

“和敏助学”研学营30多名学子走进安踏集团 近距离感受科技力量

本报讯（记者 柯国笠）日前，由安踏集团和敏基金会主办的2025年“和敏助学”暑期研学实践活动在安踏池店园区举行，30多名“和敏助学”基金受助学子参与本次活动。

这是安踏集团和敏基金会关注青年成长的重要动作。当天，学子们走进安踏晋江鞋业第二事业部5G智能工厂，看到了自动化集成裁断设备高效运转，工人有序巡检与取料，5G运料机器人与数字化生产系统、AI系统协同工作的场景；参观行业首家国家级运动科学实验室——安踏运动科学实验室，近距离观看鞋品万次弯折测试，触摸可变刚度的“人工骨骼智能鞋”并体验了足底受力分布情况，感受“黑科技”。通过参观安踏集团品牌中心，大家深入了解安踏集团从“安心创业、踏实做人”的初心起步，历经拼搏奋进，最终成长为全球知名体育品牌的发展足迹；在982创动空间，同学们化身体验官，滑雪机上体验冰雪乐趣，勇攀岩壁挑战自我，篮球场上化身神投手，一站式体验户外运动。



在安踏运动科学实验室，学子们体验运动科技。

编者按：近日，2025年晋江海峡两岸大学生设计营正式落下帷幕。活动期间，来自海峡两岸36所高校的160名优秀学子及11名指导老师齐聚晋江，深入三六一度、优安纳、力诚、金鹰、三斯达、普斯特、嘉利、雨相伴、福兴等晋江企业，开展设计实践。

优安纳杯： 作品完整性、成熟度较高

本报讯（记者 曾小凤）5日，“优安纳杯”晋江海峡两岸大学生设计营结营，来自海峡两岸高校的16名学生组成8个小组，共32件作品参与答辩。在专业评委的评审下，最终来自桂林航天工业学院的何艳、钟佳成的作品——雨路同行暖光伞获得一等奖。

这款一等奖的作品主要服务于视力障碍人群，通过功能性的设计集震动提醒、语音导航、SOS求救等功能于一体，解决视觉障碍者出行痛点，突破了伞具的固有功能，具有一定的前瞻性。

今年是优安纳第12次参加晋江海峡两岸大学生设计营，此次活动给出了文旅韵味、国蕴、“智能+”伞具、随心所欲等四大设计方向。

普斯特杯： 为企业注入新鲜血液

本报讯（记者 曾小凤）4日，“普斯特杯”晋江海峡两岸大学生设计营结营，来自海峡两岸8所院校的16名学生组成8个小组，共带来了28件作品。

“一等奖的其中一款作品采用闽南砖雕的特色纹样进行包装设计，不仅富有文化底蕴，而且具有较强的传播度，可以直接落地转化。”普斯特服饰有限公司（以下简称“普斯特”）副总经理蔡俊荣告诉记者，这两天他已经着手设计作品的转化事宜。

据介绍，普斯特此次给出了“运动鞋面、休闲鞋面、文创手提箱包”三大主要设计方向，这也是普斯特的主要业务线。蔡俊荣表示，参加设计营的学生不仅有大学生还有研究生，整体表现出了较高的综合素质，此次设计营至少有6件作品可以转化，不管是配色、纹样设计，还是工艺纹理

搭配等都较为成熟。

今年是普斯特第4次参加晋江海峡两岸大学生设计营，以往的设计作品中，有文创箱包的作品实现转化，部分转化产品已投入市场，凭借独特的设计风格获得了不少消费者的青睐。

对于此次设计营中可落地转化的作品，普斯特正与设计团队进一步沟通，在保留设计核心创意的基础上，结合市场需求和生产实际进行优化调整。

“晋江海峡两岸大学生设计营为海峡两岸的大学生搭建了一个展示才华、交流学习的平台，也为企业注入了新鲜的设计血液。”蔡俊荣表示，未来，普斯特还将继续参与此类活动，为更多有才华的大学生提供实现设计梦想的机会，同时助力企业的创新发展。

