

# 用“智慧”告别代工 为全球“量体裁衣”

——透过山东威海迪尚集团科技创新之路看新旧动能转换

□ 赵新兵 陈灏 王阳

坐在山东威海迪尚大厦的办公室里,女设计师于潇专注地操作着电脑,用3D建模“黑盒子”扫描完毕的服装,即将完成数字化成样,随后将通过网络呈现在万里之遥的国外客户面前。

穿行在纽约曼哈顿区哈罗德广场,朱立华经常能认出路人身上的衣服是由迪尚集团设计生产。身为这家企业的董事长,他对此早就习以为常——在附近著名的梅西百货,20多个国际知名服装品牌由迪尚供货。

诞生于1993年的迪尚,从一家小型服装外贸企业,完成了从来样来料加工,到自主研发设计、数字化设计制造和自主品牌出口的跨越,成为国际服装行业全供应链的知名“服务器”。

从“挣汗水钱”到为全球“量体裁衣”,迪尚集团一路走来,为传统产业新旧动能转换、中国经济迈向高质量发展增添了注脚。

## 全供应链“隐形冠军” 每年亿件“迪尚造”通世界

中国春节假期刚结束,俄罗斯女服装商人斯维特拉娜·纳乌莫娃就坐了近10个小时的飞机,来到迪尚集团威海总部。与迪尚合作4年来,她向迪尚订货的额度从2014年的100万美元上升到2018年的约1200万美元。

纳乌莫娃经营着一家羽绒服品牌,在考察10余家国际服装供应商之后最终“情”定迪尚。她说:“迪尚面料资源丰富、设计师专业、生产效率率高,是世界服装供应链服务的大品牌。”

像纳乌莫娃这样的外国客户,迪尚集团每年要接待上千批次——国际服装企业主动上门谈合作,在20年前是迪尚想都不敢想的事。

上世纪90年代初,各类服装企业迅速兴起。迪尚以一张办公桌、几把椅子起家,做起了服装外贸。

“当时的订单都是国际中间商转了好几道手的,做什么、怎么做都是别人说了算,连线和扣子都是客户发过来的。”朱立华说,没有话语权,动辄被中间商压价、扣款,甚至赖账,是当时包括迪尚在内的服装外贸企业之痛。

亚洲金融危机爆发,我国外贸订单大幅减少,服装出口增速下滑,管理粗放的服装代工企业大量倒闭,连外资企业都出现“跑路”。这场阵痛让迪尚下决心摆脱中间商、打通自主贸易渠道。

“由于外国中间商的存在,当时我们连见下游客户的机会都没有。”迪尚集团副总经理张莹经历了这个

艰难的时期,数不清吃过多少次“闭门羹”。

面对国际服装品牌企业,迪尚人下足了“水磨功夫”:去卖场调查客户的产品定位,千方百计找到公司的地址,带着成衣反复拜访,拿不到一手订单拿二手的也行……张莹最“难啃”的客户,是日本名古屋一家企业。从2001年开始,团队持续拜访了4年,才拿到第一笔订单。

十年磨一剑,迪尚终于打通外贸“中梗阻”,在美、英、德、意、日、韩等国设立了贸易公司,形成了覆盖欧美和亚洲主要国家的直通渠道,对接下游客户。

为改变纯粹挣代工的窘境,迪尚开始对服装全供应链服务进行拓展:建起涵盖国内外3000多家面料辅料供应商30万份电子档案的服装面料库,在国内外设立了100多个设计师工作室、设计公司和研发中心。

从“为人代工”到“找人代工”,迪尚不断在产业链中“移步换景”。50多个专业服装生产厂、800多家配套协作企业、卫星工厂等,支撑起迪尚对潮流和订单的快速反应。目前,迪尚在缅甸、柬埔寨、孟加拉国等多个“一带一路”沿线国家布局了生产基地,触角不断延伸。

“如今,我们为近500个国际知名服装品牌提供生产和服务。在日本排名前10的服装企业中有9家与迪尚合作;在欧美,迪尚的市场占有率同样名列前茅……”迪尚集团常务副总经理张诗哲介绍说。

