

工业园区标准化建设跑出“加速度”

1400亩“工业梯田”长出194家企业

向山要地: 从“样品摆不开”到日产六万件

“山多地少”曾是制约德化产业扩张的最大瓶颈。古洋工业园区抓住工业园区标准化建设契机,综合开发利用低丘缓坡地,以2至3米为一个高差,3000至4000亩为一个开发批次,将山地建成高差错落的“工业梯田”。园区采用“统一规划、统一安征迁、统一建设、统一出让、统一管理”的开发模式,累计出让工业用地1400多亩,累计建成标准化厂房250万平方米,已入驻企业194家,规上企业超30家。

企业的获得感是最有说服力的印证。唐硕陶瓷从创业初期仅200多平方米的场地、样品都难以充分摆放,到入驻古洋园区后生产面积扩大至2.2万平方米,产能提升至原来的3倍,去年仅用一个月就完成了腾讯20万套中秋陶瓷礼品订单。兆丰瑞宝陶瓷搬入新厂房后,使用面积从2万平方米增至3万平方米,厂房层高从3.8米提升至5米和6米,新增两条隧道窑和多条自动线,工人从120人增至230人,产能扩大1.5倍,每天产量超过6万件。

空间之变不止于“扩大”。古洋园区创新采用回字形厂房设计,单层面积达2.5万平方米,从瓷土加工到成品出库,实现全链条在同一楼层高效完成,土地利用效率较传统厂房提升40%。园区还推行“标准化+定制化”双轨并行,出台7份配套政策,从设备补贴、融资支持等方面支持企业发展,企业入园增资扩产的意愿显著提高。其中,同鑫陶瓷在此打造全球花盆智慧制造产业园,已安装2条自动注浆生产线、4条半自动滚压生产线、5条自动滚压生产线及3条静电釉生产线。在静电釉生产线上,陶瓷经过表面装饰即可直接进入包装车间,省去了传统彩绘、上釉等烦琐步骤;90米长的全自动隧道窑产量相当于3条普通窑炉。

新型工业化的核心驱动力来自产业载体的能级跃升。在泉州,工业园区标准化建设正成为推动新型工业化向纵深发展的关键抓手。作为山区县突破自然瓶颈、重塑产业格局的典型样本,德化古洋工业园区以“出村入园”破解空间之困,以“产业集聚”锻造链式生态,生动展示工业园区在推进新型工业化进程中的载体效应与示范价值。

□融媒体记者 游怡冰 黄文珍 通讯员 章志贤 文/图



主办单位: 泉州市工信局 泉州晚报社

链式集聚: 从“单打独斗”到“上下楼就是上下游”

空间集聚只是第一步,产业协同才是关键。古洋园区探索“一家龙头建一个园区、带一条链条”的发展模式,鼓励龙头企业主导园区规划建设、配套招引,其中,全球花盆智慧制造产业园这一龙头项目吸引超百家涵盖模具加工、颜料研发、包装设计等环节的企业入驻周边园区项目,供应链本地配套率达到50%以上,“上下楼就是上下游,产业园就是产业链”的紧密生态初步形成。

同时,园区以“陶瓷+”为纽带,开辟家电、机械等新赛道,引导本地品牌“南山先生”“德瓷”向家电领域延伸,吸引20余家产业链上下游企业入驻陶瓷家电智能产业园,开发电陶炉、电烤炉等陶瓷家电产品项目13个,形成从陶瓷部件生产到家电组装的完整产业链,实现从

“单一瓷品”到“产业生态”的跨越。

更值得注意的是,园区智能化转型的协同效应也在加速释放。龙头企业充分发挥在技术、资源、经验上的引领优势,唐硕陶瓷搬进标准化厂房后,同步启动5G智慧工厂建设,智能制造指挥中心实时监测窑炉温控、成型流水线、能耗等数据,机械臂自动完成素坯抓取和喷釉作业,研发、生产、销售全链条闭环运转。依托智能化升级,唐硕陶瓷产能提升至原来的3倍,带动4家规上企业陆续完成智能制造数控中心建设;同时,丰弘机械联合17家链上企业发起“技术共享计划”,为园区中小陶瓷企业提供智能窑炉改造、物料泵送、滚压成型等技术攻关指导,破解园区企业转型困境。同鑫陶瓷更是带头搭上人工智能

