



七彩陶瓷：持续创新 打通“制造+服务”

本报记者 王云霏 张晋福

整装业务。2023年,七彩陶瓷升级发展战略,推出针对美丽乡村建设的别墅精品外墙砖系列产品,包括丹霞石、大熔石、陶艺砖、点金线条、磐石瑞裙、强立体专利窗套、七彩华柱、手雕花片等配套产品等,迎合当代年轻业主审美趋势,以现代简约、国潮风格为主。在产品功能上,七彩精品外墙砖可以逼真还原石材效果,降低成本,同时解决石材易氧化、风化、需要后期养护成本等痛点,更加经久耐用。

值得一提的是,在别墅、自建房外立面的装修中,七彩陶瓷已经实现集产品研发、前期设计、选材搭配、专业施工、售后支持、质保完善的一条龙服务。七彩精品外墙砖销售总经理苏祥祺介绍,七彩精品外墙砖以“制造+服务”全效服务商模式,致力于打造房屋外立面成品交付先进品牌。

从客户提供户型图开始,七彩陶瓷全程参与设计、产品供应和安装环节。相比传统模式,七彩陶瓷更好地保障工程质量和效果的统一性,减少沟通成本和中间环节问题,提升客户体验。这也成为七彩陶瓷的重要优势

之一,使其实现了从产品供应商向综合服务商的转变。

多年来,七彩陶瓷积极拥抱市场变化,持续加大研发投入,成功推出一系列填补市场空白、引领行业趋势、极具竞争力的自主研发新产品,充分展现了企业强大的创新活力和发展潜力。比如,为解决传统外墙砖在粘贴时容易空鼓、脱落等行业痛点,七彩外墙砖研发团队经过深入研究及反复试验,推出七彩大熔石3.0防脱落背纹系列产品,并获得了专利认证。“第一重设计通过凹凸形状,模拟施工拉毛工艺;第二重设计是每片砖上的200多个三角孔,增加50%吃浆率,运用锚固原理,不惧外力拉拔;第三重设计利用多边燕尾槽背纹和斜切工艺,使燕尾槽更斜更深,产生更强的物理挂力。”苏祥祺详细介绍了该系列产品的三重防脱落设计理念。

2023年,七彩陶瓷还推出了投入上千万元研发的超立体新中式窗套线,其立体高度超出同类窗套线2.5倍,通过改良模具、优化配方,将传统中式美学和现代建筑需求巧妙结合,令住宅立体感更强,更加简约大气、富有层次。

目前,七彩陶瓷通过构建“系统解决方案能力”形成壁垒。区别于单纯的材料供应商,七彩陶瓷通过全国100家高端专卖店网络布局,以及每年定期举办的团队研学培训体系,形成了“产品+服务+人才”的三维竞争力。“我们始终秉持不卷价、不降质、不减压的原则,把每一位客户的房子都当成自己的房子来建。”苏祥祺表示。



新品青峦精工石上线,新中式窗套线、柱边线获得国家专利认证,成立品牌维权中心……今年以来,七彩陶瓷动作频频。

七彩陶瓷是福建产区最早进入地铺石领域的企业,同时,早在2006年,七彩陶瓷就以工程渠道为主经营外端



七彩陶瓷是福建产区最早进入地铺石领域的企业,同时,早在2006年,七彩陶瓷就以工程渠道为主经营外端

贝雅特陶瓷：从设备到产品全面“焕新”

本报记者 王云霏 张晋福

近日,一批工程砖产品从贝雅特陶瓷的仓库发出,将运往中东,供应某项目建设。贝雅特陶瓷总经理钟培城介绍,当前公司产品出口占比近20%,远销至美国、韩国、澳大利亚及中东地区等。

