

關注第二十三屆中國(晉江)國際鞋業暨第六屆國際體育產業博覽會

科技和顏值打頭 成品鞋邁向發展新階段



安踏展館裏,最新推出的G202 GT馬拉松專業跑鞋引人注目。
本報記者 董嚴軍 攝

本報記者 柯國笠

從搭載“氮氣科技”的安踏G202 GT,到石墨烯發泡鞋底材料,再到新型環保紗制成的一體式鞋面;從設計感十足的冬奧風格造型的安踏主題館,到科技風滿滿的卡爾美專館,再到世中運主題展位……第二十三屆中國(晉江)國際鞋業暨第六屆國際體育產業博覽會(以下簡稱“鞋體博會”)上,晉江成品鞋以“科技+顏值”打頭,展現出成品鞋邁向新發展階段的大趨勢。

科技加持 成品鞋提升附加值

氮氣和鞋底有什麼關係?還能夠加持跑者展現出更好的跑步狀態?在安踏主題展館,安踏最新研發的專業馬拉松競速跑鞋——C202 GT,吸引了不少專業參展商關注。

“這款新面市的跑鞋,確實令人眼前一亮。”來自廣東的專業參展商鄭先生告訴記者,國產運動品牌近年來不斷推出自有科技,展現出了良好的態勢。據悉,C2020 GT跑鞋融合

了安踏最新的技術,採用安踏NITROSPEED NUC材料,首創尼龍子胚發泡工藝,在超臨界狀態下,通過氮氣將顛覆性極致輕彈賦能于PEBAX材料,帶來疾速奔跑體驗;同時採用雙密度設計,為跑者提供絕佳反饋,兼具舒適性和專業性。該款鞋還採用3D仿生足型碳板,基于人體工學,較世面常見的鏟型碳板增加了橫向的曲面弧度,更加貼合腳型,讓腳掌的觸地到發力過度更加流暢。

一業內人士表示,一雙跑鞋能夠集合安踏多項科技,這正與安踏着力科技創新、持續強化專業運動屬性的品牌定位是分不開的。往往科技能夠帶給運動品牌以足夠強的專業性背書和加持。

不僅僅是安踏,在業內著名的鞋品類代工品牌莆田雙馳的展位上,該公司展出了其最新的定制化科技產品,依托其自主研發的定制化大數據系統,該公司推出了能夠滿足多數人足底條件的新式鞋款。

在拖鞋展區,不少企業今年則展出了最新的科技研發聚氨基酯拖鞋,其更加豐富多樣的花色、更精細的做工,吸引了不少客戶前去洽談。

“會有一些功能性材料應用。”一名參展企業工作人員告

訴記者,包括拖鞋在內,沙灘鞋、溯溪鞋等產品在附加值、專業應用場景等方面也催生了部分企業更加注重新科技。

顏值當道 主動應對多樣化市場

如果說,科技是產品的“硬實力”,那麼顏值則是“軟實力”。今年展會現場,各個品牌在布展、產品本身都極盡“顏值”之能事。

在安踏展位,國旗款運動服裝設計包含中國傳統文化元素、多項專業運動的服裝元素,還有現代年輕化的潮流元素。如以窗格為靈感,以“中國”二字進行創意延展,形成獨特設計圖案的休閒運動服;也有通過現代手法,結合中國文化對柔道服進行再次創新的運動服;還有以滑雪服為靈感設計,能起到防雪防水的連體運動潮服,實現了專業運動和時尚潮流的完美結合。

此外,安踏展出的包括K16系列在內的高顏值鞋款也讓不少參展人員感嘆,國產品牌顏值越來越高,“真香”。

在卡爾美展位,以卡爾美主觀色彩為主,該品牌集中呈現了其針對全運會推出的全系列產品,也吸引了不少觀展人

員關注。展出的服裝和鞋款以整體搭配取勝,還在現場添加了部分卡通元素,展現出品牌的年輕化。

大品牌有大品牌的打法,而對於于製造型、研發實力較強的小品牌、代工型成品鞋企業,進一步貼近市場,滿足細分市場和消費者碎片化需求,則也有主動的作為和多樣化的打法。

一名參展商告訴記者,不少小眾品牌開始大規模使用包括反光膜等在內的新型材料,原本一些用在服裝上的面料也出現在了小眾品牌鞋款中,受到年輕消費者的歡迎。

“現在年輕人都喜歡這種高顏值的產品,不一定認品牌。”上述參展商說,在輕運動領域,科技是基底,但是真正讓消費者購買,特別是年輕消費者購買的動力還是在于第一眼的顏值。

