

我市两个县域产业入选国家级中小企业特色产业集群 累计数量居全国地级市首位

本报讯(融媒体记者黄文珍 通讯员缪宇亮)记者从市工信局获悉,8月30日,工信部公布第三批中小企业特色产业集群公示名单。其中,我市洛江区施工装备、安溪县半导体照明等2个产业集群位列其中,占据本批次全省入选数量的“半壁江山”,累计认定数量居全国地级市第一。

据悉,此次入选的洛江区施工装备产业集群涵盖路面机械、挖掘机械、制砂装备、建筑机器人、控制装备等施工装备。截至目前,集群内有152家企业,包括铁拓机械、新源重工、劲力工程机械、绿能环保等龙头企业。该产业集群拥有国家级单项冠军培育企业1家、国家级单项冠军产品

2家,省级单项冠军产品4家;国家级专精特新重点“小巨人”1家、“小巨人”6家,省级专精特新中小企业19家。去年,该产业集群实现产值182.56亿元,近三年平均增长率超15%。

目前,安溪县半导体照明产业集群共有光电半导体产业上中下游企业125家,涵盖“衬底—外延(芯片)—封装—应用”全产业链条。其中,晶安是全球最大的蓝宝石衬底制造商;信达为国内排名前列的LED封装厂商;天电在国内照明封装业界综合实力排名前三;中科生物拥有全球最大的LED植物工厂,光生物技术位居全国第一;作为专业的LED显示应用产品及解决

方案提供商,海佳集团品牌位居行业渠道批发前三名。去年,该产业集群总产值达223.72亿元,拥有专精特新中小企业6家、专精特新“小巨人”1家、国家级制造业单项冠军1家、省级制造业单项冠军2家。

此前,我市已有晋江市运动鞋原辅材料、南安市水暖厨卫、德化县白瓷等3个集群获评国家级中小企业特色产业集群。据了解,为促进中小企业特色化、集群化发展,2022年工信部出台《促进中小企业特色产业集群发展暂行办法》,明确以县级以上行政区划为单位组织开展中小企业特色产业集群认定。

“自工信部开展中小企业特色产业集

群认定工作以来,我市大力支持各县(市、区)积极培育中小企业特色产业集群。”市工信局相关负责人介绍,通过对13个县(市、区)深入走访调研,召开30多场座谈会,全面梳理县域重点产业链。同时,逐一走访链主及关键节点企业100多家、大院大所及创新平台近20家,摸清全市县域重点产业链方向与画像,为申报特色产业集群打好基础。“此外,在支持政策上,我市在全省乃至全国率先出台鼓励措施,对各县(市、区)围绕培育专精特新企业成功创建国家级、省级中小企业特色产业集群的,市级财政给予不同额度的正向激励资金奖励。”



我市开展食品备份样品捐赠活动

抽检合格样品有了“好去处”

本报讯(融媒体记者陈云青 通讯员刘荣纯)食品抽检是食品安全监管必不可少的工作之一,但抽检后留下来的备份样品该如何处置?为深入贯彻落实《中华人民共和国反食品浪费法》,坚持“崇尚节约,反对浪费”,弘扬中华民族尊老、敬老、爱老、助老的传统美德,近日,泉州市市场监管局积极开展捐赠工作,推进食品抽检合格备份样品合理利用,选取未开封、保质期剩余时间长的食用油、大米、小麦粉、调味品等共计527批次的合格备份样品(总价值约1.8万元),送至南安市龙人伍心家园福利养老院。

“我们将备份食品样品合理利用与助力社会公益事业结合起来,实现保障食品安全与履行社会责任的双赢目标。”据市市场监管局相关负责人介绍,捐赠前,工作人员对食品抽检合格备份样品进行分类整理、精心筛选、严格把关,并根据品种类别、保质期、保存状态、外观包装等信息做出评估,确保捐赠食品安全有保障。捐赠活动既让福利院的老人感受到来自社会的温暖,又实现了合格备份样品的合理利用。

下一步,市市场监管局将常态化、制度化、规范化开展监管抽检合格备份样品再利用工作,多渠道多形式地开展公益活动,深化拓展新风正气市场监管“名片”,把关爱弱势群体和“我为群众办实事”实践活动落到实处,实现社会资源利用最大化,共同营造社会文明新风尚。

泉州市供销社赴宁夏考察调研

开展消费帮扶 促农产品产销对接

本报讯(融媒体记者郭剑平)为深化闽宁协作,推动“宁货出塞 闽货西行”,促进两地农特产品双向对接,近日,泉州市供销社组成考察团前往宁夏吴忠市红寺堡区、盐池县,实地开展消费帮扶调研和农产品产销对接商洽。市供销社与红寺堡区政府签订了战略合作框架协议,就今后泉州市供销社系统所属企业、混改合作企业与红寺堡区和盐池县供销社、部分集团企业的合作业务进行沟通交流。

