

安踏再次回应竞购彪马传闻： 对传言一律不予置评

本报讯(记者 柯国笠)近日,据权威媒体报道,中国体育用品巨头安踏体育正在考虑竞购德国运动品牌彪马(Puma),并可能与一家私募股权公司合作推进此事。对此,安踏集团仍然回应“不对市场传闻发表评论”。

早在几个月前,就有传言安踏集团即将收购彪马,当时,安踏集团就作出同样的回应。

据悉,除了安踏,中国另一运动品牌李宁公司及日本运动品牌亚瑟士(ASICS)也在潜在竞购方之列。其中,李宁公司已开始与银行讨论融资选项,初步评估对彪马的收购可行性。

实际上,处于传闻中心的彪马近年来市场竞争表现不佳。面对激烈的市场竞争,彪马如今难以跟上对手的步伐,今年前三季度业绩下滑明显。今年以来,彪马股价已下跌约60%,首席执行官 Arthur Hoeld 于10月宣布了一项重组计划,包括减少折扣、调整营销策略、精简产品线及裁员900人。

此前,彪马的最大股东——法国皮诺家族持有29%的Puma股份,其控股公司 Artemis 表示正在研究各种可能性,由此传出收购传闻。

目前,彪马的市值约为70亿欧元,若交易成功,将是中国运动服饰行业最大的跨境并购案之一。

作为传闻的另一“当事人”,安踏体育近年来通过一系列收购行动,逐步构建了多品牌矩阵。目前,安踏旗下除了主品牌安踏外,

还拥有斐乐(Fila)、迪桑特(Descente)等品牌,同时,安踏还是亚玛芬体育(Amer Sports)的主要股东,该公司旗下包括萨洛蒙(Salomon)、始祖鸟(Arc'teryx)、威尔逊(Wilson)等知名品牌。

安踏对市场传闻的回应,遵循了大型上市公司面对敏感信息的惯例做法——既不确认也不否认,为后续发展留下空间。

如果安踏集团成功收购彪马,将有助于其开拓欧洲市场和渠道,推动其全球化战略。

创同期新高
前10个月泉州纺织机械出口比增41.1%

创同期新高 前10个月泉州纺织机械出口比增41.1%



本报讯(记者 蔡明宣 董严军)日前,记者从泉州海关获悉,前10个月,泉州市纺织机械及其零件(以下简称“纺织机械”)出口额达13.2亿元,同比大幅增长41.1%,占福建省纺织机械出口总值的59.2%,出口规模创下历年同期新高。

泉州纺织机械出口版图持续扩容,其间已覆盖全球110个国家和地区。其中,对共建“一带一路”国家出口表现亮眼,出口额8.3亿元,同比增长33.3%;印度、东盟、中东稳居前三大出口市场,分别出口4.5亿元、4亿元、1.6亿元,印度和东盟市场增幅尤为抢眼,分别高达93.2%、82.2%。

这一亮眼成绩的背后,离不开晋江等产业集群中龙头企业的硬核支撑,福建信龙机械科技股份有限公司(以下简称“信龙机械”)便是其中的典型代表。

走进信龙机械生产车间,机器轰鸣中,工人们正调试一批即将发往东南亚的经编设备,这些设备将广泛应用于当地鞋材、服装面料及功能性面料的生产加工。作为深耕纺织机械领域20余年的行业标杆,信龙机械的海外布局步伐始终与泉州纺织机械出口增长同频共振。

福建信龙机械科技股份有限公司总经理柯青松告诉记者,近年来,信龙机械加速巩固与拓展东南亚市场,积极开拓欧洲、南美洲、非洲、俄罗斯等新兴市场,出口销量进一步提升,并为后续出口打下坚实的基础。

更值得关注的是,信龙机械核心产品经编设备已连续两年实现30%~40%的高速增长,数码印花设备业务也保持年年稳步攀升的良好态势,成为纺织印染机械行业创新发展的“晋江样板”。

“从2022年起,我们就明确了聚焦核心产品、加大研发投入的战略方向。”柯青松介绍,过去三年,企业在经编设备领域持续重金加码,研发始终紧扣客户需求与市场痛点,从帮助客户降低生产成本到助力其实现产品多样化,每一项技术突破都精准对接实际应用场景。凭借近400项发明和实用新型专利的硬核支撑,公司产品以高效、稳定的性能赢得全球市场广泛认可。

