来更好的体验。该产品采用尼龙66面料,具有高强耐磨、耐温性强的特点。”

“唯有功能性和差异化的产品,才能在众多企业的竞争中脱俗。”吴志辉告诉记者,万兴隆本次推出运动、户外、工装三大系列产品,其中,弹力面料是他们主推的产品。

可隆签约明星徐明浩

本报讯(记者 柯国笠)近日,安踏集团旗下户外运动品牌可隆(Kolon Sport)宣布韩国男子团队组合SEVENTEEN中国籍成员徐明浩为品牌大使。

据悉,徐明浩在社交媒体上拥有超过800万粉丝,在年轻消费者中具有一定的认可度和知名度。借助明星粉丝的力量,提升品牌知名度和销量,是品牌惯用的做法。在中国,可隆此前已经有陈坤和刘诗诗两位代言人,但徐明浩整体粉丝的年龄层更年轻,对于可隆而言是很好的补充。

作为目前国内热门的户外品牌之一,可隆依托代言人和都市户外生活方式的品牌差异化定位,获得了高速增长。此前,可隆宣布与精品酒店“既下山”合作,在云南丙中洛雾里村开设店铺,为背包客和自驾爱好者提供可靠的户外装备支持。而更早之前,在品牌创立50周年之际,可隆还在上海上生·新所开设首家品牌文化中心,随后又在多个地方举办露营节。

此次签约徐明浩,也是可隆为进一步扩大消费者人群覆盖的一次尝试。



向兴展位上,客商集聚。

舒华体育携高端商用产品亮相美国展会



本报讯(记者 柯雅雅)日前,美国体育用品及健身器材博览会(IHRSA 2024)在美国洛杉矶举办。舒华体育携多款高端商用科技产品惊艳亮相,以卓越的品质和独特的品牌魅力,向世界展示了中国制造的实力。

展会现场,舒华体育的展位上人头攒动,众多观展者纷纷驻足欣赏、体验其高端商用健身产

品。一名体验者在调整好速度和模式后,踏上了舒华S2+高端商用跑步机,享受运动过程中数据可视化的便捷与智能。同时,仰望V8椭圆机也以其精确的运动轨迹和舒适的运动体验赢得了参观者的一致好评。

在展示产品方面,舒华体育下足了功夫。在无氧力量系列产品中,舒华体育重点展示了88系

列及77系列。这些专为进阶训练者打造的产品,不仅满足了高强度、多样化的训练需求,更通过创新设计和科技应用,为训练者带来前所未有的运动体验。而有氧器械系列产品,舒华体育同样展现出了强大的实力,高端跑步机、椭圆机和健身车等多样化的有氧器械产品悉数登场,为参观者提供了丰富多样的选择。

展会期间,舒华体育还积极与来自世界各地的合作伙伴进行深入交流,共同探讨合作机会和发展前景。多年来,舒华体育不断加强与国际市场的对接和合作,业务范围已覆盖全球70多个国家和地区,品牌影响力持续提升。未来,舒华体育将继续推进品牌国际化布局,为全球消费者提供更多优质、创新的健身产品。

据悉,作为健身器材类最主要的博览会之一,IHRSA 2024吸引了来自世界各地的健身俱乐部相关负责人、健身设备制造商、健身教练和专业人士齐聚一堂,共同分享最新的健身趋势、技术和产品,探讨健身行业的未来趋势。

361° 发布“我的韧性,不止38”态度主张

本报讯(记者 柯雅雅)日前,361°发布“我的韧性,不止38”态度主张,致敬女性在每个平凡日子中的坚持和努力。近年来,361°持续打造多系列女子运动产品,匹配多种运动场景,鼓励更多女性参与运动,通过运动表达自我,尽享运动乐趣。

361°女子训练形象大使、世界花样游泳冠军蒋文文、蒋婷婷,新晋女子篮球代言人李缘,以及品牌足球运动推广大使李梦雯等,纷纷用自己的方式诠释“就这么韧性”的品牌宣言。她们将运动根植于日常生活,用实际行动让更多女性看到韧性的付出与努力。而这份坚持与拼搏,不止于今天,更是在日复一日的生活中,值得赞扬与肯定。

同时,361°品牌女训品类旗下的自有IP——女子健身局,通过邀请消费者参与瑜伽、搏击操等运动体验课程,鼓励她们以健康快乐的心态,感受运动快乐,释放自信。现场,361°还为参与运动的女性提供2024全新升级的新肌4.0及新动2.0系列产品。该系列产品针对不同运动强度,为女性在运动中提供全方位的支持,让她们可以自如地享受运动。



361°方面表示,作为女性运动的陪伴者,既要满足女性在运动中“美”的追求,也要让女性可以无拘束地享受运动。未来,361°将向广大消费者提供优质的产品体验和体验,传递运动热爱,打造健康新生活。

最高可领500元补贴 晋江“幸福返泉”申报超2500人

本报讯(记者 曾小凤)昨日,记者获悉,截至目前,晋江市总工会已收到2581名基层会会员职工“幸福返泉”交通费补助的申请。

据了解,为了减轻职工的经济负担,让他们更加安心地投入新一年的工作,晋江市总工会紧跟上级政策步伐,抓紧推广“幸福返泉”交通费补助政策福利,以此增强来晋务工人员的获得感和幸福感,助力晋江一季度“开门红”“开门红”。

“今年‘幸福返泉’交通费补助金额提高了,最高可以报销500元,员工都很积极。目前,申报人数还在增加。”三六一度(福建)体育用品有限公司针车部统计员蒋万辉告诉记者,这一政策不仅让老员工获得了实实在在的福利,也让新员工感受到晋江的人文关怀。

“我已经连续多年申请‘幸福返泉’补助了。作为一名外乡人,真切地感受到了来自‘娘家人’的关爱。”三六一度(福建)体育用品有限公司针车部职工黎学兵说,他来自重庆,申请到了400元的补助。

“晋江市总工会微信公众号对‘幸福返泉’政策及申报方式,进行了很详细的宣传及讲解。年前,我们就在公司内部宣传,这对促进员工返厂起到了积极的作用。”中乔体育股份有限公司人力资源部工作人员林婷婷告诉记者,中乔公司有6000多名员工,员工基数大,符合申报条件的员工也比较多,“今年,‘幸福返泉’不仅提高了申报的额度,还简化了流程,员工都积极响应。”

“这项政策是我们关心职工生活、关注职工福祉的具体体现。通过为职工提供车费补助,减轻他们的经济负担,让他们感受到‘娘家人’的温暖与关怀。”晋江市总工会组织部负责人柯天启表示,为了确保政策能够迅速落地生效,晋江市总工会出台了相应的工作方案,成立了专项工作小组,开通了返泉咨询专线,负责政策宣传、审核补贴申请、发放补助资金等工作。

晋江印协开展第一季度会员企业走访活动

本报讯(记者 曾小凤)日前,晋江市印刷行业协会召开3月份会长工作班子例会,并开展2024年第一季度会员企业走访活动。

会议回顾和总结了该协会第一季度工作成效,并就第二季度工作进行安排部署。会后,与会人员先后走访了泉州骏程包装用品有限公司、晋江新峰包装用品有限公司、泉州市印尚包装用品有限公司,深入企业的生产车间,询问企业在生产中遇到的问题,了解企业发展情况,并针对企业“安全生产、行业规范、资源共享”等问题深入交流。