

1921

2021

奋斗百年路 启航新征程

习近平总书记在福建考察时强调:我们国家进入科技发展第一方阵要靠创新,一味跟跑是行不通的,必须加快科技自立自强步伐。要坚持创新在现代化建设全局中的核心地位,把创新作为一项国策,积极鼓励支持创新。

沉舟侧畔千帆过

释义

出自唐·刘禹锡《酬乐天扬州初逢席上见赠》,千帆竞发,敢于创新突围,逆流而上。晋江在推动产业转型升级方面亦如此,抓龙头、筑链条、强产业、带企业,带动产业集群整体提升。

安踏集团董事局主席兼CEO丁世忠

1
亲历者说
丁世忠:
做世界的安踏

“30年前,我们以50万元在晋江起家,企业虽小,但我们以工匠精神做产品;而当发展到一定规模的时候,我们开始树立自己的品牌,加大创新投入。走到今天,安踏不想做中国的耐克,而要做世界的安踏。”丁世忠说。

2005年,安踏集团成立了运动科学实验室,成为国内行业首家获评国家级的运动科学实验室。通过该实验室,安踏拥有了众多自有研发的黑科技。历年来,安踏集团每年在技术研发方面的投入占比为销售成本的5%以上,居行业领先水平。2019年,安踏集团的研发投入达7.89亿元,位列中国体育上市公司研发投入首位。未来5年,安踏集团将投入超过10亿元用于科技创新。目前,安踏运动科学实验室已累计为安踏集团申请国家专利超1800项,成为拥有专业运动科技专利最多的中国体育品牌,科技产品占比达80%以上。

2008年北京奥运会给丁世忠烙下了深刻的印象。“那天我坐在鸟巢里面,内心充满遗憾,因为作为一个中国体育用品品牌,我们没有能够赞助代表团。”丁世忠深有所感。如今,这个遗憾被抹平了——安踏赞助了2022年北京冬季奥运会。

“过去,我们很多专业的比赛服都要从国外采购。现在,安踏拥有了完全自主研发设计的能力。”丁世忠表示,安踏已经不仅能为我们中国的运动健儿提供最新的科技产品,也能为36支国家队提供最专业的装备。

事实上,安踏已在美国、日本、韩国、意大利、中国晋江和中国香港等地建立了全球设计研发中心,吸纳了来自18个不同国家和地区的超200名设计研发专家来服务全球消费者。而在集团旗下,包括迪桑特、可隆体育、始祖鸟、颂拓等众多户外品牌的科技加持下,安踏在科技水平及其相关专利数上获得了进一步飞升。

“之前大家认为中国品牌只能卖低价,那是不对的。”丁世忠直言,“只要有足够的创新,中国的消费者、世界的消费者是能够认同中国创新的产品的。安踏正在或已经成为这样的品牌。”

2017年,安踏向全球发布限量版克莱·汤姆森KT3篮球鞋,每双售价999元,发售前上千人在店铺排队,一抢而空,这在过去是中国品牌不能够想象的。这款鞋在网上曾被炒到了5999元。

去年安踏电商已经破百亿营收,这背后,安踏“95后”“00后”等Z时代消费者的占比近75%。年轻消费者对安踏持续推出的众多科技高、颜值高、价值高的“三高”爆款十分认同。

2021年6月25日,中国体育用品行业领导品牌——安踏在北京正式发布2020年东京奥运会中国体育代表团领奖装备。同时,安踏也发布了为本届东京奥运会打造的举重、游泳、摔跤、拳击、体操等代表队比赛装备。据悉,安踏已累计为中国28支参赛队打造奥运装备,且连续16年合作中国奥委会,均为中国运动品牌之首。

信泰集团董事长蔡清来

2
亲历者说
蔡清来:
数字化赋能

“丁零丁零,今天晋江的天气怎么样?”“晋江今天全阴天,气温29℃~36℃,空气质量优,有西北风5~6级。”

信泰集团董事长蔡清来时常打开自主开发的APP,与穿在脚上的智能鞋连接,查看自己从家到公司的总步数和跑步数。“这双智能鞋可自动调节鞋带松紧,比如我现在坐着,鞋带就会自动放松;如果跑步,它会根据跑步时间和速度,结合脚型自动调节鞋带松紧。”

像这样充满科技感和功能性的智能鞋,在信泰还有很多,压力传感鞋、震动按摩鞋、音乐鞋……它们可以检测记录穿着者步态、运动时间、配速、步频等数据,变身智能助手,提供日常健康建议、实时运动反馈、智能指导等服务。

近几年,信泰提出了要进行“制造业+大数据”数字化转型,从生产、技术、研发、销售四个方面建立大数据平台,不断完善集团数字化建设,实现生产自动化、产品智能化、管理信息化、制造服务化,达到对生产、市场的快速反应。

2018年,信泰集团对公司未来发展战略进行重新梳理,重点围绕工业大数据、产业大数据、消费大数据三个层次,提供基于大数据平台的技术方案,实现用户的个性化定制的目标。

基于这样的发展战略,信泰集团加大科研投入,紧锣密鼓地成立福建省万物智联科技有限公司、黑天鹅智能科技有限公司、北京万物智联科技有限公司、链接万物(厦门)科技有限公司等多家科技公司。2019年,信泰又与中国电信、华为公司等多家信息化科技公司达成战略合作。

在蔡清来看来,只有传统的企业没有传统的行业,创新是信泰的靈魂。

蔡清来回忆,2009年由于产品没有卖点、没有特色,当年上半年销售额下降了快一半,有近一半的机台停机。痛定思痛,当年,公司投入1000多万元设立网布研发中心,让信泰掌握了全新的技术;投入800万元建立产品检测中心,在晋江网布业界实现了两个“率先”。

