量增价跌下 晋江成人纸尿裤谋突围

本报记者 曾小凤 董严军

当新生儿数量进入下行周期，老龄化浪潮扑面而来，成人纸尿裤正在完成从“边缘产品”到“增量赛道”的跃迁。然而，记者深入晋江产业带走访发现，这条万亿级银发经济赛道的真实图景，远比宏观数据复杂得多。

泉州联合纸业有限公司副总经理汤代凤用一句话道破了行业现状：“业绩每年递增，但价格一年比一年低。”在她身后，联合纸业的成人纸尿裤生产线从去年每月开机15天，变成了今年以来的满负荷运转。但订单做不过来的同时，利润空间却被压得越来越薄。

行业的现状是“量增价跌”。需求在涨，玩家在增，洗牌在加速。晋江企业正在用各自的突围实践，回答一个共同的命题：当蓝海迅速变红，到底靠什么活下去？晋江企业开始全方位谋划。

从“可选项”到“刚需品”

记者走访了解到，2025年联合纸业的成人纸尿裤生产线一个月大概开15天，大量时间处于半闲置状态。而2026年截至目前，这条产线每个月都满负荷生产。“老年人越来越多，业绩每年递增。”汤代凤说。

设备商的数据从供给侧印证了这波扩产潮。海纳智能装备国际控股有限公司2025年年报显示，全年交付成人纸尿裤设备29台，贡献营收约1.76亿元，占总营收的36%，同比增长3%。2026年，该公司新签5台国内成人纸尿裤设备订单，另有5台此前签订的年度订单已交付4台。

上市公司宝舒国际的财报同样指向增长。2025年，宝舒国际成人失禁产品营收达4128.7万元，较2024年的2505万元暴增1623.7万元，同比增长近65%。

但“量”的背后，是刚需人群的结构性支撑。

汤代凤告诉记者，目前成人纸尿裤的消费主力是卧床的重度失禁老人，与能自理的轻度失禁人群比例大约为7∶3。“轻度失禁的人碍于面子可能不会用成人纸尿裤，但卧床的人必须用，这是绝对的刚需。年纪很大或者出现意外瘫痪的，都得靠这个。”

国家统计局数据显示，截至2024年末，我国60岁及以上人口已突破3.1亿。超3.1亿老龄人口构筑的需求底座是行业最大的确定性。卧床老人的数量只会增加不会减少，这意味着成人纸尿裤的底层用量是一条只涨不跌的曲线。问题是，谁能在涨潮中真正赚到钱？

抢跑银发赛道

面对涌动的银发经济浪潮，晋江企业没有观望，而是各自选定了进攻方向。

联合纸业坚持死磕高端，用品质换溢价。

“我们基本上只接一些高端订单。”汤代凤告诉记者，联合纸业走的是中高端路线，在国内做自有品牌，出口主攻欧盟等发达国家市场，同时承接养老院等机构的高端代工。靠着品质和渠道优势，联合纸业今年成人纸尿裤板块的业绩实现了翻倍增长。

“这个市场很大，就看你的渠道。做中高端，可选欧盟国家的订单；做低端，只能选东南亚。中国也一样，一、二线城市要求质量高，四、五线城市也有各自的人群区分。”汤代凤说，联合纸业的策略很清楚——不参与低价内卷，用品质站稳高价值客户。

汇森护理选择打造自有品牌，用全品类组合出击全球。

如果说联合纸业走的是“高端代工+自有品牌”并行路线，那么泉州市汇森护理用品有限公司则更坚决地押注品牌化。

“我们今年正式推出品牌‘Bamrose’，正在全球招商。”汇森护理相关负责人黄国城告诉记者，公司去年注册品牌后，迅速拓展了婴儿、成人、女性、宠物和日常五大卫品系列，并完成了供应链整合。

“代工做得不错，但为什么还要投入自有品牌？因为客户订单存在分流风险，今年下1000万元的订单，明年可能下一半。工厂最怕被动接受订单。”黄国城说，做品牌是为了向海外客户证明公司的自主研发能力和品控能力，“当你具备这些优势，客户会觉得你这家工厂能提供更长期的供应链保障。”

汇森还祭出了一套独特的打法：多品类组合招商。传统外贸是单品类一个柜起订，汇森允许五个系列任意组合一个柜。“跨境电商最大的痛点是库存压货。同样一笔资金，压一款货和压五款货，风险承受能力完全不同。五个品类‘东边不亮西边亮’，这是我们的最大亮点。”黄国城说，品牌目前定位中高端，虽然还处于从0到1的起步阶段，但方向已经明确。

