

海外订单同比增长约20% 科技创新驱动川亚机械高质量出海

本报讯(记者 吴晓艳)日前,记者走进泉州市川亚机械设备有限公司生产车间看到,工人们正紧锣密鼓地赶制发往东南亚的订单设备,同时为即将启程的印尼参展物料做最后的准备,一派繁忙景象。“今年初以来,公司海外订单同比增长约20%。”该公司总经理袁建华向记者介绍,创新驱动正成为企业扬帆远航的核心引擎。



不久前,川亚机械携自主研发的智能鞋机设备亮相越南国际鞋类与皮革展览会,凭借卓越的技术优势吸引了众多国际客商的关注,并与多个知名品牌客户达成精准对接。

“过去海外参展,我们主要依靠图册、视频和设备产出的样品。今年,我们直接携带设备参展,让客户能够更直观地感受产品性能。这也为企业品牌出海带来更多商机。”袁建华告诉记者,目前,川亚机械已在越南、印尼、墨西哥等多个国家和地区设立办事处,逐步构建起完善的海外服务网络,“为进一步提升本土化服务体验,我们近期还在越南设立了产品展厅,并突破传统贸易模式,满足客户‘先试后买’的需求。”

订单量的持续增长和产能的全面释放,均源于企业不断的创新实践。作为国内鞋机细分领域的知名研发与制造企业,川亚机械始终保

连年增长,今年预计超过300万元,同比增长近20%。“挑战与机遇并存,要在多变的市场中寻求发展突破,还要靠核心的技术优势。”

袁建华向记者介绍了公司最新推出的设备——双工位高频电流无缝熔接机,“该设备属于行业首创,实现了从手动调节到自动变频的跨越,操作更安全简便。同时,该设备的优势在于对TPU、热融膜的加热时间短,能最大限度保持材料原有物性,提升生产效率并优化产品品质。”目前,该设备已引起国际品牌关注,相关合作正在洽谈中。

值得一提的是,当天还有一名来自孟加拉国的客户到访川亚机械,实地考察企业生产情况。该客户对川亚机械生产的设备表示高度赞赏,“这里的设备很智能,可以有效提升生产效率和产品品质。希望我们能达成合作。”

以创新为桨,以品牌为帆,川亚机械正加速驶向全球市场的广阔蓝海。“接下来,我们将大力推动品牌出海。预计未来8到10年,川亚机械海外订单的增长率会是国内订单的2至3倍。”展望未来,袁建华信心满满。

ABG否认 将锐步出售给安踏

本报讯(记者 柯国笠)日前,针对“ABG集团正计划将旗下运动品牌锐步(Reebok)出售给安踏集团”的传言,美国品牌管理公司 Authentic Brands Group(以下简称“ABG集团”)方面明确否认,强调其并未将锐步出售给安踏,目前及未来也不会考虑剥离锐步品牌的所有权。

资料显示,锐步是美国排名第一的运动品牌,签约有艾弗森、姚明等著名球星,并曾占据美国四大运动联赛,但因经营不善,于2006年被阿迪达斯以38亿美元收购。此后,该品牌发展不及预期,最终于2022年被再次出售给ABG,价格为25亿美元。

美国ABG集团成立于2010年,尽管是一家年轻的集团公司,但旗下管理美国百货巨头J.C. Penney,以及Forever 21和Juicy Couture等鞋服品牌,在北美市场拥有发达的销售通路。今年3月,ABG集团还与中国百丽达成合作,开发潮牌Champion的中国市场。

当前,ABG集团正积极重塑锐步品牌,目标是在2027年前将其年营收提升至100亿美元。

有业内人士认为,ABG集团的回应仅否认了“收购”这一方式,也存在安踏集团与ABG集团合作共同发掘锐步品牌的可能;同时,以此合作为契机,双方还可能就北美零售市场渠道达成合作,从而帮助安踏集团旗下安踏及其他品牌开拓北美市场。

中国印染大会举行 凤竹纺织作主题分享

本报讯(记者 施珊妹)近日,中国印染大会暨中国印染行业协会七届三次理事会、第十三届全国印染行业管理创新年会在浙江绍兴举行。会上,福建凤竹纺织科技股份有限公司董事长助理黄大源以“印染企业的智能化升级路径”为题作分享。

黄大源表示,当前,智能化发展正以前所未有的速度和力度推动印染行业变革、产业技术升级和产业发展。他以凤竹安东新厂为例作介绍,该厂通过生产管控、物料输送、能碳管理三方面来实现智能化升级,在生产管控中引进ERP及MES系统、高级排产管理系统、智能颜色管理系统、智能终端中控系统、设备运维管理系统等智能化系统;在物料输送方面,引入智能仓储系统、5G+AGV智能车间物料运转系统等智能化系统;在能碳管理方面,通过引进智慧能碳管理系统、智慧污水管理系统、反渗透中水回用系统、废水废气余热回用系统等来实现资源综合利用,大幅提升企业数智化水平。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示,作为产业链上创新密集、价值密集的关键环节,印染在推动纺织现代化产业体系建设中具有关键作用。印染是价值跃迁的核心枢纽,要在赋色、赋形、赋能中提升品质、丰富品类;是绿色转型的关键支点,要改善社会认知、撬动全产业链转型。

