以全球视野育新质 以青年力量续薪火

2026“泉州企业家日”主题活动举办

11月1日,2026年“泉州企业家日”如约而至。当天,由中共泉州市委统战部、泉州市工商联(总商会)主办的2026“泉州企业家日”主题活动正式举办。活动以“世界的泉州·青年的泉州·新质的泉州”为主题,专家学者、企业家代表齐聚一堂,交流思想、激荡智慧,以全球坐标审视泉州产业发展方向,以青年力量接续“晋江经验”薪火,以新质生产力重塑传统优势产业动能。 □融媒体记者 黄文珍

纺织业突围 五大前沿领域锚定新赛道

中国工程院院士、东华大学教授俞建勇受邀到场。他立足全球科技革命与纺织产业变革背景,系统解读纺织科技创新的发展趋势与前沿方向,围绕先进纺织、绿色纺织、智能纺织、健康纺织和未来纺织五大领域,深入解析纺织材料的关键技术突破与创新成果,探析纺织产业未来机遇与变革趋势。

“2025年,福建省制鞋业、纺织服装业营业收入分别位居全国第一和第三,产业规模与综合竞争优势显著。其中,泉州外向型经济特征突出,鞋服产业是本地极具代表性的特色板块。”俞建勇认为,发展纺织领域新质生产力要立足本地实际、因地制宜,充分发挥自身已有的产业基础优势。“当前,福建纺织产业已开展大量功能性创新实践,推进材料、结构、工艺、产品一体化集成创新,整体呈现多元化、高科技化的发展趋势。同时,产业链配套完整,产业创新体系较为完备,正朝着新材料化、绿色化、智能化方向持续演进。”

在此基础上,俞建勇提出三点针对性建议:一是加大新材料领域投入,抓好源头创新,重点开展高性能材料、特殊结构材料、多功能纺织材料的创新攻关,夯实产业创新的材料源头基础;二是着力建设可持续的纺织循环体系,推动纺织循环相关技术与产业协同发展,搭建可持续发展的数据支撑体系,充分释放循环产业体系的发展效能;三是打造纺织智能产业生态,兼顾智能制造与智能产品双向发展,依托现有智能制造基础持续推进生产环节智能化升级,同步布局智能纺织产品的研发落地,构建完整的智能产业生态。

接棒不守旧 青年为泉州制造注入新判断

创新是产业高质量发展的核心助推器。活动现场,与会嘉宾围绕创新维度,就“世界的泉州·青年的泉州·新质的泉州”主题展开深度探讨。

在泉州湖南大学工业设计与机器智能创新研究院常务副院长刘永红看来,要坚持以设计创新带动产品和产业链协同升级,持续增强泉州制造的整体竞争力。工业设计不仅是产品外观的改进,更应贯穿用户研究、技术研发、产品开发和品牌建设全过程。通过深化设计与技术研发、市场需求和生产制造的融合,能够更好地统筹用户需求、技术创新与产业资源,提升产品开发效率和创新质量。“设计创新和产业升级离不开持续研发,研发应当被视为企业正常经营必须承担的固定成本,而不是有利润、有余力时才考虑的额外投入。”

福建省金鹿日化股份有限公司总经理张弘正观察,泉州制造在世界上不缺存在感,缺的是“定义权”。日化行业尤其如此,真正决定利润和话语权的,是标准、是配方、是品牌在消费者心智中的位置。“就是从‘卖产品到世界’转向‘用标准和技术参与世界规则’,从‘被选择’变成‘被需要’。”他说,守正不是守旧,传承不是传形,青年接棒,接的是判断力,不是操作手册。

信和新材料股份有限公司总经理王书传说,于他而言,传承“青年的泉州”核心在于怎样接好接力棒。“作为企二代,我的原则是,不跟父辈体系‘打架’,先在体系内做‘进化’,先匹配、再升级,先证明、再改变。”他认为,青年一代的“拼”,不能只拼速度,更要拼把两代人的劲儿拧成一股绳的能力,青年群体要学会用技术说话、用系统管人,把一次性冒险变成可持续创新。

