

“双城记”视野下的新鞋都

□本报记者 林蔚



莆田双驰鞋业的员工正在调试智能设备。 本报记者 林蔚 摄



莆田鞋业拥有先进的制造能力。 新华供图



莆田本地顾客在挑选莆田鞋。 新华供图

何以三分天下有其二

从福州出发,乘坐复兴号经由新开通的福厦高铁线大约半小时,就可以抵达莆田站。从火车站一出来,站前名为“复兴路”的道路旁,立着大大的“中国好鞋 莆田制造”标语,车行市区,各种鞋类电商平台、鞋店、鞋城的店招不时在车窗外掠过,无一不在透露着这座新晋“鞋都”的浓厚产业氛围。

莆田是全国第三个获得“中国鞋都”称号的城市,前面两个分别为温州和晋江。为什么在福建已有一个“中国鞋都”的情况下,中国轻工联合会、中国皮革协会还是在今年6月份联合授予了莆田这一称号?三分天下,福建何以有其二?

为了解开这个疑问,我们来到位于莆田兴化府历史文化街区的莆田鞋官方旗舰店。走进今年国庆节刚刚开张的这家店,莆田鞋的过去、现在和未来迎面而来。

坐落于古色古香老建筑里的莆田鞋官方旗舰店,其实是一家具有完全新时代意义的莆田鞋集合店,由莆田名品公司运营。店门上,红色的“莆田鞋”集体商标——以鞋带为构图创意的“PT”引人注目。走进店内,由墙上展示的图文介绍可知,原来,莆田的制鞋行业可以上溯到100多年前的清朝光绪年间。

晚清,就在今天的兴化府历史文化街区位置的莆田大路上,鞋铺云集。彼时,一双考究的莆田鞋不仅需要量脚定制,而且鞋底用的是南洋进口生橡胶底,内底用的是上等骆驼皮,布料用的是苏州产的棉麻料。“这给莆田鞋的发展播下品质优良的种子。”莆田名品公司工作人员邹俊豪介绍。

新中国成立后,莆田鞋伴随着1958年本地首家国营鞋厂的开办,开启了现代化的发展历程;改革开放后,莆田鞋业具备的工人队伍、制鞋技术、专业设备等良好的产业基础,使其在承接台商产业转移中赚到了“第一桶金”。随后,欧美和港澳台企业纷至沓来,莆田鞋产业集群逐渐壮大;至1993年,莆田已经拥有100多家鞋企,每年产量超10亿双,销往30个国家和地区……“在莆田,鞋业是个民生行业,几乎每个莆田人都能和你说出个与鞋有关的故事。”莆田市工信局工作人员林婧告诉记者。

不只是民生行业,更是区域经济发展至关重要的支柱产业。今天,莆田全市共有鞋企4200家,年生产鞋子16亿双,从业人员50万人,年产值达1200亿元。

在林婧看来,并不一定要都培育百亿鞋企,在“1+N”创牌联盟下,如果能够拥有众多“小而美”企业,更符合莆田鞋业的区域经济特点。

今天,已经有二十多家莆田鞋企入驻莆田鞋官方旗舰店内。“我们立志要打造中国的迪卡侬,实质上是一个品牌集合店。”邹俊豪这样解释“莆田鞋”集体商标与莆田鞋企自有品牌之间的关系。

在“中国好鞋 莆田制造”的背后,一个莆田鞋产业生态链正在被构建。当前,莆田紧紧抓住电商风口和工业互联网发展势头,整合供应链和技术优势,打造“1+N”创牌联盟、快反(即快速反应)联盟供应链、新零售直播电商渠道三位一体的莆田鞋集体运作模式。

拥有这样悠久的历史和雄厚的产业基础,莆田获评“中国鞋都”显得如此理所当然且实至名归。放眼未来,“中国鞋都”称号和“莆田鞋”集体商标更像是画下了一道新时代的起跑线,而强大的制造能力,是莆田鞋跑出新征程、好成绩的最大底气。

在今年9月厦门召开的中国国际投资贸易洽谈会上,在组委会发布的年度中国投资热点城市名单中,莆田是福建唯一上榜的城市。而在全球四大会计师事务所之一的普华永道为“中国投资热点城市”出具的分析报告中,发达的鞋服产业被认为是莆田具有投资吸引力和城市竞争力的一大重要原因。“鞋服产业是莆田第一支柱产业,作为世界名牌运动鞋的定点生产基地,已基本形成原辅材料—鞋服研发制

学思想 强党性 重实践 建新功 ——党报记者八闽调研行

核心提示

今年6月莆田获得“中国鞋都”称号,之前不久“莆田鞋”集体商标也被成功注册。在电商平台、工业互联网、供应链发展日新月异今天,一直位于产业链中端的莆田鞋正在以前所未有的方式直接面向消费者,是否可能在新形势新赛道中反向突围?

