

300多个品牌2000多家商户,16万人次参观、订单总额达75亿元…… 第三届福建(南安)厨卫展览会圆满落幕

■本报记者 李杨瑜 黄奕群
通讯员 黄志鑫 林婧 文/图

2日,南安市“四链”融合及内外贸一体化系列活动——第三届福建(南安)厨卫展览会在仑苍镇中国水暖城圆满落幕。据不完全统计,本届展会线下观众人数超11万人次,线上观众人数超5万人次,达成战略合作协议、现场成交及意向订单金额预计达75亿元。打造了一场融合传统与创新,场景与生态、中国与世界的行业盛会。

科技引领潮流 上万款厨卫产品及水暖配件亮相

以“品牌、数智、定制”为主题,第三届福建(南安)厨卫展览会依托南安“中国水暖城”的产业集群优势,展览面积达2万平方米,设有品牌科技馆和零部件馆两大展馆,汇聚了来自全球各地300多家顶尖卫浴品牌及2000多家水暖城商户。

现场展示了上万款厨卫产品及水暖配件,各种新潮产品琳琅满目,涵盖智能卫浴、五金配件、智能制造等多个领域。在A馆的品牌科技馆内,九牧集团携手华为全屋智能推出的系列科技卫浴新品成为本届展会上的亮点之一,吸引了众多观众驻足体验。

“九牧通过科技赋能,使产品更加智能化、人性化。”九牧集团品牌总监田柳桥介绍,公司携手华为全屋智能推出的鸿蒙智尚卫浴空间,借助AI技术,让卫浴空间具备“主动感知、主动服务”的能力,带来更加人性化的卫浴体验。

在九牧厨卫的展区内,X系列智能马桶也成为现场顶流,吸引络绎不绝的人群参观。其中,X70超静音数智马桶更是凭借充满科技感的外观和低至38分贝的冲刷声脱颖而出。据现场工作人员介绍,九牧X70不仅有超静音、超能冲的技能,还自带万向转动的清洁机械手,能将魔力泡喷淋覆盖在马桶内壁,实现99.98%杀菌、防溅、除臭、防粘堵等多个卖点。

对于不少年轻人来说,颜值即正义,如今,不少卫浴品牌在产品外观的设计上下足工夫,活泼鲜艳的配色、趣味十足的造型,一改传统卫浴



九牧厨卫展区,吸引络绎不绝的人群参观。

产品的严肃板正,令人忍俊不禁。

皇岛卫浴的展区内,一款名为鸭蛋款的马桶,也因其独特造型及出挑的颜色格外吸睛。“我们鸭蛋款马桶主要特点就是可以做很多种颜色,包括陶瓷套、盖板都能做到差异化,还配备了电容式脚感,即使是家里的扫地机器人路过,也不会误触发开盖或冲水。”该公司业务经理陈嘉豪指着展品介绍道。

同样,在九牧集团小牧卫浴展台,小牧Z40pro智能马桶、小牧K歌音乐花洒等高颜值、高科技、高性价比的产品让不少年轻观众围观体验,纷纷拿出手机打卡合影。

随着老龄化社会的到来,适老化室内设计逐渐成为家居设计的重要趋势。在A馆的谷朗卫浴展区,就展示了几款适老化卫浴产品。其中,带扶手的马桶,可以让老人、孕妇等群体在使用过程中得到助力;带扶手的花洒,既能置物,又能提供安全保障。

“考虑到孕妇和老年人群体在卫浴空间里,我们将安全扶手跟花洒结合在一起,承重可达200公斤,可以满足肥胖人群的日常使用。”在谷朗卫浴营销总监吴伟宏看来,中国的老龄化社会问题日益凸显,养老市场是一个巨大的蓝海。

“这种在花洒和马桶上加装安全扶手的设计极具创新,无论是为老人还是孕妇,都提供了更强的安全保障,更显人性化。”谷朗卫浴带来的适老卫浴引起了辽宁客商洪水德的注意和兴趣,他欣喜地分享道。

内外贸一体化

“四链”融合驱动产业升级

在高质量发展的时代浪潮中,南安以“四链”融合为强劲引擎,成功打造了规模近两千亿元的智能家居产业集群,成为县域经济高质量发展的典范。今年开春,全省县域重点产业链“四链”融合现场会在南安召开,让这座“成功之城”吸引了更多关注的目光。

