

泉州新能源车供应链组团赴皖对接,达成多项共识——

# 走出去精准“链”接 谋共赢开拓新局

走出去拓新局,织密合作“伙伴网”。记者从市工信局获悉,1月25日—27日,泉州新能源汽车供应链产业联盟走进合肥市开展产业链对接活动。三天的行程中,在市工信局带队下,该联盟骨干企业先后前往巢湖市、肥西县等地,通过专题座谈、实地考察等方式,与当地政府及龙头企业展开深度对接交流。

□融媒体记者黄文珍 通讯员陈银坝 文/图

## 座谈观摩双线并进 产业协同共话未来

据介绍,此次对接活动以“产业协同、供需匹配、合作共赢”为核心目标。其间,在与巢湖市政府举行的专题座谈会上,双方围绕新能源汽车产业布局、营商环境优化、产业链配套协作等议题展开深入交流。巢湖市政府代表详细介绍了当地产业发展优势、政策支持体系及合作机遇;我市代表则重点推介了泉州新能源汽车供应链配套能力强、民营经济活跃的产业特色,双方达成建立常态化沟通机制的共识,合力推动两地产业协同发展。

人企观摩谋发展,一线问计促合作。活动小组还深入兴业合智(安徽)科技有限公司、蔚来汽车科技(安徽)有限公司、延锋国际集团汽车内饰及座椅工厂,实地观摩生产车间、产品展示区,与企业负责人、技术骨干面对面交流,了解企业生产经营、技术研发、供应链布局规划及未来合作需求情况,达成了多项合作共识。

据悉,兴业合智(安徽)科技有限公司是我市龙头企业兴业皮革科技股份

有限公司控股设立的高新技术企业,深耕汽车内饰皮革深加工细分赛道,为新能源汽车提供高品质、定制化的产品解决方案。延锋国际集团作为全球知名的汽车零部件企业,专注于智能座舱及上车身系统领域,业务遍及全球,销售规模达1300多亿元,在汽车内饰、座椅等核心产品领域具备雄厚的技术研发能力与规模化生产实力。蔚来汽车(NIO)为中国高端智能电动汽车领军品牌,先后入选《福布斯中国创新力企业榜》及全球可持续发展百强榜单。

值得一提的是,我市企业与合肥新能源汽车龙头企业已形成深厚的合作基础与良好的协同氛围。其中,2019年兴业科技收购宏兴汽车皮革拓展汽车内饰业务。这些年,该企业凭借优质产品与技术优势,成功进入延锋、蔚来等知名新能源汽车品牌供应链,成长为国内汽车真皮内饰领域的骨干配套企业,为两地产业协同合作奠定了坚实基础。



深入企业一线观摩

## 深化常态合作机制 共筑产业发展生态

“此次活动深化了泉州与合肥两地新能源汽车产业的协同合作,精准推动产业链强链补链延链,拓宽了我市企业市场渠道与合作空间。”市工信局相关负责人表示,他们将以对接活动为契机,持续发挥泉州新能源汽车供应链产业联盟的桥梁纽带作用。

据介绍,接下来,我市将邀请延锋、蔚来等新能源汽车龙头企业来泉实地考

察,全面展示我市产业基础、配套优势与营商环境;精心策划举办汽车零部件产业链供需对接专场活动,搭建供需双方直接对接高效平台,助力更多泉州企业纳入龙头企业供应链体系。同时,建立常态化合作机制,聚焦产业链关键环节,精准对接企业需求,持续推动两地产业资源互补、协同升级,为我市新能源汽车产业高质量发展注入强劲动力。

# 年货寄递迎高峰

部分快递春节坚守服务

本报讯(融媒体记者魏晓芳)眼下,快递物流行业迎来了传统旺季。日前,记者走进泉州顺丰创新产业园中转场,映入眼帘的是一派繁忙有序的景象,大大小小的包裹在传送带上有序流转,工作人员正紧锣密鼓地分拣、装运,确保年货包裹能够及时送达消费者手中。

