洪忠信：坚守实业 创新进取

本报讯（记者 施珊妹）近日，全国工商联十三届三次常委会议期间，以“学思想 强改革 助力推进中国式现代化建设”为主题的全国民营经济人士理想信念报告会在长春举办。会上，晋江市政协副主席、晋江市工商联（总商会）主席（会长）、劲霸男装股份有限公司董事长洪忠信作《传承弘扬“晋江经验” 助力推进中国式现代化建设》主题发言。

党的二十届三中全会对进一步全面深化改革、推进中国式现代化，做了全面的战略部署。这让作为民营经济一分子的洪忠信倍感振奋，对未来的发展充满信心。

洪忠信说，自己来自福建晋江，回溯劲霸的创业发展历程，他认为，劲霸有今天的发展正是源自对永不言弃、爱拼敢赢精神的不懈追求。“晋江对我来说，不仅仅是地图上的一个点，更代表着一种永不言弃的坚持，一种爱拼敢赢的精神。”

作为发轫于晋江这片沃土的企业，劲霸的根脉与“晋江经验”紧密交织。

“紧紧咬住实体经济发展不放松”是“晋江经验”的鲜明特色。洪忠信表示，父亲洪肇明是一位党龄长达59年的老党员。1980年，在改革开放的春风中，洪肇明就带着当年仅仅十一二岁的自己，拆下家中两扇门板当作裁床，做出第一件茄克，开启了创业征程。

如今，九十岁高龄的洪肇明，每当回忆起劲霸岁月，总是对党的改革开放政策心怀感恩。他常挂在嘴边的一句话——“一个人一辈子能把一件事情做好就不得了”，也成了劲霸企业的信条。

面对各种快钱、热钱的诱惑，劲霸始终不为所动，而是恪守“茄克为主导的商务休闲男装”的品牌定位，以毫不动摇的定力，守住本分。44年来，无论风浪如何，始终如一地在实业的海洋中破浪前行。

伟大事业都基于创新，创新决定未来。洪忠信表示，劲霸从家庭小作坊到品牌化发展，再到开拓国际化新征程，都起源于20多年前的一次重大的抉择——在“产品为王”的时代打造品牌。

洪忠信表示，“晋江经验”指引着晋江企业注重发展品牌，注重创新，走自主发展之路。品牌是实业之基。对劲霸而言，做品牌就必须对营销系统进行结构性治理，因为传统的区域差价非但难以核算各个区域的销售成本，而且影响品牌形象。

在“晋江经验”提出的2002年，劲霸在闽派服装中率先推行了全国统一价和零风险加盟。这一步险棋，为劲霸的品牌发展奠定了坚实的基础，从此心无旁骛做品牌，最终成为全国休闲男装领域的领先者。

正是这种早期的创新策略和成功经验，成为劲霸持续探索的动力。44年来，劲霸得以茁壮成长，最大的支撑源自对“创业”与“创新”的不懈追求——始终以市场为导向，始终保持创新的激情，不断自我革新，开创新发展格局。

“民营企业家要增强家国情怀，自觉践行以人民为中心的发展思想，增强先富带后富、促进共同富裕的责任感和使命感。”早在2002年，晋江就成立了全国首家县级民间慈善机构。20多年来，慈善资金规模不断扩大，创造了民间慈善事业的“晋江速度”和集体行善的“晋江现象”。

在这样一个以乐善好施、急公好义为精神基因的城市成长，洪忠信自幼就怀揣着一个梦想——成为像陈嘉庚那样“大写的人”，思谋为公，心怀天下。

“优秀企业家必须对国家、对民族怀有崇高使命感和强烈责任感”。为此，在2019年，劲霸重塑了公司的企业文化，提出了“家国实业楷模”的宏伟愿景，决心将企业发展融入中国式现代化创新实践，推动品牌向更深层次的民族内涵和更广阔的国际视野迈进，实现高质量发展，展现家国情怀和责任担当。同年，洪忠信将公司的经营管理主动权传递给年轻一代，顺利完成了劲霸男装三代人的传承接力。

