

我市技改项目提质扩面,今年1-8月—— 入选省重点技术改造项目达497个



本报讯(融媒体记者黄文珍 通讯员刘炜楠)工艺革新、设备升级、产能提质,技术改造是产业提质增效,加快推进新型

工业化建设的重要抓手。记者从市工信局获悉,今年以来,我市工信部门积极组织指导企业申报省重点技术改造项目,1-8月,全市累计入选2026年省重点技术改造项目497个,占全省项目总数的27.65%,年度计划投资额达284.61亿元,占全省总量的25.35%,入选项目实现质量齐升。

据悉,从投资主体结构看,民营企业是项目数量主体,共405个项目,占比81.5%,投资额达548.3亿元,占总投资的

59.9%;国有企业布局21个项目,投资额达254.1亿元,占比27.7%;港澳资与外资项目合计71个,总投资额达113.5亿元。

从项目县域分布来看,按照项目总投资额统计,晋江市以225.9亿元总投资额、117个项目位居首位;石狮市以184.9亿元总投资额、61个项目位列第二,两市合计占全市项目总投资约45%。惠安、南安、泉港依次分列其后。

从行业投资分布看,纺织鞋服总投资额210.2亿元,共134个项目入列;轻工总

投资额159.7亿元,共191个项目入选,这两者构成了技改投资基本盘。同时,先进装备制造、能源、食品、电子信息等产业均形成一定投资体量,生物医药、冶金产业投资规模相对偏小。

市工信局相关负责人表示,接下来,我市将持续加大对工业企业技术改造的支持力度,进一步优化政策供给和服务保障,积极推动重点项目建成达产,全力稳投资、促增长,为推动全市工业经济高质量发展贡献更大力量。

全方位划定 广告经营“红线”

我市发布假日期间广告宣传行为合规提示

本报讯(融媒体记者陈云青 通讯员苏晓晖)2026年国庆假期将至,为进一步规范全市节日期间广告市场秩序,保障消费者合法权益,依据《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》等法律法规,市市场监管局现就规范节日期间商业广告行为发布合规提示,全方位划定广告经营“红线”,引导全市广告经营主体依法合规、文明诚信开展节日营销活动。

提示明确,各类广告内容必须真实、合法,符合社会主义核心价值观建设和弘扬中华优秀传统文化的要求,不得含有淫秽色情、性别歧视、扭曲婚恋和家庭观念等违背公序良俗的内容,不得以低俗广告博流量、蹭热度、搞炒作,树立健康的节日营销风尚。严禁借党和国家重大活动、国家机关及工作人员名义进行商业营销,不得使用或者变相使用党旗、党员徽章、国旗、国歌、国徽、军旗、军歌、军徽进行广告宣传。广告发布应当规范使用提示性用语,杜绝“大字吸睛、小字免责”等误导性宣传,广告内容需谨慎使用绝对化用语,用作引证的材料应当具备科学性、代表性、关联性,自证内容应客观严谨。

针对当下热门营销形式,我市细化多项合规要求。如网络推广要亮明“广告”身份,商家、探店达人、自媒体博主通过知识介绍、体验分享、消费测评、种草笔记等形式开展互联网商品服务推广,并附带购物链接等购买方式的,应显著标明“广告”,明确营销属性。不得以公益广告名义变相设计、制作、发布商业广告;发布公益广告不得标注商品或者服务的名称以及其他与宣传、推销商品或者服务有关的内容,包括单位地址、网址、电话号码、其他联系方式等。各停车场扫描缴费系统以弹窗等形式发布的互联网广告,应显著标明关闭标志,确保一键关闭,不得以虚假系统提示、虚假奖励承诺等形式,欺骗误导用户点击、浏览广告。

结合节日消费特点,市场监管部门重点规范热销品类广告。如针对茶叶、蟹卡蟹券等节日热销商品,严禁开展“天价”炒作,不得宣扬过度消费及攀比消费等不良风气,不得对商品的产地、规格、等级、成分等作引人误解的虚假宣传。食品广告不得宣称疾病预防、治疗功能,不得使用医疗用语,非保健食品不得明示或暗示具有保健作用。不得明示或暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力等功效,严禁使用“特供”“专供”“内供”等词语进行营销,不得发布诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒的内容。

提示要求,珍惜文旅名片,不得滥用文化遗产及荣誉称号,如不得利用“泉州:宋元中国的世界海洋商贸中心”世界文化遗产发布虚假违法广告,不得冒用“中华名小吃”“百年老字号”等称号。旅游广告内容应真实,不得对景点、住宿、交通、购物、警花服务、旅拍等作虚假宣传,不得以消费者难以识别的方式表述交易或优惠前置条件,严禁以“低价游”“免费游”等形式欺骗误导消费者。广告中附带赠送商品或服务的,应明示品种、规格、期限等信息。

节日期间,泉州市市场监管局将持续加强广告监测与执法检查,依法查处违法违规广告行为。欢迎社会各界参与监督,若发现违法广告线索,可拨打12315热线或通过“闽政通”APP搜索“违法广告随手拍”进行举报,携手共建诚信、规范、安全的节日市场环境。



