

2026年4月19日 星期日

编辑\_施珊妹 校对\_杨晨辉 设计\_李江龙 电话0595-82003110

# 从“一根丝”到“一双鞋” 鞋体博会里的“超级晋江”供应链密码

本报记者 吴晓艳 董严军 秦越

第二十七届中国（晋江）国际鞋业暨体育产业博览会（以下简称“晋江鞋体博会”）今日在晋江国际会展中心开幕。以“创新发展‘晋江经验’，打造百年国际展会”为目标，本届规划展览面积6万平方米，设置2791个国际标准展位，相较往届新增200多个，预计吸引全球超80个国家和地区的客商齐聚晋江。

一个展会，缘何能够吸引全球目光？答案藏在“超级晋江”的供应链密码里——在这里，从一根纱线到一双成品鞋，从一台智能设备到一项前沿材料，一条深度咬合的产业链述说着这座城市的底气与实力。

当时间流转，这条产业链更与时俱进，与“超级晋江”的城市IP同频共振，书写着“世界工厂”迈向“全球创新供应链中樞”的时代叙事。

## “半小时生态圈” 一双鞋背后的超级底盘

配齐一双鞋所需材料，需要多久？晋江的回答是：半个小时。

在晋江陈埭，方圆5公里内，鞋底、鞋面、模具、包装……生产一双鞋所需的一切，半个小时内便可配齐。7000多家鞋企及配套企业在此集聚，年产运动鞋超10亿双，全球每5双运动鞋就有1双来自这里。这既是“中国鞋都”的底气，也是“超级晋江”的产业根基。

放眼全链条，“从一根丝到一双鞋”的完整产业图景清晰可见。2025年，晋江市运动鞋原辅材料产业集群总产值超300亿元，已发展成为中国运动鞋产业的核心集聚区与原料供给枢纽，是全国运动鞋产业配套体系最完善、市场辐射力最强的核心集聚区之一。

这样的产业厚度，在今年晋江鞋体博会上得到集中释放。展会设立鞋类成品（体育用品）、鞋纺材料、机械设备等三大展区，将成品、材料、设备“一链贯通”。安踏、361°、舒华等本土龙头企业悉数亮相，温州华峰、中国匹克首次参展，晋江国际鞋纺城上千家鞋材商户联动，从上游研发到下游成品全景呈现。

今年年初，晋江提出打造“超级晋江”IP，整合产业、消费、文旅资源，构建“全链条赋能企业、全场景服务消费者、全维度输出城市价值”的生态体系。晋江鞋体博会正是“超级晋江”最具说服力的实践舞台。除上述展陈外，本届展会专设“超级晋江”展区，集中展示晋江优品，并同步开展现场对接。鞋体博会产业带选品中心正式发布，整合供需资源，打造常态化、全链路服务平台，助力企业对接渠道、获取订单、拓展市场。此外，展会特别策划2条“超级晋江”工业旅游线路，让客商从“馆内看展”延伸到“场外观产业”，沉浸式感受晋江智造实力与闽南文化魅力。



## 首品首发 “聚光灯”下的产品力跃升

展会上，什么最能吸引采购商肾上腺素迸发？答案是含“新”量满满的产品。

“我们最新的制鞋设备将在展会上首次亮相。”福建中泰德玛智能设备有限公司总经理赫亦告诉记者，企业最新研发的自动化成型流水线搭载高分子香氛技术，将为产线工人提供舒适的生产环境；同时，创新的烘干风道设计将大幅提升鞋子的舒适度与保养期限。

更前沿的具身智能技术正在改写制鞋生产模式。在华宝科技与影身智能合作项目现场，搭载“原生3D世界大模型”的机器人可自主学习刷胶、压底、拉模等复杂工序，无需人工重新编程即可实现不同尺码、款式鞋子的无缝切换。杭州影身智能技术有限公司创始人闵伟介绍，相比传统自动化产线，影身智能方案对硬件依赖更低，可降低约50%的工业自动化改造成本，1.5至2年即可回本，彻底打破传统设备“一款产品一套编程，一次换款一次停产”的行业痛点。

从装备革新到材料革命，晋江正以首品首发的“聚光灯效应”加速向价值链高端攀升。晋江市陈埭镇鞋材商会会长丁鹤



## 展览共振 从“参展”到“落地”的引力场

展会就像一个窗口，透过这个窗口，可以查看产业的生命力与韧劲。对于众多企业而言，展会的价值远不止于4天的集中展示，更是从“参展”到“落地”的起点。

“我们选择落地晋江，就是为了和市场‘零距离’。”闵伟坦言，正是晋江丰富的鞋业应用场景和成熟的全产业链配套，才让这套“未来工厂”的技术有了落地生根的土壤。本届展会，影身智能将带着更先进的成果亮相，并计划以鞋业为基础，逐步实现具身智能技术在更多轻工业、服务业场景的拓展延伸，“未来，我们不仅会持续推进项目落地，也会考虑在晋江深化产学研合作，包括更深入的技术创新、场景验证、数据采集和产业协同。”

同样在展会平台上实现跨越的，还有北京叠加态技术有限公司。该公司成功研发纳米闭孔“柔性”绝热保温材料，仅用常规材料四分之一的重量和厚度就达到相当的保温性能，同时兼具透气、速干和抗菌功能。正是通过晋江鞋体博会，叠加态打开了全球鞋履市场的大门。

北京叠加态首席科学家钟飞鹏告诉记者，“2024年首次受邀参展后，我们已与众多国际品牌建立合作关系，甚至有国际品牌将订单下到晋江的外贸公司，指定使用叠加态材料研发新产品。”今年，北京叠加态将继续参展，将在鞋材展区展出迭代升级的Y-Warm叠加态新材料。