“这一转变，让我有了更多机会投身于社会事务和公益事业——如跟进劲霸男装近4亿元捐建的英林中心小学及中心幼儿园校区建设，联合发起成立‘晋江市英林心公益慈善基金会’，以品牌化运营，打造了可持续发展的公益平台，累计接收海内外捐款已超过4亿元。”

作为全国工商联执委，洪忠信还参与了乡村振兴工作，与云南省鲁甸县结对帮扶，捐助当地中学图书采购，推动晋江产业协会考察联动，探索投资助力当地核桃油产业发展，通过“产业、教育、智慧”三方面的帮扶，积极赋能乡村振兴事业。

“这些发乎于心的行动，是我‘人生下半场’的序章，让我沉醉其中，每一步都坚实而充满意义。”洪忠信说。

坚守实业，创新进取。作为“晋江经验”的践行者，洪忠信表示，劲霸正是紧跟着党和国家指引的方向，洞察时代脉动，应势而为，展现出了坚韧和活力，实现了持续的成长与蜕变。

洪忠信表示，展望未来，劲霸将在党的二十届三中全会精神的指引下，推动企业创新升级，积极发展新质生产力，为实现中国式现代化和中华民族伟大复兴贡献力量。

走进古都西安 激扬晋“芯”未来
第八届“海峡杯”双创大赛西安城市推介会举行

本报讯（记者 柯国笠）昨日，第八届“海峡杯”福建(晋江)创新创业大赛西安城市推介会在西安电子科技大学校区举办。晋江经济开发区相关职能部门代表、西安电子科技大学集成电路学院代表、西安金融机构代表及高新企业代表，与现场嘉宾围绕科创与产业发展相互交流、增进互信、共商共建、共谋发展路径。

晋江与西安产业互接互联，合作空间大。据悉，当前，西安承担着全面创新改革试验区、国家自主创新示范区、“一带一路”综合试验区等多项国家级创新改革试点任务，在国家总体战略布局中的地位和作用日益凸显。产业层面，西安生产的闪存芯片、单晶组件和新能源汽车产量均位居全国前列，人工智能、卫星应用、增材制造、氢能等新兴产业已跻身全国第一梯队，这些都与“海峡杯”双创大赛项目征集目标高度契合，也与晋江未来产业发展密切相关。

晋江经济开发区管委会党组成员、一级主任科员饶一兵在推介会上表示，西安、晋江同为“丝绸之路”的起点和“东亚文化之都”，也都是共建“一带一路”的核心区，有基础更有能力一起创未来。晋江诚挚地邀请各位企业家和业界精英前来投资兴业、共谋发展。晋江将以最优的政策、最好的服务、最实的举措，为广大投资者提供全方位的支持和保障，“晋”享机遇，共赴未来。

现场，大赛执行方、浙江赛创未来创业投资管理有限公司总裁助理付博涵推介第八届“海峡杯”福建(晋江)创新创业大赛有关情况。通过连续7年的运营，该赛事已成为晋江链接海内外高端双创资源的品牌赛事和招商引智的重要载体。

活动还邀请了西安电子科技大学集成电路学院副院长刘帘曦教授作《半导体芯片：微电子技术的创新与发展》主题分享。

记者了解到，随着前期城市推介会的相继开展，下一阶段，“海峡杯”双创大赛将在北京、武汉、苏州、宁波等城市陆续开启分站赛，最后决出12个项目晋级晋江总决赛。

今年，大赛以“创芯领航 核聚晋江”为主题，聚焦集成电路和核技术应用两大主赛道，聚焦晋江“221”新赛道产业体系，抢抓发展集成电路、核技术应用两大新兴引领赛道，以其他适合晋江的产业领域为综合赛道，广泛征集优质参赛项目。大赛还设立对应奖金和全方位政策支持，涵盖现金奖励、创业补贴和人才津补贴、交通补贴、购房补贴、子女教育等政策，还有机会获得“晋江市高层次人才团队”政策直通车。

据悉，“海峡杯”双创大赛从2016年正式启航，已成功举办7届，推动参赛项目与本地企业开展技术、项目成果合作，成为晋江链接海内外高端双创资源、加速新质生产力的品牌赛事和重要载体。

