

晋品出海者说

开栏语:海阔潮涌处,晋品正扬帆。作为“品牌之都”,晋江企业以敢拼善创的姿态勇立潮头,在世界舞台大放异彩、频频“出圈”。即日起,本报推出“晋品出海者说”专栏,解码晋江企业突围国际市场的巧思妙策,讲述“晋江制造”走向世界的奋进故事。

全产业链布局

七彩狐业绩连续30年持续增长

本报记者 施珊妹 丘天

近日,记者走进晋江七彩狐服装织造有限公司生产车间,映入眼帘的是一片繁忙而有序的生产景象。伴随着机器的轰鸣,智能化经编机、整经机等设备高效精准地运转;成衣生产线上,员工正如火如荼地赶制来自南半球的订单。

在北半球的冬天打开南半球市场,淡季便不淡了。这不仅七彩狐的经营策略,更是其业绩30年来持续增长的秘密。

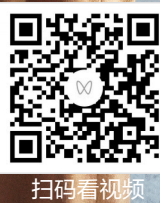
“做生意不怕折,就怕歇。泳装企业最怕的就是淡季。”七彩狐副总经理洪静怡告诉记者,南北半球订单互补,能够弥补周期性需求不足。去年,该公司向南非出口的泳装、瑜伽服就达200万件,价值800多万美元。

近年来,全民健身热潮兴起,七彩狐敏锐地捕捉到市场变化,及时调整产品结构,拓宽品类。“不能只做泳装。”洪静怡说,瑜伽服、健身服、骑行服、潜水服等运动服饰需求日益增加,而这些服饰的布料与泳装相似,七彩狐具有天然优势。因此,该公司早在多年前开始苦练内功,在提升竞争力的同时,瞄准新增长点进行转型。

凸显身材的巴西泳装、保守的英伦风泳装、收腹的妈咪装、时尚的瑜伽服、休闲的沙灘褲……在七彩狐“地球村”展厅,琳琅满目的产品正是该公司深耕产业的缩影。七彩狐用不同特色和文化元素的产品,丈量出一个全球的业务版图。

除了横向拓宽产品线,七彩狐还在纵向布局上下足工夫。经编、纬编、衣架、彩印、胶带、橡皮、商标吊牌、档贴、纸箱、成衣……30年的沉淀里,七彩狐已将经营范围延伸至全产业链。

“全产业链工厂是我们最大的优势,企业借此可以有效控制成本,灵活把握交期。”洪静怡告诉记者,如果不打造全产业链,企业将面辅料外发



扫码看视频

给其他厂家生产,还会面临与其他企业排队生产的被动局面。

不仅如此,健全的产业链对于客户验厂和原材料把关都有着极大的促进作用。“简单来说,如果我们和多家企业合作,客户得到各个公司验厂,非常麻烦。而全部由自己来做,

不但可以实现更规范、高效的生产流程,还能掌握更大的利润空间。”洪静怡说。

得益于全产业链的深度布局,七彩狐与客户的合作更加紧密。该公司不再是零散接单,而是更有竞争力地与客户资源合作,实现“双赢”。

在洪静怡看来,服务外贸客户,细节尤为关键。为了更好地服务客户,七彩狐内部成立了13个业务组,每组各司其职,精准捕捉和了解客户的需求。因此,七彩狐得以与全球五大洲客户深度捆绑。

育英服装与国际巨头「掰手腕」打破技术垄断

本报记者 施珊妹 丘天



扫码看视频

“美利奴羊毛T恤大货刚发出,日本客户又下单了500万件。”昨日,记者来到泉州育英服装有限公司时,该公司总经理陈起评刚从河南出差回来,次日又将启程前往洛杉矶,十分繁忙。

“近年来,这款美利奴羊毛产品的业务增长势头喜人,欧美、日本等地客户纷纷下单,多数客户的订单量实现每年100%的增长。”陈起评告诉记者,该款产品的火爆,让他深刻体会到“柳暗花明又一村”的喜悦。

