焦作日报
影响怀川 服务发展

产经观察 周刊
Industrial observation weekly

统筹：孙国利
编辑：杨海利
校对：薛秋霞
组版：华保红

6

2013 年 4 月 2 日 星期二
逢周二出版 第 47 期

爆料电话：8797311 8797319

转型示范·传统优势产业科学发展探路系列报道之一

温县鞋业：市场探路 30 载

编者按 建设中原经济区经济转型示范市，焦作工业当仁不让。在怀川这片充满希望的田野上，以温县鞋业、沁阳玻璃钢、武陟制动器、孟州粮食深加工等为代表的一大批传统优势产业，曾风光无限，定格在焦作经济社会发展史上。

市场经济，大浪淘沙。改革开放三十多年，这些曾经的传统优势产业，经历了蓬勃、萧条，进而转型发展的过程。而今，面对转型示范这篇大文章，我市传统优势产业又该如何立足自身比较优势，实施技术植入、创新融入，让“短板”变长、优势更优，进而迸发更强的力量呢？从即日起，本报记者为您一一解读，敬请广大读者不吝赐教。

本报记者 孙国利 许伟涛

温县南张羌镇东方鞋业二厂的工人在生产儿童凉鞋。该厂是一家专门生产儿童凉鞋、雪地靴、棉鞋等经济适用鞋的民营企业，年生产各种鞋类制品 200 余万双，产品俏销全国各地。 本报记者 **杨 帆** 摄

鞋子合不合脚，穿着才知道。这话说得通俗易懂。

那么，经过 30 年发展的温县鞋业，到底合不合市场这只脚？面对我市转型示范的澎湃之势，曾经红火一时的温县鞋业，在经过曾经的蓬勃和萧条之后，转型之路在何方？

2008 年，本报曾以《穿新鞋 走新路》为题，全方位报道了温县鞋业结构调整的努力与尝试。而今，时隔 5 年之后，记者重踏古温大地，再探温县鞋业的转型路径。

重访印象：“鞋业之都”，繁荣依旧

温县，与 1300 多公里之外的“中国鞋都”温州，仅一字之差。温县，也曾因鞋业享誉全国，是国内重要的鞋业生产集散地。

鼎盛时期，主要分布在温县祥云镇、黄庄镇的胶鞋、布鞋生产企业有近 30 家，而分布在南张羌镇等地的塑料凉鞋、拖鞋生产企业更是在 200 家以上。据此，温县被业内人士誉为中原“鞋业之都”。

日前，记者专程赶往温县南张羌镇北张羌村。在村干部史卫峰的引领下，记者来到村民院落包围中的一家企业——河南省远航制鞋有限公司。这家创建于 1979 年的制鞋企业，而今已是我省最大的出口创汇制鞋企业之一。

不善言谈的郑联，是个地地道道的“老制鞋”。自远航制鞋创建之初就在这里，负责生产的组织和管理。问起企业 30 年来的变化，郑联说，当初，远航制鞋主要做大头皮鞋、小毛童鞋等“大路货”，价格也就在 10 元左右。目前，远航制鞋则有双密度 PU 鞋、劳保鞋两条生产线，100 多名工人大都来自本村，月均产量 2 万多双。

据介绍，经过产品结构调整和技术升级，远航制鞋的产品经过下料、做帮、紧帮、模压等工序，再利用机械一次性帮底成型，产品具有结构紧密且外形美观具有耐磨、防水、防滑等特点，全部出口北美、欧洲、中东等 20 多个国家和地区，每双鞋的售价在 24 元左右。

而在该村另一处农家院落里，记者看到，两三台机器、十来个工人就组成了一个小型凉鞋加工厂。院里是已加工好的凉鞋，正被装入写有“温县北张羌翔丽鞋业”字样的纸箱，静候发货。

