

编者按:2月20日,本报全新融媒体栏目——

《总编报你知》首期节目重磅推出,截至目前共推出15期。29日—30日,本报刊登了第1-7期和最新一期的《总编报你知》。今日,本报刊发第8-14期,以供读者赏阅。

总编报你知 第8期

(3月31日)

总编报你知,告诉你未知。大家好,欢迎收看本期节目。

一直以来,晋江的运动鞋服产业是晋江实体经济不断创新突围、实现高质量发展的典范。从“一根丝”到“一双鞋”的全产业链创新,晋江打造了搬不走的“中国制造”优势,也生动诠释了“晋江经验”20多年来传承弘扬、创新发展之路。

我们先来看几组数据。前不久,晋江运动鞋服板块集体披露2022年业绩,尽管受疫情影响,但安踏集团营收续创新高,达到536.51亿元,打破耐克在国内市场的老大地位;特步营收大增近三成,主品牌首破百亿,创历史新高,达129.30亿元;361°业绩接近70亿元,同比增长17.3%,同样保持强劲的增长势头。

有人可能会问,为什么运动鞋服产业作为晋江“一枝花”,依然越开越鲜艳。而就在10年前,运动鞋服产业还因为产能过剩,经历了艰难的“去库存”过程。晋江运动鞋服产业又是如何“涅槃重生”的呢?答案或许很多,包括政企合力,推动品牌、技术、管理等诸多方面的倒逼创新。但最主要的,其实来自科技的助力和新国货的崛起。

我们看到,以安踏、特步、361°为代表的运动鞋服企业敏锐地捕捉到了国内消费升级动向,从面料、设计、工艺、流程管理等方面持续创新,让舒适、科技、时尚等元素成为运动鞋“新国货”标签,这也契合国人多元化消费需求,赢得越来越多消费者的广泛认同。

在晋江运动鞋服产业,最近还有一条行业普遍关注的信息。就在3月初,中乔体育股份有限公司公布了在上海证券交易所主板首次公开发行股票的招股说明书。此次中乔体育计划公开发行5000万股,公司拟投资项目总额为12.11亿元,拟投入募资10.64亿元,主要募投项目为生产研发中的鞋生产基地扩建、研发设计中心建设等。

这里透露的信息是,尽管竞争越来越激烈,但晋江运动鞋服产业依然在扩张产能,依然在不断向前冲!这个信息也告诉我们,在这条赛道上,晋江人正在全力“拼经济”的浪潮下,全力抢抓新发展格局赋予的时代机遇,奋力谱写“晋江经验”新时代的新篇章!

更有趣的是,安踏、特步、361°和中乔四家企业的掌舵人丁世忠、丁水波、丁伍号、丁国雄,皆出自“陈康万人丁”的同一宗祠。作为一个年产值达3000亿元行业的领军人物,他们合力写下晋江商业传奇,并为“中国制造”抗衡“国际巨头”创下如此巨大的贡献,让外人也记住了“陈康万人丁”的赫赫威名。

“陈康万人丁”祖上又有哪些精彩创富故事?他的家族谱系传承又有哪些成功的基因密码?这些,留着我们以后有机会再做个专题来慢慢聊。



扫码观看本期视频

总编报你知 第9期

(4月1日)

春雨贵如油,好伞不难求!我手上的雨伞来自福建优安纳伞业科技有限公司。这一期,我们来夸一夸伞都东石。

今日,2023年全国制伞业高峰论坛在晋江举行。上个世纪80年代以来,晋江制伞行业通过40多年的发展,实现了从无到有、从有到全、从全到优的发展历程。目前,晋江制伞行业是全国乃至全球最大的伞具制品和制伞原辅材料的生产 and 出口集散地,拥有制伞企业超400家,从业人员超5万人,年产成品伞近6亿把,产品远销150多个国家和地区。全球三把伞,就有一把是晋江造!

