以石雕世匠“李周”为名 用设计之力开拓“向新”赛道

全国首个“茶空间”石雕设计大赛落地惠安

工业设计数字化蝶变行动

主办方：泉州市工业设计协会 泉州晚报社

以石为材料，以“茶空间”为设计方向。本周，以“设计再造 石势新生”为主题的中国惠安“李周杯”石雕创新设计大赛在惠安启航。本届大赛以惠安石雕史上首位石雕巨匠“李周”为名，强调不忘匠心、传承发扬惠安石雕精湛工艺及文化精神内核的同时，通过高规格创新设计赛事，助力传统石雕产业破圈并开拓“向新”赛道，为惠安石雕产业寻找新的百亿市场空间。□融媒体记者 王宇静 通讯员 孙雪松 文/图

惠安石雕一直以其精湛的雕艺广受认可。图为今年5月在福州举行的中国工艺美术博览会上，惠安精美石雕广受推崇。

“赛事立足于挖掘惠安石雕产业的全新场景应用。”惠安县政府相关负责人表示，石雕原本更多时候是作为一种观赏品嵌入建筑或空间里，为进一步提升石雕产品与消费者的交互，经过数月酝酿推进，在工业和信息化部工业文化发展中心的指导下，在泉州市工业和信息化局、泉州市城镇集体工业联合社支持下，由惠安县政府主办，由惠安县城镇集体工业联合社、惠安县工业信息化和商务局、中共惠安县委人才办联合承办，特别策划推出全国首个“茶空间”石雕主题创新设计大赛，期待让千年石雕产业与千年茶文化碰撞出“石势新生”的创意火花。

目前主办方已经向全国各个高校及相关设计个人及机构发出征集令，期待通过设计领域的异业角度，聚焦身边“茶空间”内包括茶器、茶具、茶宠、茶装饰等作品的设计，充分挖掘石雕工艺与现代设计的深度融合，让更多石雕产品以更具时代先进性的形象进入消费场景，创造产业新机遇。

此次大赛将面向全国所有设计者，任何设计公司或企业的设计人员，高校工业设计、平面视觉等专业师生以及对石雕产业设计应用有创新思考的机构或个人均可参赛。在设计品类方面，大赛在“茶空间”主题下特别设计了三个组别方向：首先是“茶空间文创组”，设计品类包括茶空间内可使用或展示的石雕相关家具或文创产品，要求作品具有观赏性或一定的实用功能，用以提升消费者品茗乐趣，个人杯、茶宠、香器、装饰画、茶器收纳盒等品类均可；第二是“茶盘组”，要求参赛作品要在市场热销茶盘特性基础上（最大尺寸不超过1.2米），以石材为主进行创新设计，包括但不限于多人使用、旅行使用、办公使用等多样场景，要求在满足实用性原则下兼顾审美诉求，倡导融入智能技术，提升用户体验；第三是“茶壶组”，要求设计立足追求功能美学平衡，确保茶壶在实际泡饮中让使用者获得舒适体验并兼具观赏价值，鼓励参赛者探索新材料的设计融合，注重茶壶搭配，让产品适应现代审美与生活节奏。

主办方介绍说，征集作品工作将持续到8月上旬，随后将通过由政产学研各界组成的专业评审组进行公开、公正的评定并最终选拔出决赛入围作品。据称，每个小组都将设置金银铜及佳作鼓励奖，为提高相关机构及导师的参与热情，大赛还将特别设立优秀组织者及优秀导师等奖项。值得一提的是，除了丰厚的资金，每份获奖证书都将有工业和信息化部工业文化发展中心的盖章认证。