据了解,迪尚生产的不仅有Zara、GAP等相对大众的服装,也有杰尼亚、阿玛尼、麦丝玛拉等较高端品牌的产品。

2018年,迪尚为全球生产各类品牌服装超过1亿件,主营业务收入达到123亿元。

## 汇聚全球脑力 让“中国设计”融入国际品牌

将半杯水淋到一件夹克衫上,水珠随即滚落,衣服表面没留下一丝水渍——这是迪尚针对欧洲多雨国家专门研发的防水防风面料,大受市场欢迎。

自主研发设计,是迪尚实现由大到强转变的关键一招。

中国加入世贸组织后,服装加工行业竞争加剧。如何提高市场占有率、增加附加值,将客户信赖转化为客户依赖,成为摆在朱立华面前的必答题。而他目光投向了服装行业的核心竞争力——设计。

彼时,我国服装企业在国际大牌企业、设计师面前谈自主设计可谓班门弄斧。张诗哲说:“无论是人才积累还是时尚认知,我们都存在差距。”

决定木桶容量的是短板,迪尚团



山东威海迪尚集团设计人员在演示服装个性化定制服务

新华社记者 朱峰 摄

队为拿下设计关憋足一口气。落后于时尚前沿,他们跟着客户前往目标市场,边学习设计,边争取订单;人才不足,朱立华到欧洲高价聘请设计师,带动国内年轻设计人员提升。

先人一步天地宽。2008年,全球金融危机爆发,我国服装出口严重下滑,迪尚却逆市上扬,甚至大胆前往海外聘请设计师,收购服装设计分公司,直接吸收全球前沿设计资源。

近年来,迪尚已经在英国成立了迪尚欧洲服装研发中心,在爱尔兰、西班牙、德国、比利时等6个国家设立分会和工作室,在欧洲招募上千人收集信息,紧盯全球时尚前沿的最新潮流。

从提出建议到参与设计,再到独立设计一个款式、一个系列、一个品类,迪尚的设计逐步融入国际品牌中,与大牌客户共同设计研发已经成为常态。

“眼下服装行业的分工趋势,是国际知名企业把研发设计交给供货商。对方往往只给我们提出时尚趋势,面料选择、设计精细化、生产工艺都由我们完成。”迪尚总经理助理孙世光说。

如今,迪尚集团生产的产品几乎全部含有自主设计元素;每个月,迪尚可以推出一万个新款服装设计。在中高端服装加工领域,迪尚通过自主设计形成了根深蒂固的影响力。朱立华说:“以前我们满世界找客户,现在我们优选客户。”

迪尚旗下的大连迪尚华盛时装有限公司,前身是一家持续亏损的日资企业。被迪尚收购之后,其自主设计的中高端产品,生产利润可以和客户设计的高端产品持平,成为

阿玛尼、麦丝玛拉等国际知名品牌的生产商。

随着“中国制造”向“中国创造”转变,自主品牌建设也成为迪尚转型发展的最新方向。通过海外收购,迪尚集团在美国拥有Brandon Thomas和Cherry Elegance Fashion等5家服装公司、10个自主设计品牌。

## 发力智慧产业 凭借新技术挖掘新“金矿”

一条创新之路,做强中国经济;一件创新服装,激活一个企业。

“让科技创新在实施创新驱动发展战略、加快新旧动能转换中发挥重大作用。”在朱立华的蓝图中,大数据、智能制造、物联网等新技术将与服装制造结合,成为挖掘新“金矿”的法宝。

厚积而薄发。新华社记者到迪尚面料中心看到,国内外3000多家面料辅料供应商的产品资料“聚集一库”——每种材料的质地、纱支密度、交货周期、价格等最新图文信息,形成了面料的源头数据库。

“以前我们经常带客户去江浙看面料,现在可以在网上将素材提供给客户,更加快速有效。”迪尚供应链经理张晓腾说。

庞大的数据支撑使迪尚可以快速预估成衣价格,还能迅速形成数字设计。

在迪尚每天有50个~100个产品完成3D效果图制作,在电脑上就可以直观显示产品的上身效果。于潇说,以前手工制版,完成样衣制作、寄送、反馈、修改、再次寄送、定版等程序,最快也得一个月时间;使

