



持续的打假重拳,令莆田鞋业自主品牌的发展势头渐猛。然而,国内鞋业市场尤其是电商市场已趋饱和,莆田鞋业该如何作为?

莆田鞋业自主品牌乘风跨境电商

□本报记者 林剑波 卞军凯 通讯员 易振环 朱崇飞

劲刮“品牌风”

“在线上线下的双重打击之下,仿冒鞋的生存空间大为缩小,自主品牌获得良好的营商环境,这是新的行业机遇。”近日,莆田市银盾网络科技有限公司创始人郑宁告诉记者,不久前,他在美国注册了一个鞋类品牌,“完全自主研发,不是简单仿造”。

近年来,除了电商平台常态化打假之外,当地政府也重拳出击,形成高压态势。今年7月,莆田在全市范围内开展打击“仿冒鞋”和“假海淘”违法行为专项行动,引导鞋类企业自主创新,加快产业转型升级。

莆田素有“鞋城”之称,全市现有4000多家制鞋企业,其中规模以上313家,从业人员50万人,去年完成规模以上工业产值677.5亿元。

青春之家体育用品有限公司位于荔城区,今年4月初到德国汉诺威参加科技展会,其自主品牌玩觅与德国客商成功对接。“玩觅在2014年推向市场,1个月时间内,销量就突破130万双,现在我们每年投入500多万元,用于研发设计,平均每个月更新4款,至今已有100多款。今年,

营业额将突破1亿元。”青春之家副总经理林志洪介绍说,今年8月推出的新款“罗马鞋”,一上市就成了市面上的爆款。

近期,在莆田繁华的商业地带,突然冒出了许多“良鞋记”品牌店。原来,这是一个3D个性化定制体验中心,属于双驰体育用品有限公司旗下。走进体验中心,顾客只要往脚型检测仪上一站,仅需3秒,就能测出脚的长度、足弓等各项数据,然后选好自己喜欢的款式,等待半小时,即可买到私人定制的鞋子。

目前,莆田鞋业尚无成为行业龙头的品牌企业,但在细分行业和电商方面,已涌现出双驰、玩觅、易佰达等40多个自主品牌。

跨境“走出去”

“新生的自主品牌知名度不高,想真正获得市场认可,需要一个漫长的过程。如果采用传统的门店模式推广,成本过高,绝非企业所能承受的。”永生鞋业有限公司董事长蔡纪宁说,“电商是更好的选择,销售范围广,不受区域限制。”

蔡纪宁算了一笔账:20人组成的一个电商团队,一年可以创造4000万元营业额,若是线下门店,要达到同样的销售规模,却需要20倍的人工数量。

拟组“集团军”

在市场风向的带动下,建立了国内电商平台的莆田鞋卖家纷纷注册公司,转战跨境电商平台。

“我们从2016年开始做海外生意,现在每天能卖出100单左右。”嘉特公司负责人朱志华说,“我们刚刚入门,还需要慢慢摸索、学习,才能熟练运作。”

同时,一些跨境电商培训机构也开

始进驻莆田。“目标客户是转型做跨境电商的小卖家,他们对跨境电商平台的运行规则和操作方式都不熟悉。”福建省梦创电子商务有限公司培训项目负责人杨志华说,“在培训班开始之前,每天都有十多人前来询问。第一期已在8月份开班,规模控制在30人,之后会不断扩大。”

今年7月23日,一场跨境电商高峰论坛在莆田举行。活动由福建百盛大同投资有限公司承办,邀请了来自全国各地的跨境电商行家里手,共同探讨跨境电商的最新形势以及实际操作技巧,为当地中小型跨境电商卖家出谋划策。

“莆田有20万‘网军’,但从事鞋类跨境电商的还不多,规模小、分散。”百盛公司董事长黄建辉认为,这些小卖家单打独斗,在营业额达到1000万元以后,就会遇到“天花板”。如果能组成“集团军”,将形成可观的潜力和市场竞争能力。

目前,黄建辉正尝试整合小卖家资源,然后在海外注册共用品牌,通过网上测试出比较畅销的款式,再找鞋厂下单定制。同时,卖出去的快件单,也是集中由出口型企业统一报关,这样既能与前端的厂家议价,又能在后端获得退税优惠,降低生产和物流运营成本。

海峡两岸文博会闭幕

投资签约项目120个
总签约额320.29亿元

本报讯(记者 潘抒捷)6日,第十届海峡两岸(厦门)文化产业博览交易会落幕。据组委会统计,本届文博会投资签约项目共120个,总签约额320.29亿元;现场交易额10.83亿元,其中订单额10.26亿元,签约项目整体质量较往届明显提升。