事情要从2018年说起。彼时,作为一家拥有28年历史的老牌外贸企业,育英服装在原有棉服、羽绒服等产品满负荷生产的情况下,突然决定另辟蹊径,斥资投入全新项目。

“当时,有一名外贸客户问我不能做美利奴羊毛面料的服装。我对这种产品不了解,但留下了印象。不久后,我到国外走访市场,发现相关产品售价极高,便决定自主研发试试。”彼时的陈起评认为,产品能够卖出好价格,意味着有市场前景。

凭着直觉,育英服装开启了无止境的研发之旅。

“以前,这项面料工艺只掌握在意大利等欧洲厂商手里。为了缩小与国外的技术差距,我们投入了大量资源砸技术、搞研发,历经无数次试错、交了许多学费以后,终于成功了。”陈起评告诉记者,在研发过程中,美利奴羊毛面料的耐磨性、延伸性、克重变化等性能指标稍有变化,都会影响产品的最终效果。历经三年的不懈努力,育英服装最终取得

工艺上的突破。

“羊毛户外运动系列产品能够调节体感温度。当身体有热量时,它的散气性能很好,不会闷热;人体冷的时候,它又兼具保暖功能。与此同时,它还具有其他纤维达不到的强吸湿性。”陈起评介绍,这一面料制作而成的服装,兼具保暖与轻薄透气的特性,是冬季运动人士的专业“保暖内衣”。为此,许多国外客户主动抛来合作的橄榄枝。

自主研发出美利奴羊毛系列产品,育英服装不仅打破了国外巨头的技术垄断,还提升了产品的性价比。“国外供应商的价格比我们高1.5倍。这也让我坚信,想要与国外面料商同台竞技,就必须走出舒适区。”陈起评说,这次突破,让他对今后拿下更多中高端品牌客户更有信心。

陈起评深刻认识到,中国制造企业要想在国际市场上具备竞争力,必须有好产品,功能性产品是发展的方向。为此,这些年来,育英服装持续投入研发,单款产品的研发投入甚至高达上千万元。“同样是冲锋衣,防泼水、防雨的,更有利润空间,更能符合消费者的穿着需求。因此,我们的研发会根据用户穿着场景去思考。”陈起评告诉记者。

一款款好产品,挖出一道道竞争“护城河”。而今,育英服装的产品线愈加丰富,夹克、棉服、羊毛运动套装、梭织夹克、羽绒服、针织类产品等深受市场欢迎。同时,育英服装的国际“朋友圈”也在不断扩容,从欧美市场向共建“一带一路”国家等更广阔地域延伸。

GCI携手Panda Market共拓东非市场新机遇

本报讯(记者 曾小凤)晋品出海,佳音频传。近日,泉州(晋江)优品迪拜展销中心运营方Globalcare-Info全球赋理资讯平台(以下简称“GCI”)与肯尼亚零售连锁巨头Panda Market正式签署合作协议,双方将共同助力晋江产品、中国产品在东非市场推广与销售。

据介绍,Panda Market作为一家零售连锁店,业务网络遍布非洲超12个国家。此次合作,双方将整合资源,为晋品出海提供精准的市场准入支持,实现晋江优品与非洲消费者的高效对接。

“除了迪拜展销中心,GCI在肯尼亚的展销中心也已落成,肯尼亚海外仓业务已经投入运营。”GCI创始人陈辉容表示,此次与Panda Market合作,将帮助晋江企业更全面地了解东非市场的需求和消费趋势。同时,GCI正持续开发当地买家资源,进一步拓宽渠道。目前,GCI已与当地多家企业建立紧密的联系,将为晋江乃至中国产品进入东非市场提供更多机会和可能。

晋江泳装产业亮相深圳内衣展

本报讯(记者 施珊妹)日前,以“中国的,世界的”为主题的SIUF第20届中国(深圳)国际品牌内衣展在深圳会展中心举办,晋江市泳装产业协会受邀参展。

展会期间,晋江市泳装产业协会组织德美、佳达泰、欧斯琪、衣杯等面辅料企业参展。参展企业展出产品丰富多样,从功能性面料到创新辅料,全方位满足客商个性化需求,吸引了众多采购商前来对接洽谈。

