“零距离”探访 “面对面”洽谈

400多名全球采购商走进晋江产业带

本报讯（记者 曾小凤 蔡明宣 尤泽男） 昨日，一场产业与贸易的深度对话在晋江上演。来自全球的400多名采购商，深入晋江7个产业带进行实地考察与交流，寻求合作商机，共拓国际市场。

“我对木纹瓷砖很感兴趣，准备先采买一些样品。这款瓷砖有木制品的外观，同时物理性能能让房子免受火灾，是一款很有市场潜力的产品。期待它能带来良好的市场表现。”来自巴基斯坦的采购商Syed Faheem Rizvi参观龙达瓷砖时，对该公司的产品表现出浓厚的兴趣。

来自巴基斯坦的采购商Hamid Pakistan同样对龙达瓷砖赞不绝口。他表示，龙达瓷砖不仅产品质量好，款式也多样。他计划回国之后，把晋江的瓷砖产品介绍给同行及本国消费者。

除了走进产业带，当天上午还举行了“泉州（晋江）内外贸高质量发展场景创新大会——建陶产业专场对接活动”。活动现场，海外客商和30多家晋江陶瓷企业代表进行精准对接。

“很多客商对华泰的产品产生浓厚的兴趣，对公司的陶板很有信心，认为市场潜力大。只是他们对产品可适用的范围还不太了解，在他们国家目前还没有这种创新产品。”福建华泰集团股份有限公司外贸经理吴东辉表示，当天上午，他与十几位客商互留了联系方式，后续将进一步沟通对接。

当天上午，来自俄罗斯、阿联酋、也门等国家的采购商与义乌采购团一行50多人走进久久王食品、盼盼食品，深入开展产业走访活动，探寻合作新机。

随后，在豪新食品产业园，一场别开生面的食品专场对接会举行。来自中东、非洲、欧洲及国内商贸的采购商代表，与晋江糖果、烘焙、饮料、蜜饯、调味品等领域企业展开“一对一”洽谈，多家企业当场达成初步合作意向。

义乌市力富食品有限公司总经理傅文六表示，过去，食品行业比较注重产品的口感和外观，也就是好吃、好看。但未来，健康美味会成为食品行业的核心发展方向。

“晋江食品在这方面可以说是走在前列。当很多地方还在设想如何将健康理念融入食品时，晋江已经开始付诸实践了。比如，当地推出了不少药食同源食品，还有低GI的产品。”傅文六表示，非常看好晋江食品的发展潜力，希望与盼盼食品等晋江企业合作，把更多晋江食品带到义乌，带向全球。

中也桥贸易有限公司总经理哈里走访晋江食品产业带后，称赞道，晋江食品种类丰富，特别是烘焙、饼干、糖果等产品，不仅造型很有创意，功能性的健康需求也很多，这些产品在海外一定很畅销，“我们希望可以与盼盼食品这样有实力的企业合作，把更多晋江好产品代理到中东等地区，助力公司拓展更大的市场，寻求更大的增量。”

作为泉州（晋江）内外贸高质量发展场景创新大会的序章，这场“零距离”探访，不仅展示了晋江智能生产线上的匠心工艺，更搭建起供需精准对接的桥梁。

晋江高层次人才（团队）项目路演答辩活动举行

本报讯（记者 柯雅雅） 日前，2024年度晋江市高层次创新创业人才（团队）答辩评审暨“创客街·创智汇”项目路演活动在创客大街路演大厅举行，24个高层次人才（团队）项目参加路演答辩，涵盖集成电路、新材料、生物医疗、新一代信息技术、智能制造等多个产业领域。

路演现场，各个人才团队围绕带头人能力(科研素质、经营业绩)、团队结构（创业经历）、技术(产品、服务)水平、产业发展前景和落地可行性等五个方面进行路演。在提问答辩环节，专家们秉持“公平、公正、公开”原则，围绕项目的技术可行性、市场前景、商业模式等方面提出了诸多建设性意见，指导项目更好发展。

晋江市科技局相关负责人表示，此次路演活动邀请众多资深行业专家、投融资代表参加，不仅为高层次人才团队提供展示的舞台，也为人才团队落地加快实现产业化进行指导。

据悉，晋江市高层次创新创业人才评审工作将持续聚集晋江市“4341”现代产业体系，深入推进新一代人才强市战略，吸引人才带团队、项目、技术落地晋江，推动一批拥有自主知识产权的科技成果产业化落地，为晋江高质量发展注入全新活力。

晋品出海者说

凯嘉机器智能鞋机『扬帆』70多国

『创新产品+本地化服务』

日前，记者走进凯嘉机器制造有限公司生产车间，生产线上，工人们正加紧组装最新款的智能鞋机产品；研发室内，最新款的全自动圆盘式双色注射成型机已经成型……智能化、绿色化、个性化，一台鞋机集成多种技术，成为近年来凯嘉机器逆势而上、高速增长的关键。

