民营经济样本解码:“晋江经验”何以出圈

晋江新闻摄影学会刘翼/摄

(上接A1版)

晋江的这份成绩得来不易。曾几何时,“人稠山谷瘠”、“八山一水一分田”是晋江的真实写照。晋江陈埭镇是晋江发展的一个缩影。陈埭镇是全国鞋类最密集的产业聚集区,在38.4平方公里的土地上,遍布着7000多家鞋类企业,其中95%以上都是小微企业。

陈埭镇的晋江国际鞋纺城也是全国最大最全的鞋材市场。“无论是一个鞋面或鞋底,甚至一个很小的纽扣、配饰在市场中都可以很方便地找到。”福建晋江鞋纺城有限责任公司总经理李宵还称,“目前,不仅是晋江本地的制鞋企业,各地不少知名企业都开始将设计中心搬到鞋纺城。”

“鞋纺城主要是配套好,覆盖全产业链,我的设计需要什么材料,拿一把剪刀从5楼跑到1楼基本上就都齐了。”晋江一家鞋类外贸工厂负责人康先生告诉证券时报记者,因为采购原材料的便利性,公司直接将设计中心设在鞋纺城,给客户设计生产一双样鞋,最快7天就能完成,目前公司每年鞋类出口规模达100多万双。

“陈埭镇的制鞋产业是慢慢一步步发展起来的,最早市场就在镇政府旁边的一条街上,家家户户都卖鞋材,甚至有一些居民都把外墙敲掉一小块做成店面,因为鞋材比卖日用品赚得多。”李宵还称,“最疯狂的时候,原材料来了都要抢,只要抢到就是赚到。”

一家工厂设在鞋纺城里的设计中心

庞大的制鞋产业链也孕育了不少晋江龙头企业。安踏从中小企业起步,一步步发展,市值最高时突破5000亿港元,成为中国运动鞋服领域最强龙头,跻身全球运动鞋服巨头领域;特步,手工作坊起步,精耕运动鞋服领域,成为运动休闲鞋服领域的龙头企业,市值突破200亿港元;361度,同样出身草根,30多年来持续推进品牌营销,成为运动品牌领域劲旅。

敢想敢拼且专注

在多位受访者看来,晋江商人的最大特点是敢于拼搏。

“其他地方的企业可能会赚了100万存50万,但晋江的企业往往是赚了100万,还会再贷100万,再继续冲,企业成长规模和连锁扩张效应非常强,成长速度非常快。”卡尔美体育用品有限公司总裁柯永祥说。

从手工作坊起家的晋江企业家们不想永远只当一个低端加工厂,他们要树品牌。柯永祥表示:“我在大学创业时就帮我哥的工厂卖球服,我从那时就知道有品牌才好卖,没品牌你根本卖不出去。”

晋江企业家的这股“拼劲”硬是让他们冲上了打造自身品牌的艰难之路。1999年,安踏用几乎一年净利润的“天价”签约了当时知名运动员孔令辉做代言人并在央视打广告,一炮打响了安踏品牌。

“体育明星代言人加央视广告的品牌营销模式就是由安踏创造的。”安踏集团传播高级总监姚鹏说,“就是因为安踏开风气之先,晋江的鞋服企业纷纷效仿,以至于央视5套一度被外界称为‘晋江频道’。”

其实,这也是晋江拥有的一个独特现象——大量同行业的企业共同在晋江生长、壮大,它们间的良性竞争堪称典范,“晋江精神”中的“团结”也在其中清晰显现。

敢想敢拼的另一面,是晋江企业家的专注。晋江企业家会加大投资扩大生产,却不会盲目扩张涉足其他领域。“晋江经验”一个非常鲜明的特色是,紧紧咬住实体经济发展不放松,民营企业家们一步一个脚印,硬生生蹚出一条路来。

