

新磁灶

第62期 主办 | 晋江经济报社 磁灶镇党委、政府

共创共赢 聚力向前

“磁灶陶瓷”产业发展大会“干货”满满

本报记者 赖自煌 陈巧玲

1日上午，晋江市举办“磁灶陶瓷”产业发展大会。作为第五届中国（晋江）国际家装建材博览会的重要配套活动之一，该大会受到广泛关注。

中国建筑卫生陶瓷协会、中国陶瓷工业协会、中国轻工业联合会、福建省、泉州市、晋江市相关领导，以及300多名企业代表、来自12个国家的22名国际采购商等参加活动。

会上，进行了“中国陶瓷名镇·磁灶”授牌；同时，启用“磁灶陶瓷”地理标志证明商标并授权首批企业。此外，现场还成功签约一批项目，并邀请行业专家、优秀企业家代表等作主题演讲，可谓干货满满。

获评“中国陶瓷名镇”

磁灶陶瓷产业再添新助力

“中国陶瓷名镇·磁灶”荣誉由中国轻工业联合会与中国陶瓷工业协会组织专家实地考察，并经中国轻工业联合会会长办公室审定颁发，有效期四年。

磁灶自南朝开始烧制陶瓷，距今已有1500多年，是中国陶瓷发源地之一。

宋元时期，磁灶成为泉州外销陶瓷的重要生产基地。辖区有古窑址26处，其中金交椅山窑址和土尾庵窑址、蜘蛛山窑址、童子山窑址并称“磁灶窑址”，2006年被国务院公布为全国重点文物保护单位。2021年，磁灶窑址（金交椅山窑址）作为“泉州：宋元中国的世界海洋商贸中心”出口商品生产的代表性遗产要素，被列入世界文化遗产名录。

改革开放后，磁灶陶瓷产品由碗、缸等日用陶瓷成功向建筑陶瓷产品转型，并迅速发展壮大。截至2022年底，磁灶镇有陶瓷建材企业200余家，其中规模以上企业73家，生产线165条。工业产业支撑也带动商贸发展，该辖区拥有海西建材家居市场、天工陶瓷城、世华、东山、阔兴等五大建材陶瓷专业市场，年交易额达150亿元以上。

“‘中国陶瓷名镇·磁灶’荣誉，将为磁灶陶瓷产业的发展带来新的助力。”磁灶镇党委书记蔡文卿表示，借力品牌效应，磁灶将继续在陶瓷产业做大做强上下工夫，努力实现产业规模、质量双提升，积极推进延链补链，构建以建筑陶瓷为特色，多品类陶瓷协同发展的产业新格局；加强产学研合作，加大科技创新投入，提升工艺技术水平，不断提高产品的质量和附加值；加强品牌培育，提高文化内涵，丰富宣传手段，积极参加行业活动，拓展国内外市场，不断提高磁灶陶瓷的影响力；加快谋划检测、认证、创意设计等公共服务平台建设，强化人才队伍建设，做好陶瓷技能人才的职业能力培训、评价工作，为区域经济发展和中国陶瓷行业发展做出更大的贡献。

- ① 颁发“中国陶瓷名镇·磁灶”牌匾。
- ② “磁灶陶瓷”地理标志证明商标启用。
- ③ 磁灶镇与德化县浔中镇、南平市水吉镇达成战略合作。



晋江市“磁灶陶瓷”产业发展大会现场。



“磁灶陶瓷”地理标志证明商标启用

打造区域名片 提升核心竞争力

“磁灶陶瓷”地理标志证明商标不仅代表磁灶，更是晋江的商标名片。它是有“魂”的区域品牌，在于1500多年的制陶历史，更在于陶瓷背后的文化底蕴。

借力磁灶窑址的世遗品牌效应，磁灶持续深挖千年制陶历史底蕴，从建陶产业延伸文旅产业，以“世遗+文创”的切口为“磁灶陶瓷”赋能，形成多种业态相互渗透、互为支撑的产业集群，让磁灶陶瓷产品更有韵味。同时，借助“磁灶窑”世界文化遗产“舞台”，结合金交椅山窑址遗址公园规划，建设陶瓷文化创意产业园区、龙窑柴烧传承体验基地、大师工作室等陶瓷文化创意项目，开发文创产品，磁灶正实现陶瓷制造产业和文创、旅游产业的融合发展。

