

第四届全国循环经济与减污降碳大会将在晋江举办

本报讯(记者 柯雅雅)日前,记者从晋江市科技局获悉,8日—10日,第四届全国循环经济与减污降碳大会暨东南轻工纺织服装产业新质发展成果对接会将在晋江召开。

据悉,这是该大会第一次在县域城市举办。届时,殷宁、曹金平、陈勇、蒋剑春等中国工程院院士,以及众多学者、嘉宾将齐聚晋江。

本届大会以“循环共享、减污降碳、新质发展”为主题,围绕产品生态设计、源头减量清洁工艺、工业固废/危废增值利用、城市矿产高质循环、有机固废高效转化、纺织服装高质量发展等八大主题,设置11个分会场,开展综合性、高水平学术交流和科技推介,共同探讨科技创新与成果转化。

值得一提的是,本届大会结合晋江产业特点,打造纺织服装新质生产力发展主题分会场和全国循环经济与减污降碳成果主题发布会,从学术报告和成果发布两个场次进行全方位对接。同时,国家重点研发计划“循环经济关键技术及装备”重点专项总体专家组专家将莅临现场进行国家重点研发项目及奖项申报指导,助力纺织服装行业在绿色低碳方面转型升级,构建高质量韧性人才供给体系,提高纺织服装产业核心竞争力,推动晋江产业高质量发展。

据了解,本届大会由国家自然科学基金委员会工程与材料科学部、科技部中国21世纪议程管理中心指导,中国有色金属学会、中国科学院过程工程研究所、北京工业大学、矿冶科技集团有限公司、福建师范大学、中国皮革制鞋研究院有限公司等单位联合主办,中国皮革和制鞋工业研究院(晋江)有限公司等单位承办。



研发投入逐年增加 川亚机械追“新”逐“智”

本报讯(记者 吴晓艳 陈巧玲)日前,省工信厅公布新一批省级专精特新中小企业名单,泉州市川亚机械设备有限公司凭借在机械制造领域的专业化、精细化、特色化和创新能力,榜上有名。

“此次通过专精特新中小企业认定,是对川亚机械技术创新能力的认可,也是对我们整个团队的巨大鼓舞。”川亚机械总经理袁建华表示,公司将以此为契机,加速推进产品升级,不断提升企业核心竞争力。

走进川亚机械生产车间,一片繁忙而有序的景象映入眼帘。工人们正紧锣密鼓地

组装各类机械设备,一台台崭新的鞋机设备整装待发,即将交付客户。与此同时,研发团队也在紧张地进行新设备的测试工作,不断精细调校,以确保产品性能和品质达到最优状态。

“这是我们去年开始研发的新设备,目前已进入测试阶段。”袁建华介绍,新设备集冷热压、真空吸塑、高频等功能于一体,能够进一步压缩生产周期、降低企业成本,“该设备预计能将单片材料的处理时间从之前的四五十秒缩短至20秒左右;同时,还能实现对局部材料的精准加热,提升产品品质与舒适度,使后期制作出的鞋子有更好的穿着体验。”

近年来,川亚机械始终着力提升自主创新能力,加快培育发展新质生产力,实现了从“跟跑”到“领跑”的跨越发展。“公司的研发投入逐年增加,今年以来,研发领域的投入已达到去年的两倍。”袁建华说,截至目前,川亚机械自主研发了多款行业首创设备,包括多相机定位智能视觉打印画线机、网布真空吸塑机、多功能精密热压机等,不断突破技术壁垒,推动产业升级。

袁建华表示,近年来,智能化、精细化产品的市场需求

晋江市市属国有企业人工智能与数字化转型专题培训班举行



本报讯(记者 唐淑红 欧阳星)为进一步提升国有企业对人工智能与数字化转型的认知和应用能力,推动企业转型升级步伐,加快培育壮大新质生产力,构建高质量发展的新优势,近日,一场市属国有企业人工智能与数字化转型专题培训班在晋江举行。