无中生有——1982年,东石镇梅峰村的蔡氏三兄弟,率先在村里兴办“梅峰来料加工厂”,这是“太阳城”的前身。从来料加工起步,东石镇有了第一家制伞工厂。1986年,引进台资企业富兴公司。这家被称作“伞业黄埔军校”的公司,先后走出了100多位制伞企业老板。“淋过雨的人,总想着帮人递把伞”,这有力推动了东石制伞业的快速发展。

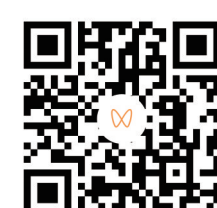
从有到全——2005年前后,冷轧带钢生产线的投产,牢牢抓住了制伞业发展契机,自发补链、强链,开启了东石制伞业新一轮腾飞。

从全到优——凭着敢拼敢闯的勇气,以及对市场的敏锐反应,东石伞业在上世纪90年代打开了外贸之门。1995年,恒顺洋伞公司创立“梅花”品牌,并开启了东石伞业自主品牌外销之路。2003年10月,东石镇就被中国轻工业联合会、中国日用杂品工业协会授予“中国伞都”称号。

优中升级——主动求变,在工业设计上不断发力,积极拥抱智能制造。2018年科创平台的创建,以及2020年制伞业首家智能工厂的设立,都推动了晋江伞业由劳动密集型向技术密集型产业转型。

可以说,晋江伞业40多年的发展历程,已经具备了天时、地利、人和的优势。第一,晋江作为沿海城市,具有港口优势,海上交通运输便利;第二,晋江具有原料配套生产到设备研发的完整产业链,实现了从雨伞生产到销售环节的高效整合;第三,晋江具有强大的技术创新能力,是伞具产业技术创新的高地,目前,市面上超过90%的三折自开收伞和玻璃纤维成品伞均来自晋江;第四,晋江具有强大的品牌力,制伞业全国6个中国名牌,晋江占了5个。

去年,晋江伞业总产值超过了150亿元。今后,随着“一带一路”建设的持续推进和国家、地方各级政府部门的大力支持,我们相信,“中国伞都”必将撑起一片更大的世界。



扫码观看本期视频

好大一个家

晋江经济报总编辑 吴美章

读者朋友,大家好!总编报你知,今天我来报。

看完今天的《晋江经济报》,我想到了一个关键字——“家”,好大一个家。

首先是“家园”。今天头版的大照片是一只可爱的小鸟。这只小鸟很简单,它叫白嘴端凤头燕鸥,国家一级保护野生动物,是世界最濒危的鸟类之一。前几天刚在围头湾被发现,报道说是泉州观测到的第361种鸟类,也是我省发现的第593种鸟类。

这些年来,像白嘴端凤头燕鸥这

样尊贵的客人来得可真不少,说明晋江的生态环境越来越好,很多候鸟把晋江当作它们的家。对我们来说,晋江,何尝不是一个宜居宜业的家园呢?

第二个是“家博会”。这几天,晋江最热闹也最引人瞩目的,当然是在国际会展中心举办的第5届中国晋江国际家装建材博览会,也就是我们平常所说的“家博会”。今天3版《产业周刊》报道了这一盛况。很多人知道“家博会”,但不知道我们晋江是全国四大陶陶生

产基地之一,去年的产值超600亿元。晋江生产的瓷砖、板材,走进大江南北,走进千家万户,把全国人民的“家”装饰得更加漂亮。

第三个是“家访”。7版的《教育周刊》报道,晋江市教育局将今年3月定为晋江市中小学校“家访月”。客观地说,这些年,家访确实少了好多。因此,“家访月”得到广大家长的欢迎,也引起社会各界的关注。

作为一名家长,我提两点建议。一是希望家访不要只限于3月份,而是贯

穿全年,贯穿每一个学生的学习生涯;二是希望家访能够真正走心走实,不流于形式,让家访真正达到“优化师生关系、加强家校关系、影响亲子关系”的目的。

今天的《总编报你知》就到这里,更多内容请详看今天的《晋江经济报》。我们下期见!