晋江作为全国四大建陶生产基地之一，近年来，在“晋江经验”的引领下，建陶产业实现逆势增长，彰显强大韧性，规模、质量、效益不断提升，去年产值超600亿元，正朝着千亿级产业稳步迈进。

今年以来，晋江市积极推动“磁灶陶瓷”地理标志证明商标市场化运营进度，制定《晋江市关于促进“磁灶陶瓷”地理标志推广的若干政策措施》，旨在支持企业规范使用商标和开展品牌宣传，通过地区品牌的保护、推广和运营帮助本地产品提高市场竞争力。与此同时，磁灶镇政府联合磁灶商会编制《T/CZCC 001-2022 地铺石瓷砖》团体标准，按照《“磁灶陶瓷”地理标志证明商标使用管理规则（试行）》，严把陶瓷产品质量关，切实将“磁灶陶瓷”品牌优势转化为产品优势、市场优势和价格优势，全面提升建陶产品的市场知名度、核心竞争力，着力助推产业大发展、快发展、上水平。

大会现场，9家晋江陶企成为首批授权使用“磁灶陶瓷”地理标志证明商标的企业。



“引进来”+“走出去”

整合产业资源 迈向高质量发展

围绕“深学争优、敢为争先、实干争效”行动和晋江市“1+6”专项行动部署，大会现场还成功实现一批项目签约，通过“引进来”和“走出去”整合产业资源，助推晋江陶瓷产业迈向高质量发展。

引进来，与咸阳陶瓷研究设计院战略合作，打造建筑陶瓷产业公共服务平台，发力功能技术改造，推动建筑陶瓷转型为“功能陶瓷”，提升透水、防滑、保温等功能，尝试跨界能源、机械、汽车、电子、化工等工业陶瓷领域，引领产业创新升级；与德化县浔中镇、南平市建阳区水吉镇战略合作，力促陶瓷名镇协同发展，借此实现区域资源优势互补，构建区域协调发展新格局。

走出去，与菲律宾环球建材城合作，打造菲律宾晋江建材陶瓷销售中心专区，就菲律宾晋江建材家居展销中心内设立磁灶建材陶瓷展销专区开展合作，助力晋江陶瓷走向国门、打开海外市场；与安溪家居工商会战略合作，力促产业协同发展，通过加强晋江市与安溪县的友好往来、经济交流，进一步推动晋江建材产业与安溪家居工艺产业交流合作与经贸往来，实现区域优势互补和共同发展。

面向全市建筑陶瓷企业、福建省九地市28个专业建材市场、在外经销大军及外贸企业等对象，大会还通过有效资源整合，新增签约产能整合、委托贴牌、经销采购等项目28个。其中，产能整合签约项目3个，共整合古建筑、外墙、陶瓷产品等生产线14条；委托贴牌签约项目14个，金额3.5亿元；经销商采购签约项目11个，金额3.6亿元。

“产业资源整合只是磁灶助推陶瓷产业高质量发展的第一步。”磁灶镇镇长李友加说，立足产业现状，磁灶镇下一步将通过“升级一批、转移一批、淘汰一批”产业升级战略，引导龙头企业推进兼并重组，开展国际化品牌并购，做大做强，进一步提高产业集中度；鼓励成长型优势企业加快推进技术改造、创新研发，加快承接先进地区的产业转移，引导劣势企业、落后产能通过关闭、减产、转型等方式有序退出市场。同时，有效整合城镇功能，在空间资源上下工夫，助推产业集聚发展。

