

惠州文脉(风物)

惠东县从“全球女鞋工厂”成长为“时尚品牌摇篮” “广货行天下”背后的“女鞋之都”蝶变

文/羊城晚报记者 杨锦强 图/惠东县中小企业发展事务中心

广货行天下,步履不停。1月28日,“广货行天下”春季行动皮革制鞋专场促销活动在惠州举行。这不仅仅是一场促销活动,更是一个观察广东鞋业转型升级的绝佳窗口。

作为广东鞋业重要生产基地,惠州经过多年的深耕发展,鞋业已形成涵盖全产业链的完整体系。其中,惠东县被誉为“中国女鞋生产基地”,其鞋业发展史恰如一部广东鞋业从代工贴牌到自主创新、从规模扩张到质量取胜的进化史;过去,它是“全球每四双女鞋就有一双产自这里”的隐秘巨人;现在,它正经历一场从“幕后”走向“台前”、从“制造”迈向“创造”的深刻转型;未来,它志在成为全球女鞋时尚版图中不可或缺的品牌高地。

一双鞋让一座城崛起

惠东与鞋的故事,始于1981年。当时在毗邻香港、深圳的黄埠镇,李炳好创办了第一家鞋厂“新艺鞋厂”,三十多名工人通过简单的设备,承接来自港澳的订单,生产模式是最基础的来样加工。改革开放的春风吹拂南粤,毗邻港澳的惠东,因充沛而低廉的劳动力、便利的地理位置、敢为人先的创业精神,以及国际产业转移的历史机遇,共同催生了惠东制鞋业的“星火燎原”。

“新艺鞋厂”的成功运营,让“黄埠人做鞋发家致富”的故事很快传到了邻近的吉隆镇,紧接着,赖华坤于1983年开办了吉隆第一家鞋厂“东南鞋厂”。随后,平山、大岭等镇街也相继卷入这股热潮。到了2000年,黄埠镇、吉隆镇、平山街道、大岭街道四个镇(街)连片发展的鞋业产业集群已初具规模,轰鸣的机器声日夜不息,成为当地最强劲的经济脉搏。从最初的单纯加工,到逐步形成涵盖鞋材、模具、鞋跟、胶水、包装等环节的完整配套产业链,惠东鞋业完成了第一次集群化飞跃;同时,惠东全县已拥有120多条自动化生产流水线,有力地推动惠东鞋业生产规模和产品质量的跃升,也标志着惠东鞋业从小作坊生产向现代化产业的跨越。

2006年8月22日,惠东县从中国轻工业联合会、中国皮革协会手中接过了“中国女鞋生产基地”的牌匾。这一刻,是惠东鞋业的高光时刻。此前,它已荣获“广东女鞋名城”“广东省鞋材生产基地”称号。自此,惠东与浙江温州(皮鞋)、福建泉州(运动鞋)并称为中国三大鞋业生产基地,形成了“三足鼎立”的全国产业格局。

此后的数据也勾勒出这个“女鞋之都”的庞大轮廓:至2007年,惠东鞋业总产值首次突破100亿元;2012年突破200亿元;2015年突破300亿元。巅峰时期,惠东全县鞋业及配套企业超过6000家,从业人员高达32.5万人。2024年,广东全省皮革制鞋业规模以上企业1829家中,惠东占据了重要份额;全县产鞋超9亿双,产值超过400亿元。“全球每四个女人就有一个穿惠东鞋”,这里的产品远销欧美、俄罗斯、东南亚等80多个国家和地区,是ZARA、H&M、百丽、热风等60多个国内外知名品牌的幕后制造商。

然而,辉煌的数字背后,潜藏着深刻的产业隐忧。惠东鞋业长期以OEM模式为国际品牌代工生产,这种模式导致企业研发投入不足,品牌意识薄弱,市场渠道受制于人,也让产业“大而不强”、集群“全而不精”,成为惠东鞋业头顶的“达摩克利斯之剑”。同时,在全球金融危机、国际贸易摩擦等冲击中,一次次暴露出过度依赖外部市场和单一模式的脆弱性。订单波动、成本上升、利润挤压,让许多企业举步维艰。

“回望过去,大家都清醒地认识到,要从以代工贴牌为主的生产模式中转型,积极拥抱国内电商和跨境电商等销售渠道,多维度激活惠东女鞋产业新价值。”惠东县有关负责人道出了整个行业的集体觉醒。

政企合力破局探索

意识到危机,惠东鞋业转型的引擎

在政企合力下开始发动。惠东县政府扮演了至关重要的引导者和服务者角色,系统性地为产业转型搭建“脚手架”。

筑平台,强根基。2020年,全国第五个、也是唯一落户在县级行政区域的“国家鞋材及鞋产品质量检验检测中心(广东)”在惠东正式运营,配备300多台先进设备,检测能力覆盖全产业链,为惠东鞋品质量提供权威把关,犹如产业“定海神针”。同年,惠东时尚女鞋获得SGS“全球采购基地”认证,拿到了通往国际高端采购市场的又一通行证。2021年,“国家外贸转型升级基地(鞋类)工作站”挂牌,专为鞋业外贸升级提供服务。

