经济日报 ECONOMIC DAILY

用心织造让产品更有温度

依文服饰股份有限公司董事长夏华：

经济日报·中国经济网记者 祝君壁

人物小传

夏华，现任依文服饰股份有限公司董事长、依文·中国手工坊创始人，全国“五一劳动奖章”获得者、全国“三八”红旗手。26年来，她始终如一用匠心打造民族文化，全心倾注于中国时尚态度的全球引领，不断把中国民族品牌和传统手工艺呈现在国际舞台上，让上万名深山绣娘用自己的手艺脱贫致富。

鏖战1个多月，依文服饰股份有限公司董事长夏华收获了一份“最高荣誉”——来自国家相关部门的一封感谢信。“在打好医疗物资保供战中，你公司识大体、顾大局，保质保量完成了国家下达的调拨任务，满足了全国疫情防控需要。”感谢信中提到，疫情期间，依文完成国家调拨的国标医用防护服达15万件，为打赢疫情防控阻击战作出了突出贡献。

“这段时间，我经历了创业26年以来前所未有的艰难、焦虑和疲惫。”回忆起依文人的努力付出，夏华十分感慨。

在依文集团的压胶车间内，工人正在给防护服压胶密封。（资料图片）

用坚守岗位的心 实现防护服项目转产扩能

“往年春节是现金流回收最好的时间，然而今年受疫情影响，我们的现金流几乎断了。”夏华说，“春节之后，公司面临的头等大事就是响应国家号召转产防护服，必须马上投资改造生产线。然而，当时公司几近负债”。

尽管困难重重，但夏华带领作为服装行业龙头企业的依文集团，积极响应国家号召：一方面紧急筹集120万元医用物资，并开通绿色通道运送至武汉、北京、云南等地；同时充分发挥自身技术及生产优势，迅速投入到隔离衣和防护服的研发生产中。

从2月2日开始，依文集团决定转产扩能，通过依文集合智造工业互联网平台有效调配生产资源。“但这是一次快速转产，所以工序调整是一个大麻烦。”夏华说：“我们原本从事服装制作，使用大产线的工序，一批面料裁剪完成，所有工人就能马上车缝。但防护服与隔离衣所用的是小产线工序，且在试生产阶段，每道工序均可能随时停止……”

支援前线刻不容缓。夏华克服种种困难，带领依文人在一周内调集设备人员试生产；仅用10天就改造了6条生产线并建立了10万级净化车间；2月20日，新建防护服生产线投产。

“从决定转产扩能至今，我们相当于在19个昼夜里新建了一家企业，从净化生产、洁净压条到密封包装、消杀灭菌，每个环节都是新的，都要从零起步。”夏华说，“在这艰难时刻，大部分员工都能往前冲，让我终生难忘。一辆辆装满防疫物资的货车从工厂缓缓驶出，背后是所有依文人将‘疫情就是命令’印刻在心中的责任感”。

2月20日，依文如期完成转产，正式生产隔离衣与防护服，以支援全国的战疫事业。谈到疫情结束后的生产规划，夏华说：“让一部分员工回到原来的岗位，而对于一部分相对专业的员工，我们希望还是根据国家需求，让他们把这个工作继续做下去。”

用敬畏生命的心 做好每一件产品

“疫情的暂停键，让所有事物放缓、变慢，不只是时光，还有我们对生活的思考。”这是依文微信公众号新品发布帖中的一句广告文案。突如其来的疫情，让依文集团发展的步伐按下了暂停键。但这并不意味着夏华力求“做好每一件产品”的信念就此湮灭。

压条是防护服生产中最核心的环节，一件防护服的压条长度大约10米，要求工人熟练操作，以确保防护服的隔离性并要求平整。“一个熟练的压条工，每天能压制200件防护服，这道工序可以保证防护服上每个有针眼的地方都能被密封，筑起一道安全屏障。”夏华对于产品细节处的严格要求，成为一线工作人员的最大保障。

其实，这不是依文集团第一次参与国家重大项目。就在2019年庆祝新中国成立70周年阅兵仪式上，依文集团用200多天时间承制了10个群众游行方阵的服装；2009年，依文集团承接了庆祝新中国成立60周年阅兵仪式中，6个游行方阵以及背景表演区10万人服装的设计制作工作，从招标到交付配送仅用时50多天。

