

福清鄉情
專版
福建僑報
國際日報 合編



搭乘着剛復航的國際航線，晉江市經貿代表團從泉州晉江國際機場出發，向着廣闊的東南亞市場奮進。2月25日至3月6日，晉江赴東南亞經貿代表團先後抵達菲律賓、泰國、越南三個國家，開展“以僑為橋，質促優配”經貿交流合作活動，行程緊湊、輕車快馬，政企攜手，爭當拼經濟、謀創新、促發展的先行者。

收獲信心和資源

東南亞，有着6.7億人口。晉江，是中國重要的民生產品製造基地。

在晉江，鞋服產業突破3000億元(人民幣，下同)規模，還有1個超千億元的產業(紡織)、2個超500億元的產業(食品和建材)、2個超300億元的產業(醫療健康和智能裝備)，扎實雄厚的產業基礎，對於深耕東南亞市場有着得天獨厚的優勢。

在疫情平穩轉段後的新階段，晉江將東南亞作為拓展海外市場的第一站，其中緣由不言而喻。

2月25日，由安踏、恆安、七匹狼、利郎、盼盼、九牧王及晉江市建材陶瓷行業協會、晉江市食品行業協會等近20家企業、行業協會負責人作為主要成員的經貿代表團，抵達“一帶一路”沿線重要窗口——菲律賓。

在晉江的友城菲律賓達沃市，安踏公司率先與SM集團簽訂安踏品牌店入駐達沃的協議。

“安踏布局全球，東南亞是最重要的市場之一。”安踏集團董事局副主席丁世家說，菲律賓無論是地理條件還是人口紅利、消費趨勢、市場潛力，都有極大的優勢。下一步，安踏將對東南亞市場進行深度調研和分析，在廣闊的市場中找準定位，精準謀劃市場戰略。

晉江的企業家隊伍，歷來最會觀大勢、看風向、搶先

政企攜手 搶灘東南亞

機，東南亞市場廣闊，更是讓企業家信心大增。

“春回大地，晉江市委、市政府帶隊前往東南亞，為晉江拓展海外市場打了‘頭炮’，讓我們信心十足。”泉州市工商聯主席、七匹狼實業股份有限公司董事長周少雄表示，未來，通過東南亞這個擁有6.7億人口的市場，將為晉江新一輪的投資、經營、貿易打開更大的空間。

信心比黃金更重要。就如丁世家所言，最困難的時候都過來了，現在春暖花開，更有無限機遇。

300萬的海外華僑，是晉江“走出去”的橋樑。

在菲律賓，晉江籍華人華僑超100萬。大量的晉江企業在菲律賓投資辦廠，菲律賓航空公司、SM集團、龍威集團、環球鍊業等晉江鄉賢所辦的企業在當地社會更是舉足輕重。

“晉江始於僑、成於僑，海外僑親是晉江的重大資源，他們了解外面的世界，同時又熟悉國內的情況。”廈門中興企業董事長蘇建華說，和海外鄉賢交流時，他知無不言、言無不盡，這可以幫助晉江企業在拓展海外市場時少走彎路。

一支竹篙難渡海，眾人劃槳開大船。

此次東南亞經貿交流活動，晉江市委、市政府搭臺引導，為晉江企業和晉江產業“走出去”拓展了渠道資源。除了拜訪僑親、僑會外，晉江市經貿代表團還拜訪了當地政府部門、工商總會、大使館、領事館及當地企業家。

“政府帶隊走出去，讓企業家有機會深層次地和當地政府進行溝通和互動，對於正確研判投資方向、擴大投資市場都有重要意義。”九牧王股份有限公司董事長林聰穎表示，不管是“抱團出海”還是引進外資，這都將為晉江的經濟發展注入新的活力。

“對於晉江人而言，祇要有一線希望，就會付諸百倍努力。”福建天守集團有限公司董事長蔡天守信心十足地說，東南亞市場廣闊，企業要找準突破口，整合自身優勢和外部資源，不斷提升產品的競爭力，做優做強做大。

