

“五月花”点燃消费热潮 南安“五一”市场活力持续释放

■本报记者 李杨瑜
通讯员 章宇祥 文/图

2026年“五一”假期,南安消费市场迎来一波强劲热潮。昨日,记者从南安市商务局获悉,此次假期,南安以第五届“五月花”时尚乐购系列活动为核心抓手,围绕“吃、住、行、游、购”五大消费领域,打出“非遗文化+国潮IP+赛事引流+惠民赋能”的促消费组合拳,联合26个乡镇(街道)、千余家商户共同参与,全市消费市场呈现“人气旺、消费热、业态兴”的火热态势,有力拉动商贸经济指标稳步提升。



政策驱动效应明显 重点商品消费显著增长

今年以来,国家及省级消费品以旧换新政策持续发力,而“五一”假期则成为政策红利加速释放的重要节点。

走进泉州市新能源汽车展销城,各大车企品牌展厅内人头攒动,不少市民正围着新能源汽车咨询配置、试驾体验。“原本还在观望,这次优惠力度很大,国补、地补和品牌优惠叠加,就决定趁假期下单了。”刚完成购车手续的市民黄先生笑着说。

作为此次“五一”消费活动的重要阵地,泉州市新能源汽车展销城联合仰望、保时捷、比亚迪王朝海洋、阿维塔、方程豹等20余个汽车品牌,推出“零首付购车”“1元抢500元抵用券”等优惠活动,并配套“锦鲤月月抽”购车抽奖活动,构建起“国补+地补+品牌让利”的多重优惠矩阵。

4月30日晚,“福见南安·享成功”第五届“五月花”时尚乐购系列活动启动仪式现场,还对107名符合参加资格的购车消费者进行摇号,抽取2名幸运消费者各补贴5万元购车资金,现场气氛热烈。据初步统计,“五一”假期期间,新能源汽车展销客流量较平日增长超60%,带动汽车消费超亿元。

这波消费热潮不仅体现在汽车市场,以旧换新政策也持续带动重点商品消费增长。记者了解到,“五一”期间,南安全市限上智能家用电器和音像器材类零售额增长50.77%,智能手机零售额增长56.85%,新能源



“五一”期间,腾势展台排队成长龙,多款新车引得围观热潮。

汽车零售额增长41.37%,增速比上年全年加快18个百分点。

与此同时,居民改善型消费需求持续释放。同期,限上化妆品类、金银珠宝类、体育娱乐用品类零售额分别增长59.6%、31.5%和11.8%。“以前消费者可能更关注价格,现在他们更愿意为品质、智能化和体验买单。”南安市商务局相关负责人表示,通过走访调查,他们了解到消费升级趋势正在进一步显现。

除了“大宗消费”持续升温,假日经济也在文旅、商圈、美食和赛事等多元业态联动中不断释放活力。

夜幕降临,美林中骏世界城灯火璀璨。民族霓裳巡游、非遗舞蹈表演、二次元盛典等活动轮番上演,不少年轻消费者驻足拍照打卡。“五一”期间每天客流量都特别大,尤其是晚上,很多市民都是一家人过来逛街、吃饭、看演出。”美林中骏世界城工作人员介绍。

不仅是美林中骏世界城,水头中骏世界城、源昌银河广场等大型商业综合体也围绕“5有好戏”主题,推出一系列特色活动,并叠加消费满减、免费停车等惠民举措,带动餐饮、零售、3C数码等业态营业额同步增长。

线上线下融合发力 节庆拉动消费持续升温

与此同时,文旅消费也迎来集中爆发。“五一”期间,九日山祈福·饮福文化活动周成功举办,宋元祈福仿古表演、饮福宋宴、国风露营等特色活动吸引众多游客参与。

“我第一次体验‘饮福宋宴’,感觉很有文化韵味。”在“五一”饮福宋宴致敬劳动者专场活动中,一位参与者一边拍照一边感叹,“不仅能看表演,还能沉浸式体验宋元文化,很特别。”

在五里大盈溪景区,百人风筝放飞、溪田摸鱼大赛、篝火晚会等互动体验项目同样人气十足;九都镇举办的2026年湖畔露营嘉年华,则融合热气球、攀岩、滑翔伞等新业态体验,吸引大量年轻游客参与。“泉州真可‘倚’,南安真可‘靠’”露营季活动,更带动数千名市民和游客涌入武荣公园等露营地,全面激活假日文旅消费。

文旅热度的提升,也直接带动餐饮消费。“五一”期间基本天天满桌,包厢提前好几天就订完了。”市区一家餐饮店负责人告诉记者。

近年来,南安持续打造“成功家宴”“饮福宋宴”“非遗食品品鉴季”等

特色美食品牌,同时推动“一镇一桌菜”特色美食品鉴活动向乡镇延伸,并结合《美食南安》系列达人探店直播,让地方特色美食不断“出圈”。

数据显示,“五一”期间,全市限上餐饮业营业额同比增长26.78%。与此同时,赛事经济也成为今年“五一”消费市场的一大亮点。

5月2日,闽超联赛泉州主场首秀正式拉开帷幕。南安创新推出“跟着闽超去消费”活动,市民凭赛事门票即可享受餐饮、酒店、零售等专属折扣,将赛事流量进一步转化为消费“增量”。“看完比赛还能享受吃饭打折,体验感很好。”在位于成功街的慢江bistro音乐餐吧内,一位球迷笑着说。

