

意向订单超千万元 “晋江优品”引欧洲采购商热捧

本报记者 蔡明宣 陈巧玲



一场跨境对接盛会，为“晋江优品”插上出海翅膀。近日，“晋江优品 贯通全球”欧洲采购团走进晋江产业带选品对接会举行，现场促成意向订单超千万元，让更多“晋江优品”在家门口接单，铺遍全球。

对接会余热未消，捷报已然传来。泉州万肯贸易总经理李超在对接会次日便收到了欧洲采购商的紧急邀约。对方明确提出要专程前往湖北的板栗生产基地，实地考察生产流程、核验产品品质，尽快敲定长期供货的各项细节。

这份突如其来认可并非偶然，而是对接会上企业实力与产品品质的直接体现。

回溯对接现场，处处都是忙碌而热烈的洽谈身影。

鞋服、伞具、特色食品等晋江优势产品整齐陈列，琳琅满目。欧洲采购商们放慢脚步，驻足品鉴、俯身细看、细致询问，

从产品工艺到供货周期，不放过任何一个细节，只为找到最契合的合作伙伴。

丰源雨伞与克罗地亚康祖姆公司，便是这场对接会上的“幸运搭档”。

双方初次牵手，首次洽谈，便顺利达成初步合作意向，还完成了首轮产品报价。“这是我们第一次和康祖姆公司对接，我们主打的轻便折叠伞，轻便耐用、款式新颖，贴合欧洲人的日常消费需求。”丰源雨伞总经理颜山盟表示，企业深耕欧美市场多年，在品质把控和交期保障上始终严格要求，有信心拿下长期批量订单。

泉州万肯贸易带来的罗田即食板栗，凭借独特风味，成为全场的“明星产品”。现场，欧洲采购商们当场拿起品鉴，一尝下去便连连点头称赞，纷纷围着展台追问产品规格、产能规模、欧盟出口资质等核心问题，合作意愿十分强烈。

李超说，以前总担心产品“走不出

去”，这场对接会彻底打消了这个顾虑。依托本地搭建的对接会，不用出口，就能和欧洲买家搭上话。

克罗地亚最大零售企业代表戈尔达娜·科普里夫尼克，对晋江产品频频点赞。“晋江企业生产规范、管理严谨，产品质量完全符合欧盟严苛的安全标准，这是我们选择合作伙伴时最看重的一点。”她表示，当下外贸环境复杂多变，企业更渴望建立长期稳定的合作关系，而非一次性交易，期待与晋江优质厂家长期携手，共建稳定可靠的跨境供应链。

晋江市商务局局长林琪表示，近年来晋江持续为本土企业搭建平台、拓展渠道，主动邀请海外采购商走进产业带，近距离感受晋江制造的实力与魅力，推动企业与采购商精准对接，促成实实在在的订单落地，助力本土企业拓展海外市场、打响品牌。

晋江印协抱团亮相 香港国际印包展

本报讯（记者 曾小凤）近日，香港国际印刷及包装展在香港亚洲国际博览馆举办。晋江市印刷行业协会组织永盛印刷、富丽包装、雅泰印刷、祥兴纸业、迪彩彩印、宝兴彩印共6家会员企业首次集中亮相，以“晋江印刷 晋品出海”为主题，正式开启出海征程。

此次参展，晋江企业布局8个展位，合力打造“晋品矩阵”，多元精品集中亮相，从全维度、立体化视角，充分彰显晋江印刷的强劲实力与创新活力，依托产业集群优势，向全球客商精准递出“晋江印刷”的闪亮名片。

晋江市印刷行业协会会长柯遵昶表示，此次抱团出海是“晋江印刷”的出海首战，企业要攥指成拳，以优质产品打响品牌，合力为产业拓展全球市场筑根基。未来，协会将聚合资源、精准赋能，助力企业抱团远航，让“晋江印刷”闪耀国际舞台。

