

石狮出口遍布六大洲 168个国家和地区

去年自营出口1591000万元,完成年度计划119.6%,比增21.1%

在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新作为新篇章

本报讯 据市商务局数据,2018年1-12月,石狮市出口遍布六大洲168个国家和地区,自营出口1591000万元(包含一达通出口3100万元),完成年度计划119.6%,比增21.1%。全市共有432家企业开展自营出口业务,其中,生产型企业150家,贸易型企业282家。

分行业看,纺织服装产业链方面,我市纺织服装产业总出口额截至12月份为1172507万元,比增27.99%,占我市总出口额的73.70%。其中,成衣出口1003602万元,比增23.07%,占总出口额的63.08%。户外服装出口一直表现突出,截至12月,出口232299万元,比增29.79%,占服装总出口额的19.81%,占全市总出口额的14.6%。面料方面截至12月出口83528万元,比增27.95%。主要呈

现在棉≥85%未漂平纹布等品种出口趋势上升明显,截至12月,棉花出口57369万元,比增65.60%,占面料总出口额的68.68%;化纤等物截至12月出口76556万元,比增243.78%。纺织机械截至12月出口8822万元。

根据行业数据分析,服装成衣是我市出口产品主力军,面料、化纤等物呈正增长。户外服装这种功能性服装和含棉量高的高档面料,国外暂时没有能力生产,但市场需求在加大,故而出现增长。

鞋类方面,截至12月出口68999万元,占我市总出口额的4.34%。其中橡胶或塑料制外底及鞋面的休闲鞋出口30173万元,比增28.26%;占17.92%;拉美194915万元,比增28.26%;占比12.25%;北美86301万元,占比5.42%;大洋洲16792万元,比增26.89%,占比1.06%。

出口“一带一路”国家和地区合计875277元,比增34.06%,占我市出口总额的55.01%;出口金砖四国合计150128万元,同

比-6.31%,占我市出口总额的9.44%。

全球经济整体形势向好,各洲均呈增长态势。非洲市场相对比较稳定,主要出口产品为纺织原料及纺织制品,截至12月,纺织品出口非洲110416万元,比增30.92%,占非洲出口总额的70.50%,主要呈现在棉布、针织或钩编的服装,非针织或钩编的服装出口量暴增。我市的主要市场为亚洲市场,其中东盟市场表现突出,截至12月出口434778万元,比增57.89%,占亚洲市场的51.27%。主要表现在菲律宾、泰国、越南、印度尼西亚等国家的出口明显。菲律宾市场截至12月累计出口280432万元,比增50.20%,占亚洲出口总额的33.07%。柬埔寨、以色列、伊拉克等国家的出口仍处于疲软状态。拉丁美洲呈现明显增长,主要得益于纺织原料及纺织制品出口,截至12月累计出口158484万元,比增39.61%,占拉美出口额的

81.31%。

按出口企业分析,12月备案登记生产型企业1家,全年累计62家,全市162(144)家生产企业截至12月合计自营出口425667万元,比增31.25%,占全市出口总额的26.75%。12月备案登记贸易型企业30家,全年累计291家,全市308(281)家贸易型企业截至12月合计自营出口1162233万元,比增18.29%,占全市出口总额73.05%。

截至12月,全市共有137家新增备案登记企业开展出口业务,其中生产型企业36家,贸易型企业101家,累计出口190276万元,占全市出口总额的11.96%。

1-12月份,出口超1000万元的生产型企业62家,累计出口398632万元,同比增长31.81%。25家自营出口超1800万美元的外贸企业被列为我市重点外贸出口企业,这25家重点出口企业12月出口总额为633103万元,占总出口额的39.79%,比增11.08%。(记者 杨朝楼 通讯员 黄鸿媚)

4场新春招聘会 9路异地揽才活动等你来参加

本报讯 日前,记者从石狮市人力资源和社会保障局获悉,为进一步推进人才强市战略,精准引进产业发展和城市转型所需要的人力资源,满足新春项目开工和企业用工需求,我市将于2019年2月15日至2月26日期间举办4场新春人力资源公益招聘会,2场石狮企业与人力资源服务机构对接会,并规划了9条新春异地人力资源招聘线路。

石狮市2019年“春风行动”公益招聘月活动由石狮市人民政府主办,石狮市人力资源和社会保障局承办,石狮市总工会、石狮市妇联、石狮市退役军人事务局、石狮市残疾人联合会协办,中国海峡人才市场石狮分部执行,不向用人单位和求职者收取任何费用。将于2019年2月15日(正月十一)至2月26日(正月廿二),在石狮市人力资源大厦3楼举办4场新春人力资源招聘会。其中,第一场时间为2月15日(正月十一)、第二场时间为2月18日(正月十四)、第三场时间为2月22日(正月十八)、第四场时间为2月26日(正月廿二)。这期间,还将在石狮市人力资源大厦5楼举办2场石狮企业与人力资源服务机构对接会,分别于2月22日下午和2月26日下午。

