

超600家泉企赴进博会“血拼”

首日抛出3.6亿美元订单

□融媒体记者 王宇静

通讯员 叶冠庆 何建富 黄金洪
实习生 洪煜呢 文/图

11月5日,上海国家会展中心人流如织,第八届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)正式拉开帷幕。来自泉州的600余家企事业单位组成“采购天团”集体亮相。首日从展会传来消息称,已有泉企签下3.6亿美元的采购项目,更多协作正在进行中,与全球展商共赴贸易之约。与此同时,极具闽南特色的“中国白·德化瓷”展馆开门迎客。

一边是“引进来”的全球好物采购热潮,一边是“走出去”的文化产业自信展示,泉州以“双向奔赴”的开放姿态,在这场全球经贸盛会上书写着海纳百川的发展篇章。

政企联动发力 泉企组团“扫货”全球

泉州采购商的身影活跃在各个展区,精准对接全球优质资源

“进博会是泉州链接全球资源、拓展国际合作的重要窗口。”泉州市商务局相关负责人在展会现场表示,为了此次参会,泉州早在今年8月就启动筹备工作,在总结前七届经验的基础上,紧扣省团部署与本地实际,构建了高效工作机制。修订完善的泉州市分团工作



方案明确了各成员单位职责,各县(市、区)同步成立组织机构,形成“上下联动、全域协同”的工作格局,为泉企参会保驾护航。

在展会现场,泉州采购商的身影活跃在各个展区,从粮油食品到先进技术,从高端装备到日用消费品,精准对接全球优质资源。泉州福海粮油工业有限公司公共事务主任林志康穿梭在丰益国际的展台,该企业今年再度向丰益国际抛出3.6亿美元的采购订单,延续了多年的良好合作。“进博会平台让我们能直接对接全球顶尖供应商,不仅拓展了视野,更精准把握了国际市场趋势与诉求。”林志康介绍,通过进博会的长期对接,企业的供应链稳定性持续提升,此次采购的食用油、面粉等产品将进一步丰富泉州及周边地区的市场供给。

作为连续八年参展的境外企业,丰益国际以“科技赋能全产业链,开创大健康产业新纪元”为主题,带来了覆盖食用油、大米、中央厨房解决方案等多品类的优质产品,还首次推出“金龙鱼丰益堂”强功能性新品,并设置了烘焙、鲜米、植物蛋白等新品试吃活动,吸引了泉州采购商驻足。“泉州企业的合作诚意让我们印象深刻。”丰益国际参展

负责人表示,多年来与泉州福海粮油等企业的合作实现了互利共赢,进博会为境外企业深耕中国市场提供了重要支撑,未来将继续加大与泉州乃至福建企业的合作力度,共享发展机遇。

采购热潮的背后,是泉州精准的组织保障。此次泉州注册报名参会的单位超600家,覆盖制造、服务、贸易等领域的多个行业,市委、市政府主要领导及分管领导也已完成注册报名,各项参会保障工作全部落实到位。“我们提前梳理了本地进口发展趋势,聚焦重点企业需求,组织采购商与全球参展商开展多轮展前对接磋商。”泉州市商务局相关负责人介绍,通过展会平台将有效实现高效贸易合作,为泉州开放型经济注入新动能。

白瓷惊艳亮相 文化出海彰显自信

207平方米的“中国白·德化瓷”展馆成为展会的一大亮点

在上海国家会展中心的中央步道上,207平方米的“中国白·德化瓷”展馆亦成为展会的一大亮点。展馆以闽南古厝建筑美学为设计灵感,以中国红、

朱砂红为主色调,搭配纯净的中国白,外立面抽象呈现闽南古厝的燕尾脊,室内接洽区采用红砖元素,墙面及展柜大量运用中国白呼应主题,传统美学与现代设计完美融合,时尚新颖又不失文化底蕴。

“欢迎各位嘉宾品鉴德化白瓷,感受其‘润如玉,明如镜,薄如纸,声如磬’的独特魅力。”展馆讲解员郭春风正忙着为前来参观的中外客商介绍展品。此次展馆集中展出近600件陶瓷精品,分设出口工艺瓷、大师艺术瓷、家居日用瓷、文创与礼品定制四大展区,全面呈现德化陶瓷的精湛技艺与深厚文化内涵。出口工艺瓷贴合不同国家的风土人情与宗教信仰,家居日用瓷突出茶具藏香纳气的实用特点,文创定制瓷则满足个性化需求,实现了传统工艺与现代市场的深度适配。

