

2024年5月28日 星期二
農曆甲辰年 四月廿一

晉江經濟報

菲律賓版
第3830期

E-mail:jjb419@yahoo.cn

科技改造提升傳統產業的晉江實踐

本報記者 柯國笠 董嚴軍



安踏982創動空間

可以隨時調整鞋底剛性的安踏“人工骨骼”科技，僅有兩個雞蛋重的361°專業級超輕碳板跑鞋，內搭“皮膚衣”技術的卡爾美世界杯足球鞋……連日來，多家國內外媒體記者走進晉江民營企業參訪，被晉江企業在科技研發、智能化等領域取得的成績所震撼。

如今的產業之城晉江，從“全鏈”着眼，從“新處”着手，已在悄然間躍升。通過加快培育新質生產力，加速增強發展新動能，以科技創新推動產業創新，晉江政企攜手書寫科技改造提升傳統產業的新實踐。

企業求變：科技創造“好片”

重量僅99克的“氫”跑鞋，比一包薯片還要輕，被中國航天員“上天”種草；承重超過1噸的“噸位鞋”，成為“軍神”呂小軍的心頭好，火到國外……在安踏，一雙鞋能輕能重。輕與重之間是上百次的研發、創新。

“一雙鞋也能像芯片一樣有很多‘黑科技’。”安踏集團運動科技實驗室相關負責人鄭志藝說。作為行業首家實驗室，安踏集團運動科技實驗室誕生了超過2500個專利。“我們把一雙鞋當成一個科技產品去做，近十年投入超過60億元（人民幣，下同）推動研發創新。”

“近年來，安踏從產品研發、設計，到生產過程管理和運營維護等，通過數智化生產系統和智能化改造，已經實現了全價值鏈的串聯，生產效率得到了很大的提升，既滿足了中國國內市場的需要，也很好地開拓了國際市場。”安踏集團董事局主席丁世忠說。

不祇是鞋片，在薯片、面包片上，盼盼也帶來了全球領先的新技術。

在盼盼食品“5G+”智慧工廠，巨大的生產車間卻見不到幾個工人。在全自動生產線上，投料、成型、醒發、烘烤、降溫、包裝……借助機器人、5G技術和智能化生產技術、系統，福建盼盼食品集團有限公司一條生產線每小時可生產3萬個軟面包。

“生產各個環節可管可控，訂單交付及時率提升15%，生產協同效率提升35%。”盼盼食品總裁蔡金釵說，工廠已經實現生產過程的數字化管理，為食品行業的5G全連接工廠建設樹立了全國標杆。

在恆安集團，從紙漿到紙巾制成品，通過生產過程中的水循環系統，實現污水“零排放”。在“一張紙”上，恆安集團起草了紙品、衛生巾及紙尿

褲等產品10個國家級標準，累計申請專利超506項，是中國國內生活用紙相關領域的“專利大戶”。

新技術的應用，在天守集團也隨處可見。得益於對細分領域的聚焦和創新投入，天守集團超纖、皮革、紡織面料等產品“百花齊放”。2023年，天守集團營收增長23%，其中超纖、合成革、汽車革、植絨項目全年總銷售量增長56%。

無論是鞋片、紙片，還是薯片、布片，以“晉江經驗”為引領的晉江實體產業，在科技創新中創造出更多“好片”。

平臺催變：產學研向未來

“好片”的誕生不祇在車間，更在研發室、孵化地。

晉工機械的實驗室緊連車間，也鏈接着10公里外的中國科學院海西研究院泉州裝備製造研究中心。

在該中心，晉工機械的相關技術需求得到了滿足。“我們在和泉州裝備製造研究中心的合作中受益很多。”晉工機械相關負責人告訴記者，特別是在裝備智能化、電動化、無人化等方面，依托該中心的科研團隊，實現了技術、產品、市場的多重突破。

