

现场达成意向的客户远超预期 “智能化”成鞋机市场最大亮点

本报记者 吴晓艳

在今年的鞋博会鞋机展区，“自动化、智能化、数控”等概念大行其道，几乎每个展位都推出相关技术和产品。在该类型产品的展位上，也吸引着众多客商流连忘返。种种因素表明，随着招工难、用工难、材料成本增加等难题出现，市场竞争愈发激烈，传统制造业正面向智能化转型升级。

智能化产品占据主要市场

尽管不是第一次参加鞋博会，但新凯嘉机器展区的亮相仍旧吸引了众多客商的驻足。一台大型的全自动EVA射出发泡成型机占据了该展区的“半壁江山”。几名工作人员站在机器边熟练地操作着。不一会儿，一双双色拖鞋便带着热气出现在了众人面前，引得不少客商上前查看并寻求介绍。

“这是我们去年研发的，经过不断改进提升，今年才面市。”晋江新凯嘉机器总经理苏义阳介绍说，比起以前全自动EVA射出发泡成型机，这款机器可以满足双色一次成型。在用工上，也仅需2到3人便可操作，很大程度上节约了人工成本和时间成本。

在慈星展区，由慈星、事坦格自主研发的高速、高效、高科技鞋面机产品也惊艳亮相，展示了智能电脑横机一线成型的创新技术，备受客商青睐。

“一线成型鞋面机采用的是先进的飞织技术，整个鞋面可由一根纱线编织而成，一次成型。”慈星销售总监卢德春告诉记者，创新的飞织工艺与鞋面选材支撑性与柔韧性完美结合，让鞋子能够更加轻便、舒适、健康、环保，给人一种“裸”足穿着的体验。

此次本佳带来的电脑车精密模组生产线里里外外被围得水泄不通。本佳鞋业总经理洪志坚告诉记者，该生产线采用物联网WiFi天线、RFID识别系统，可通过WiFi实现电脑与机器数据传输功能，将生产数据及设备运行的状况实时显示。

洪志坚进一步介绍，这款流水线之所以人气火爆，在于其可以实现多种花样、多种号数同时在生产线生产，大大提高了生产效率，尤其适用于订单量较大的缝纫作业，同时可以节省一半以上的操作人员。

备受关注的还有厦门满裕自动化科技有限公司的展位。该公司此次向观众展示了自动化制鞋生产线。在一名工人的操作下，一双双鞋底呈现在众人面前。

“利用机器人代替人工作业，速度快，质量稳定。在提升产量、节约人力之余，可以从根本上解决传统生产方式下产品成本和多样性之间的冲突。”该公司总监助理周惠表示。

在记者走访过程中发现，尽管各大鞋材企业所带来的产品五花八门，但却有同一特点——自动化及智能化。



智能鞋机引人关注。 本报记者 董严军 摄

客户意向单超预期的50%

“今年现场达成意向的客户远远超过了我们的预期。”苏义阳告诉记者，在参展前，他们根据往年的参展情况作了预测，预计期间可达成订单占全年销售额的20%~30%，但就目前而言，客户的意向单已经超出预期的50%。

增长的效益背后，反映的是传统制造业正在面临转型升级。在记者采访中，大多数鞋机参展商表示，招工难、用工难、材料价格上涨、人力成本上涨等因素是如今的传统制造业

面临的难题，智能设备能够很好地缓解企业这一困境，同时还能有效提高生产率，减少成本支出。

对此，来自温州的参展商郑先生也深有感触。“未来企业的发展必将向智能化转变，这是今年市场带给我最深的感悟。”他告诉记者，他经营着一家鞋厂，往年工厂在招工上虽然不太容易，但也能满足生产需求，对智能化、全自动化的机械设备的采购意向就没那么强烈。而今年在招工上却是难上加难，用工短

缺让他意识到，如果不能寻求转变，用机械代替人工，一旦出现的用工缺口，订单无法完成，企业也难运行下去。

“随着鞋的品质越来越细分，客户的要求也越来越高，想要在市场突围中脱颖而出，就得把产品做精做细。”除了在设计上下工夫，也要有更先进的设备。”卢德春表示，中国作为制鞋大国，鞋业已经进入高成本时代，落后的设备和产能不能满足日益增长的少量多样、小批量订单需求；另一

方面，中国本土品牌的崛起并走向国际化，需要高效率、高精度、智能化的先进设备和工艺，智能化、数字化、自动化技术必然在制鞋等传统劳动密集型企业里得到普及和推广。

“设备越来越智能化的趋势是必然的，尽管这样会造成用工减少，但另一方面也能鞭策大家往科研岗位走。”周慧表示，同时，随着人们环保意识越来越高，未来鞋机设备还要往绿色环保、节能减排方向上研究。

