聚焦“双11”

位居泉州首位
晋江“双11”网络零售额突破67亿元

本报讯（记者 蔡明宣 施姗妹） 昨日，记者从晋江市商务局获悉，“双11”网购节期间，晋江市实现网络零售额67.3亿元，其中实物网络零售额62.7亿元，位居泉州各县（市、区）首位，占泉州网络零售额比重的21.6%。

在商品类别方面，晋江市网络零售前三名分别为服装鞋帽针纺织品、日用品、家具，分别占比61.2%、9.4%和5.4%，三者合计占比达到76%。这一数据清晰地反映出晋江市在网络零售领域的优势产业。

同时，得益于消费品“以旧换新”政策补贴的推动，今年“双11”促销活动不仅启动时间更早、持续时间更长，平台之间的互联互通也更加深入。在多重补贴政策的叠加效应下，包括平台补贴、商家直降，以及国家、地方补贴等在内的各类优惠措施纷纷加码，补贴覆盖范围不断扩大，涵盖了家电、数码产品、家居、美妆等多个行业，为消费者带来了一场前所未有的购物盛宴。

值得一提的是，今年“双11”期间，淘宝、京东、拼多多等电商巨头打破封闭生态，实现支付系统的互通。此外，尽管头部主播的市场影响力有所下降，但在大促活动中，他们依然扮演着举足轻重的角色，撑起了平台大部分的GMV（商品交易总额）。从淘宝、抖音、快手等直播平台公布的战绩排名来看，进入前十名的直播间大多由达人主播领衔。

在此背景下，晋江品牌多措并举，“双11”战绩可圈可点。

其中，安踏集团再次交出了令人满意的成绩单。在“双11”全周期内，安踏集团总成交额超111亿元。在天猫平台上，安踏、斐乐、迪桑特三大品牌均成功跻身运动鞋服类目TOP10行列，而可隆则进入户外鞋服类目TOP5；在抖音平台上，安踏和斐乐同样表现出色，均进入运动鞋服类目TOP5。

此外，柒牌电商也在今年“双11”期间取得佳绩。数据显示，其间，柒牌电商业务同比增长8%，连续7年实现增长突破。今年“双11”，柒牌电商以“有气派 敢不凡”为主题，主打拒水羽绒、灵感西服等秋冬单品。在促销策略上，柒牌电商拒绝烦琐套路，让折扣更加简单清晰；同时，还推出非凡大师MATE XT 1TB、贵州飞天茅台、柒牌珍藏酒等丰厚福利，吸引了大量消费者的关注和购买。

行业第一
安踏集团“双11”总成交额超111亿元

本报讯（记者 柯国笠） 昨日，随着今年“双11”大战落下帷幕，各大平台公布了相关销售排行，安踏集团凭借多品牌矩阵的优势，再度拿下运动户外板块总成交额行业第一。

数据显示，“双11”全周期内，安踏集团总成交额超111亿元。在天猫平台，安踏、斐乐、迪桑特三大品牌全部进入运动鞋服类目TOP10榜单，可隆则进入户外鞋服类目TOP5之列；在抖音平台，安踏、斐乐均进入运动鞋服类目TOP5。

依靠专业性和科技的加持，安踏集团在多个产品上的复购率、售罄率都达到了行业领先。据悉，为了保持在科技和专业性上的领先优势，安踏集团在研发上始终保持着高额投入，仅2023年全年，研发费用就达16.14亿元。截至目前，安踏已经推出了众多具有自主知识产权的科技，如中底缓震技术、鞋面支撑技术等，且已经应用在新产品之中。

今年，FILA品牌推出的豌豆鞋系列再次成为爆款。该系列鞋款既保留了面包鞋的经典元素，又融入了豌豆荚般的萌感设计，上脚后不仅修饰腿型，更兼具时尚百搭的特点。新品一经发售，便迅速走红市场。