考察团深入红寺堡区弘德村党员教育基地,红漠、汇达等葡萄酒生产基地,宁夏大河之洲生物科技有限公司、红寺堡区新庄集乡祥家庭农场、新庄集乡电子商务中心、新庄集乡农特产品销售合作社、盐池县供销社等地,全面了解红寺堡区、盐池县现代农业协同发展、农特产品销售、供销社业务开展和消费帮扶等方面情况,并围绕葡萄、枸杞、黄花菜、牛羊肉等特色农产品生产加工销售与相关企业负责人进行深入交流,认真了解其产品生产流程,以及把好产品质量关,推动农业产业链、农产品生产加工企业健康发展等。

通过此次考察调研,泉州市供销社系统把红寺堡区、盐池县等地作为优质农特产品供应、采购优选基地,通过“以销代捐”“以销代帮”方式深化对口协作帮扶,把宁夏优势地标农产品销往泉州乃至福建市场。市供销社将指导所辖各县(市、区)供销社,在各销售网点和线下门店、线上平台销售宁夏农特产品,同时积极为红寺堡区、盐池县供销社系统的组织建设提供业务指导建议,在农资、农副产品销售等方面为“三农”提供更加优质的服务,提升农业生产综合效益。

据悉,双方将进一步建立工作沟通、信息交流、数字购销、互访交流、业务共进等5个交流沟通渠道,通过“生产基地+销售平台+供销社销售平台”的模式,充分发挥泉州市供销社系统优势,优化服务质量,让宁夏更多的优质生态农产品走出乡村、走向市场、走进城市,推动宁夏农特产品更好地融入福建市场。

招标公告

绿地鹭城北一号地块位于南安市石井镇菊江村,总建筑面积为264647.34平方米,现公开选聘物业服务企业,有意向者请携带相关材料于2024年9月7日前至南安市绿地鹭城销售现场。联系人:徐先生,电话:13860749444。

福建绿翼发展有限公司
2024年9月3日

安踏、特步、361° 公布半年报,业绩保持平稳增长

新场景新品类机遇涌现



上半年我市多家体育用品企业业绩平稳增长,图为人们在安踏展厅参观。(张九强 摄)

8月27日,安踏集团发布2024年半年业绩报告;此前,361°、特步等在香港上市的泉州体育品牌也陆续发布了今年的中期业绩公告。综合上述公司财报,可以看到,今年上半年,我市体育品牌依然保持稳步增长的态势。今年以来,科技创新的加持、线上销售渠道的拓展、细分赛道的聚焦等,成为我市体育品牌持续前行的有力动力源。

□融媒体记者 黄文珍

以科技创新抢占市场高地

近年来,在市场竞争压力之下,为抢抓市场机遇,我市体育品牌愈发重视科技创新的蓄势赋能,持续提升研发投入推出更具核心竞争力的产品,以期在细分赛道上占据市场新高地。

今年上半年,安踏集团研发成本支出逼近10亿元大关,同比增长超过30%。集团在美欧日韩等地建立了5大研发设计工作室,并和全球60多家顶级科研机构、高校,以及产业链上下游3000多家供应商开展联合创新。安踏集团搭建的“全球开放式创新生态网络”进入收获期,多项校企联合创新成果成功完成市场转化。公司推出了“安踏膜”及“氮科技”等科技产品,“柔心

纱”为FILA作出的贡献已达成上亿元。

据悉,安踏为举重、拳击、体操等项目研发的奥运比赛装备,以专业性助力中国健儿扬威巴黎奥运赛场。此外,集团与多所高校联手,参与创新材料领域国家重大科技课题攻关,开展行业前沿技术探索。截至2024年6月,集团累计申请国家专利4655件,在我国体育用品品牌中排名第一。

特步集团财报显示,集团联合上海体育大学以及清华大学孵化团队倚澜科技,将儿童体育科学推向新高度。特步儿童通过AI算法精准捕捉数据,针对儿童运动场景和潜在损伤风险进行分析,打造更适合中国儿童脚型的“A+健康成长鞋”。据了解,该鞋款采取全面升级的材料,通过前掌加宽空间设计等,让鞋款稳定性及抓地力更加优越。

361°将科技创新作为驱动企业业绩增长的最大动能。财报显示,截至今年6月30日,该企业已取得562项专利。其中,绿色、循环是企业研发的重要方向。比如,公司在行业内率先提出“碳捕捉”概念,发布碳临界科技,构建“碳临界跑步专业矩阵”。其中,“飞燃3”跑鞋应用了基于临界物理发泡技术,用二氧化碳代替传统氮气,通过加热和加压促进材料发泡,实现二氧化碳的捕捉和消耗,推动产品的经济效益和环境效益的平衡。