伴随着劳动力成本优势红利的失去,越来越多的国际品牌开始转移到东南亚开办工厂。长期以代工为主业的

莆田鞋企是否就此产能闲置?如若不然,未来路在何方?一切皆有可能,一切还都是未知数。从产业发展的中观层面来说,摆在莆田鞋业面前的发展问题,也同样摆在福建的另一座鞋都——晋江的面前。带着对新鞋都未来鞋产业发展的种种好奇,记者日前采访了省市有关部门和工厂一线,记录下福建鞋业“双城记”大背景下新鞋都的种种探索。



“莆田鞋”集体商标引人注目。 本报记者 林蔚 摄

造一营销服务的完整产业链条,拥有完整的产业配套和一大批能工巧匠。近年来,莆田正在加快构建鞋业供应链平台,通过私人定制、个性化、柔性化生产新模式,推动鞋服产业高质量发展。”该报告如是分析。

“1+1>2”的“手拉手”

过去几年间,泉州和莆田这两座城市在鞋产业的密集协作交流,更多地被人们清晰感知到。

“前几年,因各种原因,鞋企生产销售流通环节会遇到限制的情况,就需要我们去协调。”省工信厅消费品处的工作人员表示,常常是协调好产业链上下游的企业后,放下电话一想,这些企业又是分别位于泉州、莆田。

2022年,福建省制鞋业实现营业收入3816亿元,约占全国的1/3;鞋产量48亿双,约占全国的40%。目前,我省制鞋业已形成完整且竞争力强的产业链,产业规模多年居全国首位,全球每5双运动鞋就有1双福建造。

福建省鞋业行业协会副会长李军认为,福建制鞋业已经形成完整且有竞争力的产业配套,在石油化工、化学纤维、纺织印染、成鞋制造等产业链、各个环节都拥有优秀的企业。

不是“单打独斗”,而是“组团作战”,成为福建制鞋产业的优势所在。而我省的鞋业全产业链企业多集中在泉州、莆田等地。

晋江,是全国乃至全球在鞋业发展时,都绕不开的一座城市。莆田获评“中国鞋都”后,这两座福建东南沿海相邻不远的城市,犹如双子星,一齐闪耀在全球鞋业版图之上,两个“中国鞋都”之间的“1+1>2”产业规模效益越发明显。

近年来,福建省致力于推动纺织鞋服产业的高质量发展,省工信厅接连举办多场福建鞋业“手拉手”供需对接活动。每一场对接活动,总是明星企业云集,参加者既有安踏、特步、361度、匹克、鸿星尔克这样的知名品牌鞋企,

也有永荣锦江、百宏聚纤、华峰等业内顶尖的上游企业,还有中纺院海西分院等研发单位。在对接活动上,上中下游企业可以就创新设计服务、推介化纤新材料、采购鞋机自动化设备等达成一系列的合作协议,实现产业协作。

泉州鞋企从研发、设计、生产到品牌推广、市场销售等各个环节优势明显。莆田力奴鞋业总经理林金星认为,莆田鞋业的产业链较为完整,莆田和泉州两地可以实现优势互补,十分看好两地鞋企的“手拉手”合作。

一双鞋,从最初制鞋面料的原料,到各种鞋子上的零配件,再到制鞋工厂、原辅料采购中心,直至最后销售终端的品牌公司、电商企业,没有哪个环节不能在泉州或者莆田找到良好的产业集群。

泉州与莆田之间的鞋产业合作纽带,最早可以追溯到民营企业刚刚兴起的20世纪80年代;彼时,两地的企业都发物于家庭手工作坊,也都因为劳动力成本优势选择了鞋业的赛道。

从1989年创业开始,林金星一手创办的莆田力奴鞋业,现在已是安踏的核心供应商。在他看来,莆田和泉州的鞋业企业家一开始都有着相同的目标——创立企业、创设自己的品牌。但伴随着产业发展,两座城市的鞋业发展开始走向了不同的分工侧重。到今天,晋江鞋业不但拥有众多国际品牌,且拥有一流的研发人员、先进的生产设备 and 完整的产业链,而拥有先进的制造能力则是莆田鞋业的最大底气,二者之间因为优势互补而形成了强韧的产业合作纽带。

事实上,泉州拥有众多大品牌的鞋企,而莆田在“莆田鞋”集体商标下拥有众多“小而美”的企业,两者正形成深度的合作。

泉州和莆田“1+1>2”的产业优势在这几年间显得特别突出。“过去三年,莆田鞋业很好地实现了逆势增长。”林婧分析,“逆势增长的底气正是来自完备的产业链供应链。莆田鞋业的优势主要还是体现在长期积累下来的制造优势上。”

在其他地方的鞋业都受到种种掣肘之时,



莆田鞋厂家向客商介绍产品。 新华供图

福建鞋业以其稳定高效的产业链供应链胜出。仅以鞋业上游的化纤产业为例,福建已拥有恒申、永荣、百宏、金纶等百亿级企业,锦纶、涤纶等化纤民用丝技术处于全国先进水平。

省工信厅消费品处相关负责人表示,我省鞋业全产业链完备,工信系统举办的“手拉手”活动更是深度促进上中下游企业的协同联动,充分发挥出了两个“中国鞋都”“1+1>2”的规模优势。