的发展快车,引入“云工坊”AI平台,累计落地150余款AI辅助设计的陶瓷产品,效率提升至少5倍以上,订单量同比增长20%,同时联合中国电信搭建AI智能设备管理系统,实时监测电、气、水能耗并提前预警设备异常,企业生产效率提升70%以上,产品合格率显著提高,智能化管控带来的降本增效成果正逐步显现。

生产扩容、链条延伸、智造升级——古洋园区正在从单一的“生产车间”向集研发、制造、服务于一体的“产业社区”转变。古洋社区创新“社区、园区、厂区”三区联创模式,推动18个涉企部门服务下沉,企业办事不出园区,累计办理事项1200余件,群众满意度达98%以上。

“TIR+跨境电商”
福建首单业务在泉落地时间比传统公路运输
缩短60%以上

本报讯(融媒体记者刘文艳 通讯员洪森森 叶宇翔)8月26日,在泉州海关监管下,一辆满载3.5万件鞋类、服装等跨境电商货物的TIR(国际公路运输)车辆,从泉州国际邮件互换局出发,经满洲里公路口岸出境发往欧洲,这标志着福建首单“TIR+跨境电商”模式业务在泉州落地,打通了一条“泉州造”货物陆运出境的物流新通道,为泉州外贸高质量发展增添新动能。

据了解,TIR运输是依托联合国《国际公路运输公约》开展的国际跨境公路物流模式。持有TIR证书的运输车辆可在缔约国间享受通关便利,仅需在启运地和目的地接受查验,真正实现“一次申报、一证通行、一车直达”。“TIR+跨境电商”模式,具备门到门直达、时效可控、机动灵活等突出优势,高度适配跨境电商“小包裹、多批次、高时效”的运输需求,破解在边境等候换车、重复检查、多次装卸等堵点问题,有效压缩跨境物流环节、缩短全程运输时间。

“此次‘TIR+跨境电商’模式的落地,为跨境电商出口货物提供了更高效、更多元的物流解决方案,为企业深耕欧洲及中亚市场提供了坚实的物流支撑。初步测算,全程运输时间仅12天左右,比传统公路运输模式缩短60%以上。”中国邮政集团有限公司泉州市分公司总经理吴志斌表示。

据悉,为推动新模式高效运行,泉州海关联合泉州市邮政管理局加强政策宣贯,梳理业务流程,定制专属监管方案并开展业务测试;聚焦通关全链条,快速办理申报清单审核、TIR证书签注、车辆核验施封等手续,确保“即报、即验、即放”。同时,主动对接口岸海关,高效衔接TIR运输环节,保障TIR车辆顺利出境,助力畅通福建与共建“一带一路”国家的国际物流大通道。



泉州海关人员对福建首单“TIR+跨境电商”模式业务进行监管 (黄忠斌 摄)

深耕细分赛道,寻找新的增长曲线,半年报显示:

我市体育品牌全球布局再提速

多品牌协同发力
线上业务显韧性

安踏公布的半年报显示,今年上半年,集团收入同比增长12.9%至435.1亿元,连续5年位居中国市场行业第一,全球范围内亦稳居前三。多品牌战略与精细化运营能力的成果凸显,在超大体量下营收增速依然领先行业,整体毛利率和经营利润率双提升。安踏集团加上亚玛芬集团,上半年总收入约为679.8亿元。

分品牌来看,安踏以跑步、篮球、大户外核心赛道和安踏冠军子品牌为驱动引擎,上半年收入同比增长4.8%至177.7亿元;FILA同比增长6.1%至150.5亿元,经营利润率增至28.7%;迪桑特、可隆、玛伊娅、狼爪等其他品牌收入同比增长44.2%至106.9亿元,经营利润同比增长43.9%至35.4亿元。

