当ESG成企业“必答题”,看泉企如何作答——

以绿色标尺丈量“出海”之路

近日,安踏集团将福布斯“2026中国年度最佳ESG实践雇主”、《中国新闻周刊》“2026责任品牌案例”、财联社“致远奖·环境友好先锋企业”三个奖项接连收入囊中。三个奖项虽分别指向雇主责任、品牌价值与绿色实践,却道出了一个共识:全球主流市场的ESG(环境、社会及管治)监管体系持续收紧,可持续发展已成为企业出海路上绕不开的“必答题”。当绿色壁垒成为外贸的门槛,泉州企业又将如何化ESG合规压力为全球竞争力?

□融媒体记者 魏晓芳 文/图


泉州企业持续加码绿色产品创新研发

ESG成企业出海核心竞争力

“规则在变,竞争在变,责任在变。”在2026可持续全球领导者大会上,安踏集团执行董事、联席CEO吴永华的判断很直接:全球各市场的绿色准入门槛正在全面提高,ESG不再只是品牌形象问题,而是市场准入问题。为此,安踏早已把可持续发展列为核心战略,面向消费者、员工、合作伙伴、社会与环境构建“五大共生”价值体系,提出“1+3+5”可持续战略蓝图,明确2050年前实现碳中和。

特步也选择把时间拉长来看。“成为可持续发展的领跑者,特步还将更进一步。”特步集团供应链系统副总裁张细祥在企业2026供应商ESG培训上表示,可持续发展是一场长期马拉松,企业愿持续做供应链的领跑者和赋能者。近年来,特步集团围绕守护环境、创作可持续价值链、以人为本三大核心支柱,系统推进集团绿色低碳可持续布局。

361° 将可持续发展理念深度融入企业运营的各个环节,建立健全常态化气候治理与节能减排工作机制,锚定长期可持续低碳发展方向,持续响应全球碳中和发展趋势。

石狮市鸿峰环保生物工程有限公司总经理蔡彩红深耕环保生物工程领域多年。她观察到,现在全球绿色贸易规则越来越严,海外采购越来越看重ESG,早期只有上市企业在做ESG,如今有不少中小企业也在跟进。“环保现在虽然是企业的成本项,但它也是企业的加分项,特别是对‘出海’企业而言。”

ESG写进企业发展战略后,更关键在于如何落到产品、供应链里。

产品端的绿色创新,已经从概念走进量产。安踏集团联合东华大学,研发出我国首款自研的高性能无氟防水透湿材料,并将成本控制在国际同类产品的三分之一。搭载这项技术的风暴甲冲锋衣,还创新性应用碳捕捉科技,将排放的二氧化碳废气转化为面料纤维,大幅降低碳排放,拿下了国际纺织联合会“可持续和创新奖”,是唯一获奖的中国品牌。正是依靠一项项绿色科技成果,目前安踏集团可持续产品占比已超过38%,每年有上亿件可持续产品走向消费者。

特步集团持续扩大再生材料应用规模,厦门马拉松跑者参赛服采用100%环保再生涤纶纱线,每件约消耗10个回收塑料瓶,生产环节碳排放减少约30%;目前再生聚酯纤维在部分产品线中的应用占比已达30%,并设定了“2030年超半数产品使用可持续材料”的目标。

361° 依托自主研发的CQT碳临界物理发泡技术,创新采用回收二氧化碳替代传统化学发泡原料,有效降低产品生产环节碳排放与环境负担。同时,持续推广再生环保面料、可循环材质在鞋服产品中的规模化应用,不断丰富绿色产品矩阵。

在供应链端,龙头企业的ESG要求将绿色发展理念沿产业链向上游传递。安踏建立了完善的供应商ESG计划,将环境、社会与治理标准纳入供应商准入与考核体系,带动超过130家供应商引入清洁及可再生能源。

