

数字经济馆闪耀鞋(体)博会

本报记者 蔡明宣 陈巧玲

替代保安巡逻的“工业狗”、无须人工的跳绳计数器、3D鞋模数字打印机、AI实训、元宇宙线上展厅、智慧仓储……在第二十四届中国(晋江)国际鞋业暨第七届国际体育产业博览会上,全新亮相的晋江市数字经济馆,向外界展示了晋江数字化建设的标杆案例和前沿技术。

匍匐前进、跳跃、上坡、爬楼梯、后空翻、后退跑……在数字经济馆的智慧园区,一只“工业狗”吸引了国内外采购商的关注。中国兵器装备集团自动化研究所泉州分所负责人介绍,“工业狗”利用智能多维感知视觉系统进行园区、厂区等复杂场景巡逻、巡检,通过AI摄像头传回实时画面,极大提高了危险作业区域的巡视管理效率及安全性。“一些人员不方便到达的地方,它都可以去完成各种指令工作,包括分析危险源,识别火焰、烟雾,发现人员未佩戴安全帽、打架等情况。”

在不远处的华为晋江孵化中心展示区,华为联手生态伙伴展示了鞋行业数字工厂解决方案、3D打印鞋模机等。其中,五星珑3D鞋模数字打印机吸引了印度客户驻足咨询。“相较于传统的开模,智能化的3D打印设备更环保、更高效、更耐用、更轻量、更省钱。”厦门五星珑科技有限公司营销总经理李娟告诉记者,以前,企业开一个鞋模,需要经历画图、铸造、部分拼接等多个流程,大约历时20天,每双鞋模的费用在7000元左右,而使用3D鞋模数字打印机开模,时间可缩短为7天,费用降至每套5000元,且余下的材料还能重复利用。

“开模师傅需要休息,而我们的机器模具师可以24小时高效准确地完成各项工作。”李娟说,在此次展会上,五星珑3D鞋模数字打印机凭借高效且智能化的工作能力,受到了不少海外采购商的青睐,有望进一步



拿下海外采购订单。

一个个鲜活的数字案例,代表着晋江在数字与产业融合发展方面的深耕,而“晋江市产业数字化服务协作联盟”展区的设立,无疑是晋江在数字产业领域的另一种探索。

数字联盟理事长傅华灿表示,数字联盟

将开展一系列企业数字化转型咨询诊断服务专项行动,完善企业数字化转型配套服务。企业可通过数字商超进行线上诊断,并预约数智义诊团开展线下调研;联盟将组织专家深入晋江中小企业一线开展“入驻式”数智服务,破解企业转型难题,推进晋江企

业数字化转型加速扩面。

当前,晋江进入数字化发展“快车道”。截至2022年底,晋江市90%以上企业实现“触网”,101家企业通过两化融合管理体系贯标,超过1000家企业上云上平台,超过60%规上工业企业应用“数控一代”智能装备技术。

商户展精品 鞋库网赋能 中国鞋都电商创业园彰显平台优势

本报讯(记者 施珊妹)19日上午,第二十四届中国(晋江)国际鞋业暨第七届国际体育产业博览会在晋江国际会展中心盛大开幕。中国鞋都电商创业园携园区优质商户现身展会,为广大鞋商带来众多鞋类精品。

当天上午,2023中国晋江鞋服行业跨境电商峰会(以下简称“峰会”)在鞋博会现场举行。中国鞋都电商创业园董事总经理陈建恩受邀参与。

此次峰会由晋江市商务局指导,晋江市国际贸易促进委员会、晋江市国际商会主办,晋江市跨境电子商务协会承办,福建省电子商务促进会、晋江市网商会、晋江泳装产业协会、晋江拖鞋联盟、晋江市企业行业协会、鞋都电商城、泉州市跨境电子商务协会、福州市跨境电商协会、厦门市跨境电商协会、海西汇、洪山汇、泉州市网络外贸商会、泉州市青年电子商务协会、泉州市电子商务协会协办。

峰会上,鞋服行业大咖齐聚一堂,就“Shopee跨境仓发”“亚马逊助力卖家拓展全球市场”“2023美客多掘金拉美战略解析”“跨境电商进入3.0时代,企业如何抓住机遇获得增长?”“鞋服品类流量结构和

广告打法”进行交流分享。借由峰会的举办,各电商协会实现共建合作,共同探寻跨境电商新发展之道。

与此同时,中国鞋都电商创业园展区的精品展示也在进行中。G.DUCK童鞋、JMBEAR杰米熊、哆啦A梦、妙趣熊、ABC KIDS童鞋展出了各自的春夏热销类目鞋款,吸引了众多访客驻足了解。记者了解到,这些访客中,既有国内鞋材采购商、批发商,也有不少境外鞋商。

展区内所有展出类目均已录入中国鞋都电商创业园线上采购批发平台——鞋库网。鞋库网负责人苏国荣为来访人员详细讲解平台已有鞋款类目、特色功能及操作方法。

据悉,鞋库网历经5年的发展,目前拥有完善的功能系统。“一键上传”“以图搜款”“在线交易”等便捷采购批发功能,为鞋源采购批发商节省了大量时间成本,真正实现便捷采购。

