

从晋江到德国汉诺威 智能装备业探“新”“绿”

本报记者 柯国笠 吴晓艳 董严军

这两天,德国迎来了远道而来的一群晋江人,他们是来自晋江智能装备协会的企业家,奔赴德国汉诺威工业展。这个当今规模最大的国际工业盛会,被认为是联系全世界技术领域和商业领域的重要国际活动。

这是晋江市智能装备协会首次组织出国学习。一行中,盛达机器董事长、晋江市智能装备协会会长苏永定,晋工机械总经理柯金鏞,兴翼机械董事长叶根翼等早已在这个行业摸爬滚打二三十年。尽管不是第一次到访,但来到智能装备全球最顶尖的国家之一的德国,他们仍难掩兴奋。

来德国看什么?要带什么回到晋江?如何发展新质生产力?这些不仅是晋江智能装备行业个体企业之问,更是整个行业的发展之问。出访德国是近年来晋江智能装备行业积极求变的一个缩影。在探“新”求“绿”的道路上,晋江智能装备行业早已踏出了关键一步。

绿色与适配双升级

“新凯嘉今年带来非常多创新的新鞋机产品,展位依然是人气爆棚啊!”在制鞋机械行业从业多年的东莞奇裕制鞋机械负责人兰顺辉不禁为新凯嘉机器点赞道,“全自动橡胶双色注射机我还是第一次见到,太厉害了!”

兰顺辉的感慨并不夸张。记者在本届鞋(体)博会现场看到,新凯嘉机器的展位上人流络绎不绝,洽谈合作的国内外客商众多,现场展位上,试样已经堆了不少。

现场,一款全自动EVA射出发泡成型机成为许多海内外客商关注度最高的产品之一。原来,这是新凯嘉的最新产品系列,搭配4枪,可以同时生产不同颜色、不同类型的鞋具;此外,还能生产出颜色鲜艳、韧性好的沙滩鞋。

“这设备的应用前景还是很广的,可以拓展企业的产品线和市场领域。”来自上海的客商林斌说。

新凯嘉机器副总经理许礼桑介绍,该设备拥有8个工位,每个工位可以搭配不同模具生产不同产品。此外,该设备搭配的枪更为合理,节省了传统设备的洗枪时间,并避免了材料浪费,带来了效率和环保节约的双重提升。

“鞋机行业的创新不仅体现在单一设备的升级上,更在于整个产业链的协同创新和跨界合作方面。越来越多的企业开始关注市场需求的变化,通过技术创新和多元化应用,为制鞋业注入新的活力。”许礼桑说。

智能化成标配

向技术要效率,向创新要环保。智能化已经是机械装备行业主流的方向。当相应的软硬件技术和集成方案越来越成熟后,生产智能化成为各家企业的标配。

博璋的柔性制鞋生产系统和生产线就是其中的代表。

据悉,该系统采用国内自主研发技术。相较传统制鞋生产线,博璋科技的产线单位产能可翻倍,产品合格率提升至99%,制鞋胶剂能节约30%,全链条软硬件设备实现国产化。

“鞋植嵌入了RFID芯片,记录了鞋的相关数据,而鞋生产线有读



不只是射出发泡鞋机,在制鞋生产线上,福建博璋智能科技有限公司已经探索出了全链条方案。

“对比意大利这一类制鞋强国,我们自己的国产化智能制鞋生产线已经不输它们,而且还在升级。”该公司董事长陈文辉说。

“一条生产线,可以实现多个款式、尺码、颜色鞋的同时生产,适配性

大大提升。不仅如此,我们还配备了废气回收处理系统,提升了绿色环保的要求,满足市场需求。”陈文辉说。

“我们的员工对喷漆这一工作已经心生抵触,那刺鼻的气味实在让人难以忍受。”秘曾客户 And Liu 在益昌鞋机展位上,目睹了自动鞋底喷漆生产线的运作,感到十分惊喜。

益昌鞋机总经理陆廷栋表示,

自动鞋底喷漆生产线不仅有效解除了传统喷漆作业对员工健康的潜在威胁,还通过节能装置大幅减少了碳排放。

而在中泰德玛自动化生产线上,该生产线对粉尘、胶沫进行了有效的处理与吸收,并优化了排放系统,从而显著改善了车间环境,降低了员工的健康风险。

对人工、技术的依赖,并大幅提升生产效率。”

赫赤介绍,过去一条生产线需要五六十名员工操作,而现在,这条自动化生产线仅需28名员工即可完成同等甚至更高的工作量,有效解决行业人力资源短缺、制造成本增加的问题。

智能化生产、智能化产品正在成为主流。

应对市场,福建兴翼智能装备股份有限公司今年推出CX85遥控式双驱动地研磨磨机。该设备搭载了智能定速巡航系统,无需人为控速,前进路上从容自如;同时,遥控纠偏功能实现了一键调整研磨方向,确保研磨作业的精准度与稳定性,提高研磨效率。

