

# 晋企闪耀中国品牌日

本报讯(记者 施珊妹)5月10日是第七个中国品牌日。今年的中国品牌日活动由国家发展改革委联合多个部委和单位共同主办,活动内容包括举办2023年中国品牌发展国际论坛和中国品牌博览会。

论坛以“品牌创新价值创造——可持续时尚引领下的品牌发展之路”为主题,一众优秀企业的代表在现场讲述了他们的“可持续时尚”故事。

近两年采用了兰精零碳天丝的爱慕,一直在聚焦以科技支撑可持续发展。爱慕股份有限公司副总裁刘慧枝介绍,在品牌30周年之际,爱慕与青岛大学国家重点实验室共同开发了独家可持续材料——生物基海藻纤维纱线,抗菌防霉、可自然降解、环保,采用蜂巢织造结构,还在染整环节加入华熙玻尿酸,打造健康可持续的创新产品。

而七匹狼则携手中国纺联社会责任LCA工作组,推出了首款标记“碳足迹”的男装牛仔夹克。福建七匹狼实业股份有限公司副总裁余如表示,七匹狼期待携手产业链合作伙伴,做有态度的时尚品牌,让中国时尚引领世界。

从纤维到消费,整个时尚链条对“可持续”的热衷,也印证了中国品牌ICICLE之禾提出的“天人合一”的品牌哲学为何能在近年深受消费者认可。上海之禾时尚实业集团商业发展有限公司ICICLE之禾品牌总裁姚曼丽表示,工业革命提高了人们的生活质量,但并非建立在“人与自然的一体性”。出生于中国的之禾,希望能够根植古老的东方智慧,吸收今日的西方文明成果,提出面向未来、遵循自然法则、具有卓越美感的现代化生活方案。

“科技令时装美好,但手工技艺

仍然是衡量顶级西装的重要标准。”大杨集团有限责任公司副总经理姚莹表示,作为科技创新领域的品牌代表,大杨自主开发千万级版型数据处理系统,版型订单数据处理速度可达2秒/个,智能仓储系统的分拣效率达到2000套/小时。同时,大杨聚焦“美与匠”的结合,联袂非遗传承人,以高级定制中式华服,传递中国文化魅力。

对此,劲霸男装(上海)有限公司CEO兼创意总监洪伯明也深有感触,“深厚的中华五千年文化给予我们养分,让我们有信心通过自己的服装,向世界表达与展示中国文化自信。”他认为,首先要以过硬的产品为载体,只有质感足够,才能承载文化价值与美学价值。

“文化自信、品牌自信深入人心。”罗莱生活科技股份有限公司品牌总经理、商品总经理董伟明观察

发现,“国潮”搜索热度在近十年增长了528%,关注国潮的群体中“90后”占比超过48%。因此,罗莱选择顺势而为,突破创新。比如围绕中

国新疆棉花开展创新,研发的“中棉罗莱1号”使产品柔软度提升9.5%,邀请消费者采摘新疆棉花,体验高品质“国潮”。

## 相关新闻

### 3家晋企获评“2023中国纺织服装品牌竞争力优势企业”

本报讯(记者 施珊妹)5月11日,“2023中国品牌发展国际论坛——纺织服装行业论坛”在上海举行。论坛上发布“2023中国纺织服装品牌竞争力优势企业”,七匹狼、劲霸男装、九牧王上榜。

中国纺织工业联合会副会长杨兆华表示,通过系统评估,共80家企业,品牌价值均超过50亿元,确定为“2023中国纺织服装品牌竞争力优势企业”。这些企业无一不是行业的杰出代表。

## 上市公司圈

### 麦格理公布亚洲零售上市公司ESG研报 安踏排名前25% 跻身首选股

本报讯(记者 柯国笠)日前,全球性金融集团麦格理发布亚洲零售上市公司的ESG研究报告。安踏集团在本次研报中排名上升4位,跻身前25%,其股票成为首选股票之一。

麦格理方面表示,安踏集团在本次研报中领先于同业,因在以下几个方面有突出表现:业务保持持续增长的同时,温室气体排放强度持续下降,同比下降了28%;主动披露ESG报告及制定相关水资源管理政策,不断提升ESG标准;管理层人员的调整,代表着在公司治理方面正在采取积极举措。