育才,注活水。2019年,惠东县人民政府与惠州学院共建的“惠州学院惠东时尚创意学院”正式揭牌,致力于培养鞋类设计、品牌管理、市场营销等高端应用型人才,试图从源头解决产业创新人才匮乏的痛点。同时,惠东时尚女鞋产业发展研究中心、鞋业科技创新中心等平台,集聚高校、科研院所和企业资源,推动产学研协同创新。

办展会,扩影响。自2002年起,惠东坚持每两年举办一届“中国·惠东鞋文化节”,至今已成功举办十二届。这个活动不仅是产品展销会,更是品牌宣传、行业风向标和文化展示台。

树品牌,谋突围。政府积极推动“惠东女鞋”区域集体商标的注册申报,并引导和支持企业创建自主品牌。帮助“大叔家达文西”和“夏雪儿”等自主品牌成功获批纳入广东省重点商标保护名录,组织企业申报“同线同标同质”认证,力图打破“有制造无品牌”的困局。

与此同时,在政府营造的大环境下,惠东鞋企自身也在市场压力的倒逼下,展开了多元化的“自救”与探索。

技术创新与工艺升级成为共识。如今,惠东鞋企有的应用3D打印技术实现快速打样和个性化定制;有的运用数字化中台管理系统,应对“碎片化订单”新常态;有的与高校合作研发新型环保材料……专利数据明显反映了这一趋势:2018-2024年间,惠东鞋业授权专利中,发明专利和实用新型专利的占比,较前七年大幅提升,表明创新正从外观设计向核心技术深化。渠道重构迫在眉睫。以电商链接国内外市场成为几乎所有企业的必选项,从早期的阿里巴巴1688批发,到淘宝、京东零售,再到如今的抖音、小红书内容种草和直播带货以及产品海外仓建设,惠东鞋企正奋力学习如何输出惠东女鞋“时尚质造”。数据显示,惠东全县女鞋类目网店已超6000家,线上销售额占比显著提升。

品牌意识从觉醒到尝试。尽管前路漫漫,但打造自主品牌已成为一批先行企业的坚定选择。他们不再满足于仅做“惠东制造”的注脚,而是开始讲述自己的品牌故事。数据显示,经过不断的探索和实践,惠东鞋业一度拥有市级以上名牌107个,其中中国驰名商标2件、国家免检产品9个、广东省名牌产品11个、省著名商标21件,初步形成了具有一定规模的名牌商标群体。

向“微笑曲线”两端攀登

今年的省政府工作报告指出,要巩固提升重点传统产业在全球产业分工中的地位和竞争力,厚植家电、食品、服



惠东组织鞋企参加各类展会



惠州学院惠东时尚创意学院

装、家具、制鞋等产业品牌优势,打造一批强大的“永不落幕”传统产业集群。

1月28日,在“广货行天下”春季行动皮革制鞋专场促销活动现场,广东省工业和信息化厅党组成员陈绩透露,下来广东省将制订皮革制鞋产业高质量发展专项行动计划,明确发展目标、重点任务 and 空间布局,推动惠州、广州、东莞、深圳、佛山、江门、清远等地打造一批皮革制鞋特色产业园区,支持惠东鞋业、狮岭皮具、厚街鞋业、南海鞋业、鹤山男鞋等特色产业集群巩固优势、提质升级。

同样,《惠东县促进鞋业高质量发展三年行动方案(2024-2026年)》也勾勒出清晰未来:目标到2026年全县鞋业产值突破500亿元。路径明确——推动智能化改造、研发设计、品牌培育和市场拓展。

站在新的历史起点,惠东鞋业的未来图景日益清晰——向着产业“微笑曲线”高附加值的两端“研发设计与品牌营销”发起全面攀登。

产业集群的现代化与智能化再造。未来的惠东鞋业,将告别“散、小、乱”的旧貌。根据相关规划,吉隆、黄埠、大岭三大现代化制鞋产业园正在推进建设中,旨在引导中小企业入园集聚,实现基础设施共享、环保统一治理、管理规范升级。推动生产方式变革,应用柔性制造、智能制造单元、工业互联网平台等,将使企业能够更快速地响应市场变化,实现从“批量生产”到“个性化定制”的转变。

品牌体系的立体化与时尚化构

建。未来,惠东将构建一个“区域公共品牌+企业自主品牌”的立体品牌矩阵。一方面,持续擦亮“中国女鞋生产基地·惠东”和“惠东女鞋”区域金字招牌,将其打造为品质、时尚与性价比的象征。另一方面,通过政策扶持、标杆培育、资源倾斜,孵化一批在细分市场有影响力的自主品牌,形成“繁星满天”的品牌生态。同时推动工业设计、美学理念、中国传统文化与制鞋工艺深度融合,让惠东女鞋升级为“时尚表达”和“文化载体”。

