

营收约27.08亿美元 亚玛芬体育上半年营收比增23.46%

本报讯（记者 柯国笠）日前，安踏集团旗下亚玛芬体育（Amer Sports）发布上半年财报。今年上半年，亚玛芬体育营收从去年同期的约21.94亿美元（约合人民币157.44亿元）增长23.46%至27.08亿美元（约合人民币194.57亿元）；净收益约为1.61亿美元（约11.57亿元人民币），同比增幅高达3047.06%（去年同期为510万美元）。

第二季度的强势表现，是亚玛芬体育上半年整体业绩亮眼的基础。第二季度，亚玛芬体育收入同比增长23%至12.36亿美元（约合人民币88.78亿元），超出市场预期。从区域来看，第二季度，亚玛芬体育以中国为主的市场区域收入超越北美区域，领跑亚玛芬各大市场，实现收入4.10亿美元（约合人民币29.48亿元）；不含中国的亚太地区市场营收同比增长45%，领跑全球市场。

从业务板块来看，亚玛芬体育户外功能性服饰分部（主要由Arc'Teryx始祖鸟和PeakPerformance壁克峰构成）上半年收入增长26%至11.73亿美元，门店数量从2024年的203家增至227家；山地户外服饰及装备分部（以Salomon萨洛蒙、Atomic阿托米克为代表）上半年同比增长29%至9.16亿美元，门店数量激增58%至256家。其中，萨洛蒙预计年底门店数将突破300家。目前，该品牌中国客群中女性占比已达50%，集中于一、二线城市。此外，球类和球拍装备分部（含Wilson威尔胜、ATEC等品牌）同比增长11%至6.2亿美元，门店从去年26家快速扩张至63家。

基于上半年的强劲表现，亚玛芬体育更新了2025全年业绩指引：在假设美国对华关税维持在30%的前提下，公司预计全年营收增长20%至21%，毛利率约为56.5%，营业利润率在12.0%至13.0%之间。

亚玛芬体育管理层表示，今年将实现净关店，其中包括关闭部分历史合作门店，但品牌自营门店数量仍将稳步提升，并重点布局大体量、高质量、高效率门店。

亚玛芬体育全球首席执行官郑捷表示，虽然市场环境存在短期不确定因素，但对旗下所有品牌实现长期高质量发展有信心。其中，萨洛蒙、始祖鸟的持续强劲表现，以及运动装备类的稳健表现，为下半年及未来发展夯实了基础。

九牧王 新设品牌管理公司 注册资本1亿元

本报讯（记者 施珊妹）据企查查App显示，近日，纳美柏图品牌管理（厦门）有限公司成立，注册资本1亿元。该公司经营范围包含品牌管理、企业管理、企业管理咨询、针纺织品销售、针纺织品及原料销售等。

企查查股权穿透显示，该公司由九牧王全资持股。

柒牌工会 职工子女暑托班收官

本报讯（记者 施珊妹）近日，由泉州市总工会、晋江市总工会、英林镇总工会主办，柒牌工会、晋江市启航社工服务中心承办的“乐享成长·安心一夏”柒牌工会职工子女暑托班落下帷幕。

暑托班期间，孩子们在京剧脸谱绘制、非遗团扇创作、木头戏剧体验里，与传统文化对话；在数独游戏中，锻炼逻辑思维；在科学课上，解锁奇妙知识……结业当天还举行颁奖仪式，老师根据学员的综合表现，评选出进步之星、才艺之星、学习之星、活力之星、创意之星，以及优秀学员等多个奖项。

柒牌工会主席陈是权表示，希望孩子们在今后的学习生活中保持好习惯，一路向阳成长。

福兴集团 员工子女夏令营结营

本报讯（记者 吴晓艳）23日，为期两个月的福兴集团“幸福暑假”员工子女夏令营落下帷幕。

在结营仪式上，孩子们带来精心编排的舞蹈、歌曲、朗诵等节目，向家长和公司员工展示他们在夏令营中的成长与收获。现场气氛热烈，掌声不断。

据了解，此次夏令营活动内容丰富多彩，既有绘画、手工、阅读分享等富有创意的静态课程，又融入了趣味运动、户外学习、团队拓展等寓教于乐的体验式项目。在轻松愉悦的学习环境中，孩子们不仅收获了知识与技能，也培养了团队协作、沟通表达和自我管理等能力。

福兴集团方面表示，公司长期以来秉承“以人为本”的理念，将关爱员工及其家庭作为企业发展的重要责任。通过举办夏令营活动，公司不仅为员工子女提供了一个快乐、安全的暑假去处，也进一步增强了员工的幸福感和归属感。展望未来，福兴集团将继续坚持开展形式多样的活动，以实际行动践行企业社会责任，为员工及其家庭创造更加美好的未来。



