



晉江經濟報微信公眾號



晉江商人微信公眾號

2025年4月4日 星期五
農曆乙巳年 三月初七

JINJIANG ECONOMY NEWS

晉江經濟報

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版

第4027期

晉江發出福建省首張企業遷移登記“一件事”改革營業執照
跨區遷移登記：10分鐘申報 一日辦結

本報訊（記者 林小杰 通訊員 林君虹）近日，在晉江市政務服務中心，泉州旭庭貿易有限公司代理人吳蓮娣祇跑一趟就領到了新的營業執照。這標志着福建省企業遷移登記“一件事”改革在晉江率先落地生效，晉江企業跨區遷移登記告別“多地折返跑”，邁入“一網通辦”新階段。

“此前我們公司在泉州鯉城區，現在要遷移至晉江池店。我原以為要跑多個部門，來回折騰一周，沒想到在線上祇用10分鐘就搞定了，實在太方便了！”手持福建省首張通過企業遷移登記“一件事”辦理的執照，吳蓮娣難掩驚喜，“我在線上提交材料後，第二天便接到領取證件的通知。這對企業來說，大大節省了時間成本。”

記者得知，此前，企業辦理遷移登記需經“申請準遷登記、調取檔案、申請遷入登記”等多個環節，不僅重複提交材料，還要往返多次。改革後，企業通過福建省網上辦事大廳“高效辦成一件事”專窗，祇需在線提交1套材料，就能實現14項跨部門手續“一鍵聯辦”，承諾時限壓縮57%，材料精簡率達45%。

這場改革背後，是晉江打破五



吳蓮娣（右）從工作人員手中接過營業執照。

部門行政壁壘的攻堅：通過重構審批流程、打通數據系統，將市場監管、社保、醫保、公積金等分散事項整合為標準化套餐。企業在線提交材料後，系統自動分派至各業務部門同步審批，電子檔案實時流轉，實現“申報零跑腿、審批不見面”。

作為福建省縣域經濟排頭兵，晉江持續加碼營商環境改革，讓數據多“跑路”，讓企業少“跑腿”。晉江市市場監督管理局相關負責人表示，此次企業遷移登記改革是“晉心晉力”政務服務品牌的再升級。下一步，該局將繼續拓展“一件事”改革覆蓋面，聚焦企業全生命周期服務鏈條，以數字政府建設賦能實體經濟高質量發展。

晉江推出“新生兒出生一件事”集成服務
群眾辦事實現“零跑腿”

本報訊（記者 楊靜雯）“足不出戶就能辦好孩子的所有證件，真的太方便了！”近日，市民吳女士在體驗“新生兒出生一件事”辦理後，稱贊道。

當天，在晉江市醫院產科病房裏，吳女士的丈夫王先生在晉江市政務服務中心衛健窗口工作人員的指導下，參與“高效辦成一件事”體驗活動，通過“閩政通”App辦理“新生兒出生一件事”業務。

王先生對線上辦理的便捷贊不絕口。作為跨區域婚姻家庭（妻子晉江籍、丈夫石獅籍），他們原擔心需要兩地奔波辦理手續。沒想到通過“新生兒出生一件事”專區，

僅用10分鐘就完成了出生醫學證明辦理、預防接種證辦理、科學育兒指導服務登記、新生兒戶口登記、新生兒城鄉居民基本醫療保險參保登記、生育保險待遇核準支付、新生兒社會保障卡申領等7項業務的集成申報，當天即在醫院窗口領取首份證件。

據悉，“閩政通”App“新生兒出生一件事”業務系統不僅能自動生成人口常住登記表等專屬材料清單，還支持電子簽名和材料上傳，產婦或配偶均可作為申報主體，真正實現“數據多跑路，群眾零跑腿”。此外，不便線下領取證件的用戶，也可選擇郵寄到家。

科技創新驅動新質生產力
福建飛龍5G+智造生態產業園落地陳埭

本報訊（記者 王詩偉）2日，第二屆“海絲”僑商投資貿易大會暨泉州市內外貿高質量發展大會開幕，一批新質產業標杆項目亮相簽約。其中，晉江市陳埭鎮與福建飛龍5G+智造生態產業園完成簽約。