而在晋工新能源,无人化操控的新能源压路机、采矿机等设备已经可以实现量产。

“智能化、无人操控类产品对我们传统工程机械企业来说确实是陌生的难题。”晋工新能源相关负责人告诉记者,但是面向未来,工程机械的工作场景对智能化产品的需求程度越来越高,“包括矿场、钢厂、垃圾站等机械设备运行场景对安全的要求越来越高,新一代工人对工作环境安全、舒适度的要求越来越高,以及整体受教育水平提升明显,对智能设备的接受度高,适应性强,这些因素推动了无人化的设备需求在提升。”

目前,晋工机械正积极推动更多智能化设备研发,实现绿色新能源产品和智能化软件的双推进。

行业集体向新

如果把时间往前推,可以发现,过去几年受到行业周期整体下行的影响,不少企业尽管有心推动智能化、品质化升级,但往往有心无力,或对未来信心不足,仅有少部分企业积极探索。而后者也成为去年以来,率先受益于新技术、差异化产品的那批企业。

“企业肯定是逐利的,有些看长远,有些看眼前。”晋江市智能装备协会秘书长黄文彬表示,上个月,佳龙机械研发的全球首台第一代多工艺超高速数码印花机,在绍兴永通印花顺利开机生产,开启了全球印花技术新的里程碑。有别于同类印花机,除了渗透性更强、鲜艳度更高,它还可以同时实现在线上色,如此一来,其印制大满底图案更具优势,并且节约墨水成本,提高效率,可实现各类功能性印花,满足客户需求。

在存量市场中,面向未来,转型升级是必然。“在存量时代竞争意味着在旧物里找新方法。”慧聰工程机械网总经理王彩英表示,企业要从认知重构到价值重塑的底层思维出发,完成服务转型,扬帆出海。

技术转型、合作,成为晋江智能装备企业的集体选择。

在展会现场,新凯嘉机器总经理苏义阳向客户介绍,“这款是我们国内首创的全自动橡胶注射机,可以做到双色一次注射成型,在以前,则需要几个工艺流程才能够完成,现在我们把它做到一次性成型。”

苏义阳说,这台机器研发四五年了,一直在不断创新,得到很多品牌的认可。“有些工艺难度非常高,行业没有几家企业愿意投入研发。但新凯嘉想为行业做事,我们不断加大研发投入,近几年,新产品接连不断,为中国鞋机在世界打出了名号。”

尽管石材行业仍处于低潮期,但作为石材机械行业龙头,盛达仍加大研发力度,为未来做准备,也为石材行业探新路。

今年,盛达机器推出主力机型——TYR数控五轴桥切机,成为行业一大亮点。该款机型集切割、铣削、雕刻、钻孔、仿形加工、相机定位和吸盘位移等七大功能于一体,展现了其多功能和高效率的特点,不仅具备强大的硬件性能,其智能化软件功能的综合实力也让众多业界同仁感到惊叹。

“不仅要集约化、智能化,而且要从产品端推动绿色化,减少石材浪费,提升成品质。”盛达机器董事长苏永定表示。石材机械与石材行业是共生共存共荣的关系,行业的集体向上才是未来。

在晋江智能装备行业,不少企业已经在创新赛道上加速奔跑——4月初,晋江市凯嘉机器制造有限公司和意大利 WINTECH SRL 公司进行技术合作签约;晋江海纳机械有限公司与华侨大学机电及自动化学院签约共建智能工品装备关键技术与应用联合研发中心;晋工新能源一系列新能源机械产品推出、下线,深入各个作业场景……

“按照协会换届时的计划,今年,协会不仅要多走出去看一看、学一学,还要积极对接企业的研发创新需求,通过协会平台,吸引更多的科研团队、团队,同时最大化发挥晋江在地‘国字号’科研平台的技术优势,帮助不同体量、需求的企业技术创新,产品升级,产线提升。”黄文彬表示。

跨境出海 外贸增长新引擎

本报记者 施珊妹

在近日举行的2024中国(晋江)鞋服行业跨境电商峰会上,各大跨境平台相关负责人、行业专家做主题分享。大家交流信息、碰撞思想,共商跨境出海发展大计。

亚马逊大客户拓展及运营经理Jason以“运动无界,出海无限”为主题作亚马逊运动鞋出海趋势解析;沃尔玛全球电商招商顾问Leo Zhu以“市场解读 洞察机遇”为主题分享2024年入驻沃尔玛全球电商最新招商政策;晋江市跨境电子商务协会秘书长林秋妮与阿里巴巴国际站鞋靴&箱包行业专家代媛媛、TEMU运动鞋服半托管负责人李浩昌、速卖通招商小二庄伟忠围绕“半托管出海”方式展开讨论。

产业滋养 晋江跨境发展迅猛

作为“中国电商百佳县”“福建省电子商务示范城市”,这些年,晋江跨境电商的发展迸发澎湃活力。

数据的反映最为直观。过去5年晋江跨境电商平均每年保持10%增速。其中,今年第一季度全市网络零售额更是达到115.2亿元,增长19.3%。

“晋江跨境电商的发展,深受雄厚产业土壤的滋养。”晋江市跨境电子商务协会会长吴师艺表示,晋江市作为一座以产业为主导的城市,经过多年的改革开放,已经形成了以制鞋、纺织服装、食品饮料等为主导的民生支柱产业。特别是制鞋业,已经成为中国乃至全球的重要生产基地。跨境电商作为新兴的贸易模式,近年来在中国的发展速度迅猛,已经成为推动外贸增长的引擎。

