

2026年4月26日 星期日 编辑_施珊妹 校对_杨晨辉 设计_柯伟仁 电话0595-82003110

链接全球 筑链成势 鞋体博会背后的“晋江磁力”

本报记者 吴晓艳 陈巧玲 董晋军

4月22日傍晚，晋江国际会展中心的人流渐渐散去。展商们开始撤展，但不少人的手机还在响——刚刚交换名片后的客商发来了消息，有的是询价，有的是约看工厂，有的直接发来了订单确认。

19日，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”）在这里开幕。4天时间里，6万平方米的展厅里，2791个标准展位前人潮涌动，来自80多个国家和地区的1100多家优质展商与专业采购商在这里谈技术、看样品、签合同。最后一天临近闭展，还有订单在成交。

“今年参展，我们的订单量是去年的两倍。”北京叠加态技术有限公司首席科学家钟飞鹏说这话时，语气里带着兴奋。这家企业带来的柔性绝热新材料，只有1毫米厚，却能在零下50℃到150℃之间实现高效保暖和隔热。展会期间，他们现场签下2000多万元订单，意向订单还有3000多万元，其中八成来自海外。

这并非个例。从智能机器人到节能制鞋设备，从新材料到整条产线方案，晋江鞋体博会正在成为全球鞋业创新力量同台竞技的舞台。而支撑这个舞台的，是晋江几十年积累下来的深厚产业功底——集聚体育企业2万多家，并购国际品牌47个，孕育安踏、特步、361°、舒华等一大批行业龙头企业，体育产业规模超4000亿元，从“一根纱”到“一双鞋”，所有环节都能在这里找到。

以展会作为有形通道，链接全球客商；以产业生态作为无形通道，吸引全球创新要素落地生根。面向未来，在“晋江经验”的指引下，晋江鞋体博会以全新姿态，筑链成势，链接全球。



“十五五”开新局 加速迈向“全球鞋业创新中心”

今年是“十五五”开局之年。就在不久前，“创新发展‘晋江经验’”写入国家“十五五”规划纲要。对于晋江这座以鞋服产业起家的城市来说，这既是荣誉，更是一道新的考题：下一个五年，如何从“制鞋重镇”真正变成“全球鞋业创新中心”？或许可以从晋江鞋体博会洞悉方向。

在展会现场，记者注意到一个细节：越来越多的展商不再只展示“一双鞋”“一件材料”“一台设备”，而是展示“一套方案”。这背后，是晋江鞋服产业正在发生的深层变革——从卖产品到卖技术、卖标准、卖服务。鞋体博会上涌动的新技术、新材料、新装备，正是晋江培育新质生产力的缩影。

展馆之外，更大的变革正在发生。在陈埭镇，晋江鞋服产业园的建设工地一片繁忙。这个占地672.49亩的园区，预计年底建成投用，届时将新增超100万平方米的产业空间，实现“上下楼就是上下游，产业园就是产业链”。

在不远处的晋江国际鞋纺城，二期市场项目正在加紧建设，预计2027年8月竣工。作为亚太地区规模最大的原辅料市场，晋江国际鞋纺城年交易额超500亿元，供应着全国50%的鞋服原辅料。二期市场不仅是一期市场的扩容补充，更是一次业态、服务与开放能力的系统性提升，将吸引国内外优质鞋材商户入驻，形成国际化、多元化、全品类的产业集聚区。

一个从区域专业市场向全球鞋业产业枢纽的跃迁，正在这里上演。

而更让业界关注的是，晋江在创新平台上的布局。一方面，晋江与香港理工大学、中国科学院、中国皮革和制鞋工业研究院等共建的一批科研平台，正在成为技术突破的“发动机”；另一方面，福建省纺织鞋服产业链特聘专家团的成立，同样为晋江乃至全省鞋服产业提供顶尖的人才与智力支撑。该专家团队围绕产业链关键技术瓶颈，开展联合攻关与成果转化，推动产学研用深度融合，加速了创新要素向晋江集聚。在此基础上，晋江还积极创新“飞地”模式，打破行政区划限制，在武汉、深圳、西安等地布局城市“科创飞地”，形成“研发在外地，转化在晋江”的协同格局，让高端人才不必离乡也能服务晋江产业升级。

平台、人才、飞地协同发力，创新成果不断涌现。安踏集团发布的行业首个AI设计大模型“灵龙”，将一双运动鞋的研发周期从一个月压缩到最快4天；星达研发推出“轻量化”与“高强度”并存的新型材料格林碳纤维，一经量产便供不应求；凯嘉机器自主研发的E-TPU发泡成型机等产品，已经出口到70多个国家……

“过去我们是跟着别人跑，现在有些领域已经开始领跑甚至领跑。”一位本地企业家这样对记者说。

“晋江的鞋服产业链完整度让我印象深刻。我们不需要成品，更需要技术和产能合作。”客商K A T De Saram说。这正是晋江想要的——不是简单地把产品卖出去，而是把产业链能力输出。

从一双鞋到一条链，从一个展会到一个生态，从“晋江制造”到“晋江智造”——4天展会所呈现的，不只是一场商贸活动的落幕，更是一座城市产业变革的进行时。

全链生态筑链引凤 创新企业“用脚投票”

“晋江是全球鞋业聚集地，鞋体博会开办时间久、品牌知名度高，是专业度很高的行业对接平台。我们正是跟着这个展会一起成长起来的。”天岗精机副总经理余延洲说。这家台湾企业从2000年开始参展，20多年来，见证了展会从区域性交易会成长为全球行业风向标。今年，他们带来迭代升级后的EVA射出机，因为节能降本性能突出，现场成交了5台设备，意向订单还有十几台。