在单品设计上，安踏集团精准捕捉用户需求，依托多品牌矩阵，在价格段上实现了由高到低的全覆盖，满足了不同人群和运动场景的需求。例如，在大众运动领域有安踏品牌，时尚运动领域有FILA品牌，女性运动市场有MAIA ACTIVE品牌，而高端专业领域涵盖了迪桑特、可隆等众多国际知名品牌。

除产品外，“双11”也是品牌效率的竞技场。在日常销售期，安踏集团内部依然有极高的效率标准，要求产品在5个月内销售85%的库存。为了确保高效率的销售流转，自去年起，安踏集团打破了传统“千店一面”的模式，根据细分消费人群，开设不同类型的店铺，让不同消费者能够在安踏集团的不同渠道中看到个性化的产品。

其中，FILA品牌奉行大单品策略。以鞋品为例，其线上销售额的80%几乎都来自于爆品家族。这些爆品也是“双11”期间最容易售罄的单品。通过设计、采购、制造、物流等多个环节的数字化改造，FILA在商品设计周期提速、生产周期缩短，以及供应链快反效率提高方面取得了显著成效。在备料充足的情况下，快反周期可缩短至15天内。

物流体验也是服务体验的重要一环。“双11”期间，安踏集团分布在全国各地的仓库迎来了订单高峰，最高峰时有350万笔订单涌入。其中，大约60万笔零售订单由位于晋江的数智一体化产业园发出。在发货速度方面，安踏集团在大促活动前就通过仓库AI智能系统提前预判货品与不同仓库的匹配性，将货品调配至离下单消费者最近的仓库，以缩短物流运输路程。数据显示，包裹出仓后，全国消费者平均在40小时以内就能收到货物，而省内消费者收货的平均时长更是少于25小时。今年“双11”期间，安踏集团通过预派模式，最快送达的一笔订单仅用时40分钟。

专业产品打头，整体效率升级，追求消费体验……今年“双11”，安踏集团交出了一份行业标杆答卷。

首期“创客街·创享汇”——同济大学科技成果对接活动举办

本报讯（记者 柯雅雅） 日前，首期“创客街·创享汇”——同济大学科技成果对接活动（新材料及纺织鞋服专场）在晋江市三创园举办。来自晋江市纺织鞋服产业的近30家企业代表齐聚一堂，围绕新材料、纺织鞋服领域的科技成果展开热烈讨论。

会上，同济大学教授浦鸿汀、杜欢政，东华大学教授徐广标分别分享多层发泡板材和微/纳米纤维、鞋服循环利用模式构建、纺织新材料与功能防护纺织品开发等方面科技成果，为参会企业提供宝贵的参考和启示。

与此同时，专家与企业代表还针对企业在技术应用和创新过程中遇到的难点和需求进行深入的探讨和交流。

晋江市科技局相关负责人表示，此次活动不仅为企业带来了丰富的科技资源，还为科技与产业的深度融合构建了桥梁。下一步，晋江市科技局将常态化举办“创客街·创享汇”系列成果对接活动，进一步推动科技创新与产业创新深度融合。

“双11”成绩单出炉
361° “尖货”跑鞋销量超30万双

本报讯（记者 柯雅雅） 今年“双11”已于11日落下帷幕。“双11”期间，361°专业竞速跑鞋销量同比高幅增长，再度刷新纪录。其中，包括飞燃3.5、飞燃3在内的飞燃系列销售额同比增长59%，全渠道“尖货”跑鞋销量超30万双。同时，361°电商渠道同样表现出色，持续高速增长，成为推动品牌业绩向上的核心动力。

361°方面表示，“双11”期间取得的优异成绩，离不开品牌在产品科技上的持续迭代创新和线下赛事活动的有效引流；同时，电商多举措立体化的布局规划，也极大地提升了产品的曝光度和销量。

在跑步领域，361°凭借持续在马拉松等跑步赛事方面的投入，其跑鞋产品赢得了广大消费者的青睐。今年“双11”，361°全渠道跑鞋尖货销量超过30万双。此外，361°在10月份发布的全新一代屏科技与自研水膜“FLYTEX”也备受瞩目，搭载该技术的雨屏8代跑鞋成功加入“双11”爆款行列，销量同比增长24%。