作为晋江的领军企业,安踏方面不断提到专注一词。姚鹏表示,安踏30多年来的成长,首先要感谢时代,正是在中国改革开放的背景下才能取得今天的成果。“具体来看,安踏的经验可以总结为三个关键词:专注、创新、使命驱动,其中第一个就是专注——心无旁骛做实业。30年中安踏不是没有遇到过金融投资、体育地产等等业务多元化的外部机遇,但安踏有着非常强的战略定力,就是认真做好每一件衣服每一双鞋,深耕运动鞋服这个赛道,30年以来所有心思和资源都花在研究这个赛道上。”

安踏展馆一角 吴瞬/摄

在知名男装品牌中国利郎的晋江实验大楼中,记者在门口大屏幕上看到了一句醒目的话——“利郎会保持一直专注做服装,只投资对利郎服装发展有利的配套项目”。记者在利郎实验室中看到,利郎早已不局限于成衣,而是在不断向产业链上游延伸,通过加大科技创新投入,从无到有,从试运行到常态化,从纱线到染色,从款式到版型,从工艺到检测,搭建起了自主研发的全产业链。

利郎(中国)有限公司总裁潘荣彬告诉记者:“利郎一直专注实体经济,从产品研发、渠道建设、品牌文化等全方位探索升级,由于专注实业,公司整体转型非常快。2022年,公司销售产品中原创比例达75%以上,其中应用由集团开发独有面料的产品比例约为50%以上。”

政企互动伴“长跑”

“当时非常的艰难,一方面是企业迫在眉睫的需求,一方面是严峻的防疫责任。”想起2020年那个春天,晋江市商务局党组成员肖芳族仍记忆犹新。

众所周知,晋江是鞋服大市,每年3、4月是晋江鞋服品牌的订货旺季,来自全国各地的经销商都会会聚晋江参加订货会,订货会决定了一家品牌鞋服企业下半年乃至来年订单数量。但疫情之下,线下订货会人员密集,会有相当大的防疫风险,晋江企业负责人对此忧心忡忡,觉得肯定办不成了。

“在这个时候,晋江没有退缩,没有因为害怕担责就一刀切不让办订货会。在最大程度符合疫情防控的基础上,晋江毅然决定支持企业办订货会。”2020年3月,晋江即发布《晋江市企业订货会疫情防控工作导则》,对企业举办订货会明确了9项措施,并成立晋江企业订货会服务小组,让企业举办好订货会:鼓励企业订货会线上线下结合、分期分批举办,严格控制规模和举办时间;取消宴请和走秀等聚集活动等,最大限度降低风险……一条条接地气、操作性强的导则,让企业心里更有底。晋江鞋服产业没有因为疫情而断档,部分企业订单反而大超预期。

肖芳族表示:“良好的政企互动历来都是晋江促进经济发展的一个重要抓手,也是我们的法宝。”

企业敢拼的背后,总能看到晋江敢于给政策、干部敢于陪探索的身影。受访过程中,多家企业均告诉记者,他们领导和政府到欧洲找订单去了。据悉,近期晋江市委副书记、市长王明元带领由政府部门和企业家代表组成的晋江市政企代表团赴欧洲开展经贸交流合作,先后到访意大利、德国、法国3个国家9座城市,走访对接了16家企业及机构,取得丰硕成果。

政府部门也关注到了当下中小企业订单减少的困境,一场场由政府搭台、拓宽渠道、链接资源的活动正陆续展开。数据显示,今年以来,晋江市商务局已先后组织557家企业参加广交会、意大利加达鞋展、德国慕尼黑户外用品展等国内外重点外贸展会。接下来,美国拉斯维加斯国际服装展、意大利米兰国际皮革展等40余场重点展会参展工作也正在组织当中。正如晋江市商务局局长蔡伟达所说,帮助中小企业拿订单是纾困第一要务。

“企业冲在最前面,他们对整个市场的感触是最灵敏的。”肖芳族表示,政府建立了商务领域行业观察员制度,通过调查研究、座谈交流、即时互动等形式,了解商贸企业经营过程中的困难和问题。“一家企业自己能做的事情企业做,一家企业做不了的事情,政府部门主动介入,通过举办活动、搭建平台、出台政策,尽可能帮助企业拓展市场。”

