

利郎开设首家未来感概念店



本报讯(记者 施珊妹)近日,利郎全球首家“未来商业”零售概念店开业。门店选址马来西亚吉隆坡 Pavilion Bukit Jalil,这也是利郎在马来西亚开设的第二家门店。

记者了解到,该门店占地超400平方米,通过设计、创新和技术的巧妙融合,重新定义现代男装的购物体验。

该店以“未来通勤转换站”为概念,将“简约不简单”的品牌哲学注入空间叙事。外立面汲取马来西亚竹节纹理,以现代金属与利郎标志性的切割线条组合,塑造先锋视觉印象。内部空间延续此脉络,金属、几何结构与动态光影共同构建一个超现实场景。

从远处望去,店铺外立面以简洁流畅的玻璃幕墙和醒目的LILANZ标志展现出强烈的视觉张力,能迅速吸引路人的目光。踏入店门,店内空间如同通往未来的通道——通透明亮、开阔舒展,时尚与科技在此完美交融。极简的动线设计引导顾客静静探索,柔和的灯光与触感对比更凸显店铺的设计质感与格调。

抛光不锈钢装置与光滑的玻璃水磨石地板相映成趣,营造出既现代又优雅的空间。空间中融入本地特色——以马来西亚竹材点缀其间,增添了一抹温度与真实感。

门店的核心区域是一个专属裤装区,也是整个空间的建筑亮点。环绕着这个区域的

是一系列宽敞的展示区,陈列着利郎种类繁多的男装系列,从西装到都市休闲装,再到精致的日常单品,应有尽有。空间内还设有一个充满活力的角落,摆放着色彩鲜艳、款式大胆的Polo衫,与门店的单品主调形成鲜明对比。试衣间采用胶囊式设计,延续了未来主义理念,确保每一个细节都兼具现代感和时尚感。

于利郎而言,这里不仅陈列服装,更诠释新商务主义的生活方式;每一处细节,从橱窗到货架,都隐喻着利郎轻商务服饰在场景间的自如切换,于简约设计中展现面料、工艺

与内涵的“不简单”。

2025年秋冬季,利郎继续秉承其三大核心理念——SMART(品位商务)、URBAN CASUAL(都市休闲)和 PERFORMANCE WEAR(功能商旅),推出全新系列产品。该系列从欧洲的自然环境中汲取灵感,采用大地色系和柔和的色调,展现出欧洲大陆静谧迷人的风景。设计简约而不失细节,廓形中巧妙融入北欧和凯尔特风格图案,为系列产品增添层次感独特个性。面料方面,利郎在保留适合欧洲气候的奢华质感的同时,进行了精心改良,确保服饰在马来西亚的热带气候中依然舒适透气。

国星陶瓷与道氏技术 共建联合创新中心

本报讯(记者 王云霏)近日,国星陶瓷与道氏技术共同创立的“联合创新中心”在国星陶瓷产业园办公大楼揭牌。

记者了解到,该联合创新中心将依托国星陶瓷的生产规模优势,结合道氏技术“产品+服务+解决方案”的专业模式,共同在新材料应用、工艺创新等方面进行深度探索,推动研发成果转化。

经过二十多年的发展,国星陶瓷步伐稳健,在把握产区优势的基础上不断开拓创新。近年来,国星陶瓷率先实现柔性生产模式,打造了众多差异化创新产品,不断提高市场竞争力。

道氏技术是一家成立于2007年的高新技术企业,主营业务涵盖陶瓷材料、新能源材料和战略资源三大领域,2014年在深交所上市。此次合作将通过两家企业的强强联合,构建深度研发沟通与协作平台,开发引领行业潮流的标志性新产品,助力国星陶瓷进一步提升产品竞争力。

劲霸公司 开展员工疗休养活动

本报讯(记者 施珊妹)近日,劲霸公司组织员工前往龙岩冠豸山,开展为期三日的疗休养活动。此次活动将自然生态与文化体验深度融合,让员工拥有身心放松与精神滋养的双重体验。

