

本期话题:探寻我市体育品牌稳健增长的驱动力

# 科技创新加持 深耕“黄金赛道”



本期主持:黄文珍  
嘉宾名片:



执行董事、联席CEO  
赖世贤 安踏集团



董事局主席兼CEO  
丁水波 特步集团



执行董事兼总裁  
丁伍号 361°集团

今年上半年,安踏、特步、361°等我市体育品牌均提交了一份亮眼的“成绩单”。当前,我市体育品牌稳健增长的驱动力在哪里?企业在攀登市场高峰过程中,又有什么新的动作与布局?本期民企会客厅与您共同分享。



安踏运动科学实验室(黄文珍 摄)

## 多品牌战略布局 差异化满足不同消费需求

**主持人:**疫情结束后首个中期业绩已经发布,尽管经济大环境仍然面临着下行压力,市场竞争加剧,但是企业依然收获了双位数增长,业绩表现相当亮眼,请问业绩增长的主要动力在哪?哪些板块表现尤其突出?增长又是得益于哪些因素?

**赖世贤:**“单聚焦、多品牌”战略是安踏集团克服外界环境不确定性,实现持续稳健增长的内在驱动力。从行业增长趋势来看,体育用品行业增速依然跑赢其他可选消费品,是一条仍有巨大深耕空间的“黄金赛道”。从行业需求变化来看,消费者对体育用品的需求越来越多元,呈现出消费圈层化、场景细分化、功能专业化、表达个性化的“四化”趋势。具有鲜明差异化定位的小众品牌受到很多消费群体的喜爱,成长速度跑赢大众品牌。安踏集团多品牌战略,差异化布局不同的运动场景和消费层级,顺应和满足了市场需求更迭。从多个品牌的业绩看,亚玛芬合营公司收入同比增长37.2%至132.7亿元,创收

购以来最好财务表现的半年;安踏品牌收益增长6.1%至141.7亿元,继续保持中国运动品牌领导者地位;FILA上半年重回健康可持续的增长轨道,经营溢利率达29.7%,恢复到历史最高水平。包括迪桑特及可隆体育在内的其他品牌收益同比大增77.6%至32.5亿元,增速创新高,连续22个季度保持双位数增长。

**丁水波:**集团收入在今年上半年增加14.8%至65.22亿元。其中,特步主品牌收入增长10.9%至54.3亿元。索康尼成为集团首个实现盈利的新品牌,取得1908万元经营溢利。在所有运动类别中,增长最快的是跑步领域。自从2007年赞助第一场马拉松赛事开始,特步已累计赞助超过1000场马拉松赛事及活动,既是最早布局路跑领域的品牌之一,也是中国赞助马拉松赛事最多的运动

品牌。在跑步领域,差异化专业能力和长期主义已经令集团在大众运动和专业运动板块的协同优势显现,让特步在应对经济不确定时发挥优势。

**丁伍号:**当前,大众健康意识提升、细分专业运动爱好群体不断扩大、女性消费需求崛起,体育用品行业环境趋好。我们通过对行业风向的深度洞察,在跑步、篮球等核心品类原有优势的基础上,积极开拓女训、滑板、电竞、足球等运动品类,升级完善产品阵列。作为连续四届的亚运会官方合作伙伴,今年杭州亚运会为品牌带来了更多曝光机会,进一步推动终端销量增长。我们重视渠道优化及青少年运动市场布局,电商、儿童业务上半年增速显著,为业绩增长提供了有力支撑。

## 建立科研平台 产品持续迭代升级

并推动建立中国标准,设立国家级院士工作站及博士后科研站,预计到2030年创新研发累计投入将达200亿元。今年以来,C10系列、C202系列领衔的竞速跑鞋,已助力职业运动员82次登上马拉松赛事领奖台。

**丁水波:**科技创新是大势所趋,也是国家政策支持民营企业高质量发展的主要着力点。2015年,特步斥资建设世界级跑步实验室X-Lab,旨在将世界前沿的运动科学转化为可实用的跑步科技,成为品牌专业性技术底盘。冠军版跑鞋160X系列在2016年诞生以来持续突

破竞速跑鞋性能的极限。通过与马拉松运动员的共创,160X系列在实战中不断打磨,屡次刷新国产跑鞋测评纪录。新一代冠军版跑鞋160X5.0和160X5.0 PRO采用XTEP ACE中底科技,推进性比上一代提升9.8%。跑鞋产品不断迭代,是我们持续加大科技研发的缩影。

**丁伍号:**361°以技术创新为驱动,灵活运用大数据持续优化用户体验,致力为消费者提供科技与设计兼备的高性价比运动装备。目前,我们取得了406项有效专利。依托前沿科技力量,集团以创新驱动产品升级,接连推出了AG系列、飞飏系列等爆款尖货产品。伴随科技的不断进步,消费者对于运动体验、穿着感受提出了更高要求,公司致力于以前沿科技赋能产品表现,持续完善产品矩阵。