扫码观看本期视频

总编报你知 第11期

(4月19日)

今年四一九 喜气分外浓

晋江经济报总编辑 吴美章

读者朋友,大家好!看晋江,知晋事,总编报你知,今天我来报。

今年四一九,今又四一九。今年四一九,喜气分外浓。

最喜“展会又重启”。今天,第二十四届中国(晋江)国际鞋业暨第七届中国国际产业博览会在晋江国际会展中心开幕了!

“鞋(体)博会”是晋江体育产业发展的风向标,见证了20多年来晋江实体经济突飞猛进。去年,晋江的鞋服产业产值首次突破3000亿元。

今年初以来,在党的二十大精神指引下,晋江的运动品牌强势增长。它又能给我们带来什么样的惊喜呢?看完今天的本报头版头条《科技吹来满目春》,也许您能从中找到答案。

更喜“本报喜庆生”。今年四一九,是《晋江经济报》创刊17周年的喜庆日子。这份喜气,对我和我的同事们来说,分外温馨、分外甜蜜。

《晋江经济报》是晋江发展的见证人。这17年来,我们尽职尽责、兢兢业业,记录了晋江传承弘扬“晋江经验”的

“晋江惊艳”,激励、引导着更多的晋江人去追求梦想、实现价值。

在这背后,功劳属于社会各界17年如一日的关心鼓励。在这里,我借此机会,向广大读者道一声“谢谢”。谢谢你们!我们一定会更加努力,不负厚爱。

在这背后,离不开本报记者、编辑们孜孜不倦的奋斗。“当你看见我的时候,我和我的新闻在纸上;当你看不见我的时候,我和我的新闻在路上。”看完今天的《2023新征程》特刊,我想,您对记者、对

《晋江经济报》,会有一个全新的认识,对晋江会有一个更大的期待!

四一九,新起点,新征程。让我们凝心聚力再出发,与晋江一起奔跑!

今天的《总编报你知》就到这里,更多内容请详看今天的《晋江经济报》。



扫码观看本期视频

总编报你知 第12期

(4月23日)

更上一层楼

晋江经济报编委 李剑锋

晋江鞋世界,世界晋江鞋。今天,我们就来看一看鞋的世界。

第二十四届中国(晋江)国际鞋业暨第七届中国国际产业博览会吸引了70多个国家和地区,2000多家海内外展商。本届博览会展览面积6万平方米,共设置2400个国际标准展位,规划鞋类成品/体育用品、鞋纺材料、机械设备三大主体展区,同时设立文体旅城市形象馆、“一带一路”国际馆、泳装馆、台湾鞋机馆等10多个特色主题馆。

没想到吧,世界上最轻的跑鞋叫氢跑鞋,单只只有99克,出自我们的安踏。

科技助力的展会更炫酷。这次展会,我们看到了石墨烯和智能生产线的最新成果,我们看到了仿人跑步的机器人,还有很多环保高新的材料。本次博览会有几个特点。

第一是“国际范”满满。本届博览会不仅拥有美国、英国、俄罗斯、巴西、印度等25个国家和地区客商组成的专

业买家团,还汇聚了伊朗、巴基斯坦等国家13家企业设立的“一带一路”国际馆。

第二是“科技风”满满。聚焦创新赋能,本届博览会引入石墨烯、人工智能等科技成果,展示智能鞋类生产线、仿人跑步机器人等最新技术产品,集中发布超临界EVA、生物基聚氨酯、100%再生塑料瓶PET鞋面等低碳环保高新材料。

第三是“时尚潮”。聚焦潮流前线,本届博览会与意大利AF集团合作设置“2024国际鞋、鞋材及体育用品流行趋势展区”,权威发布和解读国际最新流行趋势、潮流动态。

国际范、科技风、时尚潮,使得博览会精彩纷呈。参展商普遍反映,本届鞋(体)博会效果超出预期。据统计,本届鞋(体)博会参会客商达19.2万人次,达成意向成交额311.6亿元,比疫情前的2019年增长30.8%,实现了“更上一层楼”的小目标。

