横跨4300多公里的爱心接力

——安踏集团驰援西藏日喀则定日县地震灾区纪实

本报记者 柯国笠

“全部送到了！”

12日上午，专车司机从海拔4000多米的高原传回了好消息——安踏集团驰援西藏日喀则地震灾区的1000万元御寒爱心物资全部送抵定日县。

时间回拨到1月7日那一天，西藏日喀则发生地震后的第一时间，安踏集团率先对外宣布，向西藏受灾地区捐赠御寒物资。

灾情就是号令。一场与时间赛跑的爱心接力在安踏集团内加速。

从确定货品，到整理质检分拣，经由货运、空运，再由专车转运……从海滨之城泉州到世界屋脊西藏，横跨4300多公里，首批爱心物资历经36个小时物流轮转，率先送抵。

安踏人跑出了驰援灾区的“安踏速度”！

快点，再快点！

7日上午9时许，打完上班卡，安踏集团事务部企业社会责任经理官紫依打开电脑，电脑界面就弹出了西藏自治区日喀则市定日县发生地震的消息。

“当时的第一反应就是，要做好捐赠的准备。只等集团一声令下。”官紫依说，这已经是一种“默契”，“因为以往遇到这种突发情况的时候，安踏集团都会率先反应。”

“定日县现在进得去吗？”在钉钉工作群上，安踏集团物流运营客服经理黄鑫鑫一早就收到了同事发来的消息。看到新闻的他和同事们也有同样的“默契”，“我们都知道，所以提前做好了战斗的准备。”

果然，地震发生三小时后，安踏集团的决策层就确定要向西藏受灾地区捐赠物资。官紫依所在的日常公益项目群也被改成了“西藏定日地震捐赠”。安踏集团董事局主席丁世忠亲自带头成立的公益项目组也随即成立。

一场与时间的赛跑拉开了序幕。

当天下午5时30分左右，安踏集团副总裁李玲在朋友圈发出了“安踏集团捐赠1000万元御寒物资驰援西藏地震灾区”的消息，率先对外发声。

一呼百应，兄弟企业捐赠的消息接踵而至。

“要快！”“今天一定要发出去！”“空运过去，这件事要加急！”——8日早上7时许，丁世忠就在“西藏定日地震捐赠”微信群里催促着。

刚刚度过紧张一夜的公益项目组负责人随即汇报了驰援物资的安排日程和路线。

早在7日晚上，这个项目迅速在安踏集团内部上升到了最优先级别。“公司内部率先启动了绿色通道，集团下发指令必须最短时间内送往灾区。”官紫依说。

“量多少？要什么时候送到？”“越快越好！”

地震灾情出现的时候，往拉萨机场的运力资源变得紧张。

“我们让顺丰明确时间点。沟通仓库把货准备出来。说实话，这么多次捐赠，这次的时间是最紧张、最迅速的。我们从集合物资到仓库分拣再到出货运输、转运送抵，每个节点都掐得死死的，一环紧扣一环。”黄鑫鑫说，如果按照以往的捐赠物资物流流程，都要走货运而不是更快的空运，从下决定到送达一般也要一周。

但这次，“级别已经拉到了最高级”，时间并不充裕。

和时间赛跑成了所有参与此次驰援公益的安踏人的共同状态。

“快点，再快点。”官紫依说，这是大家心里共同的声音。

克服困难 创最快纪录

8日上午11时，当捐赠物资明细到达物流仓时，留给安踏集团物流订单计划高级专员王宝珠和她的同事们的操作时间仅剩2个小时。

“第一批货物1800多件，要分拣、质检、装箱、装车后再拉到厦门，从那里飞。如果我们这边慢一点，就赶不上飞机了。”王宝珠想起8日那天的争分夺秒，仍历历在目。

为了完成这个任务，一线物流人员早早就暂停了其他物流作业，并牺牲了中午吃饭的时间。

计划却总赶不上变化。由于捐赠物资数量太多，原本既定的从四川中转拉萨的飞机舱位不足，有部分物资只能被迫另找“出路”。

“当时就一个信念，像是一个使命感，要把第一批货物全部一次性送到位。”黄鑫鑫说，这时，第一时间就与此次物流承运方顺丰公司方面建立的专项沟通群发挥了作用。

“同一天从厦门飞重庆的航班有一班还有舱位！”——群里传来了好消息。

安踏集团物流方面随即决定，首批物资中剩下的物资走重庆航班，再转运到成都，一起登上去拉萨的航班，实现首批货物同期抵达。

为了保障首批物资同步到达，让更多受灾群众穿上御寒服装，安踏集团专门安排了专人跟踪物流到拉萨，确保首批转飞重庆线路的物资能够成功对接转运成都。

从7日上午9时许地震，到8日晚上9时历经36个小时，1800多件、近400箱首批货品全部在厦门机场集结完毕；从厦门机场正式起飞，途经四川落地拉萨，再由专车跋涉500多公里，又一个36个小时，安踏的爱心物资正式交付给定日县相关部门。