据悉,安踏集团已连续八年发布ESG报告,披露在ESG及可持续发展领域的实践和成绩。

根据安踏集团计划,未来,安踏集团将持续在三大核心领域推行ESG战略行动规划,包括提升环保材料占比,打造更多绿色低碳商品,引领可持续消费;发布《供应商可持续发展管理手册》,带动产业链伙伴节能减排,推进绿色供应链建设;投身社会公益,聚焦青少年体育发展,携手合作伙伴促进生物多样性保护。

安踏方面表示,集团将始终坚持长期战略思维,不断完善ESG治理架构,倡导负责任经营。

### 恒安发行10亿超短融 拟用于归还债务

本报讯(记者 柯国笠)近日,恒安国际发布公告,于2023年5月12日,该公司已完成发行金额为人民币10亿元的第三期超短融,其票面利率定为每年2.39%及为期180日。

上述超短融完成后,恒安已核准但未发行的超短融金额为人民币5亿元。

据悉,发行第三期超短融所得款项拟用作归还公司的债务。

### 百应控股拟向厦门颂悦提供应收账款保理服务 约2422.86万港元

本报讯(记者 施珊妹)日前,百应控股集团有限公司发布公告,百应控股公司间接全资附属公司厦门百应与厦门颂悦订立保理协议。根据保理协议,厦门百应将向厦门颂悦提供应收账款保理服务,保理本金总额为2120万元(相当于约2422.86万港元)。

百应控股方面表示,该集团主要为国内客户提供融资租赁服务、保理服务及咨询服务。保理协议预期将令集团可赚取约84.56万元(相当于约96.65万港元)的总收入。由于保理协议是在厦门百应的一般日常业务过程中,经厦门百应与厦门颂悦协议按正常商业条款而订立的,百应控股董事认为,保理协议的条款公平合理,且符合集团及股东的整体利益。

### 晋江市智能装备协会举行精益生产培训会

本报讯(记者 柯国笠)14日,由晋江市智能装备协会与晋江市智能装备制造“产业链党建”联盟联合主办的“指导型丰田生产系统(TPS)”落地培训班,在福建信龙机械科技股份有限公司开班。来自晋江机械装备行业企业的相关负责人共50多人参加开班仪式。

原富士康IE技委会主委、清华大学标杆精益改善评委李国平老师到场授课。他围绕IE工程体系、精益核心的QCD、过程质量、成本、生产效率等的改善落地展开深入讲解。

当天,参训学员在信龙机械负责人的带领下,还参观了信龙机械的数字化车间、技术中心及党建馆。

据悉,晋江市智能装备协会及智能装备制造“产业链党建”联盟正探索以“党建+精益管理培训”的模式,助力晋江装备制造企业推进信息化、数字化及智能化融合。

### 广东省晋江商会开展联络处走访活动

本报讯(记者 王云霏)近日,广东省晋江商会会长庄小铭带队前往宝安、福田、观澜、南山、惠州、龙岗、东莞等地开展联络处走访活动。活动旨在促进商会各区域会员企业间的交流互动,充分发挥商会联络处的桥梁纽带作用,增强商会向心力和凝聚力。

庄小铭表示,近年来,商会各联络处充分发挥商会宣传窗口的作用,进一步拓宽商会服务会员企业的渠道,很大程度上方便了区域会员企业之间的交流与互动,增强商会的向心力、凝聚力和影响力。

2018年以来,广东省晋江商会先后在深圳福田、东莞厚街、东莞樟木头、东莞大朗、深圳观澜、深圳龙岗、深圳宝安、深圳蛇口、惠州、大亚湾等地成立联络处,目前已有10个联络处。

据悉,广东省晋江商会将进一步发挥各联络处的桥梁和纽带作用,通过商会深度走访、秘书处移动办公等形式,联络乡情、交流互动,增强各区域会员企业的黏性,提高会员企业的积极性和主动性,吸引更多在粤晋江乡贤加入商会大家庭。

## 利郎少年美育计划站上新起点 “艺术生活3·穿行中国”教师培训举行

本报记者 施珊妹

日前,全国各地的梦想老师齐聚上海视觉艺术学院,参加“艺术生活3·穿行中国”课程培训。

据悉,“艺术生活3·穿行中国”梦想课程教师培训由利郎简约男装赞助支持、上海市静安真爱梦想教育进修学院主办,意味着利郎少年美育计划开始了一个新起点——从研发进入课程试点阶段。培训由视觉艺术学院和师大教育学部讲师、真爱学院项目小组组成的团队执行。