“每次的国家级重大项目，每件衣服的背后，都承载了依文人的活力和实力证明。”夏华说，目前依文生产的防疫物资已经取得CE认证和美国食品和药物管理局（FDA）认证。

从1994年创立依文集团至今，夏华一手将依文做成了一个服装产业链的集团企业：旗下拥有5个国际高端男装品牌，以及享誉国内外的社会影响力平台——依文·中国手工坊，帮助并带领几万名中国深山绣娘走出大山，走向世界舞台。

“我们坚持对散落在各地的中国传统手工艺术开展发现、整理、创新、应用，希望用公益的心、商业的手法，改变大山里成千上万名手艺人的命运。”夏华说，依文·中国手工坊现已建起一个完整开放的线上数据库系统，收录了5000余种中国民族纹样，展示着1.3万余名绣娘擅长的技艺。

“线上，全球设计师与合作者均可以在此参与‘中国创意，全球设计’的活动；线下，我们为绣娘建立了16座村寨博物馆与上百家‘绣梦工坊’，打造10余条深入原生态村寨的‘绣梦之旅’旅游路线。让世界看见中国传统手工之美的同时，也让深山里的手艺人能够不离家乡，养活自己、养活家。”夏华说。

多年来，依文集团建立“纹样数据库”与全球设计师共享，设计中国元素的时尚爆品；发掘一批匠人并悉心培训，带动不少人脱贫；实现以培训为入口，订单为核心，村寨工坊、村寨博物馆为依托，“社会化媒体”+“文化体验之旅”为传播渠道，“深山集市”为销售出口的依文文化扶贫新模式。

用乐观创新的心 为消费者送去暖流

如今，依文仍面临着现金流急剧紧缩、线下门店被迫关闭等问题。

“企业每次面对冲击都最有可能创造奇迹。”夏华说，“2003年‘非典’期间，我们整整一季产品没有上柜台。当时我和高管团队商量，有没有可能不通过商场，人对人端对端将服装卖给消费者？由此，我们探索了依文时尚管家服务模式”。17年过去了，如今依文时尚管家团队一年365天为用户提供着装服务，已经拥有了超过100万的品牌会员。“就在那样的契机之下，真的把一件衣服变成了一种服务。所以无常、变化，都是颠覆模式、颠覆自己最好的时机。”

对于夏华来说，多年来为上万名中国绣娘坚守的同时，她对于重新定义商业价值和企业社会责任跨越了新的高度。这种高度也促使她做出对依文集团后期发展的一个重要推广方向，即提倡“心”零售：让消费者与依文各品牌之间产生“心”流和暖流。

事实上，在2000年依文集团发展势头向好之时，夏华就坚定地在企业内部实行了一次经典的“心”零售品牌活动；在当年情人节，夏华又带头联系3万多名顾客，为他们送上了一束情人节鲜花与一份精美礼物。

“很多收到礼物的顾客都被吓了一跳，躲在一边拆开了一张粉色的卡片，上面写着：永远的情人——依文。”夏华对那次冒险“创意”仍记忆犹新：“就在那一天，依文的电话被打爆了，很多人向我们诉说自己被‘吓了一跳’的故事，而最后都会说：以后就只穿依文了。”

夏华一直相信，人们的心才是离钱包最近的地方。无论是用“心”做品牌营销，还是用“手”创造企业的温度；无论依文今天已经做到了多大规模，在夏华眼里，通往情怀的路上，懂爱更重要。

经济学人

一生“读”一书 照亮前行路

——记“世界马克思经济学奖”获得者陈征

一辈子，陈征教授都在研究《资本论》，将毕生心血倾注到这部经典著作上，在马克思政治经济学的研究道路上点亮了一座座“灯塔”。

1928年，陈征出生于江苏书香门第。抗战胜利后，他读到了马克思的《资本论》。“虽然那时年少还读不太懂，但没想到，从此和这本书结下了一生的缘分。”陈征说。

1949年5月，新中国成立前夕，各行各业急需一批经济管理干部。为此，陈征所在的苏南公学特设企业财务管理系，旨在培养经济管理人才，但师资匮乏。

“我边学边教。”年轻的陈征满腔热情地承担了这个任务，从此与马克思主义政治经济学结下不解之缘。

为了讲好课，陈征下决心读懂《资本论》。三卷艰涩深奥的理论，陈征反复研读，一点点“啃”。“从不懂到基本上懂，从摸不着头脑到能通俗地介绍基本内容，并说明其来龙去脉，不知反复看了多少遍，才‘摸’进了《资本论》的大门。”陈征说，“钻研得越深，体会越深刻。”他逐步坚定了深入研究《资本论》的决心和信心。