在大师艺术瓷展区,一件仿生瓷作品引得境外客商频频驻足拍照。“将传统技艺与国际审美完美结合,这样的作品既有艺术价值又有市场潜力。”来自欧洲的客商表示,德化白瓷的工艺水准与文化内涵让他十分惊艳,对仿生瓷和文创定制瓷的兴趣尤为浓厚。国内客商也对展品赞不绝口:“大师瓷满足了收藏需求,日用瓷适配家居消费升级趋势,文创瓷契合国潮热点,合作空间非常广阔。”

对于德化企业而言,进博会带来的是品牌提升与产业升级的契机。通过这个国家级平台的常年展示,“中国白·德化瓷”“世界陶瓷之都”等区域品牌的认知度显著增强,推动企业从“产品输出”向“品牌输出”跨越。

泉州市商务局相关负责人表示,接下来将全力做好展会期间的服务保障,推动贸易签约落地见效,让更多泉企在进博会上觅得商机,实现共赢。“泉州将持续以开放的胸怀链接全球资源,既‘引进来’优质产品与先进技术,也推动特色产业与传统文化‘走出去’,为开放型经济高质量发展注入源源不断的动能。”在进博会的全球舞台上,泉州正以昂扬姿态,书写着深化国际合作、共谋发展的新篇章。

国家知识产权强国建设第四批典型案例公布 首次! 泉州案例成功入选

商报讯(融媒体记者陈云青 通讯员苏晓晖)近日,国家知识产权强国建设工作部际联席会议办公室公布了知识产权强国建设第四批典型案例,“福建省泉州市推进企业海外商标布局指导,护航外向型经济加速成长”从全国众多申报案例中脱颖而出,成功入选。

该案例是我省知识产权运用促进领域唯一入选的国家级典型案例,也是泉州知识产权领域首个获此殊荣的案例;其成功入选,进一步体现了泉州在商标公共服务与知识产权生态建设方面的扎实基础和领先优势,也折射出泉州以知识产权为抓手推进区域经济高质量发展所取得的显著成效。

完善企业海外商标布局,是“产品出口”向“品牌出口”转变、抢占国际贸易价值链高端环节的必然路径,更是民

营经济、品牌经济、外向型经济深度融合发展的关键抉择。

近年来,泉州在全国率先探索,形成“点线面”协同发展格局,为民营企业商标品牌国际化建设探索有益路径。据悉,为解决企业“不想做”“不会做”“做不好”等问题,我市于2024年8月出台全省首份《推动企业加强海外商标布局的指导意见》。《意见》总结历年经验,以企业视角对海外商标注册、使用、管理、保护等全链条实操要点,作“字典式”解答,为基层工作提供“灯塔式”指引。

同时,我市还着眼于提升指导实效性,在深入调研,全面分析企业规模、出口额、出口商品类别、认知管理能力等7要素的基础上,精准绘出企业“画像”,针对不同特点从“概念认知、入门路径、实务操作、机制建设”四个维度进行

分类指导。例如,针对出口市场快速拓展,需要加速构建海外商标族群的企业,指导企业深化“注册前+中+后”流程化管理,“注册+收购并行”周密化布局,助力企业扬帆出海。

此外,以结构化视角,我市将海外商标布局这一复杂问题分解为若干模块,强化对企业的解题服务:在海外布局途径上,引导企业以“马德里商标国际注册为主+逐一国家注册为辅”组合运用方式,实现高效化、便捷化注册与布局;在海外商标设计选择上,建议企业针对不同语言市场进行本土化调整,打造兼具辨识度与情感共鸣度的商标;在注册国别地区上,提醒企业界定三个梯队市场,有所侧重地布局;在难点突破上,整合“知创福建”平台和商标品牌指导站等公共服务力量,邀请高校专家、专业人员,

为企业提供“1对1”深度答疑。

以海外商标布局为支撑,我市商标品牌国际化画卷正不断舒展:从“点”上看,一大批出口商标品牌加速成长,如百宏纤维依托马德里商标国际注册,快速提升商标海外影响力,2025年以来出口额超5亿元,增长15%;安踏围绕“单聚焦、多品牌、全球化”策略,收购多个国际高知名度商标,构建时尚运动、专业运动、户外运动三大领域商标族群,去年营收首破千亿元大关。从“线”上看,商标海外布局线与外向经济发展线交互融合,2025年以来民营企业出口466亿元,居27个万亿城市第二位。从“面”上看,借助出口型商标布阵站稳国际市场,晋江、丰泽多个县域跨境电商集聚区加速壮大,为海外商标布局提供坚固的实体堡垒。