



李建輝：莆田去年產鞋12.6億雙 正努力打造國產“好鞋”

鞋業是福建省莆田市的支柱產業、當家產業，歷經30多年的發展，莆田已經成為世界知名運動鞋製造基地。在新發展格局中，莆田如何加快鞋業轉型升級？如何打造國產“好鞋”？十三屆全國人大四次會議期間，人民網記者圍繞鞋業轉型升級話題，“雲專訪”全國人大代表、莆田市長李建輝。

問：莆田鞋業走過了30多年的發展歷程，已經成為當地的支柱產業，但目前市場占有率仍有很大提升空間，您怎麼看？

答：去年全國生產的135億雙鞋，其中出口95.4億雙，國內銷售35.6億雙，而全國消費鞋類45億雙，近10億雙要從國外進口，這說明國內消費潛力尚未完全釋放。莆田擁有鞋業企業4200多家，從業人員50多萬人，鞋業產值超千億，產量12.6億雙，占全國產量的9.3%。莆田雖然擁有深耕細作的歷史積澱、精益求精的工匠精神和較為完整的產業鏈條，但仍處於價值鏈的底部，以出口代工為主。我們以低廉的價格代工生產出世界知名品牌的鞋，反過來，這些鞋又被進口，占據高端消費市場。

問：那麼，要怎麼改變“價值鏈的底部”這一狀況呢？記得您此前有提出一些觀點，指出莆田鞋歷史久、質量好、代工國際知名鞋品牌經驗豐富，要聯合創牌，打造“莆田好鞋”。請您分享一下莆田都開展了哪些有益嘗試？

答：有制造沒品牌、有工業沒文化，這是傳統產業的“痛”。為解決這一問題，莆田鼓勵鞋企之間，鞋企與品牌商標、超級IP、策劃諮詢、供應鏈金融之間達成合作，應用新模

式、新業態，實施聯盟創牌。比如，我們緊緊盯住“洛寶貝”動漫的目標群體，推動動漫的超級IP與莆田龍頭鞋企合作，成立“好童學”公司，講好“童鞋”故事，共同打造“洛寶貝”兒童品牌鞋；引進賽伯樂投資公司，成立莆田好鞋服務平臺，創新“城市品牌”與“細分品類”創牌新模式，集中打造體現莆田工匠精神的“莆田好鞋”城市級品牌；搭建一些特色品牌，大力開拓鞋業細分領域市場。

同時，鼓勵鞋業龍頭企業與電子信息、服裝生產、電商團隊等其他領域合作，進行跨界創牌。如，莆田的電商企業，充分發揮“才子”男裝的馳名商標知名度，進行跨界合作，打造“才子”男鞋；我們還專注高血壓等人群，推動鞋企與電子信息企業合作，打造健康領域品牌鞋。

問：面對新發展格局帶來的機遇，除了塑造品牌，鞋產業應如何借勢發力？

答：企業多數小散雜、供應鏈脆弱沒有話語權、市場快反能力不足，是長期困擾傳統產業升維突破的“痛”，建議加快鞋業轉型升級，既要營造平臺、厚植生態，還要科技賦能。以莆田為例——

第一，通過建立產業互聯網平臺，集合要素，整合資源，構建生態。在集采方面，組建眾聯供應服務平臺，打通集采集銷渠道，配套訂單、生產、物流和財務等方面的信息協同，為鞋企提供集中採購和撮合交易服務。目前平臺入駐企業5000多家，累計交易額110多億元，實現降本5%，訂單交付率提升15%，交貨天數縮短5天。

在智能快反方面，聯合中電研究院，搭建工業互聯網平臺，以大數據、物聯網為技術支撐，推動製造企業“上雲”，提供智能制造系統解決方案，中小企業設備效率和人員效率均提升20%。建成國內首個制鞋行業大規模個性化定制示範工廠。

在新業態方面，成立直播電商行業協會，積極打造分布式直播與人才培養基地、數字化協同平臺，鼓勵電商企業開展鞋類銷售，引導自主品牌企業全方位對接國內及跨境電商平臺，調整出口方向，拓展內銷市場。

