



晉江經濟報微信公眾號



晉江商人微信公眾號

2024年8月22日 星期四
農曆甲辰年 七月十九

JINJIANG ECONOMY NEWS

晉江經濟報

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版

第3892期

十年磨一劍 騰挪促發展

晉江：在城市中央守護萬畝良田

本報記者 曾舟萍



九十九溪作為晉江市境內第一長河，因沿途支流眾多而得名，宋元時期曾是磁灶陶瓷外銷的“黃金水道”，是晉東平原重要的灌溉水系。如今，它是綠色生態、親水自然和鄉愁野趣的好地方。

近日，九十九溪田園風光項目指揮部傳出一個好消息——田園風光項目將於10月1日試運營。項目地處九十九溪流域下游，東南側毗鄰沈海高速，總規劃用地10855畝，涉及池店、磁灶、梅嶺和西園4個街鎮13個村（社區）。項目核心區規劃面積約1800畝，力圖打造集現代化農業發展、觀光旅游、休閒養生等多功能於一體的生態農業示範區。

在城市中央守護萬畝良田，拒絕城市化的“誘惑”，田園風光項目是晉江市大力推進盤活利用低效用地的典型。

綠與紅 十年項目展新顏

從晉江市中心世紀大道驅車約5分鐘，即來到位於池店鎮池店村田洋自然村的九十九溪流域田園風光項目核心區。但見萬畝田園一望無際，天空清澈湛藍，棉花雲映照進波光瀲灩的溪水，“閩南紅”與“稻田綠”相映成趣、美不勝收。

然而，眼前這片“城、村、山、水、田”交織的核心區域，也曾面臨“命運”抉擇。

十多年前，隨著晉江城鎮化的大步推進，九十九溪流域下游的部分農田、村莊面臨着是否進行商業開發的選擇。對此，晉江給出的答案是——保護，不改變其基本農田用途，探索打造一個基於農業用途的全新項目。

以高水平規劃引領高質量發展。2014年初，晉江特邀中國首位普利茲克建築獎獲得者——中國美院建築藝術學院院長王澐教授主筆田園風光項目的規劃設計工作。此後，該項目被定位為“都市浪潮前的城中央田園”，在對原有建築進行“少量拆除、重點改造、部分新建”，完整保留村莊風貌的基礎上，着重發揮游憩休閒、生態調節、三產融合的重要功能。

作為晉江市農文旅“三位一體”協同發展項目，田園風光項目核心區從規劃到建設歷經十年。目前，項目核心區村落主街、度假酒店、水系及游船碼頭、種植體驗區、游客服務中心等建設正如火如荼進行。河道景觀、道路綠化、景觀廊橋、停車場等配套設施也已完善。

“眼下，施工、設計等多個單位正在抓緊開展聯合施工、交叉施工等，加快項目建設，確保核心區商業主街樣板段以東範圍于10月1日試運營，并于12月21日（冬至）正式對外常態化經營。”項目指揮部工作人員陳崢嶸介紹，目前核心區的1號、2號入口已完成，主街已完工16棟房屋改造工作，還有21棟房屋正在施工中。

項目建設步穩蹄疾，運營準備緊鑼密鼓。“為了10月份順利試運營，現在，菜田裏馬蹄、玉米等部分作物已經種下，希望到時候為游客帶來更好的體驗。”項目策劃工作負責人王小嬌說，目前，核心區已經啟動試驗田的規劃落地工作，村落主街部分自營業態已具備籌備條件。屆時，還將設置臨時游客服務中心，為游客提供各項服務。

騰與挪 發展提質并肩行

十年磨一劍，對於講究“快”的晉江人來說，似乎有些“慢”了。但見過這片新土地的人都會說：“值得！”

昔日的田洋，農田有的撂荒，有的租給他人種菜，田埂縱橫、碎片化嚴重。項目落地後，通過土地流轉、拆舊復墾、土壤修復等方式，將零散雜亂的農田歸攏在一起，實現了“小田變大田”。