產學研用一體，加速新技術落地。晉工機械推出的智能純電動裝載機等新能源系列產品，實現運行零

排放，單機一年可減碳51噸，受到客戶的歡迎，“每下線一臺就拉走一臺，基本沒有庫存。”上述負責人表示。

興翼機械也從中受益。依托該中心，興翼成功研發出新能源地坪機，實現了彎道超車。不久前，世界地壇論壇落地晉江，世界各地行業企業齊聚晉江，對興翼的新產品、新技術贊不絕口。

在晉江市創新創業創造園，更多的技術孵化與產業落地正在發生。

“我們與向興、盼盼已經在洽談一些項目和技術。”香港理工大學晉江技術創新研究院相關負責人陳雪林告訴記者，目前，研究院聚焦紡織科技、創新食品科技、微電子等領域，接軌晉江產業發展的未來。

在三創園石墨烯研究院，泉州市星達鞋服材料有限公司與北京石墨烯技術研究院聯合創辦了實驗室。在這裏，決定專業運動鞋關鍵性能的超輕碳板成功實現產業化。

“格林卡碳纖維是我們實驗室的成果，可謂‘三年磨一劍’。”泉州市星達鞋服材料有限公司總裁莊剛鬆說。

北京石墨烯技術研究院相關負責人羅維納告訴記者，研究院提供專業技術和人才主導研發，星達推動產業化生產落地，“我們將石墨烯技術融入碳板，極大地提升了產品的耐折度和

彈性，同時降低了重量，適應當前專業碳板跑鞋、籃球鞋的輕量化需求。”

截至目前，晉江已有十多家“國字號”科研平臺，實現主導產業高水平科研平臺全覆蓋，基本形成“一產業一平臺”協同創新格局。

以技術、人才為催化劑，在產業土壤中，在各大平臺上，晉江的科技創新與產業實體正結出更多新果、碩果，打造材料到產品、實驗室到生產線的新型產業鏈條。

政府促變：創新充分涌動

在晉江，企業求變、平臺催變、創新技术加速迭代的背後，是政府這隻“手”在推動。

全力當好“引路人、推車手、服務員”，晉江圍繞“企業、平臺、人才”三大創新主體，構建機制、搭建展會平臺，打造創新綜合體，讓創新這一“關鍵變量”成為培育新質生產力、推動高質量發展的“最大增量”。

龍頭企業率先創新突圍，部分中型企業大膽嘗試，更多的小企業雖然有科技創新的意願，但普遍面臨缺技術、缺人才、缺資金等困難。

對此，晉江于2021年底設立了縣域科創委，將科技、產業、人才、資本等一體發展事項納入議事調度，持續推動產業鏈與人才鏈、創新鏈、資本

鏈融合發展，全力打造支持民營經濟科技創新的發展生態。

今年以來，科技的春風再次在晉江這片創業熱土上席卷。

4月初，晉江舉辦全國首個縣域科技成果轉化對接洽談會。110家高校院所、252家展商、36家投資機構，同臺集中展示超1000項前沿科技創新成果。高新技術、高校科研、高層次人才齊聚，晉江再次吹響了以科技創新為主旋律的發展新質生產力的號角。

5月，中國機器人大賽暨RoboCup機器人世界杯中國賽再臨晉江，機器人技術落地轉化及智能裝備產業發展三方合作協議正式簽約。今後，中國自動化學會、晉江市人民政府、泉州市科學技術局將圍繞機器人技術展開深入合作對接，共同打造泉州晉江機器人及智能裝備產業的創新高地和競爭優勢。

“如果不是政府牽線，我們不可能對接到這麼多專家、教授，幫我們開藥方、作指導。”福建博璋智能科技有限責任公司董事長陳文輝告訴記者，在科洽會、鞋（體）博會、機器人大賽上，企業在相關部門的對接下，也抓住機會與全國各地的院校專家建立聯繫。“這些專家在機器人、自動化領域都有很多經驗和技術。他們還現場看了我們的生產設備，提出一些意見、建議，對我們未來發展很有幫助。”