清晨,员工们踏上冠豸山的丹霞石径,开启了与亿万年地质历史的对话。随后,员工们参观革命历史遗址。在古朴的村落与历史文化街区,员工们亲身体验当地丰富的非物质文化遗产。部分员工还体验了雕版印刷等非遗项目,感受客家文化魅力。

此次活动还安排了团队建设环节,员工们在协作中增进了解与信任,团队凝聚力得到有效提升。

劲霸公司方面表示,劲霸始终坚持以职工为中心的工作导向,此次疗休养活动是公司关爱员工、践行企业文化的具体体现。未来,劲霸将继续组织更多形式多样的活动,为员工营造积极向上、团结协作的工作氛围,共同推动公司健康发展。

官宣吴磊成为品牌代言人 迪桑特加速年轻化战略布局

本报讯(记者 柯国笠)日前,安踏集团旗下高端运动品牌DESCENTE(迪桑特)宣布新生代演员吴磊成为品牌代言人。这一合作标志着迪桑特在中国市场年轻化战略的进一步深化,也预示着该品牌将加速拓展年轻消费群体市场。

据悉,吴磊作为目前国内“95后”实力派青年影视演员代表,凭借阳光健康的形象和出色的专业表现屡获好评。他热爱运动、积极向上的个人特质与迪桑特“精准运动”的品牌理念高度契合。在官宣视频中,吴磊身着迪桑特2025冬季系列专业滑雪装备,展现了品牌在高端运动领域的专业形象。

迪桑特方面表示,吴磊体现的专注、进取与突破精神,正是迪桑特所倡导的运动价值观,期待通过这次合作,让更多年轻消费者了解迪桑特的专业运动基因。

此次签约是迪桑特在中国市场战略转型的重要一步。作为国际高端运动品牌,迪桑特近年来积极调整品牌定位,从传统的高端专业运动装备向更年轻化、时尚化的方向发展。选择吴磊作为代言人,有助于品牌触达更广泛的年轻消费群体,特别是在滑雪、高尔夫等高端运动领域培育新一代用户。

数据显示,中国运动服饰市场正呈现明显的年轻化趋势。根据最新行业报告,18岁-35岁消费者已成为高端运动装备的主力消费群体,占比超过60%。迪桑特此番营销动作,正是对这一市场趋势的精准把握。

值得注意的是,迪桑特近年来在中国市场动作频频。从开设旗舰店、推出中国限定产品线,到签约新生代代言人,一系列

举措都显示出品牌对中国市场的重视。安踏集团公布的第三季度财报显示,以迪桑特为代表的户外运动板块增长超过40%。而随着2025—2026滑雪季的临近,迪桑特有借助吴磊的影响力,在滑雪装备市场实现新的突破。

此次合作不仅是品牌营销层面的升级,更是迪桑特产品战略转型的体现。据悉,迪桑特将在保持专业运动基因的同时,推出更多融合时尚元素的运动生活系列产品,以满足年轻消费者对运动装备“专业”与“时尚”的双重需求。

随着吴磊的加入,迪桑特在中国市场的品牌年轻化进程将加速推进。未来,品牌有望通过明星效应与产品创新的双轮驱动,在竞争激烈的高端运动市场占据更有利位置。

利郎斩获 “2025 互动创意 & 媒介营销奖” 铜奖

本报讯(记者 施珊妹)近日,在2025中国国际广告节上,利郎凭借“利郎男装-情人节营销传播”案例,荣获“2025互动创意&媒介营销奖”铜奖。

利郎方面表示,这一荣誉不仅是对利郎创意能力的肯定,更折射出其在情感营销与地域文化融合中的深层探索。

在品牌与市场联结日益紧密、在地化营销渐成主流的背景下,城市于品牌而言早已成为与本土消费者展开温度对话的场所。今年情人节,利郎以“婚礼季”作为情感载体,通过与年轻消费者共同探索城市人文风貌,实现了品牌传播的强势突围。