负责生产的张二敏告诉记者，塑料凉鞋制作比较简单，是用本地原料聚氯乙烯树脂，经加油高温后一次成型，稍作修整后就能装箱出售。当然，一双拖鞋的价格也只有几块钱。

“有活就干几天，没活就不干，夫妻两在家农忙种地，农闲做鞋。”史卫峰说，南张羌镇的凉鞋产业，其庭院经济独树一帜，而全镇也形成了 6 个制鞋专业村。

一路所见，也证明了史卫峰所言非虚——同鑫鞋业、东方鞋业、精良鞋模厂……在南张羌镇采访时，记者看到路边到处都是鞋厂的标志标牌。

温县统计局数字显示：截至去年年底，温县规模以上制鞋企业 29 家，其占全县乡镇规模以上企业的比率超过了 18%。

转型探路：“七星”“天狼”，路径选择

温县这一“鞋业之都”在构建过程中，县域内聚集了数量众多的专业人才，积淀了与之配套的技术、市场、工艺等诸多生产要素，并在新的市场条件下与新技术、新工艺、新款式成功对接，最终催生了一批成功探路市场转型的制鞋企业。

其中，温县七星鞋业有限公司可谓是典型。成立于 2007 年的七星鞋业，占地面积 4 万平方米，是一家集开发、制造和销售为一体的企业，是温县塑料制鞋业的标志性企业、政府挂牌保护的示范企业。

与那些庭院经济形态不同，走进七星鞋业，只见办公区与生产区由一道自动门隔开，生产区内四栋浅黄色标准化厂房前后排列，颇有现代企业的气魄。

穿过原料车间，走进半成品车间，只见高中低档产品分为不同加工单元，井然有序。陪同采访的七星鞋业办公室工作人员秦凌盈说，七星鞋业产品以 EVA 花园鞋、EVA 棉鞋及高档 EVA 拖鞋、凉鞋；舒适、柔软的 PVC 吹气发泡凉鞋、棉鞋；高档 TPU 凉鞋为主，生产适合不同季节需要的各种型号的男、女以及童鞋，年产成品鞋 1000 多万双、EVA 成品颗粒料 1000 吨，是目前中原地区最大的塑料制鞋企业。秦凌盈说，EVA 休闲鞋的材料介于塑料和橡胶之间，具有超轻便、极耐磨的特点。七星鞋业投资 200 多万元，配置了长江以北区域唯一一套德国进口制鞋设备。

在车间的南半部，一字排开着 12 台卧式注塑机。这种俗称为果冻鞋的 TPU 凉鞋，在室内是白色，见阳光能变色，其原料成本每吨高达 24500 元，出厂价 27 元，而在超市则卖到 150 元以上。

“PVC 吹气发泡凉鞋属低端产品，将是七星鞋业的下步淘汰对象。企业已从去年的 16 台机器，减到了今年的 8 台，下一步还会进行压缩。”秦凌盈告诉记者，今年，七星鞋业新引进各种制鞋生产线 10 余(台)套，在原有各级各类鞋品基础上，继续深化产品档次提升、工艺改进和款式优化，以实现产品的多元化、差异化，积极努力地提高产品的产销量、品牌知名度及市场占有率，以实现公司的可持续发展。

与七星鞋业不同，焦作市天狼鞋业有限公司的转型之路，可谓是一个传奇。2008 年，在国内，一双解放鞋最高售价不过 6.6 元人民币，而天狼鞋业的解放鞋却在欧美数十个国家每双售价达到 75 美元(约合人民币 500 元)。

藉此，天狼鞋业不仅登上了央视新闻、环球时报海外版、等国内外媒体，其生产 TLOSPOP(一丁点骄傲)品牌还登上了法国时尚杂志。

“天狼鞋业走过了‘墙内开花墙外香’的品牌塑造阶段，走出了一条由国外转向国内的品牌塑造之路。”天狼鞋业技术副总黄海文说，整个制鞋行业，从南方转移到内地是大势所趋，但如果还以解放鞋的老面孔，产品将难有质的突破。5 年来，天狼鞋业产品重新定位，叫响 TLOSPOP 品牌，实现产品多样化，工装鞋、休闲鞋、运动鞋，以适合国内的消费者。

“产品要想在市场中站稳脚跟，品质很重要。今天的品质，就是明天的市场。”黄海文说，为此，天狼鞋业强化工艺生产组织，保证产品品质，并以 OSPOP 为支点，成立品牌营销中心，扩大市场份额。

天狼鞋业去年的产量在 10 万双左右，今年年底前能实现 15 万双的产量。但黄海文认为，鞋业转型，不能只盯在生产规模的扩大上。鞋子的基本结构都是一样的，重要的是不臭脚，橡胶材料的配方，健康无异味，天狼鞋业下一步将瞄准轻量化、有按摩保健作用的高端鞋进行研发。