第三期RTTP 资格认证课程在晋江开设

本报讯（记者 柯雅雅）近日，第三期国际注册技术转移经理人(RTTP)资格认证课程在晋江开设，近40位来自政府、医疗科技、粮食产业、工业、高校科研、知识产权、技术转移服务机构等领域的技术转移人才参与。

据悉，本课程涵盖技术价值评估及授权许可的实务操作与国内实践，系统培育技术转移专业人才，推动科技成果市场化及转化。课程通过研析中国本土案例，协助学员在技术转移领域中更具批判性地洞察市场趋势及优化资产运营策略，提升其专业判断力与管理效能，从而提高技术商业化的成功率。

香港理工大学副校长(知识转移)兼大亚湾技术创新研究院院长郑子剑表示，技术转移不是简单的成果搬运，而是科学家思维与企业家行动的同频共振，是全球创新资源的高效联动。这次课程兼具理论高度与实践深度，助力学员更有系统地连接创新链与产业链的关键桥梁，为科技创新驱动经济社会发展注入强劲动力。

据悉，在晋江举办的第一期及第二期 RTTP 资格认证课程分别于2025年7月及11月圆满结束。第一期课程聚焦精益求精之技术商业化，培育学员通过商业分析工具推动科技成果商业化和确保其商业化和盈利保持市场竞争力。第二期课程围绕技术转移工具，学员透过学习技术转移框架及配套工具，协助技术转移办公室提升效率，并通过科学的机制识别高潜力技术，促成符合技术转移目标的交易。第三期课程着重实务框架与本土案例的深度融合，标志着RTTP培训体系在晋江的持续扎根与优化，将为区域产业创新输送更多具备国际视野与实战能力的专业人才。

柒牌职业技能竞赛 (西服场) 举行

本报讯（记者 施珊妹）近日，柒牌第十五届质量月职业技能竞赛(西服场)竞赛。来自柒牌西服生产管理部各生产车间的技能精英齐聚赛场，切磋技艺，上演了一场精彩对决。

记者了解到，此次职业技能竞赛覆盖面广、参与度高、专业性强，共120人次技能能手踊跃参赛，汇聚了生产岗位的骨干力量与新锐人才。大赛紧贴生产核心工艺与岗位实际需求，设置两大竞赛项目：整件制作项目、多面手工工序项目。

赛事全方位覆盖生产关键工序，考核员工实操功底与工艺把控能力。同时，赛事采用科学严谨的综合评分机制，最终成绩由“理论考试(20%) + 实操成绩(80%)”构成，兼顾专业理论储备与现场实操水平，保证赛事公平、公正、公开，真实展现参赛选手的综合职业能力。

经过多轮激烈角逐与专业考评，本届职业技能竞赛圆满落幕，赛事最终评选出58名优秀获奖选手。柒牌方面表示，这份荣誉是对获奖选手深耕岗位、苦练本领、精益求精的高度肯定，也激励着每一位同事奋勇争先。

“本届职业技能竞赛，不仅是一场技艺比拼的赛场，更是一次以赛促学、以赛促练、以赛促优的练兵活动。未来，柒牌西服生产管理部将持续深耕技能人才培养体系建设，持续夯实生产工艺基础，锤炼高素质技能人才队伍，以精湛技艺铸就高品质产品。”柒牌相关负责人表示。

劲霸开展 “匠心寻马·字里风骨” 艺术研学活动

本报讯（记者 施珊妹）近日，劲霸男装组织15名公司职工子女走进晋江市五店市盒止美术馆，开展“匠心寻马·字里风骨”主题艺术研学活动，让孩子们在观展、拓印、手作中感受汉字之美、艺术之韵与时代精神。

活动以马艺术特展为载体，带领孩子们开启一场传统文化与创意实践交融的趣味之旅。在讲解员引导下，孩子们沉浸式参观展览，从甲骨文到简体字，溯源“马”字千年演变；从壁画到剪纸，感受不同作品下“马”的精神。通过互动问答、观展任务卡等趣味环节，孩子们在探索中认识汉字演变、了解艺术作品的创作背景，收获知识与小礼品，现场气氛热烈活泼。

