

61家晋企入选省科技小巨人企业名单

本报讯（记者 柯雅雅）近日，福建省科学技术厅公布2021年福建省科技小巨人企业名单，其中，福建信龙机械科技股份有限公司、伟志股份公司、易宝（福建）高分子材料股份公司等61家晋江企业入选。据悉，2021年以来，晋江市共计组织66家企业申报科技小巨人企业，同比增长88.57%。

“入选省科技小巨人企业名单是对我们企业科技研发实力的一种认可。”福建飞扬鞋材有限公司总经理柳飞扬告诉记者，公司早在几年前便注重对科技研发的投入，在产品上不断进行技术创新，“在大环境经济并不如意的背景下，科技创新成了我们在市场竞争中的一个有力筹码，今年我们也将持续对科研的投入。”

“这几年来，我们不论是产品架构、生产环节都以科技研发、技术创新为导向，从传统鞋材企业转型为科技型企业，不断增强企业的核心竞争力。”茂泰鞋材中心技术主管卢鑫告诉记者，入选省科技小巨人企业名单是企业科技实力的证明。

此前，福建也发布了关于落实科技小巨人企业研发投入奖励办法的通知，通知明确了科技小巨人企业研发投入奖励内容、奖励对象、奖励额度、奖励申请程序及违规处理措施等。明确具备“在2021年起获得科技小巨人企业资格认定的企业（不含厦门市）”“上一年度发生研发投入并实际享受研究开发费用税前加计扣除政策，且未申报研发费用分段补助的企业”“上一年度企业所得税申报表中的‘允许加计扣除的研发费用’达到100万元（不含）以上”“已获一次奖励的企业，后续年度研发费用投入应较上一年度增长20%以上的”等具备这四个条件的科技小巨人企业，享受研究开发费用税前加计扣除政策发生的研究开发费用实行奖励。

50多家企业申报省第四期百亿元中小微企业纾困贷

本报讯（记者 蔡明宣）近日，记者从晋江市工信局获悉，截至目前，已有三批合计50多家企业申请福建省第四期百亿元中小微企业纾困贷。

据了解，福建省中小微企业纾困贷自去年5月成立以来，已先后设立三期各100亿元规模的纾困贷。此外，第四期专项资金贷款，省级财政将继续安排贴息资金1亿元今年6月30日之前设立且符合条件的中小微企业可申请贷款。

“目前，第一期到第三期纾困资金中，晋江有300多家企业对接成功，累计放款金额20.7亿元，有效缓解了企业资金的暂时流行性困难，稳住就业岗位与订单。”晋江市工信局相关负责人表示。

受访中，不少申报成功的企业表示，中小微企业纾困贷通过直接减免贷款利息，为企业减少了部分在实际运营中的运营成本。然而，进入还款续贷期的企业仍面临融资困难，他们普遍希望银行授信额度可以不减。

晋江市工信局相关负责人表示，本次纾困贷设立的同时，省财政厅还就相关政策衔接提出了具体措施，着力打造立体式优惠贷款支持政策体系，帮助中小微企业持续获得融资支持。

据悉，省财政厅等五部门的通知要求，各主管部门、各家银行应积极引导有融资需求的企业，按程序申请创业担保贷款、商贸贷、外贸贷、科技贷、线上经济贷等政策性优惠贷款并予以支持。同时，持续关注前三期已获得纾困贷款的企业，鼓励合作银行以金服云平台数据为基础，继续为经营正常、无信用不良的前三期获得纾困贷款的企业提供无还本续贷等支持，满足其融资需求但不重复享受纾困贴息。已获得前三期纾困专项资金贷款的企业申请其他政策性优惠贷款的，各家银行应简化审批资料 and 流程，尽快完成尽职调查、授信审批。

除此之外，上述人士还温馨提醒，本期专项资金贷款重点向制造业、批发零售、外贸商贸、乡村振兴等行业领域倾斜。已获得前三期纾困专项资金贷款的企业不得重复申请第四期专项资金贷款；已获得其他贴息支持的贷款不重复享受贴息。本次专项资金贷款不限时间，在全省范围内，先申报先审批，百亿元补贴金用完即截止。