361° 建立A至D四级供应商动态评价与管控体系,实行分级管理、优胜劣汰机制,推行原材料溯源及本地化采购,与本地供应商共建绿色走廊,有效降低长距离运输的碳足迹与物流成本。

特步的切入点落在纺织鞋服行业最敏感的化学品管控与碳足迹透明度上。2025年成为ZDHC(危险化学品零排放组织)成员后,特步带领供应商稳步提升ZDHC MRSL(生产限用物质清单)符合率,推动上游关键鞋业制剂供应商落地升级。截至目前,合计74支化学品成功取得ZDHC MRSL Level 3认证,为行业化学品管理的体系化发展树立示范作用。此外,召开供应商ESG培训,为供应商伙伴梳理标准化落地路径,共建绿色透明价值链。

ESG倒逼产业链绿色转型

企业持续的ESG投入正在转化为国际认可的评级成果。

安踏集团在明晟评级中连续提升至AA级,这是我国体育用品企业的最高评级。CDP(全球环境信息研究中心)气候变化评级获得最高级别的“A”等级,全球只有极少数的公司获此殊荣。

特步国际ESG评级同样位居行业前列,2025年在明晟评级中跃升至AA级,2026年评级调整为A级,Wind ESG评级达AA级,在碳足迹管理、供应链劳工管理、化学品安全等核心议题上得分持续提升。

361° 凭借全球化ESG治理体系建设和海外供应链合规管理的系统性实践,获得“出海ESG合规标杆奖”,其国际业务今年上半年零售流水同比上涨80%,跨境电商销售流水同比增长140%。

企业冲锋在前,政府搭台护航。面对国际绿色贸易壁垒,泉州政企协同搭建了多层次的应对体系。晋江纺织品入选全国首批产品碳足迹标识认证试点,晋江市构建起“标准引领+技术支撑+产业协同”三位一体的碳足迹标识认证体系,并联动机构和专家团队,攻克纺织行业碳核算边界模糊、数据采集难度大等技术难题,推动安踏、华宇、信泰等企业建立碳足迹管理体系,以此带动上下游企业开展产品碳足迹管理能力建设。此外,对获得产品碳足迹评估认证的企业,晋江市给予真金白银奖励,还推出排污许可权质押贷、碳中和债券等绿色金融产品,降低企业绿色转型成本。

今年7月份,在福建省、泉州市及晋江市市场监督管理部门的联合指导下,福建凤竹纺织科技股份有限公司正式取得中英文版碳排放核查证书,成功落地国际认证联盟(IQNET)框架下“一核双证、国际互认”创新服务模式。获得这张碳排放核查证书,意味着企业的碳排放核查结果可在IQNET全部成员机构范围内获得互认,相当于拿到了国际市场的“绿色通行证”,将有效助力企业应对国际绿色贸易壁垒,进一步提升产品在国际市场的绿色竞争力。

政企共筑绿色“出海”支撑体系

护航“国潮出海”

知识产权帮扶直达晋江市产业重镇

本报讯 (融媒体记者郭剑平)海外商标遭恶意抢注、跨境平台侵权应对难、“出海”前缺少FTO(自由实施)风险排查……一系列知识产权难题成为泉州外向型制造业企业拓展国际市场的拦路虎。近日,泉州市知识产权保护中心下沉晋江市产业一线,开展“知产护航国潮”专项调研帮扶,靠前化解企业涉外知识产权风险,为泉企“出海”保驾护航。

调研组先后走进鑫铭鞋材科技、兴翼智能装备、嘉年华婴儿用品等重点出口企业一线,近距离察看功能性鞋底研发、智能装备装配、婴童出行用品生产检测等环节,摸排企业海外专利、商标布局情况,针对商标抢注、平台侵权抗辩、FTO风险排查等高频痛点把脉支招。同时,联合晋江市市场监管局、商务局,同当地网商协会、跨境电商协会代表开展集中座谈,宣讲跨境知识产权惠企政策,推介海外知识产权纠纷应对指导泉州工作平台的公益性海外维权服务职能,引导企业运用商标监测预警、前置纠纷指导服务。与会代表围绕海外诉讼、平台取证、外观专利争议等难点提问,调研组逐一答疑指导,收集企业服务诉求。