用3D立体成样后,跑腿的变成了数据,一周就能定版。

从面料选择、服装设计,到最终的成衣生产,迪尚已经迈入了数字化设计制造的大门。新潮的生产方式和应用场景,也在迪尚开始落地,推动迪尚进一步走向高质量发展。

4个摄像头绕人体一周,1分钟就可以完成身高、肩宽、腰围、腿长等数据采集,1周以内就能为客户生产出合身称意的时尚服装——这是迪尚最新推出的个性化定制业务。

“面料、细节、纽扣都可以自主选择,基本不会出现‘撞衫’。”迪尚个性化定制中心的男装量体负责人刘元帅介绍说,数据库里仅男装衬衣就有千余种可选面料,配合领口、袖口、纽扣等不同选项,可以形成上亿种组合。

大国经济行稳致远,需要创造奔涌不绝的活力;企业历久弥新,也需要不断突破自我,寻找新的爆点。

在迪尚,更宏大的蓝图已绘出雏形,迪尚面料中心、国家双创示范基地等10个重点平台已经启动建设,依托资源整合能力发展平台经济,将成为迪尚新的发展重点。

据张晓腾介绍,迪尚计划推出上线交易功能。其中,面料交易平台基本开发完成,对社会开放后,将使现有的数据资源成为新的利润来源。

“只有夕阳的企业,没有夕阳的行业。”中国纺织品进出口商会会长曹甲昌说,不断推动产业升级,就是行业希望所在。

深耕加工服装市场,朱立华的梦想,是推动中国服装行业新旧动能转换。他说:“我希望在将来,提起时尚,人们首先想到的是中国。”

相关资讯

## 上海浦东再发力 创新药产业化不缺地

本报讯 上海浦东新区近日发布“升级版”的生物医药产业地图,一次性拿出近10平方公里的土地,新开辟4个基地,用于承载创新药和医疗器械的产业化项目。

上海浦东是国内生物医药研发密度最高、投入强度最大的区域之一,拥有张江“药谷”等国家级生物医药产业基地。浦东新区科经委主任唐石青表示,经过20多年的发展,浦东生物医药产业已经形成完整的产业链、价值链和创新链。2018年上海共有4个创新药获批上市,全部来自浦东,其中一类新药2个,还有20个三类医疗器械获批上市。2018年浦东生物医药产业规模达到672亿元,其中制造业产值548亿元,同比增长16.2%。

当前,浦东还有超过100个创新药进入临床二、三期试验,其中一类新药超过30个,每年有20个~30个三类医疗器械获批上市。为推进创新药成果转化,浦东新规划了4个产业化基地,分别瞄准创新药、高端医疗器械、化学药和医药研发中心等。有了产业基地的保障,浦东生物医药不仅将保持研发领先的优势,还可以就地转化实现产品上市。

根据规划,在新基地的支撑下,到2020年浦东的生物医药产业规模有望达到1000亿元,逐步建成有国际影响力的生物医药创新策源地。

(何欣荣 龚雯)

## 山东重奖科研成果转化 最高支持5000万元

本报讯 来自山东省科技厅的消息称,山东省将在创新短板和产业优势领域集中组织实施重大项目,吸引优秀创新力量协同攻关。重点领域科研创新成果到山东转化落地的,最高可支持5000万元。

据山东省科技厅有关负责人介绍,山东省将在技术先进、产业带动能力强的重点领域,按照重大基础研究、关键技术研究、成果转化示范的全技术链条,针对技术难点、堵点、卡点,通过项目实施逐项突破,形成上下游衔接的系统化成果链条,推动产业链、产业集群创新发展。重点支持高端自主芯片、高端装备、新能源、现代海洋、生命健康、高端化工、现代高效农业等七个重点产业或领域。

