



记者随团学习札记

向晋江学什么

学习印象

政府当好“店小二” 构建“亲”“清”政商关系

滨州日报/滨州网记者 任宵 张丹

7月22日,滨州党政代表团一行30余人在市委书记、市人大常委会主任张光峰率领下启程,赴福建和江苏两省的3个城市进行为期3天的考察学习,目的是寻找差距、解放思想,寻求培育经济发展新动能、传统产业转型升级、优化营商环境的“真经”。

福建省晋江市是本次“取经之旅”的第一站,这座在改革开放进程中创造“晋江奇迹”的县级市到底有哪些地方值得滨州学习?

“晋江经验”是“晋江奇迹”的理论指引

晋江,是享誉中国的“品牌之都”。恒安、安踏、361°、德尔惠、七匹狼、利郎、劲霸、柒牌……都出自这里。在晋江城市展馆的一楼,墙面上刻着十余项国家级荣誉——“中国品牌之都”“全国文化先进市”“全国体育先进市”“全国双拥模范城”……

2017年,晋江市GDP完成1981.5亿元,增长8.2%;财政总收入212.2亿元,增长5.58%。经济总量连续24年保持福建省域首位,县域经济基本竞争力连续17年位居全国前十。目前,晋江持有中国驰名商标42枚,品牌企业专卖店、直营店超过25万家,有50多家企业到境外设立商务机构,拥有46家上市公司,数量居全国县域首位,总市值超1800亿元。

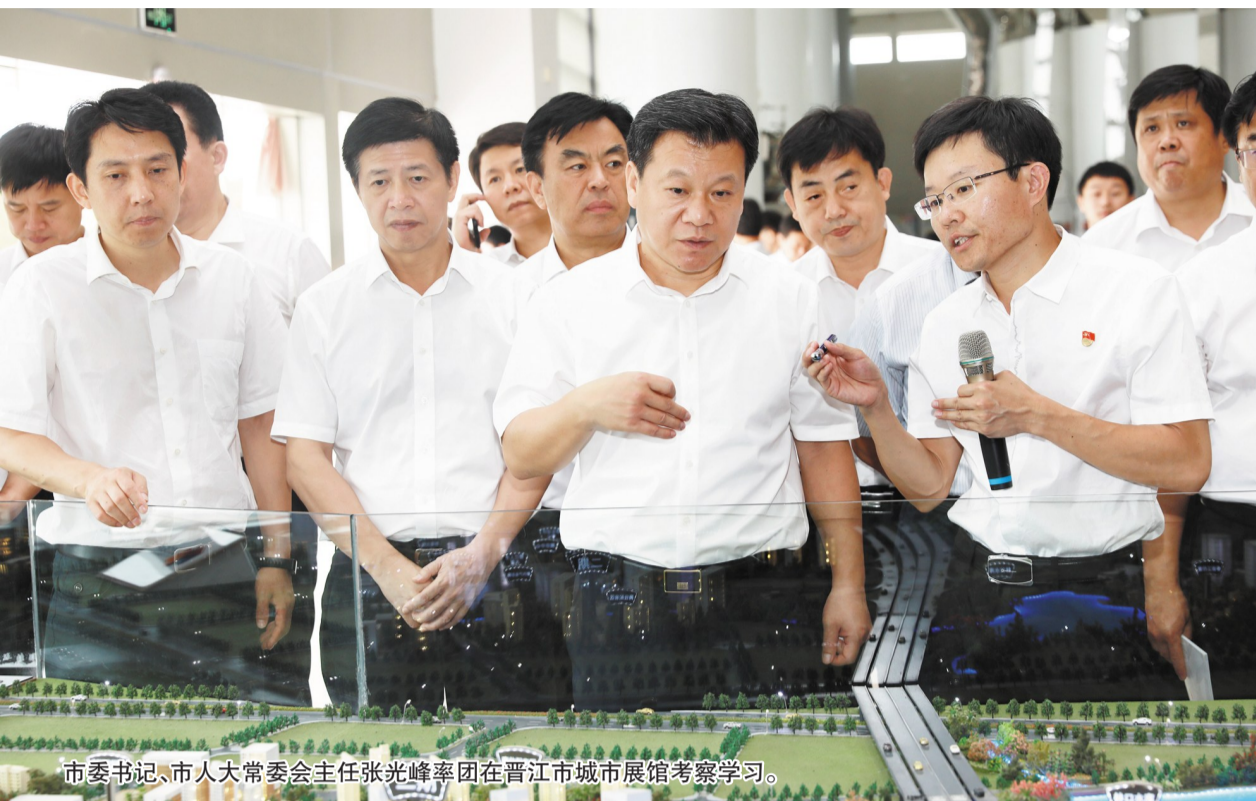
这就是这座东南沿海小城改革开放40年来所创造的“晋江奇迹”。

“晋江奇迹”的诞生,正是来源于“晋江模式”的指引。在福建工作期间,习近平同志始终高度关注晋江发展,先后7次深入晋江。2002年,时任福建省省长的习近平撰文深刻总结改革开放以来晋江发展的鲜活经验,提出以“六个始终坚持”和“正确处理五个关系”为核心内涵的“晋江经验”。这是具有战略指导意义的思想理论成果。

