

**核心提示**

“超级晋江”爱拼敢赢,“时尚福砖”逐梦全球。作为晋洽今年福建省民营经济代表人士座谈会、泉州民营经济发展大会的实际举措,“时尚福砖 超级晋江”——晋江市建陶产业内外贸高质量发展大会于2月25日在磁灶镇特步会展中心举行。相关部门、国企、乡镇负责人和建陶企业、经销商、异地商会代表等共350余人齐聚一堂,共商产业发展大计,共绘高质量发展蓝图,助力晋江建陶产业精准把握内外贸发展新形势,整合产区资源,推动建陶产业转型升级、内外协同发展。

建陶产业是晋江的传统优势产业,磁灶镇更是被誉为“中国陶瓷古镇”,承载着晋江制造业的匠心与荣光。作为全国重要陶瓷产区,晋江建陶年产量近6亿平方米,位居全国第二,全国每10块地铺石、木纹砖中就有7块产自晋江。此次,晋江以“品牌+城市”的强强联合,搭建内外贸高质量发展交流的平台,共同见证政策赋能、品牌升级、平台落地、产销携手的多重变革,探索建陶产业打通国内国际双循环的破局之路、共赢之道。

新征程,新启航。今后晋江将持续聚焦“时尚福砖”品牌培育,强化创新驱动,深化内外联动,规范行业发展,推动千年建陶产业焕发新活力,打造全国建陶产业区域品牌标杆,为现代产业体系建设注入强劲动力。

融媒体记者 黄祖祥 通讯员 许志文/文 林劲峰/图

### 大会精彩速递

#### “时尚福砖”区域品牌正式发布

作为本次大会的核心亮点,“时尚福砖”区域品牌正式发布,成为晋江建陶产业突破发展瓶颈、打造第二增长曲线的重要抓手。

晋江建陶烧制历史可追溯至西周,新火相传至今已有千年历史,千年窑火铸就了晋江建陶产业的深厚底蕴。改革开放以来,晋商人再次燃起建陶创业之火,持续向生产工艺创新升级,朝朝制砖市场发力,迅速发展崛起成为品类丰富、规格齐全、产业链完善的重要陶瓷产区。

当前,面对复杂多变的国际形势,面对国内房地产市场的深度调整变革,与国内其他建陶产业主产区一样,晋江建陶产业同样遭遇市场下行、产能过剩、行业内卷深恶痛绝的挑战和冲击。站在千年窑火历史传承的新起点上,晋江建陶产业坚定走高质量发展之路,挖掘千年窑火、闽南文化内涵,全新打造

#### “精准政策”助力产业高质量发展

“超级晋江”的产业荣光,离不开晋江市市委、市政府的战略布局与大力推进。近年来,晋江高度重视建陶产业转型升级,聚焦线上线下协同发展,出台一系列硬核举措助力企业发展。

为推动建陶产业深耕国内市场、拓展海外版图,晋江市政府量身定制支持建陶产业高质量发展系列政策措施在本次大会上正式发布,以精准政策导向引领产业转型升级。这些政策紧扣晋江建陶产业内外贸高质量发展核心需求,围绕生产制造、商贸服务、科技创新、空间要素及金融保障五个关键维度精准发力,系统集成,打出务实管用政策组合拳。

#### “抱团作战”共拓市场共赢发展

在数字化浪潮下,产业互联网平台已成为链接国内外供需、提升贸易效率的核心载体。在本次大会上,云筑网“时尚福砖·磁灶陶瓷”专区正式上线,打造磁灶陶瓷走向全国、链接全球的重要窗口,助力“时尚福砖”走出晋江,走向全球。

据悉,云筑网是中国建筑集团打造的建筑产业互联网标杆平台,依托该集团产业优势,深耕数字供应链领域,服务超120万家建材客户,具备强大的资源整合与赋能能力。此次上线的“时尚福砖·磁灶陶瓷”专区,是云筑网首个陶瓷产业垂直专区,立足磁灶主产区制造底蕴,集中推介晋江建陶全品类产品,实现采购精准对接。该专区将双向赋能,为采购方提供优质供应商一站式汇聚、源头直采降本;为晋江建陶企业精准匹配采购需求,提升品牌曝光,并借助平台供应链金融破解资金难题,同时通过线