全新赛事 全国广发“石势新生”征集令

从东西塔到洛阳桥，再到崇武古城，可以说，惠安的石雕正是泉州宋元海丝城商贸繁荣史的“记录者”。

紧随改革开放的春风，惠安石雕产业迎来高速发展期，产业集聚优势明显。去年全县石雕产业产值超200亿元，规上企业171家，从业人员已超10万人。惠安头顶“中国石雕之都”“中国民间雕刻艺术（雕刻）之乡”“世界石雕之都”等美誉，“惠安石雕”更是率先入选首批国家级非物质文化遗产名录。当前，在《惠安县石雕产业高质量发展规划》《进一步推动雕艺产业发展若干措施》等多个精准政策的出台支持下，惠安石雕产业正逐步实现绿色化、数字化、标准化升级，随着相关行业协会及大师工作室的相继落地，全县已培育出近两千人的雕艺人才梯队，建立产学研协作生态，产业呈现繁茂之势。

“守正”必须“创新”，方能行稳致远。随着中国式现代化进程的推进，面对如何因地制宜，作答向“新”求“质”的时代命题，惠安政企各界以“创新”落笔，通过创新设计赛事，找到“点石成金”的金手指，为传统产业插上设计这一双“腾飞的翅膀”。

业界期待通过大赛让更多优秀石雕创意设计作品孵化落地，为惠安石雕产业选择新方向、开辟新市场、用设计赋能行业升级提供更多可能性。同时也期待通过大赛的广而告之，进一步打响惠安区域品牌，吸引更多设计界目光，助力产业链强链补链。

提及此次赛事最大的特点，主办方再三强调了设计力向生产力转化的必要性。这一需求也在大赛评审机制中得以体现。根据要求，评审组将针对参赛设计作品的商业性、创新性、趋势性及美学性等多个维度进行评审，其中商业性及创新性占到70%的评分权重。另外，此次创新设计大赛在决赛环节还设置了直播拉练机制。即入围的作品不仅要经受专家评审组的专业评判打分，还要以样品的方式进入直播间，接受来自市场眼光的考验，通过现场解说考验设计产品的最终转化力。

作为全国规模最大、技术最先进、加工能力最强的石雕工艺生产出口基地，全国最大的碑石加工和石茶盘生产基地，惠安有实力，也有能力接住这场以当地石雕名师为名发起的设计浪潮，为产业破圈带来更大的创新助力，为繁茂的石雕产业再添绿意，再拓百亿市场新需求。

全新启航 设计金手指“点石成金”拓新路

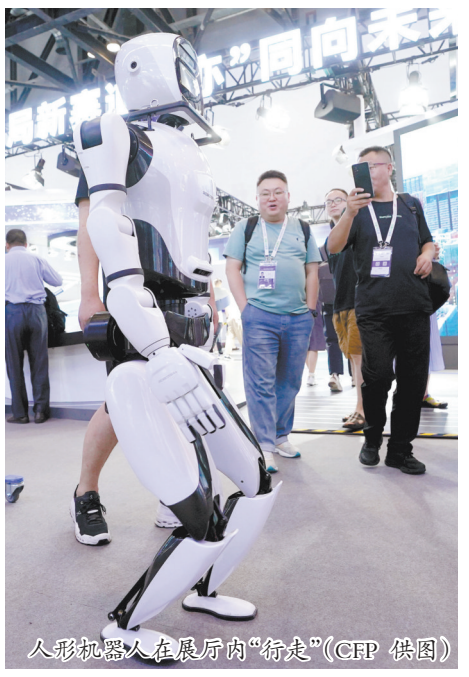
一次性使用卫生用品国家标准升级

本报讯 近年来，新产品、新材料不断涌现，对产品的卫生要求进一步提高。为更好规范产品发展，守护消费者健康，市场监管总局（国家标准委）近日发布了《一次性使用卫生用品卫生要求》（GB 15979—2024）强制性国家标准。与旧标准相比，新标准将一次性使用卫生用品按风险等级增加了pH值、可迁移性荧光增白剂残留量理化指标。