“为满足年货高峰期客户的寄递需求,我们已提前布局,全力保障各网点正常运营,提升快件流转时效。”泉州顺丰运输有限公司相关负责人介绍,针对泉州特色年货、海鲜等品类,公司还专门开通寄递绿色通道,依托航空运力与全程冷链体系,结合智慧物流平台规划最优路径,实现优先中转与派送,有效缩短流转时间,让“年味”更快抵达千家万户。

近年来,泉州不断完善物流网络的建设,不断完善县乡村三级快递服务能力,让农村居民也能享受到便捷、高效的快递服务。“这一周,快递明显快了起来,最近买的年货陆续都收到了。”家住洛江区罗溪镇的彭女士说,临近春节,她提前购置了不少家庭春节必需品和孩子的生活用品,下单后发现包裹都能及时送达,速度一点也没受影响。

随着马年春节脚步临近,不少市民也关心起今年春节期间能否正常收寄快递。日前,已有多家物流企业发布春节期间服务公告。顺丰速运、京东物流、德邦等企业公告显示,将保障春节寄递服务需求,并加收高峰期资源调节费,以应对资源调配需求。此外,企业也向市民发出提醒,因节

日期间存在资源调配受限、极端天气变化、高峰期交通等多重因素,快件时效或将受到不同程度影响。

记者采访了解到,由于物流服务链条长、环节多,运力短缺、货量不均衡都会进一步推高运输、运营成本,近年来,春节期间快递企业加收“资源调节费”已成为行业惯例。针对春节如何收费问题,各企业也公布了相应的收取标准,且对长期合作客户推出优惠政策。

据了解,顺丰速运在1月19日—2月15日对部分发运20kg(含)以上产品的客户收取0.1—1.5元/kg的资源调节费,在2月16日—2月23日春节假期期间,对寄递服务加收资源调节费;京东物流在1月19日—2月23日,在特快重货产品原价格基础上加收0.1—1.2元/kg的高峰期资源调节费,除快运产品、京东物流仓储配送、快递收寄、家电送装维修、即时配送等将在春节继续提供服务;德邦快递在1月19日—2月14日,对部分客户、产品加收0.2—0.5元/kg的费用,在2月15日—2月23日,对部分客户、产品加收资源调节费。三家企业均表示,长期深度合作的月结客户、会员客户可享受资源调节费的优惠或减免。



工作人员正在分拣年货快递(企业供图)

相关  
新闻

## 国家邮政局部署春运期间寄递服务保障工作 春节期间不得强制要求快递员留岗值班

务量变化,合理制订春节假期运营计划,提前向社会公示/公布服务时间、服务地域并严格按照公示/公布信息提供服务,满足春节假期基本寄递服务需求。

值得注意的是,《工作方案》明确,要保障快递员春运期间休息休假等合法权利,健全快递员诉求反映机制。邮政企

业、快递企业要根据业务量变化和快递员个人意愿,实行错峰放假和调休。不得以保证金、扣留费用、考核返还等形式强制要求快递员留岗值班或节后返岗。对春节假期留岗加班的快递员要及时足额发放加班工资和节假日补贴,积极做好留岗过年员工餐饮、住宿、医疗等服务保

障。要及时结清快递员劳动报酬,杜绝拖欠工资、派件费行为,依法保障快递员劳动所得。

此外,《工作方案》还强调,要强化寄递渠道安全管理,开展安全生产隐患排查,全力保障末端网络稳定,坚决维护行业安全稳定。

警惕标签上的“文字游戏”

# 购置羽绒服别“踩坑”



(CFP 供图)

据新华社电 每逢冬季,羽绒服都是备受关注的御寒单品。然而,面对市场上品牌繁多、成分标注不一的各类产品,消费者常感眼花缭乱。如何“避坑”,买到优质羽绒服,记者就此采访了相关专家。

