新兴产业

图说产业

今年以来，增速减缓、结构调整、创新驱动成为我国纺织业在新常态下的主要特征。今年1至9月，我国纺织品服装出口额为2218.99亿美元，同比增长5.95%，较2013年同期回落6个百分点。美国、欧盟、日本、东盟是我国纺织品服装出口的重要市场。面对复苏程度不一的国际市场，纺织企业应结合自身优势，在市场的细微变化中抓住机会

图为红太集团电脑横机生产车间。目前，清河县电脑针织横机总量就达到3500多台。 清 宣摄

# 纺织业创新的突破口在哪里

祝君壁

在互联网影响的时代里，纺织经营者商业思维的转变，连带着整体商业模式都发生变化。想不被发展浪潮吞没，就要不断创新。

技术升级、注重设计、与国际同步……越来越多的纺织服装企业开始借助各种平台，进行全方位的创新提升。相应的，也有越来越多的机构创办各种展会，为纺织品牌商和买手提供全方位的服务体验，通过办展形式的不断创新，处处彰显着时尚大气的国际范儿。让有自主设计需求的品牌商在对的时间点得到精准而广泛的传播，让品牌找到自己真正的市场，也让买手找到属于自己的品牌。

面对行业里一窝蜂的“创新热”，如何能抢占先机，提高竞争力，已成为纺织企业目前最重要的任务。国际合作的新突破或许是第一个创新信号。

纺织企业从以往的贴牌代工，按照客户需求，纯粹提供加工为主，逐渐演变成通过加入创新设计元素，为客户提供更加丰富的产品以便选择；有些企业更是往品牌方向发展，使国际合作进一步深化，大大提升合作空间。

此外，国内纺织品牌企业可以通过参展，让国内的设计师了解国际化服装流行趋势，同时寻求更好的品牌和渠道以实现突破。在展会上，服装、鞋包、配饰等类目众多的国际品牌在展区里与本土品牌融为一体，国内企业可以在自己的展位附近了解到国外企业是如何做生意和做展示的。这种“潮流开放”的呈现方式带来的除了互动性更强的展示，无形中也提升了参展国内品牌对接国际市场的能力。

对中国纺织市场来说，打开通往这个时代的大门只有一把“钥匙”，那就是创新。因此，优化产品设计能力成为第二个创新信号。中国市场的多元化引发品牌的自主设计意识增强，为设计师成长提供了沃土。从内衣到时尚化、时装化所经历的路程看，本土企业与品牌的设计需求日益明显，人们对于产品的优化设计的诉求不断加大，品牌和消费者越来越重视品质，他们追求“个性”和“风格”，以及产品自身应有的内涵。从行业来看，每年超过200多家纺织服装设计院校的专业设计人才，满足了针织行业对设计人才的需求，另一方面，国内针织企业正在积极加强与国外专业的设计机构进行实质性合作，迅速加快针织产品设计水平提升。

通过政府推动产业集群发展，是把握机遇创新的第三个信号。对于未来的发展，更多产业集群愿意以开放的心态整合资源，或是同行业的联合，或是不同行业的合作，寻求更广阔的发展空间。

在参加展会时，有不少参展商是在地方政府推动下，以地方产业集群统一组织的形式展出，其成员都是以产业链相关产品的生产企业和加工企业为主。例如广东张槎、浙江桐乡、浙江绍兴、江苏古里等产业集群的背后，都是由政府在推动产业发展。这样不仅能够为纺织产业集群加快转型升级提供发展契机，也为品牌寻找市场份额开辟新天地。

# 无中生有 有中出新

## ——河北清河羊绒产业创新纪实

本报记者 雷汉发 通讯员 许 燕

金秋十月，收获的季节。作为中国羊绒生产基地的河北清河也迎来了大丰收：该地最大面料生产企业——宏业集团，今年的订单早已被各世界知名品牌定满；本地最大针织成衣生产企业红太羊绒集团，月中收到瑞士羊绒世界控股公司一份订单，一次订购羊绒衫3万件。在大型企业产销两旺的同时，中小企业发展势头也很火爆。