此外,为助力纺织机械高效出海,泉州海关启动新一轮跨境电商便利化专项行动,积极引导企业运用“提前申报”“抵港直装”等便利化措施,全面提升通关效率;同时推动企业用足用好RCEP自贸原产地证、AEO认证等惠企政策,充分释放政策红利,为“泉州制造”走向全球市场保驾护航。

打造“航旅购”消费新生态 第二届“国货潮品·一齐飞”跨年消费季启幕

本报记者 吴晓艳 张晋福

昨日上午,泉州晋江国际机场和平国际广场人声鼎沸、暖意融融,第二届“国货潮品·一齐飞”跨年消费季在此火热启幕。超20家泉州本土知名鞋服品牌齐聚一堂,带来低至1折起的年度巨惠,叠加政府消费补贴,为市民和往来旅客奉上一场岁末购物盛宴。

现场,超过7000平方米的沉浸式消费体验空间内,市民旅客忙着挑选、试穿各式鞋服产品,展现出蓬勃的消费活力。

空港变身“嗨购”场 市民旅客“一站式”选购国潮优品

“这价格太实在了!给孩子买两双运动鞋,自己再添件大衣,算上满减和补贴,省了好几百元。”在安踏品牌展销门店,带着家人前来“扫货”的市民陈永明手里已提着多个购物袋,脸上洋溢着满意的笑容。与他一样,许多市民和旅客闻讯而来,在各个品牌展位间穿梭流连。

本届消费季由晋江市商务局与泉州晋江国际机场联合主办,将会场设置在机场航站楼及毗邻的和平国际广场,巧妙利用航空枢纽巨大人流与城市商业空间的联动优势。安踏、劲霸、卡尔美、特步、361°等20多家泉州本土代表性品牌集体亮相,以“国货潮品”为纽带,将这里打造成一个集品牌展示、文化体验与实惠购物于一体的沉浸式“嗨购”消费体验空间,进一步激活年末消费市场活力。

在卡尔美展位,旅客刘斐然正在精心挑选运动外套。他说:“早就知道晋江是‘鞋服之都’,但没想到在机场附近就能集中买到这么多品牌产品,品质好,优惠力度还这么大,这趟旅程多了个意外惊喜。”本地居民黄华则是“有备而来”,“我就住在周边,看到宣传就计划好了。这里销售的产品品类全,价格接地气,正好给全家老小置办过新年衣,一站式搞定,特别方便。”

品牌方也为此次活动做好了准备。安踏泉州奥莱办事处零售经理林秀丽介绍:“我们今年备货量比去年翻了一番,品类更全,折扣力度也更大,全场3件3.9折起,新品也有5.9折的优惠。更重要的是,消费者在享受品牌折扣后,还能叠加使用政府消费券和商场优惠,多重福利下来,一套高品质运动装备可能只需300元左右。”她认为,这种实实在在的让利是吸引消费者的关键。他们希望依托此次活动平台,更好地满足消费者需求,推动市场业绩增长。



品牌聚力“唱大戏” “空港联动”拓展消费新场景

男装品牌代表劲霸男装已连续两届参与“国货潮品·一齐飞”消费季。此次,该品牌携新商务、休闲、时尚等全系列产品参与互动,满足消费者多元场景着装需求,并推出了“买满1件3.5折,2件3折,3件2.5折”的年度重磅优惠,诚意十足。

劲霸男装运营经理许惠清表示,品牌正是看中了这一平台强大的客流汇聚与消费拉动能力。“去年,我们亲历并见证了消费季平台在拉动消费方面的积极效应。今年,我们采用‘空港联动’模式,不仅在和平国际广场设置超500平方米的门店,同时还在机场航站楼内设立了便捷卖场。”许惠清表示,这一布局既方便了本地市民与抵离旅客的无缝购物,也将品牌形象深度嵌入城市窗口,是劲霸男装作为国货品牌主动创新消费场景,融入现代流通体系的一次生动实践。

首届消费季的成功,为第二届的举办积累了宝贵经验和信心。数据显示,去年为期42天的活动,共吸引进店客流超2.3万人次,实现营业收入近650万元,取得了经济效益与社会效益的双赢,有效激发了年末消费市场活力。