此次大會，新質項目格外亮眼。福建飛龍5G+智造生態產業園項目位于陳埭鎮江頭村，項目用地約77畝，總建築面積約20萬平方米，計劃總投資24億元（人民幣，下同）。園區將建設5G+智能智造中心、創新研發基地、智慧物聯倉儲樞紐，配套智慧能源管理系統，構建“智造—研發—倉儲”一體化生態產業園，引進工業機器人、AI視覺質檢系統及柔性生產線，實現生產全流程數字化管控。項目建成後，預計可招引近10家企業入駐，新增營收超10億元，為陳埭產業注入硬核新質驅動力，推動科技創新和產業創新深度融合。

產業強則經濟強，產業興則百業興。陳埭鎮主要領導表示，陳埭鎮將堅持幹字當頭，在新質生產力發展上再發力、在科技創新上再突破、在園區發展上再提質，加快構建具有特色優勢的現代化產業體系，以新質生產力激活高質量發展新動能。

此外，開幕式上，陳埭鎮一批項目登上“光榮榜”，“陳埭元素”出彩。

會上，首批泉州市外貿及跨境電商產業集聚區和特色商業街區現場授牌，晉江國際鞋紡城入列首批泉州市外貿集聚區；領秀跨境·晉江園、鞋都跨境電商創業園、晉江濱江商務區獲評首批泉州市跨境電商產業集聚區；晉江吾悅廣場紫峰裏步行街被評為首批泉州市特色商業示範街區。

村民出行更安心
英林港塔村兩座“駝峰橋”完成改造

本報訊（記者 王昆火）“兩座‘駝峰橋’完成改造，消除了安全隱患，村民出行更安心。”2日，在晉江英林鎮港塔村港塔溪左岸的農用道路旁，下村幹部李詩琦指着改造後的駝峰橋說。

港塔村下轄港塔和洋仔坑兩個自然村，劃分成2個網格，全村有耕地950多畝。港塔村配套農用道路，路面寬約6米，不僅是港塔村民前往農田的主要通道，更是周邊謝厝街、後頭、玉坂等村村民往返英林與金井的道路。

李詩琦告訴記者，這條農用道路已投入使用多年。其中，兩座橋因設計為中間高、兩邊低的造型，被稱作“駝峰橋”。此前，當車輛行駛至橋兩側十米開外時，駕乘人員依舊很難察覺對向是否有來車。因此，該路段交通事故偶有發生，村民對於改造的訴求較為強烈。為此，英林鎮黨委、政府多次組織召開協調會，積極推進“駝峰橋”交通安全隱患治理與優化工作，進一步改善村民出行環境。

“‘駝峰橋’改造工程總投資人民幣90多萬元（含修復28米港塔溪污水主管道及管道清淤），重點針對橋兩段路面的坡度展開改造，旨在讓橋面變得更加寬敞、平整。”李詩琦說。

中國全國龍獅大聯動活動成績公布
梅嶺錦塘舞龍隊獲一等獎

本報訊（記者 賴自煌）日前，“龍騰獅躍”賀新春·2025年中國全國龍獅大聯動活動成績公布，晉江梅嶺錦塘舞龍隊選送的《祥龍跳火群》民俗活動視頻榮獲一等獎。

此次活動由中國龍獅運動協會、廣東省佛山市禪城區人

民政府主辦，旨在通過“線下啟動、線上參與”的形式，為中國龍獅愛好者搭建一個展示與交流的平臺。

起源于清康熙年間的錦塘舞龍隊，將傳統祭祀儀式與武術技藝完美融合。除夕夜的“跳火群”表演中，舞龍隊重現

20年前風靡閩南的“半肚龍”絕技——這種源自武術套路的傳統舞龍形制，以龍頭、龍節、龍尾為結構，配合鏗鏘鑼鼓號令，在燃燒的稻草堆間翻騰穿梭，時而“八字穿龍”展現游龍戲珠之趣，時而“祥龍躍火”演繹飛龍衝霄之勢。