本次培训班由晋江市委国企工委、晋江市财政局主办,晋江建投控股集团承办。培训为期3天,采用“专家授课+现场研学+讨论互动”的教学模式,邀请人工智能与数字化转型领域的资深专家进行授课,课程内容涵盖数据资产入表、智改数转策略、数据安全实践、人工智能赋能、大数据应用等多个方面。

参训人员还前往中国电信5G智能展厅、万物智联华为云智能展厅、鸿官通信智慧家居馆等参观学习,了解当前通信与信息技术领域的最新发展成果及企业在智慧化和智能化等方面的应用。

近年来,晋江市委国企工委、市财政局及市属国有企业积极响应市委、市政府号召,将数智赋能作为推动产业转型升级的核心战略,全力推进国有企业数字化转型工作。同时,晋江市属国有企业紧跟上级步伐,在智慧园区建设、数字化管理平台构建、大数据分析运用及云计算技术融合等方面积极探索并取得实质性成效,为推动企业高质量发展提供有力支撑。

下一步,晋江国资国企将积极借鉴国内外领先企业的成功经验,努力推动国有企业数字化转型,加快形成新质生产力,为创新发展“晋江经验”注入新的“数智”动能。

汇科创精英 谋创新发展 三创园双创孵化系列活动举行

本报讯(记者 柯国笠)11月1日,为营造良好的企业家、人才交流互动氛围,晋江市三创园第195期双创孵化系列活动暨第七期创业私董会在园区举行。

活动邀请了三创园多位企业、平台科创精英,专业投资专家,围绕“创新、研发投入与高质量发展”及“三创园入驻平台与入孵企业的协同发展”两大主题,从人才、技术、市场、惠企政策等多个方面展开深入交流与探讨。

晋江市三创园相关负责人表示,双创孵化系列活动、创业私董会是园区增进企业、平台互通互联的常态化举措,希望通过打造“社群圈”,激活“创新朋友圈”。作为晋江市重要创新平台,三创园将持续为企业家、人才打造优质的创新创业环境和政务服务。

在讨论环节,华为(晋江)工业互联网云孵化中心、中关村硬创空间(晋江)科技有限



公司、抖瀚科技(福建)有限公司、泉州市安信安全技术服务有限公司、晋江市小芯电子科技有限公司等企业代表相继发言。他们以自身企业的创业实践经历为案例,分享了科技创新等多个议题,并就科研创新、合理研发投入与企业生存发展之间的关系等话题展开深入交流。对于协同发展议题,与会企业家、人才就资源共享、合作模式等展开讨论,积极寻找企业之间的发展共性。

福建省高新技术产业交易所科技信息研究院副院长黄毅、泉州市社科信息咨询有限公司总经理丁少莉也发表了各自的观点。他们结合自身工作经验和成功案例,为参会者提供了宝贵的创业建议和指导。黄毅强调了科技项目管理的重要性,分享了自己曾在培育高新技术企业方面的经验和心得。丁少莉重点介绍了整体财务解决方案在企

多家泉企亮相中国国际时装周

本报讯(记者 施珊妹)日前,中国国际时装周在北京举行。活动以“盛”为主题,近260个品牌、400多位设计师带来160多场时装秀、商贸艺术展览、时尚论坛等精彩活动,聚焦中国美学、非遗创新、产业带链接、商贸消费、趋势引领、数智时尚、多元业态升级、国际交流等热点。

在时装周现场,一座由劲霸男装搭建的艺术装置VIP LOUNGE引人注目。会客室里,时装、艺术家居、生活方式相结合,搭建了一个充满东方质感的空间。随处可见的艺术家居陈设,结合劲霸男装融合东方元素的男装新品,吸引了众多潮人、KOL前来打卡。

由中国服装设计师协会、中国国际时装周组委会携手中国优秀青年设计师,将对对中国文化的理解和表达巧妙融入运动产品中。同时,劲霸男装在京东等多平台同步发售多款新品,并邀请多位明星到场与新品同框打卡,形成全网热搜话题,将设计大赛、时装周大秀、网络营销、商业转化形成国货时尚闭环。