嘉利杯： “设计+产业”融合

本报讯（记者 蔡明宣）近日，“嘉利杯”晋江海峡两岸大学生设计营在泉州市嘉利儿童用品有限公司圆满结业，共有六件作品分获一、二、三等奖。

活动期间，学员围绕命题创作，首秀便展现惊人创意。后经本次设计营产业评审团指导，从生产、用户痛点等维度优化方案，各组推敲参数、融入文化元素，打磨出兼具创意与实用价值的作品。

结业最终评选，奖项尘埃落定：Cookie Nest巧食集（杨雨洁/郭思睿）摘得一等奖，聚焦宠物出行场景，以精巧设计解决通风、安全与清洁难题；wave-bag、ECHO SHELL获二等奖，前者用色彩情绪板诠释都市时尚，后者深挖功能美学融合；Pocket Pals、安宠随行舱、包你全家拿下三等奖，从宠物行为动线优化到传统文化融入，各展巧思。

3F杯： 40%设计作品经优化可落地转化

本报讯（记者 吴晓艳）5日，由晋江福兴拉链有限公司承办的“3F杯”晋江海峡两岸大学生设计营迎来终评答辩，来自海峡两岸的16名大学生两两一组，围绕各自的设计成果进行阐述与展示。经过激烈角逐，最终评选出一等奖1组、二等奖2组、三等奖3组，以及优秀奖2组，为这场为期两周的创意之旅画上了圆满的句号。

活动期间，营员们深入福兴拉链的生产与研发一线，全方位体验了从材质选择、工艺流程到市场需求洞察和文化元素融合的全过程。他们以“小拉链”为创意载体，将创意灵感与产业需求相结合，创作出一系列兼具创新性、实用性，又富文化内涵的优秀设计作品。

答辩现场，评审团对作品进行了全面而细致的评估，包括创新性、实用性及美学价值等多个方面。最终，来自江西水利电力大学的夏侯佐涛与雷语韵的设计作品“福到”回弹拉头脱颖而出，荣获一等奖。

“非常感谢设计营为我们提供一个难得的实践机会。通过参与从设计到生产的

每一个环节，我们对产业实践有了更加深刻的认识和体验，这份经历弥足珍贵。”夏侯佐涛表示。

据了解，本次“3F杯”设计营主要聚焦三大设计方向：拉链码装结构及功能性、拉链拉头结构及功能性、拉链拉头技术创新外观，要求学员们研究消费者生活方式、使用感受及应用场景，结合新材料、新工艺进行创新设计，力求在解决应用痛点的同时，拓展新的应用领域，并注重将时尚元素与文化内涵融入设计。

“这一次，学生们总共提交了24个设计方案，其中约40%的作品经过优化可实现落地转化。”晋江福兴拉链有限公司研发中心经理骆燕明表示，此次呈现的作品整体创意不错，一些结构和功能性上的设计也很实用。

据了解，这是福兴拉链第六次参与承办设计营。“只要设计营继续办，我们就会继续参加。”骆燕明说，设计营不仅架起了两岸青年的创意桥梁，也为产业与高校搭建起了实质性对接平台，为晋江制造注入了更多的青春与设计力量。

福建省陶瓷行业协会 会长办公会在晋江召开

本报讯（记者 王云霏）近日，福建省陶瓷行业协会第四届第二次会长办公会在晋江召开。

福建省陶瓷行业协会会长吴炳忠作换届一年协会开展的工作报告，并规划下半年协会的重点工作。2024—2025年，该协会紧紧围绕“加快打造陶瓷行业新质生产力”目标，充分发挥“提供服务、反映诉求、规范行为”的职能和作用，积极开展各项工作。下一步，协会将推动技能人才和大师队伍建设，深化与政府、高校、企业的合作，搭建更高效的服务平台，组织企业参加国内外重要展会，提升“福建陶瓷”品牌影响力；定期举办技术培训、标准讲解、市场分析会，提升企业竞争力；积极推进团体标准化体系建设，关注余热回收技术开辟工业节能新路径，坚持绿色生态可持续发展方向，在专精特新、节能减排、数字化创新上下功夫。

