

编者按

五年砥砺奋进,实干书写担当。作为经济发展的重要阵地,我市商务系统立足全市发展大局,坚持内生提质、向上借力双向发力。深耕特色赛道,聚力锻造贸易强市、美食之都、时尚之都三张城市名片,以品牌化、场景化、国际化思维,重塑内外商贸发展气质;抢抓国家级政策机遇,实施全国“三新”消费、有奖发票促消费、首批外贸提质增效示范项目等国家级试点工作,用好政策专项补助,从激活终端消费、创新业态场景、升级产业链条协同发力,实现消费端活市场、业态端拓空间、产业端练内功全方位跃升。

为系统总结商务领域实干成效,立体展现产业迭代、消费升级、开放赋能的生动叙事,即日起本报推出“商务实干蓄能”系列报道,多维度解码商务力量赋能世遗泉州高质量发展的探索实践,以实干实绩迎接新未来。

商务实干蓄势能系列报道①

“世遗泉州 时尚之都”

万亿实业有底气 时尚兴城正当时

千年世遗沉淀东方雅致审美,万亿实业孕育当代潮流底气。作为海丝起点城市、全国首个“国潮品牌之都”,泉州立足文脉之韵、制造之基、市井之暖、开放之姿,致力打造区域时尚策源地、国潮美学发源地、产业时尚引领地。

“世遗泉州 时尚之都”,这座兼具古韵厚重与新潮活力的古城,以文化为笔墨、以产业为载体、以消费为场景,书写传统审美与现代时尚共生共荣的城市新叙事。

□融媒体记者 王宇静 通讯员 叶冠庆/文 企业/供图



2025七匹狼大秀启动泉州首个时尚周



2026卡宾大秀助燃今秋时尚热潮

潮起滨海 秀启金秋 全域点燃城市风尚

9月20日,2026泉州秋冬时尚周暨卡宾“风涌无界”海上大秀登陆石狮海岸,以山海为天然T台、浪潮为韵律,萃取闽南海洋文脉创意,将古城美学、滨海气质、当代潮流融为一体,拉开泉州金秋时尚盛宴帷幕,为全城秋季促销锁定潮流基调。

以这场顶级时尚盛会为起点,9月至11月,泉州全域启动金秋文商旅消费季,从古城街巷到滨海长廊,从核心商圈到县街街区,超百场时尚展销、世遗巡游、美学市集、文体潮玩活动次第铺开,打造全民可赏、可玩、可购、可品的秋日风尚盛宴,让世遗古城处处是秀场,人人可邂逅潮流美学。

泉州现已固化“春启新韵、秋绽潮光”的双季时尚节律。每年四月春日时尚周聚焦产业赋能,外贸对接、订单集聚,打通内外贸循环;九月金秋时尚周主打城市焕新、消费激活、全域引流。一年两度、首尾呼应、产销联动、全城共振,让时尚跳出短期活动的局限,化为浸润城市肌理、贯穿全年发展的常态化动能。泉州面向全社会征集时尚秀场127处,遴选发布首批50个“最炫时尚show点”,府文庙、安平桥、梧林古村落等世遗地标变身实景T台,真正实现“世遗即秀场”。

时尚的高度,根植于文化厚度;潮流的底气,来源于制造实力。

2024年10月,泉州时尚产业联盟正式成立,由七匹狼、特步、九牧、八马等23家龙头企业发起,吸纳761家优质企业、上万家供应链企业协同参与。在此基础上,2025年《打造“世遗泉州时尚之都”三年行动方案(2025—2027年)》出台,高规格专班统筹推进,锚定“以文塑潮、以制造潮、以城载潮”路径,

作为新时代国潮风尚策源地,泉州持续以时尚为对外传播语言,把闽南审美、世遗匠心推向国际舞台。

七匹狼、劲霸、柒牌等本土品牌登陆米兰、巴黎国际时装周,泉州在全球时尚核心城市设立交流平台,常态化开展国际时尚对话、跨境产业对接。2025、2026泉州时装周全网传播量超32亿次,意向签约数百亿元;2026春季时尚周带动合作产值同比增长40%。活动吸引国内外千家媒体报道,中国驻意大利大使馆公众号转发相关内容,路易威登落地泉州品牌活动,世界目光持续