“晋江鞋服产业链完备，辐射效应显著；同时，晋江企业拥有很好的创新精神，晋江党委、政府为企业发展创造了良好的营商环境。”钟飞鹏说，他们十分看好晋江的产业发展前景，未来若有机会，北京叠加态将在晋江建立生产基地，更好地融入地方产业发展大局。

从科技项目的落地扎根，到创新材料的全球推广，晋江鞋体博会历经27年沉淀，累计展出面积超119万平方米，已发展成为产品展示、商贸合作、品牌孵化、技术交流于一体的国际性专业展会。2026年晋江市政府工作报告明确提出，打响“超级晋江”乐购IP，引导企业抢占时尚经济、首发经济、体育经济、宠物经济等新赛道，推动发展模式向“制造+消费”双轮驱动转变，打造闽南地区消费中心城市。以晋江鞋体博会为支点，“超级晋江”正撬动一座城市从“世界工厂”向“全球供应链中樞”系统跃迁。

# 以链聚势 晋江鞋体博会产业带选品中心成立

本报记者 吴晓艳 董严军

第二十七届中国（晋江）国际鞋业暨体育产业博览会（简称“晋江鞋体博会”）今日开幕。作为本届展会的重要创新举措，晋江鞋体博会产业带选品中心将在开幕式上正式发布，并向晋江国际鞋纺城、中国鞋都电商园、中国拖鞋全球选品中心、英林泳装展厅等单位授牌。

据悉，该选品中心旨在系统整合晋江优势产业带资源，构建常态化、全链路的产业服务体系，为行业企业对接渠道、获取订单、拓展市场提供有力支撑。与展会期间临时设点不同，该中心将实现常态化运行，覆盖设计研发、原料采购、生产制造、品牌营销、渠道对接等环节，打造“永不落幕”的选品对接平台。

当前，全球体育用品产业正经历深刻变革，供应链的敏捷性、创新能力和协同效率成为核心竞争力。晋江依托深厚产业积淀，整合各大优势产业带资源，建设实体化、常态化的选品中心，既是应对市场变化的主动作为，也是从“生产导向”向“需求导向”转型的关键布局。

## 晋江国际鞋纺城：全球最大运动鞋辅料交易中心

晋江国际鞋纺城是全球规模最大、品类最全、产品最新的运动鞋原辅材料交易集散中心，占地296亩，建筑面积49.6万平方米，目前已入驻商户超1000户，2025年交易额约498亿元。其整合了从设计研发、生产制造到展示销售的全产业链资源，采购商可实现一站式购齐。

晋江市全球鞋服纺织供应链创新中心亦落户于此。该中心立足晋江“全球最大运动鞋生产基地”的产业根基，整合设计、生产、鞋材全产业链资源，构建“鞋类成品ToB集采订货+鞋材样品化高附加值贸易”双轮驱动的创新商业模式，同时叠加共享设计、订单对接等增值服务，着力破解中小企业设计薄弱、同质化竞争等行业痛点，链接晋江优质供应链与全球采购方。



## 中国鞋都电商园：源头好货直供 助力品牌出海

中国鞋都电商园是国家电子商务示范基地，也是泉州市跨境电商产业集聚区。目前，园区入驻和培育网商近800家，年销售额超20亿元，主要经营男鞋、女鞋、童鞋、潮鞋、户外鞋等品类。

该园区着力打造品牌供应链一体化成型服务，相继设立生态圈运营服务中心、产业人才服务中心、产品供应链中心、物流仓储中心、金融服务中心、研发设计创新中心六大核心板块。在定位上，园区坚持“单聚焦、双主轴、多圈层”——聚焦鞋类产业，内贸与跨境电商并驾齐驱，充分依托晋江鞋业完整产业链优势，辐射带动周边19个淘宝村，致力于重构“专业化、规模化、现代化”的鞋类电商生态圈。

## 中国拖鞋全球选品中心：“内坑拖鞋”链接全球市场

数据显示，全球平均每8人中就有1人穿着产自晋江内坑的拖鞋；平均每1秒钟就有40双拖鞋从晋江走向全球市场。内坑镇拥有上下游产业链近2000家企业，年产拖鞋超10亿双，全产业链年产值突破300亿元。依托这一深厚产业基础，中国拖鞋全球选品中心以晋江产业带为支点，汇聚国内各大拖鞋产区资源，打造集产品展示、商贸对接、品牌推广于一体的综合服务平台。

该选品中心设有成品鞋展示区、辅料展示区、产业链推荐区、平台展示区等多元场景，并设立专业电商孵化区，通过专业直播间联动线上线下销售。目前已有80家企业完成招商入驻，未来将进一步辐射周边产业地块，面向全国乃至全球招商，引入产业配套资源。



## 英林泳装展厅：“世界泳装小镇”实现30分钟产业配套

晋江英林镇被誉为“世界泳装小镇”。在业界有这样一种说法：全世界每100件泳装中，有30件来自晋江，其中三分之二以上来自英林。英林镇分布着200多家泳装相关企业，年产值超200亿元。当地已构建起从化纤、面料到成衣的完整产业链，从一根丝到一件衣服形成上中下游产业闭环，本地企业30分钟内即可完成泳装上下游的链接。

英林泳装展厅集中展示了当地企业在面料、工艺、设计等方面的创新成果。“30分钟高效配套”的集群优势，使英林泳装在快速反应、小单定制方面具有较强的市场竞争力，成为国内最大的泳装生产基地之一。