大会期间，主办方还邀请国内陶瓷行业优秀人才分享品牌运营、跨境营销、供应链等方面经验；邀请多所高校建筑学院的师生来参观，借此加强行业内对标交流，提高专业素养，促进共同成长。

陶企“花式”闪耀晋江家博会

本报记者 王云霏 张晋福

昨日，第五届晋江家博会进入展程第二天，展馆内容商流量依然可观。记者走访现场发现，参展的晋江陶瓷企业在产品、营销等方面各具特色，以诚意十足的表现迎接市场和商机。

个性化展位“引流”

劳斯莱斯入场，美女模特助阵，热销的幕墙砖分类陈列，整体搭建出住宅和庭院的轮廓……开展两日以来，祥达陶瓷个性鲜明的展位在社交平台斩获了不少的热度。祥达陶瓷总经理吴灿阳介绍，展位的整体设计思路为展示高品质生活，这正是其品牌希望传递的消费理念。

近两年，祥达陶瓷进军幕墙砖领域，可生产15mm、18mm、20mm厚度的幕墙砖，日产量达1.2万平方米，具备锈石、干粒、仿古、哑光、微柔光、柔光等多种工艺。记者了解到，幕墙砖作为天然石材的替代产品，在展现同样外观效果的同时，造价仅为石材的三分之一，且具备更高的抗折强度，可广泛应用于楼宇或高端住宅的外墙装饰。

在本届展会上，同样人气爆棚的还有山美瓷砖，其展位入口处的“抹茶兔”马赛克拼图色彩鲜明，萌趣十足，吸引了众多采购商拍照“打卡”。记者了解到，该款产品申请了春节期间泉州火爆的“蛸埔蟹花兔”IP形象授权，由山美瓷砖设计师吴郡琳结合马赛克产品进行设计和配色。“设计这款拼图的初衷是让消费者关注到相对小众的马赛克产品，没想到‘引流’效果这么好，远远超出预期。”吴郡琳说，很开心看到大家喜爱这款产品，并主动进入展位参观问询。

差异化产品“吸睛”

如今，福建建陶产区已告别了单一的外墙砖为主导的局面，企业紧抓行业发展趋势和消费者需求，打造出差异化产品，提升竞争力。

展会现场，颜色丰富、造型各异的生态陶板产品吸引了不少关注，而这正是华泰集团的拳头产品，在日前工信部公示的绿色制造名单中获评“绿色设计产品”。在生产工艺上，该产品省去了建筑采暖制冷的能耗费用，由于结构中空，重量只有相同面积石材的三分之二，减少了建筑体的承重量，具有吸热、防潮、降噪、环保、节能等优点。

无独有偶，豪山建材也展示了与清华大学、武汉大学、咸阳陶瓷研究所等科研院所共同研发的节能超轻质陶瓷砖系列产品。

该公司总经理苏子杰介绍，这款产品整体重量只有传统陶瓷砖的三分之一，可以轻松漂浮在水面上，并且集保温、节能、降噪等多种特殊功能为一体，能够有效地减少室内温度流失，同时阻隔外部温度进入，减少能耗。由于自重轻，该产品施工方便，可点挂、干挂、湿贴及干湿混贴。“在日新‘内卷’的市场竞争中，我们致力于通过持续创新，打造具备功能性的差异化产品，挖掘第二曲线。”苏子杰说。



数字化成果“亮剑”

数字智能是本届展会的亮点之一。在晋江新建兴机械设备有限公司的展位上，各式各样的工业机器人忙碌地运作着。该公司总经理吴琳琳介绍，这些工业机器人可广泛应用于陶瓷搬运、码垛和上下料等。

值得一提的是，新建兴与中国电信联合开发了“陶瓷云”5G智能平台，利用5G、大数据、人工智能、云计算、物联网等新一代信息技术优势，实现远程维护、异常告警、故障诊断等创新运行模式，从而提高机械设备的售后运维管理效率，降低人工运维成本。

