

# 洛江区在全省首推“卫生用品产业一类事”全链服务 42个事项聚成“一类事”任你点

一家卫生用品企业从“出生”到“成长”，甚至到“退出”，都能享受“打包式”服务——记者获悉，洛江区在福建省率先推出“卫生用品产业一类事”全链服务新模式。该模式聚焦卫生用品企业“孕育创立—发展壮大—转型退出”全生命周期的核心需求，将分散在8个部门的42个服务事项整合为“一类事”主题套餐，让企业办事像点餐一样简单，实现审批效能提升约70%，企业满意度达100%。

□融媒体记者 黄文珍

## 从“端菜”到“点单” 审批提速70%

洛江区是泉州市卫生用品智能制造重要基地，2025年入选省级中小企业特色产业集群。如何让企业少跑腿、快办事？洛江区在落实“高效办成一件事”的基础上，主动“加码”产业服务，推动从“政府端菜”向“企业点单”转变。

过去是“政府有什么，企业办什么”，现在是“企业需要什么，政府就提供什么”。据介绍，洛江区打破层级与部门间壁垒，将分散在8个部门的公司设立登记、参保信息变更、抵押登记等42个服务事项，打包整合成“一类事”主题套餐，推动跨领域政务资源高效协同，实现审批效能提升约70%。

与此同时，洛江区同步推出“政策+人才+金融+开放+市场营销”多维增值服务矩阵，实现“1类企业、1个套餐、N项服务”的精准匹配和全方位赋能。企业只需根据“企业开办、市场准入、员工录用、贷款融资、信息变更、企业退出、展会信息、政策信息”等场景选择所需服务，就能获得精准匹配的“N项支持”。

## 政务服务就近办 企业办事不出园

线上、线下联动实现“就近办”，是洛江区全链服务新模式的有力抓手。线上依托“洛易办”AI(人工智能)导办平台，接入DeepSeek大模型底座，集成智能问答、政策咨询、事项办理等功能。企业办事从“窗口排队”变成“云端直达”。线下设立“卫生用品产业一类事”综合窗口，组建专业代办团队，提供“需求采集—方案制定—全程代办”一条龙服务。这一服务模式在泉州天娇妇幼卫生用品有限公司的扩建项目上体现得淋漓尽致，全流程服务为

企业代办29项审批业务，均提前2—6天完成。

园区“一站集成”，让服务链条更趋集中与便利。据悉，洛江区在万众众创城等4个园区(社区)试点设立“益企服务站”，按照“涉企事项应进全进、员工相关事项能进则进”的原则，推动卫生用品产业“一类事”及其他91项涉企事项下沉进园区，实现“企业办事不出园区”。得益于，智谷(泉州)万洋高新技术产业园实现了厂房验收即投产。“项目开工办理手续环环相扣，

由于涉及部门多，以前从拿地到开工所需办理周期较长。”万洋集团泉州区域总经理黄锐贵说，现在依托“益企服务站”，相关单位在企业拿地前便提前介入，细心指导企业顺利完成规划方案审查、报批等准备工作，为项目建设节省了近3个月的时间，这坚定了该企业在洛江区投资兴业的信心。截至目前，“益企服务站”累计接受现场咨询服务600多人次，帮助协调解决审批相关问题60余个，企业反馈好评率达100%。

## 聚焦“吃、住、行、游、购、娱”等重点领域 我市发布6起 文旅市场典型案例

为持续规范文旅市场秩序、守护游客合法权益，今年以来，泉州市市场监管局牵头联合网信、发改、商务、文旅、城管等部门，秉持“宽容”初心，聚焦“吃、住、行、游、购、娱”等旅游市场重点领域，持续强化合规指导和监管执法，以“零容忍”的态度坚决治理欺客宰客、扰乱市场等行为。近日，我市集中发布6起文旅市场秩序整治典型案例，警示经营者敬畏法律、诚信经营，共同营造安全有序、舒心放心的消费环境。

□融媒体记者 陈云青 通讯员 苏晓晖

### 案例一：鲤城某餐饮店发布虚假广告

经鲤城区市场监管局查实，当事人在其经营场所设置发布了含有“荣获闽南地区最具特色小吃金奖”“闽南老字号 荣获中华名小吃、福建掌门人称号”“泉州老字号”“荣获中华名小吃”等内容的大幅广告，但无法提供有效材料证明内容真实性，欺骗、误导消费者。当事人的行为违反了《中华人民共和国广告法》第四条第一款之规定。2026年2月10日，鲤城区市场监管局依据《中华人民共和国行政处罚法》第二十八条第一款、《中华人民共和国广告法》第五十五条第一款之规定，并综合裁量案件情节，依法责令当事人改正上述违法行为，在相应范围内消除影响，并给予罚款。