“本次展会是南安推动创新链、产业链、资金链、人才链‘四链’融合的关键举措,也是促进内外贸一体化发展的重要平台。这次全国包括广东、浙江、河南、安徽等省份在内的众多行业协会代表组团前来参展交流,还吸引了海外行业协会共同探讨行业新趋势,其中包括上海、浙江、广东、山东等70多家异地卫浴企业参展。”福建(南安)厨卫展览会组委会负责人林秋燕表示,他们也欢迎更多行业人士到南安、到水暖城,一起交流互动。

值得一提的是,本次奥飞智能卫浴产业园入园企业精锐尽出,水百年、秋洪、鹏原卫浴、牧纯卫浴、皇家坐标等十多家企业携手,亮出了各自的看家本领。他们带来了设计新颖、品质卓越的卫浴产品,更在智能化、环保性等方面进行了大胆创新。观展者或驻足品鉴工艺细节,或与企业代表交流洽谈,现场互动频繁。

有业内观察人士指出,这种抱团



展会现场,观展者与企业代表互动。

参展模式已超越简单的资源整合,通过技术共享与理念碰撞,锻造出行业发展的“聚变效应”,既深化了各品牌的市场认知度,更以集体姿态彰显卫浴行业协同创新的时代精神。

为推动南安厨卫产业“四链”深度融合,促进产业合作、优化资源配置,增强产业链协同及推动产业升级,展会还同期举行了福建省工业企业供需对接平台2025年南安水暖卫浴产业供需对接会。

会上,阿里巴巴代表进行“1688南安水暖卫浴产地名片发布暨南安产业带强势复苏计划解读”的主题分享;并举行了“福建省水暖卫浴阀门行业协会x阿里巴巴线上市场战略签约仪式”,旨在深化双方合作,助力企业开拓线上渠道。

此外,为挖掘福建水暖卫浴行业及供应链的卓越品牌和企业,进一步提升产区的品质和智造的影响力,福建(南安)厨卫展览会组委会还举办了首届“福”卫耀光年度颁奖盛典,活动现场将颁出产品质量金奖、工程优选品牌、用户口碑品牌等年度奖项。

近年来,南安致力于推动厨卫产业朝着品牌化、智能化和国际化的高端方向迈进。目前,南安共拥有700多家水暖厨卫企业和10万多名产业工人,其中,规上企业62家,产品涵盖五金水暖、卫生陶瓷、淋浴房、浴室柜等3000多个品种、2万多种规格,是全国最大的水暖产业基地之一,建有全省首个国家水暖洁具产品质量检测中心。



闽旋科技新品面世

■本报记者 李杨瑜

近期,南企闽旋科技紧随纺织产业高质量发展所需,自主研发生产了一款MEQ型旋转接头,引发行业热议。

旋转接头作为浆纱机众多组件之一,是实现浆纱机上的旋转部件与固定管道之间的流体传输和密封的重要部件。闽旋科技相关负责人表示,一款优质的旋转接头能够确保浆纱机在高速运转中,实现流体在传输过程中不泄漏,保障浆纱效果。同时,还须具备良好的耐磨、耐腐蚀性能,以适应浆纱机长时间、高强度,传输蒸汽、冷凝水介质的工作需求,规避性能不稳所引发的停机检修,从而避免降低生产效率甚至影响浆纱品质。

“该MEQ型旋转接头采用先进的密封技术与精密制造工艺,其中,主轴经防腐防锈特殊工艺处理,内置浸金属反球形密封装置加之宽间距双无油轴承支撑等优化设计,联合可自适应性能结构,即便需在长期承受蒸汽冲蚀和高速运行的严苛条件下,依然能够保障其稳定的工作性能。”上述负责人介绍。

众所周知,浆纱机作为纺织行业中用于浆纱工序的核心设备,其主要作用是对经纱进行上浆处理,以提高经纱的可织性,是织造前的“灵魂设备”。“能源消耗是增加纺织企业运营成本的主要因素之一。”上述负责人坦言,低效的旋转接头会造成大量的能源浪费,增加企业的运营负担,而MEQ型旋转接头经过精心研发,具备出色的隔热与密封性能,能够有效减少蒸汽介质在传输过程中的热量散失,实现能源的高效利用。