建陶行业专家晋江共话外墙饰面砖粘贴

本报讯（记者 王云霏）近日，由中国陶瓷工业协会组织的“关于限制外墙饰面砖粘贴”专题座谈会在晋江市磁灶镇召开。中国陶瓷工业协会副理事长兼秘书长侯文全、中国陶瓷工业协会瓷砖粘贴技术专业委员会、磁灶镇政府、福建省陶瓷行业协会、晋江建材陶瓷行业协会相关负责人，以及铭盛、华泰、豪山、国星、宝达、腾达、协进、祥达、宏华等外墙瓷砖和瓷砖胶生产企业代表参加会议。

据了解，日前，住房和城乡建设部工程质量安全监管司组织制定了《房屋建筑和市政基础设施工程淘汰危及生产安全施工工艺、设备和材料目录（第一批）（征求意见稿）》，该目录规定“面砖水泥砂浆粘贴工艺不得用于外墙饰面砖粘贴高度高于15米的工程”。该项规定也为外墙砖企业的发展带来极大挑战。

记者了解到，住建部工程质量安全监管司于7月1日-15日向社会公开征求了意见。中陶协瓷砖粘贴技术专业委员会在此期间提出了陶瓷行业的意见，但是从目前情况看，力度远远不够。

中陶协副理事长兼秘书长侯文全表示，关于如何解决外墙饰面砖粘贴安全问题，陶瓷行业尤其是外墙砖

行业、瓷砖粘接剂行业应拿出切实可行的解决方案，争取得到住建部的支持，有效地解决实际问题。

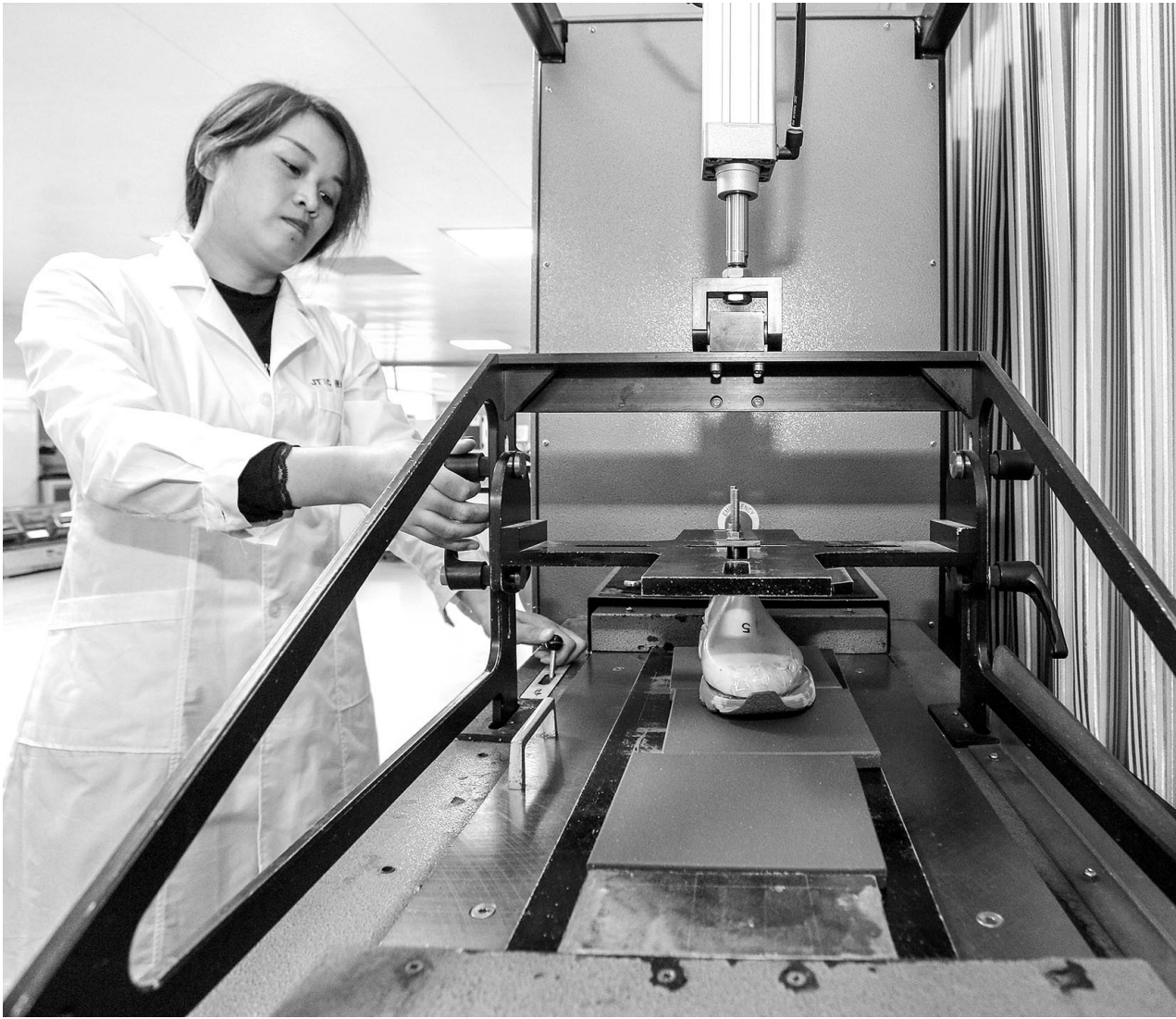
中国陶瓷工业协会瓷砖粘贴技术专业技术委员会执行会长赵振林对该意见稿的背景、进展情况进行概述，并就近期走访相关政府部门了解到的情况进行梳理介绍，为大家对事件的认知厘清方向。