时装周上,特步设计师隋振坤以跑步运动为设计灵感,其产品将环保理念、美学设计、功能性融为一体,在保持商业标准的同时,展现了减少能源消耗和废弃物的环保理念。

宏华集团年产400万平方米墙地砖技改项目获批

本报讯(记者 王云霏)近日,福建省工业和信息化厅发布《关于福建宏华集团有限公司年产400万平方米墙地砖技改项目节能报告的审查意见》,同意该报告项目节能报告通过审查。文件显示,该项目新增烧成辊道窑、压机、生物质热风炉、施釉线、抛光机等主要生产设施,利用旧球磨机、喷雾干燥塔、烘干窑,以及配套的公用工程和辅助生产设施,建设1条年产400万平方米的陶瓷砖生产线。项目总投资2000万元,拟于2025年8月建成投产,为宏华集团增添发展新动能。

据悉,以外墙薄板起家的宏华集团,针对不同时期的市场潮流及需求进行调整。如今,仿古砖成为宏华的核心产品。与其他品类相比,仿古砖产品能承载更多工艺技术,其较强的装饰性可以大大提升产品附加值。

自2015年开始,宏华潜心研究低吸水率(双零吸水率)高质仿古砖,经过从原料端到设备端等各流程的不断攻关,2018年终于实现了技术突破。其中,乾顺品牌双零吸水率仿古砖手感舒适、质感上乘,同时具备止滑、耐磨等功能,得到了市场认可。宏华集团常务副总经理洪文生介绍,乾顺仿古砖远销澳大利亚、新加坡、日本、韩国等国家,在国内出口至澳大利亚、韩国的双零吸水率仿古砖中,乾顺占比最大。

近年来,宏华集团还引进大窑生产线,生产900mm×1800mm的仿古系列。目前,宏华的仿古砖生产线也从原有的2条增至3条,日产量达2万平方米,能较好地平衡“流量产品”和“趋势产品”间的不同需求量。

集成电路产业园区人才乒乓球友谊赛举行

本报讯(记者 柯国笠)2日,“晋芯·人才港湾”2024年晋江集成电路人才乒乓球友谊赛活动在晋江市全民健身中心举办,60余名来自集成电路产业园区企业的乒乓球爱好者参加。

本次活动由福建省集成电路产业园区建设筹备工作组、中共泉州半导体高新技术产业园区晋江分园区委员会、泉州半导体高新区管委会晋江分园区办事处等单位主办。比赛设置男子单打、女子单打两个项目,分为循环赛、淘汰赛,并邀请专业乒乓球裁判员负责赛事裁判工作。

作为第二届晋江“人才日”的系列活动,“晋芯·人才港湾”乒乓球友谊赛的举办,为集成电路园区广大乒乓球爱好者提供了竞技和交流的平台,不仅丰富集成电路产业人才的业余文体生活,也促进了互动交流,增强了园区人才的向心力、凝聚力。

他认为,陶瓷行业接下来将面临三个机遇:一是品牌必须快速入局新媒体;二是通过“国潮”风,为品牌建立积极向上的价值观导向;三是“人本营销”,即更注重用户需求,体验和价值的实现,以用户为中心,实现品牌与用户的关系、用户与用户的关系、品牌整体情绪价值的认同。

邹思进表示,总体而言,瓷砖品牌的“破卷”之道不在于紧盯竞争对手,而在于深刻理解和满足消费者的需求,从“卷价格”向“卷价值”进化。

商学院 | 陶企破“卷”有道

本报记者 王云霏

敢于“反内卷”

在卢金辉看来,“内卷”是市场竞争激烈的表现,当下,很多陶企被迫把价格降低,但是成本还是居高不下,这种情况下,个别陶企降低标准、牺牲品质,最终非但消费者没有受益,对建陶行业也造成了极大的危害。

邹思进认为,“卷”品质、“卷”技术、“卷”价值,利大于弊;而“卷”价格也未必一定是坏事,企业通过低价措施可以迎合消费降级的趋势,从而赢得更大的市场份额,消费者也可以从中获益。

