

新型工业化激活“工业乡愁”

老厂房里“长”出新匠心和城市新地标

近日,福建省第四批工业遗产名单公布,泉州市工艺美术工业公司大院(泉州工艺美术合作社)成功上榜。在泉州创建国家新型工业化示范区的进程中,这座老厂房的蜕变,为“产城人”融合发展写下生动注脚——它不是推倒重来,而是“修旧如旧”式的有机更新;不是把老厂房变成冰冷的博物馆,而是让工业遗产重新长出产业、文化与生活的“新枝”。

□融媒体记者 游怡冰 黄文珍 通讯员 陈曦

修旧如旧 苏式红砖厂房变身“大师工坊”

走进鲤城区花巷许厝厝13号,红砖拱廊与苏式建筑的厚重轮廓相映成趣,青石板上洒满午后的阳光,推开那扇透着岁月感的铁门,剪刀落在木胚上的声音此起彼伏——这里不是冷冰冰的工业遗址,而是一座充满生命力的工艺美术世界。

这座占地12.8亩的大院,始建于20世纪50年代,曾是泉州工艺美术产业的“摇篮”。1954年,李尧宝、江加走等民间艺人倡议成立“泉州美术工场”,此后历经多次

升格,到20世纪八九十年代,这里产出的木雕、漆器、竹编等工艺品远销近百个国家和地区,年出口创汇一度达7863万元。然而,随着市场经济转型,传统工厂模式逐渐式微,老厂房陷入沉寂,成了城市低效用地。

“这里曾经机器轰鸣,如今剪刀声声。工业的基因没丢,只是换了种方式活着。”泉州市工艺美术工业公司总经理吴汉平指着墙上的老照片说。2022年2月,古城老城指挥部召开市工艺美术公司旧大院改造提升专题会议,正式启动改造提升工程,投资7000多万元,秉持“修旧如旧”理念,保留苏式建筑风貌,融入闽南红砖、南洋花砖元素。2024年10月,修缮一新的园区正式对外开放。

“没想到老厂房能修得这么有味道,既保留了原来的骨架,又注入了新的灵魂。”来自上海的游客王银芳举着手机,在一面斑驳的红砖墙前驻足拍照。她告诉记者,自己在网上刷到这家“藏在花巷里的工艺美术合作社”,特意调整行程赶来。“你看这苏式建筑的尖顶、闽南的红砖、地上的南洋花砖,三种风格叠在一起,随手一拍都是大片。”

如今,一层大师工作室里,47位国家级、省市级工艺美术大师及传承人入驻,涵盖石雕、陶瓷、木雕、花灯、金箔绣等26门艺术。二层展厅集中展销大师精品与文创好物,实现了工业遗产功能的现代转型。

动态利用 工业遗存“活”成古城新地标

新型工业化不只是工厂里的机器轰鸣,也包括让老厂房重新“长”出价值。园区超700平方米的户外广场,保留了原有工业厂区的空间格局,可容纳800人以上。开园以来,这里先后承办了“狮韵刺桐·潮声共振”中新音乐交流、“茶感集”主题市集、工美慢生活节等多场特色活动,成为泉州工艺美术大师传承创新中心,常态化开展技艺研修、作品联展、大师课堂、大师沙龙讲座,工业遗产不再是冰冷的建筑,而成为连接历史与当代、工业与文化的重要纽带。

“大师展演是我们最受欢迎的常态化活动。”吴汉平说,市民游客可以走进工作室,在工业遗存空间中亲身体验木偶头雕刻,近距离感受传统技艺的温度。园区第十

二栋二楼的古城非遗中心,还常态化推出提线木偶戏、南音非遗专场表演,将泉州本土非遗文化与工业遗产深度融合。

这套“工业遗产+工美文化+文旅体验”的模式,正是泉州探索“产城人”融合发展的一个缩影——盘活低效用地,让老厂房变身产业社区,既留住了城市记忆,又创造了新的就业与消费场景。