中国建筑装饰协会标准专家委员会专家熊伟从材料安全角度，对建筑施工涉及瓷砖粘贴方面的相关标准、规范的下一步修订意见提出了建议，希望大家正视产业政策、材料及施工。

福建省陶瓷行业协会会长陈建新表示，外墙砖作为福建瓷砖企业的主打和亮点，希望借助产业政策能够实现产业转型升级，以标准保证品质，以品质占领市场。

会上，相关企业积极地围绕主题进行交流讨论，大家一致认为，在建筑行业，外墙饰面砖是一种重要的装饰材料，需要借鉴国内外许多成功的建筑案例，不断完善并解决外墙瓷砖安全问题。同时，应建立行业的诚信体系，坚持绿色低碳发展，保证瓷砖质量，降低粘贴安全隐患。

取消15米以上瓷砖和水泥砂浆贴使用而采用涂料代替，并非保证质量



茂泰鞋材工作人员进行产品研发。本报记者 董严军 摄

用原创设计拥抱“Z世代” 安踏推出多元运动#UNIT A BY ANTA#系列



“Z世代”代表性新锐青年身着安踏新品亮相。

本报讯（记者 柯国笏）近日，国内体育用品龙头企业安踏释出全新#UNIT A BY ANTA#系列，针对“Z世代”人群，打造一系列适应多元运动与生活场景的单品，开启未来运动想象。

据悉，#UNIT A BY ANTA#系列的命名，源自安踏的“UNIT A”概念，就是以未来视角去突破运动的想象。该系列的推出是安踏在体育文化领域深耕多年

的基础上，与“Z世代”人群的一次深度互动。

#UNIT A BY ANTA#系列打破了普通人对运动装备的传统印象。安踏邀请了时装博主秦讚霖蓉、舞蹈少年孙希伦、扑水少年王川、造型师张家衣、国际模特周淑婧、跨视觉艺术家可乐、篮球少年陈明、自由式滑雪运动员谷爱凌等能辐射“Z世代”的影响力者进行

穿着体验。这些不同领域的先锋个体，率先示范并演绎产品穿搭，以自身形象对品牌态度作出更深刻的表达，他们集结在一起，展现出冉冉上升的、属于年轻人的“UNIT A”文化社群。

该系列单品有安踏中文与ANTA英文拼写上下构成的崭新标识，涵盖了篮球、跑步、拳击及训练等多个运动场景的短袖、裤装、外套与配件等产品，并通过鲜活的色彩，表达“未来运动”这一主题。在服装细节上，采用了多处面料拼接、线条与变形图案、数字感服装印花、迷彩印花等动感元素，部分单品还采用去性别化的服装设计，打破消费者对安踏以往的刻板印象。

#UNIT A BY ANTA#系列也代表着安踏对未来的探索——数字化、三维空间、以光速进行时空旅行。此外，单品上所展示的语言代码也象征着每一位充满个性的“Z世代”个体。

安踏品牌副总裁朱晨晔表示，随着“Z世代”的成长与崛起，传统竞技体育不断吸纳年轻文化并积极创新，将迈入更兼容并包的新纪元。“Z世代”是当下运动多元化的重要推手，更是未来运动的定义者。安踏提出“UNIT A”理念，就是想借运动想象和年轻人展开更具时代意义的对话。