收獲商機和項目

東南亞市場廣闊，晉江企業如何開拓？

3月2日下午，晉江市經貿代表團前往泰國貿易和多平臺商務解決方案提供商——Fanslink公司，與公司核心團隊進行座談。

深度融入“一帶一路”建設，數字經濟提供了新的機遇，其中，品牌營銷和跨境電商是必由之路。當天會上，晉江與Fanslink公司簽訂品牌營銷服務合作項目，為晉江品牌出海提供市場分析，幫助晉江企業在泰國市場進行品牌推廣和產品營銷，拓展泰國市場。

鞋服、紡織、食品、建材等產業都是晉江產業群中的“扛把子”。

在菲律賓，菲律賓晉江建材家居展銷中心、菲律賓晉江產業合作園正式揭牌。值得一提的是，菲律賓晉江建材家居展銷中心還設立了晉江磁電建材陶瓷銷售中心專區，將為供需雙方提供精準對接。

“當前，正處於菲律賓城市建設的窗口期。經過幾次調研，晉江的瓷磚在這裡有很大的市場，供需兩端非常契合。如果晉江陶瓷企業抱團出海，借由‘晉江磁電建材陶瓷銷售中心專區’這個平臺，將會有滿滿的收穫。”晉江市建材陶瓷行業協會會長吳聲團信心十足。

在越南，晉江市經貿代表團與越南禾豐進出口公司簽訂晉江國際鞋紡城(越南)展示貿易中心合作框架協議，與

大虹紡織集團有限公司簽訂共建產業園區框架協議。

“在越南設立晉江國際鞋紡城(越南)展示中心，給晉江的鞋材商帶來更多的商機。一些生產環節‘走出去’，與東南亞國家建設共享工廠，可以減少國內產業‘內卷’，為企業發展提供很大的助益。”福建省華昂體育用品有限公司董事長黃勁焯表示。

以僑為橋，質促優配。

每到一個國家，晉江市經貿代表團都現場進行招商推介、食品產業推介，分享晉江的發展機遇。

立足當前發展實際，晉江在東南亞的招商推介更顯得意義重大。

“三年疫情之後，世界各地都有浴火重生的感覺。菲律賓大部分僑親都是從事貿易、批發、零售等生意，晉江作為民生消費品的製造大市，雙方合作有着絕對的優勢。”世界晉江同鄉總會會長、菲律賓晉江同鄉總會理事長陳凱復說。

“引進來”是晉江市經貿代表團在東南亞開展招商推介的落點，更注重合作本身。

2月26日，晉江與著名僑領陳祖昌的女兒陳僑玲簽訂晉江市勝康水廠二期投資項目，該項目將進一步提升晉江經濟開發區供水能力，緩解周邊住戶生活及開發區工廠生產用水問題。

像陳祖昌這樣參與晉江經濟社會發展的華僑還有很多。

“三年不見，現在國際航班復航，4月我們就要回家看看了。”談及晉江的發展，廣大僑親動情地說，家鄉永遠是內心的牽掛，將把根深深扎在晉江，發揮各自資源優勢、人脈優勢、渠道優勢，回鄉開展參觀考察、觀光旅遊、洽談合作、投資興業等活動，繼續傾情參與、鼎力支持家鄉發展。

收獲啟發和經驗

“創新驅動、快速貨期、卓越品質、可持續性發展。”3月4日下午，在座談交流會上，當維珍妮國際(控股)有限公司董事局主席洪游奕將維珍妮的四大核心競爭力展示在PPT上時，晉江市經貿代表團的企業家們紛紛拿起手機拍照。

20多年來，維珍妮憑借三大核心技术，跨行業發展，成為全球內衣、運動、消費電子頭部品牌爭相合作的“寵兒”。

惟創新者強、惟創新者勝，晉江的企業家們深諳其中的道，此行更是堅定了創新的決心。

“研發創新永遠是企業的核心競爭力。”華宇織造有限公司董事長柯文新更加篤定，“拓展海外市場，不能蜂擁而上，而是要根據企業自身情況布局。這次行程中，我進一步思考了華宇的優勢及核心競爭力，堅定了‘走出去’的信心。”