在“晋江经验”引领下,晋江亲清政商关系融洽,慈善事业也成为事业有所成的晋江企业家关注的重点。晋江一位企业高管就表示,遇到喜事时,晋江企业家们比拼的不是排场和豪华,而是慈善捐款多寡:2007年,恒安集团许连捷父亲许书典在其80大寿当天,将9999.9999万元捐给晋江市慈善总会,成立许书典家族慈善基金;2012年1月9日,安踏集团捐出1亿元设立“安踏和木爱心基金”;2022年11月21日,百宏集团董事长施天佑、陈宏旭伉俪借长子施仲凯大婚之机捐款3999万元……

“晋江经验”闯新路

当前新形势下,晋江在传统产业转型升级和培育战略性新兴产业上也面临诸多挑战,高质量发展成为新时期“晋江经验”的破局之策。

泉州市委常委、晋江市委书记张文贤表示:“这次把‘晋江经验’写入《意见》中,上升到引领全国民营经济发展的高度,海内外晋江人倍感振奋、深受鼓舞,这极大凝聚了全市上下的合力和共识,让我们更有底气、更有信心应对当前复杂形势。我们将倍加感恩、牢记嘱托,锚定重大国家战略定位,强化担当作为,引导海内外晋江人、全体民营企业和企业家,进一步稳预期、强信心,聚精会神抓发展,全力建设中国民营经济强市,不断创新发展‘晋江经验’,为大局作出更大贡献。”

“‘晋江经验’的下一阶段就是践行高质量发展的新发展理念。高质量发展首先就是对创新的要求,安踏接下来的目标,就是以科技创新为驱动力,带领晋江的运动鞋服产业集群向价值链的高端攀升,实现从‘中国制造’到‘中国创造’,‘中国品质’到‘中国品牌’的迁跃。”姚鹏说,“作为‘晋江经验’的坚定践行者和受益者,安踏和所有从晋江走出来的企业一样,未来要继续将‘晋江经验’的内涵发扬光大,在传承的基础上创新和丰富‘晋江经验’的实践案例。”

晋江市工业和信息化局相关负责人表示:“近年来,晋江正不断推进产业创新升级。今年上半年出台《晋江市支持产业数字化转型升级十二条措施》《晋江市加快软件和信息服务业发展十六条措施》,完善数字经济政策支撑体系。围绕数智转型专项攻坚行动,上半年新增策划110个产业数字化项目;新增361度、众鑫、安踏等一批应用场景,纺织鞋服标杆效应进一步显现;盼盼、蜡笔小新、爱乡亲、安泰、华泰等企业相继启动数字化升级项目,食品、建材业数智转型样板培育成功破题。”

证券时报记者走访晋江数家企业发现,智能化升级、数字化工厂和原创研发正在引领晋江企业又一轮高速成长:卡尔美大力推进数字化改造,通过“3D试衣”,实现只做一件样衣就能交付生产,大大减少研发时间和开发成本;利郎在传统Polo衫基础上进行技术革新,让Polo衫在家用洗衣场景下30次机洗后,依旧平整亮彩如新,锻造出别人模仿不走的竞争优势……

利郎总裁潘荣彬介绍公司创新面料

如果说,传统产业的转型升级是在维持固有优势,培育新兴产业则是在为晋江画出一个新的未来。今年5月,晋江市三创园区科技孵化基地成功备案国家级科技企业孵化器。三创园作为传承发展“晋江经验”的创新实践载体,是晋江经济开发区乃至晋江市推进科创孵化转化的重要平台。截至目前,三创园累计培育49家科技型中小企业、31家国家高新技术企业、2家省科技“小巨人”领军企业、3家数字经济领域“瞪羚”和1家“未来独角兽”创新企业。

“三创园是站在晋江现有产业基础上看得到的未来。近年来,我们摸索出了一套符合晋江产业优势的高科技发展战略,入驻项目均是在晋江有生长土壤或与传统优势产业结合后能持续深耕的项目。”三创园相关负责人举例说,如2021年入驻三创园的华为(晋江)工业互联网云孵化中心,走在推动企业数字化改造的前列。借助华为技术和相关资源,该中心已促成晋江纺织、鞋服、机械、卫品等行业共40多家企业实施数字化改造。

