

七匹狼商旅多彩科技羽绒夹克获颁世界级荣誉——“世界卓越的超强保暖科技羽绒夹克”

本报记者 施珊妹

近日，“适界夹克节”七匹狼x于适苏见面会于常州市举行。七匹狼品牌代言人于适与广大消费者及粉丝共同见证七匹狼商旅多彩科技WRCA世界纪录的历史性时刻。

活动中，以创新科技打造的七匹狼商旅多彩科技羽绒夹克成为全场焦点，不仅彰显了七匹狼在服装科技领域的硬核实力，也标志着中国商旅男装从基础功能满足迈入用户体验全面升级的新阶段。

权威加冕 商旅夹克彰显硬核“黑科技”

活动当天，WRCA世界纪录认证官马克西姆为七匹狼商旅多彩科技羽绒夹克颁发世界级荣誉——“世界卓越的超强保暖科技羽绒夹克”WRCA世界纪录认证。该荣誉不仅是对七匹狼科技创新能力的高度认可，也是中国男装在功能性服装领域实现突破的重要标志。

据悉，七匹狼商旅多彩科技羽绒夹克搭载“六重暖护黑科技”系统，整合了FIH远红外科技、国家专利石墨烯科技等六大核心技术，使穿着者在极端低温环境中仍能维持舒适温度。此外，该产品还融入充气颈枕等功能性配件，精准契合商旅人士在跨城出行与多场景切换中的核心需求。七匹狼通过科技集成与人性化设计，重新定义羽绒夹克的产品边界，更推动商旅着装从“单一功能”向“多场景适配”演进，以硬核科技重构“一件过冬”的可能性。

WRCA世界纪录认证中方代表刘一哲表示，“此次认证以多维度的技术突破，回应了消费者对品质、舒适与保暖的更高期待，集中体现了七匹狼在高端功能服装领域的技术积累与自主实力，为中国男装以更专业、更国际化的形象走向世界提供了坚实支撑。”

此次荣获世界纪录认证，是七匹狼近年来持续推进品牌焕新与产品升级道路上的一座重要里程碑。它标志着七匹狼品牌在深耕“商旅”细分赛道上取得关键突破，并以实实在在的科技力与产品力，为现代商旅人士提供更优解决方案，推动中国男装行业在科技服饰领域破局向前。

明星助阵 于适诠释商旅着装“新风尚”

活动当天，于适身着宵宵紫七匹狼“世道国色”商旅多彩夹克与商旅裤亮相七匹狼旗舰店。该系列夹克由七匹狼与清华美院联合设计，灵感源自武当山紫霄宫的深紫色调，采用修身剪裁配合轻盈保暖、抗皱易打理的高性能面料，将沉稳气度与当代审美相融合，精准契合当代商旅人士多场景着装的需求。

在门店参观过程中，于适对七匹狼夹克赞不绝口。他表示，作为演员，工作行程往往很紧凑，一件百搭舒适的服装不仅能很好地帮助外形管理及彰显个性，还能瞬间提升状态，“七匹狼商旅夹克精准满足了这些需求。”

作为兼具国民知名度与专业口碑的青年演员，于适不仅是七匹狼品牌焕新转型的人格化载体，更是七匹狼“男人不只是一面”精神主张的生动诠释。

品牌焕新 探索商旅着装新“适”界

七匹狼品牌战略升级不仅体现在产品端，也体现在渠道的升级焕新。此次于适见面会，七匹狼携手吾悦广场这一新兴城市综合体开展创新合作，宣告七匹狼商旅专家新形象店入驻吾悦全国首座金标商圈。接下来，双方将开启业务深度联动模式。

此次活动系统展现了七匹狼以科技赋能产品、以设计引领时尚、以互动凝聚用户的战略路径。从世界纪录认证的科技创新，到融合功能与美学的产品设计，七匹狼正在中国男装行业树立全新的价值锚点，驱动商旅赛道从功能消费迈向品牌与体验的范式革新。