### 重磅活动预告

#### 建陶融合美学 玩转时尚大秀

3月18日至19日,“超级晋江·建陶美学融合秀”将在晋江磁灶镇海西建材城2号门主场馆惊艳启幕。本次秀演由2026福建建博会组委会主办、福建省晋磁集团有限责任公司承办、设界科技集团有限公司执行,以“时尚福砖 花样建博”为主题,开创建陶行业跨界联动先河,引领时尚陶瓷潮流趋势,打造可持续发展的区域品牌生态。

为帮助晋江建陶企业把握时尚脉搏,精准布局新产品、新市场,摆脱同质化竞争困境,本次秀演活动以四大“行业首次”呈现突破圈层时尚热潮:首次实现瓷砖场景与时尚跨界走秀,让建陶美学走进沉浸式时尚舞台;首次重磅发布全球瓷砖行业年度流行趋势白皮书,引领行业审美风向;首次联动国内知名服装设计师,以瓷砖为灵感打造联名设计服装;首次促成时尚品牌与瓷砖品牌深度跨界联合发布,重构产业融合新范式。

据悉,“超级晋江·建陶美学融合秀”活动将以瓷砖为媒,时尚为翼,让建陶工艺、空间美学与潮流设计深度融合,打造一场兼具行业高度、艺术质感与商业价值的跨界盛宴,彰显晋江建陶产业的创新活力与国际视野。



晋江建陶产业的创新活力与国际视野。

#### “时尚福砖”区域品牌创意及战略定位解析

##### LOGO创意

“时尚福砖”LOGO以文化为核心,工艺为骨,实现地域标识、产业特征与美学价值的三重融合,兼具极强的产业适配性与传播性。

从整体体块来看,LOGO以艺术手法勾勒出“福”字轮廓,深度绑定福建地域属性,同时以“融合发展”的产业理念扩大晋江建陶行业的朋友圈,彰显以福建建陶产业为根基的品牌基因,承载千年闽派陶瓷的文化底蕴。LOGO主体通过精准切割的小砖体拼接而成,复刻以晋江磁灶镇为代表的福建传统小砖工艺精髓——磁灶窑火延烧1500年,单砖烧、拼砖雕等技艺代代相传,这种切割设计既是晋江建陶工艺特色的具象化表达,也暗合区域产业“小批量、精工艺”的灵活优势。

从内部线条解构,LOGO暗藏“晋”字意象,指向晋江核心产区,表达“超级晋江”在建陶行业的产业能级,凸显晋江产区工艺在行业内的引领性。

从产业适配性而言,LOGO设计便于区域内各企业结合自身特色落地实践——每家企业可利用自有特色瓷砖,通过烧制、拼贴等工艺打造专属“时尚福砖”LOGO及企业文化衍生品,既统一融入区域品牌体系,又能凸显各自产品的纹理、釉色等差异化优势,实现“共性品牌+个性表达”的双赢。

##### 品牌定位

“时尚福砖”定位为建陶行业的潮流引领者,作为晋江产区区域性建陶产业推

##### 设计师谈

#### 探索时尚福砖——晋江产区建陶产业的第二增长曲线

□POP设计界集团副总裁 殷瑞翔

当前,中国瓷砖市场已进入“存量博弈”时代,呈现一系列鲜明特征,消费者的审美趣味多元化和艺术需求与日俱增;行业对于建陶的功能性和场景美学属性愿意支付更多溢价;市场内卷导致线下门店、潮流民宿等商业场景成为建陶市场增量;商业及建筑设计行业差异化元素的需求日益增长等。这些因素倒逼瓷砖品牌需要从产品供应商转变为生活方式解决方案的提供者,探索第二增长曲线——从低附加值向高附加值转变。

面对消费者生活方式日益具体分、快速变化、多元场景的挑战,晋江建陶产业需要加速推进场景化、时尚化、融合化变革,以场景化表达让晋江陶瓷切入增长性场景,以时尚化升级让晋江陶瓷引领市场消费偏好变化,以融合化发展让晋江陶瓷与多种商业业态融合。

