



丁清乐：“创二代”的责任是做好“衔接”

本报记者 柯雅雅 陈巧玲

“85后”的丁清乐，现任三六一度公司人力资源中心总经理。此前，几乎没有关于他的个人相关资料，外人甚至不知道他是三六一度集团执行董事兼总裁丁伍号的儿子。

“我是一个挺无趣的人，工作和家庭就是我的全部。”这是丁清乐最初不愿面对镜头的原因。“比起我个人，我更想让消费者更了解我们的品牌。”这是他最后愿意接受采访的原因。

如同在接受采访这件事上的选择一样，现在回头看这些年走过的路，丁清乐一直清晰地了解自己为何而出发，并在每次人生的十字路口上，做出至今无悔的选择。



特步集团 MSCI ESG 评级跃升至“AA”级

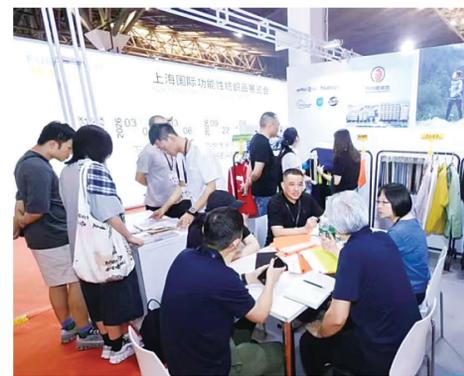
本报讯(记者 柯雅雅)近日，国际权威指数机构摩根士丹利资本国际公司(以下简称“MSCI”)公布最新2025年度环境、社会及管治(ESG)评级结果，特步跃升 MSCI ESG AA 级，成为首家荣获“AA”级的中国体育用品企业。

本年度评级中，特步在碳足迹管理、供应链劳工管理、化学品安全、劳工管理及公司治理等方面的分数大幅提升，充分体现了国际市场对特步在 ESG 管理方面的充分认可。

值得一提的是，特步 MSCI ESG 评级已实现4年连升。2022年，特步首次获得评级“BB”级，2023年提升至“BBB”级，2024年升至“A”级，今年再次提升至“AA”级。

据悉，MSCI 是全球领先的投资决策支持工具和服务提供商，也是全球最权威的 ESG 指数评级机构之一，其评级结果已成为资本市场的主流投资参考依据。

晋企携500余款创新面料与国际买家商洽



本报讯(记者 施珊妹)近日，上海国际功能性纺织品(秋冬)展览会在上海举办。万兴隆、三福等晋江企业携500余款前沿创新面料亮相，与全球展商、专业买家开展对接与商洽，寻求合作新机遇。

此番是晋江万兴隆染织实业有限公司首次参展，其携带“耐75℃工业水洗的尼龙/尼氨染色面料”、超弹及防水透湿等特色面料并配合样衣进行展示，效果达到预期。

“除客户接待外，我们积极与同行互动，与国内外优质纱线、膜材、功能性助剂商面对面交流，探讨开发方向与趋势。这种细分领域的展会将越来越受到青睐。”万兴隆面料设计师吴志辉说。

此次展会上，三福(中国)集团集中展示了“‘翼系列’极轻7D超感面料”等多款最新研发功能性纺织品成果，涵盖高性能、多功能面料及环保工艺应用等，全面呈现企业在技术创新与可持续发展领域的实践探索。

展出产品吸引了众多专业观众驻足咨询，三福团队与海内外客户共同探讨了功能性纺织品的技术突破方向与市场需求趋势。结合产品优势，就户外运动场景应用潜力、可持续工艺发展等行业热点进行了技术交流与案例分享。

出国留学 成为“行动派”

18岁，对于大多数人来说是懵懂的，丁清乐却已经有着超出同龄人的成熟，为自己定下了人生的方向，出国留学。这份成熟，也源自他对于“我想要什么”清晰的认知。

“那时候，正好是我们公司服装产品初上市的一个重要节点。在我自己的认知中，设计是产品重要的一环，很多时候设计理念是相通的，我应该先去国外学习掌握一门技术类的东西。”带着这样的想法，2005年，丁清乐独自一人前往英国开始自己的高中生涯。

初到英国时，让丁清乐印象最深的是，中介告诉他英国是一天两餐，以至于在很长的一段时间内，他都是按照中介说的去做，“在寄宿家庭尊重他们的生活习惯——一天两餐，但后来我发现其实并不是，英国人的生活习惯其实也是一日三餐。”

回忆起这一段过往，丁清乐不禁笑出了声，“其实很多事情并不是别人告诉你如何便是如何，需要你真正去观察去做，你就会发现和别人所说不一样的地方。”

