

石林鞋业成我市首家国家高新技术鞋企，老板一年花六七百万元研发出近千款新品

做不出新产品，就打不开市场

记者 赵碧莹 通讯员 沈益峰 文/图

国家高新技术企业，是指在《国家重点支持的高新技术领域》内，持续进行研究开发与技术成果转化，形成企业核心自主知识产权的企业，顾名思义，与企业自主研发能力脱不了关系。而创新研发也恰恰是温岭鞋业发展路上的短板所在。近几年来，温岭鞋企显然也意识到了这个问题，纷纷加速引进人才，提升价值链。

近日，台州市石林鞋业有限公司就打破了温岭鞋技术含量低的刻板印象，凭借着自主创新能力，被认定为国家高新技术企业，这也是温岭第一家被认定为国家高新技术企业的鞋企。

加强自主研发力量，一年推出近千款新品

我们一年在研发投入上就有六七百万元，车间的设计师有二三十个人，这其中，光负责女鞋设计的就有十几个人。董事长林广音说，现在是全球信息互通的时代，流行变得很快。以前我们一个款式能卖好几年，现在可能只能卖一个季度；以前单款单色鞋一年能销售上万双，现在可能只有1000多双；以前500个款式就能卖2个亿，现在可能需要5000个款式才能卖到2个亿。

在这样的情况下，石林鞋业想要持续在市场上占有优势，就必须重视设计。林广音告诉记者，石林的研发团队每一季度都会去各个国家考察调研，并根据变化研发新品。他们还和晋江的开发设计团队进行合作，对方的团队有一两百个人，而且信息流通快，石林只要把大概思路和市场告诉他们，他们就会设计出企业想要的产品。除了设计团队，我们还会找加工厂协作开发产品，全方位提升企业产品开发能力。如今，我们一年就能推出近千个款式。

其实，不只是我们，可以说温岭所有的鞋企几乎都在这么做，大家都意识到，开发不出新产品，就打不开市场了。他说，自主研发的新鞋，由于款式新颖等原因，相对来说报价更高一些。这也是我们石林鞋业高效益的秘诀之一。

石林鞋业

疫情影响之下，以出口

为主的温岭鞋企首当其冲，而石林鞋业3月份就开始日夜加班，自主创新就是企业的底气之一。

各地设立直营窗口，多元化实施多品牌战略

除了自主创新，石林鞋业在乌克兰、波兰、莫斯科的销售窗口也成了困境之下，企业坚实的后盾。

我市多数制鞋企业以单纯的代工、贴牌为主，没有叫得响的自主品牌；出口增长也以数量为主，整体利润率不高。作为行业中的一员老兵，林广音早早就选择了创立自主品牌，由加工制造向创新设计转变。而这也是石林鞋业有别于其他外贸出口鞋企最大的特色。

那是在2003年的时候，林广音渐渐觉得只做代加工不得劲，开始尝试着打造自主品牌。在国外做中国的品牌难上加难，我们也是经过5年的铺垫，在2009年才开始慢慢有了知名度，产品定位也逐渐清晰，在市场上有了更多的话语权。而这个话语权就体现在即使去年形势不乐观，石林鞋业的自主品牌在国外的定价依然由他们自己说了算。

也是在2009年，石林开始在各个市场注册自己的商标。值得一提的是，他们不是笼统地注册一个商标，而是针对产品的多元化实施多品牌战略，不同的鞋类注册不同的品牌。我们最早打造的是客来峰品牌，这一品牌主要生产运动鞋。后来，我们又注册了男鞋伟丰品牌和伟丰出口贸易公司。林广音说，接着，石林鞋业又先后申请了波丽娜女鞋和佰思嘉童鞋两个品牌，为各类细分的客户提供他们想要的鞋子。客来峰

伟丰、波丽娜和佰思嘉4个品牌形成差异化竞争，覆盖更大的人群范围，提高客户的购买欲望。实施多品牌战略还有一个好处，万一某一品牌受到冲击，我们还有另外的品牌可以坚守，不会出现轰然倒塌的惨境。这是一种防御措施。林广音说。

为了提升品牌知名度，2003年，石林鞋业在乌克兰设立了直营窗口；2010年又在波兰设立了直营窗口；2017年，莫斯科有了石林的直营窗口。如果没有疫情，我们去年本来还计划在俄罗斯

其他城市再设立一个窗口的。林广音说，这些直营窗口可以说是石林鞋业的避风港。2007年美国金融危机爆发继而影响全球，石林鞋业不少客户也停止下单，他们通过直营店的批发

零售，稳住了销售基本盘。并且，各直营店以当地货币结算，根据当地物价波动及时调整售价，对冲了汇率结算带来的影响。在开拓市场时，我们通过直营窗口辐射到二级批发市场，再辐射到一些小的商超，慢慢让石林的品牌在国际市场上有了更大的存在感。

