

回眸·眺望 ——2025年晋江产业年终特别报道

生态引领 晋江伞业全球突围

本报记者 曾小凤 陈巧玲

2025年冬,泉州市伞具出口交出了一份逆势上扬的成绩单:前三季度出口额15.8亿元,同比增长3.5%,产品销往全球121个国家和地区。数据的背后,是“中国伞都”晋江一年来步履不停的全球进击与系统重塑。从希腊知识产权工作站揭牌构筑“法律盾牌”,到广交会上“胶囊伞”惊艳全球成为爆款;从“四链融合”对接签约超10亿元打通产业经脉,到滨海时尚大秀让伞具“破圈”成为潮流符号……晋江制伞业正以一系列战略级动作,告别依赖低成本与大规模的传统路径,向以创新、规则、品牌和生态为核心竞争力的“价值高地”全面跃迁,为“晋品出海”书写了从“规模领跑”到“生态引领”的年度新叙事。

渠道革命: 构建全域融合的品牌传播与销售体系

在消费者主权时代,渠道与品牌是价值实现的“最后一公里”。2025年,晋江制伞业全面拥抱渠道变革,构建了一个线上线下一体化、内外贸一体、品销合一的立体化全球营销网络。跨境电商从“可选项”变为“必选项”。晋江市伞业行业协会与晋江跨境电商公共服务中心达成战略合作,为会员企业提供全流程“孵化陪跑”服务,涵盖平台运营、物流仓储、品牌出海等环节。优安纳、梅花等企业借此成功通过亚马逊、TikTok等平台将自主品牌直销全球,并灵活开拓了俄罗斯、中亚等新兴市场。在国内市场,变革同样深刻。直播电商成为品牌引爆的关键阵地,泉州富祺伞业有限公司在夏季开设多个抖音直播间,通过“仓播”模式拉近与消费者的距离。线下渠道则走向精细化,福建集成伞业深入布局品牌连锁便利店系统,并优化终端陈列以提升品牌调性。作为线下永久窗口的中国伞都产业馆,则为新品提供了常态化的展示平台。最具创意的营销在于成功“破圈”。在2025泉州滨海文旅消费季的舞台上,晋江东石伞业策划的“听海·敢潮”滨海时尚大秀,将伞具置于海天之间,通过多平台直播触达千万受众。这场活动将伞具从工业品重新定义为时尚文化载体,打开了“制造+文旅”的融合新思路,极大地提升了产业的文化附加值。这场立体化的渠道革命,其成效直接体现在市场数据的优化与自主品牌活力的增强上,彰显了晋江制伞业对全球消费脉搏的精准把握。

生态嵌入: 海外筑起知识产权与创新的桥头堡

全球化的竞争维度正在发生根本性演变。当成本与效率的红利逐渐触及天花板,规则、标准和知识产权便成为新的竞技场。2025年,晋江制伞业最具前瞻性的布局,正是将触角伸到了目标市场的法律与创新腹地。福建省伞业知识产权运营中心欧盟工作站于希腊雅典正式揭牌运营,标志着晋江制伞业的知识产权战略实现了从国内创造保护到海外系统运营的跨越。工作站深度依托福建优安纳伞业科技有限公司在希腊设立的海外研发中心,形成“研发创造在前哨,知识产权保护紧跟”的协同模式,意在帮助晋江伞企直接对接欧盟知识产权体

系,提供从布局到维权的一站式服务。晋江市伞业行业协会会长、优安纳伞业总经理王翔鹏指出,这过去的“事后救火”变为“事前防风”,为企业铺设了一条合规、安全的出海通道。与此同时,研发能力的战略前移成为破解市场密码的关键。优安纳与希腊百年伞企查诺斯公司共建的海外研发中心,专注于欧盟市场个性化与批量化定制需求研究,将产品开发的神经末梢置于目标消费者的真实场景之中。晋江市伞业行业协会党总支副书记、优安纳伞业副总经理丁敬堂认为,只有在本地洞察,才能精准转化为符合欧洲

审美与功能需求的产品。这种深度技术合作通过晋江市伞业行业协会与查诺斯公司签署的战略协议,被赋予了更广阔的市场与品牌内涵。双方探索的“中国供应链效率+欧洲品牌积淀”模式,为长期困于“代工贴牌”的晋江伞业提供了一条新式品牌升级的务实路径,从单纯的供应商提升为技术合作伙伴与生态共建者。这一整套组合拳,不仅是应对绿色贸易壁垒的未雨绸缪,更是晋江制伞业出海逻辑的根本性转变——从追求短期订单的“产品输出”,转向谋求长期市场地位的“生态嵌入”。它意味着晋江伞业开始主动参与,甚至尝试塑造区域市场的游戏规则。



创新破局: 以“科技+时尚”重塑产品价值体系

产品是产业竞争力的终极载体。2025年,晋江伞具经历了一场深刻的“身份革命”。它们不再仅仅是遮风挡雨的实用工具,而是进化成为融合尖端科技、时尚美学与文化表达的“生活符号”,在激烈的同质化竞争中杀出了一条高附加值之路。创新的集中展示台是2025年年中举办的福建省重点培育的国际知名品牌伞具全球首品首发首秀活动。这场被誉为“伞业奥斯卡”的盛会,汇聚了太阳城、优安纳、梅花、集成等12家龙头企业,一次性全球首发20件创新产品。T台上,福建优安纳的“新一代免拆叠伞”实现了

