



泉州获30亿 全省第一

省工信厅第二期专精特新企业贷款总额度100亿元已发放

海都讯(记者 沈舜枝) 3月19日,福建省工信厅设立的第二期专精特新企业贷款全部发完,全省共发放贷款1519笔,累计放款金额100.30

亿元;其中,泉州共发动337家专精特新企业提交贷款申请614笔,共70.22亿元,共264家企业获批放款461笔30.09亿元,占全省放款金额的

30%,获贷金额全省第一。

据了解,本期专精特新企业贷款由省财政按贷款金额给予1%的贴息,贴息后年化利率最高2.1%,单家

企业申请额度最高5000万元,采取先报先得方式。该贷款于2月12日在省金服云平台上线,至3月19日,仅35天即发放完毕。

据悉,此次晋江市共63家企业获放款6.53亿元、南安市52家企业获放款5.41亿元、德化县32家企业获放款3.45亿元、洛江区19

家企业获放款3.04亿元、惠安县27家企业获放款2.49亿元、鲤城区16家企业获放款2.13亿元,其他县(市、区)也均有获贷。

意向成交127.5亿

2025福建建博会圆满落幕;晋江的地铺石、仿古砖、木纹砖、薄板、中板等产量位居全国前列

海都讯(记者 杨江参文/图) 3月21日,记者从晋江获悉,为期3天的第七届中国(晋江)国际家装建材博览会暨2025福建建博会于20日圆满闭幕。记者从组委会了解到,本届展会期间,累计客流量87296人次,与2024年基本持平,其中首次观展客商超30%;意向成交金额127.5亿元,较2024年增长12.9%。

展会期间,晋江多家建陶龙头企业亮出融合前沿科技与创新理念的拳头产品,如祥达、广达、贝雅特、豪山、万利、盈溪幕墙及生态地铺石,联兴、丹豪、泉隆仿古砖,七彩外墙罗马柱、华泰陶板、宏华薄板、德顺花砖、美胜西瓦、山美马赛克泳池砖、佐苗手工砖等,

展现福建产区在产品差异化创新上的强大活力。

此外,本届展会上,一款可以任意弯曲、厚度仅2至4毫米的“软瓷砖”也吸引众多客商的目光。“作为新型建筑装饰材料,软瓷具有防火、轻柔、环保、可塑性强等多个特点,颇受市场欢迎。”参展商告诉记者,软瓷让“柔性”成为瓷砖一种新的展示方式,能够展现出更多独特的设计图案和效果,为客户提供更多定制化的服务。自重较轻的软瓷也为运输提供了极大的便利,有助于海外市场的开拓。

福建是陶瓷大省,2024年陶瓷砖产量21.4亿平方米,卫生瓷6.7亿件,分别占全国的26.2%、40.2%。作



可任意弯曲的软瓷吸引众多客商的目光

为福建陶瓷的核心产区,晋江现代陶瓷业经过数十年发展,已成为国内高端仿古砖主要产地、建筑陶瓷主要集散地和一站式直采基地。晋江的地铺石、仿古

砖、木纹砖、薄板、中板等产量位居全国前列,其中地铺石、木纹砖产量占全国70%。2024年,“磁灶陶瓷”入选国家地理标志保护工程项目实施名单。

晋江搭建人才科创基金

海都讯(记者 沈舜枝) 日前,晋江人才科创基金完成首次出资。基金总规模5亿元,首期规模5000万元,由晋园发展集团牵头,城建集团、文旅集团等5家晋江市属国企

参与,联合聚卓资本等社会资金共同出资,形成“国有资本+社会资金+市场化管理”的共赢模式。

据了解,该基金围绕晋江“4341”产业体系,重

点投向集成电路、核技术应用、智能装备、新材料、新能源等新质生产力领域,推动技术落地与产业升级。通过基金招引并投资各类优质科技创新早期项目,以全生命周期

服务促进人才与科技成果转化落地生根。晋江人才科创基金的设立,有利于晋江加速引进高端人才与科创项目,培育一批具有核心竞争力的标杆企业。

海都时评

打造更多叫得响的品牌

泉州正酝酿制定姜母鸭地方制作技艺标准,打造区域品牌;安溪铁观音国家标准再次修订,“老铁”进了新国标,并首次公布英文版标准(详见3月17日、18日本报报道)。从泉州街头巷尾的姜母鸭香气,到安溪茶园里的铁观音茶香,一碗烟火气里的品牌突围战正在悄然打响。