“安踏人又一次创下了公益驰援速度的新纪录。”官紫依说。

黄鑫鑫说，“无论是我们安踏自己，还是承运的合作伙伴，大家好像都有一股使命感，催着我们再快一点。”

“共生价值”深入“我”心

“还缺吗？我们品牌可以再出一些物资。”尽管最后一批物资已经踏上了送往西藏的飞机，但官紫依仍然在工作群里收到来自其他品牌同事物资捐赠的追问。

“最开始是安踏和FILA两个品牌，后面安踏儿童也加入进来。”官紫依告诉记者，捐赠的物资多是冬季热销的羽绒服、防风衣等御寒衣物，“产品多是不愁销的应季款。”

按照安踏集团董事局主席丁世忠定下的标准，捐赠的物资必须是“可以在门店销售”的级别，保障质量的同时，还需要适合前方需求，不造成浪费，最重要的是要“保证前方用得上”。

棉羽产品成为首选项，也是必选项。

参与货品统筹的安踏儿童销售订单高级专员吴嘉烨告诉记者，“根据前方提供的需求数量，我们最开始盘点了一些还没上架的仓库货品，发现缺口60%以上。后面，我们紧急下架了电商平台的一些产品。电商部门的同事都积极响应。我们很快就凑到了足够数量的产品。”

每年冬季，棉羽产品就会迎来市场走俏，这也是品牌冲刺一年利润的关键期。

吴嘉烨说，“虽然这些儿童棉羽产品在平台上很畅销，但是地震受灾群众的需求更大，所以我们第一时间就拍板决定，把电商上架的货品调过来给灾区，让那边的小朋友穿得暖一些。”

吴嘉烨与定日县早有“照面”。原来，她去珠峰的旅途中，曾到过定日县。“那里的人们很质朴，小孩子很纯净。我还记得。”

令人备受感动的还有此次物流供应商的工作人员。“他们最开始知道安踏要送御寒物资到西藏，就表示愿意免费给我们拉过去。”黄鑫鑫已经是十几年的安踏老员工，早已在公益捐赠的物流保障上见过许多感人的细节，但说起这段插曲十分感慨。

使命必达。他说，“大家接到这次驰援的任务后，好像考虑的不是钱的问题，而是有一种不约而同、油然而生的使命感，是‘大家都是中国人，一方有难八方支援’的共同信念。”

安踏集团“与社会共生”的价值润入人心。

王宝珠在安踏有11年了。她亲身感受着安踏的变化。“获得感。”说起这次驰援震区的感受，王宝珠脱口而出，“虽然不是我们自己交到对方手上，但是特别有获得感。因为这件事我参与了。”

她说，最开始的时候，自己和公益活动没有太多近距离的接触。但是近年来集团公司开展了许多公益活动，“让我有了更多机会接触公益，也有了渠道去做这些事情”。2021年，河南特大暴雨灾害发生时候，除了参与集团捐赠物资的保障工作，王宝珠还自己掏腰包捐赠。“以前不会有这种想法。”王宝珠说。

据了解，截至2024年底，安踏集团及和敏基金会的慈善公益捐赠近27亿元，涉及包括灾难援助在内的扶危助困、医疗救助、体育教育、社区关爱、环境保护等方面。

“我们部门一直在推动集团公益事项。实际上，一些日常活动都会招募志愿者，可能我们还没正式发布，名都报完了。很多员工通过自己的岗位，把自己的爱心贡献出去。”官紫依说起这些，有些自豪，“集团提出了‘共生价值’理念，越来越多好的改变正在发生。”

倒计时30天 361° 发布 “热雪开动”亚冬新主张

本报讯 （记者 柯雅雅） 1月8日，在2025年哈尔滨亚冬会倒计时30天之际，本届亚冬会官方合作伙伴361°发布“热雪开动”亚冬新主张。该主张以361°品牌精神“多一度热爱”为内核，唤醒人们内心深处对冰雪运动的热情，意在让每一位参与者都能真切地感受到冰雪运动带来的活力与激情。

作为此次哈尔滨亚冬会的官方合作伙伴，361°不仅为火炬手、护跑手、志愿者等工作人员提供了专业的运动装备，还特别推出了围绕亚冬会精心设计的综训系列产品。据悉，其设计灵感源自亚冬会色彩系统，采用优质面料并应用“粒子热效”等核心科技，为冰雪运动爱好者提供更优质的运动体验。

近期，361°还在松花江冰雪嘉年华园区打造“热雪开动”主题快闪店，以“热雪”为创意构建出一座大型堡垒，为消费者带来了沉浸式的冰雪体验。361°希望通过线下活动搭建起冰雪运动与大众之间的情感桥梁，鼓励更多人积极参与到冰雪运动中来，同时也助力冰雪文化的普及与推广。

