

上市公司圈

# 可持续产品占比近20%

## 安踏集团发布2023年度ESG报告

本报记者 柯国笠

日前,安踏集团发布2023年度ESG(环境、社会及管治)报告。报告显示,2023年安踏集团可持续产品占比近20%。

这是安踏集团连续第9年发布ESG报告。在企业整体营收保持增长的情况下,2023年安踏集团温室气体总排放密度下降3.6%,总耗水密度下降9.0%;在MSCI最新公布的ESG评级中,集团连升两级至“BBB”级,是得分最高的中国体育用品公司。

安踏集团执行董事、集团联席CEO、可持续发展委员会主席赖世贤表示:“当前,创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,已经成为中国推动高质量发展的共识。安踏集团将ESG融入企业发展战略,致力于为所有利益相关方创造共生价值,引领行业向新质生产力转型升级。”

### 携手合作伙伴 共建绿色“朋友圈”

过去一年,安踏集团作为行业龙头不仅推动自身企业的ESG战略,也带动行业上下游

合作伙伴共同前行。报告显示,安踏集团正式加入并承诺支持科学碳目标倡议(SBTi),依照SBTi标准,设定全价值链减碳目标,目前,安踏已推动111家供应商使用清洁能源及可再生能源,并协助供应商进行绿色认证;同时建立碳盘查数据管理体系,上线供应链ESG环境数据线上收集平台,支持供应商通过数字化收集碳排放和能源使用数据。

安踏集团还发布《供应商可持续发展管理手册》,进一步明确管理标准,建立环保、健康、安全、高效的供应链共生平台。2023年全年,安踏集团对170家一级供应商、119家二级供应商及10家三级供应商开展ESG审核,覆盖劳工管理、健康安全、劳工权益、绿色生产等环境及社会指标。

### 提升环保指数 打造绿色时尚

产品端的绿色变革是近年来安踏以技术创新践行ESG的重要方向。

据悉,安踏集团通过技术

创新,不断提高产品中环保材料的使用占比。2023年安踏集团可持续产品占比近20%。此外,安踏集团积极推动可持续包装,2023年集团可持续包装占比近20%。目前,鞋服产品可持续包装使用量9157吨,已回收再利用鞋盒57万个、鞋头纸或包装纸1800万张,99.9%的鞋类产品不使用塑料袋。

不断加强原材料溯源要求,安踏品牌和FILA品牌鞋类皮革产品使用的皮革原料及皮革供应链均100%获得LWG金级认证,超过90%的皮革原料均可追溯至原产地。

### 多元包容 践行公益 深化“共生价值”

在企业治理方面,安踏集团高度重视员工的多元性,倡导尊重包容和多元开放的企业文化。

数据显示,2023年,安踏集团新聘用员工来自13个国家和地区,其中约有2900人来自中国40多个少数民族,总监级以上高管中的女性占比已达36.6%。此外,集团积极建设

人才队伍,员工培训覆盖率超95%,人均年培训时长超29小时。

在社会治理方面,安踏积极践行企业社会责任,秉持“创造共生价值”的企业价值主张,积极投身公共卫生、体育教育、乡村振兴、环境保护、社区可持续发展等领域。去年,安踏集团慈善捐赠现金及物资超3亿元。持续近7年的“安踏茁壮”成长公益计划“聚焦青少年体育公益,以体教融合助力乡村振兴,累计捐赠现金及装备超9.2亿元,覆盖16115所学校超过662万名学生。

此外,该集团与世界自然基金会合作,继续推进生物多样性保护;并成为联合国难民署《赋权于妇女原则》企业签署成员,加入了多项由联合国发起的可持续发展倡议及试点项目。

去年,安踏品牌还携手中国奥委会发起“山河计划”环保活动。通过自身影响力带动消费者、员工、合作伙伴参与自然生态保护,2023年集团员工志愿服务总计超3万小时。

## 牵手东丽中国 安踏集团拓展材料创新“朋友圈”

本报讯(记者 柯国笠)近日,安踏与东丽中国面料创新基地(TSD、PTHL)就联合深度研发达成合作。未来,双方将加强联系,建立高层定期沟通互访机制,携手加速行业创新,推动中国体育用品行业迈入新阶段。

据悉,安踏方面向东丽中国(TSD、PTHL)提出联合全球顶级高校、科研机构、合作伙伴建立安踏全球开放式创新生态网络平台的计划,东丽中国表达了加入意向。

近年来,多家全球顶级合作伙伴陆续加入安踏全球开放式创新生态网络平台。该平台围绕运动鞋服新材料研发、面料技术开发、智能制造技术方向,推动了安踏集团取得了以高性能防水透湿材料安踏膜、采用“嵌入纺”技术的柔心纱等为代表的联合创新成果,推动行业标准提升,促进消费者体验升级,并完成市场转化,带来了社会和经济效益。