隨市而動 邁向新時代

無論是顏值還是科技,市場總是用最直接的方式告訴品牌,成品鞋廠,什麼樣的產品才能留下來。

中國鞋類設計師聯盟相關負責人告訴記者,目前國內眾多品牌都在朝向下一個發展階段:以審美、設計為驅動的階段。“有別于以往的市場、渠道驅動,設計、審美的驅動實際上更加貼近消費者需求。”

值得注意的是,消費者當下的需求在提升。該負責人直言不諱,如果品牌在審美上跟不上隊伍,那麼就會被淘汰,“現在市場上太多產品了,科技和顏值缺哪條腿,都走不長久。”

該看法也得到不少參展人的認同。記者了解到,參展商多數追求性價比產品。

“什麼是性價比產品,對消費者來說一定是具有顯性的一些特徵,比如顏值要高,比如穿起來輕便、柔軟、不累腳。這些都是最直觀的。”一名參展商說,“年輕人群體中有一句話‘顏值即正義’,對我們來說,‘顏值即銷售’,如果在同等價格的情況下,顏值更高的必然更受歡迎。而且,現在年輕人的喜好也更多了,因為物質已經極大豐富。”

晉江產經商訊

主辦/《晉江商人》雜誌



十大科研平臺 集中亮相科技館

本報訊(記者 柯雅雅)一個集合了當下產業裏新材料、新工藝、新設備、新成果的展館,究竟能夠產生什麼效果?20日,亮相展會的科技館內人流不斷,吸引了眾多觀展商。

在過去一年裏,晉江市追求科技創新的腳步從未停止,從客商們身上能感受到科技創新仍是當下的主旋律。

科技創新離不開科研平臺的“智力支持”,本屆科技創新館創新性地把晉江十大科研平臺均引入館內,向客商們展示各個平臺的科研成果。

中國皮革和制鞋工業研究院(晉江)有限公司與廣東意華鞋業科技研究院聯合研發推廣的智能制鞋模組組就吸引了大量客商的眼球,“該生產線包含機器視覺噴膠工作站、智能打磨工作站等智能化系統,能夠實現不同形體的鞋類產品共線生產,還可以改善生產環境,降低勞動強度。”廣東意華鞋業科技研究院業務經理李旭東告訴記者,該生產線是根據當下鞋業生產需求歷經半年研發的,首次在展會上亮相,“該項目也是我們和皮革院晉江院合作的第一個項目,未來雙方還將在鞋業自動化上進行更多探究。”

而另外一邊,東華大學技術轉移中心和鴻彩飛揚公司展示的工業級數碼印花打紙設備;海



科技館內,高科技機械手臂正在對鞋底進行作業,引發客商圍觀。 本報記者 董嚴軍 攝

西紡織新材料工業技術晉江研究院帶來高強高模聚乙炔纖維、高強度聚酯工業絲;中科院泉州裝備製造研究所開發的智能跟隨機器人、晉江-哈工大機器人研發中心研發的室外巡邏機器人等均備受客商關注。

除了展示晉江市的科技創新產品,本屆鞋體博會科技創

新館還邀請了中國皮革和制鞋研究院有限公司、陝西科技大學、黎明職業技術大學制鞋專家為來訪的企業提供專業化的服務,同時全國技術轉移公共服務平臺海峽中心的專家,也將在展會期間為企業提供高新技術企業認定和技術合同登記諮詢。

上述負責人表示,在過去一年裏,晉江市追求科技創新的腳步從未停止,晉江市深入實施創新驅動發展、人才強市戰略,緊緊圍繞決勝國家創新型縣(市)建設、突破科技體制集成改革、推動科技創新高質量發展超越三大任務開展工作,並不斷取得新發展、新突破。

