

2026年1月30日 星期五
農曆乙巳年 十二月十二

晉江經濟報

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版
第4148期

字述一年

英林鎮區更新改造形象初顯

本報記者 王昆火 實習生 劉思詩

“英林鎮區更新改造形象初顯”，這是晉江市政府工作報告中對英林的肯定。日前，記者從晉江英林鎮獲悉，2025年，該鎮推動經濟社會平穩健康發展：固定資產投資同比增長41.7%；限額以上批發零售業銷售額同比增長25.39%；村集體經濟收入同比增長52.9%，增速位列全市第一。

歲末年初，走進英林鎮鎮區，英林村舊村改造（一期）公建配套項目的區間道路瑞英路施工現場機器轟鳴，車輛穿梭；附近的晉江市醫院英林院區建設工地，工人們分布在不同作業面忙碌着。而與這樣熱火朝天的建設景象相映成趣的，是位於長存公園的晉江市圖書館英林分館內的靜謐時光。大家沉浸在書香中，享受着閱讀帶來的喜悅。晉江市圖書館英林分館就在英林中心小學旁邊，是一座藏在公園裏的圖書館。館內各功能分區清晰，館外綠樹成蔭。“孩子們喜歡來這裏看書。這裏環境好、氛圍靜，是讀書學習的好地方。”從教二十六載的英林中心小學教師楊郎峇告訴記者。

2025年，英林鎮推動經濟社會平穩健康發展。其中，經濟發展穩中有質，“1+1+2+N”紡織服裝全產業鏈格局加速完善；“英林尚品”亮相2025泉州濱海文旅消費季暨 JOIN 晉江時尚季、第九屆中國食品企業年會；4家轄區企業入選泉州民營企業100強、1家入選泉州服務業民營企業20強；實施“企業家+科學家”融合創新行動；中國首個貼身運動服飾產業創新發展中心正式運營。城鎮面貌加速煥新，瑞英苑安置房項目完工，商品房晉悅·柏悅府一期、二期封頂，英林中心小學新校區啟用，晉江市醫院英林院區主體封頂；大覺山片區礦山生態修復項目和晉南污水處理廠中水回用項目完成。和美鄉村縱深推進，三歐村、東埔村獲評福建省鄉村振興示範村；英林首個公共文化服務綜合體投入運營；推出“晉邑古筵”之英林山海相逢宴；舉辦第十屆基層籃球聯賽、第二屆“趕海季”等文體活動30多場。民生福祉日臻完善，英林中學、英林中心小學、達德學校董事會换届，南灣中學體育館及英林中學改擴建項目

三、四期建成投用；鄉村公益醫療互助試點項目惠及群眾309人次；英林心公益慈善基金會全年公益慈善支出超1億元（人民幣，下同），社會保障覆蓋面持續擴大。

英林鎮相關負責人表示，2026年是“十五五”開局之年，英林鎮將緊緊圍繞創新發展“晉江經驗”、奮勇爭先打造中國式現代化縣域示範這一主線，統籌推進“產業強鎮、商貿重鎮、公益名鎮、善治小鎮、宜居福鎮”建設。立足“1+1+2+N”產業格局，抓實34個重點項目建設進度，落實“企業家+科學家”融合創新工作機制，深化“英林尚品”區域品牌建設，布局功能食品等新業態產業，塑造產業發展新格局；主動融入南翼新城一體規劃建設，提速“四中心一片區”建設項目，重塑晉南商貿中心的城鎮形象，重啟并打通市域8號路等，加快打造現代品質城鎮；主動對接濱海生態鄉村振興示範帶，引導慈善捐贈常態化，推進“紅色”“海誓”“山盟”“田園”跨村聯建，深挖“一村一品”文化品牌，讓英林成為“近悅遠來”的幸福家園。



顏曉軍 書

關鍵詞：改

改，革也。2025年，英林鎮以“改”破局，以“變”促興，從中國首個貼身運動服飾產業創新發展中心啓用的自我革新，到“四中心一片區”項目建設的全域蝶變；從中小學改擴建的民生改善，到首個公共服務文化綜合體投用的服務升級，再到從大覺山生態修復的環境煥新，以及全鎮高質量發展大會召開的接續奮鬥。一場場深刻的改，一次次驚喜之變，繪就“產城人”融合共生之景，擘畫“五個小鎮”建設新篇。