“浆纱质量直接决定了纺织品的品质,稳定的介质供应是保证浆纱质量一致性的关键。”上述负责人举例,MEQ型旋转接头通过准确把握流体动力学和热平衡,并充分考虑与虹吸管振动频率等关键因素,有效确保了蒸汽、冷凝水等介质的流量与压力的稳定性,从而保障浆纱过程中的温度和湿度的恒定,进而使浆纱更加均匀、牢固,有效提升了纺织品的质量,助力客户企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

近些年来,闽旋科技在深耕企业技术研发的同时,也积极参与行业以及国家级标准制定起草。“日前,由公司牵头主导的《旋转接头试验方法》推荐性国家标准启动会在山东召开,这标志着旋转接头行业标准化工作迈出了重要的一步。相信通过各方的努力,待该标准正式发布实施后,将为旋转接头行业的健康有序发展提供有力的支撑,为促进密封行业上下产业链的技术进步,更好地服务国家战略具有重要意义。”闽旋科技董事长朱斌期望,充分发挥行业团队力量,对相关内容做好充分调研,加强协作交流,协力将此标准项目做好,共同为行业及相关领域高质量发展保驾护航。

莱姆石“量价齐飞” 技术创新成突围“法门”

■本报记者 蔡静琦 文/图

今年3月,在厦门国际石材展期间举行的《2025—2026石材流行趋势》发布会上,莱姆石再度“火”了一把。实际上,自去年起,莱姆石市场便迎来了“量价齐飞”的爆发期。全国工商联石材业商会会长刘良良指出,原本一立方米6000多元的土耳其白沙,现在价格已飙升至一吨6000多元,并且这种暴涨趋势仍在持续,带动了全线莱姆石产品价格的普遍上涨。

价格疯涨竞争愈激烈

“去年还能精挑细选,今年连库存尾货都得靠抢!”近日,一位设计师在个人短视频平台上的吐槽,揭露了莱姆石市场现状,引发业内关注,也让莱姆石价格飙升现象浮出水面。

回溯至三四年前,国内石材市场热炒灰料,专注经营莱姆石的企业寥寥无几。彼时,莱姆石因密度低、孔隙多、耐污力差等特性,曾被视为不适合用作外墙材料,在国内市场遇冷。

然而,疫情期间,中东市场崛起,改写了莱姆石的命运。在中东地区,他们偏爱白色建筑,尤其是土耳其白沙,更是成为当地建筑的宠儿。白沙价格从三百元飙升至四五百元,因此,与其颜色相近的莱姆石也随之涨价,市场热度高涨。

价格疯涨的背后,竞争也愈发激烈。不少石材商为了获取优质的莱姆石板材,开始四处奔波,甚至提前预订,以免错过最佳采购时机。磊石集团总经理谢志来表示,现在莱姆石的订单量比以往增长了数倍,甚至一



莱姆石矿山

些库存尾货也成了抢手货。

“石材商的供应始终追随设计潮流,如今,莱姆石不仅受到国外建筑的青睐,国内大型项目也纷纷采用。”谢志来坦言,一旦流行,其所谓的“缺点”皆可克服。密度低就切厚些,易脏则加做抗污层。

和润石业董事长黄庆达指出,公司深耕莱姆石品类近20年。因白色作为基础色,应用广泛,且莱姆石因其“会呼吸”的特性,与当下低碳环保理念相契合。加上其天然纹理与柔和色彩为建筑增添自然优雅之感,故备受市场青睐。

事实上,莱姆石非土耳其独有,德国、葡萄牙、法国等地也储量丰富。然而受国外矿山开采限制严的影响,市面上流通的莱姆石数量有限。业内人士提醒,价格波动反映市场供需,投资者和消费者需理性决策,谨防市场风险。同时,企业应随市场需求增长,积极开拓稳定供应渠道。

从资源依赖到技术驱动

当不少同行还在为原料涨价愁眉苦脸时,旺青石材的车间内却是另一番景象。车间内,机械臂有条不紊地将2mm—3mm厚的莱姆石薄片与碳纤维基材精准压合。“这是我们研发的‘石材三明治’,一片成本能降40%,而且能像木地板一样,直接铺在地上。”旺青石材总经理陈慕青介绍时,言语中满是自豪。