洛江酸茶 成中秋饮品新宠

本报讯 今年中秋,产自泉州洛江的非遗好物——酸茶悄然走红,凭借清酸回甘、解腻润喉的特质,成为市民朋友搭配月饼的茶饮新宠,为传统中秋团圆滋味,增添了一抹清新雅致的山野风味。

每逢中秋,一家人围坐一起吃月饼、赏夜景、话家常是必不可少的仪式。但酥香醇厚、甜度十足的各式月饼多易助甜腻积食,产自洛江的酸茶,完美契合了大众节日健康饮食需求。据泉州地方志及《泉州古代科技史话》记载,洛江酸茶制作技艺可追溯至宋代,至今已有千年传承。核心产区位于洛江区罗溪镇、虹山乡一带,以当地野生酸茶树鲜叶为原料,吸取红茶全发酵与绿茶不发酵的制茶原理,创制出独特的“乌龙茶+红茶”复合工艺,经晒青、晾青、反复炒青揉捻、发酵、烘焙等十余道工序精制而成。2010年,酸茶制作技艺被列入泉州市第三批市级非物质文化遗产代表性项目名录。如今,洛江酸茶成为“洛水仙山宴”的特色招牌饮品“琉璃酸茶”。

洛江酸茶的茶汤色泽深金稍红、清澈见底,入口清爽柔和,带有天然“杨梅味”和微酸感,茶汤顺滑入喉,喉底回甘回甜,齿颊留香。最为出彩的是其解腻特质,搭配莲蓉、豆沙、五仁、流心等各类甜口月饼,既能中和糕点的甜腻厚重,化解口腔黏腻感,又不掩盖月饼本身的香甜风味,甜润与清酸相互平衡,相得益彰,让中秋味蕾体验更清爽舒适。

(洛闽)

商务实干蓄势能系列报道③

机制破局 贸易强市

深挖双循环潜力 共绘商贸新图景

近年来,立足雄厚制造业根基与侨乡资源优势,泉州统筹推进扩内需、稳外贸、优营商,在双循环格局下持续挖掘经贸潜力,一步步将“贸易强市”的蓝图变为实景。去年,全市社会消费品零售总额6416.07亿元,外贸进出口总额2363.8亿元。今年1-8月,社会消费品零售总额超过4179.37亿元,增速位居全省第二位;外贸面对外部复杂环境,降幅持续收窄,整体运行呈现稳中有进态势。

在刚刚落幕的第二十六届“九八”投洽会上,泉州举办专场大会(集贤区)专场招商对接会,14个省级以上开发区、一批外贸跨境电商集聚区集中亮相,尽显海丝城市开放活力。与此同时,泉州秋季消费季在各地次第铺开,商圈市集、产业展销接续上演。秋季广交会筹备工作紧锣密鼓,大批泉州制造企业整装集结,即将奔赴广州抢抓全球订单。一内一外双向繁荣的商贸图景,正是泉州商务贯彻落实贸易强市建设部署,推动内外贸一体化走深走实的生动写照。

□融媒体记者 王宇静 通讯员 叶冠庆 文/图



泉州优品出海远航

激活内需底盘 打通内外销转换通道

当前,把握秋季消费节点,泉州市县联动陆续推出系列主题促消费活动,吸引数千家商户参与其中,持续营造“季季有主题、月月有活动”的市场氛围。

聚焦汽车、家电、数码等大宗消费,我市继续落地以旧换新政策,以市场化

手段激活消费市场活力。做强会展平台,截至8月,全市已举办45场产业专业展会,展览总面积241.05万平方米,意向成交额达1124.3亿元。

一边深耕国内市场,一边破除外销壁垒,泉州推动外贸企业走进商超、商

圈、线上电商平台,常态化举办出口转内销专场推介、行业采购对接会,搭建“鞋捕头”“货满仓”等线上内销渠道,建设外贸优品集合店,让鞋服、陶瓷、家居等外贸优品既能够扬帆出海,也能够深耕国内市场,实现两个市场互促互通。

政策精准滴灌 锻造外贸发展坚实韧性

面对风云变幻的国际市场,泉州打出政策、金融、数字化服务组合拳,为市场主体减负纾困,稳住外贸基本盘。

市级出台稳外贸防风险“八条措施”,设立30亿元海丝外贸基金,超360家企业从中获得贷款28.67亿元;配套设立超30亿元专项信贷额度,推出“外贸贷”等专属金融产品,打通金融服务实体经济“最后一公里”。依托内外贸企业信息“双收集”数字化机制,已有6946家

企业纳入平台管理,企业诉求一键直达、闭环处置。大力实施货源数据回流行动,今年推动905家企业业务回流,回流金额88.17亿元,新增外贸主体1255家。针对海外地缘风险,专门成立外贸纾困专班,落实市领导挂钩重点外贸企业制度,动态梳理化解订单、物流等各类企业难题66条。