产品展厅里,琳琅满目的各类产品配合搭建的使用场景,令贝雅特陶瓷规格全、种类多的特色一览无余。贝雅特专业生产广场砖、超市砖、4S店砖、生态地铺石PC砖、幕墙砖等系列产品。得益于早期与地产项目的合作紧密度较高,销售体系较为完善,目前,工程项目的订单仍占贝雅特整体订单的60%以上。近年来,贝雅特新增生产线,以专注大规格厚板为主,其产品具有“大”“厚”“新”特点。其中,“大”是大规格,可生产750mm×1500mm、900mm×1800mm,以及当前最流行的1200mm×1200mm方形规格等产品;“厚”是厚度,覆盖10mm至30mm厚度产品;“新”是新工艺,包含目前最新的复刻釉、数码釉等工艺。

值得一提的是,为满足大规格厚板的生产需求,贝雅特这条“焕新”生产线整体配置十分高端,科达高效节能窑炉、新型大吨位喷雾塔,西斯特姆打印宽度1200mm多通道喷墨机、敏捷连续球磨机、力泰大压机等一应俱全,为大规格厚板品质提供了强大的硬件

支撑。新增产线投产后,贝雅特不仅在户外产品方面配套更齐全,同时也为其厚板进入室内应用,以及延伸到高质仿古砖领域打下基础。

钟培城表示,面对建陶行业日益加剧的竞争态势,贝雅特将坚守企业品牌与产品品质,不断为产品创造价值空间。目前,贝雅特有2条厚板生产线,日产3万多平方米;2条中小规格生产线,日产2万多平方米。贝雅特始终重视产品创新。作为福建产区较早生产地铺石的企业之一,从甩点工艺到喷墨产品,贝雅特不断探索新技术、新产品,在福建产区集中推出喷墨产品时,贝雅特已经转为在细分品类上进行创新,比如做大颗粒通体砖,以及大规格产品等。

钟培城介绍,公司每年都推出五六十款新品,涵盖全品类,迭代速度较快。尤其值得推荐的是今年推出的新产品将数码釉工艺应用于幕墙领域,这在福建建陶产区属于独创技术。数码釉工艺通过对幕墙砖的表层工艺处理,增强了产品的质感和纹理



层次,使产品在销售端更有竞争力。同时,数码釉工艺能够帮助企业根据客户的需求,更精准地把控产品效果。此外,在盲道砖细分领域,贝雅特的产品规格十分丰富,最大规格可达600mm×600mm,颜色可以定制,主要应用于地铁站、高铁站及其他国内外市政项目等。



洪良彬：以电商为轴 玩转农业生态圈

本报记者 蔡明宣

“刚从河北的胡萝卜基地赶回来,土壤墒情正好,明年扩种的事儿稳了。”电话那头,洪良彬的声音带着几分疲惫,却难掩兴奋。这位36岁的晋江新农人,皮肤被晒得黝黑,指甲缝里总嵌着洗不掉的泥土——谁能想到,十年前他还是个深耕数码领域的商界新锐。近日,洪良彬成功入选“2025年农村电商带头人典型案例库”,成为国家级认可的乡村振兴领头雁。

从数码分销谈判桌到田间地头的泥土,他用“爱拼敢创”的晋江基因,把电商打造成串联产业的核心轴,在乡野间搭建起“种得出、卖得好、玩得嗨”的振兴生态圈,让农业从“单一种植”变成了充满烟火气与想象力的多元事业。



多元融合 让农业“活”起来价值“涨”起来

农业的价值不止于“种出来”,更在于“串起来、变值钱”。这份商业敏感度,让洪良彬在多元农业领域走出了一条“跨界合作+循环利用”的创新路。在产品商业化上,他敢想敢干。与盼盼食品集团孵化公司福建伽那食品科技有限公司合作,成立伽那农业公司,核心使命就是整合全球优质农业资源,为盼盼食品提供天然、优质的农产品原料,并聚焦药食同源领域深耕细作。这正是“产销精准对接”在更大范围的延伸:既对接全球优质“产”,也匹配合作方的“销”。

近期,双方合作的首款以晋江胡萝卜为核心供应链的NFC胡萝卜汁已正式落地,这款充分考虑市场需求、主推常温饮用场景的产品,即将登陆国内知名商超。洪良彬通过整合全球资源,借助本土龙头企业,跑出农业商业化加速度。