据悉,该中心将持续聚焦纺织鞋服、先进装备、婴童用品等优势出口产业业,常态化走访帮扶,完善前置预警、协同处置机制,推动企业由被动应诉转向主动风控,以专业公益的知识产权服务护航泉州制造稳健“出海”。

《地理标志保护和运用“十五五”规划》印发

部署五方面重点任务

据新华社电 记者11月17日获悉,国家知识产权局日前印发《地理标志保护和运用“十五五”规划》,明确了“十五五”时期地理标志工作的目标指标、重点任务和专项工程。

规划提出,到2030年,地理标志全面赋能区域特色经济高质量发展,地理标志工作法治化水平进一步提高,保护更加有力,运用效益充分彰显,中国地理标志产品竞争力和国际影响力显著提升。

规划部署了五方面重点任务。一是深化地理标志领域改革,完善地理标志法律法规,优化地理标志审查认定,提升地理标志公共服务水平。二是加强地理标志监督管理,健全地理标志保护标准体系,强化地理标志特色质量管控,加强地理标志专用标志管理。三是提升地理标志保护水平,提升地理标志保护效能,加大地理标志执法力度,加强地理标志涉外保护。四是提升地理标志运用成效,强化地理标志品牌建设,发展壮大地理标志特色产业,强化地理标志综合运用。五是推进地理标志领域国际交流合作,积极推动地理标志国际规则完善和发展,积极推进与重点国家和地区的交流合作,加强中国地理标志全球推介。

同时,规划还设立了高质量推进地理标志标准化体系建设、高标准建设国家地理标志保护示范区、地理标志助力乡村全面振兴专项行动等3个专项工程。

1—9月南安市石材产业出口同比增长7.07%

“世界石都”转型更硬气

11月的南安市水头镇,记者走进当地石材企业斥资数百万元打造的常设展厅,看到来自国内外的客户在石材大板、奢石样品间驻足挑料,与企业工作人员对接设计思路。据不完全统计,第二十五届中国(南安)水头国际石博会集中展示期间(11月8日至10日),主展馆及80余个分会场联动成势,参观人流量超过10万人次,网络浏览量超3000万次。石材展厅常年敞开——“365天不落幕”的理念,正把会展流量沉淀为对接全球客户的常态。

今年以来,南安市石材产业出口企稳回升,奢石、超薄天然石、文创石材等高附加值产品出口保持较快增长,1—9月南安市石材产业出口同比增长7.07%,年内已有12家石材企业新增本地报关出口。业界如何判断南安市石材产业的未来走势?众多企业负责人的声音与行业数据指向同一个方向:产业共荣向上。

□融媒体记者 王宇静 文/图



石材展会已落幕,展馆全年开放持续迎来国内外客户。

全产业链聚于一域 企业发展有底气

“世界石材看中国,中国石材看南安。”弘一石业集团总经理、南安市女企业家协会执行会长戴玉音接受采访时说,“世界的泉州”对于企业而言,不仅要实现产品“出海”,更要促进城市文化、品质与全球的全方位对话。在她看来,“世界石都”水头从一个几乎不产石材的滨海小镇成长为整合全球石材产业资源的重镇,目前正悄然向“设计石都”“智造石都”迈进,用科技、设计和标准定义行业,让中国技术成为国际标准的一部分。未来,南安石材产业不仅要深度融入全球贸易和产业链,在文化表达和全球话语权上也要获得更大的觉醒与能见度。“把‘最硬’的石材产业做成自己的最强底气,使其在全球石材版图上的统治力经得起市场检验。”戴玉音说。