目前,“安踏集团全球科创中心”不断扩容升级,构建起全链路的创新闭环。至今,安踏集团已主导搭建了由全球6大设计研发中心、70多所高校及科研机构、250多位专家、800多家供应商共同参与的“全球开放式创新生态网络”。

## 凤竹纺织第一季度 净利润比增129.37%

本报讯(记者 施珊妹)昨日,福建凤竹纺织科技股份有限公司发布2024年一季度报告。报告显示,一季度,凤竹纺织实现营业收入2.08亿元,同比下降2.74%;归属于上市公司股东的净利润174.13万元,同比增长129.37%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润56.89万元,同比增长103.67%。

此外,该公司销售毛利率为9.46%,同比上升4.29个百分点;第一季度研发费用总额为528万元,研发费用占营业收入的比重为2.53%,同比上升0.28个百分点。

## FILA计划 2030年环保商品占50%

本报讯(记者 柯国笠)日前,安踏集团旗下FILA发布全新品牌理念——“MAKE PERFORMANCE BEAUTIFUL”,FILA将致力于探寻环保事业的新突破,用实际行动守护绿色自然。

该品牌表示,随着2023年“FROM NATURE TO NATURE”环保主张的提出,FILA始终倡导可持续运动生活方式,采取资源循环利用等方式,以期能够在2030年实现环保商品占50%。

## 儿童鱼肠团体标准发布 晋企力诚食品参与制定

本报讯(记者 刘宁)日前,由中国副食流通协会和中国儿童中心联合主办的“食育嘉年华”在北京开幕。活动上,由晋江企业力诚食品参与制定的儿童鱼肠团体标准正式发布。

现场,中国副食流通协会食育与健康产业分会的郝睿博士对该标准进行了全面解读,帮助企业、消费者对儿童鱼肠营养价值及相关标准的理解。

作为国内儿童鱼肠领域的龙头企业,近年来,力诚食品儿童鱼肠产品受到消费者的喜爱,市场占有率不断提升,成为休闲食品行业的明星品类。

活动现场,力诚食品的“食育”展位吸引了许多参与活动的亲子家庭试吃、互动、打卡。他们通过游戏了解鱼肠的营养知识,以及力诚食品在儿童食品领域的研究及创新成果。

力诚食品方面表示,企业成立18年以来,一直致力于鱼肠产品的研发与推广。去年,企业创新升级的3A鳕鱼肠更是受市场欢迎与肯定。作为国内鱼肠的代表性企业,力诚将持续推动产品品质升级。力诚食品相信,产品创新研发有助于企业与家长一起呵护孩子的健康成长。

## 国际化再进阶 361° 篮球IP“触地即燃”首次出海

本报讯(记者 柯雅雅)近日,361°“触地即燃”圆满结束了为期5天的美国之行。这是361°首次将自主IP赛事带至海外。在此期间,361°宣布其海外电商网站(www.361sport.com)正式上线运营,成为全球消费者了解361°产品的新窗口,标志着361°品牌国际化战略的进一步完善。

据悉,由2023届“触地即燃”篮球赛事冠军“广东67”与亚军“Together”组成的“触地即燃”篮球队,汇集了麦子健、孙鹤峰、杨政、孟繁西、刘畅、马晓岐、何轩、周大力、李瑞等众多高人气草根球星。在美国知名训练师Devin Williams的专业指导下,该联队完成了全面而紧张的训练课程。与此同时,“触地即燃”与美国NCAA长滩大学校队,以及Ballislife等美国草根球员进行了深入的交流,并开展了激烈的竞技比赛。

在此行中,361°还携手北美最大的限量球鞋寄售品牌店SoleStage,向世界展示了361°最新款顶级篮球鞋BIG3 5.0 QUICK与BIG3 5.0 QUICK PRO。穿着BIG3系列第五代篮球鞋产品,“触地即燃”的球员们在美国赛场上展现了出色的竞技状态,向世界