在2024年晋江鞋（体）博会的展台上，一台集智能化、绿色化于一身的EVA双密度成型机前围满了国际客商。短短三天，凯嘉机器便斩获了远超预期的订单。

“这不仅是产品的胜利，更是晋江智造服务全球的缩影。”凯嘉机器制造有限公司副总经理苏楠说。

作为国家级高新技术企业，凯嘉机器凭借“创新+服务”双引擎，已将智能鞋机产品推向70多个国家，出口份额占企业销售的50%。

从晋江到东南亚，再到南美、非洲，这家中国鞋机巨头的全球化版图正加速扩张。

阔步出海背后是技术创新研发的硬实力。“没有核心技术，就谈不上竞争力。”苏楠直言。近年来，凯嘉每年投入数百万元研发费用，与中科院海西研究院等机构合作，推出E-TPU发泡成型机等国际领先产品。该公司还率先将石墨烯技术应用于生产线，使设备能耗降低20%，效率提升30%。

技术优势直接转化为国际市场话语权。在泰国工厂，凯嘉零部件本地化率已超50%；在印尼，全自动橡胶注射机成为当地制鞋厂的“明星设备”。“我们坚持每年迭代3~5款新产品，用创新和服务打破贸易壁垒。”苏楠表示。

不只有产品创新，更有全球“零距离”响应——凯嘉机器把售后做到海外客户“家门口”。

“一台设备卖出去，服务才刚开始。”苏楠说，这是凯嘉一贯强调的理念，也是凯嘉出海的核心竞争力。

2024年，该公司成立“国际服务中心”，通过远程诊断技术实现24小时全球响应。同时，东南亚、南美等地的10余个海外办事处和配件仓库，实现本地化服务团队全覆盖。接下来，还将与晋江首批38个海外仓加强合作，缩短配件物流周期。

在越南，凯嘉技术团队曾48小时解决客户生产线故障；在巴西，本地化服务团队帮助工厂节省15%运维成本。“客户需要的不只是机器，而是持续创造价值的伙伴关系。”苏楠说，“我们的及时服务，帮助客户实现鞋机价值的最大化。”

随着泰国、马来西亚工厂陆续投产，凯嘉的“在地化生产”战略进入规模化阶段。晋江市“晋品出海”指挥部的法务、物流支持，更让企业如虎添翼。如今，凯嘉机器对标意大利满誉集团等国际巨头，加速输出前沿设备，同时通过海外仓网络开发南美、非洲、东欧等新兴市场。

“未来三年，我们要让海外工厂本地化率突破70%，并打造覆盖100国的服务网络。”站在新落成的印尼工厂沙盘前，苏楠目光坚定。

从晋江出发，扬帆世界，凯嘉机器正书写晋江智造从“跟跑”到“领跑”、从产品服务到产业链出海的时代新故事。

扫码看视频

本报记者 柯国笠 叶许意

悍途户外争5年后货通100国

差异化产品塑造品牌竞争力

近日，在悍途户外用品有限公司2025秋冬新品发布会上，来自阿联酋、伊朗、土耳其、哈萨克斯坦等20多个国家的经销商齐聚晋江。

发布会上，悍途户外推出多款新品，其中不乏功能性强、设计独特的户外服装、鞋靴及配件，赢得众多国外客户的青睐。

近年来，悍途户外不断探索创新，将“专业户外”与“时尚户外”巧妙融合，根据目标消费群体的需求，打造具备核心竞争力的产品。通过满足消费者在户外运动、工作生活中的装备需求，悍途户外的知名度不断提升，影响力也逐步扩大，并逐渐打开海外市场。过去一年，悍途户外在国内新开门店125家，新增越南、土耳其、伊拉克等国家的代理，海外板块同比增长超过50%。

值得一提的是，自2017年以来，悍途户外的出口份额持续增长，产品出口遍及55个国家和地区，且经销商的忠诚度和黏合度较高，形成了良好的市场口碑。目前，悍途户外的出口占比已超过公司销售量的40%。“我们的品牌在韩国、伊朗等国家已具有一定的知名度，销售情况很好。目前，正在培养东欧、中亚等新兴市场。”悍途户外总经理刘良斌表示，他的计划是5年后能将产品出口至100个国家和地区，将出口占比提升至公司销量的80%。

在刘良斌看来，拓展海外市场的关键在于打造差异化的产品和塑造良好的品牌形象。比如，悍途户外自主研发的一款户外徒步“赤足鞋”，主打轻便、舒服，穿上有“赤足”般的体验。同时，该公司还针对不同国家客户的需求进行“量身定制”，如供应韩国市场的登山鞋颜色会更加鲜艳。“有一位国外客户与我们合作了十年，从最初下单几十双鞋，到现在单款产品一次性下单上万双。还有一位伊朗的经销商，从2009年合作至今，其在当地的销售额增长了50倍。”刘良斌分享道。