“世界的泉州,讲的是海丝文化传承下来的开放基因。”东升石业股份总经理王明显说,泉州企业敢于走出去,也善于把全球资源引进来;真正参与全球产业博弈,不只是把产品卖到海外,更是产业规划、供应链和品牌影响力参与全球市场竞争。水头镇本身不产石材,却成长为“世界石都”,正是泉州民营经济敢拼善赢的典型缩影。

企业家对石材产业未来向上发展的这份信心,来自水头镇完整的石材产业链:荒料进口、大板加工交易、工程配套、物流外贸,整个产业生态集中在当地;一代代石材人爱拼敢赢、抱团“出海”,早年就率先闯出直接进口海外荒料的路子;庞大的市场体量,让从业者懂矿山、懂加工,也懂客户需求。“有产业集聚、有人才、有市场需求,这就是敢对标世界产业的底气。”王明显说。

据了解,石材产业是南安市首个跨入千亿元级的支柱产业。截至2025年底,南安市有进出口实绩的石材企业152家,出口同比增长15.1%;南安石材成品占全省出口货源总量62%以上。一条贯通上下游的产业链,让水头镇在全球市场波动中始终站得稳、走得实。

向高端与绿色生长 转型升级谋长远

“要扛起产业升级的担子,把‘世界石都’的基础,转化为持续吸引全球矿山、人才和资源汇聚的沃土。”福建创力集团有限公司总经理、南安市青年商会会长吴文托认为,南安石材的品牌影响力还要继续向外传递。

吴文托说,年青一代企业家思维开放,积极拥抱数字化设计、跨界融合,南安市青年商会将带动石材青年抱团学习,跳出拼价格老路,向高端定制和石材美学应用转型,为中国石材树立高品质形象。下一步,南安市青年商会将继续深耕高端石材板块,依托商会平台带动青年开拓创新,助力水头镇从石材集散地走向全球石材产业新高地。

实现绿色化、数字化转型,需要同步夯实长远根基。近年来,南安市石材全产业链继续深化改造,金刚线锯普及率超75%,行业平均出材率稳定在87%,石粉减排成效持续巩固;加快培育本地外贸服务主体,保税仓储、外综服平台、外贸集聚区等载体陆续完善,为产业积蓄抗风险能力。把一块石头做成面向世界的长久事业,南安市石材产业正沿着高端化、绿色化、品牌化方向稳步向前。

广电总局、民政部:

确保广电视听服务覆盖全体老年人

据新华社电 记者17日从国家广播电视总局获悉,广电总局、民政部日前发布《关于进一步加强老年人广电视听公共文化服务工作的通知》,要求着力推动广电视听服务向基层下沉、向农村覆盖、向边远地区和生活困难群众倾斜,确保广电视听服务覆盖到全体老年人。

通知要求,支持有条件的地方根据实际情况,通过政府购买服务等方式为生活困难老年人提供有线电视免费或低收费服务;努力多出反映新时代老年人生活、老年人喜闻乐见的视听内容作品,在保持数量增长的同时,把提高质量放在重中之重的位置,将老年题材精品创作纳入广电视听领域各种政府评奖、专项扶持资金等评选范畴,争取每年推出一批优秀的老年题材精品节目栏目、电视剧、网络剧、微短剧、纪录片等。

通知要求,持续巩固深化拓展提升电视“套娃”收费问题和操作复杂问题治理工作,进一步解决好老年观众“看电视难、看电视烦”的问题;全面提升电视服务和操作体验,加快普及一个遥控器“一键看电视”,推广一体化电视、插入式微型机顶盒等便捷终端,推进超高清终端普及应用;大力改善农村地区看电视体验;同时,发布图文版电视收看“明白卡”,优化面向用户的功能和界面设计,完善电视大屏节目点播、回看、断点续看、倍速播放等功能,优化频道序号设置,方便老年观众收看。

通知要求,充分发挥广电内容+传播+服务的优势,依托有线电视基础设施、广电5G网络等资源,创新开展“广电+养老服务”,着力实施“智慧广电居家养老”行动,全面助力老年友好社会建设。