

微观产业

从“卖产品”到“造生态” 南安展会背后的产业转向

李杨瑜

连日来,第二十二届南安卫浴五金展与第四届福建(南安)厨卫展览会相继举办,表面上是两场常规行业展会,但更值得关注的是其背后的产业逻辑变化。在外贸承压、内需分化的现实背景下,传统依靠规模与价格驱动的路径逐渐失效,南安正在通过展会,尝试把“交易平台”升级为“产业解决方案平台”。

一个明显变化在于,展会开始主动介入产业链。第22届南安卫浴五金展引入设计主题展与跨境服务区,把“设计能力”和“出海能力”推到核心位置。这并非简单的内容丰富,而是回应行业长期存在的两大问题:产品同质化严重、海外渠道依赖单一。通过把设计与跨境能力前置,南安试图帮助企业提升溢价空间,而不是继续陷入低价竞争。

第四届福建(南安)厨卫展览会则更强调把链条“接起来”。通过品牌馆与供应链馆并行,以及水暖城商户整体联动,展会让上下游企业同一空间内高频对接,本质是在降低沟通成本、提升匹配效率。对一个以中小企业为主的产业集群来说,这种线下集中撮合,仍然是最直接有效的方式。

更深层次的变化在于角色转变。无论是引入海外采购团,还是对接义乌渠道资源,南安正在从“生产基地”向“资源组织者”转型,谁能掌握渠道与链接能力,谁就能在产业链中获得更高的话语权。

当然,这种转型仍在起步阶段。设计能力能否沉淀、跨境服务能否普惠、协同机制能否常态化,仍有待观察。但可以确定的是,南安已经不再单纯追求“做大做强”,而是在尝试“做深结构”。在制造业进入存量竞争阶段的当下,这种转向,比单纯追求数据增长更有意义。



泉州市装备制造业协会 召开研发数字化主题交流活动

本报讯(记者 李杨瑜)日前,由泉州市装备制造业协会主办,雅马哈发动机(厦门)信息系统有限公司、德国CONTACT Software Gmb H、厦门海实科技有限公司参与支持的“用数字大脑点燃泉州制造业卓越”研发数字化主题交流活动召开。在分享环节,雅马哈发动机(厦门)信息系统有限公司福建销售负责人王继欣以《雅马哈信息:30年本土化服务,助力泉州智造》为题进行了专题分享;德国CONTACT Software中国区负责人赵嘉毅则围绕《用数字大脑点燃泉州制造业卓越》这一主题,开启了精彩演讲。

本次活动特别设置了超过70分钟的现场系统演示与自由交流环节。其间,群峰机械、泉工股份、革升不锈钢等企业的信息化及研发负责人,围绕研发协同、数据治理、业务流程自动化等实际痛点问题踊跃提问。赵嘉毅通过现场系统演示,对这些问题逐一进行了解答。

与会企业代表纷纷表示,这种“演示+互动”的形式直观高效,能够精准对接自身企业在数字化转型过程中遇到的具体问题。针对企业普遍关注的AI功能需求与应用落地问题,赵嘉毅表示,数字化建设一定要先把数据底座搭好再上AI。他强调,企业不应盲目追随市场热点,要回归自身痛点需求。在他看来,问题不一定全部需要通过AI解决,只有夯实数据基础、构建清晰的知识体系与业务流程,AI技术才能真正发挥价值。

助力城市升级 九牧启动美好人居焕新大行动

本报讯(记者 李杨瑜)日前,“2026城市更新‘好房子、好产品、好技术’产业链创新发展大会”召开,九牧携手中国房地产业协会城市更新分会、首开集团、金茂控股等协会机构及各行业龙头企业共同发起成立“城市更新产业链创新联盟”,同时启动“九牧2026美好人居焕新全国大行动”,推动全国家居卫浴品质焕新,以科技卫浴赋能美好人居。

会议现场,九牧一系列智能卫浴适老产品同步展出,吸引了众多观众和媒体达人打卡体验。其中,九牧推出的AI智能马桶X70,以“主动感知、全程零手动”的智慧体验,重新定义如厕场景;X100自动除垢钢琴键数显淋浴器也以人性化的智能交互,带来全新沐浴享受,用硬核技术诠释以人为本的产品研发内核。