### 案例二：晋江某酒店因价格欺诈被处罚

2025年10月至12月期间，当事人在其网店中将“A房型”和“B房型”两个房型分别标注划线比较价“767元”和“817元”进行促销，但未详细说明价格信息。经查，上述房型实际销售单价为90元至130元不等，从未以标注的“划线价”成交过。当事人利用虚假或者使人误解的价格手段，诱骗消费者与其进行交易，违反了《中华人民共和国价格法》第十四条第四项的规定。2026年3月3日，晋江市市场监管局依据《中华人民共和国价格法》第四十条、《价格违法行为行政处罚规定》第七条的规定，并综合裁量案件情节，依法对当事人作出行政处罚。

### 案例三：鲤城某酒店接受价格监督检查时提供虚假材料

2026年2月3日，鲤城区市场监管局在整治规范春节旅游住宿价格行为过程中，要求泉州市某酒店有限公司按照规定提供价格监督检查所需材料，但当事人提供了虚假材料，干扰、影响了行政执法进程。当事人的行为违反了《中华人民共和国价格法》第三十五条规定。2月3日，鲤城区市场监管局依据《中华人民共和国价格法》第四十四条规定并综合裁量案件情节，做出当场处罚决定，责令当事人改正违法行为并予以警告。

### 案例四：南安某餐饮店未建立食品添加剂保管制度

2026年2月11日，南安市市场监管局在景区周边开展春节前餐饮服务监督检查时，发现当事人无法提供已开封使用的食品添加剂相关使用记录，也未建立食品添加剂保管制度。经查，当事人曾于1月19日因相同违法行为已被给予警告、责令限期改正，但仍未改正。当事人的行为违反了《福建省食品安全条例》第十九条第二款、第三款规定。4月7日，南安市市场监管局依据《福建省食品安全条例》第九十八条第二项规定，并综合裁量案件情节，对当事人依法作出行政处罚。

### 案例五：某旅行社向不合格的供应商订购产品和服务

2025年8月，泉州某某国际旅行社有限公司由员工林某负责招徕，组织9名旅游者参加“昆明大理丽江5日游”，并向未取得旅游客运资质的丽江某某旅游车调派服务有限公司订购该团用车服务。案发后，当事人已退还全部团款。当事人上述行为违反了《中华人民共和国旅游法》第三十四条、《福建省旅游条例》第四十一条的规定。2026年3月13日，泉州市文旅局依据《中华人民共和国旅游法》第九十七条第二项、《福建省旅游条例》第六十二条、《旅游行政处罚办法》第十七条第一款的规定，并综合裁量案件情节，对当事人及其业务直接负责人员林某作出行政处罚。

### 案例六：导游丁某某向旅游者兜售物品

2026年1月12日至16日，导游丁某某在旅游带团行程中，在车上向游客推荐兜售海苔夹心、黑芝麻花生、片仔癀颜珍珠霜等商品。丁某某的行为违反了《导游人员管理条例》第十五条的规定。2026年3月，晋江市文化体育和旅游局依据《导游人员管理条例》第二十三条的规定，并综合裁量案件情节，依法对丁某某作出行政处罚。

# 世遗泉州走上全球时尚红毯

潮声四起的刺桐大地，2026泉州时尚周暨内外贸高质量发展大会的热度持续攀升。以古邑文脉为底、千亿实业为骨、全球商贸为翼，这场立足产业本源、链接国际市场、浸润城市烟火的时代盛会，让泉州的产业硬实力、文化软实力、开放影响力，尽数绽放于世界眼前。

实打实的数据，印证泉州时尚产业影响力的向上动能：时尚产业供应链对接会，预计带动合作产值同比增长40%；截至5月6日，在人民日报、新华社、中央广播电视总台等中央、省、市及行业的180多家媒体上，泉州时尚周的相关新闻报道和网络信息超两万多条，总阅读量超8.6亿，多个话题稳居同城热搜前列。

回望去年首届时尚周，泉州完成时尚城市IP的初次破圈。今年的盛会更彻底地实现质的跨越，从昔日主动邀约资源，变为全球时尚、商贸资源主动奔赴，从流量造势全面转向实绩落地。一场时尚盛会，撬动务实经贸成果、激活全域发展势能，千年世遗泉州，凭硬实力稳步踏上全球时尚红毯。