在举办新春人力资源招聘会的同时,我市还将开展新春异地人力资源招聘活动,共规划了2条省内线路和7条省外线路供用人单位揽才。其中,省内第一条线路是参加政和县“春风行动”大型人力资源招聘会,第二条线路是参加三明市“春风行动”现场招聘会,省外第一条线路是赴贵州省黔东南州参加凯里市春风行动招聘会,第二条线路是赴云南昆明参加昆明市南坝招聘活动,第三条线路是赴重庆市参加永川区春风行动招聘会,第四条线路是赴广西壮族自治区南宁市参加人力资源对接活动,第五条线路是赴成都市参加成都春季特大型人才招聘会,第六条线路是赴河南省郑州市参加郑州人力资源中心市场举办的大型综合招聘会和专场招聘会,第七条线路是赴江西省赣州市参加赣州市春季就业招聘大会。(记者 周进文)

产业看点

2018年我国纺织业主营收入下降利润增长

国家统计局数据显示,2018年全国规模以上工业企业利润总额比上年增长10.3%,增速比1-11月份放缓1.5个百分点,总体保持较快增长。

2018年,在41个工业大类行业中,32个行业利润比上年增长。新增利润最多的行业主要是:石油和天然气开采业,利润比上年增长4.4倍;非金属矿物制品业,增长43%;黑色金属冶炼和压延加工业,增长37.8%;化学原料和化学制品制造业,增长15.9%;酒、饮料和精制茶制造业,增长20.8%。5个行业合计对规模以上工业企业利润增长的贡献率为77.1%。

其中,2018年我国纺织业规模以上企业主营业务收入27242亿元,同比下降0.5%,实现利润1265亿元,同比增长5.3%;纺织服装、服饰业主营业务收入17107亿元,同比增长4.1%,实现利润1007亿元,同比增长10.8%。化学纤维制造业主营业务收入7990亿元,同比增长12.4%,实现利润总额394亿元,同比增长10.3%。(中国棉纺织行业协会)

中国企业走进东盟收获多

随着“一带一路”向纵深推进,中国-东盟自贸区升级版加快实施,中国和东盟的经贸合作潜力加速释放,合作不断走深走实。改革开放之初,江苏新瑞贝科技股份有限公司主要经销印度助剂,后来逐步成长为科凯、亨斯迈、巴斯夫、昂高、科莱恩、杜邦等国际品牌印度助剂的官方授权供应商,如今其将市场瞄准了东盟。

“2018年我们向东盟市场的出口额增长了200%,预计2019年将增长更多。”该公司副董事长、总经理傅鑫在接受国际商报记者采访时表示,近年来,随着中国原材料、劳动力成本攀升,节能环保压力不断加大,国际纺织贸易绿色壁垒日益加强,许多纺织企业转移到了东盟国家。新瑞贝从2017年开始在孟加拉国和越南等地开拓市场,年出口额从几十万元人民币增长到近1000万元人民币,今年计划在越南设立分支机构,之后逐步拓展到柬埔寨、马来西亚、巴基斯坦等国家,向东盟市场的出口目标是1亿元人民币。

中国与东盟合作的商机喷涌而出,推动着中国和东盟贸易额的快速增长。中国海关总署发布的统计数据显示,2018年,东盟是中国仅次于欧盟、美国的第三大贸易伙伴,而且贸易增速远超欧盟和美国的7.9%和5.7%,达到11.2%。(中国商务新闻网)

中国2018年国内贸易创造2.08亿就业

2018年,中国国内贸易创造2.08亿就业,同比增长8.5%;中国2018年恩格尔系数下降0.9个百分点至28.4%。(商务部网站)

“文化大年”进鸿电



解读安踏2018年会 百亿板块“四进五”进行时

自从成为中国体育用品品牌的领跑者,安踏每年的年会内容以及丁世忠的讲话都会成为业内外关注的热点和焦点,虽然安踏2018年的全年财报尚未出来,但按照半年破百亿的销售业绩来看,全年销售总额和利润肯定会是上市之后最漂亮的,在此之前,很多媒体都对丁世忠的讲话进行了解读,本报从另外的纬度来看安踏的“千亿梦”。

