

2050年前实现碳中和

特步集团发布2030ESG战略框架

本报讯(记者 柯雅雅)近日,特步集团正式发布2030ESG战略框架及碳中和目标,承诺不晚于2050年实现碳中和,而到2030年则将自运营范围的温室气体绝对排放量减少42%。

该战略框架全面升级了ESG所覆盖的各维度目标。其中,在深耕多年的跑步领域,特步明确了每年把净利润的1%用于支持中国体育发展,每年赞助至少20场路跑活动,推广跑步运动。

在2030ESG战略框架下,特步集团以“成为可持续发展的领跑者”为愿景,立足于坚实的公司治理基础,明确了“以人为本”“创造可持续价值链”和“守护环境”三大核心支柱和八大具体目标,从环境、社会和企业责任三大关键领域出发,构建一个全面的可持续发展模式。

作为首个获得MSCI ESG A级的中国体育用品品牌,特步此次发布不仅展现了其对“10年可持续发展计划”的战略调整与升级,也重申了其将环境保护和社会责任深深融入企业发展核心的承诺。



开栏语:为贯彻落实习近平总书记关于加强和改进民族工作的重要思想,今起,晋江市统战部(市民宗局)联合本报开设“福籽同心·爱在晋江”专栏,推出系列报道,通过充分挖掘晋江各民族交往交流交融故事,不断铸牢中华民族共同体意识。

福籽同心·爱在晋江

林策荣:倾情浇灌民族团结之花

本报记者 王云霏 尤泽男

“爷爷好!”“爷爷,快来跟我们玩!”……每天,只要晋江荣恒鞋服有限公司(宇路公司)董事长林策荣走进公司的儿童活动中心,公司少数民族员工的子女便热情地围上来。在这些少数民族小朋友眼中,林策荣是最亲切慈爱的“林爷爷”。

晋江荣恒鞋服有限公司是福建省最早试点成批招募新疆籍少数民族员工的企业之一。多年来,该公司探索形成了行之有效的少数民族员工创新服务模式。今年,党中央、国务院决定,首次以党中央、国务院名义对全国民族团结进步模范进行表彰,林策荣获评全国民族团结进步模范个人。

林策荣介绍,公司目前有员工约1000名,其中维吾尔族、苗族、壮族、土家族等少数民族员工约400名,其中新疆少数民族员工大约有350名。

自2018年开始,晋江荣恒鞋服有限公司累计招收新疆少数民族员工20批次1300多人,直接帮助1000多户新疆少数民族员工家庭摆脱贫困。

为让少数民族员工更好地融入当地环境,林策荣在公司大力推行“国家通用语言培训制度”,请老师授课,还建立“一对一”帮带制度。目前,该公司95%以上少数民族员工可熟练使用普通话沟通交流。

不仅如此,为了让少数民族员工生活舒心、无后顾之忧,林策荣专门制定了少数民族员工中午12点上班、一天两班的作息制度,解决时差问题。他投资40余万元修建员工食堂、改造员工宿舍,免费提供符合少数民族员工饮食习惯的一日三餐,配备设施优良的员工宿舍。

在林策荣看来,员工就像自己的孩子。而许多员工则直呼他为“林爸爸”。多年来,有58对少数民族员工在公司步入婚姻殿堂,林策荣还多次为新人举办集体婚礼。随着员工子女的出生,林策荣也从“林爸爸”升级为“林爷爷”。

为了解决来晋务工的少数民族员工婴幼儿无人看管的问题,林策荣打造了儿童活动中心,还专门聘请两名员工专职照看。“孩子有人照看,我们就可以专心工作了,在这里上班很幸福。”少数民族员工对此感到十分满足。

“不仅要‘扶贫’,更要‘扶志’。”多年来,林策荣积极帮助新疆少数民族员工及贫困家庭摆脱贫困,为他们在福建安家立业、干事创业提供帮助。

“很荣幸获评全国民族团结进步模范个人,接下来,我将继续不忘初心,努力为各族员工交往交流交融创造条件,让民族团结进步之花在这里生根发芽。”林策荣表示。



361° 携手KIKS推出联名鞋款

本报讯(记者 柯雅雅)日前,361°携手潮流先锋媒体KIKS,以KIKS成立十周年的里程碑为契机,推出了一款Archive级别的联名鞋——361°灵眸PRO×KIKS联名版。