清河县领导告诉记者，清河既非羊绒原料出产之地，也非羊绒制品终端消费市场，要使该产业保持长盛不衰，唯有推进无中生有，有中出新的产业创新。这当中，突破技术装备，设计工艺、产品营销三个门槛是重中之重。正是因为抓住了主要矛盾，实施了创新突破，所以才使清河羊绒在生产总量略有下降的情况下，销售收入则增加了一倍多。

图为尚奴娇电子商铺客服人员在网上销售。目前，清河全县在中国清河羊绒网、淘宝、阿里巴巴等网上开设的网店已有7000多家。 清 宣摄

### 技术装备居于全球先进水平

在清河了解羊绒产业，不能不看宏业。走进清河宏业集团生产车间，展现在记者眼前的就是一条条的梳纺机长龙，一条生产线光纺纱部分就有48米长，再加上前面的梳整等机械，少说也有六七十米长，而这样的生产线，一个车间就有7条之多。据宏业董事长冯子宏介绍，这个车间的七梳七纺生产线全部由意大利进口的，每条生产线价值都在千万元以上。一台工作效率相当于普通纺纱机十几倍，为了让企业装备水平达到世界一流标准，企业整个技术装备投资多达3亿元以上。

清河羊绒制品市场管委会主任孙连岭告诉记者：“优质生产原料总是跟着先进技术走，比如我们清河本来不产羊绒，但我们杨二庄乡的农民企业家自创成功了羊绒分梳装备，因此掌控了全国80%，全球50%以上的生产资源。”然而一招鲜终归很难长期占领市场，装备技术水平的提升，成为市场竞争的重要手段。清河企业家在政府的引导下大力提升技术装备水平。截至目前，全县拥有千万元左右的粗纺生产线140条，以及1.5万锭的精纺设备。而上千家中小业主也将过去几千元一台的手摇横机换成了少到十几万元，多到50万元的电脑横机，截至目前，全县仅电脑针织横机总量就达到3500多台。

冯子宏告诉记者，由于厂里狠抓引进装备的消化吸收及提升改造，先后实施了近百项工艺改革创新，使得企业生产水平保持在世界顶尖位置，所有出厂产品均被世界知名品牌囊括，其中粗纺品价格每吨在90万元以上，精纺品价格每吨达到130万元以上，不仅比一般企业高出20%左右，同时还供不应求。其中用它纺出的200支羊绒纱线织造的羊绒衬衫，在欧美市场每件能卖800欧元。

冯子宏对记者说：“为了技术装备始终保持领先位置，今年我们已经在县里工业区再投4亿元建设更先进的生产厂，预计明年投产后，企业的产量还可以增长1倍多。”

### 设计工艺领先世界时尚潮流

9月13日至20日，在清河羊绒制品市场管委会举办的流行色彩设计式样发布厅中，人流涌动，热闹异常。大厅中依次排开刚刚完成设计加工的240多种羊绒制品展样供来人参观取样，使得每样展品前都集聚着一大群挑选者。

这个产品展的根本目的就是通过政府买单形式，免费为清河中小企业提供当今最流行羊绒服饰款式，同时还帮助预测流行趋势。“谁能紧跟世界潮流，设计出既别致新颖，又得体大方的服饰产品，谁就能掌握市场主动权。”清河羊绒制品市场管委会主管流行色发布的办公室主任王中杰这样说。

他告诉记者，为了让清河羊绒服饰紧跟世界潮流，县里与清华大学美术学院、北京服装学院、天津工业大学、武汉纺织大学等单位建立了产学研结合战略联盟。同时还与世界流行色协会建立了长期关系，与中国流行色协会一道建立了清河工作室。两年间，引进了200多名专业技术人才，并研究出了获国家专利的“粗纺高支纱”，以及防缩水、防虫蛀、防油污的高级羊绒衫，以及羊绒、蚕丝、竹碳纤维等混纺制品。