除了闽超联赛外,首届海峡两岸(福建泉州)青少年篮球嘉年华、2026年福建省青少年搏击联赛等体育赛事也同步在南安举办,吸引大量体育爱好者和游客参与,赛事经济红利持续释放。从汽车消费到商圈经济,从文旅融合到赛事引流,这个“五一”,南安以丰富多元的消费场景,持续点燃城市烟火气,也让消费市场展现出更强韧性与活力。



南安市园区集团智慧园区 产业大脑平台亮相数字峰会

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 黄俊团)4日,以“加快数智技术创新发展深入推进数字中国建设”为主题的第九届数字中国建设峰会在福州圆满落幕。其间,共举办50余场对话交流活动,并设有数字中国创新大赛和现场体验区,同步举办“闽江数字夜话”等特色活动100余场。

现场,南安市园区集团智慧园区产业大脑平台亮相第九届数字中国建设峰会现场体验区,吸引了不少行业从业者奔赴现场,沉浸式体验智能生产场景。

“该平台深度融合物联网、大数据等前沿技术,开展精准诊断分析,为产业发展提供实效赋能与支撑;打破了传统园区各系统间的信息壁垒,实现了招商、企业服务全景数据互通与流程协同。”南安市工信局相关负责人表示,通过平台的招商智能匹配系统,园区管理者可以根据企业的产业类型、发展规模、用地需求等信息,快速精准匹配合适的空间资源,招商效率提升超60%。

此外,由数据分析平台与产业赋能中心两大核心板块组成的产业大脑平台,可协同发力破解传统产业转型难题。“其中,数据分析平台以‘看、判、引、育’四大模块为核心驱动,实现产业发展全流程、全生命周期赋能;产业赋能中心依托专业专家服务体系,助力企业清晰梳理数字化发展现状、科学规划转型路径,精准攻克传统产业数字化转型中的痛点、难点问题。”上述负责人补充道。

首航高科天津分公司 荣获全国五一劳动奖状

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 薛文彬)日前,中华全国总工会发布《关于表彰2026年全国五一劳动奖的决定》,首航高科能源技术股份有限公司天津分公司荣获“全国五一劳动奖状”。

一直以来,首航高科以光热储能、电站空冷产业为核心载体,依托国家“双碳”目标与新能源产业发展机遇,深耕清洁能源赛道,布局综合能源领域。聚焦光热发电、光热储能+多能互补、氢能利用、电站空冷、余热发电、水务技术、清洁供暖等核心业务,持续研发迭代绿色能源装备与智慧电站技术,大力推进新能源智能化、低碳化升级建设,推出核心自研产品与节能低碳解决方案。

“十四五”规划开局之年,公司喜获这份荣誉,深感使命光荣、责任重大。”首航高科相关负责人表示,未来,公司将以荣誉为激励,传承弘扬劳模精神、劳动精神与工匠精神,坚守清洁能源初心,精进技术研发、锤炼工程品质,以实干担当推动行业创新升级,服务国家低碳发展大局,为能源结构转型、区域经济绿色发展再立新功。

福建省水暖卫浴阀门行业协会 泰国考察交流活动落幕

本报讯(记者 李杨瑜)2日,福建水暖卫浴阀门行业协会组织的泰国建材展商务考察之旅圆满收官。为期6天的专属商务考察行程中,福建水暖卫浴阀门行业协会精心组织会员企业,围绕2026年泰国曼谷国际建筑建材及室内装饰展览会(ArchitectExpo)展开深度对接。

南安水暖产业根基深厚,产业链条齐全,企业创新能力强,所生产的水暖卫浴、阀门建材产品不仅畅销全国,还远销全球多个国家和地区,具备强大的产业竞争力。然而,当前国内行业已进入转型升级新阶段,市场竞争日趋激烈。在此背景下,布局东南亚、开拓海外增量市场,成为行业企业实现可持续发展的必然选择。

其间,考察团还参观了由旅泰南安同乡会暨泰国南安商会会长、永远荣誉会长陈少阳投资开发的园区项目,并与该同乡会(商会)开展了座谈交流。会上,双方企业代表逐一介绍了各自企业的发展情况、核心优势以及未来发展规划。围绕泰国营商环境、用工配套、仓储物流、关税出口、行业市场需求、企业合作模式等多个核心维度,大家畅所欲言、坦诚交流,积极为彼此答疑解惑,为后续合作奠定了坚实基础。

福建水暖卫浴阀门行业协会泰国建材展商务考察团成员杨向荣表示,希望今后能与其建立长效沟通机制,借助平台优势,推动协会会员企业寻求合作契机,携手开拓东盟市场,实现互利共赢。