百亿板块一:安踏ANTA

作为母品牌,安踏ANTA自然要承载更多,在FILA还没有成长为安踏ANTA增长主力时,百亿指标几乎都是靠安踏ANTA来实现的,所以,安踏集团的第一个百亿板块就是安踏ANTA这个母品牌。之前,安踏ANTA和乔丹、匹克、361°、鸿星尔克等福建体育用品品牌的产品价格差不多,在国内品牌也就低于李宁,即便这样,安踏ANTA自上市之后的毛利和纯利润也能慢慢做到20%左右,但现在不一样,安踏ANTA已经尝到了爆款和联名款的甜头,尤其是围绕着金州勇士的汤普森打造专属产品,既赢得了口碑,又拿下了市场,实现“双丰收”。KT3—Rocco去年在美国限量发售200双,价格近千元人民币,直接导致门店排起长队,这也是中国品牌球鞋在美国首次引发抢购热潮。其实,早在2017年10月,安踏就在北京、上海、广州限量发售汤普森的GOLDEN-BLOOD金鞋,单价999元,两小时即售罄,甚至引发网络上炒出几倍的价格,在此之前,国内还没有什么品牌能够把一款篮球鞋卖到999元。

除了汤普森,安踏ANTA近年来还和漫威、NASA跨界合作,打造联名款,同时还推出舒弹丝等高性能鞋服,打造联名款,和汤普森专属产品一样,一经推出,短时间就宣告售罄,所以,安踏ANTA本品牌不仅继续支撑百亿板

块,而且还能给集团带来更多的销售和利润。

百亿板块二:FILA

就目前而言,在国内能够把一个国际体育用品品牌做到百亿元的,目前只有丁世忠。在此之前,中国动向的陈义红在2010年把意大利品牌KAPPA的销售做到最高峰40多亿元,安踏那一年是74亿多元,至于特步、361°、贵人鸟、鸿星尔克、匹克,基本上和KAPPA差不多,然而第二年业绩、利润下滑之后便一蹶不振。如果按照FILA总裁姚伟雄在2017年接受媒体采访时的说法,“未来2至3年FILA进入百亿俱乐部”,但实际上只用了一年,FILA就提前完成了这个任务。据观察,FILA从2010年至2015年保持超过50%的增速,去年上半年,FILA的增速超过85%。

对于国人来说,对于FILA最直接的感受就是近三年来突然崛起,尤其是和10 Corso Como、3.1 Phillip Lim、Staple、Aape、D-ANTIDOTE甚至FENDI推出联名款,让FILA成为一个众人都能接受的潮流,其自己也从FILA单一品牌延伸出,FILA KIDS、潮流运动品牌FILA FUSION和高端专业运动品牌FILA ATHLETICS。

既然是提前1-2年完成了百亿销售,那么未来1-2年就更可期FILA给安踏集团的贡献值了。

百亿板块三:童装

如果非得给中国儿童找一个领军童装品牌,森马旗下的巴拉巴拉必然是NO.1,虽然2018年财报还没出炉,但按2017年63.22亿元的销售总额来看,巴拉巴拉依然是领军者,可是对于快速跃进中的安踏集团来说,童装也将是下一个破百亿的板块,他们的直接竞争对手就是巴拉巴拉。

在年会上,丁世忠对于安踏童装也提出了表扬,成立十年来,安踏儿童每年的增速都保持在

50%左右。当然,对于安踏集团童装板块的销售目前只能靠相关数据来整理,有媒体报道,2016年安踏儿童线的总体销售量已经接近20亿元,占安踏总营收的近15%,两年过去了,安踏儿童线应该可以接近或超过50亿元,门店网点也拓展至近3000家。在“为不同场景选择不同运动装备”理念的推动下,安踏儿童这两年不仅在专业运动领域加大科研力度,推出一系列深受喜爱的功能性鞋服,而且还在日本、韩国等地设立工作室,用“全球化设计”理念提升产品版型和款式,让产品看起来潮一点。同时,安踏儿童还和漫威、小黄人、Hello Kitty等IP跨界合作,为孩子们加入更多喜爱的儿童元素。

百亿板块四:电商

提到安踏电商,就不得不说说2018年“双11”当天的销售额,天猫全网销量2135亿元,属于意料之中的“再创新高”,安踏呢,全系销售首次突破10亿元,达到11.3亿元,领跑中国鞋服品牌总榜,销售额较之2017年“双11”同天,增幅超过60%。森马,销售额也突破11亿元,2017年同天销售额为8.2亿元,增幅接近40%。和2017年相比,安踏当天的销售额排在森马、太平鸟之后,但去年就逆势而上,一举超越两大全年销售额破百亿的品牌,太平鸟的2017年同天,基本上没有增长,就多了一千万元销售额。