“一按即收,三秒成型”;福建集成伞业的“量子滤光盾”通过分子内嵌技术实现高效防晒,颠覆传统认知;泉州富祺伞业的全碳纤维超轻伞重量仅176克,却拥有大伞面……这些产品共同宣告,晋江伞的创新已深入材料科学、结构力学等底层核心技术。爆发的诞生根植于对消费痛点的深度挖掘。优安纳伞业的年度“现象级”产品——胶囊伞,完美解决了都市人群“带伞麻烦”的困境。其将伞具收纳于时尚胶囊容器的设计,历时近一年研发,在广交会上—经亮相便引发围观,迅速风靡欧洲、东南亚及港澳

台市场。王翔鹏表示,这印证了“不想卷低价就必须专注创新”的道路正确性。创新的边界在“伞+X”的模式下被不断拓宽。面对“轻户外”风潮,梅花伞业推出的帐篷伞,以伞骨结构替代中杆,兼具轻便与开阔空间,精准切入家庭休闲场景。夏季在电商平台“霸屏”的水枪伞,则将娱乐功能融入伞具,击中了亲子户外活动的需求,单企单品出货量可达十万级。这场由内而外的产品革命,驱动着晋江制伞业成功跳出低水平价格竞争的“红海”,驶入了以技术、设计和体验驱动增长的“蓝海”。

系统升维: “四链融合”重构产业内生动力

晋江东石镇密布450余家伞企,形成了一条完备的产业链。2025年,这个全球最大的伞具产业集群,进行了一场深刻的“内科手术”——推动产业链、创新链、资金链、人才链“四链融合”,旨在将物理上的空间集聚,转化为化学反应般的协同创新力。“全球伞业供应链中心”在晋江正式揭牌,标志着对产业链优势的重新定义与战略升级。在其首次大型活动——“四链融合”供需对接会上,现场签约金额突破10亿元,梅花伞业、集成伞业等龙头企业与上下游伙伴达成了深度战略合作。集成伞业销售总监张百润坦言,

这种生态圈内的合作带来了显著的“信任红利”,沟通与交付效率倍增。破解创新转化“孤岛”是融合的关键。福建省伞业知识产权创新联合体的组建与“海西智创网共享专利池”平台的上线,旨在打通高校科研与市场需求之间的壁垒。在年底的企业产业链结对共建暨创新研讨会上,产学研合作进一步务实落地,现场发布的《智能伞语音交互功能技术要求》等7项团体标准,为智能伞、新材料等新兴领域树立了发展“路标”,引导行业良性竞争。丁敬堂强调,标准是引领差异化、高质量发展的重要

基础。人才与金融如同滋养产业的双循环系统。从面向一线工匠的职业技能竞赛,到培养中层骨干的精益管理培训,再到吸引青年创意的大学生设计营,晋江构建了多层次人才培养体系。同时,针对性的金融服务方案与知识产权质押融资等工具,让“无形资产”转化为支持创新的“有形资金”。“四链融合”的本质,是立足于地理邻近的“配套优势”,升级为基于数据、信任和规则互联的“系统协同优势”,让产业集群进化成为一个能够自我循环、持续创新的有机生命体。



生态筑基: 培育面向未来可持续发展的厚土

所有的战略布局与市场突破,最终都离不开赖以生长的土壤。2025年,晋江制伞业着眼于长远未来,将人才、孵化与绿色发展置于核心,致力于将“制造热土”培育成万物生长的“创新雨林”。人才是产业最坚实的基石。晋江构建了覆盖全职业生涯周期的人才培育体系。2025年年末举办的泉州市制伞行业职工职业技能竞赛,不仅锤炼了一线工匠的技能,更通过授予“技术能手”“金牌工人”等荣誉称号,在全社会层面弘扬工匠精神。与此同时,连续举办的海峡两岸大学生设计营及国际工业设计大赛,持续为行业吸引和注入年轻的创意血液。行业协会组织的各类专业培训,则系统提升着产业中坚力量的管理与运营水平。回望2025年,从岁末的技能比武到年中的创新首秀,从供应链中心揭牌到海外研发中心落地,从人才引育到生态升级,晋江制伞业这一年的每一步都走得坚实有力。构建开放的平台生态是激发创新活力的关键。由优安纳伞业运营的市级科技孵化器——优安纳科技园,在2025年明确聚焦伞业全产业链创新,吸引了“海峡能碳”“匠元智能”等高科技企业入驻,补强了绿色制造和智能制造的服务链条。王翔鹏阐释其理念:打造一个开放平台,让产业链各环节的“演员”上来“一起唱戏”,共生共荣。这种平台化思维,旨在融合龙头企业的资源与中小科技企业的活力,催生“化学反应”。面对全球性的可持续发展共识,晋江制伞业主动将“绿色”植入发展基因。领先企业开始探索使用环保材料、优化生产工艺以降低能耗。行业研讨会上对碳足迹管理的关注,以及一系列绿色、智能团体标准的发布,正系统地构建着产业面向未来的绿色竞争力,确保在全球贸易中持有畅通无阻的“绿色护照”。从一把伞的微观创新,到一个产业集群的宏观转型,再到一个产业生态的精心构筑,晋江制伞业的2025年,是一部中国传统制造业向高质量发展奋勇攀登的浓缩史诗。它清晰地表明,真正的产业升级是一场涵盖规则对接、科技创新、系统协同、渠道重构和生态培育的全面而深刻的变革。当“晋江制造”的伞具在全球市场上以“技术力”“设计感”和“生态价值”被广泛认可时,这座“中国伞都”便真正完成了从全球供应链的“制造支点”向伞业发展的“生态中枢”的历史性跨越,为“中国制造”的全球化新征程提供了一个鲜活而有力的范本。