5月底，国家市场监督管理总局(国家标准化管理委员会)批准发布了《消费品质量分级 陶瓷砖》GB/T 45817-2025国家标准，将于12月1日正式实施。本次会议特别邀请了牵头单位中国建筑卫生陶瓷协会驻会副会长徐熙武作《消费品质量分级 陶瓷砖》国标详细解读，省陶协秘书处也将持续做好有关标准的宣贯、培训、服务工作。

与会人员围绕建陶产品创新、开拓市场渠道、科技赋能产业发展等话题进行交流讨论。

力诚食品 三度携手学院奖

本报讯（记者 刘宁）日前，力诚食品携手中国大学生广告艺术节学院奖（以下简称“学院奖”），走进全国各大高校，与青年学子共启2025秋季赛，探索深海健康美味创意的可能性。这也是力诚食品第三次与学院奖合作。

据悉，学院奖是中国广告协会主办的中国大学生广告艺术大型活动，号召中国各高校大学生为国内外知名企业进行命题式创意，为广告、市场营销、传播、艺术、设计、新媒体、动画等相关专业学生打造专业的大学生创意活动，在中国传播与广告相关专业院校、学生中具有广泛的影响力。

在今年的赛季中，力诚食品推出了力诚健康海洋食品系列的深海鱼竹轮、竹签鱼片、鲑鱼王，面向全国高校青年发起以“每日补充优质海洋蛋白”为题的创意邀请，希望深度挖掘品味产品的日常生活场景，持续深化产品“美味、营养、健康”的核心价值。同时，借势新赛季的号召力，力诚食品还发起力诚探鲜官限时招募活动，通过参与即可收获红包等福利，邀请更多年轻人参与体验产品。

力诚食品方面表示，当下年轻人崛起为消费主力军。品牌要在激烈的市场竞争中突围，就必须抓住年轻群体。作为行业的品牌标杆，力诚食品三度携手学院奖，不断深入年轻圈层活跃场域，这不仅是品牌积极拥抱年轻化的重要战略举措，更是希望以此持续打造“Z世代”，与充满个性的年轻人实现同频共振，建立起更加长久的情感纽带。

百应控股附属 订立售后回租交易 预计赚取546.35万元

本报讯（记者 施珊妹）近日，百应控股集团有限公司发布公告，买方厦门百应融资租赁根据融资租赁协议与城厢集团订立一项售后回租交易。根据融资租赁协议，买方同意按2400万元（人民币，下同）的代价向城厢集团购买回租资产，并向城厢集团出租回租资产，为期36个月，并收取租赁款项作为回报。

据悉，回租资产为六台潜水电泵、六台柴油发电机、一台管道闭路监控巡检机器人及一套监控系统。

买方主要在中国从事融资租赁业务、租赁业务及保理服务。融资租赁协议的承租人莆田城厢为城厢集团的全资附属公司。城厢集团由莆田市城厢区国有资产监督管理委员会直接全资拥有。

该租赁业务预期将令百应控股集团于三年租期内可赚取约546.35万元的总收入。



柯良缘

近日，泉州市职业经理人协会迎来第九十五期菁英沙龙活动举行。泉州市职业经理人协会副会长、福建嗨玩购集团有限公司副总裁柯良缘以嗨玩购集团的发展历程为例，围绕“战略共创，引领能力建设”主题，深度阐释企业战略的定制与执行、企业文化的构筑与落地，为会员企业谋划长远、布局未来提供典型范例与成熟经验。

据悉，嗨玩购集团是一家以打造全球化多品牌产业+线上线下全渠道新零售模式发展为核心的创新型、多样化的品牌管理公司。该集团依托全产业链整合能

商学院

柯良缘：战略共创，引领能力建设

本报记者 施珊妹

力与自主创新体系，已形成覆盖研发设计、智能制造、品牌运营、全渠道销售的完整产业闭环。2020年—2024年，集团年复合增长率超50%，成为推动儿童时尚产业高质量发展的标杆企业。

以“四看、三定、五明确”制定战略

多品牌战略，是不少企业为强化企业竞争力、拓展市场占有率的有效打法，但在具体执行中，往往容易出现强干弱枝、品牌混乱等问题，反而制约了企业的发展步伐。在多品牌这条赛道上，嗨玩购集团旗下品牌定位精准、互不干扰，实现了消费群互补的功能。这一成效得益于集团对企业战略的精准定位。