为了产业链实现“全增值”,洪良彬还琢磨起了“变废为宝”的循环经济。“胡萝卜榨汁后剩下的残渣,含水量高、纤维丰富,直接丢了太可惜。”他带着团队反复试验,计划将这些废料碾碎加工成特色饲料,用于生态养鸡项目。洪良彬给记者算了一笔账,按目前胡萝卜汁的生产规模,每年能转化出不少饲料,不仅解

决了加工废料的难题,还能让生态鸡项目的养殖成本降低,产出的鸡肉通过“晋享购”平台销售,又能形成新的收益点,真正让农业生产的每一个环节都能创造价值。

而在农文旅融合赛道,他同样延续“精准对接”的思路。签下晋江、石狮、德化等大片土地打造的休闲农业园区,集采摘园、露营地、农耕体验区于一体,每到周末就人气爆棚:城市游客带着孩子下地挖地瓜、摘葡萄,在田间感受农耕乐趣;年轻人在露营地围坐野营,顺手就能买到新鲜采摘的生鲜农产品……

“去年我们接待了5万多人次,近万场研学活动和休闲体验,让农产品附加值翻了好几番。”洪良彬笑着说,农文旅的融合,让“产”与“销”有了更鲜活的链接,也让农业不再是“面朝黄土背朝天”,而是变成了有体验、有乐趣、有温度的多元产业。

如今的洪良彬,依然每天扎根田间地头。这位从商界跨界而来的新农人,用实干与智慧,在晋江的土地上书写着乡村振兴的精彩答卷,更用“数据驱动、产销联动”的实践,为农村电商发展提供了可复制的“晋江样本”,也向外界展示了新时代农村电商带头人热爱农业、勇于拼搏的鲜活形象。

电商为桥 让“田间货”插上“云翅膀”

“做分销时讲究渠道为王,精准对接,农业其实也一样,好产品得有好通路。”这是洪良彬跨界农业的核心逻辑。

2017年,手握成熟电脑分销渠道的他,回乡时却被田埂上的景象刺痛:农户守着优质的晋江蜜薯,生态大米,却因信息闭塞,渠道单一,只能低价卖给中间商,而城市消费者想买到靠谱农产品,又常常“找不到门路”。

供需两端的“断层”,让洪良彬看到了农业的商机,也下定决心转型农业。他先从搭建“晋享购”线上平台入手,像对接数码经销商一样联动农业局、银行、邮政等资源,更关键的是,他把数码行业“以销定产”的逻辑搬到田间:通过平台后台数据,分析消费者

偏好。比如,哪种蜜薯甜度受欢迎,哪种包装复购率高,再把这些数据反馈给农户,指导他们调整种植品种、控制产量,真正实现“产销精准对接”。

“以前农户是‘种了再找销路’,现在是‘按需求定种植’,这就是数据的力量。”洪良彬举例,平台数据显示“小包装、便携款”农产品更受年轻消费者青睐,他们就立刻调整包装策略;以晋江蜜薯为例,除了传统的5斤装,新增1斤装的真空小包装,印上“晋江特产”的鲜明标识,既保障运输过程中的品质,又增加产品识别度。借助电商线上的流量影响力,这款小包装蜜薯不仅销量提升30%,还因“便携+地域特色”产生了15%的产品溢价,让农户每

斤多赚近2元。

平台刚起步时,为了夯实“产得好”的基础,他凌晨三点带队去菜地采摘,上午就把带着露水的蔬菜送到消费者手中,这份较真的劲头让洪良彬的平台不用靠商业宣传却通过口碑相传积累下大量粉丝和销量。如今,“晋享购”累计销售额达864万元,本土农产品、山海合作产品、自有产品各占一席之地。