不同消费层业绩均保持增长

近年来,运动鞋服行业复苏速度跑赢消费大盘,运动鞋服依然是一条优质赛道,并呈现出消费两极分化、需求小众细分、行业集中度下降等趋势。该行业在不同消费层级均保持中高速增长,新场景新品类的机会不断涌现。

据了解,为渗透进不同市场领域,安踏集团策略性地对旗下三大品牌群进行针对性的布局:安踏品牌坚守“大众定位、专业突破、品牌向上”;FILA在巩固“时尚运动”江湖地位的同时,发力“专业运动”的增量赛道;其他品牌聚焦差异化场景,持续深耕高端垂类运动需求。就广度而言,横跨休闲、户外与室内

运动的品牌矩阵,对不同运动相关场景实现全覆盖;就深度而言,通过从高性价比到轻奢的差异化品牌定位,满足了消费的两极化需求。

随着居民收入提高、全民健身战略和教育“双减”政策持续落地,我国儿童运动鞋服市场规模有望进一步增长,2027年市场规模预计将达1513.9亿元。361°儿童业务持续深化“青少年运动专家”定位,聚焦儿童及青少年专业运动市场,发力跑步、跳绳、篮球、足球等品类,为儿童和青少年提供兼具专业功能性、健康科技性和童趣时尚性的运动产品。财报显示,2024年上半年该企业儿童业务创收11.3亿元,同比增长24.2%,占总收入比重约22.0%。

去年年底,特步收购索康尼在中国40%的知识产权,又在今年1月收购了与Wolverine Worldwide在2019年组建的合资公司的剩余股权,使合资公司成为特步的全资子公司。财报显示,索康尼以我国城市跑步和社会精英为品牌战略定位,截至2024年6月30日,索康尼在我国共有128家门店。索康尼所在的专业运动业务在今年上半年保持高速增长,该部分贡献的净利润为3180万元。

多元渗透加速布局海外市场

拓宽线上销售渠道,逐步向海外市场布局、渗透,已成为我市体育品牌的共识。

据悉,安踏集团不断完善海外市场布局,初步建立了全球化经营模式,在北美、欧洲、东南亚、中东、非洲等市场加速拓展业务网络。从2020年开始,安踏集团开始积极推动DTC(直面消费者)转型。DTC转型帮助品牌缩短对市场终端需求变化的反馈速度,更高效地进行补单和重新分配库存,以此提升品牌的渠道把控能力,加强对商品生命周

期的管理。截至2024年6月30日,安踏集团超12000家门店中,超10000家采用DTC(直面消费者)模式运营;其中有超6000家由品牌直营,直营店铺超过了总店铺数的一半以上。

财报显示,361°在巩固国内市场的同时,加快海外销售渠道的建设步伐。截至目前,该企业在海外(中国内地以外)拥有1297个线下销售网点,覆盖美洲、欧洲及“一带一路”等地区。线上渠道方面,今年“6·18”期间,该企业电商平台全渠道销售额同比增长94%,位列



361°公司的员工在数字化车间忙碌。(王宇静 摄)

多家公司营收呈两位数增长

安踏集团发布的财报显示,今年上半年,安踏集团收入创历史新高,同比增长13.8%到337.4亿元。其中,安踏品牌同比上涨135%至160.8亿元,继续巩固中国品牌领导者的地位;FILA同比涨6.8%至130.6亿元,增速继续领先同规模国际品牌;所有其他品牌收入同比大涨41.8%至46.0亿元,继续保持强劲增长。值得一提的是,亚玛芬体育收购以来最佳半年业绩,收入同比增长14%，“双轮驱动”成效显著。

特步集团发布的半年报显示,今年上半年实现营收72.03亿元,同比增长10.4%;净利润7.52亿元,同比增长13%;毛利率增长3.1个百分点至46%。据悉,按照多品牌运营的模式,特步集团将业务板块分为大众运动、时尚运动和专业运动三大类。财报显示,作为大众运动,特步品牌今年上半年营收增长6.6%至57.89亿元,占总收入的80.4%;时尚运动为盖世威及帕拉丁品牌,今年上半年收入增长9.7%为8.22亿元,营收占比11.4%;专业运动为索康尼和迈乐品牌,收入同比上升72.2%至5.93亿元,营收占比8.2%。值得关注的是,今年上半年,特步集团宣布战略性出售时尚运动板块的盖世威和帕拉丁品牌,并聚焦资源于跑步业务,加大对索康尼品牌的投入,这一举动被业界视为其策略的重要调整。

今年上半年,361°集团业绩表现也相当亮眼。在更早之前361°发布的中期报告显示,2024年上半年,361°总收入增加19.2%至51.4亿元,毛利增加18.3%至21.2亿元,毛利率为41.3%。其中,361°儿童板块收益持续增长,同比增长24.2%至11.3亿元,占集团收益的22%;361°电商业务实现收入12.5亿元,同比增长16.1%。