

从拖鞋也“内卷”看福建鞋企创新

如果说,最近省内鞋服工业最火爆的“概念”既非篮球鞋,也非跑鞋,而是“拖鞋”,你一定在怀疑自己的耳朵。

此类说法,虽略显夸张,但也从一定程度上反映了各大运动品牌在这一领域的“卷”。

不久前,鸿星尔克在某购物平台发布的一款和芬兰艺术家联名的运动拖鞋“芒境拖鞋”,就吸引超过2万人预约;安踏新推出的“氦气拖鞋”也在平台上得到众多潮流爱好者的追捧。此外,去年起李宁就接连推出了“行山”“天外客”“云游SLAY”等多款富有设计感的拖鞋产品;匹克热门单品“态极”拖鞋售出超过1000万双;特步推出沙发拖鞋、火焰拖鞋、少林禅心拖鞋……

显然,此“拖鞋”非你认知中的彼“拖鞋”。

作为最早提出“运动拖鞋”概念的匹克,其产品核心便是将匹克自主研发的原本用于跑鞋的P4U高分子智能材料运用于拖鞋中,解决了拖鞋难以兼顾柔软舒适和涉水性强、透气的问题。如今,匹克已从这一单品中受益。据懒熊体育的数据,匹克的拖鞋销售额已接近运动鞋销售总额的三分之一。

与匹克类似,安踏则在“氦气拖鞋”中加载了安踏自家的最新氦气科技中底,同时也融入其成熟的中底科技ASHOCK,具有两种缓震脚感,同时提供支撑稳定性。361度则明确将近期推出的N40系列拖鞋当作其篮球球鞋的衍生品,既能在高强度运动后提供放松功能,又主打潮流个性……

随着各大头部运动品牌纷纷将以往只用于高端专业运动鞋的中底技术运用

于拖鞋上,并辅以可拆卸、全包裹、镂空等全新理念和更适应“Z世代”穿搭的设计风格,拖鞋已突破“耐用品”和“快消品”的边界,从低端单品变成凸显科技范、国潮味的时尚单品,可观的利润也为各家寻找到一个新的产品增长点。

当“拖鞋”成为“网红”,背后的“流量密码”是什么?省内一家运动鞋服企业的创新负责人坦言,无论消费群体怎样迭代,高质量产品永远是核心竞争力。

安踏、特步、李宁等企业近期先后发布的2022年业绩报告显示,安踏首次超越耐克成为国内市场年度第一;李宁超越阿迪达斯排名国内市场第三;特步业绩也实现逆势增长,创下新高。在国内消费市场反复承压的背景下,国产体育品牌取得这样的成绩实属不易。

“以韧性抵抗不确定性,长期赛道景气长虹。”这是一份行业研报对国内运动鞋服行业未来的预判。而背后的关键词,是创新。翻看各家企业的业务报告,可以看到他们都在不遗余力寻求创新增量。

361°成立“全球创新合作伙伴”,邀请清华大学、上海交大、上海体院和南通大学等相关领域的院士团队成员合作,借力高校“智囊团”攻克行业痛点,主动进行产学研合作。

“东华-安踏联合创新研究院”近期启动新型防水透湿材料科技——“呼吸膜科技”第二阶段联合研发工作,这一新型研发机构正探索前瞻性运动科技研发与创新成果市场转化的新路。