始祖鸟门店 本报记者 董严军 摄

超1200家门店入驻美团闪购平台 安踏开启运动零售“30分钟达”

本报讯（记者 柯国笠）日前，安踏与美团闪购正式达成战略合作，全国超1200家安踏门店全面入驻美团闪购平台，推出“安踏好货30分钟到手”服务。双方计划于2025年底前将合作门店扩展至5000家，业务覆盖全国300多个城市，打破运动消费的时空限制。

此次战略合作早有痕迹。6月起，安踏在山东、广东等地的试运营中，验证了即时零售的爆发潜力。数据显示，美团闪购运动品类暑期销量激增，跑步鞋、篮球鞋等销量同比增长超200%，游泳、骑行装备增长超100%。这些订单高频场景集中于健身房、学校及酒店，精准匹配“健身忘带装备”

“孩子体育课急需换鞋”等即时需求。试运营门店周末销售额最高提升3倍，退货率反而下降，印证了“即买即用”模式的高效性。

记者了解到，为支撑30分钟极速送达，合作双方实现数据、会员、售后等三大核心系统对接，提升触达率、复购率与服务质量。

据悉，即时零售正成为运动品牌渠道变革的必争之地。国际品牌如耐克、阿迪达斯及迪卡侬已率先布局美团闪购。作为本土头部企业，安踏此次的强势入场或将推动李宁、特步等国产品牌跟进。安踏即时零售业务负责人表示，“即时零售已是运动装备消

费的主流方式，更是安踏全渠道战略的核心一环。”此次合作，不仅激活了安踏线下门店的坪效与人效，更以“时间差”打破电商价格战困局，开辟增量市场。

此外，借势开学消费潮，安踏在美国闪购推出“满200元减50元”“满300元减100元”专属优惠，进一步刺激即时订单转化。

业内分析认为，依托美团闪购超4亿活跃用户与高黏性消费生态，安踏主品牌增长潜力有望加速释放。当“30分钟送达”成为标配，运动品牌的竞争维度已从产品与价格，跃升至“满足需求的速度”。

纸品唯一 增速前十 心相印蝉联消费者十大首选品牌

本报讯（记者 柯国笠 董严军）近日，第三方市场调研机构Worldpanel消费者指数发布了《2025品牌足迹报告》中国市场榜单，揭晓中国消费者十大首选品牌及消费者增速十大品牌。晋江企业恒安集团旗下品牌心相印以5.52亿的消费者触及数，再度强势登榜，成为生活用纸行业中唯一同时跻身双榜单的品牌。

据悉，这已是Worldpanel消费者指数连续13年发布年度报告。该报告以“消费者触及数（CRP）”为核心衡量指标，涵盖品牌的渗透率（一年中购买某品牌的家庭占比）和购买频次（一年内平均购买次数），直观反映品牌赢得消费者决策瞬间的能力，成为洞察中国快速消费品市场动态的重要指南。报告显示，2024年，在全球各市场获得增长的品牌比例依然可观，其中，中国市场的增长动力呈现鲜明特征：渗透率与购买频次的“双轮驱动”已成为所有规模品牌的主要增长路径。

报告数据显示，凭借前瞻性的品牌布局，2024年，心相印消费者触及数突破5.5亿，渗透率接近70%，消费者触及数增长率达14.5%，延续高增长势头，展现出广阔的市场覆盖面与强劲的品牌活力，成为生活用纸行业中唯



一荣登“消费者首选”与“消费者增速前十”双榜单的品牌。

《2025品牌足迹报告》指出，在线上线下渠道边界日益融合的背景下，“精准触达消费者每一个决策瞬间”的能力，正成为决定品牌增长的关键。扩大消费群体也已成为驱动品牌持续增长的核心引擎。

恒安集团方面表示，未来，心相印品牌将继续坚持以消费者洞察为引领、以产品创新为驱动、以情绪价值为纽带，打造更多高品质产品与服务，不断响应消费者对健康生活的更高需求，致力于成为生活用纸行业备受信赖的标杆品牌与创新引领者。

以学赋能 助力企业稳步前行 晋江市泳装产业协会举办劳资风控实战交流活动

本报讯（记者 施珊妹）近日，晋江市泳装产业协会联合智汇创盈企业管理（石狮）有限公司举办劳资风控实战交流活动，吸引近100名企业代表参加。

活动特邀人力资源领域资深专家杨芳担任主讲。杨芳凭借在外企高管岗位的丰富经验及对多行业企业的深入研究，围绕企业用工过程中的重点难点问题展开分享。她结合大量真实案例，深入剖析合同陷阱、薪酬争议、社保合规、工伤假管理