此外,鞋库网打通了实体鞋服批发与网络鞋服批发通道,聚集了全国童鞋、女鞋、男鞋等产业带优质供货商,线上商品品类辐射全球。19日至22日,鞋库网线上同步推出特惠活动,迎接本次鞋业盛会。

本次参展,鞋都电商创业园向全国展现了一个创新型现代化电商服务智慧型园区。



“打开新世界” 携多款产品亮相 益昌鞋机人气足

本报讯(记者 施珊妹 董严军)每年晋江鞋(体)博会上,鞋机馆总是备受关注,参展企业也纷纷拿出看家本领。压底机、多工位压底机、双层红外线烤箱、冷冻U字型定型机、U字型热定型机……此番,益昌鞋机携多款拳头产品亮相。

走进益昌鞋机展位,一群来自山东的客商直呼“打开新世界”。令他们大开眼界的,是一款U字型热定型机。

热定型是制鞋过程中一道必不可少的工序。过去,大多设备是一条笔直的流水线,益昌鞋机将其改为左边进,右边出的“U字型”。这一方式让设备占地面积更小,既节省了空间,也能够实现更便捷的传递。

“看了几十年的‘一字型’热定型机,第一次看到‘U字型’的。这是一个全新的思路,也凸显了益昌鞋机在技术上的硬实力。”山东客商张陈梁告诉记者。

在益昌鞋机展位上,紧挨着U字型热定型机的,是双层红外线烤箱和冷冻U字型定型机,它们被益昌鞋机总经理陆廷栋称为“三件套”。

其中,双层红外线烤箱颇受客商关注。“过去员工刷完药水、胶水,就会将鞋放到输送带上,另一位员工则从+输送带另一边拿出。而这款旋转式的烤箱省去了输送带这一流程,员工只需将产品放上去,烤箱就会自动旋转,生产效率更高、操作更灵活。”陆廷栋补充介绍,传统的红外线烤箱升温需要时间,且对产品的数量有一定的要求,而双层红外线烤箱省去了这方面的顾虑。

多工位压底机作为益昌鞋机的拳头



产品,又一次在鞋(体)博会上亮相。过去,一台压底机只有2头,而多工位旋转式压底机有6头,相当于过去的3台设备,能极大地减少人工。

这款产品深受品牌客户喜爱。由于品牌客户严格把控产品质量,压底一般需要15秒,但许多员工为了赶绩效,匆匆压2秒就将鞋子拿走,导致产品难以通过压力测试。这款设备较好地解决了这一问题。陆廷栋指出,因为品质更有保障,有的品牌客户甚至会指定代工企业必须采用这类压底机。

在益昌,能实现高效益的产品还有很多。但益昌鞋机并不满足于此,而是不断向自动化、智能化方向发展。当下,

订单数量、人员数量、管理成本、翻单速度等多方因素,令许多企业面临“不好开线”的尴尬。益昌鞋机的精益生产线则大量减少人员,让“开线”容易许多。与此同时,相比传统的生产流水线,精益生产线还具有占地面积小、省人工、省电费、效率高等优势,能适应工厂灵活多变的订单模式。

陆廷栋告诉记者,越来越多企业意识到,效益才是根本。在这一背景下,谁控制成本的能力较强,谁便能在市场竞争中获得优势。因此,自动化设备成为众多企业的迫切需求,智能自动化系统采集益昌鞋机产品自然成为产业升级的优选。

“穿了会上瘾” 东骏鞋材单色EVA超临界发泡首亮相

本报讯(记者 施珊妹 董严军)19日,在晋江鞋(体)博会上,晋江东骏鞋材有限公司单色EVA超临界发泡首次亮相。

“这款产品关注度很高,几乎每个来到展位上的人,都会拿起来看看。”东骏鞋材超临界车间经理林伟鑫告诉记者,此次东骏鞋材带着技术升级的单色EVA超临界发泡制作的拖鞋参展。

“这拖鞋穿了会上瘾!”“穿了根本脱不掉!”“非常好看,又轻又亲肤。”……展位前,不少客商道出了心声。

随着消费者愈发追求穿着脚感体验,东骏鞋材近年来以产品功能性为基础,不断改进工艺,在去年7月创新性地开发出超临界双色双密度一体成型鞋底后,今年进行了进一步升级。“升级后的发泡,性能更好、弹性更大、手感更佳。”林伟鑫介绍。

“我们引进了氮气超临界设备,同传统设备相比较,使用该设备的材料应用范围更广,可以做到不添加化工助剂,生产出兼具环保、亲肤、高舒适性等优点的鞋底,极具市场竞争力。”林伟鑫说。