8月中旬,361°集团发布2026年半年报。财报显示,今年上半年,361°营收与净利润实现双升。其中,营收61.6亿元,同比增长8%;毛利25.7亿元,同比增长8.7%;权益持有人应占溢利9.3亿元,同比增长8%;经营活动现金净流入6.1亿元,同比增长16.7%。

分板块看,361°主品牌线下一季度实现约10%零售额增长,二季度维持中高单位数正增长;361°儿童连续两个季度保持中高单位数增长,儿童鞋类及服装产品营业额分别增长11.7%及0.5%,占集团总收益的12.9%及8.5%。电商板块延续亮眼表现,上半年整体流水同比增长9.5%,线上业务占集团总营业额比重稳步提升。

今年上半年,特步集团营收67.95亿元,同比下降0.6%;毛利率提升1.4个百分点至46.4%。分品牌来看,特步主品牌收入下跌2.2%至59.2亿元,而专业运动分部(以康乐尼、迈乐为主)收入则实现11.4%的增长,达8.75亿元。从品类上看,鞋类收入同比增长2.8%至42.72亿元,占总收入的62.9%,占比进一步提高。

财报显示,特步整体财务状况坚实,经营现金净流入8.47亿元,同比增长9.5%;净现金23.26亿元,比增36.3%。今年上半年,电商成为特步业绩增长的核心引擎,占特步主品牌收入超过1/3,其中,跨境电商业务收入实现翻倍增长。

8月26日,安踏集团发布2026年年中业绩报告。此前,361°、特步等在香港上市的泉州体育品牌已陆续发布今年中期业绩公告。在行业整体增速放缓、终端消费承压的大环境下,今年上半年,泉州体育品牌交出了一份分化中显韧性的答卷。整体来看,泉州体育品牌在稳住主赛道的同时,正加速通过多品牌矩阵、专业细分赛道深耕与全球化布局,寻找新的增长曲线。

□融媒体记者 黄文珍



在安踏数智一体化产业园内,货到人拣选区缓存机器人正在工作。(受访企业供图)

加速全球化 积极布局海外市场

面对激烈的市场竞争,我市体育品牌出海布局的步伐持续提速。

财报显示,安踏坚持“全球化思维、本地化运营”思路,以多品牌业务深耕东南亚市场,有序拓展中东、非洲、北美、欧洲等全球其他重点市场,积极推进非洲及欧洲多国业务运营主体的设立与落地。

在北美及欧洲等发达国家成熟市场,安踏与Foot Locker、DSG等全球主流零售渠道及亚马逊平台合作;在新兴市场,探索与本地头部零售伙伴合作模式,在印度与Brandman Retail达成战略合作,

将进驻印度重点城市布局门店网络。

今年4月,361°位于名古屋的亚运旗舰店正式营业。作为2026爱知·名古屋亚运会官方合作伙伴,如今,361°海外业务线下实体版图持续扩容,截至今年上半年,品牌海外线下销售网点覆盖东南亚、欧洲、美洲及共建“一带一路”等多个国家。其中,东南亚市场率先实现盈利,马来西亚直营店、柬埔寨赛超品店相继落地。

显然,海外市场已成为361°第二增长曲线。财报显示,今年上半年,该企业国际业务零售流水同比上涨80%,跨

境电商销售流水同比增长140%。线上跨境渠道多点开花,企业深度联动Shopee、Lazada等东南亚主流电商平台,搭建覆盖欧美、东南亚、巴西等全球线上销售网络。

特步也在持续拓展海外业务,打造新增长极。财报显示,特步以马来西亚为重点布局地区,加快开设门店。跨境电商业务取得快速增长,其中在Shopee、TikTok及Lazada等东南亚主要电商平台的表現尤其突出。截至今年上半年,特步在中国及海外共有6308家特步成人店及1455家特步少年店。