#### 时尚福砖 潮领建陶

广品牌,“时尚福砖”是承载磁灶窑千年工艺、引领行业高质量发展的核心载体,更是福建建陶产业集体价值的集中呈现。该品牌深度依托晋江作为福建建陶核心产区在产业能级和制造工艺上的驱动优势,以区域内优质企业为支撑,聚焦晋江建陶“小批量定制、工艺灵活创新、艺术成分浓郁”的核心特质,打造差异化高净标签,助力区域产业形成集群效应与品牌合力。

##### 品牌矩阵

“时尚福砖”构建四大主题品类品牌矩阵,覆盖建陶产业多元赛道,深挖区域工艺核心价值,又满足不同应用场景与市场需求,为区域内各企业提供精准的推广方向,形成“共性引领、个性发力”的推广体系,助力企业结合自身产品特性对接对应赛道,共同强化全球品牌影响力。

●艺术美学:以晋江千年砖雕技艺为根基,融合现代设计理念,聚焦建陶产品的美学表达与文化传承,打造兼具文化底蕴与艺术质感的产品系列,核心推广“仿古砖、花砖、艺术砖”等品类,适配追求空间格调、文化内涵的家装及商业场景。

●现代商业:突出以“场景赋能”为核心,紧扣商业空间的现代化、时尚化需求,聚焦民宿、时尚店铺、高端商超等多元商业场景的瓷砖设计与应用,如海洋主题砖、特色工艺砖、马赛克应用等,引领商业场景装饰引领的潮流趋势。

●新材料纪元:以传统建材材料替代与性能升级为核心推广方向,主打晋江建陶工艺在材质迭代上的优势,重点宣传瓷砖对木地板、天然大理石、外墙岩板、罗马石

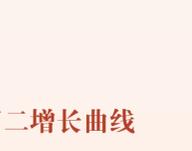


## 时尚福砖

柱雕、水磨石等传统及新型建材的替代价值,重塑建材应用的价值逻辑。

●主题释义

**时尚福砖,潮领建陶**——“潮领”直白强化品牌的影响力,契合品牌在美学表达、商业场景、材料功能三大维度的引领性定位;“建陶”明确品类属性,聚焦核心赛道,整句简洁有力,既凸显品牌对建陶行业潮流的把控与引领能力,又呼应区域产业在文化、高工业化、功能化领域的突破目标,适配品牌矩阵全域推广需求。



正在德化陶瓷的“中国白”因其鲜明的地域特色、产品特色,在中国乃至世界享有盛誉,“时尚福砖”战略定位的提出,是晋江建陶行业在新时代背景下对行业发展方向的一次关键性选择,赋予传统建陶产业以时代灵魂,是一次精准的战略升级,为“晋江建陶产区”的未来发展描绘了清晰蓝图,具有多重深远意义和积极影响。

有助于开拓年轻消费者。新一代消费者是“颜值经济”和“个性化表达”的主力军,“时尚”是吸引他们关注的磁灶建陶区域品牌源头优品工厂,在公共领域展,精心打造磁灶建陶区域品牌创新服务平台,助推全产业链升级。

有助于品牌年轻化传播。长期以来,晋江建陶以规模、产能和性价比著称,“时尚”的定位意味着从“制造”向“创造”和“智造”跃迁,它要求我们不再仅仅是材料的供应商,而是生活方式的提供者,空间美学的创造者。

有助于提升品牌溢价。长期以来,晋江建陶以规模、产能和性价比著称,“时尚”的定位意味着从“制造”向“创造”和“智造”跃迁,它要求我们不再仅仅是材料的供应商,而是生活方式的提供者,空间美学的创造者。

有助于提升品牌溢价。长期以来,晋江建陶以规模、产能和性价比著称,“时尚”的定位意味着从“制造”向“创造”和“智造”跃迁,它要求我们不再仅仅是材料的供应商,而是生活方式的提供者,空间美学的创造者。

有助于提升品牌溢价。长期以来,晋江建陶以规模、产能和性价比著称,“时尚”的定位意味着从“制造”向“创造”和“智造”跃迁,它要求我们不再仅仅是材料的供应商,而是生活方式的提供者,空间美学的创造者。