创新领跑椰基饮料赛道
盼盼饮料再推新品咸柠气泡香椰水

本报讯（记者 蔡明宣）“味道很不错！”“柠檬加香椰水的味道真的绝了！”“简直是跑步‘绝佳搭子’！”……近日，盼盼食品旗下“椰子跳动”推出咸柠气泡香椰水，并入驻全国Costco连锁商超门店，受到消费者欢迎。

咸柠气泡香椰水上市即火爆的背后，既有行业风口优势，又有盼盼食品对椰基赛道的持续深耕。

前瞻产业研究院发布的《2020—2025年中国植物蛋白饮料行业市场需求与投资规划分析报告》显示，未来几年，以椰基饮品为代表的植物蛋白饮料行业，年均增速有望保持在20%以上，预计2025年，该产品市场规模将超3000亿元，发展前景广阔。

为此，“椰子跳动”品牌瞄准“椰子水+”风口，创新性地把“香椰水+柠檬+气泡”进行融合，推出咸柠气泡香椰水。该产品采用“0香精0代糖0脂肪”的配方，满足消费者对健康与口味的需求。

“区别于市面上的其他产品，该款产品以泰国香水椰为原料，相比普通椰子的椰子水，香水椰的椰子水更加甜。”盼盼食品相关负责人介绍，除了原材料优中选优外，在打造生榨椰子汁产品过程中，盼盼饮料采用了全进口先进高端饮料设备，能够最大程度保留椰子的新鲜口感与营养成分，使椰子汁和椰子水更美味更好喝。

以“椰子”为核心原材料，近年来，在供应链纵深、科技创新、资本的加持下，盼盼在椰基饮品赛道不断发力，为椰基市场发展注入了新生机、增添新活力。

一方面，盼盼饮料“椰子跳动”与大客户体系共建共创，打造全新品类，实现单品销量的持续增长，推动了品牌可持续发展。其中，皮爷咖啡爆品“轻脆厚椰拿铁”的背后使用了“椰子跳动”零糖厚椰乳产品。此外，“椰子跳动”还与KFC的KCoffee、华东精品咖啡品牌Seesaw、华南果咖品牌“本来不该有”，以及连锁便利店品牌罗森、全家进行跨界合作。

另一方面，依托B端市场沉淀下来的经验与影响力，盼盼进一步推动盼盼饮料自身品牌的发展，为其创新带来更大的空间。近年来，盼盼饮品在各消费场景频繁亮相曝光，在仓储会员店、便利店、自贩机、加油站、航空、高速服务区等多个线上线下渠道都可以看到盼盼。

商超内，盼盼香椰水受到欢迎，有顾客批量购入。

谈及未来，盼盼饮料相关负责人表示，椰基赛道拥有巨大的市场潜力，目前已经成为盼盼食品集团第二增长曲线。未来，盼盼饮料将持续深耕椰基赛道，一方面，通过产品创新，为C端消费者带来全新的椰基饮品消费体验；另一方面，推动“椰子跳动”持续与B端大客户合作，不断创新引领行业发展。

共话青商发展 晋江青商会举行会长办公会

本报讯（记者 柯国笠）日前，晋江青年商会七届三次会长办公会在晋江团市委机关会议室举行。该商会30余名会长办公会成员参加会议。

会议向青年企业家们传达了党的二十届三中全会精神。随后，与会人员就青商会第三、四季度工作计划展开讨论，对青商大讲堂、青商财俊培训班国内行等活动提出了意见和建议。

晋江青商会会长王俊清表示，下半年，商会将推动新会址的选址、装修，充分利用好有效空间、搭建更好的内外交流互动平台；创设具有实际意义、小而精的会员活动，细化会员服务；发挥好新媒体效能，有效推广品牌活动，进一步展示好商会形象，提升内部凝聚力。

晋江团市委书记陈孟哲表示，青商会上半年的活动丰富而有效，既增强内部凝聚力，又服务于青商共同发展，希望青商会秉承良好传统，持续吸纳新鲜血液，加强协会自身建设，围绕晋江市委、市政府中心工作，凝聚合力再创佳绩。

“象”自然出发 安踏儿童号召守护西双版纳亚洲象

本报讯（记者 柯国笠）近日，在第13个“世界大象日”来临之际，安踏儿童于云南西双版纳举办了一场主题为“自然有晴雨 保护亚洲象”的科普探索活动，邀请部分亲子家庭通过科普讲座、实地考察形式，了解亚洲象的真实生存环境，亲身加入保护生物多样性的行列。

