

本期话题:纺织鞋服产业如何踩准需求风口借势“出圈”

运动国货以创新寻“破圈”之道



全民健身已成热潮(金供)

持续深化创新动能是产业在市场汪洋中踏浪远航的有力帆,是培育新质生产力的重要载体。今年中央经济工作会议在部署2025年经济工作时明确,把“以科技创新引领新质生产力发展,建设现代化产业体系”作为明年重点任务之一。2024年即将挥手而去,这一年泉州企业在创新发展上有哪些新思考、新实践、新方向?明年又有什么新布局?本期民企会客厅与您共同分享。



民企会客厅



2024福建省纺织鞋服新产品推介暨泉州市职业装供需对接活动上展出的新产品(黄文珍摄)

本期主持:黄文珍
嘉宾名片:



丁伍号
361°集团执行董事兼总裁



吴荣照
鸿星尔克实业董事长



黄再兴
向兴(中国)集团有限公司总裁

新生活方式兴起 功能性消费需求上升

主持人:聚焦消费需求、强化有效创新是企业市场竞争中脱颖而出的“利器”。您认同这样的看法吗?相较于过去,您认为如今消费者在产品需求上有哪些趋势?

丁伍号:在当前市场竞争激烈的环境下,我认为聚焦消费需求和强化有效创新是企业突出重围的关键。与过去相比,消费者对体育品牌的需求趋向多元化、个性化和专业化,他们不仅注重功能性,还追求设计感、科技感和品牌认同感。今年“双11”期间,冲锋衣等户外运动产品的热销,不仅体现了消费者对健康生活方式的热爱,更反映出市场对高品质、个性化产品的强烈需求。面对这些变化,我们会继续坚持以专业为本,将运动精神融入每一个产品,满足不同人群的生活方式与专业需求,最大化体现361°

作为专业体育品牌的使命与责任。

吴荣照:科技创新是发展新质生产力的核心要素,也是鸿星尔克高质量发展的强大内生动力。二十四年来,我们始终坚定创新基因,以科技创新引领,建立属于自己的品牌壁垒。在洞察市场趋势后,我们发现,在全民健身和体育强国推动下,体育装备市场迎来了前所未有的发展机遇。消费者生活方式发生了转变,从以前单一追求衣服的外观设计、品质、性价比,到现在更加注重产品的功能性和社交属性。消费者对于运动装备的需求正朝着专业化和细致化的方向不断进化。基于此,今年我们也发布了一系列满足消费者城市及户外穿搭的单品。这些产品不仅在功能、材质、科技含量方面持续精进,也更加注重时尚感的提升,满足国人的运动生活体验。

黄再兴:今年1—11月,集团营收同比增长约20%,产品出口和内销为二八开,出口订单增加幅度大,内销保持平稳。我们密切跟踪国内外市场流行趋势和客户需求。如今,冲锋衣等户外运动服饰消费热潮正盛,路跑赛事火爆,这背后是户外运动的蓬勃发展,是消费者以健身促进健康意识的增强和生活方式的兴起。随着全民健身人群的增加,尤其是户外运动,带动了功能性面料需求的快速增长,已成为企业重要的增长点。这些年,不论是消费者的品类需求,还是消费场景演变,速度都非常快。我们认为通过专注、精耕与坚守,产品有好的运用场景、好的功能创意和好的产品品质,品牌更能够获得消费者认可。如今,我们与迪卡侬、巴宝莉、耐克、安踏、李宁等客户建立长期稳定的合作关系。

注入科技创新基因 以需求为导向迎合新趋势

主持人:企业在创新上主要聚焦哪些方向?截至目前,取得了哪些成果?企业建立了哪些机制或者举措推动持续创新?

丁伍号:我们在创新方面一直致力于提升产品的专业性能和舒适度,通过对市场趋势的敏锐洞察和消费者需求的深入了解,不断推出符合市场需求的新产品和新技术,比如,我们的飞燃、飞隼系列跑鞋,在科技含量上实现了重大突破。为了推动持续创新,我们不仅在内部加大了研发投入,还积极与顶尖学府展开产学研合作,组建了“全球创新合作伙伴”团队。这种合作模式为我们的创新之路提供了坚实的学术支持和科研资源,确保企业的创新始终走在前沿,并深深植根于科学研究之中。

吴荣照:今年,我们发布了全新的

品牌战略——为国民运动而生,这是我们产品和服务的出发点和落脚点。在这一品牌战略下,企业创新聚焦在满足国民多样化运动需求上,不断深耕科技创新和服务跑者,并取得了新的突破。本着“国民需要什么,鸿星尔克造什么”的品牌初心,我们在大量调研过程中发现,全国TOP100跑场中,国民最喜欢的跑步场景前三名均为公园,家门口的公园才是真实的运动场。我们从公园场景出发,去年成功推出行业首款以公园场景为定位的公园跑鞋,更加适合公园的多变路况,一经上市就受到广大消费者欢迎。作为国民运动品牌,我们坚持以国民运动需求为核心,在功能、材质、科技含量方面持续精进。未来也将推出更多具有创新性和颠覆性的产品,满足国民多样化运动需求。