展现中国草根球员的篮球技术和运动热情。

自2020年创立至今,361°打造的“触地即燃”草根篮球赛已经成长为国内现象级的篮球IP盛事,赢得了众多篮球爱好者的热情参与和持续关注。

此次美国行,361°将中国品牌的体

育理念和体育文化带到海外。这不仅显示了361°对出海战略的重视,更彰显了中国品牌的自信。

361°方面表示,未来,361°将继续大力拓宽海外市场,让世界看见“触地即燃”,将中国草根篮球的激情与梦想带向更广阔的国际舞台。

## 九牧王“二代”履新 林泽桓任JOEONE 事业部总经理

本报讯(记者 施珊妹)近日,2024九牧王集团组织架构调整与干部任命仪式在厦门举行。九牧王董事长林聪颖之子林泽桓被正式任命为JOEONE事业部总经理。

林泽桓表示,此次接任JOEONE事业部总经理一职是一种肯定和鼓励,同时也是一份压力与责任。他说,未来五年,九牧王将持续聚焦主流消费者,保持品牌“男裤专家”的定位,持续占领消费者心智,在迭代升级门店形象的同时,从商品、会员及加盟几个方面突破;合理化人才梯队搭建,推动管理体系的现代化、规范化、系统化,“带领九牧王走出国门,走向世界”。

记者了解到,2020年,林泽桓正式担任九牧王股份有限公司董事兼副总经理。作为九牧王管理团队的年轻力量,林泽桓带领团队推动品牌年轻化建设,针对品牌、商品、渠道、组织老化等问题,推进品牌可见、形象可见、产品可见三大改革举措,持续推动品牌升级、商品升级、渠道升级,取得了成效。

九牧王股份有限公司董事长林聪颖表示,优秀、年轻人才的加入,能够激发品牌更强劲的生命力。企业团队的发展建设需要广纳人才,“赋信、赋场、赋权、赋财”,让团队共同成长。现在的九牧王是有史以来最好的九牧王,在拥抱市场的同时,品牌必须把产品做好,把终端做好,牢记高质量发展的六项指标,坚定目标,把战略落地到位,稳稳抓住发展机遇。

九牧王方面表示,相信在林泽桓的带领下,九牧王将携手向“领跑中国男裤,成为全球裤王”的品牌愿景加速迈进。

## 把握运动户外新电商流量机遇 2024中国(晋江)运动户外行业新电商发展大会举行

本报讯(记者 蔡明宣)近日,以“揭秘运动户外行业新电商行业流量密码与新机遇”为主题的2024中国(晋江)运动户外行业新电商发展大会在晋江举行。

当前,主流社交媒体流量崛起,成为新电商的风口。据悉,抖音平台日活跃用户在2023年已经突破1.5亿;而小红书是拥有3亿多注册用户和1亿日活用户的生活方式内容社区。

面对新电商的行业流量密码,晋江企业该如何抓住?

活动上,抖音电商运动户外行业运营相关负责人孟威行带来“运动户外行业趋势分析”主题分享。孟威行指出,运动鞋品类是抖音的一个热门赛道。该品类全年稳定增长,秋冬订单爆发,其中跑步鞋、老爹鞋、休闲板

鞋在春夏是属于高速增长品类。

孟威行建议,晋江企业要做好全域协同打通,要重视达人分销带货,在企业内部建立深度分销的能力。他说,深度分销能力,已经成为产品力、内容力外,品牌需要构建的第三大基础能力。

小红书商业部整合营销专家明斌则带来小红书运动户外营销分享。明斌指出,基于小红书用户特质及社区氛围,以UGC(用户自主生产内容)为核心的小红书社区持续激发着用户的分享欲,通过真实、有用、多元、开放的内容交流撬动品牌自然流量,打通运动与生活场景的边界,为户外行业发展持续注入新动能。

如何入驻这两个平台并进行品牌运营?小红书商家部行业运营专家解家现场带来小红书运动户外电

商简介及新商家成长策略;抖音电商属地团队运动户外行业运营相关负责人张知行带来《明日之星》商家政策宣讲。

“当前是数字化的时代,电商已经成为推动经济发展的重要力量。特别是在运动户外行业,新电商模式的兴起为我们带来了前所未有的机遇和挑战。”晋江市网商协会会长许开发表示,希望通过分享活动,能够更好地借助新平台流量,开拓新电商市场,为晋江运动户外产业赋能,促进产业带商家经济的新增长。

据悉,本次活动由晋江市国际贸易促进委员会、晋江市国际商会主办,晋江市网商协会、星联中心、福建省微商协会、泉州市青年电子商务联合协办。



## 中国品牌之都优秀供应商商讯

咨询热线: 15880722026

专业生产:一次、二次MD、RB、PU鞋底  
**东骏鞋材**  
DONGJUN SHOES MATERIAL  
电话:0595-27193333 85090555

**本佳针车**  
WWW.BEYOUNGS EW.COM

**爱丽卡** AILIKA  
专业演绎精彩 韩国品质 晋江制造  
热熔丝、TPU丝、TPEE丝、尼龙单丝  
地址:晋江国际鞋纺城B区一号街11-12  
电话:0595-85872288

**益昌鞋机** YICHANG SHOE MACHINE  
专注鞋机 20年  
地址:晋江市陈埭镇横坂村鞋都路1852号 电话:0595-85998889