第二，在關鍵材料、研發設計上開展關鍵核心技術“揭榜掛帥”。研發了鞋底、面料等高端新材料，2019年底獲批國家級新型功能材料產業集群。其中，龍頭企業華峰集團的高端紡織面料技術居世界一流水平，是世界著名品牌阿迪達斯、耐克、NB的頭牌供貨商。還設立了賽伯樂產業賦能創新中心，鏈接全市龍頭鞋企優勢資源，打造研發共享中心，縮短研發周期、節約研發成本、提升研發水平；設立鞋業數據中心，建立腳型、鞋型數據庫，促進研發更多精準個性匹配的產品，大大提升了產品的市場貼合度。

同時，我們出臺政策鼓勵企業加大研發投入，引進落地了新工科產業學院、北理工東南信息技術研究院、中電研究院等一批創新載體，建立華峰產業學院，暢通人才“引、育、用”，為鞋業科技創新提供人才支撐。

問：為加快鞋業轉型升級，政府應該提供哪些支持？

答：我談談莆田的做法，供參考。莆田在

福建省率先出臺鞋業“白名單”制度，及時出臺《穩鞋企促升級新十條措施》，2020年在受疫情衝擊訂單下降30%的情況下，仍然保持穩定增長。今年又出臺《加快鞋業高質量發展十條措施》，1-2月增幅達18%。

另外，創新“社會責任+金融”模式，開發普惠金融信息服務平臺，通過導入政府、銀行、企業、監管等四方部門的資源，整合公共數據，為鞋企構建用戶畫像，實現金融機構自動審批、秒貸放款，打通鞋業企業融資堵點。截至目前，平臺為132家鞋企申貸銀行放款3.2億元。

我們還設立了總規模30億元的鞋業產業基金，投資於提升產業基礎和產業鏈水平的本地創新型企業、項目，目前已完成首期1億元的投資。

問：國產“好鞋”要走出國門、走向世界，在打通外循環方面，莆田有什麼好做法可以分享？

答：莆田以2020年7月獲批“國家跨境電子商務綜合試驗區”為契機，建立跨境通關公共服務平臺，為企業提供更為全面的“一站式”服務，實現了貨物運抵莆田當日查驗、次日飛的高效物流。自去年7月投入運營至12月，出口商品377.5萬件、實現出口額1.9億元，同比分別增長809倍、80.5倍。2021年以來更是迅猛增長，1-2月出口商品245萬件、出口額達到1.48億元。

“天下媽祖回娘家”活動啓動



4月12日，“天下媽祖回娘家”活動在湄洲島啓動，拉開紀念媽祖誕辰1061周年系列活動序幕。莆田市政協主席周青鬆出席啓動儀式並為活動鳴鑼。臺商臺胞代表及深圳、泉州、漳州等地多家宮廟負責人歡聚一堂，共叙友誼，共商合作。

上午10時，鑼鼓聲響，16位哨角手引領着12位護幡湄洲女，在悠揚的童聲《媽祖》歌曲中依次就位。伴着長鳴號聲，兩面“天上聖母”幡旗和18盞紅燈在護幡手、掛燈手的引領下緩緩升起，現場氣氛莊嚴肅穆。



啓動儀式上，龍獅獻瑞、車鼓迎祥、電音三太子等豐富多彩的民俗表演陸續登場。民俗表演將一直持續到媽祖誕辰日。

千百年來，媽祖文化薪火相傳，現遍及五洲四海46個國家和地區，全球目前有上萬座媽祖廟宇。

中華媽祖文化交流協會副會長、湄洲媽祖廟董事會董事長林金贊說，媽祖回娘家尋根問祖習俗由來已久，為人類非物質文化遺產代表名錄媽祖信俗的重要內容之一。

(鄭已東 吳偉鋒)

推動跨境電商快速發展 莆田海關對接需求優化通關服務

記者日前從莆田海關獲悉，莆田跨境電子商務監管中心正式投入運營2年來，莆田市跨境電商業務快速發展，跨境電商出口貿易量“從無到有、從有到優”，助力莆田鞋服、油畫、首飾出口跑出“加速度”。