手作环节设置古法拓印与潮流吧唧徽章制作双体验，孩子们亲手将“马”字演变拓印于宣纸，复刻文字古韵；再以拓印图案为灵感创意涂鸦，压制成专属马年限定徽章，在一动一静、一古一今中，把汉字文化与艺术灵感定格为独特纪念，动手能力与审美素养得到充分锻炼。

劲霸男装方面表示，此次研学活动，既让职工子女在实践接受传统文化熏陶，也切实增强了职工的归属感与幸福感。下一步，劲霸男装将持续推出更多职工及子女喜闻乐见的文化活动，以文化浸润凝聚人心，以暖心服务助力发展。

晋江泳装企业精彩亮相第139届广交会

本报讯（记者 施珊妹）5月1日至5日，第139届中国进出口商品交易会(广交会)第三期在广州举办。作为我国外贸领域规格最高、国际影响力最广的综合性展会，广交会是企业链接全球客商、开拓海外市场的核心平台。抢抓对外开放新机遇，紧跟全球外贸发展大势，晋江市泳装产业协会多家会员企业主动亮相本届广交会，借力国际化平台抢抓海外商机，全力推动“晋江泳装”区域品牌扬帆出海。

本次展会，大兴、云鹏、七彩狐、煌煌兴、墩煌、浪仕、盛典、邦妮、汇聚体育、康雅服饰等多家泳装企业踊跃参展。各企业携泳装、健身服、沙滩装及运动休闲全系列产品展示，凭借全品类多样款式、新材料新工艺融合智造、高效交付能力成功吸引欧美、大洋洲、拉美、俄罗斯、东南亚等多地专业采购商驻足洽谈，现场客商云集、商贸对接氛围热烈。

5月2日，中国纺织品进出口商会会长曹甲昌一行，莅临晋江市七彩狐服装织造有限公司展位视察指导。曹甲昌一行详细了解企业发展、客商洽谈及订单对接情况，认真听取企业对当前国际经贸形势的研判，以及外贸经营中的困难与诉求，并勉励企业顺应外贸“向新、向智、向绿”发展趋势，加大产品创新力度，



依托广交会平台展现自主品牌与产业链供应链优势，积极开拓多元化国际市场，持续提升核心竞争力。

晋江市泳装产业协会相关负责人表示，乘广交会东风，扬晋江泳装美名。此次参展，不仅帮助会员企业拓宽了全球获客渠道，更进一步提升了晋江泳装区域产业的国际知名度与影响力。

“当前全球贸易格局复杂多变，协会将立足产业优势，以全球视野引领行业发展，持续引导会员企业坚定出海信心、深耕国际市场。以精良品质、创新设计、优质服务为核心，持续擦亮‘晋江泳装’区域名片，不断拓展产业国际化发展新赛道，助力晋江泳装产业稳步远航、领跑全球市场。”上述负责人表示。

商学院

周少雄：立足产业 推动“中国制造”向“中国时尚”升级



本报讯（记者 施珊妹）近日，中意企业家委员会(以下简称“中意企委会”)企业圆桌会在北京举办。会议锚定中意双边务实合作深化、跨行业产业精准对接的核心议题，汇聚了两国经贸主管部门核

心代表，及覆盖能源、科技、金融、时尚、医疗等关键领域的数十家世界500强企业及行业领军龙头企业代表，搭建起中意产业级深度合作的高端对话桥梁。

福建七匹狼实业股份有限公司董事长周少雄受邀参加圆桌会，并结合企业多年深耕时尚产业的实践，分享了对中意合作的思考。周少雄介绍，七匹狼长期专注于中国时尚产业，旗下拥有七匹狼、Karl Lagerfeld等品牌，构建了覆盖品牌运营、零售管理及品质生活场景的多元布局。同时，公司围绕生活方式品质提升，已拓展至酒店、文旅、食品等多个场景。

