

第四届中国晋江国际鞋材采购节闭幕 “一站式”服务平台 链式赋能产业发展

本报记者 王诗伟 秦越

8日,第四届中国晋江国际鞋材采购节在晋江国际鞋纺城圆满闭幕。今年的鞋材采购节以“以链聚势,协同共赢”为主题,打造了一个集展示、交易、交流、合作于一体的一站式产业生态平台。来自德国、俄罗斯、土耳其、孟加拉国等多个国家及国内各地制鞋业商协会代表、采购商齐聚晋江,开展交流合作,推动全球鞋纺产业链式协同共赢。

为期3天的展会,满目生机,成果喜人。活动期间,鞋纺城线下共接待采购商1万多人,100多家外籍采购商参与其中;线上参与活动人次超12万,为持续巩固晋江陈埭“中国鞋都”、鞋纺城全球最大运动鞋原辅材料交易集散中心的地位增添动能。



激活多元生态 打造“一站式”服务平台

不同于传统的B2B交易,本届采购节通过丰富的配套活动,构建了集商务、体验、服务于一体的综合生态。

“惠购风暴”商家让利、“诚信商户”评选、“采购狂欢”抽奖等系列活动有效激发了市场活力与采购热情;金融赋能专区联合多家银行,为商户与采购商定制专属金融产品,提供充足的资金支持;潮牌汽车试驾会引入了鸿蒙智行、小米、特斯拉、领克、极氪、仰望等知名品牌,提升活动的体验感,传递鞋纺城作为高端商业平台的多元魅力;“云逛采购节”直播更是通过线上互动,将现场盛况实时传递至全球未能到场的客商,扩大了活动影响力与辐射范围。

作为全球最大的鞋材交易市场之一,鞋纺城持续展现出强大的产业凝聚力与市场活力。鞋纺城有关负责人表示,未来,鞋纺城将继续紧扣“全球鞋服纺织供应链创新中心”战略目标,通过强化平台功能、拓展国际合作,驱动技术创新、优化服务生态,为全球鞋服产业的高质量发展注入更强劲的“链式”动能,从“中国鞋都”稳步迈向具有全球影响力的鞋服纺织供应链创新中心。

本届采购节虽已落幕,但“以链聚势,协同共赢”的产业协奏曲正渐入高潮。晋江,正以更加开放、智慧、协同的姿态,链动全球,共赢未来。



强链条提能级 筑全球供应链新高地

本届国际鞋材采购节,筑链强链与国际合作是关键词,平台能级建设跃升上实现多项突破,构筑起全球供应链的新高地。

在采购节开幕式上,全球鞋服纺织供应链创新中心的建设进展与鞋纺城二期市场规划正式发布。数字化进程同样迈出关键一步——鞋纺城海外独立站在采购节期间正式上线,该平台具备多语言展示与智能服务功能,构建起晋江鞋材直达全球的线上数字通道,为“晋品出海”战略提供了坚实的数字化支撑。

强链补链能够释放产业新动能。采购节期间,国内外采购商齐聚晋江,一同走进全球鞋服纺织供应链创新中心,并了解鞋纺城二期市场的建设情况。

位于晋江国际鞋纺城的全球鞋服纺织供应链创新中心正全力构建“以一中心为驱动,以多区域联动为支撑,以N平台和机构为保障”的立体化供应链体系,进一步推动晋江鞋服纺织产业链链接全球资源,全球市场。鞋纺城二期市场也正加快建设,该项目将打造集展示与现货交易于一体的新型模式,引导、

带动更多内贸主体开展外贸业务,提高市场外向水平,推动“中国鞋都”“买全球、卖全球”的步伐。

采购节也成为深化国际合作的加速器,晋江的鞋材商贸国际“朋友圈”得到进一步拓展。采购节首日,土耳其鞋业工业协会、孟加拉国鞋业制造商协会正式签约入驻鞋纺城“国际采购商服务中心”,这标志着晋江在中东与南亚地区的服务网络进一步完善,跨境供采对接效率显著提升。