福建省陶瓷行业举行职业技能等级评价活动

本报讯（记者 王云霏）近日，由中国陶瓷工业协会和省陶协联合主办，泉州工艺美术学院承办的2021年福建省陶瓷行业职业技能等级评价活动（泉州地区）在泉州工艺美术学院举行。

记者了解到，本次活动为期3天，报名参加福建省陶瓷行业职业技能等级评价的共有143人，其中，高级技师27人、二级技师80人、高级工36人。该技能等级评价共设有理论考试、实操考试、答辩等三个考评环节，凡经过考评且考核合格的，将由中国轻工联合会颁发相对应的职业能力评价证书。

主办方表示，陶瓷行业职业技能等级评价活动的举办，将有利于加强陶瓷行业技能人才队伍建设，完善陶瓷行业高技能人才评价机制，优化人才成长环境，为陶瓷高技能人才脱颖而出提供平台。

罗山青创会开展大学新生帮扶活动

本报讯（记者 王云霏）近日，晋江罗山青创会为第五批帮扶的大学新生每人发放5000元助学金。

在当天举行的座谈会上，罗山青创会对考取理想院校的大学生们表达了祝贺。随后，受助大学生依次作自我介绍，并分享各自的大学学习目标和规划。

据悉，“金秋帮扶学子”是罗山青创会开展“六个一”活动的重要内容，五年来已累计帮扶困难大学新生36名，发放助学金18万元。罗山青创会表示，希望通过助学帮扶方式传递社会正能量，从而引导越来越多的社会热心人士、爱心企业家加入慈善助学的队伍中来。

喜多多营销案例获ADMEN国际大奖



赵露思代言喜多多。

本报讯（记者 刘宁）近日，“2021ADMEN国际大奖颁奖典礼”在创意星球网和网易平台云端直播间开播。其中，官宣代言人赵露思的喜多多《吃罐银耳，元气朵朵》整合营销案例获得2021年度ADMEN国际大奖整合营销类实战金案。

据了解，喜多多《吃罐银耳，元气朵朵》整合营销案例通过代言人360°合作模式，围绕代言人等方面资源，从产品、活动、传播、销售等方面赋能品牌重塑，并通过品牌势能、粉丝力量、助力渠道等方式“迎接”新生代消费者。该方案聚焦新一代年轻女性消费人群，联名知名历史文化IP颐和园，全面对产品线和品牌进行双重刷新，签约新生代小花赵露思作为品牌形象代言人，通过一系列交互式营销，对话新一代消费者，初步刷新喜多多年轻化的品牌形象。

ADMEN国际大奖组委会认为，喜多多《吃罐银耳，元气朵朵》整合营销代表着中国广告行业的创新与实战策略。组委会评定，该案例在策略创新和执行实效两个维度都具备市场指导价值，为中国广告行业乃至全球广告行业发展提供借鉴，符合ADMEN国际大奖评价标准。

据悉，ADMEN国际大奖创办于2003年，拥有“广告界的奥斯卡”之称，是一项聚焦全球传媒、文化创意产业的国际性奖项。发展至今，ADMEN国际大奖已全面覆盖全国及海外超2300个参赛品牌服务机构及超2000位广告主，累计收到上万件作品，遴选出具有代表意义的实战经典案例，见证了多年来中国广告行业的创新与发展。

喜多多方面表示，未来，喜多多将不忘初心，勇于承担品牌责任与担当，坚持传播快乐、传播喜悦、传播喜文化内涵，以创新驱动，持续引领中国罐装果粒饮料行业发展，迈向下一个辉煌。



客商挑选墙砖。本报记者 董严军 摄

安全的唯一办法，相关政策需因地制宜。

与会人员认为，除材料质量，施工规范对建筑的质量及安全影响至关重要，必须提升施工队伍的技术水平，严格施工工艺，保障工程质量，共

同推进瓷砖铺贴安全系统工程。

会议指出，企业间一定要齐心协力，积极发声，与政府部门、科研院所、建筑地产、工程设计、装修等部门加强沟通、合作，为制定施工标准和流程提

供更多数据与案例，共同寻求解决瓷砖铺贴环节问题之道，保证工程质量，保证民生安全，让政府各部门放心，争取将陶瓷文化继续在中国的建筑装饰上发扬光大。