“今年厦门国际石材展期间,我们的第三代复合莱姆石一亮相就获得热烈反响。2mm—3mm的超薄设计搭配榫卯结构,让石材铺贴就像铺设木地板般简单,施工难度大降。”陈慕青坦言,其复合的标准化莱姆石产品,已经获得户外品牌途堡的认可,将用于亚太区数千家旗舰店。

“现在莱姆石市场火爆,但产量不足,价格也是飞涨。”陈慕青坦言,

即便旺青石材已掌控8座优质矿源,12个优质品种,矿脉横跨6公里储带,从源头把控了产品品质的稳定性,但他深知,仅靠资源非长久之计。于是,旺青石材悄然开展技术革新与资源整合行动,破解天然石材行业痛点。

记者了解到,旺青石材自主研发的第三代复合工艺,创新使用碳素加金属板底材,让底材膨胀系数与石材完美匹配,解决了铝蜂窝板空鼓、脱胶问题。因此,该公司自信承诺“20年零售后”,让客户无忧。

在降低运输成本与实现轻量化方面,旺青石材经过技术改进,单片800mm*2600mm的复合石材重量将近25公斤—30公斤,运输成本相较于传统产品降低了40%。“石材行业出海难题在于运输成本,重量减轻,运输费用自然降低。”陈慕青一语道破其中关键。

天然莱姆石抗污性差,是行业难题。旺青石材凭借自研独家防护剂,采用升温渗透技术,增强了石材的防污性能。且针对不同矿脉石材特性,实行“一石一配方”,确保每块石材得到最佳处理。此外,旺青石材还组建了一支40人—50人的全国业务团队,全力铺设销售渠道。值得期待的是,今年5月,旺青石材将上线“安装—售后”全链路体系,有望彻底解决工程售后责任不清、互相扯皮等难题。

从资源依赖到技术驱动,旺青石材为当下不少莱姆石石材厂商提供了转型样本。未来,谁能在轻量化、功能化上突破,就能在赛道持续领跑。也许正如陈慕青所言,“当石材变得像瓷砖般易用,就是行业新纪元的开端。”

固美举办职场情商专题培训

本报讯(记者 李杨瑜)日前,固美集团莲塘厂区组织开展聚焦职场情商提升的专题培训。本次培训特邀泉州市模具工业协会荣誉会长吴静瑜担任讲师,以生动有趣的讲解方式,从情商的基本概念出发,深入剖析了情商在职场中的重要性,以及如何在实际工作中巧妙运用情商来提升个人魅力和团队效能。

“具备高情商的员工能够更敏锐地察觉他人的情绪和需求,从而以更加恰当的方式进行沟通,有效减少误解和冲突。”在吴静瑜看来,高情商还能增强团队的凝聚力和向心力,促使团队成员更加紧密地合作,共同推动项目的成功。

通过一系列丰富的案例分析,与会人员对情商有了更加全面的理解,纷纷表示受益匪浅。固美集团相关负责人表示,接下来,企业将继续深化学习型企业文化,以员工成长需求为导向,策划并组织更多元化、更具创新的培训活动,为员工的职业生涯发展铺设坚实基础,也为公司长远发展注入蓬勃活力,实现员工与企业共进共赢的良性循环。

2025年是固美金属高质量发展的关键年。企业以员工培训夯实根基、锻造核心竞争力,推动子公司走创新之路,形成产业矩阵联动发展格局,实现质量效益双提升。据了解,3月以来,随着子公司金固美订单暴增,该公司陆续新增数台生产设备。其中,包括辊轧机、双机头数控、自动伺服冲孔机、自动伺服转盘式冲床。该公司相关负责人表示,新设备的引入,优化了生产流程,提升了生产效率,为下一步的产能提升打好基础。

此外,子公司泉州晟创商贸有限公司也再获AEO认证。据悉,AEO高级认证是世界海关组织倡导的一项制度,被誉为国际贸易的“金字招牌”。获得该认证的企业不仅能享受优先通关、降低查验率等便利措施,还能在国际贸易中获得更多合作伙伴的信任与认可,进一步提升企业竞争力。

“AEO认证标准和要求严苛,涉及企业内部控制、财务状况、贸易安全、守法规范等多个维度的全面评估。”固美集团相关负责人表示,两次顺利通过这一国际权威认证,不仅是对企业长期以来坚持高标准、严要求经营管理的肯定,更是对他们持续致力于提升国际贸易安全与便利化水平的认可。