東石企業家 捐贈600萬元善款

本報訊（記者 許春 董嚴軍）28日晚，劉全通、黃烏眷伉儷家族慈善基金捐贈儀式在晉江東石鎮塔頭劉村的兩相伴傘業科技公司舉行。

活動現場，借愛孫劉境鋒、孫媳張萱喜結連理的美好契機，劉全通、黃烏眷家族向晉江市東石鎮慈善總會捐贈善款600萬元（人民幣，下同），用於支持家鄉慈善事業發展。

據悉，劉全通、黃烏眷家族致富不忘回報社會，長期以來熱心公益、樂善好施，截至目前，已累計捐資超2000萬元。家族善舉芳名遠播，彰顯了晉江企業家“富而有責、富而有義、富而有愛”的慈善情懷。

平均節省運輸時間8小時 泉州實現閩粵港“跨境一鎖”雙向運營

本報訊（記者 蔡明宣）近日，一輛滿載119票食品、保健品的貨車，經泉州海關監管後從晉江陸地港啟程，順利奔赴中國香港。這標誌着閩粵港“跨境一鎖”出口快速通關模式在泉州正式落地，同時也意味着，自2025年7月10日進口通道開通以來，泉州已全面實現閩粵港“跨境一鎖”進口與出口雙向運營，為泉州外貿高質量發展再添新引擎。

截至目前，泉州海關已累計監管“跨境一鎖”進口商品24萬件，貨值達4490萬元人民幣。

據了解，“跨境一鎖”快速通關模式，是海關總署“公路跨境快速通關”改革與香港海關“多模式聯運轉運貨物便利計劃（IT-FS）”深度融合的創新監管舉措。其核心優勢在於，實現了貨物在內地與港澳間公路口岸“不換車、不換鎖”自動快速驗放，大幅簡化了通關流程，是海關精準賦能外向型經濟的重要實踐。

“雙向通道全面貫通後，運輸車輛可24小時往返于閩粵港之間。”晉江市錦程貨運代理有限公司經理吳卿攀告訴記者，“這不僅省去了口岸申報、人工施解封等多個環節，每車平均運輸時間節省8小時，口岸裝卸、堆存等相關費用也降低了20%以上，顯著提升了我們在跨境貿易中的核心競爭力。”

據悉，為保障該模式順利落地，泉州海關開展了多輪實地調研，精準摸排企業跨境物流痛點難點，量身定制運輸監管方案，並充分運用衛星定位裝置、安全智能鎖、智能卡口系統等物聯網設備，對運輸車輛實施全流程實時可視化監控，通過CT機查驗、智能審圖等非侵入式監管手段，提升監管效能，全力打通物流堵點，構建輻射更廣、成本更低、時效更高的跨境物流新體系。

用影視創作助力鄉村振興 院綫電影《非常時刻》在英林啓動

本報訊（記者 王昆火 實習生 劉思詩）近日，院綫電影《非常時刻》啟動儀式在晉江市英林中心小學舉行。該電影是晉江市英林鎮政府與北京盛奇陽光影視文化發展有限公司聯合出品的文旅項目。

英林是一座充滿活力與魅力的閩南小鎮，素有“世界泳裝小鎮”的美譽，為電影提供了豐富的敘事空間。影片制片人、導演、編劇孫鉞表示，他是晉江的老朋友，早在2010年，電影《我們的夏天》在園頭拍攝，他對晉江特別是英林鎮有很深的感情。此次拍攝，英林鎮的文化、風俗、風景將直接融入劇情，並大量啟用晉江的非職業演員，涵蓋企業老總、廚師、個體工商戶等人物角色，讓他們進行本色演出，也是希望能為電影未來的收視或者觀眾的引入度帶來接地氣的擴展。

電影講述的是28歲的南方滴滴女司機柯雅玲，帶著30歲的北方男人張亮，去找騙子王文勝討要被騙的錢的故事。影片將在英林心公益慈善基金會、英林馬山村、滬厝垵村、湖尾村、嘉排村等地進行取景拍攝，用影視創作助力鄉村振興。