据了解,该项目于2018年立项。其间,东骏鞋材在基础配方调试、工艺改进,以及专业人员的素质再造等方面,都力求精益求精。

“传统鞋底要玩出新花样很难,只有从工艺、材料上寻求突破。”林伟鑫认为,止步于传统生产就永远不能突破,为了引领、满足客户需求,东骏鞋材不

仅要“做别人能做的”,还要“做别人不能做的”,不断寻求新的突破点、新的卖点。

得益于掌握创新能力,东骏鞋材成为鸿星尔克、贵人鸟等品牌的供应商,PUMA等国外品牌也慕名而来。品牌客户对物化性严苛的要求,让时刻检验品质稳定成为东骏鞋材衡量自己的戒尺。为此,东骏鞋材有了一系列的准则:采用正牌原材料,制定标准流程并不折不扣地实行,以及贯穿生产全过程的反复测试。

所有原辅材料采购入库后,东骏鞋

材会拿着供应商提供的测试报告进行核对,并进行产前自测;在生产过程中,品管部每天都会随机抽查,客户也会随机抽测;在正式发货前,东骏鞋材还将对产品进行一次抽测。如此反复的测试,是东骏鞋材对品质把关的固定流程。

如果说稳定的品质铸就了东骏鞋材的口碑,那么周到的服务则让其与客户黏性更强。从开发到下单,从产品品质到技术支持,从新品研发到售后服务,东骏鞋材都能为客户提供周到贴心、令人满意的“一站式”服务。



鞋服行业跨境电商峰会举行 专家看好拉美、东南亚市场



本报讯(记者 吴晓艳 曾小凤)19日上午,第二十四届中国(晋江)国际鞋业博览会论坛暨2023中国(晋江)鞋服行业跨境电商峰会举行。活动邀请跨境电商平台高管、鞋服行业专家、精英等,以欧美、东南亚、拉美三大跨境市场为目标,围绕鞋服细分领域分享跨境电商精细化运营,为鞋服企业开拓海外市场提供意见和对策,助推跨境电商电商高质量发展。

“对于传统企业而言,在做To B生意的同时,还要考虑C端生意的拓展和流通。”亚马逊全球开店福建区域拓展总监Joyce Xiong表示,全球零售电商销售额逐年稳步增长,预计今年将突破6万亿美元;同时,全球零售额中的电商占比也在逐年递增,预计今年将超过20%。

展望跨境电商的发展机遇,Joyce Xiong以亚马逊平台为例进行分析。“亚马逊时尚品类深受全球消费者喜爱。其中,美国有近七成消费者在亚马逊平台上购买时尚品类,欧洲大部分消费者也表示购买时会考虑亚马逊平台。”Joyce Xiong说,预计未来四年,时尚电商将以7.18%的年复合增长率增长,而在亚马逊平台全球时尚这一板块上,目前占比最高的是鞋服品类。福建的鞋服产业带有着巨大的优势,对于福建卖家而言,时尚品类潜藏着巨大商机。

Shopee跨境仓发招商经理张义伦表示,东南亚及拉丁美洲是全球电商发展最迅猛的两个区域。其中,东南亚为高移动化区域,网购潜力巨大,电商增速领跑全球,预计至2025年,市场规模预计达2340亿美元;拉丁美洲人口趋向数字消费,网购需求迸发,预计至2025年,总销售额将达1600亿美元。

美客多华南区商务及区域拓展经理杨光华同样认为拉美市场大有可为。他说,当前中国线上零售市场份额占比为45.3%,而拉美市场占比仅有4.9%,市场潜力巨大。“目前布局拉美的中国品牌非常少,而中国品牌具有产品丰富、价格范围广等特点,特别是晋江鞋服、箱包等产品在全球地区都非常有优势,如果布局拉美地区,将十分有竞争优势。”

“此外,品牌化是未来电商发展的方向。”杨光华说,目前中国跨境电商的发展,正从规模型的“跑量”模式和中高端产品出口,向品牌塑造和中高端产品进出口平衡的质量型发展模式转变。

厦门星快车合伙人、品牌卖家刘伯民表示,“比起欧美市场的客单价高,东南亚市场的客单价较低、同质化严重。如果企业要布局东南亚市场,需要控制好成本,做好前端运营和后端生产的配合。”同时,他认为,除了发展鞋服、箱包品类,企业还可以考虑布局食品领域,并通过Tiktok等渠道打响品牌。

会上,还举行了“行业互联、产业互通”晋江市跨境电子商务协会与异地跨境电商协会共建合作启动仪式。此举旨在汇聚各方资源,共同推动中国制造跨境出海,同时,加深晋江与全国各地产业、行业的联系与合作,助推晋江货通全国、货通全球。

据了解,近年来,晋江大力培育跨境电商、直播电商、社区电商等新业态,推动全市电商产业快速发展。全市网络零售额近五年平均增速超10%,现有淘宝村82个、淘宝镇13个,淘宝镇数量位列全省第二,先后获评中国电商百佳县、福建省电子商务示范城市、福建省农村电子商务示范县、中国跨境电商创业25佳县(市)等荣誉称号。