爱拼敢赢,自我革新,擦亮“实体经济”招牌

“三分天注定,七分靠打拼”,这是一首大家耳熟能详的闽南歌曲《爱拼才会赢》的歌词。它唱出了晋江人奋力打拼的顽强意志和人生信条,而晋江人拼的是什么?是实体经济。

在晋江市GDP总量中,实体经济贡献占比达60%以上,由实体经济创造出的产值、税收和就业岗位占比都



市委书记、市人大常委会主任张光峰率团在晋江市城市展馆考察学习。

在95%以上。在去年的平昌冬奥会上,中国冰雪健儿身着名为“白色火焰”的出场服惊艳亮相,这套服装就出自晋江民营企业安踏之手。在安踏集团展厅内,各种款式的产品让人眼花缭乱,与NBA巨星斯科拉、加内特、汤普森等签约的战靴格外显眼。当下的安踏已经成为民族骄傲,在资本市场上,安踏市值在2018年1月已经突破1000亿港元,位居全球行业第三。

“我们始终坚守实体经济,不断进行创新,提升品牌影响力,就像安踏的口号——永不止步。”安踏董事局主席丁世忠说。随着中国经济发展进入新常态,晋江许多传统产业发展面临着较大压力,高新产业比重偏低,创新发展内生动力不足等问题较为突出。但是,晋江仍然坚守实体经济,提出“先进制造业立市,高新产业强市,现代服务业兴市”的发展思路。

丁世忠表示:“坚守实体经济,不能墨守成规,更不能抱残守缺。特别是对于传统产业,必须始终坚持以市场为导向,通过技术创新,研发出适销对路的产品,不断提升产品的市场竞争力。”近年来,安踏一直致力于通过技术研发来提升产品品质与科技含

量,2005年斥资数千万元率先在国内建立了第一间运动科学实验室。这是国内行业第一家也是至今为止唯一一家获得国家认定的国际级企业技术中心。至今,安踏拥有自主研发的专利超过600项。

理清政企关系,持续释放营商环境红利

良好的政商关系是经济社会发展的润滑剂,也是企业持续健康发展的有力保障。

在不同发展阶段、关键节点,晋江市市政府都会顺势引导,提出不同发展战略,帮助企业找方向、定航标。近年来,晋江市每年召开企业创新发展大会,与民营企业企业家共谋转型升级大计。如今,“创新驱动”“人才强市”“国际化”等发展战略,以及“先进制造业立市,高新产业强市,现代服务业兴市”的实体经济发展思路,已经成为政商间的共识。

在做好“引路人”的同时,政府也努力当好“推车手”,特别是通过搭建专业技术公共平台,为企业解决创新中的“痛点”,推动企业更好地搞创新研发。

在晋江市创新创业创新园(三创园)的“海西创客学院”,一间间小隔间里三五成群的年轻人在探讨各自的方案。这里是晋江市政府斥巨资打造的创业平台,是一个年轻人放飞梦想,思想火花四溅的地方。他们的创意将在这所创客学院里萌芽,在经过创业导师的鉴定后,将直接获得与当地企业对接的机会,这既成就了年轻人的创业梦,也为传统企业技术创新、产业升级提供了源源不断的智力支持。

三创园的创客大街,外观靓丽,环境优美,两排建筑除了企业办公场所外,还设有公共路演大厅和创客空间,连健身房也配套齐全。科创企业的房租将享受八折优惠,同时还享受资本对接等创业服务。

锐创信息科技有限公司负责人袁茂林说:“入驻三创园后,公司前期就获得25万元资金启动扶持,有一个办公场地的五年免租金优惠,让我们节省了25万元的办公场地费用,使我们能够勇敢地迈出这一步,坚定地选择到晋江落地。”

