



激发新活力 共筑嘉年华

晋江六大建材专业市场积极备战2025年福建建博会

本报记者 王云霏 张晋福

第七届中国(晋江)国际家装建材博览会暨2025年福建建博会的筹备工作正如火如荼地推进。本届展会联动晋江六大建材专业市场,增加了展览面积,进一步扩大展会影响力。

新年伊始,晋江六大建材专业市场已经集思广益,准备通过资源整合、优势互补,共同营造浓厚的商贸展销氛围,携手打造一场别开生面的以家居建材为主题的嘉年华,为产业的持续健康发展注入新的活力。同时,各专业市场负责人也积极建言献策,期待晋江建陶企业塑造良好的品牌形象,同时在镇村构筑磁灶陶瓷文化,奋力擦亮磁灶“千年瓷都”的靓丽名片。

营造浓厚氛围

开放夜市,抢抓“国补”机遇,大力促销

2025年福建建博会将立足产区优势,整合多方资源,联合海西建材城、海峡国际五金机电城、天工陶瓷城、世华陶瓷城、东山陶瓷城、张林建材市场等六大建材专业市场,总展览规模达30万平方米,涵盖建筑陶瓷、古建材料、陶瓷原料、建材机械装备、日用陶瓷、家居用品、五金制品和藤铁竹木家具等家居建材上下游产业链。

“一定要让展会人气‘聚’起来,生意‘旺’起来!”为了共同打造这场嘉年华,六大建材专业市场负责人不约而同地表示,将配合2025年福建建博会全力造势。

展会要“出圈”,首先必须做好宣传推广。有效的宣传推广能够吸引目标观众和参展商的注意,提升展会的知名度和影响力,从而确保展会现场人气旺盛。为此,各建材专业市场纷纷整合资源,充分利用广告屏、宣传板、社交媒体、行业网站等渠道,发布展会信息,在展会前夕将进行高频次的推广,通过线上线下相结合的方式,扩大这场嘉年华的影响力和知名度,吸引更多采购商共襄盛举。

几家专业市场负责人告诉记者,他们计划通过广告车、大篷车搭配喇叭播音、放热气球等方式,让展会宣传更接地气,传达率更高,气氛更热烈。此外,“中国陶瓷名镇 晋江·磁灶”高铁冠名列车是很好的宣传载体,可以借由专列,在2025年福建建博会前夕针对展会时间、内容进行宣传推广。

如何让展会效果实现“1+1>2”?各建材专业市场负责人可谓“脑洞大开”,比如,计划在展会期间,组织运动友谊赛,增加对行业内运动爱好者的吸引力;举办建陶行业相关技能大赛,为展会增加看点和专业度;引导入驻品牌发布新品或促销活动等,造浓展销氛围。

不久前,海西建材城“逛夜市”项目正式签约。该夜市旨在打造一个集美食、娱乐、购物、文化于一体的综合性夜市,成为磁灶镇一条特色夜间消费街区。“目前,海西建材城已吸引400多家商户入驻,这为夜市的入驻和发展奠定了坚实的基础。夜市计划引入多元化的商户,有望在2025年福建建博会期间开市,希望届时能够为展会增加人气和活力,为观展商带来丰富的体验。”海西建材城常务副总经理庄言培表示。

福建磁商投资发展有限公司总经理、磁灶镇青年协会会长吴灿坤则表示,2025年建博会期间,青年协会计划与《晋江经济报》共同策划一场“陶二代”沙龙活动,将围绕产业转型升级等热门话题进行思想碰撞。

“2025年福建建博会期间,我们准备抢抓‘国补’机遇,广泛宣传动员商户参与其中。”天工陶瓷城管委会负责人林树滩表示,2024年第四季度开启的“国家补贴+以旧换新”,让家居消费产业链上的企业都大大受益,3000亿元的“国补”资金不仅让消费者享受到了实惠,也带动了陶瓷行业的终端销售业绩。2024年11月,天工陶瓷城通过专场对接、多渠道宣传等多项措施,发动10家优质商户参与“国补试水”,效果超出预期。

“国补”拉动的以旧换新热潮将在今年得以延续,包括天工陶瓷城在内的众多专业市场纷纷计划引导商户抓住政策利好机遇,撬动更多二次装修、改善居住等需求,在为广大消费者带去优质低价产品的同时,也进一步激发市场活力,推动陶瓷行业健康发展。

除“国补”外,各大市场还将在展会期间精心策划有针对性的营销活动。“去年,我们组织了建材家装相关商户参展,展品涵盖家装照明、开关插座、电线电缆、管道、瓷砖美缝保温材料等。”海峡国际五金机电城市场运营总监胡飞辉介绍,今年,市场将发动入驻商户针对建材家装类产品开展促销活动。

抢抓“国补”机遇,策划各类营销活动,这些都是各大专业市场不断探索、直面挑战的缩影。近年来,各大专业市场一方面积极引进配套商家和优质商品,丰富品类,满足消费者的多样化、个性化需求;另一方面,不断加强内部管理,提升服务质量,为采购商提供更加便捷、舒适的购物体验。