“晋智造 世界潮”的主题充分体现

了晋江鞋(体)博会对标世界一流专业展会的气魄与决心。

纵观世界三大专业鞋展:意大利米兰MICAM鞋展、德国杜塞尔多夫国际鞋展(GDS)和美国拉斯维加斯国际鞋类展览会(WSA)。横看世界三大体育用品展览会:德国慕尼黑体育及户外用品博览会ISPO、德国科隆健身健美及抗体设施博览会FIBO,以及日本东京体育用品及健身展览会SPORTEC。从展会指数、参展商人数、展出内容、展出面积、观众数量等方面,这些展会专业度高、权威性强。

对标先进、与强者比、往高处攀、向优等争,我们可以向世界顶流的专业鞋体博览会学什么呢?

比如,在德国慕尼黑新国际博览中心举办的体育用品展,展览面积188000平方米,展商数量2800家,观众人数85000人,展出内容涵盖所有体育用品相关产业,且只对专业观众开放。

意大利米兰鞋类展会MICAM SHOEVENT是一场时尚潮流的视觉盛

宴,更为米兰这个时尚之都增添了浓墨重彩的一笔。展会期间不仅有流行时尚发布,还有新锐设计师涂鸦,晚上可以欣赏百老汇音乐剧《长靴皇后》,或者在展会现场就地参加激情澎湃的鸡尾酒会。

对标世界,勇立潮头;上楼上高楼,更上一层楼!晋江鞋业从一片空白闯出一片天地,鞋(体)博会24年来的发展壮大,讲述着晋江鞋走向世界的精彩故事。我们相信,在晋江人上下一心的努力下,鞋(体)博会将会更专业、更时尚、更权威、更科技!

看完了精彩的鞋(体)博会,相信我们在对标学习了世界三大体育用品展览会和专业鞋展以后,晋江的鞋(体)博会能越办越好,办得风生水起,越办越牛!



扫码观看本期视频

总编报你知 第13期

(5月18日)

新闻一周热榜

晋江经济报编委 林建国

很高兴再次跟大家见面,这期《总编报你知》,我们通过一份新闻榜单一起回顾上周的热点。

爱拼敢闯早已刻入晋江人的骨髓里。且看5月11日《晋江经济报》头版报道《全国首单湿地生物多样性保护保险落地晋江》,这一举措在全国属首创。为晋江的首创精神点赞!

接下来,要跟大家分享的是上周新闻榜单。先来瞧瞧是谁霸榜了“晋江街镇新闻一周热榜”。这周晋江19

个街镇和开发区均有新闻宣传见诸报端,“状元”是英林镇,报道12次,永和镇以10次居“榜眼”,“探花”则被东石镇收入囊中。英林占据榜首的奥秘,在于一场排球赛事和头版报道的次数。通过举办赛事,吸引眼球,成为新闻热点,镇域形象在赛事传播当中得以塑造、体现。而且上周英林获得3次头版报道,实属不易。想要霸榜,就来情定头版。你有料有故事,我们顶你上头版。

疫情三年后,正值企业大拼经济、

大抓发展的时机。这周《晋江经济报》报道的民营企业数量达到31家,而霸榜“晋江民营企业新闻一周热榜”的变成361°公司,共有五次报道,其中一次上头版。安踏、恒安、九牧王、信泰等6家企业排第二,但曝光率都不高,要继续加油哦。

上周还有一些亮眼的版面,让人看着心潮澎湃。9日《热烈祝贺母校晋江市陈埭民族中学晋升省一级达标高中》占据《晋江经济报》封底半版;12日《敬佑生命 守护城市 一起

创未来“5·12”国际护士节特别报道》出了四个版特刊,让我们为3000多名护士说声“感恩有你”。

本期《总编报你知》到此就结束了。你想上头版么?关于这份新闻榜单你还有什么想法?欢迎留言互动。谢谢大家。



扫码观看本期视频

总编报你知 第14期

(5月22日)