等企业容易涉及的问题，并针对性提出构建严密规章制度、优化招聘培训流程等源头防范策略。

在互动交流环节，与会人员结合自身企业管理实际遇到的问题展开讨论。杨芳从法律法规、企业实操和风险控制三个维度，逐一进行专业解析和案例指导。此次活动通过情景模拟和互动问答的形式，为企业提供切实可行的解决方案，帮助与会人员厘清合规管理要点，优化人力资源

管理策略。

参会企业代表纷纷表示，活动内容立足企业实际痛点，既深入浅出地解读了相关政策法规，又提供了切实可行的实操方案，为企业优化人力资源管理提供了专业指导。

晋江市泳装产业协会会长洪清纯表示，未来，协会将持续聚焦会员企业发展需求，通过搭建专业交流平台、整合优质智库资源等方式，为企业提供更多精准服务，助力行业健康发展。

卡尔美 为亚足联俱乐部赛事 提供官方比赛用球

本报讯（记者 柯雅雅）近日，亚洲足球联合会（AFC）与卡尔美联合发布2025/2026赛季亚冠精英联赛（ACL Elite）和亚冠二级联赛（ACL Two）全新官方比赛用球。

据悉，该款比赛用球名为“PARADISE 足球乐园”，既向大众传播足球运动的纯粹乐趣，也承载着亚洲俱乐部赛事升级迭代的愿景，象征着赛事由此迈入崭新篇章。

该款比赛用球设计灵感源自乐园世界，将应用于亚冠精英联赛与亚冠二级联赛。两者采用相同的片型设计，在配色上突出各自的赛事品牌元素，在保持统一调性的同时，彰显独特个性，进一步提升赛事品牌价值。

“很高兴能够为亚足联俱乐部系列赛事提供官方比赛用球，这是双方续约合作后新增的重要赛事合作项目。”卡尔美体育董事长柯永祥表示，这标志着卡尔美正式成为亚足联俱乐部赛事的官方比赛用球供应商，“希望‘PARADISE 足球乐园’能满足亚足联的专业标准与全球观众的期待，将大家带入充满速度与激情、绽放技巧与协作之美的足球乐园”。

义乌市晋江商会 开展“共筑品牌出海” 签约活动

本报讯（记者 王云霏）近日，义乌市晋江商会与绍兴市福建商会、广州市晋江商会、安徽省晋江商会联合开展“共筑品牌出海”签约活动。

现场，义乌市晋江商会会长张水顺介绍了该商会在服务会员企业、对接全球商贸资源、推动本土品牌国际化方面的独特优势。随后，与会人员围绕“区域优势互补”展开热烈探讨。大家一致认为，可以充分依托广东成熟的跨境电商生态、安徽坚实的制造产业基础、绍兴福建商会深厚的海外市场网络等优势，共建共享市场拓展渠道、物流配送体系、全球营销矩阵、风险防控机制等资源，打造功能完备的国际化赋能平台。

当天，义乌市晋江商会分别与广州市晋江商会、安徽省晋江商会签署“共筑品牌出海”战略合作协议。此次签约将为企业品牌出海提供渠道拓展、供应链优化等方面的全方位支持。

张水顺表示，接下来，将持续深化跨区域协同合作，进一步构建覆盖面更广、联动性更强的协同网络，不断汇聚多元化资源，为会员企业品牌出海持续注入新动能，助力更多企业国际市场实现稳健发展。

晋江留联与 晋江市磁灶镇青年协会 开展交流联谊活动



晋江留联会长许辉煌（右）与磁灶镇青年协会常务副会长兼秘书长吴金镇交换纪念品。

本报讯（记者 王云霏 张晋福）近日，晋江市留学人员联谊会（以下简称“晋江留联”）与磁灶镇青年协会联合举办“海归磁灶情 青春共奋进”主题联谊活动。

活动一行走进磁灶大埔村，了解该村在党建引领、产业兴村、文化铸魂、生态宜居等方面的举措；参观三吴村乡村记忆展示馆，观看青狮阵表演；参观磁灶金交椅山窑址，了解磁灶千年陶瓷文化。

活动举行交流座谈。磁灶镇青年协会常务副会长兼秘书长吴金镇介绍了协会基本情况。他表示，磁灶镇青年协会自2024年12月成立以来，一直秉持着“学习、传承、创造、分享”的宗旨，希望协会与晋江留联搭建起一座坚实的桥梁，在经济发展、文化交流、社会公益等领域开展深入的合作与交流，共同为晋江的发展贡献青春力量。

晋江留联会长许辉煌表示，晋江留联自成立以来，始终坚持引领留学归国人员在各个领域发挥积极作用，努力践行留学报国人才库、建言献策智囊团、民间外交生力军的责任和使命，不断为晋江经济社会发展贡献力量。希望今后两大青年团体以此次交流活动为契机，建立常态化交流平台，探索项目化合作模式，构建资源共享网络，携手共进、互利共赢。