無論是產業鏈協同創新還是科洽會、世界機器人大賽、鞋（體）博會，在晉江，政府“有形的手”，積極擁抱更多的科創資源、創新要素，賦能實體產業發展。

數據顯示，近三年，晉江累計促成科技成果轉移轉化超1000項，金額超12億元，極大助力了晉江產業創新轉型。

為了擴大企業引才、引智的渠道，晉江還創造性地打造“人才飛地”，設立灣區“創意創新創造中心”和晉江（武漢）離岸創新中心，同時成立人才科創基金，構建“基金+飛地”創新要素導入機制，為晉江產業科技創新升級注入動能。

在科技改造提升傳統產業的實踐中，更多的創新要素在此匯聚，晉江正放眼未來、奔涌入海。



泰國福建社團聯誼總會代表團到安海參觀訪問



在安海梧山小學廷芳樓，蘇承智（前排右三）詳細了解祖輩、父輩對家鄉的貢獻。

本報訊（記者 林伊婷）26日上午，泰國福建社團聯誼總會主席、泰國福建會館理事長蘇承智率泰國福建社團聯誼總會代表團一行前往晉江安海鎮參觀訪問。

當天，代表團一行前往安海鎮梧山村。梧山村是蘇承智的祖籍地，其祖父蘇廷芳在此出

生，并于少年時遠渡重洋到泰國經商。蘇廷芳事業有成後不忘回饋社會，曾擔任泰國福建會館理事長，系泰華社會著名人士之一。其家族更是長期以來熱心家鄉公益事業。

走進位於安海鎮梧山小學的廷芳樓，映入眼簾的便是蘇廷芳先生的照片及簡介。據悉，

1998年，安海梧山小學因教學需要擬擴建校捨。得知家鄉學校建設有需要，蘇廷芳之子、旅泰華僑蘇國世昆仲捐資100萬元人民幣興建了教學樓中座，並命名為廷芳樓。

在廷芳樓內，蘇承智詳細了解祖輩、父輩對家鄉的貢獻，以及學校近年來建設、發展情況。得

知梧山小學即將啟動綜合樓修繕提升等工作，他主動表示將積極參與，貢獻自己的一份力量。

當天，代表團一行還在梧山小學召開交流座談會，詳細聽取梧山小學、梧山中心幼兒園情況介紹及安海鎮招商推介。蘇承智還前往位於梧山村的祖厝懇親祭祖。

勁霸洪伯明獲評“馭風攀浪·零售商業行業卓越人物”

本報訊（記者 施珊妹）近日，第19屆中國商業地產節在廣州舉辦。本屆大會以“長風破浪”為大主題，百強商業地產、零售商業大咖齊聚，開啟新思維，激發新變局，共同論證中國商業的韌性生長。

在中國商業地產“金坐標”頒獎盛典上，勁霸男裝 CEO 兼創意總監洪伯明榮獲“馭風攀浪·零售商業行業卓越人物”獎項。

作為“90後”創三代，洪伯明自2019年接任勁霸男裝有限公司 CEO 兼創意總監以來，迅速領導產品研發、組織、渠道等變革，帶領勁霸男裝自信發聲“中國茄克勁霸製造”，發布“高端新國貨”戰略，推動品牌轉型升級。

產品方面，勁霸男裝在茄克領域創新融合中國傳統文化，拓展中國茄克的文化屬性，形成以服飾為載體與當代男性的精神共鳴。近年來，勁霸男裝不斷積澱，迸發展現以東方美學為核心的設計美學理念和價值精神。

渠道領域，2021年發布“高端新國貨”戰略，落地三年以來，品牌與區域市場開啟雙向奔赴模式，一方面品牌通過深植中國文化和國際專業秀場走秀，不斷提升設計能力、產品實力，并向終端消費者提供高端產品和輸出審美內涵；另一方面，區域市場通過結合區域消費者特性和地域文化特色，逐步完成高端新國貨在地化，而這雙向奔赴的終點，正是終端門店。

從秀場到賣場，勁霸男裝在洪伯明的帶領下，以持續創新穩固自己的茄克品類優勢，穩扎穩打圍繞產品核心逐步落地“高端新國貨”戰略，並通過品牌核心動作實現全國勢能打造，賦能品牌與區域市場的雙向奔赴。