据悉,该鞋以“361°灵眸PRO”为蓝本,融入了KIKS对于未来世界、数字与现实关系的思考。鞋款来自公元3610年的未来Archive为设计灵感,将故事设定在被数字化支配的未来世界。而这双联名鞋则以实体的形式予以留存,保有着Sneaker的文化基因。

据介绍,该鞋款整体采用了银色调与做旧效果相结合的手法,打造出未来主义的冷峻外观。其鞋面采用复古网眼与现代聚氨酯材料交织而成,银灰色主调下,呈现千禧年元素与未来数字化概念的融合。本次联名鞋的设计美学不止于鞋体本身,鞋盒的设计同样延续了361°和KIKS的美学理念。其采用银色调杂糅做旧技法完美呼应鞋款主题。

据悉,361°灵眸PRO×KIKS联名版已登陆361°各大平台线上官方旗舰店,受到众多潮流爱好者的关注。

361°方面表示,未来,361°将继续携手更多合作伙伴,不断探索更多不一样的潮流,为消费者带来更多元化、更具创意的产品。

361° 主品牌第三季度零售额同比增长约10%

本报讯(记者 柯雅雅)14日,体育品牌361°发布2024年第三季度运营概要。第三季度,361°主品牌的零售额(以零售价值计算)较去年同期录得约10%的正增长;童装品牌较去年同期录得约10%的正增长;电子商务平台业绩表现突出,较去年同期录得增长超20%。

第三季度,361°成为2026年爱知·名古屋亚运会官方合作伙伴,连续五届携手亚运会,持续为亚洲体育事业贡献力量,这也将进一步提升361°在亚洲及全球体育市场中的认知度和影响力。同时,361°正式成为“世界田联精英赛事”福州马拉松的顶级战略合作伙伴。

361°还推进了多个赛事等营销活动。在7月至8月,361°特邀品牌代言人斯宾瑟·丁威迪和篮球品类代言人肯塔维奥斯·卡德维尔·波普开启品牌中国行活动,发挥NBA顶级球星的影响力,让361°的篮球产品成为更多篮球爱好者的选择,推动销量提升。361°继续推动自有赛事IP“触地即燃”的升级和规模扩大,2024赛季“触地即燃”全国总决赛完美落幕;361°在兰州举行“敢就板上见”城市巡滑,由品牌滑板运动大使高群翔带领,以趣味新玩法,切磋板技;361°助力中国国家跳绳队,在亚洲跳绳锦标赛中获得总奖牌144枚。

对于电商渠道取得的优异成绩,361°方面指出,主要得益于361°进一步深化渠道建设,对营销节点和事件热点紧密追踪,同时布局各大线上渠道,精细化消费



人群营销动作,电商通过多举措的组合性布局规划,从而实现产品曝光度和销量的双重提升。值得一提的是,进入第四季度,重要营销节点众多,361°在第三季度的多层面、多举措的布局规划也将助力品牌业绩持续向上。

创建未来·遇见冠军

豪山建材:科技创新真“功夫” 瓷砖也能“水上漂”

本报讯(记者 王云霏 张晋福)日前,记者走进晋江豪山建材有限公司的产品展厅,一款名为“节能超轻质陶瓷砖”的产品令人大开眼界——看上去平平无奇的一块砖,一只手就可以将其轻松举起,甚至它还可以漂浮在水面上,打破人们的固有认知。原来,通过技术创新,豪山建材让这块陶瓷砖实现了武侠片中“水上漂”的高手技能。

实现“水上漂”的关键在于重量。“这款产品质量只有传统陶瓷砖的三分之一,密度只有0.8g/cm³,比一般纸张的密度还低,甚至豪山还可以做到更低。”豪山建材总经理苏子杰说,该系列轻质砖产品是豪山与清华

大学、武汉理工大学、咸阳陶瓷研究所等科研机构共同研发,通过对传统陶瓷砖废料进行重新调配加工,二次煅烧而成。不仅能够在水上展现“轻功”,轻质砖还具备保温、节能、降噪等多种“特技”,有效地减少室内温度流失的同时,阻隔外部温度进入,减少室内能耗。由于自重轻,轻质砖还便于施工。今年,该轻质砖为豪山建材斩获了第二十七届全国发明展览会银奖。