有助于提升品牌溢价。长期以来,晋江建陶以规模、产能和性价比著称,“时尚”的定位意味着从“制造”向“创造”和“智造”跃迁,它要求我们不再仅仅是材料的供应商,而是生活方式的提供者,空间美学的创造者。

有助于提升品牌溢价。长期以来,晋江建陶以规模、产能和性价比著称,“时尚”的定位意味着从“制造”向“创造”和“智造”跃迁,它要求我们不再仅仅是材料的供应商,而是生活方式的提供者,空间美学的创造者。

# 时尚福砖 超级晋江

## ——晋江举办建陶产业内外贸高质量发展大会

晋江建陶产业的内外贸高质量发展,离不开行业协会和一线企业的深入探索和生动实践。在本次大会上,来自建陶行业协会、一线企业的相关负责人围绕品牌定位、产业整合、品类智造、海外市场开拓、营销模式创新等话题,分享他们的宝贵经验与独到见解。

#### “时尚福砖”为建陶行业提供宝贵的“晋江方案”

□中国陶瓷工业协会常务副理事长 吴越中

我长期关注晋江建陶产业的发展,过去这些年经常深入晋江了解产区和企业的最新鲜活发展动态,深深被这里政企互动、创新敢拼的精神所震撼、感染。晋江作为全国建陶产业的核心产区,坐拥千年制陶底蕴,从传统工艺到现代智造,从单一生产到产销一体,逐步形成生产灵活、物流便利、展销完善的产业格局。晋江的建陶企业更是爱拼、敢拼、能拼、会拼,始终主动拥抱市场变化,进行自我革命,始终主动拥抱市场变化,从磁灶走向世界。

当前,全球建陶产业正迎来消费升级美升级,内外贸深度融合、绿色智造全面推进的新变革,从“制造”到“智造”、从“产品”到“品牌”、从“单一市场”到“双循环”,成为行业发展核心命题。此次,晋江重磅推出“时尚福砖”区域品牌,正是把握行业趋势,整合产区资源的关键之举,以“建陶行业潮流引领者”为定位,将千年工艺底蕴与现代时尚设计、绿色功能创新深度融合,发挥晋

江建陶定制灵活、工艺创新的核心优势,精准对接市场升级需求,为全国建陶产业区域品牌建设提供了宝贵的“晋江方案”。

我认为晋江“时尚福砖”区域品牌的定位是非常精准和有前瞻性的,对整个建陶行业也具有巨大的启发价值和借鉴意义,将推动全行业更关注时代发展的即时特征和消费客户的心灵需求,从本质上提升建陶产品的品质、内涵和形象。

借助“时尚福砖”区域品牌的正式发布,晋江建陶产业迎来新的历史机遇,更是突围破局的开端,我想对晋江建陶产业的发展提几点建议:

一是要坚持品牌引领,让“时尚福砖”成为区域品牌标杆,推动产区企业实现“共性品牌+个性表达”的双赢,持续提升品牌的行业影响力和市场认可度。

二是要坚持创新驱动,深耕产品工艺创新,功能创新、场景创新,把晋江产区的工艺优势转化为产品优势、市场优势,紧扣绿色低碳、智能制造的市

场方向,筑牢产业发展根基。三是要坚持内外协同,依托晋江的侨商资源、外贸优势,打通国内国际双循环,让“时尚福砖”既成为中国建陶产业的潮流符号,也成为中国建陶走向全球的闪亮名片。

今后,中国陶瓷工业协会将一如既往地支持晋江建陶产业的发展,从行业资源整合、国际合作对接、专业活动赋能等维度提供系统性支持,为晋江产区品牌建设、产业升级、市场拓展搭建平台、链接资源,与晋江携手共同推动中国建陶产业向更高质量、更高水平、更高品牌价值迈进,让“时尚福砖”潮领建陶、誉满全球!



