安踏集团董事局主席丁世忠：

站在未来看现在 站在全球看安踏

本报记者 柯国笠

昨日，以“打胜仗·做世界的安踏”为主题的安踏集团2024年度总结会在晋江ANTA982中心召开。会上，安踏集团董事局主席丁世忠发表《打造极致好商品 持续打胜仗》主题演讲。他表示，要用极致好商品持续打胜仗，坚持铁军精神与文化，为全世界的消费者做“好的”和“对的”商品，才能实现从“中国的安踏”到“世界的安踏”跨越。

作为国内体育行业龙头，当前，安踏集团在中国市场已经实现了对耐克、阿迪达斯两大国际品牌的领先。近几年，安踏不断强化三大能力——多品牌协同管理能力、多品牌零售运营能力、全球化运营与资源布局能力。过去一年，国际化是安踏集团发展的主旋律之一。

但世界上有这么多优秀品牌，世界的消费者为什么需要安踏，以及安踏集团旗下其他品牌？

丁世忠在这场演讲中给出了答案。

回答好“世界为什么需要安踏”

丁世忠说，过去一年的时间里，他基本上每天都在研究消费者、商品、全球各种品牌，得出一个核心结论——“好商品”才是品牌的核心、企业增长的动力，有“好商品”才有“好品牌”。

所以，回答“世界为什么需要安踏”，“好商品”才是答案。

丁世忠说，过去几十年，从批发市场到百货公司、购物中心，从互联网电商到AI时代……商业渠道形态几度变迁，变的是商业模式，不变的是“好商品”。“好商品”是“打胜仗”的基础，更是推动行业进步的关键。

去年，丁世忠就提出，品牌要做“对的”“好的”“占据消费者心智”的商品。原因在于，当下的体育用品行业正走向消费分层、心智品类赛道竞争、渠道分化。为此，安踏集团打造各自差异化定位的多品牌矩阵，聚焦心智品类建设，为消费者提供多元化的商品和服务。

什么才是真正的“好商品”？

丁世忠给出了自己的标准——顾客爱不爱、员工认不认、对手恨不恨。其中，“顾客爱不爱”指向消费者认同；“员工认不认”指向内部认同；“对手恨不恨”指向对外竞争力。

卷“价格”不如卷“价值”

光有“好商品”还不够。丁世忠认为，“超级商品”必须有“超级故事”。

他回忆道，去三星堆博物馆参观时，当地讲解员告诉他，每个文物刚出土时不知道价值有多高，但文物专家经过考古研究，给每个文物赋予了一个故事，这就定义了它的“价值”。

好品牌还在于好商品，在于讲好商品的好故事。丁世忠认为，好品牌比的不是门店开得多、商品SKU铺得多，而是要有“好商品”“好爆品”“好店效”。

打造“好商品”，创新是核心。去年，安踏集团作为主要发起方，牵头成立了体育用品产业创新联合体，整合全球顶级创新资源，搭建“超一流”的开放式创新网络，为持续产出“好商品”赋能，将技术创新转化为商业成功。

丁世忠说，安踏不怕“卷”，“卷”不一定是坏事。只要坚持做好商品，就能无惧挑战。单纯“卷”价格而不“卷”价值，不“卷”综合能力、创新力，最终都是死路；要通过创新去创造差异化的消费者价值，好的商品都是价值向上“卷”。

“爆品”思维 驱动出海“增长”

从2005年丁世忠提出“不做中国的耐克，要做世界的安踏”，至今已整整20年。如今，安踏从晋江走向世界。

丁世忠说，今天安踏要出海，如果没有差异化的商品，就没有机会。“好商品”“好爆品”不用推广，自带流量。

丁世忠表示，必须建立以消费者需求为核心、以商品为重心的商业模式和组织模式，在资源投入上向提升商品能力倾斜，靠优质商品满足全球市场。

“增长”是企业唯一有竞争力的文化，而“爆品”是驱动增长的最重要因素。丁世忠表示，优秀的干部要说到做到，要有打爆单品的企图心和“爆品思维”，实现有效益的增长。

坚定信心 站在全球看安踏

这几年外部环境的挑战很多，有很多不确定性，有人开始没信心、躺平、观望、不作为。

丁世忠认为，如果企业在经历大周期的动荡时还能持续发展，才是真正的竞争力，越有挑战越会诞生新的机会，出现一批优秀的企业和人才，逆境比顺境更能激励优秀的企业和人才去创造历史。