“企业高速发展中必然需要经历管理体系升级”，柯良缘以管理破题，分析了企

层，个体目标与集体使命的冲突。”

在他看来，企业处于不同的发展阶段，对应着不同的管理方式。初创期为生存导向，企业的管理主要依赖创始人能力，存在集权决策、组织架构扁平等特征。成长期意味着企业进入规模扩张阶段，需要建立标准化流程与人才梯队建设，对应的职能部门也在此阶段建立、完善。成熟期则以效率为优先，此时企业的制度已趋于完善，对应的是组织冗余开始显现，容易出现创新惯性风险等问题。为长效发展，企业必然要进入新的阶段——转型期，对企业的文化进行重塑、战略进行重构，强化团队动态能力培育和推行数字化转型。

从企业发展生命周期来看，战略是决定企业生命力与生命长度的关键。“何为战略？以终为始，从未来看现在。”柯良缘进一步分析，“一言以蔽之，战略就是‘做正确的事’，战略执行就是‘把事情做对’。”他认为，战略的制定可以概括为“四看、三定、五明确”：四看，看行业趋势、看

市场/客户、看竞争、看自己；三定，定机会点、定战略目标、定策略；五明确，明确目标、明确策略打法、明确举措、明确团队、明确里程碑。

“战略其实是回答三个问题：企业想干什么？市场环境能让我们干什么？我们能干什么？”他以嗨玩购集团为例进行分析，集团的发展愿景是服务全球亿万孩子，让儿童与时尚同行，成为国内儿童多品牌最大零售平台。从市场情况来看，在消费支出为核心增长因素、品牌集中度不断提升的当下，更需要的是兼具成长型与韧性的企业。而嗨玩购集团的优势在于具备线下渠道广、渠道运营能力强、执行力强、多品牌布局，以及深耕行业多年的专业度等优势，使集团具备实现战略愿景的底气与实力。

用文化引擎打造黄金战队

文化与战略是融合共生、互补互强的双向关系。“对企业而言，文化基于环境洞察进行升级、基于战略发展相辅相成，并

指导组织制度持续升级、激活内外人才内在动力。”柯良缘表示，“在企业战略执行与团队建设中，文化的重要性不言而喻。可以说，制度是管人的、流程是管事的，而文化则是管心的。制度管的是边界，文化拉通的是边界，当制度管不到的地方，就用文化来管。”

嗨玩购集团的文化，高度凝练为作战文化，即要“取得胜利，从一个胜仗走向另一个胜仗”。“何为作战文化？它是以‘目标为号角、协作为盾牌、执行为利刃’，是企业以战斗姿态凝聚团队，战略驱动、战术执行、战果验证，在持续攻坚中夺取战果并淬炼不屈战魂的核心竞争力体系。”柯良缘进一步分析，嗨玩购集团的作战文化主要通过五个领域来执行。“战斗精神，是作战文化的灵魂，表现为富有韧性的作风和敢打必胜的品质。作战理念，是对战略落地和市场竞争的认知统一。行为规范，通过明确的纪律、规范和行为准则来约束和引导行为。集体意识，它强调集体主义精神、价值奉献意识和对团队胜利的

执着追求。联合作战，强调协同能力和整体观念、打破部门壁垒，树立联合制胜的理念。这一文化的带动下，嗨玩购集团具备极强的开拓力、战斗力与竞争力，是集团能在行业中持续突破圈层、实现长效发展的关键。”

对于当下备受关注的AI，柯良缘也从企业层面分享了自己的见解。当前的企业往往已经历信息化、数字化的转型变革，迎来智能化的新趋势、新格局，具体表现为AI技术的深度赋能，企业需要顺势而为，依托前两阶段的建设成效，以数字员工、智能体等为切入点，实现人机协同的高效提升。“企业对AI的认知存在三个阶段。启蒙探索阶段，开始尝试拥抱AI，但不知道AI具体是什么或者不知道怎么用了。到了效能提升阶段，则开始通过AI对个人效能、组织效能进行有效提升，并实现组织流程的再造。最后则是创新变革阶段，AI已对企业进行全面赋能，带来业务增长、商业模式和生产方式等多维的变革。”