悍途户外的尼泊尔经销商Upendra在晋江生活了20多年。在他看来，晋江的鞋服产品工艺愈发精湛，科技含量很高。“悍途户外的登山鞋在尼泊尔很受欢迎，且有很大的增长空间。去年，我提出尼泊尔消费者对具有防水功能的产品需求很大。这次新品在这方面有了明显提升，相信会有很好的市场反馈。”Upendra说。

“晋品出海可谓正当其时。晋江拥有雄厚的制造业基础和完善的产业链，优势明显，为企业开拓海外市场提供了有力支持。”刘良斌表示，近年来，晋江积极组织企业到国外参展，并不断发动海外华侨、同乡会等为企业牵线搭桥。如去年举办的中国侨智发展大会晋江专场对接会，把海外客商请到“家门口”办展，为企业搭建产销对接合作平台，以侨为桥，助力晋江产品贸达四海，“在助推晋品出海方面，晋江党委政府为企业打通了渠道、出台了扶持政策等，提供了实实在在的帮助。”

为了让国外经销商更懂晋江，刘良斌经常组织他们在晋江走走看看。比如，他借此次举办发布会的机会，组织经销商到晋江经验馆、梧林传统村落等地参观考察。“希望他们能更了解晋江、喜欢晋江，并积极宣传推介晋江及晋江的优质产品。”刘良斌表示，希望“晋江智造”畅销全世界。

扫码看视频

本报记者 王云霏 张晋福

AI赋能设计全流程 “暖春计划”设计加速营活动举行

本报讯（记者 柯国笠） 近日，由晋江市工业和信息化局、福建省工业设计协会、海峡杯工业设计(晋江)大赛组委会主办，晋江市工业设计与时尚创意协会承办的2025 CHANNEL CUP“暖春计划”设计加速营系列讲座圆满收官。

本次设计加速营，邀请海峡两岸设计“巨头”联袂解析AI如何赋能设计全流程。活动中，湖南大学艺术设计学院教授何人可、广州美术学院工业设计学院教授张剑、上海科技大学创意与艺术学院副教授王受之、高雄师范大学工业设计学院教授陈俊智等围绕不同领域课题进行深度交流分享，让学员们受益匪浅。

活动期间，何人可以“人因与文化数据驱动的智能设计”为主题，深入探讨AI在工业设计中的应用及其局限性。他通过构建“人因、文化”双大数据体系，致力于赋予AI更多的“人情味”和“中国魂”，使智能设计更加贴近用户需求。张剑围绕“产品设计修辞”，以无意识设计理论为基础，讲解了让设计作品更具感知表达力的相关方法，揭示了设计背后深厚的文化底蕴和人文关怀。王受之则以“AI对现代设计发展的影响”为主题，让学员们领略AI技术如何重塑产品设计流程，强调“AI+设计师”协同工作模式的重要性，并提供相关AI设计工具的解决方案。陈俊智聚焦“净零挑战下的设计思维”，分享了自动回收机、TWIST旋转折杯等多个可持续设计实例。他指出，在净零排放的大背景下，有效且具有商业价值的环保设计是每个设计师必须思考的方向。

记者了解到，“暖春计划”设计加速营活动已经举办多年，为晋江在地设计师、创业者提供了前沿设计资讯和先进设计理念，帮助更多好设计、好创意落地晋江，助推晋江制造走向晋江创造。

晋工新能源电动装载机再度批量交付大型钢铁企业

本报讯（记者 柯国笠） 日前，在晋工新能源产品生产基地，晋工新能源电动装载机身披红花、整齐列队，批量交付某大型钢铁企业，为传统钢铁产业转型升级、低碳发展再添“绿色动力”。

此次合作的大型钢铁企业近年来积极践行国家“双碳”战略。多年前，该公司就与晋工新能源达成首次战略合作。此后，双方始终保持紧密协作，该公司多次选择晋工新能源产品。

在长期使用过程中，晋工新能源电动装载机凭借高效节能、动力强劲、操作舒适、持久耐用等优势，获得该企业高度认可。

“晋工新能源设备很给力！劲儿大、耐用、舒适、灵活，天天连轴转都没啥问题。当初选它就是看中它省电环保，没想到干起活来更惊喜——不管是原料转运还是铲水渣，高强度作业都扛得住，是我们多次合作的老伙计了。”该企业相关负责人表示。

据悉，本次批量交付的设备均为晋工新能源JGM857E-Lego车电分离装载机，专为高能耗用户打造。该款产品配备长续航大容量电池，可达到4200次长寿命充放电（常规为2800次）。此外，为确保产品全生命周期的无忧使用，晋工新能源还提供贴心的电池回购服务，助力客户实现经济效益和环保效益的双重提升。

晋工新能源方面表示，将继续秉承“推动工业场景的绿色化和智能化”的使命愿景，助力钢铁、矿山、港口等高能耗行业绿色转型，实现高质量发展。