百应控股任命 林戊己为副总经理

本报讯(记者 施珊妹)近日,百应控股集团有限公司发布公告,林戊己已被委任为公司副总经理,自7月23日起生效。

据悉,林戊己于今年6月加入该公司担任董事会秘书,其拥有17年的投资、证券事务及企业管理经验。此前,他在七匹狼控股集团担任人力资源及行政部总监,并负责人力资源、行政管理、集团运营、策略及组织管理等多个领域的管理工作。

广东省晋江商会 开展联络处走访活动

本报讯(记者 王云霏)近日,广东省晋江商会会长庄小铭带队走访该会深圳观澜联络处、东莞樟木头联络处、东莞大朗联络处及当地会员企业,倾听企业心声,共谋发展良策。

据了解,2018年以来,广东省晋江商会先后在深圳福田、东莞厚街、东莞樟木头、东莞大朗、深圳观澜、深圳龙岗、深圳宝安、深圳蛇口、惠州、大亚湾等地成立联络处,目前已有10个联络处。

庄小铭表示,各联络处自成立以来,不断发挥积极作用。此次走访活动,不仅加深了商会与会员企业之间的了解,也为后续精准服务奠定了坚实基础。接下来,商会将进一步发挥各联络处的桥梁和纽带作用,通过深度走访、移动办公等形式,联络乡情、交流互动,增强各区域会员企业的黏性,提高会员企业的积极性和主动性,吸引更多在粤晋江乡贤加入商会大家庭。

义乌市晋江商会开展 健康管理专题座谈会

本报讯(记者 王云霏)近日,义乌市晋江商会开展会员健康管理专题座谈会,进一步提升商会员及家属的健康管理水平。

杭州医学院附属义乌医院副院长柴向阳带领该院心内科、体检中心、健康管理部等多学科医疗团队参会,并提出了“1+1+N”会员健康守护计划,医院为每名会员建立终身电子健康档案,开通商会专属绿色就医通道,提供年度健康体检、慢病随访、急救培训、心理健康讲座等多元服务。

义乌市晋江商会会长张水顺表示,商会每月都会邀请医疗团队进企业、进家庭,把体检车、专家号送到会员“家门口”,让在义乌打拼的晋江人感受“娘家的温度与力量”。

让运动无限可能 特步闪耀成都世运会



7日,火炬手丁俊晖(右二)与董栋(左一)在第12届世界运动会开幕式上传递火炬。新华社记者 姜克红 摄

本报讯(记者 柯雅雅)日前,成都世运会开幕式在成都天府国际会议中心举行。作为2025年第12届世界运动会全球合作伙伴,以及国际世界运动会协会全球合作伙伴,特步以创新科技和专业实力,为这场国际体育盛会的精彩启幕保驾护航。

开幕式上,超500人的街舞表演点燃青春激情,向世界展示了成都这座“雪山下的公园城市”的独特魅力。年轻表演者们身穿的正是特步精心设计的服装,独特的设计语言为世运会注入了东方智慧与年轻活力。值得一提的是,在点火仪式上,斯洛克名将丁俊晖与奥运冠军董栋身着的火炬手装备亦由特步所设计。其中,他们脚上的新一代冠军版跑鞋160X 7.0 PRO为全球首秀。

除了开幕式上的精彩亮相,特步在赛事保障方面同样倾注心力。特步全新策划了“世运烟火系”官方服饰,为赛时工作人员、志愿者、技术官员等六大群体独家提供装备保障。其中,服装以抗菌速干材料和立体裁剪手法为基底,融合熊猫抱竹拉链等“地道成都味”的小巧思,兼顾功能与情怀,打造属于成都世运会独特的文化名片。

在助力赛事顺利运行的同时,特步也积极深耕运动领域的多元发展。本次世运会上,特步赞助了中国国家霹雳舞队与中国国家荷球队两支参赛队伍,以助力国内小众新兴运动发展,为时尚文化注入动能,让品牌的边界在多元探索中不断拓展。

在特步看来,与国际大型体育赛事的深度绑定,正成为中国品牌国际化的重要路径。世界运动会作为全球顶级非奥项目盛事,不仅为世界运动员搭建了文明互鉴的竞技舞台,也让世界看到了以特步为代表的中国民族品牌的高质量发展,为当代中国的文化自信写下生动注脚。