此行參觀天虹海河工業園，也讓晉江市經貿代表團備受啟發。

天虹海河工業園位於越南廣寧省海河縣的海河工業園區，一期660公頃已開發成熟，引入從纖維到成衣的全紡織服裝產業鏈企業，並提供水、電、蒸汽、天然氣、污水處理、標準廠房。

“企業是不能停歇的，不進則退、不大則小。祇有專注才能深入，祇有深入才能極致，而極致造就不凡。”在天虹海河工業園，盼盼食品集團董事長蔡金安感嘆，無論是維珍妮還是天虹集團，在堅持工匠精神和規範企業園區管理方面，都值得晉江企業深入學習。

“踏出第一步，前方便有無限藍海。”福建恆安集團有限公司副總裁許清池表示，晉江製造的民生消費品，無論從產品本身還是生產工藝，都有着“硬實力”。但要深耕海外市場，品牌營銷確實極為關鍵。把國內品牌分銷海外，無疑是“二次創業”。在這種情況下，如何將品牌融入消費者的心智，顯得尤為重要。

面對廣闊的全球市場，晉江產品“出海”，產業鏈是否也要“出海”？晉江市經貿代表團邊走、邊看、邊思。

“在當前嚴峻複雜的國際形勢下，我覺得一定要‘走出去’，‘走出去’就能多一條路。”豪新食品市場有限公司董事長蘇國川認為，“走出去”看到別人的經營模式、產品創新等情況，這對於企業發展有着重要的意義。但“走出去”也要“引進來”，這是一個雙向的過程。(蔡新洵)

晉江梧林南洋文化節暨新加坡梧林娘惹文化季活動舉行



梧林青普文旅運營公司副總經理洪綿綿對梧林傳統村落項目進行了全面的招商推介，希望通過本次活動，讓市場看到梧林作為旅遊度假目的地的可塑性，看到遊客對於梧林持續不斷的期待性。今年，梧林將廣邀海內外賓客進行文化交流、文旅經濟互動，促成項目合作，擦亮“宋元中國海絲泉州”“大美晉江”“閩僑梧林”品牌，共同打造精品文旅項目。

以文促旅，以旅促商。

晉江文旅局分別與泉州海絲野生動物世界、摩登星空原創音節綜藝節目《潮音SHOW》進行戰略合作簽約，梧林青普文旅運營公司也在本次開幕式上分別與多個品牌進行戰略合作簽約。

據悉，今年新加坡梧林娘惹文化季，將從3月8日延續至3月26日，歷時18天，從味蕾到視聽，打造一場多維度的娘惹文化沉浸式體驗。

“梧林‘南洋文化節’將成為閩僑文化的國際平臺窗口，請進來、走出去，聚僑引僑，深度鏈接更多的海外資源，打破地域壁壘與認知局限，推動文旅融合高質量發展。”主辦方介紹，通過“南洋主題節日”的文化引領下，不論在地市民，還是國內旅人，甚至是海外僑胞、國際友人們，都能夠像當地人一樣建立與閩僑文化更深的鏈接，能夠體驗到、看得到、摸得到、品得到的，有時間印記的活態僑文化生活。(陳詩婷 黃雨昕 林晚燕)

近日，第二屆南洋文化節暨新加坡梧林娘惹文化季在梧林傳統村落舉行。在花團錦簇的百年僑村里，遊客們將穿行於錯落的132棟古厝洋樓間，流連峇峇娘惹文化串聯起的為期18天的娘惹風情大賞。

活動由新加坡旅游局與晉江市多部門共同主辦，涵蓋晉江精品線路推介、梧林招商推介、戰略簽約、圓桌對話直播、大美晉江行等多項活動，同時開展番番南洋市集、閩僑劇演、街頭非遺快閃、《小娘惹》影視展等多項文旅配套活動。

伴隨着南音演藝、傳統娘惹婚禮秀、梧林主題曲演唱等精彩演出，福建省僑聯授牌梧林傳統村落“中國華僑國際文化交流基地”稱號。

晉江市文化和旅游局代表發布了晉江精品旅遊線路，旨在通過宣傳世遺泉州、大美晉江，策劃晉江沉浸式旅遊、梧林一臺戲等文旅活動吸引海外遊客。

金漆畫師陳迎春：妙手繪就“漆彩人生”