为此，他提出“五个坚定”：坚定信心、坚定组织、坚定投资未来、坚定做好商品、坚定“安踏精神”和以结果为导向的“铁军文化”。

丁世忠说，全球经济不确定的环境下，运动鞋服行业增长速度依然跑赢消费大盘，展现出强大的韧性和增长潜力。作为世界上最大的单一市场，中国依然拥有全球最好的机会，一定会诞生更多世界级的企业。

丁世忠提出，要站在未来看现在，站在全球看安踏。新的一年，安踏集团要用极致的超级好商品持续打胜仗，为全世界的消费者做“好的”和“对的”商品，实现“中国的安踏”向“世界的安踏”跨越。

2024年第四季度“LILANZ”品牌营收同比取得中单位数增长

本报讯（记者 施珊妹）近日，中国利郎有限公司发布公告称，2024年第四季度，“LILANZ”产品的零售金额（按零售价值计算）与2023年同期比较取得中单位数增长。

2024年全年，“LILANZ”产品的零售金额（按零售价值计算）与2023年同期比较取得中单位数增长。

李宁成2025—2028年中国奥委会合作伙伴

本报讯（记者 柯国笠）昨日，国内体育品牌李宁发布消息，正式宣告其成为2025—2028年中国奥委会及中国体育代表团官方体育服装合作伙伴。

资料显示，李宁曾经是中国奥委会长达12年的合作方。2008年北京奥运会上，李宁品牌创始人李宁手持奥运火炬奔跑在鸟巢上空，将李宁的品牌曝光度带到了新的高度。

但在2009年6月，安踏取代李宁成为中国奥委会合作伙伴，并一直合作16年，直到2024年。

如今，李宁重新牵手中国奥委会。

晋江经济开发区举办人才新春养生游园活动

本报讯（记者 许春）近日，“灵蛇献瑞映经开·新春盛宴聚英才”晋江经济开发区人才新春养生游园活动，在晋江市三创园热闹开展，吸引近百名开发区干部职工、园区企业人才参加。

当天下午3点，活动在热闹、喜庆的气氛中拉开序幕。简单易学、节奏明快的养生操迅速点燃了大家的参与热情。

“新年滚滚乐”、“福球迎新岁”、手工做艾锤……参与者们穿梭在各个游戏区域，感受游戏的乐趣和竞争的激情。现场不时爆发出热烈的掌声和欢笑声，氛围热烈而温馨。

“今天的活动很养生、很特别，也很有趣。”企业自主认定人才、恒毅机械公司党支部书记、项目经理李小兰笑着说，在老师的指导下，她动手缝制了中药香囊，体验了DIY的乐趣。“在活动中，大家放松了身心，缓解了日常工作的压力。”李小兰说。

活动现场设置了养生茶饮、小食，参与者们还可体验中医推拿等，全方位感受养生文化的魅力，共享休闲美好时光。当天，专业中医师也在现场提供问诊服务，传授养生方式方法，让大家受益匪浅。

“这次活动的举办，旨在丰富园区人才的精神文化生活，增进人才之间的互动交流，同时，进一步增强各类人才对开发区的认同感、融入感和归属感。”晋江经济开发区管委会相关负责人表示，下一步，晋江经济开发区将进一步营造爱才、惜才、敬才的良好氛围，为人才提供更好的发展平台和更愉悦的工作生活环境，服务好人才发展，为园区高质量发展凝聚更多人才智慧。

行业领先

盼盼食品集团获“清洁标签”认证

本报讯（记者 蔡明宣）昨日上午，“全国首家CQM清洁标签产品认证”证书发证仪式在盼盼食品晋江经济开发区（五里园）工厂举行，盼盼食品旗下产品“领鲜印尼鲜虾肉片”获得“清洁标签”认证证书。这也是国内专业认证机构方圆认证在全国范围内开展的首个食品行业“清洁标签”认证。

业内人士指出，当前，随着消费者健康意识逐渐增强，食品的配料表和营养标签愈发受关注，消费者更愿意选择具有“清洁标签”特征的产品。获得该认证意味着认证产品在添加剂、防腐剂、人工色素、人工香料等方面比市场上同类产品更少添加或不添加，将成为更多消费者的优先选择。

此次获得“清洁标签”认证的“领鲜印尼鲜虾肉片”也符合当下的消费趋势。据悉，依托盼盼食品成熟完善的原材料供应链，领鲜鲜虾肉片选用印尼进口鲜虾作为原料，去头去壳去虾线，拒绝虾粉，同时，添加优质木薯淀粉和新鲜鸡蛋，配料表仅有7种配料，精心配比、简单配料。

