

累计47个项目登榜省级先进级智能工厂 泉州智造 稳居榜首

智能化转型“多点开花”

据悉,从地域分布来看,本次28家人选项目覆盖全市9个县(市、区),泉州智能制造正从“点上突破”迈向“面上开花”。从行业分布来看,本次入选项目覆盖纺织服装、制鞋、纸业印刷、日用陶瓷、智能装备、食品饮料、电子信息、化工等多个领域。

其中,纺织服装类企业占比较大,包括晋江市天守服装织造有限公司、三六一度(中国)有限公司、泉州市众鑫纺织制品有限公司等。比如,三六一度5G+智能工厂项目是福建省首个服装制衣制造业运用5G专网实现生产的标杆项目。该项目整合MES、APS、GST、PLM、WMS、SCM等多个系统模块,与企业现有ERP、EHR、OA、IPOS等系统深度融合,形成“网络、硬件、软件、平台”四级协同智能应用体系,实现产供销一体化有效协同。目前,该先进制造模式已带动集团下属及上下游企业30家完成数字化转型适配,为区域服装制造产业数字化升级提供了可

记者从市工信局获悉,日前,2026年省级先进级智能工厂项目名单公布。其中,泉州共有28个项目上榜,占全省项目数量的34.1%,入选数量居全省首位。截至目前,泉州共有47个项目“登榜”,总数稳居全省首位。

□融媒体记者 黄文珍 通讯员 陈默涵

借鉴的实践样本。

智能装备领域同样表现突出,福建省铁拓机械股份有限公司、晋江海纳机械有限公司、福建省宏科电力科技有限公司等7家企业入选。比如,海纳数智赋能卫用机械5G智能工厂,以5G、大数据、数字孪生等前沿技术为核心支撑,聚焦工厂建设、研发设计、生产作业、生产管理、运营管理五大环节,构建现代化智能工厂体系,系统化部署智能制造装备与协同管控系统,目前已实现五大环节全覆盖、20个智能制造典型场景成功落地。随着智能制造的持续推进,该项目累计覆盖352家企业,服务网络辐射全国各地以及巴西、日本、印度尼西亚、韩国、菲律宾、马来西亚、乌兹别克斯坦等海外市场,带动区域卫用品产业集群数字化转型。

在日用陶瓷领域,福建省德化县华茂陶瓷有限公司、陆升(福建)集团有限公司、福建省德化龙顺陶瓷有限公司、福建省德化佳诚陶瓷有限公司等4家企业入选。此外,纸业印刷、食品饮料、电子信息、化工等行业也均有企业上榜,泉州制造业智能化转型呈现“多点开花”格局。比如,福建盼盼饮料有限公司的5G数智工厂智能工厂项目,以5G混合专网为底座,结合网络切片、工业互联网平台,打通ERP、OA等系统,实现从排产到质检的全流程闭环管理。关键工序引入5G+AI视觉检测与物联网传感,实时监控温湿度、能耗及设备状态,保障10万级净化环境。项目压缩产线换型时间,订单交付率大幅提升;AI质检使缺陷检出率提高,产品合格率上升;单位产品能耗与人工成本明显降低。

政策引领梯度培育

据介绍,2025年福建省启动智能工厂梯度培育行动,分基础级、先进级、卓越级和领航级四个层级推进智能工厂建设。省工信厅牵头组织开展先进级智能工厂培育认定工作,并推荐符合条件的申报卓越级、领航级智能工厂。项目需围绕工厂建设、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。

“在政策引领下,泉州充分发挥制造业基础雄厚、民营经济活跃的优势,持续加快智能化改造和数字化转型步伐。”市工信局相关负责人表示,接下来,泉州将继续深化智能工厂梯度培育,推动更多企业向卓越级、领航级智能工厂迈进,为推进新型工业化、加快建设制造强市注入强劲动能。