研发与AI深度协同 数智化重塑渠道

以科技创新为驱动,行业渠道端也在加速演进,线下门店、电商平台、社交媒体与社区场景相互渗透,催生更多新业态、新模式。

今年上半年,安踏研发投入11.1亿元,同时,企业进一步推进“AI 365”战略,用AI重塑产品研发、供应链管理、市场营销、终端零售等环节全产业链布局,全面提升运营效率。安踏自主研发的“灵龙”设计大模型、“灵犀”穿搭大模型等AI工具,融入商品创意与设计,提升了产品效率。

据悉,安踏创新实验室联合牛津大学等跨国教授团推出全新ANTA FOLD 折纸科技,通过物理学可动科

技实现高缓震与快速回弹,为跑鞋品类开辟新赛道。安踏基于自研“无氟安踏膜”科技平台的风暴甲等服装爆款销量突破200万件。

今年2月,361°与京东秒送达成合作,覆盖全国超160家城市千余家门店,即时零售持续为线下门店导流增收。财报显示,该企业创新数字化“1+6”新零售模式,打通官网商城、京东秒送、淘宝闪购等六大线上渠道,实现“线下门店一键全域发货”。361°超品店业态模式已成为其渠道升级的核心抓手,截至今年上半年,该类型门店在全球总量突破188家。全品类沉浸式购物空间大幅提升门店转化,单店运营效率达到

常规门店5—6倍,成为线下增长核心引擎。

今年上半年,电商业务继续成为特步的核心增长引擎。财报显示,电商平台通过沉浸式、内容丰富的零售体验,成功吸引新一代消费者,其中抖音及京东平台收入增长均超过20%。

数智化布局稳步推进。今年3月,位于晋江市的特步物流数智运营中心一期工程正式投入运营。财报显示,园区部署近500台智能机器人,配合3D分拣设备及路由分拣机等自动化设施,形成覆盖存储、拣选、分拣全流程的智能化作业体系。据悉,物流数智运营中心将显著提升门店铺货效率与库存周转能力。

晋江市智能装备产业链
供应链联动提升质量图谱
通过专家评审

本报讯(融媒体记者陈云青 通讯员苏晓晖)编制产业链供应链质量图谱,是市场监管部门完善质量基础设施建设、推动产业链供应链质量联动提升的重要抓手。近日,晋江市市场监管局联合晋江市工信局、晋江市智能装备协会组织召开晋江市智能装备产业链供应链质量图谱专家评审研讨会,系统梳理产业链供应链质量基础设施短板,为产业高质量发展筑牢质量支撑。

会上,泉州市市场监管局相关负责人表示,开展产业链供应链质量图谱编制,是贯彻落实《质量强国建设纲要》和市场监管总局等五部门关于质量基础设施助力产业链供应链质量联动提升部署要求的具体举措,晋江市围绕医疗健康、食品、建筑陶瓷、智能装备、电子信息五大产业系统编制产业链供应链质量图谱,就是要以图谱找准短板、精准施策。今年以来,晋江市市场监管局把产业链供应链质量图谱编制作为质量强链重点任务,以产业全景地图为基础,线上线下双轨调研,深入企业一线摸清质量底数,形成质量图谱、问题清单、攻关清单的“一图两清单”。

晋江市智能装备产业链供应链质量图谱以产业链为纵轴、质量维度为横轴,构建“双轴矩阵式”质量图谱体系,围绕质量技术、质量管理、质量基础设施、质量品牌、其他质量相关五大维度,采用星级分级模式,系统梳理产业共性质量问题39项。经评审组一致评审,认为该图谱编制规范、内容完整、问题精准、贴合实际,全面厘清了晋江市智能装备产业链供应链质量短板与发展瓶颈,同意通过评审验收。

会议同步梳理出高端智能地坪研磨机器人、智能工程机械AI化升级、高端智能经编装备、高端数控石材加工装备等4项重点攻关项目。下一步,晋江市将结合本次研讨意见,持续更新完善图谱内容,开展重点攻关项目,助力当地传统产业向高端化、智能化、绿色化加速跃升。

泉州晚报

广告热线

22503333 22500203 22500205