国内外市场的双循环与数字化深耕。在稳固传统外贸市场的同时,奋力开拓国内市场。利用“广货行天下”“穿粤时尚潮服荟”等省级促销平台,以及直播电商等新渠道,让“惠东女鞋”直接触达亿万国内消费者。同时,加快建设“全球女鞋电商采购中心”,鼓励企业发展跨境电商独立站,布局海外仓,构建自主可控的国际营销网络。数字化转型将贯穿研发、生产、管理、营销全链条,数据将成为新的生产要素。

产业生态的融合化与绿色化发展。推动“鞋业+文旅”融合创新,规划在稔平半岛等地建设集鞋文化博物馆、设计体验工坊、品牌旗舰店、时尚秀场于一体的新型消费空间,让市民游客能深入了解、体验并消费惠东女鞋文化,实现“以旅带鞋、以鞋促旅”。此外,推行清洁生产,使用环保材料,构建绿色供应链,努力实现厂房集约化、生产洁净化、废物资源化,塑造负责任、可持续的产业新形象。



惠东女鞋参展时,吸引不少消费者驻足

文脉档案

惠东鞋业四十年发展大事件回顾

从家庭作坊到“中国女鞋生产基地”,从贴牌代工到品牌出海,从线下展销到电商直播——惠东鞋业走过的四十年,是广东区域特色产业发展的一个鲜活缩影。以下是记者梳理的关键发展节点:

起步期(1981-1990)

1981年:李炳好在黄埠创办“新艺鞋厂”,惠东第一家鞋厂诞生,拉开产业序幕。  
1983年:林梓杏、林梓裕兄弟在黄埠自办鞋厂,引发“自办鞋厂”示范效应;同年,赖华坤在吉隆开办“东南鞋厂”,成为吉隆第一家鞋厂。  
1986年:黄埠鞋材行业兴起,产业链初步形成;吉隆出现第一条生产流水线,标志生产模式升级。  
1987年:黄埠、吉隆撤区建镇,政府开始系统扶持鞋业,产业集群初具规模。

规模扩张期(1991-2000)

1991年:华丽鞋厂安装4条流水线,带动全镇流水线普及,生产效率大幅提升。  
1997年:华丽鞋厂扩建搬迁,引进国际先进流水线,规模化生产成为主流。  
1990年代:惠东县政府出台多项民营经济扶持政策,组织企业参加广交会等展会,拓展国内外市场。  
1999年:黄埠鞋业商会成立,行业组织开始发挥作用。

品牌与集群深化期(2001-2010)

2002年:惠东县首届“惠东鞋文化节”举办,成为产业展示与交流重要平台。  
2004年:惠东县首届“惠东鞋业十大品牌”评选,品牌建设起步。  
2006年:惠东县相继获得“广东女鞋名城”“广东省鞋材基地”“中国女鞋

生产基地”三大称号,行业地位跃升。  
2008年:受金融危机冲击,部分鞋厂倒闭,产业进入调整期。  
2010年:广东香恋鞋业股份有限公司成立,第一家鞋业集团诞生;第五届鞋文化节主题明确提出“调结构促转型”。

转型升级期(2011-2024)

2011年:鞋业被列为惠东“五大产业”之一,启动“二次创业”。  
2013年:“香恋”获评中国驰名商标;惠东电子商务协会成立,电商快速发展。  
2015年:国家级鞋类产品质量监督检验中心落户惠东,技术支持能力跃升。  
2016年:惠东县第八届“惠东鞋文化节”上,惠东女鞋产业带正式登陆淘宝中国质造频道,转型升级加速。  
2018年:通过省级出口女鞋质量安全示范区验收,品质与国际接轨。  
2019年:发布《惠东县制鞋产业发展规划(2020-2025)》,明确“六个一”发展构想。  
2020年:惠东县第十届鞋文化节采用“线上线下结合”模式;面对疫情冲击,行业积极转内销、拓电商。  
2021年:探索惠东女鞋团体标准,完成全国团体标准信息平台的注册审批。  
2022年:成功举办惠东县第十一届鞋文化节,充分利用互联网和新媒体,展示惠东时尚女鞋魅力,仅开幕式的抖音浏览量就达18.6万人次。  
2023年:发动惠东女鞋行业内或产业链各个组成部分的优质企业,加入惠东女鞋联盟,总数达到18家。  
2024年:成功举办惠东县第十二届鞋文化节,联动中国皮革协会鞋业鞋材专委会2024年会、第136届广交会等资源,内容和形式上进行突破、创新;出台实施《惠东县促进鞋业高质量发展三年行动方案(2024-2026年)》。



国家鞋检中心为惠东鞋品质量把关



惠东女鞋在“广货行天下”皮革制鞋专场促销活动亮相