特步与北京化工大学在新材料、绿色化工及低碳环保等方面展开深入合作,开展技术创新,在如今的中国马拉松运动员百强中,使用特步跑鞋的运动员人数位居第一。

……更多的创新,则在整个产业链中“生根”“发芽”。如今,仅在福建,就可看到从聚酯切片、纱线、网布、染整到面料、鞋材、鞋底、配饰等产业链各个环节,创新蔚然成风。

长期以来,国外一线运动品牌为体育用品产业创立的性能标准一直在深刻牵引着行业走向,也主导着中国专业运动员和普通消费者的选择。

如今,在创新引领下,这种科技代差正在逐渐填平。国产运动鞋服正一点点撕掉便宜、耐穿的单一性价比标签,建立基于产品质量、科技创新、款式设计的消费者认同感。

运动拖鞋、瑜伽服、飞盘运动等“品类突围”正是遵循着精准理解消费升级浪潮的逻辑,在科技硬实力加持下,这些新兴细分品类更是成为“弯道超车”,走向中高端的主力军。

近年来,国家相继出台了多项政策,推动体育产业高质量发展,预计到2025年中国体育产业的市场规模有望超过5万亿元。体育产业的快速扩张势必带来对运动鞋服需求的上升,一双“拖鞋”一旦置于这样的大背景下而走红,我们便不难理解背后的原因。与此同时,国货品牌逐渐走向中高端市场,便将与国际品牌正面交锋。只有锚定创新不松劲,从做大做强到做精做细,才是赢得这场正面交锋的关键。

经济评弹·锐评

本报记者 林侃

鞋业暨体育产业博览会在晋江开幕

本报讯(记者 王敏霞 通讯员 谢佩龙)19日,第二十四届中国(晋江)国际鞋业暨第七届国际体育用品产业博览会开幕。

鞋服产业是制造业强市晋江的优势产业,集群规模超3000亿元,已成为世界鞋服产品的最重要智造生产基地。顺应科技创新、数智转型发展趋势,本届博览会以“晋智造 世界潮”为主题,设置了高峰论坛、展览展示、成果发布、投资洽谈等多种活动,通过线上线下“双线融合”办展,吸引了70多个国家和地区2000多家海内外展商。

据介绍,本届博览会展览面积6万平方米,共设置2400个国际标准展位,规划鞋类成品/体育用品、鞋纺材料、机械设备三大主体展区,同时设立文旅城市形象馆、科技创新与人才馆、数字经济馆、“一带一路”国际馆、台湾鞋机馆等10多个特色主题馆。

站在数字经济新风口,本届博览会首次设立数字经济馆,展示供应链整合等关键环节最新的数字化应用场景和解决方案,引导企业抢抓数字新风,打造晋江区数字经济展示窗口和对外招商引资“会客厅”。

鞋博会已经成为产业流行趋势“风向标”。本届博览会与意大利AF集团合作设置“2024国际鞋、鞋材及体育用品流行趋势展区”,权威发布和解读国际最新流行趋势、潮流动态,与参展展商深度开展国际先进技术、引领时尚潮流的务实合作。嫁接上海设计等专业机构,通过流行趋势展示、设计培训服务等原创设计服务平台,帮助企业打造时尚产业链接器及研创孵化加速器。



海博会吸引众多参展商。

第25届“海博会”在石狮举行

本报讯(记者 何金 通讯员 王鹏达 李荣鑫 文/图)18日,以“融合创新、共享时尚新生活”为主题的第25届海峡两岸纺织服装博览会(简称“海博会”)暨科技成果交易会(简称“科博会”)暨科技成果交易会在休闲服装名城石狮市举行。来自海峡两岸的200余家纺织服装企业汇聚石狮,寻求新商机、拓展新合

作,实现融合发展新目标。

据了解,作为国内大规模、高规格和强市场辐射力的纺织服装专业盛会,第25届海博会展品覆盖纺织服装全产业链,展会面积达3.2万多平方米,主展区共设立了科技成果展、流行趋势馆、台湾馆、狮城定制馆、品牌电商馆、面料馆、辅料馆、裤业馆、童装

馆、设计创意馆、机械馆十一大展区。同时,设立石狮电商馆、石狮服装及石狮国际轻纺城等分展区,以有效引流客户进入服装城、轻纺城交易区内,推动采购商与商户对接交易。

在首次亮相的“科技成果馆”内,35所高校、科研院所和企业围绕数字融合创新、产业绿色发展、服务人民美好生活等方面,展出了162项纺织服装科技成果,深入贯彻“科技、绿色、时尚”的纺织发展定位,为促进行业发展提供有力支撑。