1955年，陈征到中共福建省委党校工作，主讲课程之一正是《资本论》。在一期业余学习班上，学员们因为经常出差，希望陈征能发讲稿供他们自学。陈征毫无保留地将讲稿铅字排印，不仅发给学员，还发给各县讲师团作参考。

学员们反响热烈：即便没听讲课，光看讲稿也基本上可以读懂《资本论》了。学员们拿到的“讲稿”，实际上是陈征根据学员听课、讨论情况，反复研究、整理、修改和充实的成果。

陈征教授在位于福州市的家中工作学习。（新华社发）

“我始终对《资本论》研究充满信心和动力。”陈征说，理论最大的魅力，就是可以洞穿古今，具有深远指导意义。

上世纪60年代，陈征一度被派往农村工作，上午劳动、晚上开会。他就利用休息时间学习《资本论》和有关资料，并结合当时的农村情况，较深入地研究了我国农业和农民问题。

改革开放后，社会上掀起学习《资本论》的热潮。由于《资本论》比较难懂，于是，陈征将党校上课时期的讲稿进一步整理、修改，定名为《〈资本论〉解说》陆续出版。

《〈资本论〉解说》不仅对原著的重点难点进行了详细标注，还注明了涉及的典故、历史资料以及译文原文中的笔误之处。这部倾注了陈征心血的著作，被誉为“我国第一部对《资本论》全三卷系统解说的著作”。

《〈资本论〉解说》一印再印，并作为教材被全国各地学校广泛使用。有人说，《〈资本论〉解说》培养了“一代经济学人”；有人把学习《资本论》的收获运用到从政、从商实际工作中，取得很大成就。陈征欣慰地表示：“这充分显示了《资本论》巨大的学术威力和思想作用。”

此时，距首卷《资本论》出版已经过去了百余年，社会上也出现过“《资本论》过时”的声音。陈征坚定表示：“《资本论》没有过时，也永远不会过时。因为《资本论》分析了资本主义的问题，预见了资本主义一定要向更高级社会形态演变的规律，对现在依然有很强的指导意义。”

从1996年开始，年近7旬的陈征又和学生们创造性地提出了“社会主义城市地租理论”和“现代科学劳动理论”，回击“资本论过时论”：前者为社会主义城市土地制度改革和房地产市场的建立与完善提供了重要的理论依据；后者对中国特色社会主义市场经济建设具有重要的现实价值。

“不发展不是科学，是死路一条。”陈征说，经典理论一定要结合不断变化的实际，才能永葆生命力。由于社会经济和科学技术不断向前发展，出现了新情况新问题，这就要在运用《资本论》有关原理的基础上，提出新的理论、观点，实现创新性的发展。“在坚持运用中发展，在运用发展中坚持，是学习和研究《资本论》的最终目的和最高要求。”

70载学术生涯中，陈征作为学科创始人，亲自组建和发展了福建师范大学政治经济学硕士点、博士点、博士后科研流动站，成为国内研究马克思主义经济理论的重要阵地。2018年，陈征获评“世界马克思经济学奖”。

“我十分高兴和自豪，因为这是世界的奖项，说明世界认可马克思主义经济学中国化的研究，也把中国对《资本论》的研究推向了全球。”陈征说。

（文/新华社记者 陈弘毅 林 超）

创心路

甘肃民勤奥翔沙葱产销专业合作

社负责人甄世龙：

小沙葱成了大产业

本报记者 李琛奇

“今年春天，我们合作社的450亩露地沙葱统一购种、栽种、施肥、收获并销售，每亩地收入了5万多元。”甘肃省民勤县大坝镇奥翔沙葱产销专业合作社社员魏军锐逢人就夸。

这一成立于2013年的合作社，专注于沙葱的种植、加工、购销、贸易、投资等全套业务，产品畅销全国，年销售沙葱360吨以上；形成了“基地+农户+合作社”模式，走出一条“市场导向、龙头带动、资源整合、统分结合、抱团发展”的成功之路——他的带头人就是甄世龙。