本届文博会主展馆举办了对接会、评选推介、签约交易、创意活动等33项活动,分布在厦门5个区的27个分会场共94个专项活动同步登场,涵盖厦门岛内外各大文化创意产业园区基地和艺术机构。文博会突出对台、突出产业、突出投资、突出交易,共有境内外1010家文化企业和机构参展,其中,台湾地区展位数907个,占总展位数近三分之一。为期4天的展会期间,各展馆人气旺盛,总参观人数达27.87万人次,其中主展馆15.87万人次。

中国武夷两项目 获鲁班奖(境外工程)

我省企业首次获得该殊荣

本报讯(记者 林侃 通讯员 李柏)3日,中国建筑行业协会公布2016—2017年度中国建设工程鲁班奖(境外工程),中国武夷肯尼亚商业银行总部大楼、肯尼亚特比-摩亚雷(A2)公路两项目成功入选,这也是我省企业首次获得境外工程鲁班奖。

作为中国建筑业最高奖的鲁班奖,每年评选一次,由国家住房和城乡建设部、中国建筑行业协会组织评奖和颁发。

福厦高铁客专泉港段开建

本报讯(庄国辉 刘泽阳)6日,福厦客专泉港段项目举行开工检查活动,这意味着经过两年的前期准备,福厦客专泉港段正式开工建设,将填补泉州市泉港区没有高铁站点的空白。

据了解,福厦高铁客专自福州南站引出,途经福州、莆田、泉州、厦门,最后引入漳州站,全长277.4公里。泉港段位于项目中间,贯北通南,需建设9座桥梁、4条隧道,总投资达30亿元以上。福厦高铁客专经过泉港17.6公里,涉及4个镇(街道)的17个建制村,计划2022年建成通车。

通关大提速 首批“审单直放”货物入境

本报讯(记者 郑璜 通讯员 许琳晶)全程仅用时13分钟!近日,由福建奔驰汽车有限公司进口的一批价值1.2万元的商用车在福州马尾口岸实现审单直放。这是全国首批采用审单放行工作模式的入境货物。

“审单直放”模式是检验检疫机构对抽批未抽中的货物,应用信息化系统,自动完成货物的报检受理、合格评定和审单放行。审单既包括对注册、认可和批准的审核,也包括对评估、验证和合格保证的审核等合格评定程序。据测算,入境货物查验率将下降76%,实验室送检率下降56%,我省预计有八成入境货物通过审单直放模式迅速放行。

加快发展先进制造业,我们在路上

(上接第1版)

在此背景下,2015年,象屿保税区划入福建自贸试验区厦门片区后,全球维修再制造依然是厦门片区重要的试点项目之一。

支持维修再制造业发展,象屿办持续发力,2017年再推多项便利措施,包括对维修再制造用途入境机电料件评定或调整为低风险等级,可免于装运前检验、口岸查验和产成品检验等。目前,保税区内专业开展维修及再制造的企业已有5家。

尽享售后维修服务带来好处的贝莱胜,再次灵敏地捕捉到商机,把目光放在全球维修、专业维修上。目前,公司已提交开展非自产非医疗产品专业维修业务的申请,将服务对象扩展到除总公司以外的世界知名企业,将售后维修业务扩展到采用高新技术的产品再制造。

“要坚持学做结合,把学习贯彻党的十九大精神与落实中央对质检工作的要求结合起来,充分认识我们工作在全局中的功能定位和重要责任,积极推进简政放权、放管结合、优化服务,为支持传统产业优化升级,对标国际先进水平扩大优质服务供给作贡献。”厦门出入境检验检疫局相关负责人表示。

(上接第1版)容量大了一倍,跑起来还省时省力,“人工与机械配合作业,路面扫得又快又干净”。

她说,她负责的路段头尾各有一座环卫工人休息室,里面桌椅整洁,配有空调、饮水机、微波炉、药箱等。以前,他们只能在立交桥下、公交车站、商场门口避风躲雨,自从有了休息室后,每个员工累了可进来歇歇脚,喝了有水喝,饭凉了有微波炉热。而且,好多沿街商家店铺也愿给他们提供热水,天气热了还有清凉饮料、绿豆汤等。社会各界对环卫工人的关爱越来越多,让她心里暖暖的。

如今,张雪琴的儿女在福州有了工作,5岁的孙女享受与福州孩子一样的入学待遇,一家人住在单位免费提供的职工宿舍里。她对眼下的生活状态很满意,她说:“我相信,以后的日子会越来越美好。”



永春手工面线: 从作坊到企业

永春县蓬壶伟发食品有限公司将手工面线生产模式从家庭作坊提升到企业,进行产业化经营,把烦琐的生产工序部分简化为流水线作业,进行标准化生产,提高了生产效率。图为近日,该公司员工在干净的车间内进行面线生产。