资讯

闽企将携荷企布局 深远海漂浮式海上风电设备

本报讯(记者 林侃)18日,中荷深远海海上风电研讨会在福州召开,近200位来自中国、荷兰两国的海上风电行业重要参与者共聚一堂,聚焦深远海海上风电,共商共享前沿技术创新成果。会上,我省的永福股份与荷兰Maridea公司签约,两国企业将共同协作,在全球率先布局新型深远海漂浮式风电设备。

永福股份是国内海上风电工程技术领军企业,近年来企业加大了海上风电技术研发和储备力度,目前参与提供技术服务的海上风电项目装机容量合计超过5500MW。荷兰Maridea公司是一家拥有大量的海洋工程知识经验,可为漂浮式和固定式基础提供优质服务工程服务的工程技术有限公司。

近年来,海上风电的飞速发展带来机遇,也面临着挑战。记者从研讨会上了解到,目前,大多数的海上风机均采用底部固定式基础,但采用固定式基础

的海域有限,海上风电产业不得不转向离岸更远、更深的水域。深水区和超大型风机的发展,让漂浮式风电成为可行的替代方案。

荷兰Maridea公司总经理保罗·沃特曼表示,公司研发的“海鳗号”漂浮式基础设有安全的支撑结构,在整个产品生命周期内可抵御恶劣的环境条件,这一概念已获劳埃德船级社认可,在全球海上风电业界也引发极大兴趣,目前正在进入产业化阶段。

省发改委党组成员、副主任王忠表示,近年来,我省充分利用自然资源优势,加快发展核电、风电和光伏发电等,清洁能源装机已成为电力新增装机的主体。至2022年末,我省清洁能源装机容量达4541万千瓦,占全省发电装机的比重首次超过60%,达60.3%。荷兰是能源大国,也是新能源强国,与我省的能源和产业需求高度契合。

我省“快服贷”产品投放突破300亿元

本报讯(记者 王永珍)据省财政厅消息,截至10日,我省“快服贷”产品依托省级政策性优惠贷款风险分担资金池,累计投放306.3亿元,惠及企业超万家。

“快服贷”是我省聚焦小微企业、外贸企业、科技型企业等,依托财政风险分担政策推出的系列金融产品,包括科技贷、外贸贷、商贸贷、乡村振兴贷、文旅贷、台企贷等。省级财政通过

整合设立政策性优惠贷款风险分担资金池,对金融机构发放贷款可能存在的风险损失分担比例最高可达50%,有效引导金融机构加大对中小微企业信贷支持。

自2020年创设以来,“快服贷”产品合作金融机构已超20家,借助金服云平台线上全流程服务,形成了“财政+科技+金融”的有效模式,有效缓解了企业融资贵融资难融资慢问题。

福建省“一村一品”短视频大赛启动

本报讯(记者 张辉)近日,由省农业农村厅、省委网信办主办的首届福建省“一村一品”短视频大赛启动。本次大赛以“闽山闽水 一村一品”为主题,旨在推进做好“土特产”文章,打造一批“土字号”“乡字号”农产品品牌。

参赛者应围绕本村主导产业或产品,拍摄一段能够充分展现产业(品)特色亮点、品牌形象、文化内涵等内容丰富、健康向上的短视频。即日起至9月

中旬,为各地制作、推送、发布作品阶段;9月中下旬,主办方将开始集中评选,并公布“十佳”优秀作品。“十佳”优秀作品将获得在中国农民丰收节主场,以及各新媒体平台进行推介与展播的机会。

打造“一村一品”专业村,是我省实施特色现代农业高质量发展“3212”工程的重要内容。目前,全省已创建772个省级“一村一品”专业村。

一季度厦门市外贸进出口 同比增长13.1%

本报讯(记者 廖丽萍 通讯员 林舜水)据厦门海关统计,1—3月,厦门市外贸进出口2334.1亿元人民币,同比增长13.1%。其中,进口1254.6亿元,增长23.8%,出口1079.5亿元,增长2.7%。