文脉铸魂 产业扎根 集群淬炼时尚内核

推动千年海丝文脉、闽南非遗美学与九大千亿产业集群深度耦合。

依托产业联盟平台,泉州打破行业壁垒,推动纺织鞋服、工艺美术、茶产业、家居智造跨界共生,推动传统制造从加工生产转向美学设计、品牌创造、场景输出。

古厝燕尾脊、福船流线、东西塔、簪花等世遗符号,持续融入产品研发。七匹狼梧林大秀深挖侨批文化,

带动销售额超10亿元;安溪、德化、永春联合打造茶瓷香联名产品,实现县域流量共享。全市通过“涨潮计划”孵化新锐时尚品牌47个,12个新锐品牌年销售额破亿元。老牌龙头迭代焕新、新锐品牌破土成长,泉州稳步实现从产品输出到美学输出、制造优势到时尚优势、产业集群到潮流高地的跨越。相关工作入选福建省“三争”行动典型案例。

以潮为桥 联通世界 锚定方向续写新篇

聚焦刺桐潮声。

放眼未来,泉州将紧扣三年行动方案收官节点,持续推进“五个一”工程(一个“泉州时尚周”IP、一项“文化基因解码工程”、一项“时尚人才雁阵计划”、一批时尚载体、一批时尚品牌)持续做强时尚潮流IP、搭好时尚载体、深挖世遗文化、厚植人才根基、拓宽国际交流渠道。办好泉州时尚周系列活动,加快982国潮街区、市井十洲城、晋江运动时尚(全球)创新中心建设运营;探索搭建刺桐文化时尚基因库,持续推动世遗元素融入产品研发;依托

泉州时尚学堂,联动海外院校培育设计人才;组织企业赴海外参展拓市,持续引进国际时尚资源。全方位打造“时尚人才聚泉州”“时尚发布到泉州”“时尚趋势看泉州”“时尚生活在泉州”核心竞争力。

风尚启新程,潮起刺桐港。作为泉州商务倾力助推、打造的城市特色名片,“世遗泉州 时尚之都”建设正持续以文化铸魂、以产业筑基、以消费赋能、以开放拓界,不断抬升城市美学高度、夯实产业升级优势、激活商贸发展活力,让千年世遗古城涌动当代新潮。

守护舌尖上的安全

新一批食品安全国标看点来了

国家卫生健康委、国家市场监督管理总局22日公布50项食品安全国家标准及标准修改单。其中,食品中铅污染控制、婴幼儿及学龄前儿童营养补充、牛乳蛋白等标准,与老百姓日常饮食和健康关系密切。

据介绍,这批新标准以防风险、保健康、促发展为导向,细化食品安全全链条管控要求,既为监管执法提供了“硬标尺”,也为企业合规生产提供了重要依据。

□新华

看点一: 从“农田到餐桌” 全链条防控铅污染风险

长期或过量摄入铅会对人体神经系统、心血管及肾脏等造成损害,儿童、孕妇等敏感人群的健康风险尤为突出。我国现行食品中污染物限量标准已规定各类食品中铅含量限量要求,但如何做到关口前移,从源头和过程管理食品铅污染风险,这次新发布的食品中铅污染控制规范作出系统规定。

国家食品安全风险评估中心研究员王君介绍,新制定的食品中铅污染控制规范旨在建立覆盖“从农田到餐桌”全链条的铅污染控制体系,切实保障消费者饮食安全。

在食品原料环节,标准要求灌溉用水应符合相关标准,严禁使用工业废水、生

活污水或被污染的地表水;生产用地应远离可能带来铅污染的工厂、公路等;易受铅污染的植物源原料不应种植在受过铅污染且尚未修复的土地上。种植期间不得使用铅超标或可能被铅污染的器具、薄膜,及时清除生产土地上可能带来铅污染的废弃物。