及运动品类持续开拓,消费者对361°认可度也日益提升,终端销售转化加速,带动周转周期持续优化。面对科技大潮,我们积极处理好发展高新技术产业和传统产业的关系,运用大数据、人工智能等技术提升生产效率,推动品牌数字化进程。去年,我们与福建联通合作建设了服装制衣制造业首个“5G智慧工厂”,将智能制造贯穿产品生产全过程,实现了向5G数字化智能制造的转型升级。后续,我们也将持续推动数字化转型升级,加速科技向产品转化进程,以创新引领发展。

## 打破数据壁垒 深度连接品牌与消费者

**主持人:**今年上半年企业产品的库存周转周期同比有所变化,变化背后的主要驱动力来自哪里?随着新一代信息技术的迭代升级,企业在数字化转型升级方面的情况如何?未来有哪些布局?

**赖世贤:**集团上半年库存周转天数同比下降21天,降幅接近15%。库存天数高低与零售模式有关,集团旗下安踏品牌直营占比超过70%,包括FILA在内的其他品牌均为全直营。安踏集团建立了完善的买货及库存跟踪管理模型,可随时“零时差”监控买货及库存水平,这也是直营比重大的优势所在。

**丁水波:**从2015年开始,特步启动

## 创新要离消费者足够近

如今,全民健身成为社会新风尚。有数据显示,我国经常参与体育锻炼的人数已超过4亿。运动热潮之下,带动了体育消费市场的兴旺。在我市体育品牌企业看来,体育用品行业仍然是具有巨大深耕空间的“黄金赛道”。

不可否认的是,市场的火热也意味着竞争者众多。如何从激烈的市场竞争中突出重围,找到企业立身的“赛道”,是值得思考的问题。采访中,给记者留下深刻印象的一句话是,企业为什么没有订单,是因为离客户太远。当前,体育用品消费市场早已从“有没有”转向“好不好”,消费需求呈现出多元化的特点。

面对消费新需求,我市体育品牌根据不同运动场景、不同年龄层次、不同风格需求等,加快产品研发步伐,创新突破新材料、新工艺等应用,推动产品功能推陈出新,提升用户体验。并以此为契机,开拓新市场、掌握市场竞争主动权。(文珍)

## 及时受理游客投诉逾百件 我市加强监管,维护两节期间旅游市场秩序

本报讯(记者陈云青 通讯员姚振群 苏晓晖 文/图)为全力打造泉州良好旅游形象及口碑,提升旅游市场热度,9月29日以来,市市场监管部门出动执法人员758人次,检查商品交易市场和景区景点171个次、经营户1014个次,受理处置涉旅投诉117件、举报6件,有力维护了公平有序的市场环境,保护消费者合法权益。

记者了解到,为加强对各类旅游市场经营主体的普法宣传,增强经营者诚信守法意识,日前,市市场监管局召集市区27家住宿业者及行业协会代表召开“中秋国庆期间规范住宿行业价格行为约谈会”,各县(市、区)局组织14场次约谈指导,实施价格、食品安全等经营行为合规行政指导和提醒告诫;同时,市场监管部门会同商务、文旅、发改、交通等部门加强旅游市场价格监测稳控,发现价格异常情况及时处置。针对酒店、宾馆、民宿、旅社、景区(区)、餐饮店、纪念品店等重点经营场所加强价格监督检查,依法查处应当执行而不执行政府定价或政府指导价、未明码标价、价格欺诈、哄抬价格等行为,督促指导企业依法合理行使自主定价权。



执法人员现场检查网红小吃店价格和食品安全情况

据悉,监管部门以旅游景区景点、商业集中区、交通服务场站等为重点场所,以大中型餐饮服务单位、地方特色小吃店、旅游定点接待单位、农家乐、“网红店”等为重点单位,强化监督检查和随机抽查,排查消除食品安全风险隐患,预防和打击滥用食品添加剂、无证经营、销售过期变质食品、销售“三无”食品等违法行为,严防食品安全事故。推进餐饮服务主体食品安全风险分级管理和包保管理工作,督促公示营业执照、食品经营许可证、人员健康证等信息。

## 泉州市银行业保险业联合开展“金融消费者权益保护教育宣传月”活动

泉州市银行业保险业2023年金融消费者权益保护教育宣传月活动于9月15日正式启动,按照国家金融监督管理总局、中国人民银行、中国证监会、国家网信办四部门要求,以“汇聚金融力量 共创美好生活”为主题,旨在统筹金融全行业力量,广泛普及金融知识,着力提振金融消费信心,切实增强广大金融消费者的获得感与满意度。

在国家金融监督管理总局泉州监管分局指导下,泉州市银行业协会、泉州市保险行业协会、泉州市银行业保险业消费者权益保护服务中心(以下简称“市消保中心”)和辖区各银行保险机构结合实际情况开展丰富多彩的教育宣传活动。

**全面启动 掀起宣传热潮**

9月15日,宣传月活动启动仪式在泉州德济门举行。活动由市银行业协会、市保险行业协会、市消保中心主办,辖区7家银行保险机构联合承办,通过闽南特色“城门讲古话消保”、金融知识沙画表演、消费者八项权益主题游园等形式,向群众