该课程以服装中的华夏精神基本组成为线索,以生活中的所见所闻、空间环境、衣食住行等方面为主题素材,进行主题单元学习体验及服装创作实践;以“人文理解+艺术表达”为主要呈现形式,辅以辩论、表演等表达形式,通过思考、讨论、游戏、体验、探索来达到课程目标。

### 通过交互与体验加深理解

2022年,利郎简约男装携手上海真爱梦想公益基金会发起利郎少年美育计划,历经近一年的课程研发与设计,形成了一套以服装设计为主线,以中国传统文化探寻为暗线的美育课程和材料盒子。

本次真爱梦想课程教师培训是帮助来自全国13个省市共22所学校的一线教师,理解“艺术中国3·穿行中国”这一美育课程的目的与实施方法,通过“交互与体验的方式”,使教师们对设计思维与创造力有更深层次的理解。

真爱梦想课程的教师在上海视觉艺术学院集结,在雅造森林工作室创始人孙冉老师的带领下,对设计学院进行简单参观与了解。服装设计方向本科高级讲师吴嘉栋以学生的作品为例,讲解了服装设计创意的诞生过程。这里陈列的学生服装作品实物、大量的服装材料和制作工具,展示了服装设计诞生现场的真实模样。

在圆桌会议中,吴嘉栋以两个国际知名服装品牌为例,讲解服装与时代变迁的关系。并以国民品牌利郎为例,分析服装与生活的关系。在集体讨论自己认知服装的过程中,大家充分理解了服装艺术与生活、文化的关系,理解作为服装设计师在设计工作中不一样的思考方法。生活中很多元素可以形成艺术表达,艺术是一种审美体验,艺术不是只有艺术家可以参与的事情。

### 在游戏中理解服饰美

培训过程中,新锐服装设计师蔡铭益给教师们带来了特别的服装设计体验工作坊。



在工作坊中,教师们能够亲自从创作者的视角,体验艺术创意从何而来,如何形成作品。

完整的艺术教育包含艺术创作、审美、艺术批评、艺术史几个部分的有机组合。但“艺术中国3·穿行中国”作为一门启蒙性质课程,并不会让孩子们系统地学习服装设计,而是通过游戏、体验、创作,帮助学生们理解华夏精神在服饰美中的体现。在工作坊中,蔡铭益老师首先带领各位教师认识现代服装的多种要素,然后向各位教师发布了一个重大任务:完成一件有中国元素或地域元素的服装,并通过立体剪裁、材料搭配等环节进行小组创意工作。最后进行各

小组的作品展示。

“艺术源于生活,生活中处处是艺术,只是需要我们有一双会观察的眼睛,一颗能感受的心。每个孩子都是天生的艺术家,但艺术还需要练习,练习发现美、表达美、创造美。”从这一课程目标出发,雅造森林工作室创始人孙冉介绍了“艺术中国3·穿行中国”课程盒子中,从课程大纲、教案、材料、视频到手册的基本使用方法,让所有教师都能够更好了解课程的全貌。

### 以更生动的方式发现美

作为普适性的课程,实施这门课的

教师不一定要艺术专业出身,但需

要掌握较为创新的教学方法,通过鼓励、介绍新工具等方式,激发儿童对艺术主题和材料进行探索的内在动机和兴趣。

作为一家综合时装企业,利郎简约男装发展至今已36年,其凭借积累下来的服装美学基础与实践聚集了大批专业人士,在美学教育上拥有丰富资源和充足实力。研发、推广“艺术中国3·穿行中国”梦想课程和美育课程盒子,以专业培训赋能教师,以更加生动的方式让孩子们在课程中发现美,这也是利郎少年美育计划的初心。

利郎简约男装期待未来更多的

## 集思广益 练数字化升级“功夫” 西滨镇创新小组第三期活动聚焦数字化

本报记者 刘宁

企业是否需要进行数字化升级?企业如何规划自己的数字化进程?数字化升级要做到什么程度?……13日下午,西滨镇创新小组第三期活动在泉州市星达鞋服材料有限公司举行,聚焦企业数字化升级中遇到的痛点、难点,进行经验分享、交流,星达鞋服、华银鞋材、益发纺织、鹏达鞋服、安亿鞋材、焯峰科技等企业负责人参加。