福建省陶瓷行业协会会长 吴炳忠

场方向,筑牢产业发展根基。三是要坚持内外协同,依托晋江的侨商资源、外贸优势,打通国内国际双循环,让“时尚福砖”既成为中国建陶产业的潮流符号,也成为中国建陶走向全球的闪亮名片。

今后,中国陶瓷工业协会将一如既往地支持晋江建陶产业的发展,从行业资源整合、国际合作对接、专业活动赋能等维度提供系统性支持,为晋江产区品牌建设、产业升级、市场拓展搭建平台、链接资源,与晋江携手共同推动中国建陶产业向更高质量、更高水平、更高品牌价值迈进,让“时尚福砖”潮领建陶、誉满全球!



中国陶瓷工业协会常务副理事长 吴越中

当前,国内建陶产业面临增长红利消退、新周期挑战、市场洗牌的多重困局,需以“整合破局、韧性生长”来寻求建陶产业新周期的破局之道。而被问的核心策略就在于人才、产品、展示、服务四个要素,须以长期主义精神深耕品牌建设。

在“聚人”上,以人才破局,用对人做对事,寻找认同长期主义的伙伴,让专业人做专业事。研发人员要坚持原创不跟风,品牌主理人要深耕终端,高管要洞察行业趋势,销售人员要以客户为中心,实现品牌成

拳、合力致远。在“立品”上,以消费者为核心,打造厂商共赢压舱石。在产品定位上打造集合原创设计、高性价比品质及实用基础款的产品矩阵,覆盖高中、大众市场,精准匹配全阶层需求,一站式满足家居瓷砖需求,以全品类组合实现厂商共赢,共创品牌长青。

在“塑展”上,以场景化为抓手,提升获客效率。终端门店展示要摒弃高投入装修模式,采用低成本、高性价比策略,转向轻装修、重软装场景,最大化提升产品呈现价值;场景

化体验要聚焦瓷砖应用,强化固定装修,强化软装搭配与空间氛围,打造可复制模板;终端门店要加大快装极样板间占比与主题软装体验区占比,打造个性化与标准化结合的应用体系,让每个门店都成为价值窗口,让经销商更灵活应对市场,让用户更容易找到匹配产品,实现“厂商客”三方共赢。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长

期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

#### 整合破局 韧性生长

□卡硕陶瓷董事长 林群辉

当前,国内建陶产业面临增长红利消退、新周期挑战、市场洗牌的多重困局,需以“整合破局、韧性生长”来寻求建陶产业新周期的破局之道。而被问的核心策略就在于人才、产品、展示、服务四个要素,须以长期主义精神深耕品牌建设。

在“聚人”上,以人才破局,用对人做对事,寻找认同长期主义的伙伴,让专业人做专业事。研发人员要坚持原创不跟风,品牌主理人要深耕终端,高管要洞察行业趋势,销售人员要以客户为中心,实现品牌成

拳、合力致远。在“立品”上,以消费者为核心,打造厂商共赢压舱石。在产品定位上打造集合原创设计、高性价比品质及实用基础款的产品矩阵,覆盖高中、大众市场,精准匹配全阶层需求,一站式满足家居瓷砖需求,以全品类组合实现厂商共赢,共创品牌长青。

在“塑展”上,以场景化为抓手,提升获客效率。终端门店展示要摒弃高投入装修模式,采用低成本、高性价比策略,转向轻装修、重软装场景,最大化提升产品呈现价值;场景

化体验要聚焦瓷砖应用,强化固定装修,强化软装搭配与空间氛围,打造可复制模板;终端门店要加大快装极样板间占比与主题软装体验区占比,打造个性化与标准化结合的应用体系,让每个门店都成为价值窗口,让经销商更灵活应对市场,让用户更容易找到匹配产品,实现“厂商客”三方共赢。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长

期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心精神提升品牌实力,成为受市场尊重、为民族争光的标杆品牌。

展望建陶产业新周期,挑战与机遇并存。晋江建陶企业要充分重视“逆势”,在瞬息万变的市场中,精准定位个体优势,紧跟趋势而非盲目跟风;专注提升企业核心竞争力,优化流程降本、建强团队提效率、完善管理降风险、精雕细琢拼服务,共创产业新天地。

在“服务”上,以深耕、致远为基底,打造受尊重品牌。以客户为中心,提供有温度的服务,让服务从交易附属升级为价值核心,实现品牌美誉度与市场份额双提升;秉持长期主义,深耕长期体验,以匠心