“机场是城市重要的空中门户,是汇聚四方人流、物流、商流的核心枢纽。举办第二届消费季,正是积极融入国家‘扩大内需、促进消费’战略部署、持续深化‘政府搭台、企业唱戏’联动机制的具体实践。”晋江市商务局副局长施文响表示,活动旨在推动本土优秀品牌借助空港优势“飞出去”,促进区域消费能级“提上来”,真正实现促消费、惠民生。“我们期望通过本届活动进一步擦亮国货潮品的金字招牌,让来自全国、全球的旅客亲身感受晋江制造的卓越品质与文化魅力,让更多人了解晋江、信赖泉州、喜爱中国创造。”

记者了解到,该消费季持续至2026年2月8日,为期70天,覆盖整个年末消费黄金期。其间,除了品牌专属折扣与政府补贴,主办方还联合银联云闪付线上发放满减券,并设置了消费抽奖活动,奖品包括电动车、手机、智能手表、机场贵宾服务卡等,让利幅度大、互动性强。

打造“航空+奥莱”新地标 构建临空经济多元融合生态

本届消费季不仅是一场短期的促销活动,更是泉州、晋江依托空港优势,布局长远、培育消费新增长点的重要一环。

“本次活动是机场联动本地优质品牌,将航空流量转化为消费‘留量’的一次重要实践。通过搭建集中展销平台,不仅为旅客提供了便捷选购国货潮品的渠道,更有力助推‘泉州制造’品牌走向全国、联通世界。”泉州晋江国际机场副总经理陈火斌表示,机场年旅客吞吐量近900万人次,是一座巨大的流量富矿。为此,机场深度探索“空港赋能国潮经济”“泉晋协同促消费”新路径、新机制,让这巨大的人流量成为拉动内需的强劲动力。“机场正致力于构建‘航空+文旅+商业’多元融合生态,为本土国货搭建‘飞向全国、联通世界’的空中桥梁。”他说。

更具长远意义的是,以此消费季为契机,一个常态化的“航空+奥莱”商圈蓝图正在铺开。泉州晋江国际机场开发公司党支部书记骆青燕向记者透露:“我们将依托机场区位优势,把和平国际广场打造成本地国潮奥莱一站式购买地、外地来旅游购物的首选购物点。第一期规划近2万平方米空间,云集数十家泉州本土品牌,打造沉浸式‘嗨购’体验空间。”目前,劲霸、卡尔美、361°等头部品牌已明确签约,将在本次特卖季后正式长期入驻,预计首批常驻品牌将超过10家。

“我们曾观察到,不少外地旅客因专程前往工厂店购物而误机。奥莱项目落地和平国际广场,距航站楼仅5分钟路程,旅客可以在这里集中选购大泉州品牌,买完直接去值机,减少误机可能。”骆青燕进一步介绍,“未来,我们还规划建设配套行李前置托运服务。理想状态下,旅客购物后,两三分钟即可轻松抵达候机楼,实现‘空手登机’。”

据了解,泉州晋江国际机场和平国际广场于2025年正式纳入泉州空港版图,以晋江机场空港三产板块一员的全新角色,融入空港黄金商务区,致力于构建“航空+文旅+商业”融合的临空经济新格局,涵盖空港奥特莱斯、星级酒店、教育资源、网红打卡地、餐饮等多元化业态,打造本地市民、外地游客购物、旅游新体验。



泉州跨境电商系列 培训班开课

本报讯(记者 刘宁)正值2025年亚马逊“黑五全球购物季”,近日,2025年泉州跨境电商系列培训班——“亚马逊风控合规与运营进阶培训”也火热开课,课程为期两天,吸引了来自晋江、石狮等地的百名跨境电商卖家参加。

课程聚焦“风控合规运营”这一主题。首日培训从财税合规和亚马逊账户合规两大核心议题开始,倡导企业拥抱监管变革,规避税务风险,获取政策红利。随后,亚马逊官方认证讲师Simon从平台规则、广告体系、数据运营及供应链管理为核心模块出发,结合多家企业案例,深入浅出地解析了亚马逊运营的关键节点和常见误区。通过系统的旺季运营策略培训,帮助学员盘点细化亚马逊“黑五”流量高峰的运营逻辑。