今年第三批消费品以旧换新资金 625亿元已下达

据新华社电 记者日前从国家发展改革委获悉,近日,国家发展改革委同财政部、向地方下达了今年第三批625亿元超长期特别国债支持消费品以旧换新资金。

今年以来,国家发展改革委同财政部等部门,认真贯彻落实党中央和国务院关于优化实施“两新”政策的决策部署,按季度分批下达超长期特别国债支持消费品以旧换新资金,推动消费品以旧换新工作节奏更加平稳,资金使用均衡有序,政策效应持续显现。

截至6月20日,消费品以旧换新销售额超1万亿元,惠及1.36亿人次,补贴资金撬动比由2025年的1:7.8提升至1:10.3。在消费品以旧换新政策带动下,绿色智能消费潜力加速释放。今年1至5月,限额以上单位中高效等级家电零售额增长超过30%,新能源汽车市场零售渗透率连续两个月超过60%,今年增加纳入补贴范围的智能眼镜等可穿戴智能设备零售额同比增长超过1倍。

据悉,下一步,有关部门将继续指导地方合理把握工作节奏,均衡支出使用补贴资金,规范高效做好审核兑付,强化全链条闭环管理,提高中央资金使用效益。

我国零售业 加快创新转型

据新华社电 记者近日从商务部获悉,近年来,我国零售业加快创新转型,仓储会员店、无人值守商店等新形态新业态蓬勃发展,购物中心、超市等传统业态推动商旅文体融合发展。

近年来,以高性价比和大包装为主要特征的仓储会员店快速成长。国家统计局数据显示,1至5月,限额以上单位仓储会员店零售额同比增长超过20%。据行业协会监测,截至2025年末,我国仓储会员店门店数量超180家,销售规模突破1700亿元,“十四五”时期年均增速超20%。

满足消费者日益增长的即时性、便利化消费需求,通过数智化赋能的无人值守商店快速发展。国家统计局数据显示,1至5月,限额以上单位无人值守商店零售额同比增长超过20%。据行业协会监测,2025年我国无人商店销售规模突破300亿元。

购物中心在场景化改造、特色化调整、沉浸式体验方面下功夫,不断满足消费者品质化、精细化、差异化消费需求。国家统计局数据显示,1至5月,限额以上购物中心零售额增长超过10%。北京大悦城、上海TX淮海、长春“这有山”等主题化、特色化购物中心批量涌现,成为消费者“打卡地”。

品牌连锁便利店持续增长,以优质服务、良好服务和创新“潮”能力受到消费者欢迎。国家统计局数据显示,1至5月,限额以上便利店零售额同比增长6.8%。据国家统计局、市场监管总局测算,我国便利店经营主体总量超90万个,吸纳就业超190万人。

传统超市积极调改,学习借鉴胖东来等好经验好做法,通过提升商品品质、优化商品结构、完善购物场景、改进顾客服务,赢得消费者青睐。国家统计局数据显示,1至5月,限额以上超市零售额同比增长3.6%;2025年,限额以上超市零售额同比增长4.3%。

中消协“618”消费维权报告: AI造假与场景虚构 成新痛点

本报讯 中国消费者协会(简称“中消协”)日前发布“618”消费维权舆情分析报告。报告显示,各大平台纷纷加码人工智能(AI)布局,但在实际体验中仍有一些问题给消费者带来困扰。

报告显示,这些问题主要表现为虚假宣传呈现隐蔽化新特征,AI生成虚假测评、直播切片诱导消费、种草笔记造假等问题增多,部分直播间仍通过诱导话术夸大商品功效,误导消费者下单。售后服务履约不到位、部分商品价格“先涨后降”玩套路、价保规则暗藏门槛等情况也屡有发生。

其中,AI造假与场景虚构成新痛点。报告显示,AI生成内容的广泛应用带来新的误导风险,AI生成商品展示图、AI生成测评内容等使得“卖家秀”与“买家秀”的差距进一步拉大,消费者仅凭宣传图片很难判断商品真实品质。同时,场景造假与身份背书造假屡禁不止,直播间产地虚构的虚假场景反映出部分商家通过虚构产地的方式获取消费者信任。这些新型营销乱象识别难度大、取证成本高,对传统监管方式提出了新挑战。