百亿板块五:收购

首先说一下,谈安踏第五个百亿板块,是建立在成功收购亚玛芬集团的基础上。如果收购成功,对于安踏集团来说,百亿板块手到擒来。

根据亚玛芬公司2018年半年财报,公司的销售额为11.07亿欧元(约合人民币88亿元),比上年同期下降5%,户外产品、球类运动、健身产品三大板块的销售额同比均有不同程度下滑。按照市场划分,欧洲、中东以及非洲市场比上年同期降低1%,美国市场则下降10%,亚太市场是唯一增长的,1.78亿欧元(约14亿元人民币),比上年同期增长2%。2017年,AMER SPORTS亚玛芬体育全年销售额为26.852亿欧元(约合人民币212亿元),即使这样,去年上半年公司仍亏损430万欧元。

FILA的成功让大家看到了丁世忠的操盘能力,在接受媒体采访时表示,安踏和FILA各做各的,不要互相学习和借鉴,要保持自己的调性,一旦收购亚玛芬成功,我们有理由相信,丁世忠能够在其中找一个破百亿的单一品牌,成为安踏集团的第五个百亿板块。(记者 杨江)

本报1月31日,由福建省总工会、泉州市总工会联合主办的“情暖2019·福建省总工会送文化进鸿电活动”在福能鸿山热电公司能源广场举行,为福能集团泉州片区电力企业及其外委单位的职工及家属送上了精心准备的“文化大餐”。

文工团的到来将严寒尽数驱赶,暖阳将每个人的脸蛋都晒得红彤彤的。川剧变脸、魔术、树叶独奏、歌舞表演等精彩节目让观众享受了一场文化盛宴。现场还邀请了专业摄影师为大家拍摄全家福,书画协会的书法家现场挥毫泼墨。一张张全家福包含了满满情谊,一副副春联寄语美好心愿。(记者 杨朝楼 通讯员 潘进 潘维敏 文图)

很多人会问,安踏2018年“双11”销售为何如此凶猛?答案很简单。第一,安踏已经成为国民品牌,品牌影响力毋庸置疑;第二,针对电商群体的特殊性打造专属产品,占比近80%;第三,物流速度超快。为了提供更优势的物流配送服务,安踏与顺丰等物流公司探索研究新的合作模式,确保消费者在第一时间拿到自己喜爱的产品。

可以想象,按照安踏现有的发展速度和品牌矩阵,今年安踏“双11”一天的销量极有可能超过七匹狼、劲霸、利郎、九牧王这些传统商务男装品牌现在的销售收入。换句话说,安踏现在的“闻派服饰”阵营中已经“一骑绝尘”了,按照电商占比20%的说法,安踏电商应该在2至3年就可以达到百亿目标。

我市开展两节期间“1+X”专项督查



本报讯 根据泉州市市场监督管理局《关于开展“元旦”“春节”期间落实中央八项规定精神“1+X”专项督查工作的通知》要求,日前,石狮市市场监督管理局对石狮市爱乐皇冠假日酒店有限公司、福建永辉超市有限公司泉州石狮泰禾广场店等8家大型酒店、商场、超市进行专项督查。

本次督查采取“检查+自查”的方式,由石狮市市场监督管理局企监股、执法大队及检查对象辖区市场监督管理局所指派的工作人员、第三方财务公司专业人员组成,分别对石狮市爱乐皇冠假日酒店有限公司、福建永辉超市有限公司泉州石狮泰禾广场店等8家大型酒店、商场、超市开展实地检查。

实地检查中,检查组查阅了企业2018年11月至2019年1月22日的财务账簿、发票凭证、购物卡发放记录等资料。要求企业对是否存在违规“定点消费、使用公款定期支付、出入不对外开放的高端隐秘场所”现象进行认真自查,形成《企业自查报告》,并签订了《企业承诺书》,承诺不参与、不接受“定点消费、使用公款定期支付”等违规行为。(记者 周进文 通讯员 洪菲娜)

泉州太平洋码头公司开展春节节前安全检查



本报讯 为做好春节期间安全生产工作,根据上级单位的统一部署和要求,泉州太平洋码头公司充分发挥安全检查在安全管理中的抓手作用,春节前,公司安委会组织进行春节节前安全检查。

泉州太平洋码头公司总经理张俊生率队,对港区道路交通安全、5号和6号泊位等外包单位施工现场、一线作业现场、消防、重点库房、冬防安全工作及港区堆场安全等情况进行现场检查。

检查中,安委会要求各部门,要高度重视当前安全管理现状,充分认识安全工作的复杂、容易波动的特点,落实安全主体责任,结合节日期间安全工作特点,做深做细防范措施,做好安全值守;要按照公司安全工作的要求,对安全工作进行再动员、再部署、再落实,做好源头管理,深入一线加强监管;要不断开展隐患排查,检查既要全面覆盖又要突出重点,对薄弱环节要彻底查、反复查,安全隐患要即查即改,并持续跟踪,确保安全检查有成效,保障春节春节期间安全生产工作持续稳定。(记者 杨朝楼 通讯员 许培钦 陈明星 文图)