在篮球领域，361°同样表现不俗。借助品牌代言人斯宾瑟·丁威迪和篮球品类代言人波普等NBA球员的影响力，以及“触地即燃”自有赛事IP的助力，“BIG3 5.0 PRO”“AG5”等球鞋凭借扎实的产品性能和优秀的设计，成为篮球爱好者的首选。

在电商渠道方面，361°深入推进线上线下全渠道发展，不断优化线上电商运营效能，多维度提升线上推广效果。该品牌率先在行业内搭建抖音直播基地，实现常态化直播，精准定位消费客群，持续深化电商渠道建设。同时，361°还在虎扑、B站及小红书等多平台深度种草，为品牌不间断引流，推动业绩持续增长，助力品牌火热“出圈”。

值得一提的是，361°还在不断探索跨界合作的新路径，开辟全新的增长领域。该品牌以多渠道、多维度、立体化的组合举措，实现从线下体验到线上消费的高效转化。今年10月，“叁度工作室”首次公开亮相，这一创新平台汇聚了运动户外领域的顶尖KOL力量，采用产品设计联名共创模式，深度集合达人创造力，打造更符合用户需求的产品。此外，361°还联合卡通IP小刘鸭，用颇具趣味的摸鱼事务部来建立并增强与职场年轻人群的情感链接，不断探索更多潮流语境，为消费者带来更多元化、更具创意的产品。

《传承与创新——中国（泉州）时尚走向世界的泉新篇章》白皮书发布

本报讯（记者 施珊妹） 近日，《传承与创新——中国（泉州）时尚走向世界的泉新篇章》白皮书发布。

据悉，该白皮书由中国服装协会、普华永道会计师事务所作为主编单位共同编制，泉州市商务局、泉州广播电视台联合编写，并得到海上丝绸之路国际时尚周组委会、全球华人设计师共创基地支持，旨在让世界更好地了解泉州，激发中国服装纺织行业的创新活力，推动中国纺织服装产业及泉州时尚实现高质量可持续发展。

该白皮书深入探讨了泉州纺织产业的发展历程、国际化战略、成功案例、未来发展趋势等，并重点阐述泉州时尚相关产业在传承与创新方面的独特优势；同时，聚焦泉州与新加坡等国家在时尚领域的交流合作，探讨如何通过海上丝绸之路这一历史纽带，共同推动时尚产业的繁荣发展。

“深度剖析”B2B外贸独立站交流会举行

本报讯（记者 蔡明宣） 近日，由晋江市商务局指导、晋江跨境电商数字化服务中心主办的“深度剖析”B2B外贸独立站交流会在晋江举行。会议邀请相关行业专家，围绕企业难以实现预期盈利等问题进行剖析，吸引了20多家外贸企业积极参与。

会上，浙江国贸数字科技有限公司出海数字营销业务福建负责人施铮仪以“‘深度剖析’B2B外贸独立站”为主题，通过具体案例，为与会人员分析企业难以实现预期盈利的原因，并分享破解该堵点的相关办法和经验。

“随着全球化进程的加快和互联网的普及，外贸企业需要及时洞察最新的市场趋势，并根据市场需求灵活调整营销策略。”施铮仪分析了多渠道营销的重要性，提出通过谷歌广告、Facebook广告等付费广告，企业可以更加精准地触达潜在客户。同时，她表示，通过独立站进行长期布局，结合线上社交媒体的互动，能更有效地提升企业的品牌影响力和客户忠诚度。