兴业皮革科技股份有限公司副总裁吴国仕认为,新质的泉州核心在于推进创新转型。“我们推进‘5G+PLC’全流程数字化改造,品检效率提升20%以上;宏兴的5G绿色智能工厂,月均产量提升45%,良品率提升7%。”他说,更前沿的一步,是企业牵头研发基于天然皮革的柔性电子皮肤,让一张皮从“包裹材料”变成能感知、能交互的智能界面,可迁移应用到智能鞋靴、汽车座椅、家居产品等多个场景。

AI轻出海 让世界读懂泉州品牌

活动上,与会嘉宾还针对人工智能落地展开热议,认为通过数据赋能和智能决策,能够为产业提质增效、模式革新提供强劲驱动力。

上海交通大学自然科学研究院与数学科学学院教授许志钦认为,当下智能体开发门槛低、切入快、落地见效快,非常适配泉州传统产业。它能够快速应用在产品设计、生产质检、供应链管理、跨境营销等各个环节,帮企业快速降本增效、提质升级。由此,企业可集中资源投入到技术研发、品牌创新、全球市场拓展领域,推动泉州制造向泉州智造跨越升级。从长远来看,泉州要针对性培育适配泉州实体经济的AI复合型人才,夯实产业智能化发展根基。

在源之宇宙(福建)科技集团有限公司创始人兼董事长吴克华看来,作为新赛道,AI内容能用轻资产方式,为泉州产业挖掘全新增长空间。“我们品牌和内容出海相对薄弱,借助AI可快速生成多语言的产品介绍、品牌剧情、产业故事,全天候向全球传递泉州制造、泉州品牌,让世界更读懂泉州企业、泉州文化。”他认为,企业可联动高校与创作者社群,共建AI创业生态,“以AI内容轻量化赋能传统产业,低成本制作互动内容,串联文旅与百业,放大乘数效应。”

万维网络有限公司董事长陈朝晖认为,泉州可走“分层赋能、算力共享”路径,跳出企业单打独斗的传统模式,探索“集群共建、成本共担、成果共享”的集群式升级,让数字化从“龙头企业的奢侈品”变成“全行业的普惠工具”。政府层面建好算力、设备、人才、工具等公共基础配套,企业从小处切入、借力生态,与自身生产经营深度绑定,合力让中小微企业“转得起、转得好、见实效”,实现产业集群整体升级,为全国县域产业集群数字化转型提供可复制样板。

迎“双十一”物流高峰



11月1日,在中国邮政广州邮区中心江高邮件处理中心,工作人员、机器人分拣员、机械臂分拣快递包裹。

“双十一”临近,中国邮政广州邮区中心江高邮件处理中心一派繁忙景象。工作人员和各类自动化分拣设备加紧作业,保障物流正常运转。 (新华)

首次摆上“双十一”货架

Token走进大众消费



(CFP供图)

今年“双十一”电商大促,Token(词元)以独立品类在多个电商平台上架,看不见、摸不着的算力服务,变成可以下单的商品。

记者在采访中了解到,自9月3日天猫上线Token充值中心以来,截至目前,已接入DeepSeek、阿里云、智谱、Kimi等厂商;MiniMax开出首家品牌官方旗舰店,千问办公、阶跃星辰等已入驻。 □新华

摆上货架 Token购买门槛降低

为Token付费,本质是在为背后消耗的算力买单。过去,这笔消耗只在大模型厂商后台按调用量结算,用户不知单价,也无从比价。如今,把Token摆上货架,最直接的变化是购买门槛降低了。

青海西宁市民苏国庆是一名短视频爱好者,为了让视频呈现更好的效果,趁着电商大促,他“囤”了不少Token。“简单的视频制作消耗的Token并不多,遇到比较复杂的场景构建和动作分镜,Token就会用得多一点。”他说。