在泉州创建国家新型工业化示范区的大棋局中,“文化赋能品牌塑造和传播,增强工业软实力”被明确写入九大任务。工业遗产的活化利用,正是这一任务的有力实践。从“工业锈带”到“文化秀带”,这座老厂房的重生告诉我们:新型工业化的“新”,不仅在于技术的迭代,更在于对过往工业文明的尊重与创造性转化。



主办单位:泉州市工信局 泉州晚报社

省级先进级智能工厂公示名单出炉

28家泉企“入榜” 数量居全省首位

本报讯(融媒体记者黄文珍 通讯员陈默涵)记者从市工信局获悉,日前,2026年度省级先进级智能工厂项目公示名单出炉,泉州共有28家企业上榜,占全省公示项目总数的34.1%,入选数量居全省首位。

据介绍,根据《福建省工业和信息化厅关于组织开展2026年先进级智能工厂申报工作的通知》,申报主体须满足以下条件:已完成智能工厂建设;申报项目智能制造水平省内或行业领先,并符合先进级智能工厂要素条件;企业围绕工厂建设,研发设计、生产作业、生产管理、运营管理等方面开展智能工厂建设,且至少覆盖生产作业、生产管理、运营管理三个环节。

至此,我市省级先进级智能工厂总数将跃升至47家,总数量稳居全省首位。从我市地域分布上看,本次公示项目晋江市有8家;洛江区有5家;德化县、台商区各4家;石狮市、南安市各2家;丰泽区、惠安县、安溪各县1家。其中,今年丰泽区、洛江区、南安市、安溪县、台商区在该项目上均实现“零”的突破,泉州智能工厂从“点上突破”迈向“面上开花”,县域推进智能制造步伐持续加快。

商家燃情“备战”世界杯

点燃泉州观赛消费新热潮

餐饮业态花样出新 打造多元观赛场景

好友相聚、美食相伴,是球迷观赛的标配。瞄准世界杯赛事流量,泉州众多餐饮、酒吧门店率先发力,从场景布置、营业时间到特色套餐全面升级,抓住线下聚餐、宵夜观赛的消费市场。

在市区领SHOW天地,多家酒吧已完成布置,橱窗贴上趣味足球贴纸,门口醒目张贴赛事赛程,浓郁的观赛氛围扑面而来。据店员介绍,店内每晚8点都会安排驻唱表演,世界杯开赛之后,舞台后方的巨型大屏将全程直播赛事,同时门店还计划延长营业时间,满足球迷通宵看球的需求。

除了在装饰上突出世界杯元素,商家也纷纷推出了主题预热套餐。位于刺桐路的一家音乐酒吧精准对接球赛需求,上线多款世界杯专属观赛套餐,价格从88元至368元不等,套餐搭配指定酒水、特色小吃与鲜果拼盘,适配不同人数的观赛团体。

啤酒配烧烤、小龙虾,是看球的经典夜宵组合。泉州各大排档、烧烤店紧跟热点,推出深夜营业专场,服务熬夜观赛的球迷。“目前门店内的投影仪已调试完毕,我们还将推出贯穿整个赛事周期的啤酒促销活动吸引食客到店消费。”丰泽区一家烧烤店店主陈先生告诉记者。

考虑到不少球迷选择居家观赛,且本届世界杯赛事大多集中在北京时间凌晨和早晨时段,本地外卖餐饮商户也纷纷布局线上市场。位于丰泽区华大街道的一家炸鸡店在外卖平台上架多款世界杯观赛套餐,组合包含鸡腿、鸡翅、年糕、饮品等多款美食,售价29元至39元,性价比十足,为宅家看球的市民提供便捷的美食选择。

除了餐饮场所,主打沉浸式体验的影音房也成为球迷新选择。“我们推出‘狂欢世界杯’观赛活动,消费者可以在凌晨任选2个小时观赛。”丰泽区一家影音店客服介绍,目前观赛专属优惠套餐仅售35元,一间包间可容纳8人观赛,不仅配备高清投影,消费者还可自带外卖、酒水。这种高性价比、私密又舒适的观赛方式,受到不少年轻球迷的青睐。