七匹狼副总经理陈志聪表示：“我们希望与吾悦广场共同开启一段精诚合作的辉煌旅程，为消费者带来更多好产品。此外，品牌通过与于适的合作，向消费者传递七匹狼商旅不仅是功能性商旅装备，更是专业与时尚兼具的价值之选。未来，七匹狼将在品牌焕新道路上步履不停、持续深耕。”



试水欧洲市场 安踏踏出第一步

本报讯（记者 柯国笠）近日，安踏与国际顶级设计师的联名系列在法国巴黎首发，并与欧洲领先零售商务合作举办品牌活动。据悉，安踏正通过一系列聚焦高端时尚与潮流文化的动作，试水欧洲市场。

此次，安踏与国际时装设计师 Kris Van Assche 的共创系列“ANTAZERO X KRIS VAN ASSCHE”在位于巴黎玛黑区的全球顶尖先锋买手店 Dover Street Market (DSM) 旗舰店率先发售。该联名系列以可持续创新材料为特色，旨在融合高级时装美学与运动基因。

值得一提的是，DSM 由传奇设计师川久保玲打造，被普遍视为品牌进入国际时尚核心巴黎的“必经之路”。

几乎同一时期，安踏在巴黎通过欧洲知名体育零售商 JD Sports 旗下的潮流集合店 Footpatrol，举办以安踏全球创意官、NBA 球星欧文为主打的“HeLa 风格空间”主题展演活动。这是安踏在欧洲市场采取与关键渠道伙伴合作的策略，以便触达本土潮流消费者。据悉，安踏计划在欧洲通过与 JD Sports 合作，利用其 Footpatrol 和 Size 等高端渠道网络进行线下销售。

安踏此次在欧洲市场的举动，遵循其“全球化”战略的安排。尽管安踏通过收购阿迪玛芬体育（拥有始祖鸟、萨洛蒙等品牌）已具备全球品牌运营能力，但要实现“世界安踏”的目标，必须推动主品牌安踏走向海外。

除了主品牌的直接进入，安踏集团也在通过收购整合加速欧洲布局。今年4月，安踏宣布以2.9亿美元收购德国第一户外品牌狼爪（Jack Wolfskin）。狼爪在欧洲拥有广泛的分销网络和较高的市场认知度。此次收购被认为能为安踏提供一个开发欧洲市场的“战略跳板”和“桥头堡”。



今年上半年，安踏品牌海外流水同比增长超过150%，其中东南亚市场增长显著，新开拓的美国及中东业务也开始贡献收入。安踏主品牌已在美国比弗利山庄开设首个品牌店铺，并且在波士顿等地区举办安踏品牌路跑和产品体验活动。

欧洲市场作为成熟且竞争激烈的区域，是安踏全球化进程中关键且更具挑战性的一步。试水欧洲市场，安踏已经踏出第一步。

安踏主品牌的海外拓展与集团的多品牌收购，构成了安踏全球化的双重路径。根据最新财报，目前，安踏海外业务已取得初步增长。2025

年上半年，安踏品牌海外流水同比增长超过150%，其中东南亚市场增长显著，新开拓的美国及中东业务也开始贡献收入。安踏主品牌已在美国比弗利山庄开设首个品牌店铺，并且在波士顿等地区举办安踏品牌路跑和产品体验活动。

欧洲市场作为成熟且竞争激烈的区域，是安踏全球化进程中关键且更具挑战性的一步。试水欧洲市场，安踏已经踏出第一步。

361° 2025 触地即燃总决赛圆满收官

本报讯（记者 柯雅雅）上周末，由361°倾力打造的2025“触地即燃”总决赛在广东省佛山市南海体育馆圆满落幕，来自全国14个赛区的冠军队伍齐聚一堂。经过激烈角逐，“广东67”队摘得年度总冠军桂冠，为本赛季逐梦之旅画上圆满句号。