英林鎮主要領導表示，電影《非常時刻》在英林取景拍攝，將把英林的天然風光、人文風貌和特色美食更好地展現給中國乃至全世界的觀眾。此次合作，是推動“文旅融合”、講好英林故事、傳播地方文化的一次積極實踐。

據悉，該影片於2025年3月通過中國國家電影局備案，預計於2026年10月在中國各大院綫上映。



新塘上郭社區舉辦游園活動 居民“家門口”提前感受濃濃年味

本報訊（記者 許金植）看非遺、趕市集、享美食、游園會……25日下午，晉江市新塘街道上郭社區在即將完工的黨群服務中心舉辦“晉韻迎新春，睦鄰暖萬家”

鄰里游園活動，讓居民走進社區新空間，提前感受春節年味。

當日下午1時許，居民們陸續來到黨群服務中心三樓簽到，領取新年寄語紅繩和游園券。悠揚的南

音表演隨即拉開活動序幕，舒緩的音樂令在場觀眾沉浸其中。與此同時，黨群服務中心各樓層活動同步展開。三樓的中醫義診和愛心義剪服務臺前，居民有序排隊體驗貼心

服務；四樓墨香四溢，書法愛好者揮毫潑墨，為群眾書寫吉祥春聯；五樓的游園會上，孩子們歡笑嬉戲，參與趣味遊戲、手作體驗，並一起品嚐傳統小吃，現場一片歡樂祥和。

正式收購 安踏集團將成爲彪馬最大股東

本報訊（記者 柯國笠）27日，全球領先的多品牌體育用品集團安踏體育用品有限公司（以下簡稱“安踏集團”），與Pinault家族的投資公司Groupe Artémis達成購股協議，收購全球標志性運動品牌彪馬（PUMA）所屬公司PUMA SE 29.06%的股權，交易對價為每股普通股35歐元，現金對價為15億歐元，總金額達到15.06億歐元，約合人民幣122.8億元。正式收購完成後，安踏集團將成爲彪馬第一大股東。

本次交易預計有望於2026年底前完成，但仍需要得到相關監管部門批准及滿足慣例交割條件。此次股權收購資金全部來源於安踏集團的內部自有現金儲備。

安踏集團董事局主席丁世忠表示：“收購彪馬的股權並成爲最大股東，是安踏集團深入推進‘單聚焦、多品牌、全球化’發展戰略的重要里程碑。彪馬是具有標志性意義的全球知名企業，有着深厚的品牌資產。我們期待與彪馬公司相互學習并分享經驗，攜手合作，充分釋放其品牌勢能。這將有助於進一步推動安踏集團的全球化進程，促進包括中國在內的全球體育產業繁榮，同時爲全球消費者和利益相關者創造長期價值。”

安踏集團深耕體育用品行業35年，以中國市場爲根基和發展引擎，逐漸發展成爲中國最大的體育用品集團，在中國市場的全行業領先，並在東南亞、中東、非洲、北美

及歐洲等多個關鍵市場拓展業務。作爲國際知名品牌，德國品牌彪馬擁有深厚的品牌資產、全球影響力及體育資源，尤其體現在足球、跑步、綜合訓練、籃球和賽車等運動細分品類，在歐洲、拉丁美洲、非洲和印度等關鍵市場均有強大的影響力。目前，PUMA Group旗下品牌包括PUMA、Cobra Golf及stichd。該公司的產品遠銷120多個國家和地區，在全球約有2萬名員工。

安踏集團方面表示，旗下各品牌和彪馬在產品組合、專業細分和區域布局上高度互補。目前，安踏集團成功運營多個國際品牌，在多品牌運營管理和重塑品牌價值方面積累了廣泛且豐富的經驗，擁有

多年市場驗證的“品牌+零售”的獨特的商業模式，也跑出了全球體育用品行業中獨特的發展模式。此前，對FILA、迪桑特、薩洛蒙、可隆等品牌的成功運營，也爲安踏集團整體發展帶來了多元化增長空間。此次交易完成後，安踏將成爲繼耐克、阿迪達斯之後，全球體育用品市場又一重要參與者。安踏通過多品牌戰略，正逐步構建起覆蓋大衆、高端和專業細分市場的全球品牌組合，也代表着中國運動品牌的崛起。

晉江產經商訊
主辦/《晉江商人》雜誌