在食品加工环节,标准要求食品原料铅含量应符合相关规定,用于果汁、葡萄酒和啤酒等加工的助滤剂应选择铅含量尽可能低的品种;食品(如皮蛋)生产加工中不得使用铅化合物。同时,食品直接接触面宜尽量减少油墨或涂料的使用,装饰用途的铅釉陶瓷、铝晶质玻璃不得接触食品。

看点二: 扩大覆盖范围 儿童营养安全再升级

婴幼儿健康成长关系千家万户。国家食品安全风险评估中心研究员方海琴介绍,婴儿满6月龄起,纯母乳喂养已不能完全满足其对应能量及营养素全部需求。据统计,纯母乳喂养的较大婴儿,30%至50%的能量、97%的铁需要来自辅食,50%以上的锌、钙、维生素B1、维生素B2、维生素B6等微量营养素也由辅食提供。

“当辅食添加不合理,易出现贫血及生长迟缓等营养不良问题,因此需要高营

养密度的营养补充品。”方海琴说。

新修订的辅食营养补充品和学龄前儿童营养补充品标准,将学龄前儿童适用年龄由现行标准的60月龄扩大至72月龄,覆盖了全部学龄前儿童,更好地满足早期儿童营养需求。同时,标准对现行标准中尚无最大值要求的营养素制定了允许最大值,进一步保障食用人群的营养安全性。

此外,标准还规定了不同产品类别的食用方法,并要求辅食营养补充食品和学龄前儿童营养补充食品,以及辅食营养补充剂和学龄前儿童营养补充剂,每份(次)产品应为独立计量小包装。

中国疾病预防控制中心营养与健康所研究员黄建表示,该标准的修订旨在为早期儿童提供安全、适宜的营养补充类产品,为国家营养干预项目的开展及食品产业高质量发展提供有力保障。

看点三: 规范牛乳蛋白产品 保障消费者知情权

乳业深加工是乳制品产业升级的重要方向。牛乳蛋白标准是首次制定的标准,适用于食品工业用牛乳蛋白,涵盖浓缩牛乳蛋白和分离牛乳蛋白。

国家食品安全风险评估中心副研究员陈澜介绍,该标准立足乳品行业发展实际,

明确了牛乳蛋白产品的术语定义、核心技术指标及标签标识等内容,有助于推动乳成分加工有序规范发展,保障牛乳蛋白产品使用者和消费者的知情权、选择权。

标准规定,牛乳蛋白是以生牛乳为原料,经脱脂(或直接使用脱脂乳)、分离、浓缩、干燥或不干燥等工序制得的,含有酪蛋白和乳清蛋白的粉状或液态产品。

根据蛋白质含量不同,浓缩牛乳蛋白的蛋白质含量(以干基计)不低于40克/100克,保留了牛乳中酪蛋白与乳清蛋白,同时含有部分乳糖和矿物质;分离牛乳蛋白的蛋白质含量(以干基计)不低于90克/100克,通过深度分离工艺去除了绝大多数乳糖、脂肪与矿物质,适合对原料纯度要求高的特殊食品生产。

在标签标识方面,标准要求产品标签必须标示“浓缩牛乳蛋白(浓缩牛奶蛋白)”或“分离牛乳蛋白(分离牛奶蛋白)”,不允许仅标示“牛乳蛋白(牛奶蛋白)”等模糊名称。使用流化床干燥工艺生产的分离牛乳蛋白,还必须在标签上标明干燥工艺。

中国乳制品工业协会教授级高工王芸表示,这些规定让消费者能够清晰了解产品真实性,根据自身营养需求、饮食偏好、身体状况,自主选择适配的含有牛乳蛋白配料的产品,同时也为国产及进口牛乳蛋白产品的监督检验、市场执法提供了统一明确的技术依据。

超3.1亿元消费券

全国国庆文化和旅游消费月启动

据新华社电 文化和旅游部22日在云南省弥勒市举办2026年全国国庆文化和旅游消费月主场活动,正式启动2026年全国国庆文化和旅游消费月。消费月期间,各地将举办超2万场次文旅活动,发放超3.1亿元消费券等消费补贴,为居民游客假期出游提供更丰富的选择、更舒心的体验。