晋江市泳装产业协会相关负责人表示,SIUF深圳内衣展一直以来都是泳装企业与同行交流、合作的优质平台。通过参展,企业可以了解市场的最新动态与趋势,从而更精准地开发产品,更好地迎合市场需求,让自身在激烈的市场竞争中脱颖而出,实现持续稳健发展。

晋江市智能装备协会到华宝智能交流学习

本报讯(记者 柯国笠)日前,晋江市智能装备协会组织聚赢数控、西加科技、泉创智能、智企航科技、汇友金属、米未设计等会员企业,走进副会长单位福建省华宝智能科技有限公司(以下简称“华宝智能”)进行参观交流。

在华宝智能负责人林亚真的带领下,一行人前往华宝智能制造产业园展厅、华宝制鞋生产车间参观。林亚真一路详细介绍,让大家深入了解产业园的创新成果与制鞋生产的先进流程。

华宝智能生产车间内,自动化刷胶机应用视觉智能识别技术,机器人仅十几秒就能完成一双鞋的刷胶工序。相比传统生产线,该设备不仅减少了用工数量,还提高了效益。该公司的智能化设备和技术令到访企业代表印象深刻,也坚定了企业数字化、智能化转型方向。

晋江市智能装备协会秘书处相关负责人告诉记者,在各企业的大力支持下,协会每月常态化举行会员日活动,让信息的流通更加顺畅,方便企业及时了解行业最新动态。未来,协会将持续优化活动内容与形式,助力会员企业在不断变化的市场环境中携手共进,共同推动行业蓬勃发展。

《机织儿童服装》新标准明年12月1日实施

本报讯(记者 施珊妹)近日,国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会批准发布新版国家标准GB/T 31900-2024《机织儿童服装》(以下简称“新标准”),代替旧版标准GB/T 31900-2015《机织儿童服装》(以下简称“旧标准”)。新标准将于2026年12月1日正式实施,旧标准同时废止。

据悉,新标准扩充了文件的不适用范围,含有填充物的服装不建议使用该标准。

具体来看,发生明显调整的技术要求包括耐湿摩擦色牢度、耐黄变色牢度、起球、覆粘合衬剥离强力、洗涤后外观等5项。其中,耐黄变色牢度为新增项目,但仅考核浅灰色或白色产品的优等品,要求其耐黄变色牢度≥4级。

福建省纤维检验中心相关负责人表示,新标准发布与正式实施间隔两年,现阶段企业在机织儿童服装标准上的选用有三种方案,即直接执行新标准,或于2026年12月1日前执行旧标准,或根据实际情况选择使用企业标准或其他适用的标准。

“在新标准发布日期至实施日期之间,新旧标准可并行使用。但考虑生产到销售的时间差,以及经营销售周期,建议企业按新标准组织生产。”上述负责人表示。此外,企业公开的功能指标和性能指标项目少于或者低于推荐性标准的,应当在自我声明公开时进行明示。因此,企业制定机织儿童服装相关企业标准时,如与对应的现行国家标准有差异,在新标准实施后应明示其与新标准的差异。

久久王食品2024年营收约3.15亿元

本报讯(记者 刘宁)近日,久久王食品发布2024年全年业绩公告。2024年,久久王食品实现收益约3.15亿元(人民币,下同),同比减少10.4%;净亏损362万元,较去年同期的492万元净利润下滑173.6%。董事会决定不派发末期股息。

根据年报,该公司收益减少主要受OEM产品销售下滑影响,其收入同比下降16.6%至1.197亿元。亏损扩大的核心原因是贸易及其他应收款项预期信贷亏损拨备大幅增加。

报告期内,久久王食品通过设备升级提升产能,并加强电商渠道布局,自有品牌产品通过线上平台实现销售增长。该公司管理层透露,未来将进一步优化产品组合,计划引入智能化生产线以提高生产效率,并加大品牌营销投入,目标是通过差异化产品抢占市场份额。