当价格战拉响警报 靠什么撑到最后

市场在扩大，头部在增长，但这远不是行业全貌。在光鲜的宏观数据之下，一场残酷的价格战正在撕扯着大多数从业者。

“现在的竞争是恶性竞争，没有良性竞争。”汤代凤直言。

价格战的根源，是产能扩张来得太猛太快。

汤代凤说，“新进来的玩家把价格拉得乱七八糟。有的为了让机台转起来，故意压价抢订单，做一片亏几分钱也做。”

这种“亏本接单”的操作，把全行业拖入了一个囚徒困境。汤代凤描述其中的无奈：“机台停下来了就是纯亏，你做了，有可能做得不好还是要亏。所以宁可低价接单让机台转起来，至少能分摊固定成本。不做可惜，做了可能亏本，但还是得做。”

她的判断很悲观也很清醒：未来半年到一年，工厂数量还会继续增加，竞争会更加白热化。“低价可以吸引一批客户先开单，然后再看看能不能稳住一些价位好一点的客户。但这种不长久，撑不住的。”

面对价格战的绞杀，晋江企业的突围路径逐渐清晰。

联合纸业选择“避开低端红海”。汤代凤说，“我们不做电商渠道那种低得无法想象的单价，福建这边也做不了，他们卖的价格我们生产都生产不出来。”联合纸业把重心放在欧盟等发达国家市场，用品质和服务构筑壁垒。

汇森护理则选择“品牌化出海”。黄国城认为，完全没有品牌、百分百做代工的工厂会逐渐被淘汰。“除了价格，海外客户越来越看重工厂的自主研发能力、品控能力和品牌能力。我们要细水长流，为工厂贴上品牌的标签。”

两家企业的路径不同，但底层逻辑一致：不拼价格拼价值，不做低端做壁垒。业内人士指出，在全球老龄化不可逆的大势下，成人纸尿裤的总量只会越来越大。但能吃到这波红利的，一定是那些能从价格战中抽身、建立起差异化优势的企业。

成人纸尿裤的“成人礼”已经完成，但行业的淘汰赛，才刚刚开始。

凤竹纺织获颁碳排放核查“一核双证，国际互认”证书

本报讯（记者 施珊妹）近日，在福建省、泉州市及晋江市市场监督部门的指导下，福建凤竹纺织科技股份有限公司取得中英文版碳排放核查证书，实现一次核查、两张证书、国际互认。这是国际认证联盟（IQNET）框架下“一核双证”服务模式在纺织行业的首个落地案例，也代表该创新服务模式在福建多行业推广应用取得全新进展。

何为“一核双证”？简单来说，就是企业仅需接受一次现场核查，便可同步获取两家认证机构分别出具的有效证书。此次颁证由CQM方圆主导核查，德国DQS认证机构进行线上审核，双方依据共同标准对核查结论达成统一。企业通过一次核查即可同时获得国内认证机构与国际权威机构分别出具的中英文版碳排放核查证书，实现国内与国际认证结果等效互认，有效降低了企业重复核查的成本与时间。

福建凤竹纺织科技股份有限公司是晋江市纺织行业龙头企业，也是晋江市参与纺织品碳足迹标识认证全国试点企业之一。此次获颁国际互认的碳排放核查证书，标志着企业在碳排放数据管理、核算方法规范性和国际公信力等方面迈上新台阶，将有效助力企业应对国际绿色贸易壁垒，提升产品在国际市场的绿色竞争力。

晋江市市场监督管理局方面表示，此次凤竹纺织率先实现“一核双证、国际互认”，为晋江纺织鞋服产业集群探索可复制、可推广的碳排放管理路径提供了有益经验。

泉州时尚学堂开班

本报讯（记者 施珊妹）近日，泉州时尚学堂举行开班仪式。七匹狼、九牧王、卡宾、柒牌、鹏泰等泉州时尚产业联盟龙头企业代表、惠安女服饰国家级非遗传承人及院校教师齐聚一堂，汇聚泉州时尚产业资源，为学堂赋能本地产业发展筑牢坚实根基。

开班当日，学堂开设两场专业主题课程，由马兰戈尼亚太区首席运营官、上海校区校长程莹婷，马兰戈尼教学主任尼古拉·杜蒙两位导师分别以“时尚系统”“品牌与品牌策略”为主题分享，开启首期授课。课程紧扣AI时代时尚行业发展趋势，围绕原创设计、品牌建设、创新发展等核心维度展开讲解，为企业运营与设计创作提供全新发展思路。课堂互动氛围热烈，各位设计师与导师深入交流分享产业经验，彼此交流学习、互通启发。

泉州时尚产业联盟方面表示，泉州时尚学堂作为泉州时尚产业发展的重要平台，此次落地开班意义深远。不仅精准对接本土产业发展需求，打通国际时尚资源与本地产业联动渠道，而且还将持续引入前沿设计理念、成熟品牌运营体系，为泉州培育优质本土时尚专业人才，持续夯实“世遗泉州 时尚之都”建设根基。