CQM认证机构方圆农食福建公司总经理覃君表示：“盼盼食品集团通过其创新和承诺，展现了企业在大健康食品领域的积极行动。我们很高兴能将清洁标签授予这样的企业，以表彰其在产品研发领域的贡献。”

“获得方圆首个食品行业‘清洁标签’认证，我们感到无比自豪。这既是对盼盼产品和生产流程的认可，更是对盼盼食品坚持绿色可持续发展的肯定。”盼盼食品相关负责人表示。

上述负责人表示，接下来，企业将在“领鲜印尼鲜虾肉片”的所有包装上贴上“清洁标签”，向消费者展示盼盼在产品配方上的优势和差异化。此外，盼盼食品还将把“清洁标签”认证作为未来产品开发和创新的重要方向，计划在未来几年内，进一步扩大相关产品的研发和生产线。

深入年轻群体 激发品牌共鸣

利郎LESS IS MORE打出营销组合拳

本报记者 施珊妹

随着新生代群体需求更迭和商务男装不断进化，年轻一代崇尚轻松自在、个性松弛的穿搭观念，同时也更多地关注服装背后所承载的文化和情感价值。如何获得年轻群体的认同，成为国产男装品牌共同面对的时代命题。

近年来，在品牌年轻化这一“秀场”上，利郎LESS IS MORE从青年共创、高校课堂、圈层共融等不同场景全面发力，邀约百万学子打出营销组合拳。

创意为媒 青年共创焕新认知

利郎LESS IS MORE时刻关注年轻人的动态化穿搭需求，将设计哲学深植于“商务年轻化”的理念之中。2024年，以“青年商务 本该轻松”为题，利郎LESS IS MORE面向全国高校学子发起创意征集，借助青春力量焕新态度表达，助力未来职场青年轻松驾驭多重身份，秀出青年商务新主张。

在历时半年的共创行动中，利郎LESS IS MORE收获来自全国高校学子的5883组创意佳作，覆盖平面广告、短视频、营销策划、广告文案等四大赛道。

深入校园 场景对话培育未来

大学作为步入职场的最后一站，是品牌培育年轻用户、推动创新升级的战略高地。大学学子对新事物极高的接受度和不错的消费力，为品牌提供了巨大的潜在客户基础。

2024年秋天，利郎LESS IS MORE深入郑州大学、河南工业大学、陕西科技大学、西安工商学院、郑州美术学院等五所高校，与1300多名学子深入互动，率先布局校园市场全新业态，为青年商务穿搭带来新的理念与可能。

大学阶段是建立品牌认知的重要时期。利郎LESS IS MORE品牌代表走进大学课堂，与高校学子一同探寻未来职场穿搭新范式，现场气氛热烈。

深入真实校园场景，营造轻松穿搭新阵地，利郎LESS IS MORE品牌还设置专属互动区。该互动区整体轻松简约，带来的超绝松弛感与大学生一拍即合，吸引无数学子热情打卡。该品牌通过真实体验和场景沉浸，撬动青年群体情绪价值，打造品牌与年轻消费者之间的共同记忆。

“联动+转化”链路促成破圈裂变

当下，不少大学生热衷于通过社交平台向外界表达自我，也更愿意从自己的社交圈中获取有价值的信息。

2024年，来自149所高校的230多名青年学子官宣成为利郎LESS IS MORE品牌校园大使。他们通过分享年轻人的生活方式、消费习惯与情感共鸣，共同打造该品牌线上内容。

通过参与品牌活动、分享品牌内容、传递全新穿搭理念等系列行动，利郎LESS IS MORE品牌校园大使共创传播内容2000多条，覆盖小红书、微博、微信等社交平台，“热梗”频出，话题不断。以品牌校园大使为中心，该品牌真实走进年轻人的社交圈，不断深化利郎LESS IS MORE品牌影响力。

一场青春大秀，年轻人是不变的“主角”。2024年12月，利郎LESS IS MORE亮相2024秋季青春盛典，向大众展现了年轻一代独有的美学灵感，更以其独特的设计理念和前瞻性的市场洞察，抢占年轻消费者市场。

既面向市场，也面向自我革新，利郎LESS IS MORE在品牌年轻化的积极求变中不断注入全新活力。利郎LESS IS MORE品牌方面表示，未来，还将持续与青年学子一道，激发更多创意火花。

