



JINJIANG ECONOMY NEWS

# 晋江经济报

印尼版

第8期

http://www.jjjb.com.cn

E-mail:jjb419@yahoo.cn

## 赖世贤:从中国走向世界 安踏永不止步

本报记者 柯国笠

10月,“2024 ESG全球领导者大会”在上海召开,吸引了ESG领域相关国际组织负责人、行业领军企业高管、诺贝尔奖获得者、国内外知名高校和商学院学者等全球数百位顶尖嘉宾参会。论坛上,安踏集团执行董事、联席CEO赖世贤分享了安踏集团可持续发展的实践经验。

赖世贤现任安踏集团执行董事、联席CEO。于2003年加入安踏集团的他,几乎经历了安踏历史上所有的“重大战役”,也见证了安踏的能力蜕变。他举手投足间的沉稳、坚韧,是安踏永不止步理念的另一种呈现。



### 筑基:从家族企业到上市公司

刚加入安踏集团时,赖世贤负责公司整体运营和行政管理。彼时的安踏还处于“初创”状态——没有成熟的发展战略,没有匹配的组织架构,绩效考核和企业文化更无从谈起。

2006年,安踏提出要上市,建立现代企业制度及体系就变得极为迫切。这个重任落在了赖世贤身上。他带领团队从零开始,搭建起公司第一套组织架构,成立法务、财务等支持部门,

推动运营正规化和系统化,落实明晰产权、明确权责和科学管理的理念。

2007年7月10日,安踏集团成功登陆香港联交所资本市场,较原计划提前了整整1年,融资超过35亿港元,创造当时中国体育用品行业市盈率及融资金额最高纪录。

向现代化企业治理结构转型,为安踏之后的快速发展和透明化管理奠定了基础。

### 并购:从单品牌到多品牌、全球化

安踏集团上市后,如何实现持续增长?董事会达成共识:启动多品牌发展的探索之路。以国际化、高端化、与安踏大众定位互补为目标,赖世贤与团队寻遍国际市场,发现了FILA。当时,这个意大利品牌在中国市场只有50家店铺,处于亏损状态。

在充分评估了品牌定位和风险后,2009年,在赖世贤的主导下,安踏集团成功收购了FILA在大中华区的商标拥有权,重新打造FILA品牌,确立了“时尚+运动”的商品定位和直营店铺的形态。

如今的FILA早已成为集团营收的两大支柱之一,营收超过了200亿元,被誉为中国乃至全球体育用品行业最成功的一个收并购运作案例。

除FILA外,2019年,安踏对

亚玛芬全球业务的收购,同样为人所津津乐道。那是中国体育用品行业史上最大的一笔跨国收购,也是安踏当前所有收购中“难度最大”“风险最高”的一次。时任安踏集团CFO的赖世贤展现出非凡的勇气和智慧。他提出组建财团联合收购,并主导推进。自此,安踏借由亚玛芬走向了国际市场,开启了全球化进程。

为了支持安踏集团的“多品牌”战略,收购FILA后,赖世贤便着手构建安踏可持续发展的供应链体系。通过优化战略布局、赋能合作伙伴等举措,逐步引导安踏供应链从成本导向向全价值链管理、从单一模式向服务多品牌的供应链平台转变,同步推进从产品开发、制造到交付的全价值链数字平台建设,为全球化布局打造强有力的后盾。

### 升维:从高速增长到高质量发展

除了商业上的成功,安踏集团也在推动社会价值升维。

2021年,安踏提出“五大共生价值”,正式推进ESG战略,确立了到2050年实现碳中和的总目标,并制定“1+3+5”的可持续战略目标。

赖世贤表示,目前,安踏集团已经建立非常完善的ESG战略执行体系,从战略、目标、组织,到资源、绩效、文化,形成了完整的ESG实践管理闭环。同时,安踏也肩负起了“链主”的责任与担当,已赋能和带动约140家核心合作伙伴参与产业链的绿色转型。

今年4月,“安踏0碳使命店”于上海开业,致力于从产品制造到终端营运全面实现减碳目标,与消费者产生价值共鸣。

作为集团可持续发展委员会主席,赖世贤推动了安踏从产品到门店、从生产到物流的全价值链绿色转型,初步成果已获得业界认可:MSCI ESG评级连升两级至BBB级;CDP气候变化绩效评级获B评级;成为列入“恒生可持续发展企业基准指数”的中国体育用品行业唯一代表。

在带领集团迈向高质量发展的路上,赖世贤还心系公益,积极投身慈善事业,履行社会责任。近年来,他的个人公益捐赠已超过1亿元,用于支持晋江市第一中学、晋江市实验小学提升教育质量,助力家乡教育发展。他参与发起的安踏茁壮成长公益计划,自2017年7月10日启动至今,已累计投入现金及装备超10亿元,覆盖了31个省级行政区17052所学校近729万名青少年。

“安踏能够走到今天,由晋江走向全国,由中国走向世界,离不开安踏人骨子里‘爱拼敢赢、不断超越自我、永不止步’的精神特质。这也是公司的企业文化,是最深厚的基石。”提到安踏文化,赖世贤如是说。而他自己,更是安踏文化最坚定的践行者、最有力的弘扬者。

### 《2024中国(大陆)体育城市指数》发布 晋江上榜30强 系中国唯一县级市

本报讯(记者 李诗怡)日前,第七届中国国际进口博览会(简称“进博会”)“体育+科创”主题研讨会在上海举行。会上发布了《2024中国(大陆)体育城市指数》,晋江榜上有名,排名第24,是前30名中唯一县级市。

作为体育之城,晋江举办过国际大体联足球世界杯、世界沙滩排球巡回赛、全国电竞大赛、晋江马拉松赛、“村BA”等一大批品牌赛事,着力以赛兴城、以赛促产、以赛惠民,打造了超2500亿元的体育产业,先后获评“国家体育产业基地”“全国体育先进市”“全国全民运动健身模范市”等。

### 前三季度 泉州对东盟进出口 同比增长10.4%

本报讯(记者 蔡明宣)近日,记者从泉州市商务局获悉,前三季度,泉州市外贸进出口2026.9亿元,同比增长12.1%,增速位列福建省第二、增量位列福建省第一。其中,出口1410.5亿元,同比增长10.6%;进口616.4亿元,同比增长15.8%。

一般贸易主导地位突出。前三季度,泉州市一般贸易进出口同比增长10.1%,占进出口总值76%;保税物流进出口同比增长3.6倍。

三大主要贸易伙伴保持稳健增长。前三季度,泉州市对东盟、美国、欧盟进出口同比分别增长10.4%、19.3%、13.5%;拓展共建“一带一路”国家市场和RCEP区域大市场成效明显,同比分别增长12.2%、5.5%。

### 拓展国际市场 晋江泳装企业亮相广交会



本报讯(记者 施珊妹)近日,第136届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)落幕。本届广交会,全球采购商云聚,吸引了晋江泳装企业抱团参展,带来众多高品质、多样化的产品,全面展示晋江制造的强劲实力和创新能力。