该活动旨在提升公众对大象保护的关注，激发新生代对自然的热爱与保护意识，用实际行动传递环保和生物多样性的重要性。

近年来，野生动物的生存环境面临严峻挑战，亚洲象已被世界自然保护联盟(IUCN)列为濒危物种，受到广泛关注。

作为WWF首家中国体育用品及纺织行业的全球战略合作伙伴，安踏集团一直致力于推动可持续发展和生物多样性保护。安踏儿童积极响应集团号召，将生物多样性保护的理念植入品牌基因。此次“自然有晴雨 保护亚洲象”活动邀请有多年亚洲象保护工作经验的袁盛东为亲子家庭授课。

在中科院植物园，孩子们探索热带植物生存奥秘，了解热带雨林成因，观察滴水叶尖、板根现象、巨叶现象、老茎生花等雨林奇观，对亚洲象的栖息生态有了更全面的认识。活动还为参与的儿童颁发了公益证书。

不止于组织亲子公益活动，安踏儿童还将生物多样性保护的理念植于儿童的日常生活。此次活动中，孩子们穿着的安踏儿童环保产品晴雨甲就采用再生聚酯纤维面料与生物基防泼水技术，减少能源消耗的同时，兼顾功能性，对环境更加友好。

此外，在线上，安踏儿童联合腾讯公益发起“一块走”活动，活动期间，大众可以通过微信小程序“一块走”捐出自己的步数，步数可兑换为公益金。

安踏儿童方面表示，环保公益需长期的坚持和投入，培养具备可持续发展意识的下一代至关重要。未来，安踏儿童将继续肩负可持续发展的使命，用实际行动和中国新生代一起守护绿色地球。

奥运助推网球市场升温
斐乐加码网球赛事运动

本报讯（记者 柯国笠）日前，安踏集团旗下品牌FILA举办的“FILA KIDS钻石杯青少年网球挑战赛（北京站）”在国家网球中心落下帷幕。本次赛事正值巴黎奥运会期间，带动了国内众多青少年儿童的网球比赛参与热情。

在刚刚结束的巴黎奥运会上，中国运动员郑钦文为中国赢得首枚奥运网球单打金牌的同时，也点燃了国内运动爱好者参与网球运动的热情，让更多家长关注青少年网球运动，助推了网球市场的发展。

据天猫“运动半身裙热销品牌榜”数据，郑钦文夺冠后的48小时内，lululemon以热销超3000件网球裙位居第一，排名第二的斐乐热销商品超2000件，销量前三的网球裙价格为340元—555元；此外，安踏集团旗下另一品牌威尔胜的网球裙热销商品量也在1000件以上，而郑钦文手持的威尔胜品牌网球拍也带动了该品牌其他系列球拍销量上升。

网球运动品类增长早有迹可循。京东消费及产业发展研究院发布的《2024上半年体育消费报告》指出，今夏网球裙热度走高。而在小红书平台上，关于网球的相关分享内容也迅速增加。

FILA早就观察到这样的变化。

FILA KIDS钻石杯青少年网球挑战赛就是该品牌的重要抓手。作为国内网球赛事的最早发起品牌之一，从2019年开始，斐乐已经连续四年担任中国网球公开赛的独家运动服鞋官方合作伙伴。自2021年至今，斐乐已成功举办四届FILA KIDS钻石杯青少年网球挑战赛，该赛事无论是赛事规模、参赛人数、举办范围还是影响力都在不断扩大。同时，斐乐还推出了与赛事联名的青少年专业网球系列产品、成人网球时尚和艺术跨界的新产品类别。

斐乐（FILA）中国区市场副总裁施睿就曾透露，作为高端时尚运动品牌，高尔夫、网球的运动装备打造是斐乐近年主要的发力点，聚焦精英高端人群。

对品牌来说，儿童群体则是下一个未来市场。为此，今年，FILA持续加码赛事。FILA KIDS钻石杯继续设置U10、U12和U14三个年龄段，已在包括北京、大连、成都、南京、深圳等城市举行，参赛选手已经突破2000人次。