在人口老龄化的今天,卫浴空间无障碍改造迫在眉睫。相关数据显示,跌倒已是65岁以上老年人因伤致死的首要原因,其中半数发生在家中,浴室是高危场景。现场,九牧展示了由康养淋浴器、电动升降浴室柜等适老卫浴产品组成的智慧康养空间,通过无障碍设计与智能科技的结合,为老年群体及特殊需求群体打造安全、便利、舒适的卫浴环境。

一城双展汇聚产业动能 内外循环激活千亿集群 南安以展兴链 赋能产业高质量发展

在全球产业格局深度调整与国内外贸一体化加速推进的背景下,南安以“一城双展”构建起联通内外、贯通上下游的产业新格局。日前,第二十二届南安卫浴五金展与第四届福建(南安)厨卫展览会相继举办,不仅实现客流、成交额与品牌影响力的多维跃升,更通过“设计创新+跨境赋能+供需对接+链式协同”的系统布局,打通从研发设计、生产制造到市场拓展的关键环节,展现出强劲的产业活力与市场信心。

两大展会立足不同维度协同发力,前者以设计创新与数字赋能重塑产业价值表达,后者以供应链整合与国际拓展打通发展通道,共同推动从产品制造到品牌塑造、从本土集聚到全球链接的跃升。通过“展会+产业+生态”的融合路径,南安不仅强化了产业链韧性,更加速构建千亿级水暖厨卫产业集群的高质量发展体系。

本报记者 李杨瑜 通讯员 黄钊伟 文/图



两大展会彰显南安强劲的产业活力。

以展为媒 重塑价值坐标

在产业竞争由规模扩张转向价值创造的当下,第二十二届南安卫浴五金展以更具前瞻性的姿态,推动行业从“制造优势”迈向“设计引领”。本届展会围绕“新质卫生,内外循环”展开,不仅在规模与人气上再创新高,更通过内容结构的系统升级,使展会从传统交易平台向产业价值策源地转型。

从现场呈现来看,3天超13万人次的线下客流与线上观展的同步增长,折射出行业对南安产业平台的高度认可,而成交额3.8亿元与意向成交金额68亿元的双重突破,则进一步验证了供需两端的有效对接。相比以往单一的展销模式,本届展会更强调多维互动与深度链接,使“流量”真正转化为“留量”。

在这一转变过程中,“时尚卫来派”设计主题展成为关键支点。通过引入设计品牌与青年设计力量,卫浴产品被重新定义为融合科技、美学与生活方式的综合载体。这不仅拓宽了产品边界,也推动企业从功能竞争转向体验竞争,使南安产业在全国乃至全球市场中拥有更鲜明的辨识度。

与设计创新相呼应,数字化赋能正在重塑产业出海路径。展会设置的“跨境&电商服务区”,通过AI技术应用、平台资源整合与实战案例分享,构建起企业出海的系统解决方案。特别是在AI赋能选品与营销环节的应用,让更多中小企业具备参与国际竞争的能力,推动产业整体向高附加值方向迈进。

在供需对接层面,精准化成为本届展会的重要特征。需求发布墙与跨国采供对接会的设置,使采购需求与产品供给实现高效匹配,减少中间环节,提高交易转化率。与此同时,来自全球多个国家和地区采购商到场,也进一步强化了南安在国际市场中的连接能力。

值得关注的是,第二十二届南安卫浴五金展所体现的不仅是短期交易成果,更是长期产业逻辑的重构。通过政、产、研、商多方协同,南安正在形成以“链式创新”为核心的产业生态,从技术研发到市场拓展实现全链条协同。这种由点及面的升级路径,使展会成为推动产城融合的重要载体,也为产业持续发展提供了源源不断的动能。

供需贯通 重塑产业格局

如果说第二十二届南安卫浴五金展侧重于价值重塑与创新表达,那么第四届福建(南安)厨卫展览会则更加聚焦产业链整合与全球市场拓展,通过系统化布局构建起更具韧性的产业生态。3天实现超13万人次观展与78亿元成交规模,使展会从传统交易平台向产业价值策源地转型。