豪山的“轻功”技能不只有“水上漂”,还能让瓷砖“飞檐走壁”牢而不落——2023年,豪山建材自主研发的万向多维度背栓防脱落瓷砖产品获得了国家专利技术认定。

该防脱落瓷砖所应用的万向多维度背栓专利技术,依据水流滴落仿生学原理,在瓷砖底纹压制出360°多维度螺旋状倒钩型背栓槽,在施工过程中可以使瓷砖和水泥形成背栓结构,从而产生坚固挂力。由于从根本上解决了瓷砖铺贴施工中存在的脱落空鼓、抗拉拔力弱等问题。目前,该专利技术已覆盖豪山建材所有产品链。

轻质砖、防脱落瓷砖的“功夫”背后是豪山建材30多年来的坚守品质、不断创新。作为《地铺石瓷砖》团体

标准起草单位之一,豪山专注于地铺石景观砖领域,致力于打造高品质地铺石专业生产基地,其产品实现全规格覆盖。

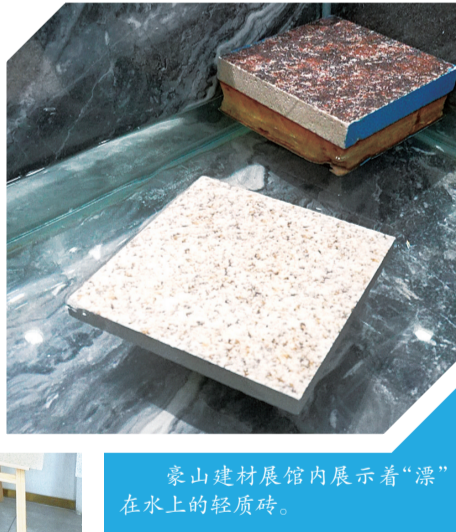
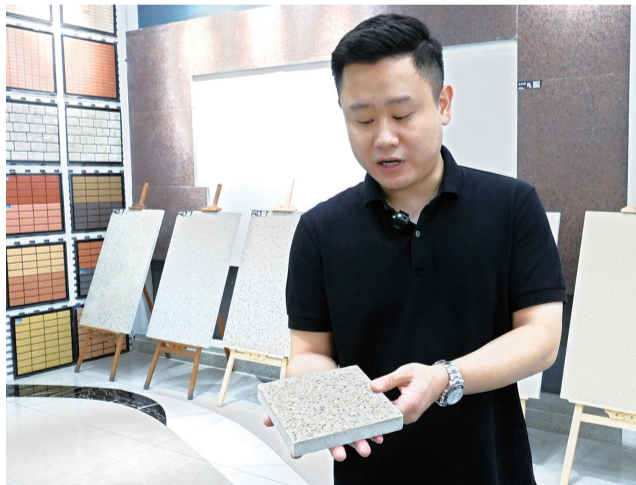
近年来,豪山建材还通过改造提升喷墨机、釉水线,自动打包线等环节,优化生产流程,不仅提高了生产效率,还节约了用工成本。该企业还投入近2000万元改造干燥塔,降低20%能耗。豪山建材改建后的4号窑炉,优等品质量提高了3%,产量、质量“双提升”的同时,实现了定制化、

柔性化、规模化生产。

“在日新‘内卷’的市场竞争中,我们致力于通过持续创新,打造具备功能性的差异化产品,培育新质生产力,挖掘出新的增长曲线。”苏子杰说。

此外,丹豪近年来还推出磨砂羊脂系列质感砖,采用“素烧”工艺,颜色柔和、色调清新,其中,专门为小朋友设计的“画版”系列别具一格,可以随时擦除涂沫的笔迹,让小朋友自由尽情地发挥创作。

“未来,我们将计划组织设计师沙龙,与一线设计师深入交流。”王炳根介绍,未来,丹豪陶瓷将继续修炼内功,深耕“质感砖”赛道。



豪山建材展馆内展示着“漂”在水上的轻质砖。

节,优化生产流程,不仅提高了生产效率,还节约了用工成本。该企业还投入近2000万元改造干燥塔,降低20%能耗。豪山建材改建后的4号窑炉,优等品质量提高了3%,产量、质量“双提升”的同时,实现了定制化、