“耕地質量等級平均提高了2~3級，農業種植效益提高了30%以上。”池店鎮鎮長、田園風光項目指揮部辦公室主任蔡清渠介紹，項目通過復墾低效用地、整理閒置農用地，開展高標準農田建設，解決了1000多畝“非糧化”土地的復耕。此外，項目還規劃建設新型農村集居住宅等，解決宅基地零散分布和低效利用問題，使建設用地更加集中集聚，鄉村生產、生活、生態空間布局進一步優化。

在晉江市委、市政府的高度重視和大力支持下，池店鎮在全力推動田園風光項目核心區建設的同時，積極推進低效閒置用地盤活、提高土地利用效率工作，并通過進一步騰挪空間，向土地存量要發展增量，推動經濟實現質的有效提升和量的合理增長。

目前，池店鎮共有盤活利用低效用地項目35個，涵蓋一、二、三產業。每一個項目，池店鎮都深入分析存量用地及低效用地現狀，詳細核對上位規劃，充分論證項目用地類型和規劃用途的匹配性、合理性，并深入挖掘項目“癥結”，按照一項目一政策，解決一批項目“老問題”。

接下來，池店鎮將繼續積極落實盤活利用低效用地政策，加快“騰籠換鳥”，進一步促進產業升級、提高發展質量。

擴大受助面 小學至大學全覆蓋
晉江為41名見義勇為人員子女發放助學金15.98萬元

本報訊（記者 沈茜 通訊員 林新穎 李衛俊）20日下午，晉江市見義勇為協會、晉江市慈善總會聯合舉行2024年度助學儀式，向41名見義勇為人員子女發放助學金15.98萬元（人民幣，下同）。其中，晉江市見義勇為協會發放助學金9.94萬元、晉江市慈善總會發放助學金

6.04萬元。據悉，這是晉江市見義勇為協會自2013年開展助學以來助學人數最多、受助面最廣的一次。

記者了解到，本次助學活動由考上大學或在讀大學的見義勇為人員子女擴大到家庭困難的見義勇為人員子女，從小學到大學全覆蓋。這是晉江市見義勇

為協會自2013年開展助學以來助學人數最多、受助面最廣的一次。

歷年來，晉江市涌現出了222名見義勇為先進典型，生動詮釋了社會主義核心價值體系的豐富內涵，展現了崇德向善的社會主義道德風尚，彰顯了新時代晉江人民的良好精神風貌。

泉州舜裔宗親助學項目
發放助學金27.5萬元

本報訊（記者 曾舟萍 陳巧玲）20日上午，泉州世界舜裔宗親聯誼總會、晉江羅山舉辦金秋助學活動，向55名困難宗親學子發放助學金27.5萬元（人民幣，下同）。

“我們希望為困難宗親學子獻上一份愛心，為社會、教育事業盡一份綿薄之

力，所以成立了泉州舜裔宗親助學項目。”泉州世界舜裔宗親聯誼總會會長陳建福表示，希望學生們帶着宗親的關心和關愛，好好學習、天天向上。

“非常感謝宗親長輩對我們的關懷，他們心系桑梓的胸懷令人敬佩。”受助學生陳安琪表示，進入大學後，將

努力學習，并在課餘生活拓展興趣愛好，全面發展，不辜負宗親長輩的厚望。

據悉，泉州舜裔宗親助學項目于2016年發起，截至目前已幫扶502名學子，發放助學金251萬元。該項目已成為泉州世界舜裔宗親聯誼總會慈善工作的重要內容之一。

晉江英林洪氏大宗理事會
開展第31屆獎助學活動

本報訊（記者 王昆火）20日，晉江英林洪氏大宗理事會教育基金會舉行第31屆大學生獎助學金頒發儀式，共發放獎助學金40萬元（人民幣，下同），268名考取大學及研究生的學子受到獎勵。