敢为天下先、爱拼才会赢,是晋江模式在中国创造的独特风景。纵观晋江数十年来的战略抉择,无一不透露出“晋江经验”的非凡价值:从1995年的“质量立市”,1998年的“品牌立市”,2002年的打造“品牌之都”,2004年的“产业集群”,再到当下的高质量发展,“晋江经验”历久弥新,正在助力晋江闯出一条新路,也为全国民营经济发展树立起新的榜样。

晋江为全国民营经济发展树立新榜样

“999”

- 97%以上企业是民营企业
- 拥有超9万家民营企业
- 民营企业创造的产值、税收、就业岗位都在90%以上

110个

- 上半年新增策划110个产业数字化项目

557家

- 今年以来,晋江市商务局已先后组织557家企业参加国内外重点外贸展会

晋江孕育强大产业集群矩阵

- 1个超三千亿(鞋服)
- 1个超千亿(纺织)
- 2个超五百亿(建材、食品)
- 2个超三百亿(智能装备、医疗健康)

晋江市场采购贸易出口情况

数据来源:晋江国际鞋纺城

记者观察 | Observation

果然“爱拼才会赢”

证券时报记者 吴瞬

晋江“人稠山谷瘠”,自古有“造舟通异域”的海外创业冲动,“十户人家九户侨”成为晋江最大特色之一,祖籍晋江的华侨华人多达300万,遍布世界60多个国家和地区。在资源匮乏的晋江,晋江人只能拼出一条路来。

晋江的企业家精神,同样令人印象深刻。

晋江企业家敢想敢拼,从不吝啬投入。在能看到利润回报的主业上,赚100万继续冲,继续贷100万扩大投入;安踏敢于把将近一年的净利润拿出来请知名运动员代言,开创了明星运动员代言+登陆央视模式的先河;又有多位企业管理层称,早在20多年前他们就被晋江老板高薪聘请至晋江,升级公司管理和品牌形象。

另一方面,晋江企业家心怀敬畏谨慎投资。记者走访时常能看到,知名企业以显著标识宣称聚焦主业,多位企业家反复强调聚焦的重要性,表示不会涉足非主业业务。晋江企业时时面临体育、地产和金融等行业的诱惑,但他们谨慎地告诉自己专注主业,并身体力行。

团结是晋江企业家的另一个特点。晋江的鞋服企业先后用明星代言加央视广告的形式登陆CCTV5。大量同行业具有竞争关系的企业共同在晋江生长、壮大。晋江自古资源少,当地人选择出海下南洋,团队作战的传统于此形成。记者在采访中了解到,晋江的企业家们会定期交流,互帮互助,共同进步。

此外,政企关系同样让人佩服。可以说,没有政府的支持,就没有今天的鞋服重镇。在企业敢拼的背后,总能看到晋江敢于给政策、干部敢于陪探索的身影,这种精神从来没有变过。

正如歌词所唱,“三分天注定,七分靠打拼”,“晋江经验”背后更多是企业家们和政府一道“拼出来”的。而在1990年时,当时还是晋江县的晋江县委就凝练出了“诚信、谦恭、团结、拼搏”的“晋江精神”。

敢为天下先、爱拼才会赢,是晋江模式在中国创造的独特风景,也是中国各个产业之都、地方企业转型升级中的一个缩影。作为发展民营经济的样板,“晋江经验”被写入《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》。可以预见,未来将会有越来越多的“晋江”续写辉煌。

证券时报 (ID:wwwstcncom)

零售价:RMB 4元 HKD 5元 北京 长春 济南 西安 杭州 上海 无锡 长沙 成都 深圳 福州同时印刷 本报地址:深圳市福田区皇岗路5001号深业上城A座写字楼57-59楼 邮编:518038 北京市朝阳区金台西路2号人民日报社新媒体大厦32层 邮编:100733