鞋机企业面临更高要求

随着制鞋等传统制造业行业标准越来越高，对上游机器设备制造商也提出了更多更新的需求。鞋机企业要在逐渐白热化的市场竞争中寻求发展，就要不断创新，推出新的产品。

“我们带来的产品虽然不是最新的，但每年都会在原有的基础上进行改进，生产效率可提升5%。”卢德春说，此次他们还带来了STG系列智能鞋面机。该系列智能鞋面机采用国际领先的高智能技术设计，可

实现双向收针，翻针效率提升90%以上。同时，该设备还具备独有的四纱嘴设计，采用特制织针，进一步优化和提升了编织功能，性能在行业遥遥领先，不仅可满足鞋面紧密度、松紧，增强鞋面的立体感，同时可以实现鞋面花型设计的多样化，生产效率大大提高。

此次展会中，新凯嘉还带来了国内首台自主研发生产的PU浇注机，犹如“旋转木马”的大型设备在展会中运作起来，吸引了众多客商的兴趣。

“提起智能，人们更多联想到欧美等发达国家和地区。特别是欧洲，一直都是技术NO.1的代名词。但现在，我国国内生产商也做得不差。”苏义阳介绍，这款PU浇注机属于自动化机械，主要用来生产各种聚氨酯发泡鞋底，共有80个工位，全流程操作仅需不到5名工人，比起传统操作可节省70%人工成本。同时，不到10秒就可以生产一只鞋底，具有高产能的特点。

“以前市场上的PU浇注机

都是进口的。”苏义阳告诉记者，他们每年都会在研发上投入五六百万元，每年推出3至5款新设备。PU浇注机就是去年研发的，在产品品质上完全可以向国际看齐，功能也不输进口设备，价格上又相对实惠，因此，不少东南亚客户的订单纷至沓来。

“展会这两天，每天还有十几个外商前来咨询，并表达合作意向。”苏义阳说。“这足以向世界证明，中国也有实力制造高端智能机器了。”

安踏大股东套现约115.7亿港元

本报讯(记者 柯国笠) 昨日早间，安踏体育(股票代码:02020.HK)发布公告称，控股股东安踏国际与Merrill Lynch(Asia Pacific) Limited、J.P. Morgan Securities(Asia Pacific) Limited及Morgan Stanley & Co. International plc订立一项协议，以配售8800万股每股面值0.10港元的普通股，合共占公司全部已发行股份约3.26%，每股股份作价131.48港元，较20日收盘价142.2港元折让约7.54%。以此计算，安踏国际将套现115.7亿港元(约合人民币96.79亿)，这也是自2014年10月以来安踏大股东首次配股减持。

公告显示，安踏国际由丁世忠、丁世家及吴永华、王文默、丁雅丽及其他股东共同拥有，该公司直接持有安踏体育约50.81%已发行股份及通过其全资附属公司(即安达控股安达投资)间接持有10.23%已发行股份。本次减持后，安踏国际在安踏体育的持股将降至47.56%。

受此消息影响，昨日，安踏体育股价低开逾7%，开盘报132.2港元。受其拖累，港股服饰概念股纷纷低开，特步国际跌超6%、李宁跌超5%、361度跌近2%。不过随后，361度、李宁、特步国际纷纷止跌回升，但安踏体育仍无力反弹。

4月14日，安踏体育公布2021年第一季度最新营运表现，全线品牌取得明显增长，其中安踏品牌产品的零售金额(按零售价值计算，下同)与2020年同期比较取得40%~45%的正增长，FILA取得75%~80%的正增长，其他品牌产品(包括DESCENTE、KOLON SPORT、SPRANDI及KINGKOW)取得115%~120%的正增长。

截至收盘，安踏体育股价为131.3港元，公司总市值为3549.47亿港元。

361°主品牌产品第一季度零售额同比有高双位数增长

本报讯(记者 柯雅雅) 20日，361°发布公告，361°主品牌产品于2021年第一季度的零售额(以零售价值计算)较2020年同期有高双位数的增长。此外，361°童装品牌产品于2021年第一季度的零售额(以零售价值计算)较2020年同期有20%~30%低段的增长。

宝龙地产附属完成发行15亿元公司债券

本报讯(记者 王云霏) 近日，宝龙地产(股票代码:01238.HK)发布公告，经中国证监会“证监许可[2019]2147号”文核准，公司附属上海宝龙实业发展(集团)有限公司获准向合格投资者公开发行面值不超过人民币50亿元(含人民币50亿元)的公司债券。