此次营销活动中,利郎联动泉州、郑州、运城、长沙等33座城市,推出一系列饱含地方特色的家乡版婚纱照,每组影像均以城市名称为创意原点,巧妙运用谐音梗打造出一系列动人语句,既贴合城市文化特质,又以轻松幽默的方式传递真挚情感,实现城市符号与品牌之间的创意链接。

在传播层面,利郎以高铁枢纽为核心触点,借助高铁屏在33座城市的高铁站展开集中曝光,融合了城市谐音与情感表达的视觉内容,迅速吸引往来旅客自发打卡,形成从线下场量到线上社媒的传播闭环。这种“场量+内容+社交”的传播链条,重新定义了品牌与消费者的互动方式,使品牌传播从单向曝光转向双向参与。

利郎此次营销不仅实现了传播声量的爆发,更在情感层面与消费者建立了深度连接。在社交媒体上,大量UGC内容的涌现持续放大活动影响力,使品牌在年轻群体中的可见度与认同感不断提升。而对高铁传播的布局,则进一步确保了品牌内容在多个区域市场的一致性冲击力。

在信息爆炸时代,利郎以情感共鸣破局,既展现了品牌对环境的敏锐洞察,也验证了地域文化与商业传播融合的可能性。这一案例证明,当品牌真正融入城市文化肌理,与消费者展开深度对话,便能创造出兼具商业价值与文化意义的传播范本,为品牌年轻化战略注入持久生命力。



市井街巷烟火氤氲又不失洁净有序,住宅区品质迭代焕新,乡村院落步步皆是优美景致……今年以来,晋江市以系统思维擘画人居环境建设蓝图,各级协同联动、同向发力,让洁净之美浸润城市肌理,让幸福滋味充盈城乡每个角落。

城净村美绘新卷 同心聚力赴新篇

本报记者 沈茜 秦越



九十九溪田园风光



晋江深沪镇东华村道路“白改黑”

赛事赋能

绘就城市品质新封面

重大活动与重点项目是人居环境提升的“加速器”。晋江以赛事筹备强治理,以项目建设优生态,用高品质环境展现城市实力与温度。

第三届全国博士后创新创业大赛筹备期间,晋江以赛事为契机推进环境整治提升攻坚,多维度筑牢环境保障网。一方面,成立人居环境整治专项工作组,构建多部门协同攻坚体系;策划生成涵盖市容市貌、交通设施等领域的58个重点提升项目,完成市区主干道1500个果皮箱更新、中心城区标识标牌修复;围绕“市容市貌、环境卫生、临时搭建、共享单车”开展专项攻坚,累计整治占道经营72起、清理“牛皮癣”225处、“撤桶并点”28处、优化垃圾桶点位73处、清理临时遮盖和集装箱26处。另一方面,依托智慧管理视频监控平台,安排专人值守大屏滚动巡查关键点位,累计巡查105路摄像头、6条重要路线,发现并下发问题25件,实现“线上发现—线下处置”闭环;开展道路停车秩序专项整治,以“抓拍取证+采集上报+短信通知”模式整治违停,精准采集违停车信息,全程保持高压管控。

重点生态项目则推动人居环境与乡村振兴深度融合。晋江以两条示范带推进全域环境升级:一条是覆盖6个镇街44个村(社区)的九十九溪流域乡村全面振兴示范带,另一条是串联沿海6个镇52个村(社区)的滨海生态乡村振兴示范带。通过将沿线吉甯庭院、生态绿道、文化节点“串珠成链”,既整治环境卫生,完善基础设施,又推动各村(社区)资源共享。

其中,九十九溪田园风光项目入选“世遗泉州·田园风光”首批认定名单,流域从“河道淤积、环境杂乱”蜕变为“水清岸绿、田美村净”,打造兼具生态涵养与休闲游憩功能的空间,为乡村人居环境升级注入新动力。