普及金融知识。现场参与人数近千人,发放宣传折页4300余份,并全程在泉州网直播,观看人次15.43万次。9月20日,市银行业协会、市保险行业协会、市消保中心联合辖区14家银行保险机构在市消保中心办公楼前举办宣传活动,通过有奖互动、现场讲解等形式向市民宣传基础金融知识和金融风险防范提示,共计发放宣传材料1400多份。

### 协同创新 形成宣传合力

市银行业协会、市消保中心与招商银行泉州分行联合在泉州古城中心西街“七番天台”开展金融知识趣味游园打卡活动。现场设置反诈咖啡馆、征信棒棒糖、清醒电影院、泉州李尧宝剪纸、提线木偶、蛸埔女换装等趣味体验项目,参与打卡、体验的消费者逾千人,朋友圈宣传点赞超万条。与兴业银行泉州分行联合开展宣传月之古城徒步活动,共有30多位学生及家长参加,参加者一路参观天后宫、府文庙、开元寺等重要世界遗产点。工作人员将金融知识与海洋商贸文化有效融合,向大家普及其中蕴

## 商务部回应欧盟对华电动汽车发起反补贴调查: 坚定维护中国企业合法权益

本报讯 针对欧盟对华电动汽车发起反补贴调查,商务部新闻发言人4日称,中方对此表示强烈不满,将密切关注欧方后续调查程序,坚定维护中国企业的合法权益。

欧盟委员会日前发布公告,决定对进口自中国的纯电动载人汽车发起反补贴调查。对此,商务部新闻发言人表示,欧方发起此次反补贴调查仅依据对所谓补贴项目和损害威胁的主观臆断,缺乏充足证据支持,不符合世贸组织相关规则,中方对此表示强烈不满。欧方要求中方在极短时间内进行磋商,且未提供有效的磋商材料,严重损害了中方权利。

发言人指,在不久前举行的第十次中欧经贸高层对话中,中方曾明确表示,欧方拟采取的调查措施是以“公平贸易”为名行保护自身产业之实,是赤裸裸的保护主义行为,将严重扰乱和扭曲包括欧盟在内的全球汽车产业链供应链,并对中欧经贸关系产生负面影响。

发言人称,中方敦促欧方从维护全球产业链供应链稳定以及中欧全面战略伙伴关系的大局出发,审慎使用贸易救济措施,鼓励以电动汽车为代表的新能源行业深化合作,为中欧电动汽车产业共同发展创造公平、非歧视、可预期的市场环境。(中新)

## 中巴贸易 首次实现本币交易

据新华社电 记者2日从中国银行(巴西)有限公司(中银巴西)获悉,中银巴西日前为巴西企业办理人民币信用证贴现业务,并即时兑换为巴西雷亚尔入账,在中巴贸易史上首次实现人民币计价、人民币结算、人民币融资和人民币直接兑换雷亚尔的全流程闭环操作。

据介绍,此次业务涉及巴西埃尔多拉杜纸浆公司。该公司是巴西纸浆工业领域最具竞争力的企业之一,其产品约四成销往中国。今年8月,该公司接受中国进口商采用人民币作为合同计价货币的要求,指定中银巴西为收款行,试水人民币结算。中银巴西收到进口商开立的人民币延期付款信用证后,办理人民币信用证贴现业务,帮助巴西企业提前收到人民币货款。

中银巴西负责人表示,根据巴西外汇管理规定,中银巴西即时将收到的人民币直接兑换为雷亚尔入境巴西,汇入客户本地账户,实现了从货物交易的人民币计价,到资金交易的人民币结算、融资和本币直兑的全流程闭环操作。

今年3月,巴西与中国达成了在双边贸易与融资活动中使用本币结算的协议。

## 央企战略性新兴产业 前8月投资比增三成

据新华社电 记者从国务院国资委了解到,今年1至8月份,中央企业战略性新兴产业完成投资超8400亿元,同比增长约30%,在推动产业升级的同时,有力带动上下游企业共同发展。

为了更好地评估中央企业在相关领域的发展状况,国务院国资委还委托国投集团设计了“中央企业战略性新兴产业发展指数”。该指数包括三级指标体系,指标维度涵盖产业布局、科技创新、人才队伍、产业生态、发展成效,力求充分反映中央企业发展战略性新兴产业的成果。

**深入群众 延伸宣传触角**

9月26日为进乡村、进社区、进校园、进企业、进商圈的“五进入”集中教育宣传日,泉州市银行业保险业积极响应号召,深入开展形式多元、受众精准的集中教育宣传日活动。市银行业协会、市消保中心、工商银行泉州分行、农业银行泉州分行深入老城社区,联合开展金融知识宣传站活动。携手光大银行泉州分行走进梧林古村落,开展“阳光消保——乡村振兴有你有我”乡村金融教育宣传活动。同日,由市保险行业协会、市消保中心、市公安局丰泽分局主办,中国太保产险泉州中心支公司、晋江中心支公司、丰泽区东湖街道铭湖社区承办,相关保险公司协办的2023年金融消费者权益保护教育宣传月“五进入”之进商圈活动在泉州市丰泽区南益广场成功举办。(郑鸿隆)