一塊普通的木板，經過晉江羅山蘇前社區居民陳迎春的筆一描一畫後，一個個神話、寓言、成語故事便“躍然板上”。

陳迎春是一名金漆畫師，他的金漆畫作品獲得中國工藝美術學會、福建省工藝美術協會頒發的諸多專業獎項，還被泉州閩臺緣博物館等多個博物館收藏。

採訪：一幅畫要十幾道工序

日前，記者來到陳迎春家中。一進門，閩南紅的水盆架子、櫃子、腳凳、屏風、碗櫥等老家具隨處可見，角落裏還堆放着“眠床”等老家具構件。

見到記者，正在創作的陳迎春放下手中的畫筆，一邊泡茶一邊介紹金漆畫。

他說，金漆畫是用金箔、銀箔、錫箔或是金粉等在推光的漆板上貼、畫，或是畫過程中不僅需要毛筆，還需要刻刀等輔助工具。早期金漆畫祇是在木盤、木板、家具等材料上畫，從清朝開始，其廣泛運用於閩南廟宇、祠堂等建築裝飾中。

正聊着，記者的目光被一把琵琶吸引了。琵琶上描繪的是神話傳說《白蛇傳》中“借傘”的故事，白娘子、小青、許仙、船夫皆呈現於畫中，仿佛將流傳千年的故事娓娓道來。

陳迎春拿起琵琶介紹，“這幅作品是我自己開樣、設計的，最難的點就是臉部神態，經歷了開稿、描綫、填漆、貼箔、開綫條等十幾道工序，花了幾個月的時間才完成，其間不能有一點點出錯，否則修改又要花上十幾道工序，費時費力。”

經歷：堅持金漆畫41年

“我走上這條路也算是水到渠成，子承父業。”陳迎春說，閩南的“眠床”工藝復雜，不僅需要木工、雕花工匠，還



要有漆畫工匠，而他的父親就是一名漆畫工匠。“我9歲時，跟着父親學畫畫，十來歲時就跟着他到處幫人畫漆畫了。”

按此來說，今年50歲的陳迎春，已經畫了41年的金漆畫。可就算有這樣的“童子功”，多年前，他不得不把金漆畫當成閒暇時的個人愛好。

“自上世紀90年代開始，‘眠床’漸漸少了，為了生計，很多金漆畫師傳到寺廟、祠堂參與繪畫。”陳迎春說，其間，他還到福州、廈門甚至澳門的寺廟繪金漆畫。當他發現閩南“眠床”等老家具開始為人所關注後，便開始收集老家具再二次出售。“有些老家具的金漆畫有瑕疵，我就進行修補，這無形中就學習了以前老師傅的技藝，我非常感謝這段經歷，現在還珍藏着很多老金漆畫板和家具。”

直到2015年，金漆畫的困境有所改變。“那年我加入了晉江工藝美術協會，代表晉江參加國家、省工藝美術評選，獲得了不少獎項，而且隨着社會對傳統工藝的重視，金漆畫也越來越受關注。”陳迎春說，這些年來，有不少人慕

名前來找他定制金漆畫。

未來：希望將手藝傳承下去

眼望着金漆畫越來越受關注，陳迎春更希望能將這門手藝傳承下去。

陳迎春有三個子女，除了老大已經工作外，老二和老三都對畫畫非常感興趣。陳迎春說，他家是金漆畫世家，希望他的孩子可以把老祖宗的這門手藝傳承下去。

不僅教授自己的子女，對於不少前來學習的孩子，陳迎春也從不吝嗇指導。“學金漆畫比較枯燥，需要耐得住性子，不少想來學習的孩子還沒學就打了退堂鼓。”陳迎春告訴記者，前段時間有一位科班出身的年輕人，特意從石獅跑來找他拜師，“他已經有美術功底了，希望能堅持下去。”

更讓陳迎春高興的是，近段時間，有中央美術學院、廈門大學美術學院、福建農林大學的博士生、研究生找到他研究學習金漆畫，福建農林大學還邀請他前往講授金漆畫工藝。

(曾舟萍 陳巧玲)