“此次獲獎不僅是對錦塘民俗舞龍活動的認可，更將成為推動錦塘舞龍發展的‘新名片’。”梅嶺錦塘舞龍隊傳承人洪錦雄說，300年前錦塘舞龍的火把燃起，300年後的錦塘舞龍不僅勇奪“南龍王”稱號，更以最長的夜光舞龍獲評吉尼斯世界紀錄。

比增3% 利郎2024年營收36.5億元

本報記者 施珊妹

近日，中國利郎有限公司（以下簡稱“利郎集團”）公布2024年全年業績。數據顯示，2024年，利郎集團收入同比增長3.0%至36.5億元（人民幣，下同）；股東應占利潤為4.6億元，股東應占利潤率為12.6%。

“2024年，利郎積極推進戰略轉型，優化銷售渠道，加強企業管理和提升運營效率，加大研發創新投入，持續推出創新和差異化的新產品，以滿足消費者對‘優質優價’商品的需求；同時，通過明星、品牌與城市三者緊密聯動，不斷積極探索多元營銷新方式，提升品牌營銷競爭力，以實現高質量的穩定增長。”利郎集團董事局主席兼非執行董事王冬星說。

改革效果顯著
“輕商務”增長27.2%

從業績構成來看，去年，利郎主

系列貫徹戰略轉型效果顯著，利郎輕商務系列增長勢頭強勁。

面對不斷變化的市場趨勢，利郎集團採取靈活的策略，堅決擁抱變革，通過多元的銷售渠道和精準的市場定位，使產品和服務更切合中國消費者的購買習慣，從而促進銷售提升。

其中，主系列利郎LILANZ已率先在東北地區及江蘇省推行DTC模式，並實現銷售顯著增長，預期為該企業長遠增長帶來更大的貢獻。截至2024年12月底，利郎集團主系列店鋪共2451家，輕商務系列門店共322家，合計2773家，同比淨增加78家。

輕商務系列利郎LESS IS MORE則繼續採用直營模式及電商銷售模式。2024年，利郎LESS IS MORE增長27.2%，主要得益于單店平均銷售額的強勁提升及新零售渠

道帶來的顯著成效，延續了上一年的良好勢頭。

從渠道端來看，去年，利郎集團開拓多元在線渠道，推動新零售業務進一步轉變。新零售銷售年內同比增長24%。

利郎集團積極響應新零售強勁的發展趨勢，採取全新戰略，將電商平臺從清理庫存渠道改革成為主攻新品的零售渠道；同時繼續強化新零售的全平臺布局，在原本電商渠道布局的基礎上開拓了“拼多多”“得物”“微信小程序”等多元在線渠道。

在產品端，利郎集團推出的極致單品叫好又叫座，銷售貢獻大。去年，利郎推出拒水羽絨3.0，攜手中國先鋒設計師陳鵬推出“成器”膠囊系列羽絨服，推動羽絨服銷售顯著增長。利郎推出首創持久白免燙襯衫、SMART精

英系列西服，售罄率高。去年，利郎銷售的產品中，原創比例約占75%，其中約58%使用集團開發的獨有面料。

年目標增長超10%
“多品牌、國際化”加速

2025年，利郎集團將繼續發揮自身優勢，把握市場整合的機會，推動變革轉型。利郎集團計劃在2025年淨增加100家店鋪，優先選擇在省會及設區市的優質購物商場開設新店，選址在高流量和高消費潛力的地區；增加在奧特萊斯商場的開店規模，以更有吸引力的價格吸引消費者，並有效清理庫存；同時，關閉低效店鋪，並嚴格控制成本開支。

為延續新零售業務的良好勢頭並把握市場機遇，利郎集團今年將增加在線上銷售新產品，計劃新貨品銷售占電商銷售總金額的比重提高至

80%，力求新零售業務于2025年實現不少於15%的增長，整體銷售額取得不少於10%的增長。

值得一提的是，利郎集團“多品牌、國際化”發展策略已邁入實質階段，並成功與國際公司合作，豐富了產品組合。

王冬星透露，2025年，利郎集團將繼續發揮領導者的優勢，把握市場整合機會，並配合多品牌策略、國際化進程和新零售業務的推動，以擴大市場份額，提升品牌競爭力，進一步鞏固自身在男裝行業的領導地位。

晉江產經商訊

主办/《晉江商人》杂志