361°方面表示，随着哈尔滨亚冬会的临近，大众对赛事越发期待。361°将继续发挥其在冰雪运动领域的专业优势，为赛事的顺利举办提供全方位支持，并与哈尔滨当地政府展开持续紧密的合作，积极推广冰雪文化运动，共同助力这场亚冬体育盛会的圆满举行，为进一步带动“三亿人参与冰雪运动”贡献力量。

携手中国奥委会 安踏发布亚冬会 中国体育代表团领奖装备

本报讯（记者 柯国笠） 哈尔滨亚洲冬季运动会（以下简称“亚冬会”）即将到来。日前，安踏携手中国奥委会，正式发布第九届亚冬会中国体育代表团领奖装备。

仪式现场，国家体育总局体育器材装备中心主任于建勇、安踏品牌副总裁朱晨晔进行了领奖服交接。北京冬奥会冠军徐梦桃，中国短道速滑运动员刘冠逸、臧一泽，中国速度滑冰运动员阿合娜尔·阿达克、都浩楠，通过走秀共同展示了本届亚冬会中国体育代表团领奖装备。同步展示的还有应用国家队“同款”科技的大众运动装备，以及为冰雪运动爱好者提供的国家队级别专业运动产品。

哈尔滨亚冬会是北京冬奥会之后中国举办的又一重大综合性国际冰雪盛会。据悉，安踏在本届亚冬会室内、室外领奖服上采用中国自主研发科技，设计融合东方美学。其中，室内领奖服搭载了高性能防水透湿材料“安踏膜Aerovent”，具有防风防水、透湿干爽的专业性能，保证运动员舒适的穿着体验；室外领奖服则搭载了“微气候”调节系统，其内衬应用“热力洋流”科技，能够储存热量并进行热能传导，确保运动员在室外环境中依旧保暖舒适。

在设计上，服饰以“冰雪浪漫”为主题，将红色雪花图案印制在色块之上，传达出本届亚冬会中国健儿凌霜傲雪的必胜决心。

此外，本届亚冬会领奖鞋采用红白金国家队专属配色，并呈现雪花样式纹理，与领奖服的设计理念相得益彰，且可应对冰雪场景下的各种复杂路况，保证运动员长久穿着依旧舒适。

除了领奖装备，安踏还为本届亚冬会6个大项、11个分项的7支中国国家队提供比赛装备，是支持中国国家队最多的体育品牌。

恒安集团获授 “医护级卫生用品生产示范基地”

本报讯（记者 柯国笠） 日前，恒安集团在位于晋江市内坑镇的生产基地（即福建恒安家庭生活用品有限公司）举行“医护级卫生用品生产示范基地”授牌仪式。

据悉，2024年12月底，福建恒安家庭生活用品有限公司通过了《医护级产品示范工厂评价标准》严格规定的51项条款要求，被评为“5A级医护级卫生用品生产示范基地”。

中卫安（北京）认证中心主任徐维表示，恒安集团获此殊荣，是与恒安长期坚持质量第一、信用至上的高标准、严要求，以及坚持用标准引领，不断加强标准化、标准体系化建设等分不开。

恒安集团质量管理部总监罗概表示，此次获评“5A级医护级卫生用品生产示范基地”，标志着恒安集团在行业内的领先地位得到了进一步的认可，也为公司未来的发展注入了强大的动力。对恒安集团有着重要意义。“我们将以此为契机，进一步加强内部管理，优化资源配置，提升团队素质，努力将示范基地打造成为行业的新标杆。同时，我们也将积极发挥示范基地的引领作用，带动更多的企业共同发展，为推动行业的繁荣进步贡献力量。”

七匹狼获评 “泉州市文化产业示范基地”

本报讯（记者 施珊妹） 近日，泉州市文化广电和旅游局公布新一批泉州市文化产业示范基地名单，福建七匹狼实业股份有限公司入选。

作为中国时尚男装领导品牌之一，近年来，晋江企业七匹狼斥资近2亿元让老厂房焕然一新。以文化赋能产业、产业传承文化，七匹狼走出了一条文化、旅游与产业共融共生的发展路径。

据悉，目前，升级后的七匹狼工业园成为依托七匹狼品牌发源地和生产基地而打造的、以男装博物馆为核心的工业园区。该园区涵盖旅游观光、科普研学、主题培训、红色党建、智能制造等多元功能于一体。游客在这里可以回溯数百年的中国男装潮流变迁史，了解七匹狼品牌“狼文化”的丰富内涵，近距离感受爱拼敢赢的晋江精神和“一针一线，精益求精”的织造魅力。

自2012年对外开放以来，七匹狼博物馆先后荣获国家“AAA”级旅游景区、国家工业旅游示范单位、国家工业旅游创新单位、福建省中小学生研学教育实践基地等荣誉称号。