当天披露的维权报告显示,“618”期间,平台规则复杂化与定价差异化让消费者难以判断真实的价格水平,加剧信息不对称;大促期间订单量激增的同时,质量风险也随之放大;售后不力,价保规则模糊,维权举证难,消费者遭遇商家与平台“踢皮球”的困境。

针对上述问题,中消协建议,完善价格行为规范,推动定价规则透明化;强化重点品类质量监管,畅通信息核查渠道,规范新型营销行为,压实平台审核责任;优化售后纠纷处置机制,降低消费者维权成本。(中新)

智联厨卫拓渠道 产销携手促共赢

南安·义乌水暖厨卫产销对接会在义乌顺利举办

为深化泉州南安与义乌两地产业协同联动,打通产销流通壁垒,赋能水暖厨卫产业内外贸一体化高质量发展,6月28日,以“智联厨卫,水暖共赢”为主题的南安·义乌水暖厨卫产销对接会在义乌全球数贸中心数贸港举行。两地政企代表、行业协会、骨干企业齐聚一堂,深挖产销合作潜力,拓宽商贸流通渠道,携手探索产业联动发展新路径,现场签约总额达5.3亿元。

本次活动由泉州优品出海(义乌)工作组、南安市内外贸高质量发展指挥部、南安市能源工贸投资发展集团有限公司、义乌全球数贸中心联合主办,立足南安水暖厨卫产业集群优势与义乌全球商贸流通优势,搭建产区与销区精准对接平台,推动两地资源互补、市场互通、产业互融。

□融媒体记者 王宇静 通讯员 叶冠庆 文/图



客商参观水暖厨卫产品展区

打通“南安制造、义乌行销”通道

现场签约总额达5.3亿元

活动现场,与会客商先行参观水暖厨卫产品展区,近距离观摩南安水暖厨卫新产品、新工艺,直观感受南安水暖产业集群的制造实力与创新水平。南安市相关领导阐述了泉义两地经贸合作基础,剖析当前水暖厨卫产业市场机遇,阐明举办本次产销对接会,意在打通生产端与销售端对接通道,破除产销信息壁垒,深化两地常态化商贸往来,依托义乌辐射全球的商贸网络,助力泉州南安优质制造产品拓展国内市场,抢抓外贸订单,为两地产业深度合作夯实合作根基。

在产业推介环节,南安市商务局相关负责人围绕南安水暖卫浴产业布局,产业集群优势、两地产业带协同合作模式展开专题分享。详细介绍南安水暖厨卫全产业链配套优势,剖析南安制造对接义乌商贸市场的合作空间,让采购商充分了解产业基础、产品优势与合作模式,进一步增强市场合作信心。

本次对接会收获丰硕务实合作成果,现场举行项目集中签约仪式。双方围绕协会战略合作、商贸平台共建、大宗产品采购达成多项合作协议,涵盖供应链联盟搭建、展销平台运营、企业定向采购等多个领域,现场签约总额达5.3亿元,标志着南安、义乌水暖厨卫产业合作实现实质性落地,两地产业链、供应链、贸易链链接更加紧密。

交流分享环节,企业行业代表围绕外贸数字化转型路径,探讨人工智能赋能外贸业务新模式,分享外贸数字化转型思路,为传统水暖企业转型升级、搭建自动化外贸业务流程提供经验参考。4家两地龙头企业依次开展品牌推广,企业代表面对面推介主营产品,发布供需信息,精准匹配市场需求。自由洽谈阶段,供需客商自由交流磋商,一对一洽谈合作细节;下午专场精准对接洽谈中,依托前期供需信息匹配,采购商与生产企业深度沟通洽谈,快速达成多项意向合作。

“义乌市场辐射海内外,借助本次

对接平台,我们高效对接大批优质采购商,既拓宽国内线下销售渠道,也收获多条外贸意向订单,为企业开拓海外市场打开新通道。”南安优品(义乌)展销中心运营负责人黄东升说道。义乌采购商代表表示,此次产销对接会实现源头厂商与采购商直接对接,省去多层中间环节,货源品质稳定,可按需定制产品,采购成本更具优势,有效解决采购商寻找优质源头货源的痛点问题。