交流会干货满满，让与会企业代表深入了解海外社媒获客的实战经验。在互动环节，企业代表积极提问，主讲嘉宾一一作答，现场氛围热烈。

泉州市巧晨贸易有限责任公司从事卫生用品的生产与销售。两年前，该公司从国内电商转战跨境电商，并通过Temu、Lazada等平台布局东南亚市场。“此次活动，我受益颇多，对海外独立站有了更多的了解。”该公司相关负责人王亚勇告诉记者，目前，该公司整体跨境业务销量稳中有升，“我们希望深入拓展东南亚市场，后续会尝试通过独立站进行私域引流与会员沉淀。”

龙湖市场监管所开展食品生产企业执行标准培训

本报讯（记者 施蓉蓉） 近日，晋江龙湖市场监管所开展辖区食品生产企业执行标准培训。

此次培训，执法人员深入讲解了食品生产企业执行标准的具体内容和要求，并通过实际案例分析，阐述不严格执行标准可能带来的严重后果，让参会人员深刻认识到执行标准的重要性和必要性；同时，执法人员还与企业代表深入交流生产中遇到的标准执行难题及解决方法。

下一步，该所将持续加大对食品生产企业执行标准的监管力度，为消费者提供放心安全的食品。

“清风晋江”文艺倡廉综合文艺展演走进磁灶

本报讯（记者 赖自煌） 昨晚，“清风晋江”文艺倡廉综合文艺展演活动在晋江市磁灶镇法治文化广场举办。

活动期间，来自晋江市青年艺术团、晋江市高甲柯派表演艺术中心、晋江市南音艺术团的文艺工作者，以及磁灶辖区校园文艺团体、优秀青年歌手等联袂奉献了一场精彩的演出。

舞台上，歌舞《一路清风》、高甲戏曲《知府义审》节选、课本舞《传承好家风》、舞蹈《一抹红》、掌中木偶《包拯拒馈端砚》节选、歌曲《勇立潮头晋江人》等精彩节目轮番登台，每个节目均紧扣廉洁主题。激昂的歌声，唱响了反腐倡廉的时代强音；灵动的舞蹈，演绎着根植于心的廉洁之美。

演出期间，主办方还开展了党纪知识有奖问答。

据介绍，晋江市策划开展“清风晋江”文艺倡廉综合文艺展演活动，旨在活化用好优秀传统文化廉洁基因，推进新时代廉洁文化建设，涵养一体推进“三不腐”文化底蕴，夯实党员干部清正廉洁思想根基。

此次活动由中共晋江市纪律检查委员会、晋江市监察委员会、晋江市文化体育和旅游局，以及磁灶镇党委、政府、新时代文明实践所共同主办，晋江市纪委监委驻市文体旅局纪检监察组、中共晋江市磁灶镇纪律检查委员会、磁灶镇社会事务文体服务科承办，晋江市文化馆、磁灶文旅协办。

分类广告 2024年11月13日 星期三 广告热线：13305077599 微信同号

声 明

晋江市内坑镇黎山村张坑三区58号村民姚定玉（已故），与晋江市公安局内坑派出所于2024年9月9日出具的户籍证明姚回玉为同一个人，特此证明“姚定玉”与“姚回玉”系同一个人，特此声明。

声明人：张文奖
2024年11月13日

声 明

福建省晋江市内坑镇山头111村礼达路6号村民姚建设（身份证号：350582195304282516），与晋江市公安局内坑派出所于2024年9月9日出具的户籍证明林建设、郑建设为同一个人，特此证明“姚建设”与“郑建设、林建设”系同一个人，特此声明。

声明人：姚建设
2024年11月13日

声 明

晋江市内坑镇山头村村民姚敏治（已故），与晋江市公安局内坑派出所于2024年9月9日出具的户籍证明姚淑治为同一个人，特此证明“姚敏治”与“姚淑治”系同一个人，特此声明。

声明人：姚加从
2024年11月13日

声 明

福建省晋江市内坑镇山头村仁和路1号村民姚乾宙（身份证号：350582195505312523），与晋江市公安局内坑派出所于2024年9月9日出具的户籍证明姚美玉为同一个人，特此证明“姚乾宙”与“姚美玉”系同一个人，特此声明。

声明人：姚乾宙
2024年11月13日