



晋江产业早春调查

人勤春来早。在过去的一周,刚刚结束春节假期的晋江企业,就已开足马力,抢生产、赶进度。诚然,晋江企业一如既往的拼,但市场端消费端却发生了不少的变化。年轻消费群体的崛起、市场偏好的改变,甚至是产业链环节的重整,都在倒逼我们的企业跟上这种变化。

物竞天择,适者生存。过去三年,有哪些既有的市场逐渐消逝,又有哪些新的机会在崛起?诸如此类全局性的问题,需要企业在开年之初便思考清楚,做出谋划布局。

今天,我们推出系列调查报道《晋江产业早春调查》,深度剖析包括订单、人力资源在内的晋江产业与企业的各个维度,期望从先行者身上找寻共通之处,为产业与企业的发展蝶变提供样本与思路。

提前返岗赶订单 新春开局有点“热”

本报记者 施珊妹 蔡明宣 刘宁 曾小凤 董严军

订单旺,生产忙。春节的余味还未消散,晋江各企业车间内早早响起了机械轰鸣声。一条条生产线开足马力、满负荷运转,一台台自动化设备火力全开、高速转动,一个个员工精神饱满各司其职,一道道质量检测忙而不乱,一件件产品入库井然有序……订单充足的晋江企业,或选择春节不打烊,或鼓励员工提前返岗,或增资扩产,敲响“奋进鼓”,按下“快进键”,跑出“加速度”,描绘如火如荼的奋进画卷。

01 “轰鸣声响不停” 订单追进晋江

“好运来祝你好运来,好运带来了喜和爱……”还未踏入九牧王车间,便在走廊听到热闹的广播音乐。随即扑面而来的,是热火朝天的赶单氛围。裁剪、缝制、整烫……九牧王生产线火力全开,各岗位员工紧张有序地操作自动化设备。

新年伊始,热气腾腾的不止生产端,九牧王的销售端也迎来连连喜报。

“九牧王1月零售业绩比疫情前(2019年)同期增长30%。”九牧王股份有限公司制造中心总监刘建亮告诉记者,今年1月线下销售实现开门红,销售额突破百万元的店铺就超过65家。

看到复苏的消费力,九牧王对新一年信心满满,对产品线进行规划。

“我们将增设高端车间,承接九牧王的高端裤;与此同时,我们还成立了大众产品流水线,并对小黑裤流水线进行充编,因此我们接下来将新招员工,仅仅车工就需600人。”刘建亮说。

订单充足进行扩产的,还有利郎。今年利郎将新设智能生产车间,招聘员工300人。

而一季度订单量持续攀升的盼盼食品,将生产计划排至4月份。为了满足订单增量,盼盼食品今年从农历正月初二就开始恢复生产。

“今年,我们厂房二期将投入使用,计划引入两条全自动智能生产

线,全面提能扩产,全年单盼盼食品晋江食品产业园工厂有望新增数千万产值。”盼盼食品集团董事长助理宋长镇说。

春节不打烊,全力赶订单。嘉利儿童利用大数据、“家门口”服务、供应链韧性,让海外订单“追”到晋江来。

“年前,我们万圣节玩具和童车品类共接到2000多万美元的订单,其中有将近80%的订单是新增的。”嘉利儿童用品有限公司总经理陈艺娟说,按照交货期,万圣节的订单预计今年6月左右全部完工。

“哒哒哒”,还未走进金冠集团黑糖话梅糖的车间,就可以听到一颗颗黑糖话梅糖落下的声音,它们依次被“排队”送上铁转盘,经过一系列降温环节后,落入包装袋……自正月初九开工后,金冠集团就开足马力抢进度、赶订单,喜迎产销两旺。

“去年年底到春节,新订单就没停下来过,在手订单的生产档期已经排到了3月,还在不断新增。开工当天我们就连开糖果、烘焙、果冻等多个品类的好几条线赶订单,每天要发十几车货,这种场景是往年没有过的,可以感受到整个休闲食品市场复苏态势明显。”金冠集团生产部经理王杰兴奋地与记者分享着金冠集团新春的“开门红”。据集团目前估算,整体订单同比新增超过了30%。



利郎服装生产线



九牧王西裤生产线

02 “迎接回归的市场” 产销两旺劲头足

满满的订单,与复苏的市场相伴。

“去年年底,市场各个渠道都反馈出了消费力提升这一信号,尤其是婚庆市场逐步复苏,即使在开春这种常规的糖果淡季,市场需求依旧旺盛。再结合集团开年后各省份订单情况分析,不仅糖果淡季不淡,果冻、烘焙类产品市场需求也大,可以想见,今年整个休闲食品市场向好,消费有大幅上行之势。”王杰分析。

纺织行业,亦有类似判断。“去年是纺织业艰难的一年,目前市场仍存在很大的困难,但我们相信今年会有一个稳中向好的局面。”凤竹纺织行政总监叶炜刚透露,外贸方面,加上市场开拓,同时做好产品结构调整与优化;同时我们也将加强内销板块,开拓品牌订单的客户,优化内贸的产品结构,做好两条腿走路。