晋江市努力当好“店小二”,坚持“不叫不到、随叫随到、服务周到、说到做到”的服务理念,持续深化“放管服”改革,全力构建法治化、国际化、便利化的一流营商环境。

奋力闯出高质量发展发展的滨城路径

滨城区委书记 张宝亮

这次到南方考察学习,是一次学标对标之行、解放思想之行、学习取经之行、反思自我之行,非常及时、意义重大。

谋划一个区域的发展,最关键的是找准自己的时空坐标。晋江先进地区的实践,给我们又上了生动的一课。晋江始终坚持立足本地优势和选择符合自身条件的最佳方式加快经济发展,实现了从“高产穷县”到“全国十强”的蜕变。厦门努力建设“五大发展”示范市,在适应和引领经济发展新常态上取得了显著成效,初步形成了以高端制造业和现代服务业为主导、战略性新兴产业为特色的现代产业体系。

滨城区作为市驻地,从区域特点看,经过近几年的拼搏积累,既汇聚了区位、资源、产业、体制机制等基础条件,又拥有了政策、投资、市场等宽松环境,生活交通便利,资源禀赋集中,人流物流资金流高度汇聚,已经迈入了厚积薄发、加速崛起的新阶段。从阶段性发展特征看,2014年滨城区产业结构在全市率先实现“三二一”发展格局,2015年率先实现了三产“占比过半”,最近两年,三产占比稳步提高,已经全面进入服务业经济为主导的新时代。同时,作为市辖区,我们完全有条件、也应该走得更快一些。

下一步,我们将学习借鉴南方先进地区的好经验、好做法,突破传统思维和路径依赖,在积极抓好工业转型发展的同时,更要立足滨城区区情,学会做好城市文章,把更多的精力放到三产服务业,尤其是现代服务业发展上来,突出抓好对金融、物流、电商、地产、旅游、教育等高端服务业的招商,努力推动滨城由服务业大区向服务业强区迈进,闯出一条现代服务业和新型工业双轮驱动、一二三产融合联动的高质量发展之路。

实现高质量发展 要敢担当更要善作为

惠民县委书记 殷梅英

7月23日上午,我们来到晋江考察学习,所到之处发展格局之大、劲头之足,深感震撼,既看到了差距,更认清了我们的优势和潜力,坚定了发展的信心。

晋江连续17年名列全国百强县市前十,打造出了全国县域经济发展的“晋江样本”,其关键就在于始终坚定不移地进行改革创新。晋江的发展启示我们,要交出高质量发展的满意答卷,必须坚持有所为、有所不为,找到符合自身条件的最佳发展之路。

我们决心以此次学习为契机,立足惠民独特的生态优势,以“功成不必在我”的境界和“功成必须有我”的担当,把招商引资招才引智作为主线,打造全市最优营商环境,推动传统产业转型升级与新兴产业培育壮大良性互动、协调并进,加快新旧动能转换,探索走出一条具有惠民特色的高质量发展之路。

加快新旧动能转换 向高质量发展进军

邹平县委书记 皮台田

这次到南方考察学习,虽然行程紧张,但收获很大。一路边听边看边思考,深刻认识到了差距,同时也看到了潜力、明确了方向,更加坚定了加快新旧动能转换、向高质量发展进军的心和决心。

从首日考察的晋江、厦门两个城市的发展来看,同样的产业,他们的终端产品更多、创新能力更强、产品附加值更高;同样是招商引资,他们的思想更解放、产业谋划更高端;同样是打造营商环境,他们的体制机制更灵活、服务更到位。反观自省,我们差距不小,迫切需要在发展境界、发展理念、发展方式上来一次彻底的自我革命。

邹平产业基础雄厚,这是新旧动能转换的先发优势,但层次不高、结构不优,创新不强是核心问题。我们决心以这次学习为契机,在链条延伸、创新驱动、优化环境、破解瓶颈上对标先进、全面发力,在加快新旧动能转换中奋力开创高质量发展新局面。

利郎从“老干部首选”到“小鲜肉最爱”

滨州日报/滨州网记者 任宵 张丹

国产男装看福建,福建男装看晋江。在晋江这座“中国品牌之都”,孕育了一大批在当今世界鼎鼎有名的男装品牌——七匹狼、劲霸、柒牌、利郎……行业年产值近千亿元。尤其是利郎,在“而立之年”依然焕发青春活力,2017年总收入24.41亿元,净利润达到6.11亿元。

“家族式”简易小服装厂 几近倒闭,品牌化之路让利郎起死回生

1998年和2002年,晋江先后提出“品牌立市”和“品牌之都”发展目标,制定品牌发展规划,出台各项优惠政策,采取各种行之有效的具体举措,引导企业用自主技术创立自有品牌。

利郎创立于1987年,是王冬星、王良星、王聪星三兄弟联手创建的品牌,从最初的简易服装厂一步一步做起来。刚开始,款式仿照国外、港台流行风格,基本上只要做出来,就卖得很疯。生意好的时候,“一天的零售额就可以做到十几二十万元”。当时的利郎西服,在福建是新品必备服装,连广告语都是“利郎,给先生的情愫”。