1—3月,厦门市民营企业进出口1032亿元,增长31.4%,占同期厦门市外贸进出口总值的44.2%,是最大外贸主体。同期,国有企业进出口占35.7%;外商投资企业进出口占20.1%。

从产品类型看,厦门市出口以机电产品和劳动密集型产品为主,1—3月,出口机电产品566.9亿元,占出口总值

的52.5%;出口劳动密集型产品265亿元,占24.5%。进口以金属矿砂、机电产品和农产品为主,1—3月,进口金属矿砂276.3亿元,占进口总值的22%;进口农产品213.5亿元,占17%;进口机电产品186.8亿元,占14.9%。

东盟、欧盟和美国是前三大贸易伙伴。1—3月,厦门市对东盟进出口434.2亿元,占进出口总值的18.6%;对欧盟进出口337.1亿元,占14.4%;对美国进出口265.8亿元,占11.4%。此外,对“一带一路”沿线国家进出口929.1亿元,增长35%。

(上接第一版)

在本届厦门国际会展周上,多位海内外展会大咖齐聚一堂,研判会展业发展趋势。这其中,“走出去”成为他们频频提到的关键词。

“大力拓展新时期国际展会市场,做大做强中国的展会,国际化是一条必经的捷径。”中国贸促会原副会长王锦珍表示,这个过程中,需要用好用足自贸协定给展会发展带来的便利条件,积极拓展“一带一路”展会市场。同时,还要注意培育高素质的人才队伍,让展会企业“出海”之路更加顺畅。

在对外经济贸易大学教授、博导储祥银看来,会展国际化应该是思想理念的国际化、人才的国际化、运作方式的国际化,“资本合作、品牌合作、请进来”和“走出去”都属于国际化的范畴。

“目前,厦门会展业已有一定的规模,下一步应该积极走出去,全力开拓国际市场。”中国世界贸易组织研究会会长崇泉认为,可以选择东盟国家作为“走出去”的第一站,试水开展会展业务。此外,要加强与台湾会展业界的合作,促进两岸融合发展。

事实上,“走出去”与厦门一直以来坚持打造国际会展中心城市的目标不谋而合。厦门成功举办金砖国家领导人厦门会晤、G20财政和央行副手会议等高端国际会议,投洽会、石材展、佛事展等展会规模全球领先。本届会展周更是邀请国际大会及会议协会(ICCA)、亚洲展览会议协会联盟(AFECA)等国际会展机构、协会共同参加。同时,集中发布了金砖和新兴市场11个国家228个会展项目,海峡两岸26个城市514个项目,促进“金砖+新兴市场”国家及海峡两岸城市会展合作。

据不完全统计,今年1—3月,厦门“百展千企拓市场”活动中,已有超百家厦企“走出去”参加十余场展会,参展企业足迹遍布美国、英国、西班牙、意大利等,意向订单超5亿元。

拓空间 促产业

今年下半年,岛内厦门国际会展中心五期、岛外翔安30万平方米的厦门国际博览中心都将投入使用,届时将形成思明区环岛路、翔安区东部都会新城、湖里区五缘湾三大会展集聚区,厦门办展办会能级将大幅跃升。

在本届会展周的活动现场,三大场馆的相关负责人还与多个展览机构签署合作意向,吸引众多项目来厦办展办会。

“比如,我们与汉诺威米兰合作举办厦门汽车工业博览会,它不是一个简单的车展,而是涉及整个产业链的专业性展会。”厦门国贸展馆运营公司总经理苏琦介绍,以新场馆拓展新空间,企业积极引入优质的品牌展会资源,助推城市产业发展。

今年,厦门持续深化“产业+会展”战略,打造有行业引领力的国际化专业展会平台。围绕“4+4+6”现代化产业体系,深度挖掘与优势产业、重点产业关联度高的会展题材,策划培育自主展会品牌,力争每个重点产业都有相应的品牌展会,促进厦门重点产业资源集聚和转型升级。