“面对内卷,我们要坚持长期主义,摒弃短视行为,要明白保持合理的利润,通过持续创新、为顾客创造价值,才是必然之路。在这个过程中,要有清醒的战略思维,不能劣币驱逐良币,而是要做行业出清,陶企一定要做好打持久战的准备。同时,陶企必须坚守产品质量和利润两条底线,否则一定会被淹没在‘内卷’的洪流中。”

“内卷”有利有弊

刘石预测,未来会存在以下几种品牌格局。首先是头部品牌,有规模优势、总成本领先优势,随着品牌集中度提高,每个头部品牌占据的行业总体市场份额会加大;其次是覆盖某一区域市场、某一细分市场的区域品牌,这部分品牌可能和区域工厂进行联合,或由区域工厂转型而成;还有就是小而美的专精特新品牌,这类品牌可能是头部品牌的事业部做品类延伸,也可能在区域工厂进行OEM贴牌生产。

随着内卷的推进,越来越多的品牌会注重原创、设计、创新、价值、用户需求、用户体验。未来的竞争,可能是供应链、品牌和终端渠道三位一体的全方位竞争。卢金辉

过去一年,房地产行业面临挑战。与此同时,终端家居消费迭代,渠道变化正在重构行业生态。对陶瓷行业而言,“内卷”“价格战”成为关键词。近日,中国陶瓷网访谈类直播栏目《中陶三人行》走进上市公司箭牌家居旗下品牌箭牌瓷砖,特邀箭牌家居副总经理卢金辉,以及中国陶瓷网总经理刘石、媒体中心总监邹思进,以“破卷有道,先练好内功”为主题展开交流。

认为,有的企业可能越卷越强,有的企业则越卷越弱,最后留下来的企业,要么是越做越大,要么是越做越小,要么是差异化的。从这几个维度来看,大企业更有卷的资本,就好比大船更禁得起风浪;而在特定领域做得非常强的,也能占据一席之地;最后是极具差异化的,它们受到内卷的影响更小。

邹思进认为,对于大型建陶企业而言,“内卷”可以说利大于弊。“利”主要体现在两个方面:一方面,头部陶企可以通过降价对其他陶企发动降维打击,从而扩大市场份额,进一步提升市场影响力;另一方面,为了在价格战中获胜,会不断优化成本结构,提高运营效率,从而促进成本控制与效率提升。“弊”主要体现在影响盈利能力和导致品牌形象受损,让消费者认为产品质量不佳等方面。

而对于中小型陶企而言,“内卷”有利有弊。邹思进表示,对于产品是全品类的中小型陶企来说,受到的负面影响最大,因为无论是比价格、比品牌还是比规模,都被头部陶企压制,只有转型差异化经营才有出路。对于纯粹走低价格路线的陶企来说,暂时还有一定的生存空间。对于已成功打造网红品牌或在模式上有所创新的中小型陶企来说,也有一定的发展空间。对于小而美的陶企来说,受到的影响相对最小,它们想要保持现状或者更上层楼,关键在于能否一直快速进行产品等方面的创新。

顺势而为,适度创新

刘石认为,企业抓住机遇一要“顺势而为”,二要“适度领先”,“企业要把控好创新的节奏、时机,投入产出比。因为企业的创新不是研究院的创新,不能过早创新、过度创新、盲目创新,而是要做有价值的创新,做客户需要的创新。”

他认为,陶瓷行业接下来将面临三个机遇:一是品牌必须快速入局新媒体;二是通过“国潮”风,为品牌建立积极向上的价值观导向;三是“人本营销”,即更注重用户需求,体验和价值的实现,以用户为中心,实现品牌与用户的关系、用户与用户的关系、品牌整体情绪价值的认同。

邹思进表示,总体而言,瓷砖品牌的“破卷”之道不在于紧盯竞争对手,而在于深刻理解和满足消费者的需求,从“卷价格”向“卷价值”进化。