柔性化、规模化生产。

“在日新‘内卷’的市场竞争中,我们致力于通过持续创新,打造具备功能性的差异化产品,培育新质生产力,挖掘出新的增长曲线。”苏子杰说。

此外,丹豪近年来还推出磨砂羊脂系列质感砖,采用“素烧”工艺,颜色柔和、色调清新,其中,专门为小朋友设计的“画版”系列别具一格,可以随时擦除涂沫的笔迹,让小朋友自由尽情地发挥创作。

“未来,我们将计划组织设计师沙龙,与一线设计师深入交流。”王炳根介绍,未来,丹豪陶瓷将继续修炼内功,深耕“质感砖”赛道。

“未来,我们将计划组织设计师沙龙,与一线设计师深入交流。”王炳根介绍,未来,丹豪陶瓷将继续修炼内功,深耕“质感砖”赛道。

“未来,我们将计划组织设计师沙龙,与一线设计师深入交流。”王炳根介绍,未来,丹豪陶瓷将继续修炼内功,深耕“质感砖”赛道。

“未来,我们将计划组织设计师沙龙,与一线设计师深入交流。”王炳根介绍,未来,丹豪陶瓷将继续修炼内功,深耕“质感砖”赛道。

数字技术赋能产业升级 “数字三创 科创未来”活动在三创园举行

本报讯(记者 吴晓艳)15日,“数字三创 科创未来”——数字园区 赋能智造活动在晋江三创园举行。华为、乐石科技、中科之光、商正商业集团等数字化服务商代表,数智转改行业专家、制造业企业代表,以及园区入驻企业和平台代表等近50人齐聚一堂,共同探讨产业转型升级和可持续发展的新路径。

现场,泉州台商区人才科技成果转化中心主任王清贵带来“专精特新”赋能企业高质量发展”主题分享,深入浅出地阐述了专精特新企业的梯度培育体系、各级政策支持、申报条件及实际培育成效,为企业提供政策指引和发展思路。

随后,乐石科技产品市场与企业中心总监柯彩萍以“数字三创·以‘数’赋能 逐‘数’兴业”为题,结合晋江三创园智慧园区打造案例,为与会企业解析园区数字化升级建设中的挑战,以及相关数字化解决方案。柯彩萍表示,数字化已经成为企业发展的必然趋势,企业应当积极拥抱数字化,通过数字化手段提升生产效率、降低运营成本,增强市场竞争力。

华为云成长型企业数字化转型高级架构师倪旭闻带来“华为陪伴成长型企业数字化转型”专题分享。倪旭闻深入分析了企业数字化转型的意义,并通过详细的案例分析,向与会企业展示华为在数字化转型方面的成功经验,华为云能够帮助企业高效地提取有价值的信息,帮助企业管理者形成商业洞察,进而制定出更加科学、精准的决策策略。”倪旭闻说。

为了进一步加深企业对数字化转型的直观感受,活动还特别安排了实地考察和陶瓷数智工厂。当天,企业代表先后前往九牧技术中心陶瓷数智工厂,以及良瓷科技5G智慧产业园参观。据悉,九牧拥有全球首个“绿色黑灯工厂”,良瓷科技5G智慧产业园是全球首家5G数字智能陶瓷工厂及行业唯一的数字化转型标杆工厂。

企业代表纷纷表示,通过实地参观和交流,他们对数字化转型有了更深入的认识和理解,今后将积极借鉴这些成功案例的经验做法,加快自身数字化转型的步伐。

晋江三创园方面表示,此次活动旨在助力企业实现数字化、智能化融合发展,提升企业自身核心竞争力,加快数字化转型进程。接下来,园区将继续发挥平台优势,整合各方资源,为企业提供更加优质、高效的服务,助力晋江制造业高质量发展。



丹豪陶瓷与泉州设计师共创“宋·福”在“宋风雅韵”的简约美学基调中,一组四块的数码釉工艺砖引人入胜,彰显现代艺术气质……今年,“打卡”意向的同时,也直接传达出丹豪陶瓷多年来在创新与研发方面的优势。这组质感十足的新品在

丹豪陶瓷与泉州设计师共创“宋·福”在“宋风雅韵”的简约美学基调中,一组四块的数码釉工艺砖引人入胜,彰显现代艺术气质……今年,“打卡”意向的同时,也直接传达出丹豪陶瓷多年来在创新与研发方面的优势。这组质感十足的新品在