黄再兴:产品创新是企业生存发展的生命线,我们坚持以客户需求为导向,结合国内国际市场潮流,通过不断的产品创新、技术创新、模式创新、品牌升级来满足不同消费者的消费需求。我们促进健康投入的2000多万元,目前企业拥有专利77项,自有商标15项。这些年,向兴研发设计的冲锋衣面料、羽绒服面料及防晒衣面料因其优越性能和时尚外观,受到了客户和消费者的喜爱。我们不仅注重硬件设施的投入,还注重研发团队的建设。通过引进中国台湾专家团队、与专业纺织院校及研究机构合作等方式,为集团研发提供强有力的支撑。同时,集团与国内顶尖科研机构 and 高校展开深度合作,产学研一体的合作模式,不仅提升了企业的行业影响力,也确保产品始终保持行业领先地位。

强化基础性研究 多渠道优化创新团队

主持人:创新的动力源在于人才,这些年,企业在引才、留才,或者聚集人才资源方面做了哪些探索?目前成效如何?2024年即将过去,展望2025年,企业有什么新的思考与布局?

丁伍号:在人才培养和引进方面,361°一直秉持着开放和包容的态度。我们自主开发了各类培训课程,涵盖各层级人员,旨在培养专业且全面的人才队伍。这些努力不仅提升了员工的个人能力,更为企业的发展注入了源源不断的活力。同时,得益于政策的支持和政府的扶持,我们的研发创新团队不断壮大。目前,我们已经汇聚了400余名专业研发人员,他们专注于运动装备人因工效高性能产品的研究与开发。展望2025年,我们将继续坚持“专业为本,

品牌为先”的品牌策略,进一步强化人才战略,深化产学研合作,推动数字化转型,并加大对新兴技术的投入,致力为消费者提供更加个性化、高品质的体育用品和服务,不断推动企业的创新与发展,为体育产业的繁荣贡献力量。

吴荣照:在即将到来的2025年,鸿星尔克将持续以科技创新赋能产品力,以国民运动需求为核心,以高性能产品回报消费者期待,以高质量服务赢得消费者信赖,为国民提供更多元、更贴心、更有温度的专业服务,以国民品牌的责任担当,实现“为国民运动而生”的使命。

黄再兴:人才是发展新质生产力的第一资源。着眼新一轮发展,向兴成立面料研究院,秉承系统化、专业化的原

则,确保每位员工都能得到充分的成长与提升。我们通过与厦门大学、华侨大学等知名高校签署合作协议,设立奖学金,提供实训基地等,推动理论与实践有效结合,更好地服务于企业。同时,我们还与专业管理咨询公司合作,引进外部力量开展培训,重视内部培训传承,提升员工的综合素质,为企业长远发展储备管理人才。并为年轻人设立容错机制,帮助他们更好地成长。

今年,向兴(福建)新材料科技有限公司、后整产业园、面料研究院已陆续投产。2025年向兴将对染整车间(安乐园)进行扩建,提升染整生产能力及效率,向兴新材料(金井园)三期将投入建设,全面优化升级企业管理体系,提升企业运行效率。

我国加快以标准提升 引领原材料工业 优化升级

据新华社电 记者17日从工业和信息化部获悉,工业和信息化部等四部门近日联合印发《标准提升引领原材料工业优化升级行动方案(2025—2027年)》,以标准提升引领原材料工业供给高端化、结构合理化、发展绿色化、产业数字化、体系安全化发展。

“材料是制造业的基础,标准在原材料工业发展中发挥着基础性、引领性作用。”工业和信息化部原材料工业司司长常国武说,印发方案就是以标准体系建设为切入点和发力点,发挥标准“指挥棒”作用,引领原材料工业高质量发展。

方案提出,到2027年,引领原材料工业更高质量、更好效益、更优布局、更加绿色、更为安全发展的标准体系逐步完善,标准工作机制更加健全,推动传统产业深度转型升级、新材料产业创新发展的标准技术水平持续提升。

据介绍,围绕数字化转型、绿色低碳、新材料等重点领域,方案明确实施“数字化标准提升工程”“新材料标准创新工程”“绿色化标准升级工程”,到2027年发布并实施200项以上数字化转型、100项以上新材料领域以及100项以上绿色低碳标准。