“泰国及东盟市场潜力巨大,与福建水暖卫浴阀门产业的适配度极高。后续我们将认真整理本次考察成果,向协会全体会员企业全面分享泰国投资环境,推动两地企业加强沟通、深化合作,助力更多本土企业稳妥出海、稳健发展,实现两地产业协同发展。”福建水暖卫浴阀门行业协会副秘书长林秋燕补充道。

向新而行 向智而生

南安卫浴企业竞逐产业升级新赛道

■本报记者 李杨瑜 文/图

当传统制造业迈入智能化、数字化、场景化竞争的新阶段,卫浴行业也正在经历一场深层次变革。从产品创新到渠道重塑,从工程市场拓展到AI营销赋能,越来越多南安卫浴企业开始主动拥抱产业新趋势。

近期,汉舍卫浴召开2026福建区域新品品鉴暨GEO生成式营销赋能培训会,欧联厨卫举行重庆品牌推介会暨分销商授权仪式,两场活动虽方向不同,却共同展现出南安卫浴企业在产品升级、渠道深耕、数字营销和品牌建设上的全新探索,也折射出行业不断向高端化、智能化、生态化迈进的发展趋势。

聚焦产品升级 抢占行业变革新风口

当前,卫浴行业正从“功能消费”迈向“品质消费”,消费者不仅关注产品耐不耐用,更关注智能体验、空间美学、健康功能与整体场景解决方案。在这样的背景下,产品创新,已成为企业打开市场的关键突破口。

“本次活动,不仅是一次新品发布,更是一场思维升级。”会议伊始,汉舍卫浴副总经理王克勇便直言,卫浴行业已经进入深度变革阶段,未来竞争不再只是价格竞争,而是产品力与品牌力的综合较量。

随后亮相的新品,也迅速点燃现场气氛。现场,记者看到此次新品涵盖智能马桶、定制浴室柜等多个品类。在产品设计上,更加贴近年轻消费群体对于颜值、收纳与智能体验的需求。

其中,智能马桶系列不仅在外观



汉舍卫浴新品品鉴区

设计上融入现代极简美学,更在健康洁净、静音冲刷、智能交互等方面实现升级;定制浴室柜则进一步强化空间利用与美学搭配能力,更符合当下年轻家庭对于个性化空间的需求。

不少经销商一边体验产品,一边拿出手机拍照记录。“现在消费者越来越注重整体空间体验,单一产品已经很难满足市场需求。”一位福州经销商表示,汉舍卫浴本次发布的新品,明显更贴近当前年轻化消费趋势。

近年来,随着精装房比例提升、酒店及商业空间升级加速,市场对整体化、一站式、智能化卫浴解决方案需求持续增长。越来越多企业开始从“卖产品”转向“卖场景”“卖系统”。欧联厨卫则把重点放在工程市场。

自2002年创立以来,欧联厨卫已构建涵盖浴室柜、陶瓷、龙头、五金、智

能马桶等全品类制造体系,是业内少有实现全产业链自主生产的品牌之一。

“相比零售市场,工程渠道更加考验企业综合配套能力。我们的底气,是来自公司完整的产业链布局。”活动现场,福建欧联厨卫有限公司相关负责人,重点介绍了欧联面向工程市场提供的整体卫浴解决方案。从环保原材料选择到产品工艺控制;从功能设计到不同工程场景适配,欧联正在从单一产品供应商,向整体空间解决方案服务商转型。

深耕渠道变革 重塑品牌增长新逻辑

如果说产品升级决定企业能走多远,那么渠道与营销能力则决定企业能跑多快。过去,企业依赖门店、广告和传统经销体系获取流量;如今,AI

搜索、内容营销、场景推荐正逐渐成为新的流量入口。谁能率先适应新的营销生态,谁就更有机会抢占未来市场。

汉舍卫浴显然已经意识到这一点。在本次新品品鉴会中,除了新品发布,另一大核心环节便是GEO生成式营销赋能培训。

培训现场,泉州市聚成网络创始人李金钗围绕AI生成式营销展开分享。结合13年互联网精准营销经验,他系统讲解了如何利用AI工具生成高质量内容,并精准投放至搜索引擎与AI问答模型。其中,“品牌问答”的概念,引发不少经销商关注。“以前徘徊的广告投得多,现在拼谁更懂流量逻辑。”现场一位经销商说,这种低成本、高效率的营销方式,对终端市场帮助很大。

作为西部重要增长极,重庆的工程市场潜力巨大。因此,欧联厨卫此次不仅举办品牌推介会,还同步举行分销商授权仪式,希望进一步完善重庆区域渠道布局。

活动期间,重庆鑫鸥建材科技有限公司运营总监张皓详细介绍了重庆区域分销政策,从区域市场规划、权益保障到售后服务体系,形成了一整套渠道扶持方案。

“拥有欧联,一起赚钱。”这句贯穿全场的话语,也让不少经销商感受到品牌深耕市场的决心。其间,福建欧联厨卫有限公司董事长游国标与经销商们围绕产品工艺、工程适配、材料选择等问题展开深入交流。

业内人士表示,未来,比拼的不再只是产品,而是产品、渠道、服务、数字化和品牌协同的综合能力。与此同时,越来越多的南安卫浴企业,也正在这场行业变革中,加速向新而行、向智而生。