产业链中端的反向突围

今年“爆单”,明年订单已排满,现在下的都是2025年的订单……记者近日走进位于莆田华林工业园区的坤英奇新材料有限公司时,看到办公室管理和研发人员忙得脚底生风,而墙上监控视频里,一间厂房中全自动化生产线在有条不紊地运转。这家主要生产高端飞织面料的工厂,是知名运动鞋品牌美国斯凯奇的上游企业。

飞织作为现在普遍采用的一种运动鞋面料,兴起于2012年。2017年坤英奇决定进入这个领域时,飞织的生产遇到了因产能过度扩张而走上低价竞争的下坡路。

“我们一开始就下定决心要做到最好,要把夕阳产业做成朝阳产业。”坤英奇总经理林燕娟边说边从产品柜中拿出了一双飞织面料鞋讲解,“这是我们最新一季的产品,穿着很随脚,而且可以放洗衣机洗也不变形,外观很有质感。”

据介绍,坤英奇现在接的订单中,有传统的OEM订单,也有把握研发设计主动权的ODM订单——前者即传统所说的“贴牌”生产,而后者则要求制造企业能提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务。

“鞋面上多一针少一针都大有讲究。如果你要买这种设计的鞋,那你就一定要买我们生产的飞织面料。”林燕娟举了个简单的例子来说明飞织面料技术研究的难度。正是因为坤英奇掌握了高端飞织面料从研发、设计到生产的工艺和技

术,所以也掌握了和下游品牌大厂的议价权。

“只有聚焦一个领域,取得领跑优势,才不会被取代。”林燕娟回顾坤英奇的发展,有感而发。

鞋子的面料,除了飞织,还有很多种;制鞋的产业链环节,除了面料生产还有很多个;最后的成品鞋,除了运动鞋,也还有很多类型。天下大事,必作于细。行走在新鞋都莆田,你会发现,制鞋的每一品类每一环节,在这里都能找到一家“坤英奇”。

像坤英奇一样,做成面向企业的产业链中游头部供应商,无疑是一种凭借制造优势的成功打法。“我们做不了苹果,可以做富士康嘛。”林金星笑道,他的力奴鞋业就位于坤英奇的斜对面。近年来,力奴鞋业在提升生产效率上狠下功夫,通过智能管理生产系统,不断持续优化工序,打造了一个自动化智能工厂。

就是在这样“关起门来研究制造”的过程中,林金星仍然没有忘记当初创立品牌的初心。“创品牌是每个企业家的梦想,我一直没忘,一直在思考。但制造优势是我们莆田鞋企的护城河。我们应该守好存量,去争取增量。”林金星认为,在新时代,莆田的鞋企要想做到像晋江鞋企那样拥有众多大品牌,所面临的是与他当年创业时完全不同的机遇与挑战。

从产业链中游反向突围,争取向产品附加值更高的“微笑曲线”销售端延伸,莆田鞋企可以有什么新打法?

同样创立于20世纪八九十年代、长期做代工订单的莆田双驰鞋业选择了个性化定制鞋这个细分赛道来突围。有别于传统买鞋时消费者只有被满足鞋码长度的一维需求,双驰的个性化定制鞋可以在精确测量脚形五个维度尺码的基础上生产出一双适合你双脚的鞋子。而后,在双驰鞋业的流水线工厂中,大约2小时,你的“定制运动鞋”就做好了。

一端是优良的工艺,一端是客户的个性需求,双驰鞋业凭借莆田鞋业强大的制造能力,努力探索从产业链中游直接对接消费者,走出一条新的生产销售路径。

和林金星一样,双驰鞋业的创新项目总经理古明反复思考为什么莆田和泉州几乎同时期开启鞋业发展之路,但最后却不像泉州那样拥有众多知名品牌。“品牌运营对于企业来说就算不是个黑匣子,也是个灰匣子。投资大、时间长、风险大,这些是企业创设品牌道路上不得不面对的难题。”他总结道。

时代在前进,“双城记”的故事也在不断续写。在智能化、数字化工业浪潮席卷下,“中国好鞋”的“莆田制造”已经开启多种路径的探索突围,达到高附加值的“微笑曲线”末端。不仅是在个体企业的微观层面,在产业的中观层面,“突围”也同步在进行。

位于莆田华林工业园区核心位置的华林智汇综合体正是莆田鞋业的一种集体探索。华林智汇综合体共有8幢主体楼,分别规划为产业总部经济大楼、产业培训中心、电商大楼、鞋业研发中心、双创空间、网红直播平台、新零售中心和产业商务配套中心,致力打造集信息互联、资源共享、个性化定制、产销融合于一体的鞋服产业链服务中心。目前,已陆续有鞋服产业链的上下游企业,电子商务、财务管理、新零售、个性化定制、信息化服务等服务型企业入驻华林智汇综合体。

“小而美”企业、柔性生产线、快反联盟……这些迥异于传统工业的关键词,正在成为莆田鞋业把握住工业互联网发展浪潮的重要优势,也在为莆田鞋业布局海外、实现电商短平快个性化销售提供更多的可能。

一个新时代新鞋都的故事,正在“双城记”的叙事大背景下,不断续写新篇章。

穿透



扫一扫看视频