2026年美加墨世界杯将于6月11日在墨西哥城阿兹特克体育场打响揭幕战。国际足联预计,本届世界杯全球将有60亿人通过各类媒介关注赛事,庞大的受众群体让“看球经济”持续升温。连日来,记者走访看到,泉州各类商户抢抓赛事商机,餐厅、酒吧、商超、休闲场馆纷纷推出主题活动、特色套餐与世界杯周边产品,全城掀起备战热潮,为市民打造多元化观赛消费场景,点燃属于这座城市的看球狂欢。

□融媒体记者 魏晓芳 文/图



商超打造世界杯主题卖场

商超商圈氛围拉满 周边商品热销走俏

世界杯不仅带动餐饮消费,也让各大商超、潮流门店迎来营销契机。泉州多家大型商超提前打造世界杯主题卖场,设立专属售卖专区,整合酒水、零食、服饰、潮玩、体育用品等全品类商品,以场景化营销激发市民消费热情。

走进大润发洛江店,浓郁的足球氛围扑面而来。卖场内悬挂着足球主题旗帜与卡通足球立牌,地面铺设足球主题地贴,墙面屏幕循环播放世界杯赛事精彩集锦,全方位营造赛事氛围。在酒水专区,可口可乐世界杯限定罐、百威世界杯限定礼盒整齐陈列,搭配趣味宣传标语;薯片、瓜子等观赛零食集中摆放,方便市民一站式采购。服饰区上新足球主题T恤,周边区域上架桌面足球、足

球水杯等趣味好物,将世界杯元素融入吃喝、穿戴、玩乐等多个消费场景。

据商超工作人员介绍,门店提前一个月完成整体场景搭建,联动多个品类开展主题陈列,并筹备了丰富的观赛互动活动。市民林先生趁着周末前来选购啤酒和零食,他表示:“商超里面世界杯氛围浓厚,各类观赛用品一应俱全,采购十分方便。”

商圈内的潮流门店同样热度不减。中骏世界城乐高门店推出世界杯系列积木,其中拥有2842块零件的大力神杯模型成为主打产品,梅西、C罗等知名球星专属套装也备受球迷青睐。泡泡玛特门店上线FIFA官方联名LABUBU世界杯系列潮玩,产品

分为搪胶玩偶、挂件两大类,还搭配玻璃杯、开瓶器、足球小包等周边,多款产品以盲盒形式发售,价格区间在59元至129元,热门款式一经上架便迅速售罄。

四年一届的世界杯,是全民狂欢的体育盛事,更是提振消费的重要契机。业内人士表示,世界杯营销的核心在于打造社交场景与氛围,餐饮、酒馆、商超、潮流门店借助赛事热度,不仅能短期内提升客流量与销售额,更能拉近与消费者的距离,积累忠实客群,进一步巩固自身品牌形象。如今,在泉州,丰富的业态、多样的活动、贴心的产品,将陪伴广大球迷共度一个精彩热闹的世界杯之夏。

晋江市染整行业开展专项诊断服务

精准把脉 创建低零碳工厂

本报讯(融媒体记者郭剑平)近日,低零碳工厂创建公益咨询诊断专项行动在晋江市染整行业率先展开,以专业化服务助力当地染整行业绿色低碳转型升级。

记者了解到,此次专项行动聚焦印染行业生产特性,依托晋江市染整行业协会平台资源,组建了一支由行业资深专家、节能降碳技术专员、专业低碳管理咨询师组成的专属诊断团队。团队严格对标工信部零碳工厂建设标准,碳排放核算规范,深入凤竹纺织、海天纺织、向兴纺织、华宇织造、万兴隆、通亿、维丰等企业的生产一线,开展全方位、精细化实地调研与系统性研判分析。

诊断工作聚焦能耗管控、碳排放核算、生产工艺设备、能源管理体系、废水废气治理等核心环节,精准排查企业低碳转型短板,全方位挖掘节能降碳空间。结合各企业生产现状、运营模式与发展需求,团队一对一剖析问题症结,出具专属诊断报告,量身定制可落地、可考核的零碳工厂创建方案,细化节能技改、绿电替代、碳台账规范化管理等分步实施举措,为企业转型指明清晰路径。