“原来的上规模、大批量战略，因劳动力成本的增加，已不现实，走品牌之路、提高产品附加值是今后企业发展方向。”黄海文说。

路径思考：转型升级，路在何方

毋庸置疑，温县鞋业起步并不晚，规模也不小，还有着良好的产业基础。但问题的关键是，温县为何没有像温州一样，培育出一批叫得响的品牌呢？

答案很简单：温县鞋业，没有完全适应市场这只脚。咋个不适应法？温县鞋业缺乏统一的产业规划，各吹各的调，各干各的活，行业间存在着严重的低质化、同质化恶性竞争。温县鞋业的主力军依然是“大路货”，主要靠中低档产品闯市场，严重缺乏响当当的“品牌货”，市场影响力不足，创效能力有限……

市场经济条件下，随着生产要素的制约越来越严重，温县鞋业要想获取更大的发展，必须进行战略性结构调整。

那么，温县鞋业转型之路在何方？首先在于分工协作，增强抱团闯市场的意识。正如温州鞋业的产品当初具有低成本的优势，主要得益于浙江民营企业默契的社会分工，这也构成了温州鞋业群体的众多中小企业的成功之道，从而在全国乃至全世界都具有很强的竞争力。

值得庆幸的是，七星鞋业自开创以来，一直专注于此，并成效显著。据了解，七星鞋业通过不断从沿海发达城市引进先进技术和管理经验，注重加强对外协作，与相关企业建立“共同发展”机制，吸引了 20 多家相关职业企业在我公司设立分支机构，形成了以七星公司为中心的鞋机、鞋材、模具、化工原料等为配套服务中心。

但是温县鞋业要由“物美价廉”跃升为“物美价高”，则还必须实施自主创新和品牌战略相结合。

众所周知，只做贴牌的皮鞋一双卖二三十元，如果是省级名牌就可以卖到五六十元，如果是国内知名品牌可以卖到几百元或者上千元，如果是国际牌子可以卖几千元，如果是国际名牌就可以卖到上万元。无疑，这是温县鞋业未来要走的道路，品牌经济也将是温县鞋业增长的重要依托。

对此，秦凌盈坦言，七星鞋业生产的水晶鞋价格仅为 30 多元，而某名牌同样式一款产品市场价却能卖到 600 元。

如今，天狼鞋业凭借“中国著名品牌”的品牌优势，产品附加值大大提高，其高端产品的售价已近 300 元，利润率由 8%~15%提高到 60%~80%。“量产小了，但利润空间大了。”黄海文说。

品牌意识、协作意识不强，专业化分工不够……这些都能成为温县鞋业为啥长不大的原因。但黄海文认为，更重要的是，下一步，政府要加强引导，帮助企业联接市场前沿窗口，企业协会要在企业间协调、进行产业规划、增加凝聚力方面发挥作用，确保在公平竞争中培育自有品牌。

有多远的眼光，就有多大的前程。温县鞋业，何尝不是如此？温县鞋业有基础，但基础并不牢；温县鞋业，有优势，但优势并不大；温县鞋业，有后劲，但后劲并不足。咋办？好办，一句话：搞协作，铸品牌，闯市场。

产经视角

昊华宇航着力破解烧碱销售难题

调整销售策略 控制库存上限

本报讯（记者**孙国利** 通讯员**耍旭祥、李冲**）昊华宇航化工有限责任公司针对烧碱下游需求低迷，销售价格下滑等不利因素，采取多种措施强化烧碱产品销售，有效控制了库存上限，做到了负荷不减、淡季不淡。今年一季度，昊华宇航烧碱生产负荷达到 95%，销售烧碱 12.28 万吨，同比增长 27%。

自去年 9 月份以来，国内烧碱市场需求逐步萎缩，价格一路下行。尤其是今年春节前后，企业烧碱销售受阻，上游厂家库存量激增，其价格由过去最高的 3100 元/吨下降到 2000 元/吨。面对严峻的市场环境，昊华宇航在稳定生产的基础上，及时启动销售应急预案，组织销售人员了解掌握市场信息、调整销售策略、协调运输车辆，有效控制了库存上限，保证烧碱销售。

分析掌握市场变化趋势。昊华宇航现有年 54 万吨烧碱规模，单月产量平均为 4 万余吨，产量较大、库容有限。为确保烧碱销售，昊华宇航销售人员坚持每天了解市场信息，掌握省内外烧碱市场走势，密切关注同行业的生产、库存情况，用户的生产负荷、日用量、库存量及卸车等情况，做到心中有数，提前应对，有针对性地调整生产负荷，合理安排销售。今年前三个月，昊华宇航没有因销售问题降低生产负荷。