土耳其鞋业协会(TASD)主席贝尔克·伊克滕表示,“土耳其是欧洲最大、世界第六的制鞋国,但在运动鞋领域仍有巨大发展空间。我们期待通过与晋江国际鞋纺城的合作,带动更多土耳其企业来此采购优质的运动鞋原辅材料,实现优势互补。”

“晋江在制造运动鞋板块是比较有优势的,如果孟加拉国想要更好地发展运动鞋生产制造行业,加强与晋江的合作,将会很有帮助。”孟加拉国鞋业制造商协会副主席阿什拉夫·乌丁说。

海外制鞋协会和采购商的认可,体现了晋江供应链在全球产业格局中的吸引力和不可或缺性。



特色品类成增长新引擎 泉州糖果前三季度出口增长超三成

本报讯(记者 蔡明宣)作为我国主要糖果生产和出口基地,泉州今年前三季度糖果出口交出亮眼答卷。据泉州海关数据,1—9月,泉州海关监管出口糖果16.16亿元,同比增长36.12%,产品远销五大洲70多个国家和地区,出口值占福建省糖果出口总值一半以上。

值得关注的是,泉州糖果产业规模同步扩容,前三季度新增糖果出口备案企业31家,累计166家出口加工企业组成的产业集群初具规模,为出口增长筑牢产业基础。

这份成绩的取得,与晋江在泉州糖果产业中的核心作用密不可分。作为泉州糖果生产与出口的重要承载地,晋江企业凭借对特色品类的深耕,成为推动泉州糖果出海的关键力量。

晋江市小牛顿食品工业有限公司便是其中的典型代表。依托“国家高新技术企业”“福建省创新型企业”资质,该企业瞄准国际市场对创意软糖的需求,研发的剥皮软糖成功打入

多家国外大型商超。“前三季度公司出口额突破1亿元,同比增长两倍。”该公司总经理陈金苗表示,目前,公司生产线24小时连轴转,订单生产工期已排至年底。

“今年食品类展会参展热度明显高于其他品类,公司糖果出口业务订单预计增长百分之十几。”蜡笔小新食品副总经理郑东方介绍,蜡笔小新糖果出口以欧洲、南美市场为主,产品涵盖巧克力、造型糖果及剥皮糖。其中,剥皮糖是从软糖延伸出来的新增业务,支持定制化服务,可根据海外需求推出万圣节、圣诞节等节日限定款,以及动物、卡通人物等造型产品。

谈及特色糖果海外走红原因,郑东方分析,海外消费者对甜食需求旺盛,为特色糖果提供了广阔空间。面对市场竞争,他表示,企业将持续推进产品创新,不仅在造型上推陈出新,还将对口味、原料、工艺等方面进行升级,保持核心竞争力。



小牛顿食品生产车间 本报记者 董严军 摄

恒安集团荣获“2025生态品牌践行者”称号

本报讯(记者 柯国笠)日前,2025(第四届)生态品牌认证颁奖典礼在北京举行。恒安集团凭借在生态转型中的卓越实践与突出成效,成功荣获“2025生态品牌践行者”称号,与AkzoNobel、中国民生银行、乐事、上海家化、Sorona等知名企业共同获此殊荣。

本届生态品牌认证由新华社品牌工作办公室、新华出版社、凯度集团、《财经》杂志社、牛津大学赛德商学院联合主办,并同步发布《生态品牌发展报告(2025)》。该认证自2022年启动以来,已成为衡量品牌生态化转型成效的重要标准。认证围绕“共同进化、价值循环、品牌理想”三大视角,细分为“用户体验交互、开放协同共创、终身用户价值、共赢增值效用、社会价值贡献”五个维度,全面评估品牌的生态建设成果。

据悉,本届认证覆盖41个行业,采集超过60万有效数据点,最终共有35家品牌入选。上榜品牌年度营业收入总计超过13.3万亿元,连接了69个行业超22万家生态伙伴,充分展现了生态品牌这一新范式的广泛影响力。恒安集团的入选不仅印证了其在环境、社会及治理(ESG)领域的综合实力,更为行业可持续发展提供了可复制的实践样本。