乡村振兴青年直播基地里,他带着农户在田间地头直播,捧着刚烤好的蜜薯分享口感,朴实的风格吸粉无数。“以前只会种地,现在知道按消费者需求种,按市场喜好卖,一个月最多卖3万单地瓜干!”晋江农户张大伯的话,道出电商给他们带来的改变。

平台为基 “半公益”孵化带着乡亲一起拼

“一个人富不算富,大家富才是真富。”这是洪良彬常挂在嘴边的话。深知农业创业不易的他,2019年创办了“九九星创天地”农业孵化平台,用“半公益”模式为创业者“兜底”——免费提供办公场地、仓储设备,还定期开展种植技术、电商运营培训。

走进孵化基地,36家农业初创企业的门牌一字排开,有做生态蔬菜的,有做农产品加工的,

还有做农业直播带货的。“洪总不仅给我们免房租,还帮我们对接订单,解决资金难题。”入驻平台的李自强说,当初他带着5万元启动资金来创业,在洪良彬的帮助下,如今年销售额已突破百万。

截至目前,平台已举办209场培训,覆盖2560人次,直接带动2185人就业,助农增收超2258万元。洪良彬还总把自己的“试错

经历”拿出来分享:“我当初推广无人机喷药被农户质疑,种五彩稻田亏了几十万元,创业没有一帆风顺,敢闯敢试才有可能成功。”他用自己的亲身经历,给创业者们注入信心。

在这里,传统农户学会了电商运营,返乡青年找到了创业方向,跨界创业者对接了优质资源,一个“抱团发展、资源共享”的助农合力正在形成。

澳门金井同乡会换届 蔡其东当选新一届会长

本报讯(记者 王云霏)近日,澳门金井同乡会成立二十周年暨第七届理事就职典礼及澳门金井青年会成立八周年暨第三届理事就职典礼在澳门举行,蔡其东当选澳门金井同乡会第七届会长。

蔡其东表示,20年来,澳门金井同乡会始终秉持爱国、爱澳、爱乡宗旨,积极投身澳门社会建设,与各界同心协力,为特区繁荣稳定贡献力量;始终心系桑梓,推动澳井两地交流合作,助力家乡迈向更美好的明天。展望未来,澳门金井同乡会将进一步完善互助体系、倾听心声,实实在在为乡亲排忧解难;深入发掘家乡与澳门的合作潜能,促进文化互鉴、经贸共荣,实现优势互补、协同发展。

旅美侨胞访问团一行 访问澳门晋江同乡会

本报讯(记者 王云霏)近日,北美洲福建团体联合会永远名誉主席蔡松芳带领旅美侨胞访问团到澳门晋江同乡会交流访问。

澳门晋江同乡会会长施志伴代表同乡会对访问团的到来表示欢迎,并介绍了同乡会成立初衷、发展历程等。他表示,旅美乡亲与澳门晋江乡亲血脉相连,此次交流不仅是情感的凝聚,更是未来合作的起点,希望双方以此为契机,建立长期联系机制,持续深化互动与合作,凝聚更多力量,共同推动两地闽籍乡亲在文化、经济等领域的深度合作,推动会务不断创新。

美国泉州联合总会会长叶安利表示,晋江乡亲敢拼敢赢的精神令人敬佩,期待更多乡亲赴美交流,进一步促进两地互动与合作发展。

2025全球纺织品 数码喷墨印花峰会举办

本报讯(记者 施珊妹)11月7日,2025全球纺织品数码喷墨印花峰会召开。

会上,向兴(中国)集团时尚女装产品经理程俊芳作“功能”与“图案”的共生,数码印花在新型纤维面料上的应用探索”专题报告。她从运动户外、智能穿戴、高端时装与可持续时尚领域等方面,详细介绍了数码喷墨印花在新型纤维面料上的应用情况。她指出,当前消费者追求“功能”与“美感”的结合,数码喷墨印花与新型纤维的结合是满足这一需求的重要方式。未来需要通过开发专用墨水与适配加工工艺,进一步扩大数码喷墨印花工艺在新型纤维面料上的应用范围。