加快运输车辆周转速度。受需求萎缩影响，下游用户厂家经常会出现几十辆甚至上百辆碱车在等待卸车，少则 1~2 天，多则 3~5 天。面对卸车时间长、车辆周转慢、库存增加等严重制约烧碱销售的局面，昊华宇航组织销售人员前往下游厂家了解烧碱生产和库存情况，及时协调卸车，合理安排发货，并对运行车辆实时跟踪，确保车辆及时返回装车。同时，昊华宇航还征调外部车辆 30 余台，提高运输能力 15%，最高日发车量达到 124 车。

适时调整销售策略。今年的连霍高速义昌大桥爆炸坍塌事故以及大雾、雨雪天气，增加了烧碱运输难度，库存量接近上限。针对这种情况，昊华宇航快速应对，及时调整生产和销售策略，将沁阳氯碱厂区生产低碱变为生产高碱，以减轻低碱库存压力。同时，昊华宇航实行销售、物流人员现场值班，协调运力，昼夜装车发运。在此基础上，昊华宇航还协调中铝、新乡化纤等用户，洽谈增加月度订单并签订供货合同。今年 1~3 月份，昊华宇航新增烧碱订单量 2.2 万吨。

自主择业军转干部有了实训基地

我市有两家企业可供选择

本报讯（记者**詹长松** 通讯员**张苗**）记者从 3 月 28 日召开的全省转业军人自主择业工作会议上获悉，我省首批 24 家“自主择业军转干部实习实训基地”名单确定。我市的淼雨饮品股份有限公司、卓立烫印有限公司两家企业榜上有名。

建立“自主择业军转干部实习实训基地”，能够进一步推进我省自主择业军转干部就业创业工作，拓宽就业创业渠道，积累就业创业经验，提高就业创业能力，充分发挥自主择业军转干部人才资源优势。

孟州：四项举措助推企业创新

本报讯（记者**许伟涛** 通讯员**杨文娟**）如何让企业真正成为研发投入的主体、技术创新活动的主体、创新成果应用的主体？孟州市全面加强对企业自主创新的引导、扶持和服务，为地方经济社会跨越发展提供强力支撑。

大力培育高新技术企业。孟州市深入企业广泛宣传《高新技术企业认定管理办法》等扶持创新政策，积极开展高新技术企业申报培训，帮助企业完善高新技术企业认定所需资料。目前，孟州市国家高新技术企业已达到 5 家。

加快推进创新平台建设。孟州市重点支持一批科技含量高、市场前景好的企业建立创新平台。截至目前，全市 80%以上的企业已建立研发机构，拥有国家级博士后科研工作站 1 家、国家级企业技术创新机构 2 家，省级行业工程技术研究中心 7 家、河南省博士后科研流动工作站 2 家，焦作市级工程技术中心 17 家。

深化科技合作交流。孟州市邀请清华大学、河南科技大学等高等院校和科研院所的专家教授深入该市的飞孟公司、中原活塞等企业进行技术对接，促进企业与院校达成合作意向。

积极争取项目资金扶持。孟州市还筛选一批市场前景好、支撑带动作用大的科技项目充实项目库，扩大项目储备，积极引导企业树立创新主体意识，加大研发投入，推动一批重大产业化项目实施，拉动产业实现大发展，争取上级政策性资金支持。

微言论道

三 问 温 县 鞋 业

□微 言

鞋子合脚才能跑得快，这是一个朴素的道理。

说起温县鞋业的转型之路，笔者以为是任重而道远。当下，温县鞋业真正需要的是，多问几个为什么？重新审视商业模式及产业价值，并建立起适合自己的、可持续发展的发展模式。

一问良好产业基础缘何难育好品牌？温县曾因鞋业享誉全国，是国内重要的鞋业生产集散地，可见温县鞋业，基础不差。但为何在三十年的产业发展过程中，没有产生一个叫得响的品牌？当然，这不是说，所有的企业一定要由小变大、由弱变强，都成为知名品牌才属正常。而是说，在如此良好的产业基础中，理应孕育出更多的“七星”、“天狼”来。