□融媒体记者 王宇静 通讯员 叶冠庆 叶雅芳 杨华 文/图

## 秀场直通全球市场 经贸合作激活内外“双循环”

褪去浮华展演，立足实业为本。本届时尚周跳出单纯走秀的浅层形式，以会展为桥梁、供需对接为抓手，把T台热度转化为外贸订单、内销增量，精准激活内外贸一体化发展活力。

飞檐揽潮色，古巷漾新风。梧林古厝群，七匹狼定制大秀徐徐启幕，南洋侨韵、闽南文脉融于一针一线，步履之间尽显闽派产业风骨；威远楼高台上，光影交错间，鸿星尔克新锐运动系列利落登场，古今城垣与国潮运动风尚相映共生；万寿塔下、九日山上、古城墙边、海岸线上，兼具传统与现代的审美表达张力无限。

石狮海博会、晋江鞋业博览会联动、强势赋能，覆盖纺织服装全产业链条，从面辅料研发、智能缝制设备，到原创设计、跨境电商业态一站式集结。展会吸引全球近百个国家和地区的客商齐聚参会，客流规模、现场成交额、意向订单量均创同期新高。

不同于往年主动招商对接，今年海内外采购商、供应链企业、跨境电商从业者主动报名参会，沃尔玛全球采购、产业带定向选品等专场活动接连落地，供需匹配效率实现质效双升。

聚焦产业链痛点，专场供应链对接会精准破局，安踏、特步、七匹狼、鸿星尔克等本土龙头企业直面供应商决策层，省去中间冗余环节，精准匹配材料研发、智能制造各类需求，直接带动70亿元产业链合作产值落地。依托侨乡独特优势上线的“侨贸通”数字化平台，叠加跨境AI服务矩阵，搭建线上“出海”高速通道，助力泉州优品远销全球。

线下精准洽商、线上数字“出海”双向发力，今年前两个月泉州纺织服装出口同比大增18.3%。这份外贸亮眼答卷，正是泉州持续通过时尚赋能实体、畅通“双循环”的最佳佐证。



模特T台走秀，展现世遗泉州时尚元素。

## 文脉赋能产业升级 智造转型夯实集群“硬实力”

根植坚守实业的内核，深耕千亿产业集群优势，泉州打造“时尚之都”，并非空中楼阁的潮流包装，而是以时尚为抓手，推动传统制造向品牌创造、美学输出深度跨越。

本届时尚周深度解锁世遗实景秀场，跳出封闭场馆局限，让时尚扎根泉州城市肌理。威远楼运动国风大秀、古厝侨

风主题发布、古城街巷潮流打卡多点开花，蟠埔非遗美学、海丝历史底蕴、南洋侨乡风情融入现代服装设计，让泉州制造拥有独一无二的文化辨识度，彻底摆脱同质化低价竞争。

两岸纺织鞋服供应链百强榜单正式发布，整合两岸优质产业资源，筑牢产业链协同根基。从龙头企业经营财报便能

窥见升级实效。安踏、特步、利郎等头部品牌营收稳健攀升，海外布局、国际品牌并购步伐持续加快。

连续两届时尚周的沉淀，让泉州产业彻底告别单打独斗，形成抱团发声、标准共建、资源共享的发展格局，稳步从制造大市迈向时尚智造强市，让实体经济在新时代焕发全新生命力。

## 潮韵浸润城市烟火 全域共生擦亮世遗“金名片”

时尚不只是产业专属，更浸润城市肌理、融入市井生活。今年的时尚周除了全方位融入内外贸发展主题之外，更以时尚为纽带，联动“世遗之城”“美食之都”的城市IP，串联世遗活化、文旅消费、美食经济、城市营销多元板块，实现产、城、文、商、旅全域共生共赢。

古城古建筑不再是静态风景，借时尚之力焕发鲜活生机，全城50个时尚打卡点位散落于世遗街巷，让千年遗存成为可观赏、可体验、可传播的潮流场景，真正做到以潮

活遗，以文兴城。同步依托“世界美食之都”城市IP，启动百城千店美食推广行动，结合闽超体育赛事打造美食潮流市集，解锁“体育+美食+文旅+时尚”全新消费场景，让高端潮流落地街头烟火，拉动城市消费持续升温。全网传播热度持续出圈，百家主流媒体集中聚焦报道，成就亿级全网阅读量，让泉州时尚热度传遍全国、走向海外。

值得一提的是，今年时尚周的精彩仍在继续，接下来还会有系列活动不断发酵。

从马德里海外时尚中心，到悉尼全球原料供应链合作，泉州时尚“朋友圈”正持续扩容，国内外资源已从被动接触转为主动靠拢。时尚赋能之下，泉州正在撕掉传统工业城市标签，以古韵新潮相融、开放实干兼具的全新城市形象深入人心。

一场时尚周，商贸真成效。2026泉州时尚周以实业筑基，以文脉铸灵魂，以开放拓前路，既交出内外贸提质、产业集群升级的硬核答卷，更走出世遗活化、产城融合、全域发展的特色路径。