历经6年淬炼，“触地即燃”已成长为中国草根篮球领域备受球员与观众认可的顶级赛事IP。在“篮球不会拒绝你”的理念引领下，这项赛事见证了无数篮球爱好者的热爱与拼搏。

本赛季，361°加大人力与物力投入，将赛季拉长，全国赛、大区赛、区域赛及少年赛等多种赛制并行。赛事以“竞技升级、专业赋能”为核心进行全面提升，专业性、竞技性与观赏性得到极大提升。

总决赛现场星光熠熠，每支队伍都会聚了实力出众的草根球员乃至前职业选手。杨政、吴泽健、张子昊、黄宇军等草根明星球员悉数登场，孟博龙、蔡晨、李瑞等前中国顶级职业篮球联赛球员的加入更提升了比赛水准。此外，黄文祺、黎璋霖、孙海清等校园篮球明星，以及多

名高水平外籍球员的参与，让赛事更具看点与国际化氛围。361°全球品牌代言人尼古拉·约基奇与品牌代言人阿隆·邓恩也亲临现场，在中国行期间为球员们传授经验，注入国际视野。

赛事选用的南海体育馆，配备了多机位高清直播和专业数据统计。从灯光声效到场地转播，球员在登场的那一刻就能感受到职业级别的赛事氛围。

对专业的极致追求，还体现在总决赛现场亮相的3款361°明星战靴。约基奇第二代签名战靴 JOKER2 在前作基础上全面优化缓震、抗扭转与人机工程，助力球员实现更强爆发；飚速 BB2 通过曲面动态碳板与中底悬浮科技，提升跑动流畅度与推进力；而新近上市的 AG6，由艾登亲自参与造型设计，搭载特调中底科技与弹跳分区，在保护性与终结能力上表现卓越。比赛中，球员们纷纷上脚这些新品，体验科技装备带来的实战提升。

从顶层球星资源、赛事运营到产品赋能，这一系列举措构成了361°全方位、多维度的篮球生态



布局，彰显了361°品牌推动中国篮球事业可持续发展的决心。6年的持续投入，让“触地即燃”从一个草根赛事成长为品牌战略支点，也让361°在篮球领域的角

色演变为中国篮球生态的共建者。361°方面表示，未来，361°将秉承“科技为本、品牌为先”的品牌策略，以专业的产品科技、完整的

产品矩阵，以及更好的赛事体验，继续为全球运动爱好者提供专业支持，助力大众点燃运动热情，不断突破自我，为体育运动发展贡献坚实力量。

晋江市激发社会投资活力 专题培训班开班

本报讯（记者 柯国笠）日前，晋江市激发社会投资活力专题培训班在晋江市委党校开班。本次培训旨在贯彻落实上级关于扩大有效投资、激活市场动能的决策部署，破解当前发展瓶颈，夯实长远发展根基。

据悉，社会投资作为晋江经济增长的“动力源”，在投资结构中占比达七成，其活力强弱直接关系到产业升级、民生改善和城市发展质量。当前，晋江正处于转型升级关键阶段，亟须通过提升干部队伍能力，解决政策落地、项目策划、要素保障等制约社会投资活力释放的突出问题。

本次培训特邀相关领域专家学者授课，并组织学员到广州、佛山两地进行现场教学，内容涵盖政策解读、案例剖析、项目调研等方面，具有很强的针对性和实用性。来自晋江市相关部门的学员将通过为期数天的系统学习，提升业务能力，为晋江高质量发展注入新动能。

晋江市总工会举办 新专干师徒结对仪式

本报讯（记者 曾小凤）1日，晋江市总工会举办“青蓝相继 工会有我”2025年新专干师徒结对仪式，10对师徒现场签订结对协议。

结对仪式上，工作人员介绍了《2025年新入职工会专干师徒结对培养机制实施方案》。为进一步探索创新工会专干管理机制，此次新入职专干打破传统定岗5-10年培养模式，通过建立规范化、系统化的师徒结对体系，充分发挥老专干传帮带作用，帮助新专干在6个月内适应工作环境，并实行多岗位锻炼，加快新专干成长速度。