利郎做火了,周围人也眼红了,于是国内竞争对手纷纷崛起,而此时国外品牌也大举进入国内市场。利郎男装的行业优势开始消失殆尽。

利郎执行董事兼副总裁胡诚初回忆说,从1996年起,利郎开始陷入迷茫,1998年的时候濒临倒闭。利郎开始思考自己的品牌战略,彻底否定了之前的运营模式,进行了第一次革命:把公司产品定位为商务休闲男装,并决定聘请著名演员陈道明作为形象代言人,走品牌化之路。

当时,在利郎内部也有不少反对意见。有人说:“有钱请代言人,为什么不能把漏油的缝纫机先修一下?”利



利郎拥抱年轻人,拥抱互联网,极致追求用户体验。

郎的股东们顶住了压力,决定“赌”一把,他们当时甚至连陈道明的代言费都需要借钱支付。然而这一次利郎“赌”对了——陈道明的气质与利郎的品牌定位十分吻合,利郎借着陈道明的人气一举成名。在2002年的北京服装博览会上,全国各地的许多经销商慕名找到利郎,寻求加盟合作,利郎走出了最艰难的时刻。

2004年雅典奥运会期间,利郎再次抓住商机,提升了品牌知名度和市场份额。这一年,利郎的销售总额从2003年的4000万元飙升至4亿元。

2018年,利郎入选央视《大国品牌》,不仅向全世界展示了中国男装品牌,更是在向世界传递中国民族品牌的力量。王良星说:“利郎不仅是在打造一个服装品牌,更是在传递一种人生哲学。利郎所做的一切,就是想引导国人崭新的生活方式和生活态度,而这也正是大国品牌的责任与担当。”

二次革命,拥抱年轻人,拥抱互联网,极致追求用户体验

2018年,第一财经商业数据中心(CBNData)联合口碑发布了《2018生活消费趋势报告》。报告指出,随着消费群体主体的变化和国民人均可支配收入的进一步提升,国内的消费逐渐呈现出更为独立、多元和品质的特点。而且“90后”消费群体的不断崛起,商业地产、网游、家装、出行、短视频社交等数以千亿、万亿计的产品设计与互动体验,都以年轻化、时尚化为核心关键词,构成了覆盖中国人衣食住行及娱乐、社交各维度的全新生活方式。

消费主力军的年轻化、消费习惯与消费需求的转变,让款式产品传统的国产大众品牌陷入销售乏力的困局……以利郎为代表的男装行业再次面临新的挑战。

利郎再次果敢选择革命,从之前的“老干部首选”向年轻化、时尚化的方向转变,主动拥抱年轻人。为配合轻时尚系列的发展,利郎设立独立的设计团队,专注开发适合该系列定位的产品。秉承利郎的简约哲学、轻时

尚,每一件单品都具有简约时尚的易搭性,能够完美表达着装者的时尚态度。

据介绍,利郎集团自2016年底开始拓展针对一、二线市场的轻时尚系列以来,市场反应良好,支持专卖店网络持续扩张,2017年底门店数已达89家。在2018年年会上,利郎定下了一个“小目标”:“2020年,利郎销售和利润要翻一番;2025年,零售额要突破300亿元。”王良星透露。

利郎不仅在战略上勇于调转船头,而且极致地追求用户体验,生产者摄取更为精准的用户数据,用来指导设计和生产,最终的产品自然更受追捧。

在位于晋江市青阳长兴路200号的利郎(中国)有限公司总部大楼西侧二三十米的通道里,巨大的玻璃窗内,身着白衣的科研人员有的操作显微镜,有的拿着烧瓶观察里面的液体变化,这就是利郎布料实验室。中心负责人高兵告诉记者,利郎极为苛刻地重视用户体验,而这些都需要实验室里得出的科学数据作为支撑。

近年来,利郎积极适应“互联网+”发展趋势,为了捕捉市场、消费变化,同时让消费者近距离了解产品生产工艺,利郎自主研发了数据管理系统,消费者扫描衣服上携带的二维码,便可了解生产原材料、工艺流程、售卖情况等。当客户手机绑定系统后,该系统便会将实时更新的适合用户的最新产品推荐过来,真正做到精准推送。

在利郎总部东临,斥资10亿元、占地上百亩的利郎文化创意园区正在进行外装。胡诚初介绍,这里将是创意的集散地,将建设设计师创意工作室、利郎博物馆、展厅等,内有高雅咖啡厅、健身房、游泳池、餐厅将作为利郎内部职工、经销商、供应商的生活区。



晋江市三创园创客大街两排建筑除企业办公场所外,还设有公共路演大厅和创客空间。



滨州党政代表团(一组)南方学习直播二维码