



2024年7月29日 星期一
農曆甲辰年 六月廿四

晉江經濟報

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版
第3874期

7月26日，中國體育代表團旗手乒乓球選手馬龍(中)在開幕式前揮舞國旗。當日，第33屆夏季奧林匹克運動會開幕式在法國巴黎舉行。
新華社記者 曹燦 攝

晉江智造 閃耀巴黎

安踏集團入選2024《財富》中國500強

本報訊(記者 柯國筌)25日,財富中文網發布了2024年《財富》中國500強排行榜。晉江企業安踏集團以88.08億美元營收排名第288位,在體育用品行業上榜企業中排名首位。

據悉,該榜單考量了全球範圍內最大的中國企業在過去一年的業績和成就,評價標準與《財富》世界500強相同,排行榜按截止日不晚於2024年3月31日財務年度的營業總收入對公司進行排名,同時包括了上市和非上市企業。500家上榜的中國公司在2023年的總營業收入達到14.6萬億美元,上榜公司的年營收門檻約為37.4億美元,較去年的門檻提升約9%。其中,國家電網有限公司以5459億美元的營收位居榜首,中國石化和中國石油分列榜單第二和第三位,位列第四位的是中國建築集團。

得益於“單點突破、多品牌、全球化”的發展戰略,今年上半年,安踏集團旗下品牌實現全面增長。其中,安踏品牌產品零售金額同比取得中單位數的正增長,FILA品牌產品零售金額同比取得高單位數的正增長,所有其他品牌產品零售金額同比取得35%~40%的正增長。

安踏集團方面表示,將繼續夯實“多品牌協同管理能力”“多品牌零售運營能力”及“全球化運營與資源整合能力”三大核心競爭力,積極通過數字化轉型重塑“人貨場”,降本增效、驅動業務增長,結合人工智能、分析技術實現數據資產價值最大化,推動集團智能化轉型與業務突破;創新戰略下,聚焦突破式創新,深化與戰略高校及供應商的合作共研,升級全球開放式創新生態網絡,支撐多品牌的爆品打造,持續提升創新影響力。

安踏 冠軍龍服“登上”領獎臺

本報訊(記者 柯國筌)27日,巴黎奧運會首日,中國健兒在射擊10米氣步槍混合團體項目和女子雙人3米跳板項目中,勇奪金牌,取得開門紅。頒獎儀式上,中國健兒身穿標誌性的奧運冠軍龍服登上最高領獎臺,英姿颯爽,精神昂揚。中國體育代表團這套領獎裝備正是晉江企業安踏集團設計、制作的。

據悉,作為中國奧委會的合作夥伴,安踏包攬了四屆中國體育代表團領獎裝備的設計。本屆領獎服由著名導演張藝謀擔任創意顧問,在設計方面,傳承上一屆領獎服經典中式板型與留白的主色調,將中華龍的“龍鱗”“龍須”等元素,與壓花紋路、拼接、刺繡等工藝相結合,向世界傳達中國傳統文化底蘊的同時,展現新時代中國運動員拼搏進取、朝氣蓬勃的精神面貌。

記者了解到,除了文化元素外,科技與綠色也是本屆領獎裝備的一大特點。在該裝備的生產過程中,安踏使用了再生尼龍、再生滌綸等環保面料,有助於減少碳排放。其中,領獎服就實現超過50%的碳減排。經權威機構認證,安踏提供的巴黎奧運會中國體育代表團領獎裝備在產品全生命週期內的碳排放實現碳中和,是中國首套經權威機構認證的碳中和領獎裝備。

除了奧運健兒領獎服外,安踏以龍為元素,進一步延伸奧運IP產品,推出了全新奧運文化IP——安踏靈龍(LING LOONG),嘗試以更年輕、更鮮活的方式,將中國文化帶給世界。從本屆奧運會開賽前一周開始,靈龍就在微博、小紅書等社交平臺上,與各個健兒互動;比賽期間,與觀眾一起觀賽,為中國健兒加油助威。

資料顯示,安踏自2009年6月正式成為中國奧委會合作夥伴,至今已有16年,是與中國奧委會合作最久的品牌之一。過去16年,安踏293次助力中國健兒登上奧運領獎臺,122位奧運冠軍身著安踏冠軍龍服,向世界展現中國體育精神與文化風采。

“奧運早已成為安踏最重要的品牌資產,以及同消費者連接的主要橋樑。站在這樣的平臺上,我們要有過硬的產品品質和深厚的科技實力。”安踏集團專業運動群CEO徐陽表示。

“作為中國運動品牌的一分子,讓中國運動員穿上中國品牌走向奧運領獎臺,是我心中的夢想,也是我的使命。”安踏集團董事局主席丁世忠說,希望以國際體育賽事為舞臺,展現中國文化與創新,“我們要讓世界更了解中國,讓世界更了解安踏。”

在接下來的巴黎奧運會賽場上,來自晉江的安踏將繼續陪伴中國運動健兒在賽場上閃閃發光。



27日,在法國沙托魯舉行的巴黎奧運會射擊10米氣步槍混合團體決賽中,中國選手黃雨婷、盛李豪奪冠,贏得巴黎奧運會首枚金牌。兩人身穿“龍服”,站上最高領獎臺。
新華社記者 鞠煥宗 攝