达胜纺织行政经理施乙乙告诉记者,去年受疫情影响,出现订单不足的情况,导致有一部分机台没开。今年从目前接单情况来看,订单正逐步恢复,已分布到全年。

“我们公司走品牌路线,做的主要包括东利、优衣库、FILA、华懋集团等品牌的订单,目前订单情况良好。”施乙乙表示,接下来,公司将招聘一

批新员工,待员工到位,公司便可以

实现100%开机率。有外部环境的变化,亦离不开企业内部

的提升。盼盼食品在创新品类、创意营销、新渠道等方面齐发力。“二期厂房投建的两条智能生产线,一条将专注于中保蛋糕的生产,另外一条则主要用于短保面包的生产。”宋长镇介绍说,2016年,盼盼食品便开始进军短保面包市场,打造出子品牌“领鲜”,至今已推出四大系列二十几款保质期在3~21天的烘焙类产品。2023年,盼盼食品将持续深耕中短保产品的开发,进一步抢占新市场。

除了持续开发新产品外,盼盼食品对旧有经典产品也不断进行产品二次创新。比如,对原有盼盼小面包进行配方升级,选用新西兰进口奶粉、采用更优质的面粉,并进行生产工艺的改良,使其口感更香甜松软。

“同样的价格,品质更好,终端销量自然会提升。”宋长镇说。好营销助力订单增长,也是盼盼食品的一个亮点。去年以来,盼盼食品成功赞助冬奥会及世界杯等多个重量级体育赛事,提升品牌知名度和美誉度的同时,盼盼食品

的主力产品麦香鸡味块、豹发力销售火爆,部分地区业绩增长远超预期。“积极向上的体育营销,让盼盼食品成功出圈俘获年轻消费群体的同时,也让其终端销量不断攀升。”宋长镇认为,好的创意营销,不仅在营销期间能够给品牌带来实质的订单增量,还能够沉淀下来,成为助力订单增长的核心因素之一。

不断扩展渠道的深度和广度,成为盼盼食品获得订单增量的“助力器”。

2022年年底,由盼盼食品集团打造的零食品牌——“零零嘴”全国首家直营店在泉州正式落地运营,主营产品涵盖糕点、饮料、坚果、蜜饯等数千款产品,不仅有盼盼的热门产品,更有来自国内外各大品牌的经典产品及网红产品。截至目前,已在泉州地区开出10家直营店,今年计划持续深耕福建地区,尤其以厦门泉州为主。

积极耕耘以零食店为代表的线下渠道的同时,宋长镇表示,2023年,盼盼食品将同步加快线上渠道的布局更新,持续拓展抖音、直播、社区电商等新型线上渠道。此外,盼盼食品还将以“国际事业部”为抓手,专注海外市场,利用跨境电商、海外经销商资源等海外渠道积极拓展品牌增量渠道。

03 “从被动到主动” 大数据让消费者更近

乘数字化东风,嘉利儿童与华为晋江签署数字化提升合作,在MES、数采等领域进行供应链管理流程的数字提升。

“经过近一年的数字化磨合,公司在生产效率、内部订单管理等多个领域有了较大进步。”陈艺娟介绍,数字化不仅降低了企业的运营成本,嘉利还借助数字化工具进行消费者喜好、产品销售等大数据分析,为打造新品、旧款二次更新等提供有利的数据支持。

只有更懂目标消费者,才能创新出适合的产品。3年前,嘉利在美国设立分公司,聘请当地的设计师进行产品创新,去年,嘉利持续加码美国分公司,在美国多地设立海外仓,就近服务消费者。陈艺娟说,以前,是被动研发凭经验生产,现在一切以消费者的终端数据为产品研发的依据。

为应对近年来的市场需求,金冠集团更是时刻“备战”。王杰告诉记者,企业紧跟市场需求变化,加快研发健康美味的新品,并加速品类拓展的脚步。去年,企业面包生产线真正投产,并新投入了米果和纯脂巧克力生产线。同时,通过企业“云星空”系统软件的管理运用,实现了内部管理数据化、信息化的全面提升。他透露,今年,金冠集团还将继续增加饼干及其他休闲食品生产线的投入,进一步完善产品品类覆盖,提高整体产能及生产效率。

过去三年,不少企业的内功夯实了不少。

“优安纳企业在拓展市场的同时,积极修炼内功,不仅公司人员的能力在提升,内部流程也进行了优化,并成立了品牌部门,加强自身在制造品牌方面的优势宣传,在多措并举并行下,三年来,订单每年递增,逐渐复苏。”优安纳总经理王翔鹏告诉记者,疫情的影响虽然还在,但工厂的订单这两年有在逐步复苏,一方面来自于对优质客户的筛选,另一方面来自于公司自身竞争力的不断提升。

王翔鹏对制伞行业及今年的市场充满信心,接下来将积极走出去,线上持续引流,线下积极参加国内外展会进一步拓展市场。与此同时,数字化工厂的建设,也将进一步提速。



金冠食品蛋糕生产车间

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

LILANZ 利郎

KELME 卡尔美国国际

HAINA 海纳机械

源泰皮业

361°

盼盼食品集团

信泰集团

JINLONG 晋江

舒华



凤竹纺织

大黄蜂



小样搭

源泰皮业

发布平台: 15880722026

茂泰鞋底

星达鞋材

JIANYOU 健友皮革

佳龙机械

产业周刊

企业最新资讯权威发布平台

15880722026