该展会以“低碳、智联、国际”为核心导向,依托“链主+供应链+市场+产业”的协同模式,将产业链各环节有机串联。展览面积突破2万平方米,360余个品牌集中亮相以及水暖城商户的全域联动,共同营造出“展会即市场,市场即展会”的融合场景,显著提升了产业活跃度。

从展陈内容来看,上万款产品覆盖从核心零部件到终端设备的完整链条,既展示了产业深厚的制造基础,也凸显出智能化与绿色化转型的最新成果。尤其是在低碳与智能技术的融合趋势下,南安厨卫产业正逐步形成差异化竞争优势,为未来发展打开更广阔空间。

在产业协同层面,双馆联动的设置打破了传统展会的空间割裂,使品牌企业与供应链企业实现面对面交流。这种“零距离”对接,不仅提升了

合作效率,也让补链、强链、延链在实际场景中得以落地,为产业结构优化提供了现实路径。

与此同时,国际化成为本届展会的一大亮点。通过精准邀约与渠道拓展,50个海外采购团覆盖多个重点市场,使企业能够直接对接国际需求。从“走出去”到“请进来”的转变,不仅降低了企业开拓海外市场的成本,也提高了合作成功率,推动南安加速融入全球产业网络。

展会期间,第四届(南安)厨卫展览会围绕跨境电商与数字化转型展开的系列活动,为企业提供了从认知到实践的全链路支持。无论是出口法规、爆款运营,还是AI赋能的实际应用,都为企业应对复杂国际环境提供了可复制的解决方案。

值得关注的是,供需对接会的举办进一步强化了产业协同能力。通过汇聚品牌企业、技术服务商与采购方,围绕关键议题展开深入交流,推动资源要素在产业链内部高效流动。以问题为导向的对接方式,使展会不仅是展示窗口,更成为解决产业痛点的重要平台,也推动南安从区域制造基地向全球产业节点升级。

跨境讲堂+新品发布 双轮驱动助力产业升级

■本报记者 李杨瑜
通讯员 邵金洞

当“出海”成为行业关键词,“新品力”成为品牌竞争的核心时,第二十二届南安卫浴五金展将趋势与实践带到现场。展会期间,主办方在跨境&电商服务区重磅呈现“跨境&电商服务及跨境讲堂系列活动”与“时尚卫来·新品发布暨推介会”。从平台解读到实战经验,从流量打法到产品创新,8家优质平台与企业轮番登场,分享前沿见解与实战经验。

共探卫浴建材家居出海新路径

当下,国内政策大力扶持,东南亚市场需求高速增长,在此双重利好下,TikTok等跨境电商成为出海核心赛道。“F-Commerce”凭借覆盖东南亚六国的服务体系、全平台运营能力及线下展厅资源,为卫浴五金企业量身定制一站式出海方案。“F-Commerce中国区&东南亚业务负责人Amr率先登场,围绕“供应链进入东南亚TikTok等多渠道最佳选择”展开分享,她表示,他们可通过直播运营、KOL营销、广告代投等多种多元化服务,助力企业高效拓客,开启东南亚市场新征程。

聚焦2026卫浴外贸出海新风向,阿里巴巴国际站泉州区域合伙人张辅铁指出,东南亚、中东、俄罗斯、拉美等新兴市场潜力巨大,是核心增量区,且各市场采购偏好与准入要求各异。阿里国际站推出的AI+Agent成为卫浴外贸全链路赋能利器,从AI选品、智能发品到智能接待、风险托管、全域营

销,全方位提升效率。此外,AI保效计划与新手专属方案,以确定性效果保障,为卫浴企业出海增长保驾护航。

“亚马逊日本站流量领先,物流周转快、成本低、退货率低等优势显著,中国卖家在该站销售额持续增长。”亚马逊全球开店高级区域拓展经理Angel在深度分析中指出,日本作为全球第四大经济体,电商规模庞大,消费者购买力强劲。Angel表示,亚马逊日本站2026年卖家扶持政策,不仅有佣金下调、物流优惠、新品入仓补贴等多重福利,以及选品工具、本土化资源包等支持,加上企业购批量销售服务、自定义报价工具等B端赋能资源,助力卫浴企业高效布局日本及全球市场。