百歲老人離世 家人遵從遺願 簡辦喪事捐款10萬元

本報訊(記者 林伊婷)日前,晉江市安海鎮梧棧村百歲老人林烏算離世,其子孫後輩在悲痛之際,遵照老人的囑咐,積極響應移風易俗號召,簡辦喪事,向梧棧村老人協會捐贈10萬元(人民幣,下同)善款,用于關心村中老人。17日,該村160名老人每人領到敬老金500元及一份油米。

記者了解到,老人過世時已105歲高齡,子孫後輩有300多人。按照以往的“老規矩”,這樣的大家族有老人過世都需要風光大葬,喪事的場面也是巨大。但想到近年來村裏大力推進移風易俗工作及母親生前常叮囑,希望自己走後喪事簡辦,把剩下的錢捐出來做有意義的事,其子吳家錦身為梧棧村老人協會會長,喊來了兄弟姐妹,商議遵老人遺願,簡辦喪事,將節省下的錢捐給村老人會用于關心村中老人,該提議得到了家人的支持。17日,在敬老金及慰問品的發放現場,村中老人紛紛為林烏算家族的善舉點贊。

梧棧村村委會主任吳慶省介紹,林烏算老人一生勤儉持家,教子有方,家族後人中不少人事業有成之時,常不忘回饋家鄉。此次其後輩化悲傷帶頭簡辦喪事,熱心公益,為村裏移風易俗工作起到了很好的表率作用。

據悉,近年來,梧棧村積極倡導移風易俗工作,村民簡辦紅白事,熱心公益蔚然成風。該村的村規民約還于今年年初入選泉州市“百佳移風易俗村(居)規民約”。

踐行移風易俗 支持平安建設

本報訊(記者 王詩偉)喜事簡辦踐行文明,熱心支持公益事業。17日,晉江市永和鎮馬坪村林金杯、王明珠伉儷在兒子16歲生日之際,取消宴席,節省支出,慷慨捐資25萬元(人民幣,下同)善款,支持家鄉的平安建設和敬老事業。

據了解,為踐行移風易俗新風尚,在積極響應新冠肺炎疫情防控工作的同時,助力平安建設,促進社會和諧,在永和綜治協會會員、馬坪村幹部的動員下,林金杯、王明珠伉儷欣然決定簡辦兒子的16歲生日,取消宴席,將資金節約下來,用于支持社會公共事業。

據了解,林金杯一家人雖然常居海外,但其家族多年來心系家鄉的建設發展,在家族事業取得較好發展的同時,不忘回饋家鄉、回饋社會,多次為家鄉的建設和教育事業出資出力。此次林金杯、王明珠伉儷捐贈25萬元,其中20萬元捐給永和鎮綜治協會,支持參與平安建設;另5萬元捐給馬坪村老年人協會,為家鄉尊老敬老公益事業添磚加瓦。

中國智能產業跨境聯盟啓動

本報訊(記者 吳曉曉)19日,第二十三屆中國(晉江)國際鞋業博覽會分論壇暨晉江鞋業行業高峰論壇在國際會展中心舉行,來自中國各地的近200名嘉賓共聚一堂。會上,由晉江市跨境電子商務協會、成都市跨境電子商務協會、溫州市跨境電子商務協會、寧波市跨境

電子商務協會、惠州市跨境電子商務協會、東莞市跨境電子商務協會、河北省進出口商會組成的中國智能產業跨境聯盟正式啟動。

“目前,海外市場上鞋類熱銷品類有哪些?”“鞋服行業未來的市場有哪些商機?”“後疫情時代的跨境電商,中國賣家的機會在

哪裏?”“晉江鞋企該如何跨境出海?”……論壇上,來自亞馬遜、Lazada、eBay、Wish、出口易等跨境電商的行業精英紛紛發言,共同探討在新競爭環境下,晉江制鞋業未來發展、晉江製造邁向晉江智造、晉江的鞋業企業通過跨境電商拓展海外市場、走出外貿困境等議題。

據悉,歷經幾十年發展,晉江已經成為中國五大制鞋基地之一,運動鞋和旅游鞋的產量占中國總量的40%左右,占世界總量的20%左右。但是作為一個發展較為成熟、市場較為穩定的行業,中國國內成品鞋的價格已經有比較固定的範圍區間,整體區間上漲較為緩慢。