“陶瓷云”智能平台自开发上线以来，在陶瓷行业收到了积极反馈，建华陶瓷就已经与其实现深度合作。建华陶瓷总经理吴思旭介绍，公司近年来积极转型升级，目前各生产流程已基本实现数字化，不仅可以实时采集生产数据，还节约了30%的用工。目前，建华陶瓷在加紧进行各流程的串联，预计今年年底或明年年初

可实现全生产流程的数字化管理。

推动数字化转型升级也是华泰集团今年的发展重点。“我们已经与中国电信晋江分公司达成战略合作，项目已在推进中。”华泰集团董事长助理陈岚波告诉记者，该项目将在生产方面，针对窑炉、挤出机等关键生产设备进行数字化改造和可视化，再与其他设备进行数据信息联动；在管理方面，将通过数据流程的精益管理实现节能降耗、降本增效，助推企业走向高质量发展。

特步集团鞋科技创新中心高级总监林敏清表示，特步希望借助与高校合作，把高校对材料等的基础研究，转化为能够应用的科学技术，帮助特步给消费者提供更舒适、更健康的产品。这也是特步未来的整体布局。

特步和北京化工大学成立新材料联合创新中心

本报讯（记者 柯雅雅）日前，“北化一特步新材料联合创新中心”签约仪式暨校企合作交流座谈会在北京化工大学举行。据悉，双方将建立战略合作关系，在新材料、绿色化工及低碳环保等方面展开深入合作，持续不断升级跑鞋性能。

2022年9月，特步主品牌发布“世界级中国跑鞋”全新品牌定位，明确将跑步赛道作为品牌未来聚焦发力点，并计划在未來10年投入50亿元助力中国路跑事业，包括产品研发创新、赛事及运动员支持、跑步群体运营支持等。

跑鞋性能的不断f提升，关键在于材料和科技的不断创新。北京化工大学的化学、材料科学2个学科位列ESI排名前1‰，该校的科研能力将为特步的自主研发提供更多前沿的理念和科技。

北京化工大学材料科学与工程

快手电商实战运营交流分享会举行



本报讯（记者 施琳妹）近日，快手电商实战运营交流分享会在晋江鞋都电商城举行。

据悉，活动由泉州市电子商务协会指导，北京快手科技有限公司主办，鞋都电商城、中国鞋都电商创业园党支部承办。活动旨在帮助晋江鞋都电商城园区电商商户了解各大电商平台的最新玩法和平台政策，助力电商发展。

活动上，晋江鞋都电商城园区联合快手电商官方团队就电商平台政策、实战运营经验等方面进行分享交流。快手官方团队为园区商户带来平台数据解读、平台热销品类趋势、实战运营分享、行业专家经验分享等运营干货。

其中，快手童装童鞋行业专家张伟霖带来快手服饰行业趋势及新商家政策分享；快手商业化运营专家潘雪讲解“快手商业化磁力金牛”，并带来了商业化政策分享；快手商业化运营专家高晓静带来了“快手商业化磁力金牛”分享，助力新商家快速冷启动；超叔家童鞋的嘉宾则带来了产业带商家心得分享。

“直播抢占流量，要懂得利用好平台高频营销大促场景，利用好各季度营销话题，如年货节、情人节、‘三八’大促、双旦好物节等。”张伟霖说。

潘雪建议商家要把握好平台的政策，抢占扶持先机。“‘快手磁力金牛’会针对不同阶段达人商家，根据大促节点定期推出对投基金等多元化的激励政策。”

高晓静认为，宝妈群体是母婴类目的购买主力。母婴用户需求繁盛，母婴创作者应加速入局，快手母婴行业市场潜力巨大。

在超叔家童鞋方面看来，做直播带货，一定要“脸皮厚”。“直播间的氛围影响着用户的购买欲望。做直播，要享受你的热情留住用户。”

快手团队活动结束后，现场开启答疑环节。快手电商运营专家与在场商户进行沟通交流，商户积极提出自己的相关疑问，专家们逐一为商户解答。