行动同期配套召开政企产学研专题座谈会,多方围绕染整行业零碳转型路径、工厂创建难点、节能降碳创新方向展开深度研讨。会上,福建省节能中心主任邱焱解读各级节能降碳政策及低零碳工厂申报要点,精准传递政策导向,帮助企业吃透政策红利,明晰创建标准。针对企业代表提出的碳排放核算实操、技改选型、绿电应用、碳抵消、创建流程等问题,专家团现场答疑支招,有效打通政策落地“最后一公里”,切实破解企业转型痛点、难点,搭建高效的交流对接平台。

5月乘用车出口数量比增逾七成

本报讯 中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会(“乘联分会”)8日发布的数据显示,5月我国乘用车出口78.4万辆,同比增长75.1%,环比增长2.3%。

当日发布的数据显示,5月,全国乘用车市场零售151.0万辆,同比下降22.1%,环比增长9.2%;今年以来累计零售709.9万辆,同比下降19.5%。

乘联分会相关负责人分析,5月全国乘用车市场呈现总量承压、环比走强、结构分化的运行态势,“燃油冷、新能源热”成乘用车市场最大焦点。高油价、消费转型等因素加速“油电替代”过程,本月新能源零售渗透率持续突破60%,达到62.9%,电动化替代速度超预期。

此外,5月出口呈爆发式增长。当月,新能源乘用车出口42.4万辆,同比增长112.6%,环比增长4.4%。1—5月新能源乘用车出口173.2万辆,同比增长117.3%。

上述负责人分析,当前,我国车企持续深耕海外市场,重点开拓拉美、欧洲等多元市场,有效对冲了中东需求下滑的影响,出口销量保持高速增长,支撑行业整体平稳运行。整体来看,6月车市结构性潜力仍大。

(中新)



泉州海关关员对首批出口仿生“鱿鱼烧”进行监管

“福建产”高端仿生海产品——“风味鱿鱼烧”首次“出海”

本报讯(融媒体记者刘文艳 通讯员魏宇曦 王凤平 杨亚燕 文/图)记者从泉州海关获悉,近日,经泉州海关检验检疫合格,福建产的4.1万只“风味鱿鱼烧”(造型鱼糜制品)顺利出口澳洲,这是“福建产”该类高端仿生海产品首次出口,更是泉州水产品创新转型拓展国际市场取得的新突破。

据悉,该批由野生鱼糜制成的高端仿生海产品,经定型、蒸煮、轻微炙烤、冷冻加工制成,因其仿真感强,锁鲜度高,烹饪方便,主要供户外餐会、露天酒会、家庭聚会时烧烤、火锅使用,已迅速成为海外休闲“烤”场新宠。

“风味鱿鱼烧”产品外形酷似游动的鱿鱼,还带着轻微的焦香感,深受海

外年轻消费者欢迎。相比出口初级加工海捕鱼产品,附加值至少提高了2倍以上。而且,这个货柜刚出货,马上又有120万只订单正在抓紧生产!福建鼎隆食品有限责任公司魏敏总经理高兴地说。

据了解,泉州是我国重要的水产品生产和加工出口基地,年出口水产品超35亿元。近年来,面对复杂多变的国际贸易形势,作为“世界美食之都”的泉州,充分利用当地海捕水产品原料种类较为丰富,工艺美术设计土壤深厚等优势,大力开发仿生鱼糜制品,进军水产品国际高端市场。其中,先后创新开发了鳕鱼玫瑰、仿龙虾球、烤鱿鱼等20多种高端仿生食品,热销

30多个国家和地区。今年前5个月,泉州海关共监管出口鱼糜制品1.26亿元,同比增长2.4倍。其中,鱼糜制品占出口水产品比重达9.2%,比上年提高6.8个百分点。

针对不同国家和地区对鱼糜制品的标准要求存在差异,以及对通关时效要求高等特点,泉州海关成立工作小组,积极向企业宣讲进口国(地区)的法规标准,指导企业完善HACCP管理体系,健全海捕鱼糜原料追溯,确保符合进口国(地区)标准要求。同时,开通属地查检“绿色通道”,叠加检验检疫证书“云签发”等便民措施,确保鱼糜制品出口通关“零”等待,助“泉州味”鱼糜制品加快“出海”。