作为一家创立于1985年的企业,恒安集团始终以长期主义践行责任担当,连续9年披露ESG报告,连续3年发布气候相关报告,以公开透明的信息披露展现可持续发展承诺与行动成效。

2024年,恒安集团正式发布“GROWTH”ESG战略框架,聚焦卓越治理、绿色发展、客户关怀、员工赋能、信赖伙伴、健康社区等六大核心领域,系统性构建覆盖全价值链的ESG战略体系。这一战略推动ESG理念与运营管理深度融合,为恒安集团“百年千亿”战略目标的实现筑牢可持续发展根基。该集团在ESG领域的持续努力获得了国际认可:恒安恒生ESG评级保持A等级,连续两年被纳入恒生可持续发展企业基准指数;在CDP气候变化和水安全问卷评分中取得B级(管理等级)评级;富时罗素评级连续三年提升,并连续成功入选富时罗素社会责任指数(FITSE4Good)系列;标普CSA成绩逐年提升,连续三年入选标普全球《可持续发展年鉴(中国版)》,并被评选为行业最佳进步企业。

恒安集团方面表示,此次荣获“生态品牌践行者”称号,是其40年深耕可持续发展得到的肯定。未来,恒安将继续以“GROWTH”ESG战略为指引,依托产品创新、数字化转型、用户协同、合作共赢及ESG建设,保持其作为生态品牌的竞争力与可持续价值。

舒华体育亮相第十四届全国体育科学大会



本报讯(记者 柯雅雅)7日至9日,第十四届全国体育科学大会在武汉举行。作为大会支持单位,舒华体育股份有限公司携多项创新成果亮相,全面展示其在AI智慧健身、体卫融合、科学运动服务等领域的领先实践,成为会场关注的焦点。

大会现场,舒华体育精心打造“舒华品牌展”和“运动健康促进中心展”两大核心展位,以沉浸式体验展现科学健身的多元场景与创新成果。此次,舒华体育重点展示了基于舒华AI健身助手构建的“PDCA”(计划制定—运动执行—效果评价—调整运动计划)科学循环健身模式,系统化演绎从测试评估、科学锻炼到动态调整的全流程健身体系。

舒华体育联合中国体育科学学会打造的“运动健康促进中心”进一步拓展了科学健身的外延。该展区围绕“测、评、导、练、康”五大环节,设置六大功能区,助力慢病干预与健康

管理。据悉,该模式已在江苏、福建等地开展试点,并与南京市体育学院等机构合作,推动健身设备深度融合融入医疗场景,实现科学运动与精准医疗的深度融合。

大会现场,舒华体育亮相的多款核心产品成为关注焦点。现场首发的舒华V7s康养智能跑步机聚焦老年群体运动需求和痛点;舒华V10+AI跑步大师拥有FlexAir变感跑台技术、SRC专利跑姿监测功能和AI健身助手,可以为用户带来适配跑感、优化跑姿,让运动更科学更高效;BioFi数智力量系列主打“先测后练”理念,通过AI数智算法智能匹配个性化训练方案。

同时,由中国体育科学学会策划,上海体育大学与舒华体育联合组织编写,人民体育出版社深度参与的《中国科学运动发展报告2014—2024年》首次公开亮相。该报告以“科技赋能科学运动,推动全民健康升级”为核心主题,系统梳理了科学运动从理念启蒙到场景落地的演进历程,引发热议。

“舒华始终以用户需求为核心,通过技术研发与模式创新,构建‘产品+服务+场景’的科学健身生态,推动健身设备从工具属性向服务属性升级。”舒华体育营销中心副总经理林德添表示,在健康产业链创新中,舒华始终强化体卫融合、产学研协同,让科学运动真正成为全民健康的重要支撑,为体育高质量发展贡献企业力量。