发言中，周少雄结合泉州的产业实际，介绍了泉州深厚的时尚制造与品牌基础。泉州现有时尚企业超过1.3万家，时尚产业年产值逾7000亿元。全国知名品牌中，有40个来自泉州，本地企业与50多个国际品牌保持深度合作，助力其开拓中国市场。

目前，依托雄厚的时尚产业基础，泉州正着力打造“时尚之都”的城市新名片。作为泉州总商会会长、泉州时尚产业联盟执行主席，他表示，“泉州集聚了大量

服装、鞋履、家居等时尚企业及配套资源，是中国重要的时尚产业和品牌聚集地，具备承接国际合作、推动产业协同的良好基础。”

周少雄进一步表示，七匹狼长期关注国际时尚资源合作，持续借助米兰时装周、佛罗伦萨Pitti Uomo展等平台发布新产品、新系列，并与意大利相关机构保持良好交流。凭借多年品牌运营积累和泉州成熟的时尚产业基础，企业希望以此次圆桌会为契机，进一步推动泉州时尚产业与意大利时尚产业在品牌合作、设计协同、市场拓展等方面加强对接，实现优势互补、互利共赢。

从更长远看，时尚产业不仅是消费产业，更是体现城市活力、产业能级和文化影响力的重要载体。随着中国时尚产业不断迈向品牌化、国际化、高端化，中意两国在时尚领域的交流合作，有望从单点合作走向生态协同，从产品互通走向价值共创。以七匹狼为代表的中国时尚企业，也将在这进程中持续推动“中国制造”向“中国时尚”“中国品牌”升级，为中国时尚产业融入全球、提升国际表达贡献更多力量。

上市公司圈

九牧王 2025年净利润 同比增长67.1%

本报讯（记者 施珊妹）近日，九牧王股份有限公司发布2025年业绩公告。数据显示，九牧王2025年营业收入为29.75亿元(人民币，下同)，较去年同期营业收入减少2.06亿元，同比减少6.48%。归母净利润为2.94亿元，同比增长67.1%。基本每股收益0.51元。公司拟每10股派发现金股利5元(含税)。

九牧王方面表示，2025年营业收入较2024年同期减少6.48%，其中加盟收入下降24.63%，主要原因是九牧王推进直面消费者的DTC业务，将45家加盟门店变更为直营；报告期内，公司持续进行渠道结构的优化升级，关闭低效门店，加盟净关店83家；九牧王为优化加盟商库存，对部分加盟商采用联营方式进行合作，并提高部分加盟商的退货比例。2025年归属于上市公司股东的净利润较2024年同期上升67.10%，九牧王持有金融资产的公允价值变动收益较上年同期增加。

报告期内，九牧王直营店营业收入15.56亿元，较上年同期增加7.44%，主要系九牧王推进渠道结构的优化升级和直面消费者的DTC业务，不断突破高势能渠道，提升直营门店的占比；并全方位开展品牌力建设，不断提升品牌及产品势能，促使直营店收入增加。

“我们始终敬畏市场，也勇于拥抱变化。2020年，我们全面启动‘男裤专家’战略。第一个五年，转型已初见成效；产品矩阵持续完善，品牌形象焕发活力，渠道布局不断优化，消费者对‘男裤专家’的认知日益清晰。”九牧王股份有限公司董事长林聪颖说。

2025年，九牧进一步聚焦科技创新，打造男裤专家核心竞争力。九牧王持续加强与国内外优秀设计工作室合作，吸收融合国内外先进的设计理念 and 时尚元素，为九牧王品牌注入更多国际化、时尚化元素，推动品牌在设计、面料、工艺等方面的创新，研发出更具市场竞争力的产品。