按理说，鞋子作为终端消费品，最易被消费者认可，并在口口相传中家喻户晓，达到良好的品牌知名度和忠诚度。其未然者，盖因温县鞋业缺少系统思考的产业规划，致使产业散而乱，难以形成产业的集聚效应。

一份题为《打造经济适用鞋基地是必走之路》的调查报告中，描述了 2007 年上半年南张羌镇制鞋曾出现过“一哄而上”的乱象，并绘出如是小像：“三月份一哄而起，产量大；四月份价格滑坡，产量降；五月份配码苦撑，产量低，卖模具；六月份关停并转，产量无，卖机器。”

“一哄而上”既是乱象，却也恰恰是一次产业发展的先决条件。可惜由于缺乏统一的产业谋划，生产线上得多，产量自然大，但产品趋于雷同且企业间互相倾轧，从而陷入低端复制的轮回。

二问竞争力来自高效率还是低成本？一直以来，在全球产业化分工的大格局下，整个“中国制造”都是依靠劳动力差价赚取微薄的利润。当然，温县鞋业也不例外，其庭院经济业态之所以能存在下来，即是明证。

众所周知，在自动化程度比较高的行业，效率可以通过采用大型自动化设备取代过去的手工流程，以此降低劳动力成本上升带来的压力。而在一些大量依靠手工的代工行业，更多的企业选择简化流水线流程。那么，当劳动力成本优势不再时，如何重新定义“温县鞋业”的竞争力？有些企业已经开始将目光由成本转向效率。比如，七星鞋业逐步淘汰低端产品产能，增大高附加值产品比重；天狼鞋业以自有品牌 OSPOP 为支点，突破“薄利多销”的藩篱，走品牌之路。

三问市场环境中温县鞋业如何蜕变？温县鞋业要发展，离不开一句话：搞协作，铸品牌，闯市场。但如今的市场环境已经变化，并体现在机会涌现、成本上升、技术变革等市场因素的影响。如果再走原来贴牌代工的老路，已然不通。所以，温县鞋业要挤进高端市场，除了借助外力支撑，如资金、技术、合资伙伴完全可以脱胎换骨、上档升级之外，只有靠品质。但这已不是一般意义上的产品质量，而是系统性的产品质量，包括生产均衡化、细节、交货周期、包装等，讲究的是精益求精。

为此，温县鞋企要转变发展模式，逐步从低端市场进军高端市场，从代工转型为设计商，从生产企业成为品牌运营商，不断尝试角色转换后牢牢握住市场主动权；温县鞋革商会要充分发挥协调作用，避免相互照搬样式，产生低质低价的恶性竞争；有关部门应进行产业规划，补上温县鞋业前端设计这块“短板”，摒弃只注重细枝末节改进的“市场研发”，并构建市场销售渠道和网络，连接市场前沿，把握市场脉搏。

三问温县鞋业，是为明了“瓶颈”后的根由，重估其发展模式。

“安全卫士”随身带

本报记者 张 璐 本报通讯员 陈 莉

提起开关，在人们的脑海中会闪现出固定在墙体上各种形状的电源开关。然而在风神轮胎股份有限公司，记者意外发现，开炼机的操作员工个个脖子上挂着一个黑色长方体状的玩意，乍一看还以为是工作牌，仔细一问，才知道这是员工随身携带的新式开关。

开炼机是风神股份橡胶加工的主要设备之一。由于开炼机外露转动部位多、转速快、转矩大、辊温高、自动化程度低，安全防护成为了风神股份安全管理最头疼的问题。

去年 10 月份，为保证员工安全，风神股份专门成立了整治小组，在公司 100 余台开炼机的作业人身上安放一个开关引擎发射装置，并在设备运行控制线路上安装一个接收器。当操作人轻轻拍压随身携带的安全急停开关引擎发射装置，接收器就会收到信号即刻触发继电器由闭合状态转为常开状态，继而促使驱动电路失电，安全急停开关启动刹车装置制动，设备停止运行并报警，从而缩短了操作工自我安保与自救应急处置时间，这相当于给操作工增添了个“安全贴身卫士”。

“以前出现突发事件，必须赶快寻找开关，切掉电源。现在可好了，手指一动，就能控制开关，并在第一时间对设备进行停控并自动上报事故区域。”风神股份制造一部开炼机操作工靳圆圆，指着挂在脖子上的安全携带式开关告诉记者。