2019年3月22日，莆田市首票跨境電商零售出口業務啓動，跨境電商平臺正式啓用；2020年5月6日，中國（莆田）跨境電子商務綜合試驗區正式成立；2020年11月2日，莆田首票跨境電商B2B出口貨物順利通關放行。

2年來，為支持跨境電商產業發展，莆田海關針對莆田跨境電商監管中心業務增量及航班密度調整需求，與經營主體、機場海關等部門建立信息共享聯動協作機制，及時獲取物流動態，快速響應企業需求，靈活調配人員，保障跨境電商貨物即

到即驗即放，整體通關時間壓縮至4小時，實現了“當日報、當日清、當日出”，企業包機可提前1天起飛。

莆田海關通過“事前規範申報、事中重點審核、事後批量分析”監管模式，做到信息全、研判精、布控準，在“管得住”的基礎上實現“管得好”。履行對國內企業自主知識產權的海關保護職能，發揮數據分析優勢，加大對涉違法企業和商品的查驗力度，維護“莆田制造”形象，推動跨境電子商務行業的規範、有序、可持續發展。

據莆田海關相關負責人介紹，下一階段將結合莆田跨境電商產業發展現狀和企業實際需求，創新監管優化服務，繼續助力莆田跨境電商綜合試驗區發展壯大，為“莆田制造”走出國門打造快速通道。

(陳曉曉 蘇曉珍 許斌冰)

個性化定制 促鞋業轉型升級



位於荔城區的雙馳實業股份有限公司個性化定制示範工廠裏，一臺臺全自動織機繁忙運轉。從采集用戶腳型數據到鞋子成品，生產周期不超2小時。圖為工作人員在織機上操作生產。(陳斌攝)

莆田支持鞋企直播帶貨



日前，莆田市直播電商協會成立，打造優質供應鏈、主播孵化器，支持莆田鞋企直播帶貨，推動“莆田質造”“莆田智造”做大做強做優。圖為莆田市鞋企沃特直播帶貨。(鄭已攝)

新系統助力鞋企“智造”升級



祥麟鞋業車間生產繁忙。工人通過平板電腦端，上傳實時投放的數據，匯總到上方的電視端。陳斌攝

4月8日，位於城廂區華林工業園區的莆田市祥麟鞋業有限公司，2號生產線上的工人們一邊投放鞋子半成品，一邊通過平板電腦端上的系統錄入當天成型的產量數據。電視端上，每小時更新顯示投放的生產總量。

近年來，祥麟鞋業不斷探索轉型升級，持續提升企業管理體系建設，導入生產執行信息新系統，在企業內打造出一條高速信息鏈，實現整個流程所有生產資訊的貫通與透明。

該系統運用計劃模式及生產配套追蹤模式，建立起生產管控“大腦”。通過電腦端系

統派工并打印派工單與標籤，替代人工手寫表單，管理作業效率提升80%以上，派工單準確性達到100%。通過二維碼標籤掃描，生產賬目自動導入系統，替代員工手寫標籤、人工賬目統計，數據準確性提升到100%，實現數據從人工交接到自動生成的跨越。各個部門生產信息，包含產量、品質等準時掃描錄入，使部門生產資訊實時相互互通，隨時隨地通過電視、電腦、平板、手機等多個端口，簡單便利地查詢到實時、準確的生產資訊，使問題能夠及時發現并得以解決，提升工廠管理層的決策

準確性與及時性，降低管理成本與內部浪費成本。

該公司董事長助理盧金榮介紹，通過這些透明的信息化管理，企業在成本管控、計劃管控、物流管控上升級為智能制造工廠，告別籠統計劃、模糊追蹤的傳統時代，更加高效地提升出貨速度。

項目導入4年以來，生產效率整體提升10.8%；能源利用率提升6.5%；企業運營成本降低8.1%；產品不良率降低8.6%；訂單生產周期縮短11.3%。(陳麗君)

(福建僑報供稿)