从极客开始,到办公白领,再到对技术有热情的普通消费者,Token的消费人群不断扩围。业内人士表示,随着消费人群的扩大,Token的销售方式也需要更精准地贴合用户需求。

记者发现,对于普通消费者而言,购买Token主要有两种方式:一是买按量付费的充值券,类似话费,用完再买;二是按包月包年的固定额度订阅。但也有不方便的地方,主要是在固定额度上,买多了用不完,买少了又不够用。

在北京从事AI视频制作的王紫民,每月在Token上花费三四万元。尽管记者在电商平台看到,今年“双十一”,大模型厂商推出Token折扣套餐,以千问AI Lite月卡为例,官网价60元,活动价39元,便宜了三成多。

道行超级(重庆)人工智能科技有限公司执行董事王道行说:“软件开发、汇报PPT、宣传图都靠AI完成,公司每月需在Token上支出2000多元。这次下单了千问AI标准版月卡,一次买了12个月,比平时在官方网站上购买便宜不少。”

据天猫有关负责人介绍,10月20日“双十一”开售首日,天猫Token品类成交额环比增长450%。究竟哪些人在买Token?天猫给出了用户画像:主要为有明确AI使用需求的个人和中小企业,比如家庭用户、学习型和研究型用户以及一人公司等。

这位负责人说,这些用户本身就在稳定使用大模型,过去分散在各厂商平台上按消耗付费,如今可以像逛店铺一样一站比价、按需“囤”Token。

“原来只能挨个软件买,现在可以一次性买到通用的词元,方便很多。”视频博主宋文天说。

贴合需求 专家建议统一计量口径

Token上架电商平台,但他还是习惯在官方渠道和工具集成平台购买。他说:“电商平台上售卖的月卡、季卡、年卡是固定额度,但是根据工作节奏,我们更愿意随用随买。”

还有的消费者希望能像买流量一样来买Token。中国联通数据智能有限公司副总经理丁鼎表示,目前,Token难以简单套用买流量的逻辑。流量业务是用户规模越大,边际成本摊得越薄,规模效应越显著。Token卖的是智能产出,每一份都对应GPU、电力和折旧,不能像流量那样做低边际成本的统计复用,一超售就是排队和限流。

把Token摆上货架只是第一步。多位业内人士表示,要让它真正成为大众消费品,词元服务还需应对计量核算、定价机制、安全管控与合规治理等方面的挑战。

青海移动算力业务运营中心解决方案经理马生龙说,比如,同样一段文字,在不同模型里消耗的Token数量可能相差两到五成;各家计费规则也不一致,做法五花八门,套餐之间难以换算。

国家信息中心大数据发展部副主任王建冬建议,尽快统一词元计量口径,建立换算标准,同时规范计费披露,引入第三方核验。

部分消费者期望,电商平台加强Token售后服务,比如对未用完额度的处理、消费争议的解决,给出明确的办法,让消费者买得放心、用得明白。

多重利空刺激 美股金价双双大跌

本报讯 美国权重科技股业绩利空等消息打压市场人气、国际油价上涨巩固通胀预期,这些因素驱动美国股市10月30日显著下跌、国际金银期货价格遭重挫。纳斯达克综合指数出现6月以来的最大单日跌幅,现货黄金价格跌至去年10月以来的低点。

截至10月30日当天收盘,道琼斯工业平均指数跌幅为1.09%,标准普尔500种股票指数跌幅为1.82%,纳斯达克综合指数跌幅为2.86%。

谷歌母公司“字母表”、英特尔、亚马逊等公司陆续发布财报,显示三季度业绩弱于市场预期,引发市场对科技股估值过高和业绩前景的担忧,市场抛售加剧。截至30日收盘,纳斯达克综合指数与上月创下的历史高点相比下跌近8%,10月份累计下跌5.3%,为2025年3月以来的最大月度跌幅。