一次性使用卫生用品是一类日常生活用品，能够帮助使用者达到清洁、卫生的目的，具有种类繁多、使用广泛等特点。这类产品直接与人体接触，产品的卫生状况直接影响群众的身体健康。随着我国居民卫生习惯持续改善、安全意识不断增强，社会各界对一次性使用卫生用品的卫生安全也越来越重视。现行《一次性使用卫生用品卫生标准》实施以来，在卫生、餐饮、工业制造、医药等诸多领域得到广泛应用，对保障产品卫生安全发挥了重要作用。

该标准主要修订了五方面内容。一方面，调整了“一次性使用卫生用品”定义，增加了“卫生湿巾”“抗菌剂”“抑菌剂”等类别的术语和定义。同时细化了原材料卫生要求，增加了原材料禁用物质和生产用水要求。并优化了生产过程卫生要求，将生产环境卫生指标、消毒效果生物监测评价与产品卫生指标中“初始污染菌”合并调整为生产过程卫生要求。在产品卫生要求方面，根据一次性使用卫生用品不同产品的健康风险，按风险等级增加了pH值、可迁移性荧光增白剂残留量理化指标，同时调整了微生物污染指标和毒理学安全性要求。 （北报）

多款人形机器人亮相北京科博会


人形机器人在展厅内“行走”（CFP 供图）

本报讯 第二十六届中国北京国际科技产业博览会（下称北京科博会）13日至16日在北京举办，多款人形机器人产品亮相展览现场。

展览现场，全身以黑色为主的“汇童7”具身智能人形机器人身高与真人接近，在工作人员的操作下，灵活地完成行走、奔跑、跳跃等动作。工作人员表示，该机器人全身拥有20多个自由度，身高达1.65米，重量达55公斤，采用自研高爆发电机和关节，具备环境感知能力，可完成走跑跳等多模态运动，起跳高度可达0.5米、跳远可达1米。

“目前，公司已实现人形机器人运动控制、电机、减速器等核心零部件自主研发，突破高爆发一体化驱动、仿生控制、刚柔耦合系统集成等核心技术。”工作人员称，今年，将重点瞄准应急救援等领域，并在产品研发设计中融入人工智能技术，让人形机器人“更聪明”。

北京邮电大学教授方斌表示，作为一种模仿人类外观、形态和行为能力的智能机器人，人形机器人是集机械、材料、电子、控制、智能、仿生等多学科交叉的产物，在工业生产、民生服务等领域具有巨大的应用潜力，可以显著提升生产效率，将人类从体力劳动中解放出来。

在杭州宇树科技有限公司展台上，拥有稳定的步态和高度灵活的动作能力的通用人形机器人H1吸引不少观众拍照。展台工作人员表示，该机器人身高约180厘米，体重超40公斤，配有3D激光雷达与深度相机，可实时获取高精度的空间数据，实现全景扫描，能够在复杂地形和环境中自主行走和奔跑。

伴随人形机器人的蓬勃发展，其在技术与安全方面面临的挑战不容忽视。方斌表示，人形机器人的感知和认知能力有待增强，有赖于大模型等人工智能技术的突破，提高在通用场景下的灵巧操作和任务执行能力。同时，人形机器人的发展潜藏安全和伦理问题，包括数据安全、隐私保护等，需要制定伦理准则与完善法律法规，确保其健康、可持续发展。

尽管挑战重重，人形机器人的应用之路势不可挡。方斌指出，人形机器人市场前景广阔，3C、汽车等制造业重点领域预计是其初步商业化落地方向。今后，还可通过深入应用提高智能化程度、实现规模化量产降低经济成本，更好地服务家庭、医院、商场等场景，触及更多消费者。 （中新）