外贸新业态不断破局,福建首票“TIR+市场采购”“TIR+跨境电商”

“TIR+多业态集拼”业务在泉州落地,开辟陆路出海新通道。全市布局60个外贸、跨境电商集聚区,入驻企业超3000家;升级跨境电商公共服务平台2.0,上线“侨贸通”小程序,汇聚供应商460余家、商品5.7万条,搭建线上线下侨商集采体系。

从“九八”投洽会招商洽谈,到秋季广交会整装出征,泉州企业持续奔赴国家级经贸舞台,千方百计拓展全球市场。

我市举办中小企业融资突围菁英沙龙

融资破局:先补“治理课”再拿“资质牌”

近日,我市举办“破局与新生:2026年中小企业融资突围之道”企业菁英沙龙活动,帮助企业拓宽融资思路,破解资金瓶颈。该活动由市工信局主办,市中小企业服务中心承办。

□融媒体记者 黄文珍 通讯员 王月青

治理薄弱

融资的第一只“拦路虎”

活动中,北京联合大学会计硕士企业导师王华熙从债权融资、股权融资等角度出发,探讨中小企业融资突围的路径及实践。“一些企业订单充足,产品力过硬,却在融资环节屡屡遇阻。”王华熙观察,其核心痛点往往并非业务基本面薄弱,而是企业治理结构不规范,财务体系建设不足等问题,比如无形资产出资过高、股权代持成为资金准入的隐形门槛。

王华熙认为,当前企业融资第一大卡点是治理基础薄弱,直接导致股权投资机构在尽职调查阶段给予否定,成为民营企业融资的第一只“拦路虎”。第二个卡点是资质红利没有充分释放,国家级资质是企业融资的强力“放大器”,能显著提升融资吸引力与估值溢价,但红利释放的前提是

企业治理底座要稳,规范的财务体系、清晰的股权结构、完善的内控机制,是承接政策红利与资本青睐的基础。

在王华熙看来,企业融资突围要先补“治理课”,夯实合规与管理基础。再拿“资质牌”,构建行业壁垒与核心竞争力。最后选对“融资工具”,精准匹配资本需求,借力资本实现跨越式增长。

债权融资

被低估的低成本工具

“在低成本撬动资金的实操路径中,债权融资是被企业低估的低成本工具。”王华熙说,其优势在于不稀释股权,无需出让企业股权,创始人牢牢掌控决策权与收益权,保障企业发展的独立性与战略稳定性;成本可测算,利息支出可依法在企业所得税扣除,有效降低实际融资成本;融资费用固定透明,便于企业进行精准的财务规划与预算管控。政策红利多,泉州针对制造业、中小企业推出专项贴息、担保补贴及风险补偿等扶持政策,进一步降低融资成本。

对于股权融资,王华熙介绍,其本质是合伙共生,而非单纯的交易。投资人不

仅是资金供给方,更是企业合伙人,与创始人深度绑定,共享商业收益,共担经营风险与市场波动。资本的核心诉求是实现价值增值与安全退出。“企业治理结构是融资的基石,若存在控制权不清、财务不透明等硬伤,投资人会直接规避。清晰的退出路径则是资本注入的前提,二者缺一不可。”

“股权融资第一步,不是写BP(商业计划书),而是治理。”王华熙认为,企业重点自查清单包括股权架构清晰化、出资行为合规化、经营主体独立化、财务内控规范化。比如,出资行为合规化,核查无形资产出资是否完成评估及产权转移,确认实物出资是否实缴到位,避免高估作价或出资不实带来的法律风险;经营主体独立化,严格区分公司财产与股东个人资产,杜绝资金混同等。“平台资质是估值加分项,夯实内功,才能将平台优势转化为长期竞争力。”王华熙说。

融资工具

股债并非二元对立

在王华熙看来,融资并非“非股即债”的二元对立,需根据企业发展阶段灵活选

择。以长远视角看,当企业具备优质资质时,优先利用债权工具往往能以更低成本撬动资金,既满足扩张需求,又守住股权价值,实现稳健发展。“规范治理是企业走向资本市场的人场券,技术创新是赢得资本青睐的核心底气。”

在实操路径上,王华熙认为,精准估值不仅是融资的价格标尺,更是企业未来发展潜力的量化体现。估值绝非老板主观臆断,需紧密匹配行业平均水平,企业实际利润规模及未来成长性预期,构建客观、理性的价值逻辑支撑。同时,核心条款是股权投资的命脉,关乎控制权与收益安全。此外,要控制融资节奏,避免过度稀释。捍卫创始控制权,科学的融资节奏不仅是资金管理艺术,更是平衡企业发展速度与控制权的战略智慧。

“股权融资并非企业发展的终极目标,它是企业扩张与升级的关键跳板,标志着新阶段的开启和成长的加速。”王华熙说,融资为企业注入充足资金活力,加速规模化与规范化发展进程,迈向资本之路。“同时,企业要预留未来发展空间,每一步资本运作都需具备前瞻性视野,为后续的融资轮次、股权激励机制及上市合规架构预留充足的结构空间。”