磁灶镇陶东路口的磁灶窑IP“磁小龙”。



海西建材城草地音乐节活动。



2025年福建建博会各项准备工作正如火如荼进行中。



顾客在晋江建材专业市场挑选瓷砖。



海峡国际五金机电城

构筑陶瓷文化

镇村景观布置、规划工业旅游线路

作为中国陶瓷重要发源地之一,始于南朝的磁灶陶瓷,有着1500多年的烧制历史,并曾随着泉州港的兴盛,从内销民窑一跃成为东南沿海重要的外销陶瓷生产基地,见证了宋元中国海丝商贸的荣光。改革开放以来,磁灶陶瓷产业得到跨越发展,成为国家级技术创新陶瓷工业示范基地和国家级星火区域性陶瓷建材支柱产业,是全国四大建筑陶瓷生产基地之一和全国主要建筑陶瓷集散市场之一,也是全国品类最齐全的陶瓷生产区域,先后被授予“中国陶瓷重镇”“中国陶瓷名镇·磁灶”等荣誉称号。2019年,“磁灶陶瓷”更是获得国家地理标志认证。

“磁灶陶瓷的历史文化底蕴如此深厚,是中华优秀传统文化的杰出代表。磁灶可以陶瓷为媒,构筑晋江人的精神家园,从而让大家更直观地感知陶瓷文化。”天工陶瓷城管委会负责人林树滩建议,可以在磁灶镇入口处、主干道等关键位置,结合磁灶陶瓷的产品和特色进行布置。比如,利用色彩鲜艳、造型各异的马赛克产品,拼成具有磁灶基因的景观墙;摆放大幅磁灶窑IP“磁小龙”等,让其生动可爱的形象更加深入人心。

陶瓷文化的构筑,还可以和产业有机结合。“目前,晋江不少品牌陶瓷企业的生产十分规范,自动化程度较高,车间整洁,具备开放的条件。”海西建材城常务副总经理庄言培建议,可以通过规划一条陶瓷工业旅游线路,通过接驳车服务,组织专业观展商、海外采购商到企业参观。

这条陶瓷工业旅游线路可以串联起磁灶金交椅山窑址,以及多家知名陶瓷品牌企业的展厅、现代化生产车间。参观者不仅可以到展厅欣赏不同企业风格各异的拳头产品,还能通过先进的生产设备和忙碌的生产线,深入了解不同陶瓷品类的生产流程和制作工艺,感受到晋江陶瓷产业的现代化和智能化。同时,接驳车上还可以配备专业讲解员,提供生动有趣的解说和互动体验。

通过这条陶瓷工业旅游线路,海外采购团和专业观展商不仅能够深入了解陶瓷产业的生产流程和制作工艺,还能与品牌企业进行面对面的交流和合作。

塑造品牌形象

产品提质、宣传推广、新平台运用

当前建陶企业之间的竞争愈发激烈。“为了在市场中脱颖而出,建陶企业不仅需要注重产品质量的提升,更要加强品牌塑造和宣传推广的力度。”各建材专业市场负责人对此不谋而合。

佛山陶瓷品牌在国内乃至国际市场上都享有较高的知名度,这得益于其强大的品牌建设和推广能力。晋江陶瓷可以学习佛山陶瓷的品牌运作经验,通过广告宣传、展会推广、网络营销等多种方式提升品牌知名度和美誉度。在很多同行处于观望状态时,晋江陶瓷更应注重品牌塑造,打造具有独特魅力和文化内涵的品牌,以吸引更多消费者的关注和喜爱。

此外,佛山陶瓷产业的集聚效应和升级为发展其品牌化进程提供了有力支撑。晋江陶瓷可以借鉴佛山陶瓷的经验,推动产业集聚和升级发展,形成规模效应和竞争优势。通过优化产业结构、提升技术水平、加强产业链合作等方式,晋江陶瓷可以进一步提升整体实力和市场竞争力。

在广告宣传方面,早前,晋江陶瓷企业主要依赖户外广告等较为传统的方式,随着互联网和移动设备的普及,其影响力逐渐减

弱。随着消费者对家居品质要求的不断提升,以及年轻一代成为消费主力军,他们对陶瓷产品的个性化、多样化需求日益增加。新媒体运营能够更直接地触达这些消费者,满足他们的需求。

小红书和抖音等平台以短视频和图文形式为主,更加符合消费者的信息接收习惯。这些平台不仅能够帮助陶瓷企业展示产品特点 and 优势,还能通过用户生成内容和口碑传播,提升品牌信任度和美誉度。如今,晋江陶瓷品牌直播带货早已屡见不鲜,几大建材专业市场也经常组织相关的培训,邀请网红到市场“探店打卡”等,以寻求新的市场增长点。

“我们会在直播中发放一些现金抵用券,消费者领取之后,就有可能到线下门店使用。”马可波罗瓷砖晋江门店的相关负责人介绍。陶瓷产品直播带货与服装食品等快消品在销售模式上存在差异,陶瓷产品由于其特殊性,一般不直接通过直播带货实现购买,而是采用发放代金券等方式吸引消费者,并引流到线下门店体验、挑选,完成交易,实现线上线下的无缝对接。



多彩磁灶陶艺岭畔



天工陶瓷城