对能填补国内空白、替代进口或突破国外专利和技术封锁,能够获取自主知识产权并完成中试,具备成果转化和产业化示范前景的关键技术研究项目,山东省将给予最高500万元的支持;对创新性、产业化前景好、对产业发展带动作用明显的技术创新、成果转化和产业化示范项目,特别重大的可以支持5000万元。(陈灏)

## 西藏启动创新券试点 促科技资源开放共享

本报讯 西藏自治区科学技术厅近日印发《西藏自治区科技创新券管理办法(试行)》,规定创新券以无偿资助方式向区内科技型中小企业和创新创业团队发放,科技型中小企业每年度申领上限为10万元。

西藏科技厅相关负责人介绍说,西藏创新券试点专用于高校、科研院所、企业等,帮助其购买有明确需求的研究开发、技术转让、检验检测认证等专业或综合科技服务。创新券同一年可多次申领,科技型中小企业每年度申领上限为10万元,创新创业团队每年度申领上限为5万元;科技型中小企业使用创新券抵用额度不超过单次购买服务支出费用的50%,创新创业团队抵用额度不超过单次购买服务支出费用的90%。

创新券申领对象为在西藏依法注册、具有独立法人资格的科技型中小企业和创新创业团队。西藏自治区科技创业服务中心负责管理创新券发放和兑现,对创新券接收机构进行考核和评价。创新券接收机构从区内专业科技服务和综合科技服务机构中遴选,由西藏自治区科技创业服务中心组织评选推荐,经西藏科技厅审定后确定。(刘洪明)

观察家

## “中国智造”的未来不是梦

□ 沈忠浩

素有“世界工业发展晴雨表”之称的德国汉诺威工业博览会近日闭幕。作为全球最负盛名的工业展之一,此次汉诺威工博会共吸引75个国家和地区的6500家参展商,中国展商约占1/4,数量仅次于东道主德国。不仅如此,展会期间,“中国智造”的质量也得到业界高度关注。

从展会传递出的信号来看,新一轮以“融合”为核心的工业革命方兴未艾,工业生产与信息技术的多层次、多样化融合正在重塑工业生产全流程,人工智能、第五代移动通信技术(5G)等前沿科技的工业应用逐步从愿景变为现实。

新的工业浪潮里,一些中国企业

勇立潮头,在云计算、大数据、物联网等领域持续创新,其中的佼佼者不仅已有能力比肩西方同行业的领军企业,在5G、人工智能等领域甚至实现局部“领跑”。瑞士工业巨头ABB集团首席执行官史毕福对中国积极推动工业发展、大力使用人工智能提高生产力的势头表示赞赏。

事实说明,中国制造走在转型升级的正确道路上。在从“制造”迈向“智造”的历史进程中,只要长怀攻坚之志、善汇创新之智,书写中国版的高科技“逆袭”故事,绝非无法实现的梦想。

展会上一个细节同样给人启发:中国企业的商标频频出现在外国企业展区,中方展出的技术应用中也常可见外企的贡献。这生动折射出,如今的工业制造早已是你中有我、我中

有你,排斥、保守带不来持续发展,合作共赢才是长久之道。

窥斑见豹。从汉诺威工博会上中国企业参展情况可以发现,中国高科技企业“弄潮”新一轮工业革命的勇气可嘉、信心十足。但同时我们也应清醒看到,中国制造业在整体由“大”变“强”的路上依然任重道远。此次展会上,德国、瑞士等老牌工业强国展出的仿生机器人、个性化定制生产线等产品和新技术,令人直观感受到老牌“塔尖”国家的工业底蕴。中国突破材料、装备、工艺、人才等多方面瓶颈尚需时日,培育核心技术创新能力也绝非朝夕之功。

千里虽遥远,跬步可至。保持专注、坚持实干,“中国智造”的未来不是梦!



## 山东邹城推进机器人产业发展

近年来,山东省邹城市将机器人产业作为新旧动能转换的战略性新兴产业进行培植,大力推进机器人产业园建设,引进一批机器人高新技术企业,为企业发展提供优惠政策,逐渐形成产业集群化发展态势。图为邹城市机电产业园一家机器人高新技术企业的技术人员对机器人产品做出厂前测试。

新华社记者 王凯 摄