酷暑送清凉 顺丰暖心慰问一线员工

本报讯（记者 曾小凤）连日来，晋江持续处于高温天气，一线物流作业面临酷暑考验。为切实保障网点、中转场一线员工身体健康，缓解高温作业压力，顺丰工会近日开展全员下沉慰问行动，将防暑物资与暖心关怀精准送达一线岗位。

记者了解到，此次慰问实现一线人员全覆盖，统一配备丰富的防暑物资，包含清凉油、风油精、冰袖、冰巾、大容量水杯、藿香正气水等实用物品，全方位助力员工防暑降温。同时，常态化开展高温慰问派送活动，为坚守岗位的员工送上四果汤、绿豆冰、西瓜、矿泉水等清凉饮品和解暑食品。

据介绍，顺丰此次高温慰问活动将持续至8月底，慰问范围覆盖顺丰所有网点及中转场地。

劲霸工会开展 2026夏日送清凉 关怀行动

本报讯（记者 施珊妹）近日，劲霸公司工会组织开展“清凉一夏·劲享家温暖”2026夏日送清凉关怀活动，把消暑物资与暖心关怀送到在岗职工手中。

据悉，关怀行动重点面向保安、电工、配货员等长期身处室内高温环境、室外露天作业的工作人员。工会工作人员逐一走访各作业点位，为坚守岗位的员工送上解暑食品，同步增配藿香正气水、清凉油等各类防暑降温药品，细致叮嘱大家高温时段作业注意劳逸结合，及时补充水分，做好个人防暑防护。

盛夏持续高温，在岗员工始终坚守本职、默默值守，保障公司各项工作平稳有序推进。劲霸公司夏日关怀行动直击高温作业痛点，推出多项暖心举措为一线员工舒缓酷暑压力。

劲霸男装方面表示，送清凉关怀行动将持续开展至9月底，为在岗职工送上夏日慰藉。细致入微的关怀，充分彰显了公司工会心系员工、关爱员工的初心，营造出温暖和谐的企业氛围，让每一位坚守岗位的员工都深切感受到企业大家庭的温暖。

速运福建区第二届“小蜜蜂杯” 工匠技能大赛在晋江举行

本报讯（记者 曾小凤）近日，速运福建区2026年第二届“小蜜蜂杯”工匠技能大赛地区总决赛在晋江收官，90名来自收派、中转、司机等一线岗位的业务精英同台竞技，通过理论答题、实操比拼、团队协作三重试炼，展现物流一线职工的精湛技艺与实干匠心。

大赛历经6月份理论海选、7月份片区半决赛层层选拔，最终各路好手会师晋江同台角逐。大赛设置个人、团队共计38个获奖名额，当天收派岗个人及团体赛一等奖均花落福州团队。

总决赛赛程兼具专业性与趣味性，个人赛中，选手扫码完成岗位规范、交通法规、安全操作等理论考核，收派岗现场开展随机物品包装实操；团队赛场同步开启必答抢答、趣味接力比拼，各队伍轮番上阵协作闯关。赛事考题紧贴日常业务场景，全方位检验职工服务能力、操作规范与应急处置水平。

“本次技能大赛搭建起一线职工切磋交流的平台，以比武练兵夯实业务根基，持续锻造高素质物流技能人才队伍，赋能晋江现代物流产业提质升级。”顺丰速运福建工会主席吴梦东表示。

七彩狐泳装集团 开展消防演习演练

本报讯（记者 施珊妹）近日，七彩狐泳装集团开展消防安全培训会议及消防应急疏散演练。

活动中，消防员组织召开消防安全培训会议，给各个区域的楼层负责人普及消防安全知识，并且介绍了消防安全演练主要注意事项。

随后展开了消防演练。消防员向群众普及消防知识，并且演示如何使用灭火器灭火，让大家通过实际操作来重视学习消防知识。

龙兴隆开展“晋阅读·工力量” 职工主题阅读活动

本报讯（记者 曾小凤）近日，晋江市龙兴隆染织实业有限公司工会委员会开展“晋阅读·工力量”职工主题阅读活动，以进一步推进“书香工会”建设。

该公司党支部书记周呈铭表示，希望借助活动的开展，进一步号召党员、职工立足于本职工作，在岗位上尽职尽责、积极进取、奋发有为，为公司的高质量发展、产业升级注入红色动能。

“此次主题阅读活动让大家在书香浸润中沉淀了初心、汲取了奋进力量。”公司一线生产职工纷纷表示，今后将继续把读书学习的收获转化为实干动力，秉持精益求精的工匠精神，深耕生产岗位，主动钻研织造、印染相关技术工艺，积极主动攻克生产中的细节难题，不断提升岗位技能与工作效率，以实干担当践行新时代产业工人的使命。