10多年来,信泰集团一直在研发上舍得投入、持续投入。从2009年开始,信泰集团每年花在科研上的投入占到了销售额的近6%。这不断推动信泰网布成为业内知名的好布。2017年,信泰集团销售额突破10亿元,比2009年整整增长了9倍。其中,来自阿迪达斯、斯凯奇等国际品牌的订单量就超过六成。

近年来,晋江紧扣产业经济发展阶段特点和「智能制造」「工业4.0」等产业转型升级导向,大力引导、推动企业实施产品创新、品牌创新、技术创新、管理创新、渠道创新,突破竞争重围,抢占高端市场。创新是晋江企业的「第一动力」,引领晋江民营经济这列「快车道」驰骋向前,推动晋江产业全链条发展,逐步形成搬不走的晋江智造优势。

本报记者 柯国笠 柯雅雅 董严军 秦越

晋江历年
专利申请量

1047件 2008年
2066件 2011年
6997件 2015年
7830件 2017年
11233件 2019年



| 群像

鞋片纸片布片芯片 掌握核心技术就是好片

一双鞋子中有多少个部件可以用环保材料替代?安踏给出的答案是20个。每生产100双这样的环保鞋,到底有多环保?安踏霸道环保鞋给出的答案是:节省电量170W,节约石油91.6L,节约水1.6吨,减少释放二氧化碳41.9kg。

近年来,安踏推出的层出不穷的科技型产品,是晋江制造业科技创新发展的缩影。

在现有智能鞋生产线的基础上,华昂智能鞋生产线首创国内制鞋行业信息化管理系统;晋工机械智能化叉装机车间投用,提升生产效率50%;信泰、天守服饰、华昂等企业的数字化车间里,能够实时映射出生产数据的数字化“大屏幕”早已成为标配;而在安踏、恒安、百能、柒牌等晋企的物流仓储中,智能物流AGVA机器人自动码放、分配相关产品,实现了智能无人仓配……

持续增长的科技创新研发投入,也为晋江产业企业带来实实在在的效益。

一组数据可以说明。2019年,晋江工业总产值完成5930.2亿元,增长

9.2%,规模以上工业产值完成5489.1亿元,增长9.5%;其中,高新技术企业实现规上产值1185.09亿元,同比增长9.8%,占晋江全部规上工业产值的比重达21.6%。

不仅仅是传统优势产业,在新材料、集成电路、生物医药等新兴产业领域,晋江也风起云涌。

据了解,近年来,晋江市大力引进、发展集成电路“芯”产业。抓龙头、铸链条、建集群,从IC设计、晶圆制造、封装测试到装备材料、终端应用……如今,晋江集成电路产业生态圈总投资超600亿元,全产业链生态圈正在逐步构建。

在三创园,安能建材以特有的专利型新型新材料建材产品站稳脚跟,年增长率超过30%;约克新材料的液体色母着色剂材料,填补了中国在液体色母技术上的空白;新迪新材料取材竹子、芦苇、玉米秆、小麦秆等生物质材料,下游产品可在6到12个月间降解为二氧化碳和水,实现零污染……

“晋江雄厚的产业基础,加之日渐浓厚的科研创新氛围,催生了一

批又一批的科技型企业。”晋江市科技局相关负责人说,2016年以来,全市累计培育高新技术企业165家、省级科技小巨人企业214家、省级创新型企业66家,超额完成“十三五”预定目标。

去年晋江已有155家企业入库2020年省科技型中小企业,数量创下历史新高。

近年来,围绕强链补链,通过壮大智能制造、信息技术、新材料等高新技术产业集群,晋江改造提升传统产业,实现产业数字化转型和数字产业化发展,进一步补齐高端原辅材料、高端装备制造、高端研发设计等领域短板,以“高新”反哺“优势”产业,推动全产业链发展,逐步形成搬不走的产业优势。

| 观察者说

科技创新“硬实力”

从陈旧的操作机台,到崭新的自动化设备;从人工装卸物流车,到无人AGV物流机器人;从无序的针车车间,到流动的悬挂系统;从人工操作,到机械手臂自动搬运……在走访企业车间的过程中,作为一名产业记者,见证着晋江制造企业的巨大变化。

近年来,传统优势制造企业加大在生产端自动化、智能化生产方面的投入,让记者印象深刻,有些变化足以颠覆行业。

例如,在科技创新战略下,安踏第五代智能MINI流水线相较传统流水线,占地面积由传统线的189平方米缩小到约30平方米,而人均产量达100双/天,效率提升近100%;百宏引进最新的智能网络化工厂构建理念,实现以机器“换工”的智能化、数字化配套系统,相比传统生产线可节约用工80%。

不仅如此,在产品端,晋江企业推出了不少“黑科技”产品,让晋江制造足以和世界顶级的品牌同台竞技。

走过了市场发展时期,面对产能提升、产业升级,制造业已经走在了以科技创新为驱动的新阶段。

铁质农具推动农业大发展,珍妮纺纱机的出现开启英国工业革命,互联网的发明掀起第三次浪潮……历史一次又一次证明,科技创新的巨大能量。

无论未来如何变化,有个不争的事实是,科技创新才是企业生存和发展的“硬实力”。

科创型企业培育数量
(2016年至2020年)

165家高新技术企业
214家省级科技小巨人企业
66家省级创新型企业
13家院士工作站
7个国家级企业技术中心
94家省级企业研发中心



华昂智能生产线

华昂制鞋传统生产线