柒牌代言人龚莉斩获世运会金牌

本报讯(记者 施珊妹)9日下午,成都简阳文体中心体育馆沸腾了!中国队选手龚莉在满场欢呼声中,以5:1战胜日本队选手,斩获成都世运会空手道项目女子61公斤级金牌,这也是中国体育代表团本届世运会的第二枚金牌。

“这次发挥得特别好,决赛面对日本选手,我要更果敢、更有决心,所有时机都抓得特别好。”这枚金牌,不仅是龚莉的第一枚世运会金牌,更是中国空手道队在世运会历史上获得的第一枚金牌。世运会金牌,对于已经手握世锦赛、亚锦赛、亚运会冠军的龚莉而言,不仅补齐了除奥运会以外的金牌“拼图”,更创造了历史。

喜讯龚莉创下佳绩,柒牌方面发出祝贺。今年年初,柒牌签约龚莉为品牌代言人。柒牌希望依托冠军的文化传播作为有力的载体,输出文化自信,让中华文化符号在世界舞台上更加璀璨。

作为柒牌品牌代言人,龚莉认为,运动深厚的文化底蕴与卓越的竞技精神,与柒牌“中华立领”传达的精神是一致的。“我完成了目标和梦想。为了这一刻,我付出了很多,是对梦想的执着和对项目的热爱使我坚持了下来。”龚莉说。



9日,在2025年成都世运会空手道女子组61公斤级决赛中,中国选手龚莉(左)战胜日本选手岛田佐良美,夺得冠军。新华社记者 江宏景 摄

覆盖19122所学校 安踏茁壮成长公益计划惠及900万青少年

本报讯(记者 柯国笠)日前,由“安踏茁壮成长公益计划”与中国青少年发展基金会希望工程联合主办的“2025安踏夏季运动会”在西安闭幕。来自内蒙古、福建、江西、湖北、广西、四川、宁夏等7个省级行政区欠发达地区的99名师生,通过为期5天的专业运动训练、比赛及传统文化研学活动,实现了体育梦想与个人成长的双重收获。

记者了解到,截至今年6月底,“安踏茁壮成长公益计划”已累计投入现金及装备近13亿元,覆盖31个省级行政区19122所学校近900万名青少年。

据悉,安踏运动会是“安踏茁壮成长公益计划”中的重要内容,旨在为表现优异且品学兼优的欠发达地区青少年提供专业的运动知识和运动技能的指导,帮助青少年体会体育精神,全面成长。截至目前,安踏运动会已举办20场。

此外,该活动还为青少年提供与冠军运动员面对面的机会。此次运动会,女排奥运冠军张娜、中国女足国家队前队长李冬娜,以及中国男篮前运动员、安踏公益超A伙伴张庆鹏到场为青少年进行专业运动指导,并带来“冠军课堂”,激励他们将超越自我的体育精神融入生活,促进身心健康成长。

不只有运动,今年,安踏运动会还融入了传统文化研学内容。其间,青少年们参观了陕西考古博物馆,深入了解中华文明的悠久历史;前往兵马俑博物馆,体验秦俑制作;亲手绘制秦腔脸谱,感受传统文化的魅力,加深对中华民族传统文化的认识。

据悉,安踏集团自2017年发起“安踏茁壮成长公益计划”以来,长期聚焦青少年体育公益,以体教融合助力乡村振兴,激发青少年对体育运动的兴趣,培养运动习惯,让孩子们在运动中感受体育精神,享受运动的快乐,茁壮成长。

瞄准中国消费者 MUSINSA获安踏投资 进军上海

本报讯(记者 柯国笠)近期,韩国领先时尚电商平台MUSINSA正式宣布中国市场拓展计划:首家中国门店将于今年第四季度在上海开业。日本市场布局紧随其后,东京和大阪门店预计2026年初开业。

资料显示,MUSINSA于2001年在首尔成立,其电商平台涵盖约8000个韩国时尚品牌及产品。其中,约2000个品牌通过英语平台Musinsa Global面向13个亚洲市场(除中国)销售。

值得一提的是,近期MUSINSA旗下主要线下门店来自中国游客的交易额大幅上涨。今年第二季度,首尔圣水洞“MUSINSA Store 圣水@大林仓库”门店,中国顾客交易额环比增长257%;首尔弘大入口的“MUSINSA Store 弘大”门店,今年上半年中国游客交易额同比增长180%。此外,MUSINSA旗下基础休闲品牌“MUSINSA Standard”在首尔的5家门店(江南、明洞、圣水、汉南、弘大),今年上半年接待中国顾客的交易额同比增长120%。

MUSINSA统计显示,其线下门店外国顾客来自超100个国家和地区,中国和日本顾客占比最高,分别达32%和27%。

此番进军中国市场,MUSINSA获得了中国运动品牌安踏的支持。2025年1月,安踏体育投资约2.64亿元人民币(500亿韩元),获得MUSINSA约1.7%的股份。双方将按MUSINSA持股60%、安踏持股40%的比例组建合资公司,并由MUSINSA负责运营管理。