“通过传统制造业与跨境电商的深度融合,晋江的鞋服行业将迎来更加广阔的发展空间。晋品出海,不仅是对传统产业的一种传承,更是对创新与发展的一种追求。”吴师艺相信,通过跨境电商这一新兴渠道,能够推动晋江制造向晋江智造转型升级,拓展海外市场,应对外贸挑战。



精准分析 做好品牌建设

在亚马逊平台上,选择鞋靴出海是一种不错的选择。Jason通过一组数据分享自己的观点:2018—2023年鞋类年复合增长比例达19%,2023年鞋类线上市场比例达40.6%。亚马逊平台上,全球最大的鞋类销售市场是美国,全球鞋类进口数量前三的国家为美国、德国、日本。

“2023年全球线上鞋靴市场规模达110.32亿美元,全球鞋靴细分市场电子商务用户数量逐年递增。”Jason表示,在跑鞋、球鞋、训练鞋等运动类鞋靴,女士高跟鞋、女士凉鞋、男士皮鞋等时尚类鞋靴,乐福鞋、洞洞鞋、休闲运动鞋等休闲类鞋靴中,专业运动鞋的增长率最高。其中,美国是全球最大的

运动鞋市场,预计到2028年销售额将达172亿美元。

通过主流运动场景的热搜,不难发现,跑步是全球最受欢迎的运动。人们更关注健康,工作之余更愿意花一定时间去健身房或居家健身。随着户外运动近几年越来越盛行,骑行、登山、徒步、水上运动等产品越来越受年轻一代青睐。

Jason具体分析了多个海外市场,如美国市场里,跑鞋是所有子类目中占比最大的,其年增速较大;与此同时,球类运动鞋的体量和搜索趋势都有一定增长。从搜索趋势看,水鞋上半年的搜索量最高。同时,功能性鞋靴,如综训鞋也是较为热门的搜索品类。为

此,Jason建议,要从运动鞋的细分领域发力美国市场,比如赤足鞋、网球鞋、啦啦队鞋。

而德国市场中,休闲跑鞋份额较大,但竞争也较为激烈;足球鞋一直保持相对稳定增长趋势,特别细分出一些子品类搜索词,如室内足球运动;户外类鞋靴在德国市场也一直比较稳定,如登山鞋等。在Jason看来,不只德国市场,在整个欧洲市场,无论男性消费者还是女性消费者,对登山鞋靴都有很大的需求量。

在英国市场中,无论从体量还是搜索趋势来看,足球鞋都有较高的增长趋势,骑行鞋的增长趋势良好,且潜力巨大;女士户外运动鞋靴体量也在逐年增长。

在日本市场中,季节性品类有较大的体量和增长趋势,如夏季的水鞋,冬季的雪地靴。此外,户外徒步类的销售趋势也逐年增长。从搜索趋势看,运动鞋获得日本消费者的最高关注。

具体操作上,Jason建议卖家在详情页上可以传达重要的商品功能信息,突出有关商品的重要信息或特殊信息。卖家还可以在加工工艺、面向人群、伸缩性、透气、防风等方面加上内容Tips。

“给用户更多优质体验和更强的安全感,打造出有特点的品牌形象,让品牌理念深入人心,会助力生意走得更加久远。”Jason认为,卖家出海要做好品牌建设。

弄潮当下 有效触达消费者

“弄潮当先,现在是加入沃尔玛的绝佳时间。”Leo Zhu表示,沃尔玛美国电商独立月访客量达1.2亿,提供大规模且及时的消费者触达。2024财年沃尔玛美国电商业务稳健增长,是美国增长最快的电商平台之一。

Leo Zhu分析,沃尔玛了解消费者,并知道如何帮助卖家推动业务发展。“沃尔玛通过打造商品认知、优化商品吸引力、提升商品转化、提升顾客满意度、为顾客提供协助、挖掘增长空间等一系列举措,有效触达消费者。”

潜力市场,聚势同行。Leo Zhu建议,卖家可以通过加入沃尔玛加拿大和墨西哥站点扩大客户群。

以墨西哥市场为例,沃尔玛在墨西哥的市场月独立访客量达近2700万,可以提供大规模和即时的顾客触达。“墨西哥线上销售者热衷于线上购物,平台电商销售增长超过平均水平,平台销售增长率171%。”Leo Zhu说。

而加拿大站点的月独立访客量达1600万,亦能广泛触达加拿大客户群。Leo Zhu进一步分析,沃尔玛加拿大站有强大的销售潜能,市场前景看好,其连续2年销售增长超300%。沃尔玛在线商品总量5000万,能够为消费者提供丰富且多样的商品选择。

Leo Zhu建议卖家选择优质的品牌商品,其他平台上的畅销商品。由于敏感的商品需要额外的合规审查,他建议大家选择不易腐烂、不受管制商品。他特别提醒,商品最大重量不超过500磅,最大尺寸不超过120英寸×105英寸×93英寸。