标签是服装的“身份证”,也是消费者了解产品信息的主要依据。国家标准规定,羽绒服的标签必须包含制造商名称和地址、羽绒种类、绒子含量、充绒量、执行标准等信息。然而,部分商家却在标签上动起“歪脑筋”,意图误导消费者。

有网友发帖表示,买到标签上没有标注填充物的羽绒服,剪开后发现里面全是

羽绒。还有网友查阅资料后发现,其在网店购买的羽绒服标签上所标注的执行标准竟是棉服的执行标准,“穿着保暖效果很差”。江苏省纺织产品质量监督检验研究院纤维与物理检验科工程师高倩介绍,目前羽绒服标签标注主要存在填充物“模糊标注”,信息虚标、错标或漏标等问题。

“填充物”一栏应如实标注成分,如“鸭绒”“鹅绒”等。若出现“羽丝绒”“羽绒棉”“云绒棉”等名称,消费者需特别警惕。需要靠此类表述“遮掩”的羽绒服,其填充物可能是羽绒加工的下脚料,或是掺杂了大量的化学纤维,实际穿起来往往保暖性极差,容易钻绒、有异味,洗涤后可能结团报废。

虚标、错标、漏标也是不良商家的常用手段。蓬松度是较常见被虚标的参数之一,“现在很多羽绒服不动就标注‘蓬松度800+’,事实上这些可能是统一印刷的标签,实际上800FP用于成衣的羽绒没有那

么多。”高倩介绍道。另外一些“杂糅标注”也极易让人混淆:充绒量的单位应为克,绒子含量的单位应为百分比,那么“充绒量:白鸭绒90%”就是一种混淆充绒量和绒子含量的“错标”,本质上是故意误导消费者。

“90绒”(绒子含量90%)“800+”(蓬松度800FP)“新国标”是消费者追捧的“热概念”。“这些概念有一定参考价值,但也容易成为不良商家的‘鱼饵’。”高倩表示。一方面,相关指标成为虚标“重灾区”,另一方面,类似“充绒量:×××90%”之类“混淆视听”的表述正是利用了部分消费者只关注数字的心理。

值得注意的是,目前羽绒服生产执行的是2022年4月正式实施的国家标准GB/T 14272—2021,即“新国标”。如果标签上出现GB/T 14272—2011的标注,则是“旧国标”。

此外,一些刻意“玩概念”来抬高价格的行为也值得警惕。江苏省纺织产品质量监

督检验研究院化学检验科副科长茅沈杰提醒,部分品牌宣传“抗菌”“除螨”“免洗”等附加功能,“有的只是添加了微量功能性材料,实际效果微乎其微,价格却明显上涨”。

明明是花费高价购买的“好羽绒服”,若是不幸踩坑,不仅影响穿着体验,还可能带来健康隐患。对于普通消费者而言,购置羽绒服想要避坑,除了认准明确、无歧义的标签标注之外,还可以关注第三方检测报告、溯源码。

江苏省消费者权益保护委员会消费指导部副主任龚永杜提醒:“第三方检测报告是具备资质的第三方检测机构出具的质量验证文件,可作为消费者维权的依据。溯源码则可以实现羽绒服生产、质检、流通等环节的全流程追溯。因此,能提供这两样信息的羽绒服往往质量更有保障。消费者可主动向销售者索要检测报告,或扫描溯源码来了解产品的详细信息。”

# “泉品出海”

## 邮件成重要通道

我市去年出口邮件198.25万件  
增长36.76%

本报讯(融媒体记者刘文艳 通讯员洪森森 林泽)记者从泉州海关获悉:2025年泉州海关共监管泉州国际邮件互换局出口邮件198.25万件,同比增长36.76%,业务量创同期历史新高,并实现“三连增”,业务呈现较快发展态势。