面对原材料价格波动及市场竞争加剧,久久王食品将加强供应链管理,与主要供应商建立长期合作关系,确保成本可控;同时,通过深化与第三方分销商的合作,扩大销售网络覆盖范围。

久久王食品方面表示,尽管2024年面临多重挑战,该公司仍通过战略调整保持了业务韧性。未来,该公司将继续以产品创新为核心,结合数字化营销提升品牌影响力,同时积极拓展海外市场,寻求新的增长点。此外,该公司已完成上市募集资金的全部投入,目前现金流稳健,资产负债率维持在70.2%的合理水平,为后续发展提供了坚实基础。

七匹狼耗资1亿元累计回购2.72%股份

本报讯(记者 施珊妹)近日,七匹狼发布公告称,截至3月31日,该公司已累计回购股份1920.59万股,占公司目前总股本的2.72%。其中,最高成交价为6.50元/股,最低成交价为4.74元/股,总交易额为1亿元(不含交易费用)。

七匹狼方面表示,该公司回购股份的时间、数量、方式等符合既定方案和报告书,符合相关法律法规规定。同时,该公司后续将根据市场情况,在回购期限内继续实施回购计划,并按照相关法律法规的规定及时履行信息披露义务。

柯榕钦增持卡宾36万股股份

本报讯(记者 施珊妹)香港联交所最新资料显示,近日,卡宾执行董事柯榕钦增持卡宾36万股,每股作价1.36港元,总金额为48.96万港元。增持后,柯榕钦最新持股数目为1041.1万股,最新持股比例为1.56%。



凤竹纺织生产车间 本报记者 董严军 摄

凤竹纺织2024年营收9.3亿元

本报讯(记者 施珊妹)近日,福建凤竹纺织科技股份有限公司发布2024年业绩。数据显示,期内,凤竹纺织实现营业收入9.3亿元(人民币,下同),净利润5317.41万元。

从产品情况来看,凤竹纺织江西子公司的纺纱产品营收较同期下降43.56%,毛利率较同期增加4.47个百分点;染整成品营收较同期增加18.80%,毛利率较同期下降1.28个百分点;染整加工营收较同期下降5.57%,毛利率较同期增加3.99个百分点;印花产品营收较同期下降34.89%,毛利率较同期增加1.64个百分点。

展望未来,凤竹纺织方面表示,2025年的经营目标为营业收入9.8亿元、营业成本8.5亿元。新的一年,该

公司将继续立足针织印染主业,打造优质面料产品;同时,稳步向智能化、绿色化和高端化制造发展,加快创新升级,利用智能、绿色技术,将安东新厂打造成现代化新型印染工厂,为印染行业树立标杆,助推传统印染行业转型升级。

在市场方面,凤竹纺织将不断拓展自身对国际贸易投资地域的研究范围,在巩固欧美、日韩等传统市场的基础上,积极拓展中东、东盟、非洲等新兴市场,打造多元化出口格局。同时,加快新市场培育,培育校服面料市场,形成校服、童装及其他面料三足鼎立形态;不断完善和创新营销模式,建立多层次的销售渠道。

在技术研发方面,凤竹纺织将继续

加强新产品开发,提高产品技术含量;加大技术创新力度,保持技术投入持续增长;丰富技术创新手段,推动与行业研究机构技术合作项目;持续淘汰落后设备,引进国际、国内先进设备,通过设备改造和更新换代提升生产效率、降低生产成本;引进国际先进经验,改进生产工艺,规范生产流程,实现产品品质与国际标准接轨等;积极申报国家及省市技术创新项目,积极参与国家、行业、团体等技术标准制定工作。

此外,在绿色环保方面,凤竹纺织将持续加大环保设施投入,采用治污减污、节能降耗技术,推行清洁工艺生产流程和废水回收利用,使污水处理等各项指标均达到或优于国家颁布的环保标准。