这样一来，就使得清河这个华北腹地的人口小县与世界服装流行趋势前沿有了密切对接。县羊绒制品市场用政府事业编制招收了10名知名服装设计院校毕业学生为专职设计师。用他们的设计每年免费为清河羊绒生产企业提供样品2400款以上，使得清河羊绒服饰生产跟上了世界潮流。

在对新近获得中国驰名商标“衣尚”品牌的泰兴羊绒集团采访中，该企业负责人孙连江告诉记者：“产品能否流行既与装备水平先进有关，也与设计样式新颖同样有关，泰兴公司借助于政府联姻活动，聘请了多位世界一流设计师。产品始终保持旺销局面，去年销售达15万件，今年有望突破20万件，并创出了网店销售一天达320万元的纪录。”

而作为小企业业主的三鑫绒毛制品有限公司当家人许金海告诉记者，中小企业是请不起设计师的，“以往生产羊绒制品，总是跟着别人屁股跑，因此生产总是慢半拍，有一年由于产品款式老旧，产品滞销，一下净赔40万元，自从有了政府免费提供专业设计，让我们无偿使用，我们能够与世界市场接轨了”。

### 营销手段同步国际消费市场

一个产业能否长盛不衰，决定因素在哪里？在市场！清河采取了三条措施促使营销手段与世界同步。

其一是依托青银高速穿境清河的优势，在高速路口附近建起了总面积1000亩大的羊绒制品市场。并与周边省份开通了购物直达班车，敞开了市场销售大门，通过这一手段，清河每年能招徕来自北京、天津、山东、河南等周边散客30余万人。

其二是在全国各地开设4000多家“量身定做”专卖店。仅河北博伟特羊绒制品公司，在浙江等地开设有100多家“量身定做”店，2013年仅此一项就定做销售了10万多件。

其三是把门店搬到网上做，用电子商务沟通世界各地使之成为没有时间距离的地球村。截至目前，全县在中国清河羊绒网、淘宝、阿里巴巴等网上开设的网店已有7000多家。2013年的网上销售收入达到了15亿元，2014年预计可达20亿元。

在清河县委宣传部工作人员的带领下，记者走进了“尚奴娇”网店，在一个大约200多平方米的二层小楼里，有近20台电脑均在网络连接中，七八名客服一人几台电脑在忙碌着接收订单。记者观察了仅仅半个小时，网店就售出了羊绒服装43件。

25岁的网店店主苑大猛告诉记者，他的淘宝店已经开了3年，以前是买别人的散货，后来他走向发展自己服装品牌的路子，于是就与县里五六家有电脑横机和熟练工人的私营业主建立来料加工协作关系，给其提供原料和设计，让其按照自己的订单加工羊绒服饰，以自己的品牌在网上销售。去年这个店销售达到了300万元。

就是因为有了这样的创新跨越，清河羊绒产业实现了销售收入年均增长15%以上的长盛不衰，对县域经济贡献率超过了60%。

行业动态

# “产业互联”探路融合发展

本报记者 顾 阳

“互联网使得产业发展的模式发生了巨变，在这种情况下，单一类型的企业很难获得全方位的成功。”在近日举办的“2014产业中国年会”上，北京大学国家发展研究院院长姚洋表示，互联网不仅催生出很多新兴产业，同时还在与传统行业进行互融互通，这一态势将对未来产业格局产生重大影响。

随着京东、阿里巴巴等几大互联网巨头陆续登陆资本市场，互联网思维对于传统产业在商业模式上带来了前所未有的“冲击”。事实上，互联网对传统产业的影响正在凸显，并已逐渐渗透到全产业链、全生命周期的各个环节。

一方面，新环境下产业链上的传统企业可以借助互联网拉长其价值链，从而放大产业链中的竞争优势。另一方面，互联网在与各个垂直行业“跨界融合”中，正催生着更多的创新点，并不断推动传统产业的变革。