2025年以来,泉州国际邮件互换局充分发挥邮政渠道产品优势和晋江陆地港物流枢纽地利,不断丰富海运、空运、陆运等运邮渠道,并聚焦北美、俄罗斯、澳大利亚、日本等优势路向,大力拓展亚马逊、OZON等国际主流平台市场,还联合俄罗斯OZON平台推出WH小包业务,取得明显成效。目前,通过泉州国际邮件互换局出口到俄罗斯、日本、英国、加拿大等200个国家和地区。主要出口邮件为鞋靴、纺织服装及配饰、茶叶、食品、五金用品等物品,邮件已成为“泉品出海”的重要通道。

据了解,泉州海关持续推进“跨境电商+邮路运输”模式,服务出口邮路多业务、多渠道发展。2025年,新增马尔代夫、捷克等27个国际e邮宝路向;通过信息化系统、智能审图、跨渠道分析处置等技术应用,实现智能化监管;推广进出境邮件“一站式”办理平台,实现邮件当天审核当天验放等方式,最大限度提高通关效率。

“海关为我们邮包出口提供了高效、便捷的通关保障,下一步,我们将拓展运邮渠道,加大业务开拓力度,让更多的国潮优品从晋江陆地港‘出海’,助力泉州‘中国快递示范城市’建设。”中国邮政集团有限公司泉州市分公司经理柯涛表示。

我省破解中小企业数字化转型  
“不想转、不会转、不敢转”难题

# “小快轻准” 数字化产品启动征集

本报讯(融媒体记者黄文珍)为深入推进我省产业数字化转型,加快构建数字化转型服务供给体系,日前,省工信厅启动征集“小型化、快速化、轻量化、精准化”(以下简称“小快轻准”)数字化产品,破解中小企业“不想转、不会转、不敢转”难题。

据悉,此次项目围绕中小企业数字化转型需求,重点面向研发设计、生产制造、经营管理、供应链协同、运维服务、网络安全等业务领域的单一或多个应用场景,征集具有技术成熟、性价比高、适配性强,符合“小快轻准”特征的数字化产品和解决方案。

在申报条件上,申报企业须依法注册,具有独立法人资格,财务管理制度健全,近两年经营状况和信用记录良好,未发生重大安全事故和违法违规行;具备稳定的技术服务团队,在福建省内有常驻服务机构或能提供快速响应的本地化服务能力;深耕数字化领域,具有相关行业服务经验,在细分领域具备较强的技术实力和市场竞争;对申报的产品或解决方案拥有合法知识产权,已在3个及以上企业落地应用并获得良好反馈。

我市对专利预审备案主体和  
代理机构——

# 分级评定 强化行业监管

本报讯(融媒体记者郭剑平)近日,泉州市知识产权保护中心依据《专利预审备案主体和代理机构分类分级管理办法(2025修订版)》的有关规定,对2025年度专利预审备案主体和代理机构分别开展分级评定工作,以分类分级管理优化专利预审服务、强化知识产权行业监管,推动行业提质增效。

本次评定覆盖全市841家备案主体、134家代理机构。该中心结合各单位报送材料开展综合评价统计,评定A级备案主体127家、B级备案主体546家、C级备案主体168家,评定A+级代理机构7家、A级代理机构14家、B级代理机构87家、C级代理机构26家。

此次分级评定,是泉州优化专利预审服务、强化知识产权行业监管的重要举措。通过分类分级管理,中心将对不同等级主体与机构实施差异化服务与监管,激励优质主体提升专利申请质量,督促后进单位规范执业行为。

下一步,泉州市知识产权保护中心将以本次分级评定结果为依托,持续完善专利预审备案主体和代理机构动态管理机制,进一步引导全市专利预审行业规范化、高质量发展,为泉州科技创新和产业高质量发展提供坚实的知识产权服务支撑。

泉州晚报

广告热线

22503333 22500203 22500205