鞋都电商城举行2024年年终总结暨2025年工作规划大会

本报讯（记者 施珊妹）日前，中国晋江鞋都电商城举办2024年年终总结暨2025年工作规划大会。该公司全体员工回顾过去一年的工作历程，总结经验教训，同时展望2025年发展蓝图，为新一年的工作明确方向。

会上，各部门代表依次进行总结发言，通过工作成果统计、工作不足及反思、工作针对性调整几个板块，对2024年的工作进行全面总结；同时，各部门通过深入剖析工作中存在的问题与挑战，提出了切实可行的2025年工作计划和目标。

随后，中国晋江鞋都电商城董事总经理陈建恩进行总结发言。他对各部门在2024年的工作给予了充分肯定，同时对存在的问题提出了针对性指导意见，并制定2025年整体工作计划，明确发展目标和重点任务。

陈建恩表示，“要‘不忘出身，牢记本分’，在运营、服务、发展上不能忘本，记住‘从哪里来’。大家不能因为一点小成绩沾沾自喜，要始终保持‘平常心’，踏实做事，用心发展。以后的路还有很长很长，要踏实安定，做好本分，做好服务。”

中国晋江鞋都电商城总经理苏燕华表示：“要提高主动性，用心听取商户的声音。帮助商户解决他们的切实需求，是做好服务的关键。”

总结会上，该公司还为全体工作人员送上新春礼包。

中国晋江鞋都电商城方面表示，此次年终总结大会，既是对过去一年工作的全面总结，也是为新一年工作吹响冲锋号角。新的一年里，中国晋江鞋都电商城全体员工将以更加饱满的热情、更加坚定的信心，携手奋进，砥砺前行，共同谱写发展新篇章，向着更高的目标迈进。

加“数”前进 “益”企发展

晋江经济开发区举行中小企业数字化转型试点城市推介会

本报讯（记者 王昆火 许春）14日上午，晋江经济开发区中小企业数字化转型试点城市推介会在三创园路演大厅举行。活动吸引30多家园区企业代表参加。

现场，受邀专家向与会人员解读了泉州入选中小企业数字化转型城市试点的工作背景、工作目标和政策内容，特别是推动试点企业数字化转型、技术创新能力提升等与企业息息相关的内容，引起与会人员广泛关注。

据悉，2024年6月，财政部、工业和信息化部开展第二批中小企业数字化转型城市试点遴选，泉州市成功入选。去年底，泉州市印发出台《泉州市推动中小企业数字化转型试点城市工作若干措施》，有力支持试点企业数字化转型、标杆项目培育、人工智能应用、创新力提升等。

不只有政策解读的干货，活动现场，福建海峡银行、泉州银行、晋江农商银行的工作人员，先后向与会园区企业代表推介企业数字化转型专项金融服务产品，更好助力中小企业加快数字化转型升级的步伐。

在随后的签约环节，蜡笔小新食品、润邦鞋业、成达齿轮与晋江数产公司，爱乡亲食品与中国移动，渔家翁食品与中国联通，长立体育与中国电信等，就加快企业数字化转型、推动产业升级签署合作协议。

活动后，与会人员还参观了晋江经济开发区数字化转型促进中心。

“这次活动的举办，旨在帮助企业更好了解泉州市入选中小企业数字化转型试点城市所带来的政策利好和发展机遇。”晋江经济开发区管委会相关负责人表示。

中小企业数字化转型是提升产业竞争力、实现高质量发展的关键所在。2024年，聚焦“数转智改”，晋江经济开发区累计为400多家企业提供数字化解决方案；实施71个“数转智改”项目，新增上云企业155家，新增省级以上智能智造试点示范企业18家。信泰科技、华宇织造、361°、凤竹纺织入选工信部2024年物联网赋能行业发展典型案例。在工信部2024年“数字三品”应用场景典型案例中，开发区4家企业上榜。此外，福建盼盼饮料有限公司“5G数智食工坊创新应用”项目入选2024年实数融合典型案例。华宇织造有限公司荣获国家卓越级智能工厂。

下一步，晋江经济开发区将进一步强化政策支持和服务保障，以数转中心、晋数联工业互联网平台为“窗口”，以产教融合基地为“纽带”，加速构建具有晋江特色的数字化生态体系，全面推进企业、行业加快“数转智改”步伐，加快发展新质生产力。