本次结对的导师团队由晋江市总工会及部分镇街总工会中具有丰富工作经验的中高级专干组成。按照培养方案，新专干将通过跟班学习、案例教学、定期交流等方式，系统学习工会组织建设、困难帮扶、医疗互助、纠纷调解、活动策划等核心业务，同时掌握《中华人民共和国工会法》《中华人民共和国劳动法》等法律法规和文件处理、沟通协调等工作方法。培养期满，将对徒弟开展综合能力考评；对优秀导师，将在年度考核中给予加分奖励并推荐申报晋江市和泉州级好师傅荣誉称号。

此次活动标志着晋江市总工会人才培养机制进一步完善健全，既为晋江工会事业注入新的活力，也为未来工作开展奠定更加坚实的人才基础。

“权力交接”企业菁英沙龙举行

本报讯（记者 施珊妹）近日，由泉州市工业和信息化局主办、泉州市中小企业服务中心承办的泉州市职业经理人协会“塑造百年企业，传统企业如何做好‘权力交接’企业菁英沙龙”举行。

“泉企的代际传承，绝非企业自身的事情，而是完整产业链条中的关键环节，可谓是一‘企兴，万企兴’。举办此次沙龙，旨在集合众人智慧，探寻泉企代际传承良策。”泉州市职业经理人协会执行会长刘志辉表示。沙龙邀请泉州市职业经理人协会常务副会长、晋江市职业经理人协会会长刘莹作主题分享，为泉企破解企业传承密码，探寻塑造百年企业的路径。

“企业文化是一条河的‘河床’，决定了河的走向和宽度。”刘莹进一步阐释，“随着企业不断发展，新组织成员加入，企业文化也会变得更加丰富和复杂。企业能否长期发展，要看企业文化和传承的能力。”

针对“如何做好企业文化和传承”这一备受关注的问题，刘莹认为可以从四个方面着手布局，确保企业传承有序、稳健发展。一是提前规划接班人计划，有目标、有规划性的接班人教育，能推动现任者与传承者长期进行思想同频的共识，减少两代人在文化传承上的代沟。二是尊重传统、尊重结果，新生代在接班之前，应深入了解企业发展规律和成功基因，保持对原有机制和文化的尊重，再结合外部市场环境寻找机会和变革。三是具备系统性思维，正确处理好“元素、关系、目的”三个要素，减少人为情绪化的决策，减少企业经营中的风险。四是升级文化而非颠覆，把核心价值和业务分清，核心价值不改变，但是实务做法可以改变。

凤竹纺织拟取消监事会并修订公司章程

本报讯（记者 施珊妹）近日，福建凤竹纺织科技股份有限公司（以下简称“凤竹纺织”）召开第九届董事会第四次会议，审议通过取消监事会、修订公司章程及公司治理制度等多项议案。

会议审议通过《关于取消监事会并修订〈公司章程〉的议案》。根据最新《中华人民共和国公司法》及监管过渡期安排要求，凤竹纺织拟取消监事会机构设置，原监事会职权由董事会审计委员会承接，第九届监事会成员职务将自然免除，《监事会议事规则》同步废止。

在股东大会审议通过前，现有监事会将继续履行监督职能。凤竹纺织拟同步修订《公司章程》相关条款，并授权管理层办理工商备案登记，最终修订内容以福建省市场监督管理局登记信息为准。该议案需提交2025年第二次临时股东大会审议。

此外，会议审议通过《关于修订公司治理制度的议案》，对29项公司治理制度进行系统性修订。其中8项核心制度需提交股东大会审议，其余21项制度经董事会审议后即可生效。修订后的制度体系重点强化董事会审计委员会监督职能，完善独立董事工作机制，优化信息披露、内幕信息管理等相关流程。

凤竹纺织董事会决定于12月15日召开2025年第二次临时股东大会，审议上述取消监事会及修订公司章程、治理制度等议案。

市场分析认为，此次治理架构调整将进一步优化公司决策效率，强化董事会监督职能，符合上市公司治理结构改革方向。