市区提质

激活烟火深处洁净力

今年以来,晋江以《2025年晋江市人居环境品质提升创优专项行动方案》为纲领,部署7个专项提升整治行动与3个创优项目,为市区人居环境提质划定“路线图”。

专项行动自4月启动以来,成效显著:阳光夜市、高阳夜市等全部铺设隔油垫,19个马路市场实现“一点一策”规范管理,修复人行道、车行道7万平方米,查处“滴撒漏”115处、车窗抛物108起,油烟投诉商家数量环比下降21.27%。

针对夜间管理痛点,6月起,晋江市城管执法局每周开展夜间统一

执法行动,在重点路段、建筑工地周边设检查点,以“定点检查+流动巡查”的方式严查建筑垃圾运输车辆,集中整治噪音扰民、餐饮油烟污染、“滴撒漏”等问题,对违规行为当场查处整改。

为持续巩固整治成果,近段时间,晋江各镇街聚焦“净桶、净厨、净街”开展专项行动,以垃圾桶常清洗、公厕管养全覆盖为目标,集中处置垃圾桶破损、周边地面脏污、陈年垃圾等细节问题,让市区洁净度再升级。

聚焦居民居住核心需求,晋江市

住建局牵头推进住宅小区管理品质提升专项行动,围绕“四好”建设构建镇(街道)、村(社区)、业委会、物业服务企业多方联动体系,通过小区垃圾收集设施集中清洁、破损路面“小修补”、专项环境整治与消杀等具体举措,全方位改善居住环境,让群众获得感、幸福感持续提升。

镇村焕新

铺就民生幸福实景图

晋江以“垃圾清零、道路提质、景观微造”为抓手,推动镇村人居环境“旧貌换新颜”,让群众获得感看得见、摸得着。

走进晋江深沪镇东华村,昔日灰白的水泥路早已换上“黑衣”——投资450万元、长4.5公里的沥青路黑亮如镜,顺着振华大道蜿蜒伸展,一路连起村民家门口与田园研学基地,连道路中间的蓝黄红三色标线,都成了绿色田野里亮眼的风景区。

这场蝶变,始于旅菲华侨施振忠捐资,侨亲、村民、企业家纷纷接力。其中,华宣基金会三次助力振华大道升级——从1996年的机耕路到如今的高标准沥青路,每一次改造都蕴藏着侨胞桑梓情。这条“幸福路网”不仅便于村民出行,更扮靓村容,推动人居环境升级。

磁灶镇官田村的人居环境整治同样亮眼:大宅桥头杂乱地变身党建微景观,夜晚暖光照亮村民归途;后芳路50米石条墙铺红砖、绘红色故事与振兴图景;农贸市场老墙画满农耕场景,村民称“买菜像逛画展”;环村路杂草垃圾地改造成包含步道、草坪的街头绿地,成为村民散步纳凉好去处。近年来,官田村串联微景观形成打卡路线,通过特色活动引导村民共建共治,既扮靓村容,又涵养文明乡风。

龙湖镇烧灰村则盘活闲置资源,将20世纪70年代的闲置危房(老水利站房)改造为380平方米闽南风格的微景观小广场——拆除危房、清理杂草后,用“出砖入石”工艺筑石墙、铺红砖,配绿色花瓶式护栏,加装路灯,与周边广井水库、革命老区公园连成一体。如今,这里成为村民晨练、夜间休闲,以及龙湖时尚园职工放松的场所。近年来,烧灰村已打造4处闽南风格微景观,既利用闲置空间、改善村容,又传承红色精神与侨乡文化。

从赛事保障到日常治理,从市区提质到镇村焕新,晋江以久久为功的韧劲深耕人居环境提升。如今的晋江,城在绿中、人在景中,烟火气与洁净美共生,城乡共美的画卷正持续铺展。