九牧王 打造中國體育代表團官方禮服

本報訊(記者 施珊妹)北京時間27日凌晨,塞納河上,巴黎奧運會開幕式拉開帷幕。世界矚目中,中國體育代表團身著“晉江造”登場,正式開啟“逐夢”巴黎之旅。

中國體育健兒身上的“一抹紅”,正是九牧王為中國體育代表團特地打造的禮服——“逐夢”。

“逐夢”禮服的設計融入了豐富的中華傳統文化元素,男女禮服外套均採用由長城磚瓦提取的工字紋樣,紋路橫平豎直,傳達磊落嚴謹之意。此外,竹子的元素也應用其中,同時以“逐夢”命名,取“竹”字諧音,充分展現了中國人敢于拼搏、追求夢想的精神,也寓意中國體育代表團將如同綠竹般傲然挺立,成竹在胸,為國爭光。

盼盼食品 入駐巴黎奧運會“中國之家”

本報訊(記者 蔡明宣)當地時間7月24日,位於法國巴黎所羅門羅斯柴爾德館的巴黎奧運會“中國之家”正式開門迎賓。作為本屆奧運會中國體育代表團的官方贊助商,盼盼食品入駐“中國之家”,與中國健兒一起展現中國實力。

據悉,“中國之家”是中國奧委會為中國體育代表團參加國際綜合性運動會設立並運營的綜合性服務設施,列入2024年中法精品人文交流活動清單。它不僅為中國體育代表團徵戰國際大賽提供堅實保障,也是傳播中華體育精神、展現中華傳統文化、增進中外體育交流的橋樑。

舒華體育 健身器材亮相“中國之家”

本報訊(記者 柯雅雅)7月24日,作為中國奧委會官方健身器材供應商,舒華體育攜多款健身器材亮相“中國之家”。

當天,舒華打造的“中國之家”室外智慧健身展示區迎來許

多外國友人。展示區內,V9+智能跑步機、A5-S Pro 動感單車等創新科技產品排列有序。

據悉,自2014年索契冬奧會至今,舒華已四次入駐奧運會“中國之家”。此次入駐的產品在功

程,書寫屬於他們的輝煌與傳奇。

“九牧王35年的專注與傳承令人敬佩,與中國體育代表團榮耀相伴六載,也讓我們更具象地感受到這個民族品牌的強大實力與魅力。”國家體育總局體育器材裝備中心主任于建勇說。

九牧王股份有限公司董事林澤桓表示,中國體育健兒們目標堅定,夜以繼日刻苦訓練,祇為沉澱足夠的實力,摘取桂冠、為國爭光。同樣,九牧王35年來在自己的賽道上篤行不怠、厚積薄發,力求做一個有實力、有內涵、有擔當的民族品牌。期望未來有機會繼續為中國體育事業貢獻更大的力量。

品將在“中國之家”開放期間持續供應。此外,巴黎奧運會期間,盼盼食品還將作為中國體育代表團一日三餐之外的重要營養補充。

據悉,盼盼食品與體育賽事結緣多年,是2020東京奧運會中國體育代表團、北京2022年冬奧會和冬殘奧會、2022杭州亞運會的官方贊助商。

盼盼食品相關負責人表示,未來,盼盼食品將以對冠軍品質的不懈追求和持續開拓的創新精神,助力中國國家隊成員再創佳績,并向世界展示中國品牌力量,講述中國美食故事,弘揚中國美食文化。

能性、智能性、娛樂互動性及科學性方面都有了很大提升。舒華健身產品根據人體工學研發設計,擁有“全跑臺減震”技術、3D虛擬場景競賽等諸多“黑科技”。

晉江新增10個 泉州市級非遺項目

本報訊(記者 楊靜雯)近日,泉州市第七批市級非物質文化遺產代表性項目名錄公布,涵蓋民間文學、傳統技藝、傳統醫藥、民俗等八個大類,共71項。晉江市10個項目榜上有名。

此次入選的晉江非遺項目分別是:閩南十番、舞龍、木版年畫、閩南磚雕、泉州面綫制作技藝、西倉生鐵冶鑄技藝、晉江莊氏正骨、炸寒單、泉州漆器髹飾技藝(黑金推·瀝金畫)、泉州佛像雕塑技藝(浙平國)。

截至目前,晉江共有非遺項目世界級4項、國家級7項、福建省級6項、泉州市級24項。

“項目的入選,不僅代表了晉江市在非遺領域的豐富資源和獨特魅力,也反映了晉江在項目開展與實施過程中取得的良好成效,是對晉江在非遺保護、傳承與發展道路上持續探索與創新的鼓勵。”晉江市文體旅局相關負責人表示,接下來,將繼續加強非遺項目的挖掘、保護與傳承,進一步完善非遺保護傳承機制,強化人才隊伍建設,提升非遺項目的社會影響力和認知度。



舞龍入選泉州市級非遺。