记者了解到,下一步,工业和信息化部将会同有关部门、地区和行业组织加强工作协同,强化指导服务,推动原材料工业实现质的有效提升和量的合理增长。

多部门部署 加大对重点企业 内贸险保障力度

据新华社电 记者16日从国家发展改革委获悉,国家发展改革委等多部门近日联合印发《关于发挥国内贸易信用保险作用 助力提高内外贸一体化水平的意见》,提出加大对重点企业的内贸险保障力度,更好发挥内贸险助力提高内外贸一体化水平的作用。

国内贸易信用保险能够分散企业贸易风险、降低市场流通成本,有利于促进商品服务畅通流动、优化贸易环境,是支持外贸企业拓内销的有效手段,对促进内外贸一体化发展具有重要支撑作用。

意见提出加大对重点企业的内贸险保障力度,深化内贸险供给侧改革,完善内贸险配套制度,加强组织实施和跟踪问效等四个方面政策,具体措施主要包括提升内贸险承保能力、丰富内贸险产品和制度供给、优化企业投保内贸险费率机制、加大对内贸险推广支持力度、依法打击虚假合同和骗保等行为。

意见明确,建立促进内贸险高质量发展的部门联动工作机制,开展不定期工作会商,加强对内贸险发展的统筹协调和组织领导。各地区、各部门要明确责任单位,制定细化落实举措,明确时间表和路线图,扎实推进相关工作。

全国统一规范的新电子税务局建成 已服务全国超9600万纳税人

本报讯 国家税务总局坚持以税收大数据为驱动,建成并推广上线全国统一规范的新电子税务局,实现税费服务数字化、智能化、场景化升级提效,大幅提升办税缴费便利度。目前,全国有超9600万纳税人使用新电子税务局,月均办理超3.8亿笔涉税业务,办税时长比过去减少20%。

国家税务总局17日介绍,越来越多的纳税人享受到网上办税带来的便利,新电子税务局上线后,97%的税费事项,99%的纳税申报事项可在线上全流程办理,切实减轻了“来回跑、排队办”的烦恼。

新电子税务局不仅实现了发票业务全程网办,还覆盖了税务登记、税费申报、税款缴纳等多方面的业务办理场景。国家税务总局介绍,当前,纳税人线上业务办理量占全部业务办理量的89%,90%的高频业务可在3分钟内办结。各地税务部门还持续优化社会保险经办和缴费业务线上“一网通办”举措,基本实现了企业社保缴费网上办、个人缴费掌上办。

新电子税务局上线后,国家税务总局依托税收大数据,智能匹配优惠政策与适用对象,分时段、有重点地开展政策精准推送。今年前11个月,已累计向近4亿户(人)次纳税人缴费人精准推送税费优惠政策。税务部门实现增值税及附加税费、消费税、企业所得税、印花税费等15个税费种关联申报、一键缴税,申报时间提速到分钟办,90%纳税人可在3分钟内完成申报。

国家税务总局有关负责人表示,下一步,将不断优化新电子税务局各项功能,推出更多便捷、高效、智能的税费服务举措,持续提升办税缴费便利度。(中新)

记者手记

创新永远在路上

“粒子科技”保暖服装、热湿性能防晒面料、耐磨抗黄拖鞋、油面防滑大底、轻量透气纱架三翼卡鞋面……在2024福建省纺织鞋服新产品推介活动暨泉州市职业装供需对接活动上,记者见证了从一根丝线,到一块面料、一个配件,再到一双鞋、一件衣服的产业上下游创新力“集结”。

在产品百花齐放、市场竞争白热化的年代里,创新是一个历久弥新的话题,是一场永远在路上的修行,是一项不能停歇的竞赛。不过,创新的切入点在哪里?如何让创新叫好又叫座?是许多企业一直在思考的问题。创新从来不是无源之水、无本之木,它植根于消费者细分而多元的需求,它的原点是为消费者创造更加美好的生活方式。搜集前沿信息和流行趋势、了解客户需求,成为产业链上下游企业必做的功课。

随着全民健身、户外运动等新热潮涌动,人们对不同场景的运动产品需求持续提升。《2024运动鞋服市场洞察》预计2024年中国运动鞋服市场规模将达到5425亿元,线上销售为主,近四年的复合增长率为15.9%。消费者对运动鞋的需求日益多样化,不仅注重功能性,还更加追求时尚性和个性化。这些年,围绕需求靶心,许多企业持续从新材料、新工艺、新技术、新设备着手,在一条条细分赛道上形成覆盖不同使用场景的创新产品矩阵,应对市场新需求、注入竞争新动能。

2024年已进入尾声,今年的中央经济工作会议定调,“创新”依然是明年的重点任务之一。高举创新大旗,我们也期待明年企业有新作为、新成效。(文珍)