作为国内领先的产业新城运营商，华夏幸福基业股份公司副总裁轩震宇对此体会深刻。他在接受《经济日报》记者采访时表示，在其服务的近千家中小企业中，大都开始主动运用互联网思维来构架业务发展，尤其是在市场、物流和金融等领域诉求强烈。而身处产业发展前沿的华夏幸福已敏锐感受到上述变化，并做好了应对的准备。

“基于这些变化，我们坚持‘一个产业园就是一个产业集群’的理念，从打造‘产业互联网’平台服务体系和激发创新活力的产业孵化器两个层面来推进产业融通创新。”轩震宇指出，前者包括智能化服务、金融服务系、用户体验等一揽子内容，后者将更多地培育出产业发展的“创新血液”，探索互联时代产业融合发展的新路径。

在工业领域，网络协同制造、工业云制造等模式已初露端倪，并通过大数据处理，实施远程监控、预警等功能；在金融领域，很多问题都出现在“毛细血管”上，而互联网很大程度上解决了这一市场上某些功能特别是微功能不全的问题。

“实体经济依旧会扮演基础的角色，但借助互联网思维，未来会有更多像华夏幸福这样的企业走上融合创新发展之路。”中国国际经济交流中心副理事长魏建国说。

中国南车

## 打造国际一流培训服务基地

**本报讯** 记者齐慧、通讯员王森报道：近日，为更好地提升焊接和无损检测技术的水平，打造国内一流、国际知名的无损检测培训基地，中国南车焊接和无损检测培训中心揭牌仪式在江苏常州南车戚墅堰机车车辆工艺研究所有限公司举行。

在今年我国出口的高端装备中，关键零部件均需经过无损检测的把关。今年9月，中国南车焊接和培训中心获得了欧洲标准的德国TUV焊接工程师、焊接技术人员、焊接技师、焊接技士和焊接质检师等多种培训资质，这都将为中国高铁“走出去”奠定了基础。

中国南车副总裁王军介绍，南车丰富的科技资源、企业资源和共享平台，都将为培训中心发展提供强大的保障，今后中国南车和戚墅堰研究所将不断加大对培训中心软硬件的投入，扩大与TUV莱茵公司的合作范围，成为立足中国，面向国际的知名行业培训、体系认证及职业培训认证机构。

据介绍，中国南车焊接和无损检测培训中心不仅是一个培训机构，还是资质认证机构和专业资质的授权培训机构。随着与德国TUV莱茵公司等国际知名企业合作范围的扩大，培训中心目前已经能够为铁路运输装备、航空航天、机械、特检、船舶、石油化工、电力等众多行业提供焊接和无损检测培训质量体系认证服务。

东风华为联手

## 把握车联网发展新机遇

**本报讯** 东风汽车公司日前与华为技术有限公司在武汉签署战略合作协议，双方将在汽车电子、智能汽车、IT/ICT信息化建设等领域，协同创新，展开跨界合作。

在大数据时代，智能化浪潮正席卷汽车产业，未来汽车的呈现形式、研发和制造模式都将经受挑战。东风与华为的携手，正是迎战大数据时代汽车行业智能化变革的历史性的合作，而该合作也是源于双方在各自行业领域的硬实力，共同的产业报国情怀以及对未来智能汽车共同的远大谋略与梦想。双方车载领域的合作包含车载电子产品、车联网、智能汽车等相关产品以及代表未来方向的车载通讯设备产品和解决方案。东风汽车公司侧重于产品的集成与应用，华为技术有限公司侧重于产品的开发与生产。

华为技术有限公司消费者业务CEO余承东表示：“通过东风华为双方在车联网领域的合作，华为将为东风车主提供在线导航、语音识别等先进的服务，一定会提升东风车主的驾乘体验”。

东风汽车公司总经理朱福寿表示：“作为同处于国家支柱性行业的企业，东风和华为的强强联合，展示了中国品牌聚合的强大力量，对于提升中国汽车产业的竞争力、加速自主品牌汽车发展、推动汽车工业的转型升级，都有着重要的示范意义。” （曹洪磊）

本版编辑 杨国民 童 娜