期内，九牧王借鉴赛车服降温技术，推出科技凉感“空调裤”，累计销售突破9万条；与中国航天101深度合作，双方联合研发“首创科技保暖太空裤”，有效解决了冬季着装“轻暖难以兼得”的痛点，上市至今热销超8万条。

展望未来，九牧王方面表示，将持续推进“品牌拓展、品质领先、全球化、高质量发展”战略，聚焦专业裤装、商务休闲、时尚商务、商务户外四大业务领域，积极引领和服务消费者“多场景”着装需求，为顾客打造专业高品质服饰与生活方式，致力于“成为全球领先的多品牌时尚商务服饰集团”。

兴业科技 2025年 营收29.86亿元 同比增长1.19%

本报讯（记者 柯雅雅）近日，兴业科技发布2025年业绩报告。数据显示，公司2025年实现营业收入29.86亿元(人民币，下同)，同比增长1.19%；归母净利润为1.01亿元，同比下降28.41%；扣非净利润为0.94亿元，同比下降30.07%。

兴业科技主营业务结构持续演化，鞋包带用皮革收入占比达63.51%，汽车内饰用皮革收入占比升至27.94%，二者合计占主营业务收入超九成。华东地区收入占比58.61%，华南地区占比24.35%，国外市场收入占比10.86%。在完成对兴业皮革(越南)有限公司收购及设立兴业合智(安徽)科技有限公司背景下，兴业科技海外与中西部区域布局迈出实质性步伐。

值得一提的是，2025年，兴业科技研发投入金额为7917.31万元，同比增长1.96%；研发人员增至326人，同比增长7.59%；研发费用占营收比重为2.65%。

同时，兴业科技还发布公告，2026年一季度营业收入5.9亿元，同比下降5.97%。净利润2259.45万元，同比增长19.31%。扣除非经常性损益后的净利润2175.32万元，同比增长29.95%。

浔兴股份 2025年 营收27.74亿元 比增5.54%

本报讯（记者 王云霏）近日，浔兴股份发布2025年业绩报告。数据显示，该公司2025年实现营业收入27.74亿元(人民币，下同)同比增长5.54%；归母净利润2.06亿元，同比增长1.95%；扣非净利润2.03亿元，同比下降0.21%。该公司经营活动产生的现金流量净额为3.62亿元，同比增长38.46%，显著高于净利润增速，反映出销售回款质量提升及营运效率改善。

报告期内，浔兴股份主营拉链业务毛利率为32.46%，同比下降0.13%；跨境电商业务毛利率为36.26%，同比下降0.33%。两项业务合计贡献全部收入，其中拉链业务收入占比77.99%，仍居绝对主导地位；跨境电商业务收入占比22.01%，已接近四分之一，收入结构呈现双轮驱动特征。从区域分布看，国内交易收入占比62.77%，其他国家(地区)交易收入占比37.23%，境外收入占比持续提升，全球化市场布局进一步深化。同期，浔兴股份对孟加拉子公司增资至1.5亿元，并拟在越南投资3.83亿元设立新公司，海外产能扩张节奏加快。

2025年，浔兴股份研发投入达9441万元，同比增长6.04%，占营业收入比重为3.4%，研发人员559人，同比增长3.71%，投入增速略高于人员增速，研发效能有所强化。销售费用为3.69亿元，同比增长11.31%，明显高于营业收入5.54%的增幅，导致销售费用率上升，2025年净利率为7.42%，同比下降0.26个百分点。政府补助为489.93万元，占非经常性损益总额的163.63%，构成与日常经营密切相关但不具持续性的收益来源，该笔补助使归母净利润较扣非净利润高出299.42万元。

行业层面，拉链行业整体处于平稳增长周期，但跨境出口需求波动、原材料价格及汇率变动带来成本传导压力，浔兴股份两大主业毛利率同步小幅下滑，与行业趋势一致。财务费用同比上升75.64%，主要因为汇率变动导致汇率收益减少等原因。