沙葱进大棚 价高不愁卖

奥翔沙葱产销专业合作社负责人甄世龙有多重身份：沙葱产销大户、农产品经纪人、咸菜腌制高手……这些都与沙葱有关。2012年，甄世龙积极行动，搭建了8座日光温室大棚，并尝试着把沙葱这种荒漠植物移进大棚种植。

2013年1月，精心种植的沙葱正式上市了，望着绿茵茵的沙葱，甄世龙心里乐开了花。可这么多沙葱怎么销出去？于是甄世龙打起行囊，带上沙葱样品到兰州等地免费让餐厅试用，并自制成品在街上请大家试吃。功夫不负有心人，甄世龙打开了销路，在几个城市建立起代售点。

“不是市场太小，而是产品太少。”他在销售中发现，如果小小沙葱成了“气候”，不但不愁卖，而且价格还高。

没有规模就没有效益。为扩大生产规模，甄世龙又流转了4座日光温室大棚，全部种上了沙葱，短短一年收入达30多万元。

分散变集中 抱团发展共增收

以沙葱为“敲门砖”，甄世龙开启了致富门，看到效益的乡邻们也跟着种起沙葱。为便于指导，甄世龙发起了沙葱种植户与购销大户为主体的“奥翔沙葱专业合作社”，形成“合作社＋基地＋农户”的经营管理模式。

在与市场接轨的摸索中，甄世龙决定采取“统一收购、统一加工、统一品牌、统一销售”的管理模式，有计划地扩大种植面积，使产销合理化，赢取最大利益，并要求社员按照有机食品要求种植沙葱，严禁施用化肥、农药，一律采用太阳能灭虫灯杀虫，人工除草……

“种沙葱劳动强度不大，上了年纪也能照顾过来，更何况甄世龙还会帮我们联系买家，省心又放心。”60多岁的合作社社员谢相弟说。

天道酬勤，如今的“奥翔沙葱”远销北京、上海等地，让沙葱闯出了大市场。凭着执着信念和大胆举措，甄世龙带领大家把沙葱做成了产业，这是村民们从前做梦都不敢想的事情。

“一花独放非胜景，万紫千红春满园。”甄世龙说，“我们搞合作社，就是要把沙葱这个产业做大，让大家一起致富奔小康”。

基地加物流 产业升级创品牌

随着机构不断完善，生产、经营、财务等管理规范逐步制定，奥翔沙葱产销专业合作社形成了以经营实体为载体的互助性经济组织。

如何充分发挥合作社优势，服务好社员，为全体社员谋求更大利益，带动种植户增收致富？

通过多方了解市场信息，准确把握市场需求，甄世龙带领合作社以市场为导向，立足特色农业，打造名优品牌，大力推进标准化生产，规模化经营，建立了200亩沙葱示范基地；并组织农民按订单种植，以低于市场价10%的价格为社员提供农业生产资料，以高于市场价12%的价格收购社员产品，免去了种植户销售上的后顾之忧。

与此同时，甄世龙把冷链物流作为品牌建设重点，充分发挥现有信息优势与管理优势，引导合作社社员、周边村社种植户共同投资建冷库、冷藏运输车等冷链物流基础设施，实现生鲜沙葱产后集中存储、统一包装、共同配送，基本实现冷链物流全过程监控，全链条可追溯。

在甄世龙的带动下，日光温室沙葱产业正逐步向本镇乃至全县延伸辐射。目前，民勤县已有10个乡镇50多个村近千户农民通过发展日光温室沙葱走上增收致富路；日光温室沙葱种植面积达1560多亩，年销售收入达2000多万元，日光温室沙葱产业正逐步发展成该县特色优势产业之一。

合作社负责人甄世龙（右）与社员查看沙葱长势。 马爱彬摄（中经视觉）

社址：北京市西城区白纸坊东街2号 读者服务：13911270606（同微信号） 查号台：58392088 邮编：100054 传真：58392840 零售每份：1.00元 广告许可证：京西工商广登字20170090号 广告热线：58392178 发行热线：58392172 昨日（北京）开印时间：2:50 印完时间：4:00 印刷：