泉州市商务局与美中电商贸易协会签署战略合作协议

加促海外仓建设 助力泉州优品出海

本报讯（融媒体记者王宇静 通讯员叶冠庆 文/图）7月15日，泉州市商务局、美中电商贸易协会在泉州举行战略合作协议签约仪式暨“泉州优品”出海行动座谈会。

当天，泉州市商务局及美中电商贸易协会相关负责人在泉州各重点行业的生产企业、电商平台、行业协会代表见证下举行签约仪式。

座谈会上，双方就在新起点上，围绕“泉州优品北美选品展销中心”建设、海外仓服务、跨境电商品牌培育等方面开展深入合作进行详细交流。

泉州市商务局张小红局长在会上特别介绍了商务部等9部门发布关于“拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见”以及“泉州市跨境电商发展三年行动计划”，真诚地表达了泉州市推进跨境电商高质量发展的决心，分享了泉州在推进海外仓、海外展销中心建设方面的思路。

泉州是民生工业品生产和出口大市，与会双方期待泉州企业可通过和美中电商贸易协会采用全托管、品牌委托推广、共建品牌等模式开展跨境出海合作。本次签约将是一个新的起点，泉州企业家将和美中电商贸易协会、美国风雷集团探索形成一套可复制、可推广的跨境出海样板经验，为推进外贸高质量发展作出积极贡献。

美中电商贸易协会会长谢建华也向泉州企业代表介绍了协会在美国发展的有关情况。他表示美中电商贸易协会将发挥桥梁纽带作用，主动服务泉州企业，欢迎泉州企业通过跨境电商拓展北美市场。美国风雷集团首席财务、美中电商贸易协会执行会长王明明介绍了美国风雷集团的美国境内仓储及配送、头程货物运输、海淘转运和全球快递、跨境电商品牌出海、综保区逆向物流等跨境电商业务服务。下一步，美中电商贸易协会、美国风雷集团将发挥其在北美的海外仓、物流配送和跨境电商人才资源等优势，在美国建设服务跨境电商的海外仓及泉州优品北美选品展销中心，为“泉州优品”跨境出海保驾护航。

签约现场，双方充分交流。

泉州海关释放政策红利

14起主动披露减免滞纳金30.7万元

本报讯（融媒体记者刘文艳 通讯员顾剑宇）近日，泉州某卫浴公司因存在进口货物未申报相关费用的错误行为，违反了海关监管规定，在泉州海关关员的政策指导下，该企业顺利完成主动披露申报工作，避免了行政处罚对企业信用可能造成的不良影响。这是泉州海关全力释放主动披露政策红利，持续优化外贸营商环境的一个工作场景。

据介绍，该卫浴公司由于经办人员不了解海关进口申报的相关规定，以为相关费用在进口完成后支付的不用予以申报，因此违反了海关监管规定。为此，该卫浴公司王经理向泉州海关进行了书面报告。

在受理主动披露后，泉州海关第一时间联系企业开展征询，同步“一对一”进行海关政策宣讲，做好主动披露事项的核实工作。经核实，企业以其他进口免费方式申报进口的卫浴等，确实存在少报特许权使用费的情节，但因企业主动披露，根据海关总署《关于处理主动披露违规行为有关事项的公告》（2023年127号公告，以下简称“127号公告”），最终只追征相关税款，不予行政处罚。

“对于我们这样的企业来说，罚款事小，信用事大，还好有海关的主动披露政策，我们才能及时补救错误。”王经理告诉记者。

据了解，主动披露是海关为推动进出口企业守法自律而实施的一项容错机制，同时也是一项惠企政策，为进出口企业提供了自查自纠、守法便利通道。“进出口企业自查发现存在少缴、漏缴税款或违反海关监管规定的情况并向海关主动披露，海关可依据相关规定对企业行为从轻、减轻甚至免于行政处罚；同时经海关认定为主动披露的，进出口企业可依法向海关申请减免滞纳金。”泉州海关驻刺桐办事处稽查科负责人介绍称。

据统计，2024年上半年，泉州海关共受理主动披露14起、同比增长75%，帮助企业免于、减轻行政处罚15家、减免滞纳金30.7万元，分别增长1.1倍、1.14倍。