今年的政府工作报告提出,要深入推进制造业“增品种、提品质、创品牌”工作,打造名品精品、经典产业。品牌,是产业结构升级和消费结构升级的重要方向,承载着人民群众对美好生活的向往。

在姜母鸭门店日均排队两小时的盛况下,“千店千味”的原始竞争格局仍未打破。标准不是要抹杀个性,而是为“老字号”提供孵化器——如同全聚德之于北京烤鸭,德州扒鸡之于山东美食,标准化将成为品质的担保书,让游客不必再靠运气挑选店铺,吃到好口味。

相隔十九年更新的铁观音国标,藏着中国茶产业的升级智慧。新增的“陈香型”产品类型,既保护了传统老茶的岁月价值,又用英文版标准架起跨文化桥梁,让“安溪铁观音”五个字成为全球通行证,助力中国茶品牌走向世界。

习近平总书记指出,要坚持传统产业转型升级和培育壮大新兴产业、未来产业齐头并进,因地制宜发展新质生产力,打造更多叫得响的品牌。

在产业升级的十字路口,“守正”与“创新”不是非此即彼的选择题。从泉州西街飘香的姜母鸭到外国超市货架上的铁观音,这场始于灶台间的品牌革命,正在创造新质生产力,重写中国制造的叙事方式。

高速铁路、新能源汽车、国产手机……这一个个响亮的中国品牌见证着科技创新的奇迹。10多年前,中国游客还在国外抢购电

饭煲,如今,随着240小时过境免签政策的落地,“China Travel”入境游持续火热,甚至出现了外国人来中国“反向代购”。

品牌的背后是实力,深处是文化。当地方美食不再只是旅游攻略里的打卡点,当地地理标志产品成为文化输出的载体,我们终将明白:真正的好品牌,不仅能让世界品尝到好味道,更能品味到那缕穿越时空的文化沉香。中国品牌的创建蕴含着创业创造者的传奇,更闪耀着“敢为天下先”的胆识。相信在科技创新引领下,将有更多中国品牌“鲤鱼跃龙门”,讲述更动人的中国故事。(白水)

分享基层治理经验

南安籍全国人大代表吴金笔宣讲全国两会精神



吴金笔宣讲全国两会精神

海都讯(记者 吴日锦文/图) 3月22日上午,泉州南安籍全国人大代表吴金笔来到位于泉州涂门街的省级文物保护单位泉州吴氏合族大宗祠,为泉州东观西台公益服务中心党支部党员、泉州各区域吴氏宗亲代表、鲤城区海滨街道涂门社区党员、群众等带来一场2025全国两会精神宣讲。

“所思所想就是要早点和乡亲们分享。”在现场,吴金笔围绕“两会概况、主要精神、福建代表团履职情况”三个方面进行全面深入宣讲,并结合乡村善治的角度分享了自己的基层治理经验。宣讲会上,吴金笔还以泉州吴氏合族大宗祠传承弘扬优秀

宗族家风文化为例,就如何提升文化自信阐述了自己的观点。

记者了解到,吴金笔是一位有着13年基层治理经验的村级党委书记,他所在的南安市省新镇省身村,在他的带领下,探索出了一条乡村善治的“省身新路径”。

“坚定信心,同心同德,抢抓机遇,向着新的春天,迈上新的征程。”本次宣讲会的组织者泉州吴氏合族大宗祠第三届理事会会长吴端雅告诉记者,宣讲、学习、贯彻两会精神,除了传承、弘扬家风文化,饱含国家情怀,还能激励大家立足岗位深化运用,为国家多做贡献。

共探世遗之城的融合路径

泉州举办“文化与宜居”城市发展主题分享会

海都讯(记者 杨江参) 3月21日下午,“文化与宜居”泉州城市发展主题分享会在泉州举行。会上,文化学者、规划专家、城市共建者等齐聚一堂,共探世遗之城的融合路径,擘画“万亿经济体”与“半城烟火半城仙”共生共荣的未来图景。

“从沿江到环湾,泉州不曾停下向东面海脚步,从陆地走向海洋,从历史走向未来,文脉绵长,生生不息。”泉州市委宣传部原副部长、泉州市文旅融

合与文化创意协会会长许旭明介绍,泉州这座文化积淀深厚、经济活力强劲、宜居宜业的城市,正通过“让历史会呼吸”的实践,将文化软实力转化为城市竞争力。

据悉,本次活动以“潮涌东海 筑梦领航”为主题,由泉州市文旅融合与文化创意协会主办,旨在为泉州城市发展提供多元思考,向外界传递“世遗之城”的独特魅力——历史与未来在此交织,诗意栖居与澎湃经济在此共生。