消费月将从9月下旬持续至10月底,文化和旅游部协同有关部门、支持单位等围绕中秋、国庆推出系列文旅活动和惠民措施,丰富应季文旅产品和服务供给,更好满足居民游客双节假期和秋季文旅消费需求。各地将围绕游历山河、中秋团圆、赏秋休闲、红色旅游、研学旅游、夜间经济、非遗美食等热点需求,增加优质文旅产品供给。

主场活动上,中国气象局发布2026年全国赏秋指南和金秋朝霞晚霞观赏地图;中国石化发布“百城千站”自驾出游惠民措施,为自驾游客提供多种优惠和便捷服务;中国建设银行发布“惠游中华”文旅消费金融惠民措施,推出景区、酒店等消费立减优惠。现场还发布了各地围绕夜间文旅、特色美食、中小学秋假等主题推出的文旅产品和特色活动。

中国制造 宣传周启动

据新华社电 2026年中国制造宣传周启动活动9月22日在北京举行。本次宣传周以“先进制造 奋楫向新”为主题,于9月22日至28日在全国范围内开展。

制造业是立国之本、强国之基。工业和信息化部总经济师高东升在启动活动上说,本次宣传周旨在集中展示我国先进制造业发展取得的成就,生动展现有关方面加快发展先进制造业的创新实践,持续擦亮“中国制造”品牌,凝聚全社会关心制造业、支持制造业、投身制造业的强大合力。

交通运输部:

去年交通物流成本 降低约2000亿元

本报讯 交通运输部部长刘伟22日在北京表示,我国着力打造更加经济的交通,有效降低全社会物流成本,2025年交通物流成本降低约2000亿元。

当日,全球可持续交通高峰论坛(2026)在北京开幕。刘伟在会上表示,目前,全国每天约有1.8亿人次跨区域通行,城市内部每天约有1亿人次乘坐轨道交通高效通勤,1亿人次乘坐公交穿梭街巷,1亿人次乘坐出租车和网约车“门到门”出行。我国着力打造更加便捷的交通,加快建设轨道上的城市群,主要城市间实现了两小时通达;积极推广旅客联程运输,枢纽机场轨道交通接入率达到85%以上;定制公交、定制客运线路已经分别超过1.1万条、9700条。

他说,当前国家综合立体交通网主骨架建成率超过90%,港口集装箱铁水联运量年均增长15%,网络货运年运单量突破1.8亿单,交通物流降本提质增效取得显著成效。

绿色交通方面,他指出,我国加快推广新能源交通装备,今年8月新能源车渗透率接近50%,城市公交、网约车等领域新能源车占比分别超过87%、93%,高速公路服务区充电桩覆盖率达到99.8%。

韧性交通方面,刘伟表示,在关键海运通道受阻的情况下,上半年中欧班列开行列数、国际道路货运量、国际航空货邮运输量分别增长20%、40%、15%,有力保障了国际物流供应链稳定畅通。

(中新)

一刻钟便民生活圈 全国已建成9156个

据新华社电 记者22日从商务部获悉,目前全国超过90%的地级以上城市因地制宜开展了便民生活圈建设,全域推进先行区试点稳步推进,形成了一批可复制推广的典型经验,全国建成便民生活圈9156个。

城市一刻钟便民生活圈试点工作推进会当日在湖北荆州召开。会议要求,要壮大社区线下消费,推动实体商业转型升级,塑造惠民利民的新定位,挖掘现场体验的新价值,培育贴近生活的新优势。要正确处理线上线下关系,统筹效率与公平,支持实体商业发展。要坚持“问需于民”,补齐业态短板,完善服务功能。

为加力推动城市一刻钟便民生活圈建设,商务部等8部门近日公布第三批30个城市一刻钟便民生活圈全域推进先行区试点名单,将利用2年左右时间,实现便民生活圈对试点城市主城区和有条件的县城社区全覆盖。中国商业联合会近日发布了首批“银发金街”“童趣乐园”贯标项目,更好服务“一老一小”。