在打好“基础”后,Simon对店铺政策深度解读、侵权规避策略、账户审核申诉及绩效指标优化等内容进行介绍,协助卖家构建稳健的账户。而在“广告运营高阶体系”这一进阶内容方面,Simon重点解析广告合规风险、效果诊断与架构策略,并结合AI技术实现关键词挖掘与实时出价调整,推动广告投入回报最大化。

次日,课程聚焦“数据驱动运营进阶”,通过核心指标关联分析、全链路数据复盘与流量结构解析,指导企业精准定位运营漏洞,优化用户分层与生命周期管理。在“选品、Listing与物流供应链”环节,培训引入AI建模辅助选品与爆款打造,结合FBA成本分析与库存策略优化,助力企业实现从产品开发到库存周转的全流程降本增效。

据悉,2025年泉州举办跨境电商系列培训班,由泉州市商务局主办,泉州市跨境电商电子商务协会(以下简称“泉州跨境电商”)承办。培训意在深化跨境电商综合试验区建设,促进传统外贸与跨境电商融合发展,推动外贸新业态高质量发展。

泉州跨境电商方面表示,随着第五期培训课程落下帷幕,2025年泉州跨境电商系列培训课程正式结束。后续,协会将继续关注行业发展,聚焦企业需求,举办更多优质活动,进一步加强泉州跨境电商生态的整体竞争力,为本地企业“品牌出海”注入新动能,推动泉州跨境电商产业发展。

泉州跨协举办沃尔玛全球电商官方交流活动

本报讯(记者 刘宁)近日,泉州电子商务协会(以下简称“泉州跨协”)举办沃尔玛全球电商黄金赛道启航活动,这也是该平台落地福建后,在闽南地区举办的首场官方大会。大会吸引了来自晋江、石狮等地超150人跨境电商企业代表参与。

活动聚焦“政策红利×品类蓝海×AI增效”三大核心议题,围绕沃尔玛全球电商2025年最新招商政策、物流解决方案、品类运营节奏及AI技术应用等热点内容展开,旨在为泉州本土卖家提供从入驻到成长的全链路赋能。

活动开始,沃尔玛全球电商生态合作伙伴拓展及管理团队新区负责人夏媛率先作开场致辞。她表示,在全球电商格局持续演变的背景下,中国企业应坚定出海信心,把握平台发展机遇。其后,沃尔玛全球电商招商经理Cherry Zheng就平台最新政策进行解读,重点介绍了2025年入驻激励计划。内容涵盖全渠道出海策略、潜力品类挖掘及快速启动业务提供政策保障。

而在其后的实战经验分享环节,厦门今众唯总经理詹勤勤作为卖家代表,分享了在多平台布局背景下如何实现沃尔玛差异化运营。他从红海破局到蓝海验证的实操心得,为现场企业提供了可借鉴的运营思路。

实际上,在订单增长的同时,物流时效、成本控制、本土化服务也正在成为卖家精细化运营的利器。

在数字化转型浪潮下,人工智能技术正成为驱动跨境营销增长的新引擎。活动压轴环节由资深运营专家Sophia Li分享。Sophia聚焦AI在旺季营销中的应用,涵盖通过AI精准挖掘关键词、优化产品标题以抢占搜索流量,利用AI优化视觉内容与场景化描述提升转化率,以及借助AI驱动Listing数据迭代,实现内容与营销节奏的动态适配,从而在竞争激烈的旺季市场中脱颖而出。

活动持续近4个小时,不少企业负责人

在活动结束后纷纷跟平台经理进行进一步沟通交流对接。

泉州跨协方面表示,泉州有良好的产业基础,拥有鞋服、箱包、工艺品等产业带,跨境电商氛围成熟。成熟卖家看重的是平台自有“线上+线下”全渠道生态。而沃尔玛全球电商将美国站作为核心市场,覆盖复购领域,也看重泉州制造业优势,二者或将碰撞更多的火花。此外,本次活动通过政策解读、品类分析、实操经验与技术创新四大板块的系统赋能,为企业提供了全面的运营思路与增长策略。后续,协会将继续关注平台动向,持续为企业带来更多优质内容。