俄罗斯市场同样不容小觑。“平台为中国卖家提供低佣金、人民币结算、中文后台、AI翻译等友好政策,泉州产业孵化基地还提供全流程服务,助力商家开拓俄语市场。”Wildberries泉州产业孵化基地招商总监孙荣峰,现场解锁商业增长新路径。作为俄罗斯头部电商平台,Wildberries市场占有率超47%,月活用户近8000万,业务覆盖10国,物流仓储与自提网络完善,家居用品等是优势品类。

“依托南安产业基础、区位优势及侨商资源,我们平台构建‘产业链、销售链、服务链、侨商链’融合的外贸生态。通过线上多平台矩阵与线下展销网络布局销售链,以全周期服务链解决出海痛点,激活侨商链搭建合作桥梁。”南安跨境电商服务企划总监许玲则分享了融合新四链打造建材家居全链路出海模式。目前,该模式在菲

律宾市场成效显著,未来将复制成功经验拓展更多海外市场。

卫浴与装修领域的破局与新生

在经济形势复杂多变、消费需求日益多元的大环境下,卫浴与装修行业正站在转型升级的关键节点。市场竞争愈发激烈,消费者对于产品的品质、设计、功能以及整体空间解决方案的要求不断提升。

“此次,公司发布润境、潮色、润合、曜晖等系列新品,各系列产品各有巧思,其中润境系列以极简美学打造,线条流畅造型圆润,覆盖多场景全系列产品,适配高端卫浴空间。”福建欧联厨卫有限公司市场部经理陈永灿带来的润境龙头系列等新品发布分享,为高端卫浴空间增添了一抹独特的魅力。陈永灿表明,欧联厨卫不仅着眼于当下,更秉持设计驱动品质生活的理念,聚焦高端化、智能化、定制化持续发力,还精心规划了回形针、欧力给等2026未来新品系列,致力于为用户打造一站式卫浴空间解决方案,开启卫浴生活的新篇章。

在全球化的大背景下,国际市场的风云变幻同样牵动着行业人士的心弦。中国陶瓷设计艺术大师林津将目光投向了美国卫浴市场,指出美国是全球卫浴顶级战场,有着标准严、溢价高、渠道专业的特点,市场呈现需求升级、结构分化、渠道隔离三大核心特征,头部品牌多通过多品牌矩阵实现全价格带覆盖且保持品牌区隔。

“美国卫浴市场分五大核心渠道,渠道与品牌定位、价格、服务深度绑

定,错位布局难存活,高端市场则依托零售、电商、设计师、工程四大核心渠道。”林津指出中国企业出海美国的四大误区,并给出定位上对标一线,绑定顶级分销商、深耕设计师渠道、线上塑品牌线下做成交、合规品质服务一体的破局方案。他还预判美国卫浴市场未来将以智能健康可持续为产品标配、走向全渠道融合,竞争核心转向设计与服务,强调品牌矩阵、渠道卡位和长期主义是布局美国市场的关键。

眼下,别墅和自建房装修领域正悄然兴起一场关于风格与未来的变革。丰裕装饰南安分公司总经理苏世祥以“隐奢之境”为核心,分享了别墅自建装修风格独特见解与未来走向。“‘隐奢’,是一种超越物质层面的精神追求,它摒弃了表面的奢华与张扬,在极简的形式中蕴含着极致的品质与精神的繁华。”在苏世祥看来,其核心在于构建“无界”的生命体验,让建筑与自然完美融合,成为自然的延伸。通过通透的设计,让光影与四季的更迭成为室内最生动的装饰;以石材、木材、金属的原生肌理相互对话,营造出独特且迷人的美学氛围,打造出能够抚平焦虑、让人心灵得到安放的静谧空间。

在苏世祥看来,未来,人居环境将兼顾无感智能的贴心呵护与家庭成员的情感交互,在开放与私密之间找到完美的平衡,以细节处的温度设计承载家族记忆与个人审美,融合东方内敛哲思与现代国际视野,成为历久弥新、安放灵魂的精神归宿,代表着更高层次的生活追求。