儀式前，英林洪氏大宗理事會組織學子們到洪氏祠

堂重溫家風家訓，激勵他們不忘初心、奮力前行。

“第一次參加宗族活動，感受到宗親長輩的熱情與厚愛，感恩洪氏大宗理事會的鼓勵和鞭策。”考取中山大學的英林村學子洪巧薇告訴記者，大學是新的起點，她將懷揣夢想，銘記恩情，努力學習，回報家鄉、回

饋社會。

英林洪氏大宗理事會副秘書長洪祖添介紹，英林洪氏大宗理事會教育基金會從1994年開始，已連續31年為英林、龍湖、金井、東石考取高等院校的洪氏子女發放獎助學金，截至目前，共獎助學3970人次、發放獎助學金529.3萬元。

晉江產經商訊

主辦/《晉江商人》雜誌

恒安國際公布中期業績
淨利潤14.09億元
同比增長15%

本報訊（記者 柯國笠）19日，晉江企業恒安國際發布中期業績，截至2024年6月30日，該集團整體收入達118.36億元（人民幣，下同），經營利潤同比大幅上升約11.4%至18.96億元，公司權益持有人應占利潤（即淨利潤）約14.09億元，同比大幅上升約15%。該公司預期，今年下半年收入將較上半年繼續提升。

此外，恒安國際每股基本收益約1.234元，擬派中期股息每股0.70元，總派發金額為8.13億元。

根據公告，恒安國際上半年經營利潤及淨利增長明顯，主要是因為原材料成本下降、匯兌虧損減少，以及產品升級，從而推動了集團三大業務的毛利改善及集團整體利潤上升。

今年上半年，中國國內個人護理產品消費市場競爭激烈。恒安深挖優質個人護理產品需求增加及消費渠道碎片化所釋放的消費潛力，通過有效的穩定價格策略，并推動產品持續升級及高端化，深入拓展電商平臺及新零售渠道，同時促進傳統渠道的銷售及拓展新的增長點，實現了全渠道銷售效益不斷提升。其中，電商及新零售銷售占比上升至約32%，同比增長約6.5%；高端紙巾系列“絨立方”、紙尿褲系列“Q·MO”、衛生巾系列“天山絨棉”等重點升級產品及高端產品銷售同比增長超10%，在銷售額中的占比持續提升。

恒安方面表示，今年上半年，恒安集團整體毛利大幅上升約3.9%至約39.36億元，毛利率上升至約33.3%。下半年，該集團預期，高端高毛利產品將持續取得顯著增長，從而保持穩定的利潤和營收增長預期。

特步上半年營收72億元
增長超10%

本報訊（記者 柯雅雅）20日，特步國際發布2024年度中期業績報告。報告期內，特步營業收入72.03億元（人民幣，下同），同比增長10.4%；經營溢利增長10.9%至10.94億元；普通股股權持有人應占溢利7.52億元，同比增長13%；毛利率增長3.1個百分點至46%，每股基本盈利29.66分，擬派中期股息每股15.6港仙。

成績的取得，得益于特步多品牌戰略的有效實施及在跑步領域的深耕細作。特步主品牌憑借在跑步領域的優勢，結合中國最大跑步生態圈的支持，以及與索康尼、邁樂等品牌的協同效應，在大眾運動、時尚運動、專業運動等多個領域持續發力，不斷提升市場份額，拓展潛在顧客群體。

其中，在大眾運動領域，特步持續擴大產品矩陣和價格帶，為消費者提供高性價比的專業體育產品，滿足不同層次、不同需求的消費者。這一策略取得了顯著成效，大眾運動分部收入上升6.6%至58億元。

同時，特步還通過贊助馬拉松賽事、設立跑步俱樂部等方式，強化品牌與跑步專業性的聯系，成功提升大眾跑鞋的受歡迎程度。至今為止，特步贊助的中國運動員共獲得408項馬拉松冠軍并打破國家紀錄；特步主品牌通過67家特步跑步俱樂部，為超過210萬特跑族會員提供一站式專業跑步服務。

上半年，特步兒童業務表現優異，繼續推動特步主品牌的增長。截至6月30日，特步兒童在中國內地共有1706家門店。