根据《上海宝龙实业发展(集团)有限公司公开发行2021年公司债券(第二期)发行公告》，上海宝龙实业发展(集团)有限公司公开发行2021年公司债券(第二期)发行期限为5年，附第2年末、第4年末发行人调整票面利率选择权和投资者回售选择权。发行价格为每张人民币100元，采取网下面向合格投资者中的机构投资者簿记建档的方式发行。

公告显示，本期债券发行工作已于4月16日结束，实际发行规模人民币15亿元，最终票面利率为6.50%。

全自动开收伞架、伞柄可充电……东石伞业集群馆惊艳亮相



本报记者 曾小凤 摄

本报讯(记者 曾小凤) 在第二十三届中国(晋江)国际鞋业暨第六届国际体育产业博览会上，“中国伞都”走向世界的东石伞业集群馆惊艳亮相，梅花、集成、优安纳、舒雨、雨相伴、佳乐美等品牌企业亮相展会，向外界展示了晋江东石伞业的力量。

福建优安纳伞业科技有限公司的展位上，绣花边伞、钻石花开绣花系列、黑胶遮光印花系列、POE伞、童伞、直骨伞、自开收伞等产品琳琅满目，吸引了众多目光，不时有客商咨询产品及生产情况。该公司展位负责人王先生告诉记者，仅昨天一天时间就有二三十名海

外客商有意进一步洽谈。此外，不乏国内的零售商、电商及渠道商有意进一步接洽。

“这次展会的展品均为国内的产品，优安纳伞业在保持国外市场的基础上，近年来加大了国内市场的开拓力度，并于今年启动了toB品牌战略，坚守制造，为国内外渠道商、经销商提供优质的产品和服务。”上述人士说道。

福建舒雨伞业有限公司带来了自主研发的全自动自开收伞，惊艳了客商。全自动开收伞架，伞柄可充电，数据线与手机的数据线兼容，大大方便了消费者。据介绍，该公司于去年底



推出该新品，目前已生产了七八个批次，产品在国内销售的同时，还将推向日本和中国香港、台湾等市场。

反向伞、儿童伞、洋伞、沙滩伞……在梅花伞业股份有限公司的展位上，国内外产品均有所涉及，展位负责人表示，每天都有客商咨询产品情况。

“公司是第一次参加‘家门口’的展会，整体效果不错，两天来接待了几十名客商，后续将进一步洽谈。”泉州夏宇伞业有限公司展位负责人如是说。据介绍，该公司在线上店铺的基础上，持续对接新渠道，今年国内市场有不错的表现，业绩持续增加。

兴业科技 去年实现净利润1.16亿元 同比下降2.11%

本报讯(记者 柯雅雅) 20日，兴业科技发布2020年年报，年报显示兴业科技实现营业收入14.60亿元，同比下降7.98%，实现净利润1.16亿元，同比下降2.11%，实现经营性现金流净额1.79亿元，同比上升316.23%。基本每股收益0.3910元，同比增长0.08%。

根据公告，兴业科技的主营业务为牛皮革行业，占营收比例为96.85%。

针对业绩发生变化，兴业科技指出，2020年上半年由于疫情防控需要，人们减少聚集和流动等原因，导致全行业复工复产进度缓慢，下游行业终端销售严重下滑，进而影响了兴业科技所在的皮革鞣制加工行业的销售。下半年，终端消费有所恢复，大部分海外订单开始回流，兴业科技在做好防疫工作，确保安全生产的同时，调整经营策略，控制成本，提高单位人员效益，通过全面收集整理市场信息，研判市场方向及产品需求的特性，有针对性地早作部署。

兴业科技表示，2020年度计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。根据公告，2020年度兴业科技以现金为对价，通过集中竞价方式回购了股份10219218股，支付了回购股份金额人民币近1亿元。根据有关规定，该回购股份金额视同现金分红金额；同时，兴业科技综合考虑未来资金支出计划、经营需要和股东中长期回报等因素，兴业科技计划2020年度不再进行现金分红。

此外，兴业科技还对外发布一季度业绩公告，2021年一季度营收约2.75亿元，同比增长111%；净利润约2000万元，同比增长493.23%；基本每股收益0.0685元，同比增长507.74%

4月22日
党史上的今天

1958年4月22日
人民英雄纪念碑在天安门广场建成。1949年9月30日，中国人民政治协商会议第一届全体会议决定在北京建立人民英雄纪念碑。1952年8月1日，纪念碑正式动工兴建。

2018年4月22日至24日
首届数字中国建设峰会在福州市举办，主题是“以信息化驱动现代化，加快建设数字中国”。

中共福建省委宣传部 中共福建省委党史办(宣)