“新发展格局下,会展业发展迎来重大机遇。”商务部研究院副院长、中国会展经济研究会会长曲维玺表示,随着互联网巨头带着庞大的数据库进入会展业,会展业必将迎来融合发展的新时代,会展业应由内向外打破边界,探索“会展+N”新生态。

经济关注·乡村特色产业

一条河鲀鱼 游出亿元村

漳浦县积极打造“中国河鲀第一镇”“中国河鲀第一村”

□本报记者 萧镇平 通讯员 蔡秋金 林燕兰

2022年11月份,东坂村荣获第二批全国“一村一品”示范村,如今“河鲀第一村”产业已产生外溢效应,河鲀养殖已扩大到全镇乃至全县的沿海乡镇,带动水产养殖业的发展。

一条鱼带富一个村

“老板,来盘红烧河鲀!”一到周末,佛山镇的饭店就热闹起来,不少外地游客到此地就是冲着河鲀的鲜美而来。

“佛山人工养殖河鲀已有20多年的历史,养了有好几代了!”森海食品有限公司董事长、漳州市河鲀协会会长戴云峰说,野生河鲀之所以有毒,是因为吃了有毒的藻类,而经过一代代的品种选育和人工养殖的河鲀,其体内毒素可控制在安全值之内。“以前的‘拼死吃河鲀’,变成现在的‘拼命吃河鲀’!”

东坂村有河鲀美食一条街,各家饭店的烹饪手法五花八门,不管是红烧、煲汤,还是油炸、刺椒、清蒸,都能让河鲀的鲜味勾起食客的味蕾记忆。

“这里所有的河鲀,从育苗到小鱼养殖,大鱼养殖,再到饭店终端,大家都建立起详细的进出货台账,全链条可溯源。”戴庆阳说,饭店里从事河鲀烹饪的厨师都经过严格培训,确保人人“持证上岗”。

2016年,对于全国河鲀养殖业来



河鲀养殖成为佛山镇的特色产业。 东南网记者 李姗姗 摄

“蒹葭满地芦芽短,正是河豚欲上时”。在漳浦佛山镇东坂村,夹着咸味的海风吹过了万亩塘。塘内一条条鼓着肚皮的河鲀(俗称“河豚”)在游弋觅食。

一大早,河鲀养殖户戴庆阳就来到了自己的塘边,下网、收网,将一条条河鲀打捞起来,装到筐里,搬上货车,准备北上运往江苏一带。

漳浦县是我省最大的河鲀养殖县,养殖基地主要集中在佛山镇,养殖历史有20多年,养殖面积3万多亩,年产量4000多吨,产值7亿多元。目前,当地正把佛山镇打造成“中国河鲀第一镇”,将东坂村打造成“中国河鲀第一村”。

探索立体生态养殖

“现在河鲀的价格比往年高,今天收购价为每公斤150元!”看着一筐筐的河鲀捕捞上来,戴庆阳的脸上洋溢着笑容。

临海的佛山镇东坂村,靠海吃海,水产养殖一直是东坂村的重要产业。

“东坂村原先以斑节虾养殖为主,养虾初期效益很好,但容易出现病害,后来有村民尝试将河鲀与虾混养,以‘鲀鱼效应’刺激虾生长!”东坂村村支部书记戴庆阳说,河鲀是虾的天敌,游得慢的病虾很容易被河鲀吃掉,这减少虾病的传播,又逼迫其他虾在快速游动中变得健壮健康。

10多年前,斑节虾市场一度走低,东坂村的水产养殖业受到冲击,而原先处于“套养”地位的河鲀养殖优势则显现出来,江浙一带的水产批发商纷纷过来收购,最高收购价曾经达到一公斤400多元!

如今,东坂村全村约有6000人从事河鲀养殖业,生态混养河鲀的水域面积超1万亩,年产值5亿元左右,河鲀几乎都销往江苏,最后再出口到日本、韩国等。