10月30日,霍尔木兹海峡商船遇袭事件推高原油价格,加剧市场对通胀的担忧。截至当天收盘,纽约商品交易所12月交货的轻质原油期货价格上涨2.12美元,收于每桶104.12美元,涨幅为2.08%;12月交货的伦敦布伦特原油期货价格上涨2.76美元,收于每桶117.64美元,涨幅为2.4%。油价持续上涨成为打压股市信心的消极因素。

受国际原油价格上涨、美国通胀压力加剧以及市场对美联储进一步加息的预期升温等因素影响,国际金银价格10月30日大跌,黄金现货和期货价格均跌破每盎司4000美元关口。分析人士认为,利率上升会增加持有黄金等无息资产的机会成本,从而削弱其对投资者的吸引力。

当天,纽约商品交易所黄金期货市场交投最活跃的2026年12月黄金期货价格下跌132.5美元,收于每盎司3898.9美元,跌幅为3.29%;12月交割的白银期货价格下跌3.104美元,跌破每盎司50美元,收于49.276美元,跌幅为5.93%。

通胀担忧进一步强化维持高利率的必要性,市场对美联储12月重启加息的预期进一步提高。

美国扎纳金属公司副总裁兼高级金属策略师彼得·格兰特表示,当前对通胀的担忧让多国央行继续偏向于采取鹰派立场。“让利率在更高水平维持更久”是当前的压倒性观点,这让贵金属价格承压。 (新华)

10月百城新房价格稳中微升 二手房价继续下跌

本报讯 10月,全国主要城市房地产市场延续新房价格稳中微升、二手房价下跌态势。

中指研究院11月1日发布的数据显示,10月,上海、北京等重点城市优质楼盘加快入市,带动百城新房价格延续结构性上涨态势,百城新建住宅均价为每平方米17316元,环比上涨0.18%,同比上涨2.02%。百城二手房市场成交量同比保持增长,但价格调整态势持续,当月,百城二手住宅均价为每平方米12376元,环比下跌0.61%,同比下跌6.72%。

核心城市房价表现相对坚挺。10月,一线城市新建住宅价格环比上涨0.41%,同比上涨5.08%;二线城市新建住宅价格环比上涨0.13%,同比上涨1.68%;三四线代表城市新建住宅价格环比下跌0.1%,同比下跌2.01%。10月,一线、二线以及三四线代表城市二手住宅价格环比分别下降0.53%、0.72%和0.54%。

10月,商品住房销售制度改革进入细则密集落地期,天津、杭州、深圳、宁波、苏州、合肥、成都等城市陆续出台实施意见。当月,深圳、天津、杭州、东莞等地优化住房公积金政策;其中,杭州将多孩家庭公积金贷款额度上浮比例由50%提高至60%,贷款额度上限提高至324万元。 (中新)

10月份我国制造业PMI为49.3% 新动能保持较快增长

据新华社电 国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会日前发布数据显示,10月份,受“十一”假期前部分需求提前释放以及国际环境复杂多变等因素影响,我国制造业采购经理指数(PMI)为49.3%,比上月下降0.8个百分点,制造业景气水平有所回落。其中,高技术制造业和装备制造业PMI分别为51.3%和50.6%,继续高于临界点。

价格指数方面,国家统计局服务业调查中心首席统计师霍丽慧介绍,10月份,制造业主要原材料购进价格指数和出厂价格指数分别为56.8%和51.7%,受近期部分有色金属等大宗商品价格下行影响,比上月下降4.0个和2.3个百分点,仍位于扩张区间,制造业市场价格涨幅收窄。从行业看,随着国际原油价格持续攀升,石油煤炭及其他燃料加工、化学纤维及橡胶塑料制品等行业两个价格指数均继续位于60.0%以上高位。

此外,10月份,受部分服务行业景气度下降等因素影响,非制造业商务活动指数为49.7%,比上月下降0.5个百分点。