年少时走出国门的一次“小意外”，让自己成了一个行动派。

“在英国5年的高中大学生活里，练着练着也就成长了。”后来决定到美国纽约就读研究生时，丁清乐一个人一张机票一个行李箱，就出发了。

对于自己出国留学在专业上的选择，丁清乐说，父亲从不干涉，“高中的时候，我选修了服装设计和商业管理。两年学习后，按照我的兴趣和我的成绩，我告诉父亲想在大学读服装设计。于是，对于专业的话题，我们父子俩的沟通就这样结束了。”

大二的一次实习，丁清乐发现，设计可以视为自己的一种爱好，提升自己的审美素养，但却无法成为自己的工作，或者说是自己将来的事业，“当时发现这一点的时候，我其实是痛苦的，但必须去做调整。”意识到这一点的丁清乐也调整了自己的方向，在研究生时选择商业管理。

“后来我才知道，人力资源上有很多的测量工具，可以帮助去做选择。但我是属于乌龟型的人，认准目标，一步一步往前走。”

清晰定位 但从未设限

2013年，留学归来，丁清乐进入了361°。

轮岗、学习、吸收，这是他对前两三年在企业工作的概括。“物流体系、服装厂、鞋厂，每个部门我都去轮岗。在这个过程中会觉得每一项都是一个新事物需要去学习，然后吸收，转化为自己的东西。”

当时，服装相较于鞋，在361°的产品品类中来看是一个比较新的领域，但因为自己专业也曾是服装设计，所以对于服装产品上的管理也比较容易上手，可以提出自己的一些意见。

随着自己阅历的增长，自己对企业的认知也在不断迭代。从工厂回到厦门运营中心以后，丁清乐对自己在企业的定位又进行了一番思考，“人所处的位置不一样，对自己应该承担起的责任也会不一样。”

彼时，丁清乐意识到，361°品牌做得还不是特别完善，除了每四年有一波关于亚运会赞助的传播外，对外并没有更多的输出，这已经不能满足361°整个体系对品牌传播的需要。

传承企业 做好“衔接”

在参与企业经营过程中，丁清乐喜欢用“衔接者”来形容，“父辈现在能有很多脍炙人口的商业经历，很大一部分是因为他们对商业有着敏锐感，把握住了那个时代蓬勃发展的机会；有着我们一直所讲的爱拼敢赢的精神，才有了如今我们所看到的产业基础。”

但丁清乐其实也意识到了自己和父辈不同。自己所处的年轻一代都是有接受高等教育或者海外留学的经历，形成了不同于父辈一代对产业、对经济的认知。这时候参与企业，他们是给予父辈不同的建议，这些建议是能够给予企业更新生命力的。而这样的一个过程，丁清乐认为是

“我决定到品牌端。在我的认知里，361°不应该局限于生产和销售产品，除了产品质量好，体育资源要如何用好，体育品牌故事要如何讲好，产品要如何说话，这些都是至关重要的。”

但品牌并不是丁清乐认知企业的全部，在熟稔了品牌的运作法则后，他又走到了市场端。

丁清乐很清楚市场是靠脚走出来的，身处公司没法更加全面地了解企业和品牌的样貌。于是，他每个月基本都会出差到至少两个城市，去了解当地的市场，看当地的管理团队，“通过走访观察，我把我所得到的信息反馈到相应的部门和人员。”

父辈给了他充分的尊重和权限，丁清乐说，“上班要准时，这是我父亲提过的唯一要求。”而这唯一的要求也成为丁清乐如今工作最基本的要求。

对于其他事情，他并不对自己设限，“行动最具说明力，也是最具有感召力的，通过身体力行感召一群志同道合、有能力的伙伴，孕育出组织取得更多发展所需要的能力。当然这并不会是一件容易的事情，但我们会努力去做。”

和父辈衔接的过程。

在丁清乐看来，虽然与父辈有所不同，但是沿袭几代人身上，对于企业的责任感从未发生过改变。

“我一直想要从企业文化上进行一个组织再造，其实这也是一个衔接过程，每个阶段都会有瓶颈期，我们的父辈在他们的阶段会有属于他们的使命，我们在我们的阶段也会有属于我们的使命。”

在丁清乐看来，就如晋江精神一样，当下，“爱拼敢赢”是我们大多数人对它直接的一个诠释，但可能在未来或许对它的理解是“合作共赢”或者其他的，“但我相信，只要我们能掌握其精髓，随着时代的变迁，我们也能做好要做的事，晋江精神是常学常新，企业经营亦是如此。”