2010年，石林鞋业在乌克兰建立了自己的加工厂。避开了关税的影响，我们一双鞋子成本能降低4~6美金，销售优势一下子体现了出来，那一年，我们在乌克兰市场销量大增，4000多人口的乌克兰，我们一年能销售两三百万双鞋子。

而去年疫情之下，石林鞋业更是将重心转到了自主品牌上。去年，我们80%的销量都是靠自主品牌实现的。林广音说。



记者手记

温岭鞋业路在何方？

记者 赵碧莹

温岭鞋业未来之路在何方？这一直是温岭众多传统产业转型过程中风口浪尖的话题。关于温岭鞋企转型之痛，我也曾多次报道过，同质化竞争、口碑翻盘难、劳动力成本上涨、原材料涨价、国际环境变化，摆在温岭鞋企面前的是前所未有的压力和困难。

弥漫的战场，温岭鞋业没有退路，必须加快引进、吸收先进技术、先进理念，大力促进自主品牌的创立，加强科技创新，掌握鞋业的核心技术，加速产品质量提升，加紧知名品牌培育，加快新旧动能转换。这是浙江卓凌鞋业有限公司董事长盛建勇在接受记者采访时说的话。

但是，新旧动能的转换对温岭鞋业来说却是一场难上加难的自我革命。做自主品牌，温岭鞋企与福建、温州等地的鞋企相比，已经错过了最佳的机会，如今想要追赶，就要下更大的功夫。

而想要创新，温岭这个鞋业基地里大多是低端生产、加工、模仿或代理的产品，这种以单纯模仿或者代理加工为特征的运用创新，已经造成了温岭鞋业整体根本性自主创新能力的丧失。

这个行业想要真正实现涅槃重生，要走的路还很长。

不过，虽然难关重重，但值得庆幸的是，越来越多鞋企已经开始攀爬，试图翻过转型这座大山。就像石林鞋业，每年把大量的人力、物力放在了研发设计上，这才有了如今的国家高新技术企业；就像卓凌鞋业和陕西科技大学深度合作，成立了卓凌中老年鞋设计研究院，专门进行中老年鞋科技研发设计；就像几米熊鞋业与瑞士一家实验室合作，开发、生产中高端的儿童机能鞋；还有足友体育与中国皮革制鞋研究院合作组建了全国首家学生鞋研究中心，研制适合我国学生穿的鞋类。

与此同时，温岭市委、市政府也在精准聚焦问题，以产业革命、环境革命双轮驱动，倒逼鞋企整治提升，重塑鞋业品牌新形象。如今，鞋业创新服务综合体、晋江（温岭）鞋业研究中心的建成和温岭鞋业智能制造产业联盟的成立，将推动温岭鞋业研发设计、涉鞋科研项目合作和技术成果转化。我市还先后引进了浙江创科儿童用品研究院、浙江工贸职业技术学院等高校、科研院所，搭建了温岭鞋业公共检测服务中心、温岭市城北鞋业检测服务中心等服务平台，给了鞋业优化升级更多的创新底气。相信温岭鞋业在痛过后将会迎来逆风翻盘、向阳而生的未来。

去年我市新增国家高新技术企业67家

本报讯（记者赵碧莹）浙江双森金属科技股份有限公司是我市一家致力于精密不锈钢管、不锈钢饮用水管道、压力容器管道的研发、生产、销售与服务的现代化企业。2015年起，该公司加快实施专利新产品产业化工程，推进自主知识产权的专利新产品向现实生产力转化，开发具有自主知识产权、市场前景好、附加价值高的专利产品，并围绕专利新产品，创造企业新的销售增长点。目前，该公司已获得近30项有效专利。凭借着创新能力，去年，企业不仅成为了2019年度台州专利示范企业，还成功被认定为国家级高新技术企业。

除了浙江双森金属科技股份有限公司，去年我市共有包括爱科赛智能科技（浙江）有限公司、浙江东音科技有限公司、台州贝力特机械有限公司、台州韩进泵业等在内的67家企业被认定为国家高新技术企业，这些企业未必规模都很大，但科技含量都比较高。市科技局相关负责人介绍，目前，我市

已有国家高新技术企业276家。

这位负责人告诉记者，这几年政府一直都非常鼓励企业注重创新，加强自主研发，并为此不断深化高新技术企业育苗造林工程和科技型企业双倍增计划，实施一企一策精准辅导，建立企业培育后备库，同时积极引导企业建设企业研究院和研发中心，推动创新要素向企业集聚，希望推动量大面广的中小企业向新技术、新产业、新模式、新业态转型。去年我市新增省级企业研究院3家、省级高新技术企业研发中心4家，新增省级众创空间2家、台州市级高新技术企业研发中心22家。

除了国家高新技术企业，双倍增计划里的另一个主角科技型中小企业今年也新增了230家，认定数居台州首位。截至目前，我市科技型中小企业已经超千家。这位负责人说，这些数据的递增也意味着科技创新支撑温岭民营企业发展的作用日益凸显，温岭民营经济和产业转型升级正在加速。



延伸阅读