值得一提的是，这家公司决定今年6月在泉州设立研发中心。余延洲说得很实在，“只有贴近市场做研发，才能更好地服务客户。”

如果说天岗精机是深耕多年的“老朋友”，那么北京叠加态就是被晋江产业生态吸引而来的“新面孔”。“晋江鞋体博会的国际化，帮助我们更好地与国际接轨。”

钟飞鹏表示，晋江产业链完善、营商环境良好，叠加态也与晋江品牌有着紧密的合作。在此基础上，公司下一步扩张，首站将选择在晋江建立生产基地。“在靠近产业链最近的地方，企业能更好地发展；同时，我们的新技术、新材料也能为晋江品牌企业赋能，实现互利共赢。”他说。

另一家参展企业影身智能的展位前，这几天一直被围得水泄不通。他们此次带来了压底机器人、涂胶机器人及折纸盒工序智能机器人，其中压底机器人已经在晋江一家大型制鞋企业的产线上稳定运行。其核心技术是一套“原生3D世界模型”——机器人能通过视觉实时感知三维空间，看懂柔性材质、流动胶水，然后毫秒级做出动作。“胶水是流动的，传统设备处理不了，我们的机器人可以。”该部门负责人潘泽强介绍，一条智能产线改造下来，费用大约10万元到20多万元，比传统方案便宜一半，一年半到两年就能回本，“最重要的是，我们的设备可以让企业实现柔性生产。”

展会期间，影身智能收到了数十家客户的合作意向，其中包含数千万元级潜在订单。除了来自晋江本地、广东、长三角等地区的国内客商，还有来自葡萄牙、印度等地的国际客商。“一名葡萄牙制鞋厂负责人告诉我们，他在欧洲和亚洲多个地方都没有找到解决柔性涂胶的方案，在晋江找到了。”潘泽强说。

影身智能选择晋江作为商业化落地的起点，是因为这里有着完善的制鞋产业集群，而鞋业拥有最复杂的柔性制造场景。“把制鞋这个场景攻克了，我们就有能力服务更多传统制造业。”潘泽强说，公司未来计划在晋江深化产学研合作。

澳大利亚客商Budisa Stephen Francis说得很直白，“我来晋江，不光是买鞋子，更想了解整个生产流程。在这里，从EVA、TPU等材料到模具、成型设备，从设计师到品牌，所有环节都在一个地方。”

这种“一站式”的产业链优势，正是晋江最独特的“磁力”。

双向开放链接全球 “晋品出海”加速远航

一个成功的展会，让产业链上下游近悦远来。面向未来，鞋体博会的组织者有了更深远的谋划。

就在本届鞋体博会期间，晋江与意大利加达国际鞋包展、法国智奥集团两大国际会展头部资源深度合作，为企业开拓欧洲市场搭桥铺路。同时，定向邀请了200多家境外行业协会和专业采购商，覆盖俄罗斯、印度、巴西等42个国家。

意大利加达鞋服箱包展亚洲区负责人Zhang Ying表示：“晋江是中国很重要的生产基地，把经典的产品带到意大利，带到国际平台，能更好地服务国际买家。”

记者了解到，今年6月，晋江鞋体博会组委会将组织企业组团参加意大利加达鞋展，并在现场打造约200平方米的“晋品出海”精品专区。该专区将深度融入“超级晋江”元素，紧扣“中国鞋都”产业名片，全面植入晋江鞋服智造、地域产业特色、城市产业标志等专属IP，全方位彰显产业集群优势与本土底蕴，打造独具辨识度的国际化展示窗口。

此外，晋江鞋体博会组委会相关负责人透露，双方已初步达成意向，明年将邀请欧美制鞋企业来晋江参展，实现资源互通，市场互拓，进一步助力晋江鞋服产业迈向更高水平的国际化发展阶段。

来自世界各地的采购商，也在晋江找到了各自想要的方案。

墨西哥运动品牌Charly相关负责人Laura Monje带着8人团队专程赶来。此番，她希望找到让人“惊喜”的产品——创新材料。“晋江鞋产业链完善，此前我们已经和一些本地企业



合作，这次又看到了更多的鞋材企业。”Laura Monje说。

法国客商Joel Lecrop看重的是可持续性，“借助中国生产的材料和生产流程，我们可以提升行业标准，而不仅仅是拼价格。”

优瑞卡国际物流有限公司CEO多玛戈伊·马里尼走进晋江产业带实地考察后评价，“晋江企业不仅规模化生产能力很强，在产品品质、品质管控、资质认证上也已与国际标准全面接轨。”目前，他已与本地源头工厂和部分供货商开展初步接洽，希望将晋江好物分销至欧洲。

以展会为核心枢纽，深度串联产业链上下游资源。本届展会发布了一个重要平台：鞋体博会产业带选品中心——晋江国际鞋纺城、中国鞋都电商园、中国拖鞋全球选品中心、农林泳装产业园。这些选品中心落地产业带实地，作为常年服务窗口，让全球买家无论何时都能对接晋江的产业资源。同时，这也标志着展会功能从短期交易平台向长效产业服务生态的战略转型。

这一创新平台的效应已在产业端显现。晋江市拖鞋行业协会组织了80家企业、2000多平方米展区、上万款产品集中参展。这些企业大多来自内抗拖鞋产业带——正是本次授牌的“中国拖鞋全球选品中心”所在地。从过去零散参展、各自为战，到如今集体参展、集体接单，拖鞋产业带的蜕变正是“展会+产业带选品中心”双向赋能的最佳注脚。晋江市拖鞋行业协会会长张文通感慨道：“来自东南亚、中东、南美的客商云集于此集中采购拖鞋。抱团发展对整个产业体系的发展而言是一个质的改变，帮助非常大。”