观海听潮洋下村——打卡海洋艺术季

晋江经济报编委 李剑锋

这期我们带你来看一看金井洋下村的海洋艺术季。

我们现在看一看村口,这是一个机器人,还是一个奥特曼?告诉你,都不是。这是我们洋下村海洋艺术户外展的作品《山海引擎》。

金井通潮——2023洋下村海洋艺术季将于5月24日正式开展。目前完成4个室内展馆和11个户外艺术装置。作为福建首个大型地域性公共艺术季,该项目携手国内外,包括美国、德国、挪威、新西兰等40多位艺术家,利用闲置空间、建筑改造、当代艺术驻村等形式,将洋下村打造成“全域美术馆”和独特的“海洋气质艺术空间”。

《稻草人计划》是由挪威艺术家创作,用废弃煤气罐和不锈钢制成的12个不同姿态的“稻草人”,被放置在洋下村的田地里,形成一道独特的景观。这些“稻草人”的姿态和表情是有意设计

的,它们可以被视为对不同社会群体的呈现和反映,从而引发人们对社会问题的思考。

让乡村充满艺术,让艺术对话乡村。洋下村,坐落于金井镇围头半岛东侧,村民依海而居,与海共生,几百年来形成了独特的海洋文化。以前村民靠下海捕鱼为生,近年来海产养殖,特别是鲍鱼苗的养殖成为村里的支柱产业。

这组作品叫作《鲍鱼阵:为洋下村做的计划》,艺术家拿了几十个鲍鱼盆,和海洋上打捞起来的废弃物组成了这幅作品。这组作品按我的理解,是把当下洋下村的经济现状,和艺术家们对海洋文明的思考结合在一起。

洋下村和多数晋江乡村一样,有着很多海外乡亲。著名侨领陈祖昌的父母原来就住在洋下村,后来搬至溜江村。祖昌先生曾说,他算是半个洋下人,并为洋下村捐资修路。村里还有旅

非爱国华侨施家万捐建的洋霞电厂。以前,洋下村的电以水电为主,经常因检修或故障而停电。1986年,施家万先生听闻此事,便独资捐建电厂、购置柴油发电机,以供全村生活照明使用。如今,发电厂的旧址成为此次海洋艺术季的展馆,承载着洋下村海洋文化历史与当下的对话。

《对话2.0》是洋下小学二楼展馆里的一件艺术作品,艺术家的创作灵感源于经常梦到母亲在为她系扣子,地板上的纽扣和线团象征着胎盘和脐带。看到这个作品,我首先就想到“乌篮血迹”,在晋南一带,一个人的出生地叫作“乌篮血迹”,意思为婴儿刚出生,身上带有母亲的血迹,日后不管他们走多远,心里想的就是他自己的出生地“乌篮”。

海上生明月,月是故乡明。洋下村不仅是海外乡亲们的“乌篮”地,更是他们的精神胎记。因为,即便他们远渡重

洋,相隔关山万里,他们的根脉始终在洋下这个海边的小渔村里。

千百年前,晋人衣冠南渡,沿江结庐而居,因此有了晋江。千百年后,晋人踏海平波,向海而生。大海不仅是晋江人的生存地,更是晋江人血脉里的性格。

打卡完夏季艺术展,有人从艺术家的作品里面,读到了他们对海洋的思考、探索,甚至焦虑,而我从洋下村这个小村里,读到了海洋文化、海洋精神、海洋文明的传承与历史血脉。

亲爱的朋友们,你将会读到什么?欢迎你来看一下!



扫码观看本期视频

越开越艳的「一枝花」

晋江经济报副总编辑 方锦枘

小雨伞撑出大世界

晋江经济报编委 李剑锋