此次产销对接活动,是南安主动借力义乌全球商贸枢纽优势,向外拓展市场的重要实践。通过政企搭台、企业唱

戏,打通“南安制造、义乌行销”双向通道,一方面助力南安水暖厨卫企业走出产区,对接全国乃至全球商贸资源;另一方面为义乌采购市场提供稳定优质源头货源,实现产销两端互利互惠。

下一步,南安市将持续深化与义乌经贸交流合作,健全两地常态化对接交流机制,持续办好产销对接、品牌展销、商贸推介系列活动,引导水暖厨卫产业加快向智能化、高端化、国际化转型升级,不断拓展内外贸市场空间,持续激活产业内生动力,助力地方实体经济提质扩容,为区域经济高质量发展注入持久动能。

我市发布规范广告提示性用语使用倡议书

整治“大字吸睛、小字免责”等行业乱象

本报讯(融媒体记者陈云青 通讯员苏晓晖)为整治广告“大字吸睛、小字免责”、虚假引证、误导宣传等行业乱象,规范全市广告市场经营秩序,保障消费者合法权益,近日,泉州市市场监管局发布《关于规范广告提示性用语使用的倡议书》,面向全市广告主、广告经营者、广告发布者等各类广告活动参与者明确六大合规经营要求,引导行业诚信经营。

据介绍,当前不少商家营销宣传存在“萝卜坑式引证”、主次文字信息反差过大等问题,利用极小字体隐藏限制条件、弱化法定警示内容,不仅加剧行业无序内卷,也容易误导消费者,群众投诉反映较为集中。为此,市市场监管局发出如下倡议:

一是规范宣传文字,杜绝“大字吸睛、

小字免责”。广告中核心信息应清晰明示,补充说明性文字不得对主广告语进行实质性修改或否定。涉及产品技术性能、功能、规格、成分、用途等关键信息的,限制性条件应以消费者易于识别的方式清晰表述。旅游、餐饮等服务行业及各类促销广告中,对消费者不利的交易条件或促销优惠前置条件,不得以难以识别的文字或语音进行表述。

二是依法标注法定提示,保障消费者知情权。药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告,必须醒目标注法定提示用语,不得弱化、删减。采用AI技术生成他人形象或虚构人物进行产品推荐的广告,应当明确标注AI生成提示,避免误导消费者。

三是审慎使用绝对化用语,严守数据真实底线。广告若使用绝对化用语宣传产

品销量、销售额、市场占有率等数据,统计范围、统计口径必须科学规范,不得因统计标准偏差误导消费者。自觉杜绝发布违反绝对化用语广告,存在轻微瑕疵的,应及时主动整改。

四是规范引证广告,确保来源清晰有据。广告中引用第三方调研报告、统计资料等引证内容的,须清晰标明出处。不得歪曲、夸大引证内容,不得将偶然性结论宣传为必然性结论。用作引证的材料应当具备科学性、代表性、关联性,确保内容真实准确,避免误导消费者。

五是规范自证内容,保证内容客观严谨。以自有数据、自行开展的实验为依据在广告中进行自证的,应如实标注标注时间、地域等限定条件,确保自证信息客观真实。

六是落实平台责任,共建合规广告环境。互联网平台应强化站内广告审核,及时处置误导性广告。户外广告设施运营单位应落实广告发布者责任,做好广告审核,主动停止为误导性广告提供发布服务。广告设计制作单位应注意提升广告引证内容、提示内容的显著性,确保提示用语字体易于识别,字号、色彩清晰醒目。调研机构要坚守职业底线,不得编造不实数据,出具虚假报告为违法广告宣传提供支撑。

市场监管部门倡议各广告活动参与者,自觉规范广告提示性用语,对已发布、拟发布的广告开展全面自查,以真实透明的宣传、清晰合规的提示守护消费者权益,合力打造公平诚信、文明清朗的广告市场环境,推动我市广告行业高质量发展。