本报记者 游庆辉 通讯员 康庆平 摄影报道

明年起,我省森林综合保险引入市场竞争机制

本报讯(记者 王永珍)近日,省财政厅、林业厅联合印发通知,要求自2018年起,我省森林综合保险引入市场竞争机制。

通知规定,以设区市为单位,由设区林业局、财政局采取公开招标或其他符合规定的方式,从具有在我省开展农业保险经营

资质的保险公司中,选择风险保障高、服务网点覆盖面高、市场信誉好、履约能力强、理赔服务优的保险公司作为承保机构,承保公司一定三年。

根据通知,全省实行统一的保险责任、每亩保费、省级以上财政保费补贴政策,保

险责任为森林火灾、林业有害生物、雨灾、风灾、水灾、滑坡、泥石流、冰雹、冻灾、雪灾、雨淋、旱灾,每亩保险费1.5元,每亩保险金额不低于680元(具体金额以中标结果为准)。

对省级以上生态公益林,财政给予90%的保费补贴,林权所有者承担10%;

对商品林,财政给予60%~75%的保费补贴,林权所有者承担25%~40%。

省级以上生态公益林保险责任由中标的承保公司自2018年1月1日起承担,保费自2018年1月1日起算;商品林由林权所有者自愿参保。

稻田也共享

□李典利

松溪县花桥乡寺坑村创新进行稻田众筹,提高了村民收入和村集体收入,有望为造血式精准扶贫提供新路径

敲定种水稻

寺坑村位于松溪县花桥乡西北部,是该乡5个重点贫困村之一,共有246户1077人。村里共有农田面积0.14万亩,大多为山垄田。

人口基数少,大部分村民外出务工,常住人口不到200人,贫困户就占了117人。村民收入主要来自竹山和稻田,而村集体唯一的收入是国有林场返还的林地占用费3.98万元。

为了让寺坑村村民早日摆脱贫困,松溪县负责人多次前往调研。“寺坑村生态环境好,种植的稻米品质优、口感好,这是开发有机食品最大的优势。”大家观点一致。

“过去,稻谷按每公斤2.2元左右的价格售出,如果把稻谷加工成大米,每公斤卖7.4元,那么仅此一项,每亩就能助农增收500元以上。”驻村干部李春芳算了一笔账。

村里请来市农科所专家进行综合考

察评估。专家们也认为,寺坑村适合发展生态水稻种植项目。同时,村里将大米样品送往专业机构检测,结果显示,寺坑大米各类农药残留为零,且蛋白质含量达9%以上,属于优质生态米。

思路厘清了,说干就干。在寺坑村党支部书记黄启芳的带领下,村里成立了招沙甲水稻专业合作社,推选8名理事,吸收农户32户117人,其中贫困户13户45人。

今年2月,村里采取“公司+合作社+农户”的形式,由公司统一购买种子、召集农户种植,负责线上销售推广;合作社还对社员进行技术培训,实施标准化生产。此外,村里以“普通田+实验田”的模式种植水稻250亩,预计产出大米10万公斤。

众筹找销路

销路是大多数偏远乡村发展种养业最大的瓶颈。县电商办主动靠前服务,建议村里打造共享稻田,通过众筹给大米找销路。

“共享稻田就是借助互联网电商平台,把消费者和农民直接联系起来,消费者出钱,农民出地、出力,双方共享互惠。”县电商办主任罗家山说,按一个城市家庭每月消费10公斤大米计算,只要有800多个家庭来众筹,就可解决寺坑村生态大米的销售问题。

今年6月,县电商办联合银行、企业、合作社等,共同发起“大米烹香 父爱如山——贫困村留守老农种植生态大米创业求脱贫”的共享稻田众筹活动,取得圆满成功。

“我们在稻田插秧时就开始推广,做了详细的策划方案,整体销售推广分众筹模式、预订模式、爱心抢购、续订模式等四个阶段来完成。”罗家山介绍说,他们结合线上线下互动直播活动,以“微信公众号+扶贫商城”“传统媒体宣传+活动”“活动+互联网直播”等方式,在目标区域和细分人群中形成热点。

“目前,共享稻田已预订大米3750公斤,预订金额近3万元,还有数万公斤意向订单。”罗家山对生态大米的销路充满

信心。

脱贫新范本

贫困户黄大兴,一家六口人,妻子患高血压,长年吃药,家庭负担重。今年,他加入水稻专业合作社,耕作共享稻田,增收1万多元。

除贫困户有了可观收益之外,今年,寺坑村集体收入也有望增收5万元以上。

省委党校党建部副主任、地方治理研究中心主任郭为桂教授认为,现代交通、资讯的高速发展,使边远贫困山村中许多被埋没的优质资源的价值发现成为可能。寺坑村的这一模式,有望为造血式精准扶贫提供新路径。

“我们的共享稻田还处在初级发展阶段,在运行中也还存在一些问题,如合作社管理不够规范,缺乏经费来源,运输困难等。这些都是今后我们需要重点解决的问题。同时,我们还要在共享稻田中融入更多农耕文化体验元素,进一步总结推广经验。”松溪县副县长王瑛说。