### 狭路相逢 数字化已成趋势

“有补贴当然好,但是没补贴也得做,没有这种觉悟的话是做不好企业的数字化升级工作的。”星达鞋服总经理庄刚松表达了对企业数字化升级的坚定态度。他分析,当下整个行业总体发展是往智能化、数字化的方向走,尤其安踏等大客户已经走在了数字化升级之路的前面,如果他们的供应商无法跟上他们的节奏,终究会被淘汰。

实际上,企业数字化升级并非一时兴起的“跟风”,而是基于对市场的判断。

星达鞋服总经理助理邢功立介绍,现在整个纺织鞋材行业接的订单呈现两极化,除了大客户的大订单,中小型客户订单变得更小、更碎,这给企业生产管理带来了更大的挑战。其中,最明显的就是用工成本的攀升。随着企业发展到一定程度,现有的用工量和成本是没办法覆盖小单快返的诉求的。因此,数字化升级是企业应对这个市场变化所不得不去尝试的事情。

对于规上企业而言,企业当下更

多考虑的不是如何活下去,而是如何更好地发展。数字化升级不是帮助企业生存,而是助力企业实现二次腾飞。

“传统行业有很多相似的痛点,而大家采用数字化手段的目的也都比较明晰,就是降本增效。”邢功立提出,企业进行数字化升级之前需要考虑企业是否需要进行数字化升级,并思考是企业经营的哪个方面需要数字化赋能,以此为出发点,将企业的数字化升级工作具体化。

以星达鞋服的数字化升级工作为例,该企业最初启动数字化升级的目标明确,就是希望做到所有数据透明、可追溯。即从供货商产品进库到企业成品抵达客户手中的整个生产流程,都能做到数据下潜,发现任何问题都可以快速追溯到相关环节,从而进一步帮助企业降本增效。

### 慢即是快 流程梳理要先行

无疑,数字化升级已经成为许多规上企业都在探索的一个课题。然而,数字化升级并非一剂“万能药”。

在明确企业数字化升级的“初心”后,邢功立建议企业制定相应的

三年或者五年计划,打好企业的数字化升级框架,切忌东一榔头西一棒槌。此前有许多企业的实践都证明,如果没有一个整体规划,直接找不同服务商做配合,容易导致不同板块之间不顺畅,相当于花大价钱做了个“四不像”,不仅增加员工负担,而且所谓的“提高效率”也成了“笑话”。

“数字化升级可以帮你加速,但不能帮你改变。”焯峰科技总经理丁晓栋说道。作为服务商,他经常在与有意进行数字化升级的企业进行沟通中发现,部分企业主认为,一旦进行数字化升级,就会改变企业生产管理的现状。然而,现实是没有提前规划,改变企业生产管理各项前提,一旦推行数字化,会出现更多问题。

“企业咨询得走在企业数字化升级之前。”成熟企业管理总经理应茅李分析,一定规模的企业如果没有率先完成内部管理架构流程和程序梳理,一旦贸然开始数字化,就会出现业务流程混乱的问题,技术就不通,容易导致沟通不畅。

同时,在应茅李看来,企业要进行数字化升级,必须做好项目管理。对内,企业老板或者相应的项目管理人才牵头,进行项目的过程管理;对外,企业则要敢于向外部服务团队提

要求,驻厂配合的团队中,除了要有专业的技术工程师,还要有懂业务的成员。他建议,企业在选择合作的外部团队时,要尽量选择与企业行业有相关性的,整个团队人员专业要尽可能地多元化。

### 取舍有道 把控数字化升级节奏

在数字化升级成为“风向”的同时,企业要如何把控好这个节奏?

“数字化升级要真正赋能企业发展,企业必须知道什么时候‘喊停’。”邢功立透露,有部分企业一旦上了数字化进程的道路,就容易“刹不住车”。当下数字化程度较高的样本有“黑灯工厂”之称,指可以关闭作业区域的照明灯光,把工厂完全交给机器作业,即完全的无人化。

然而,当下企业是否需要数字化程度这么高的工厂?其投入企业是否可以承受?这些都是企业在设定目标时需要慎重考虑的问题。

以制鞋行业为例,鹏达鞋服总经理杨俊毅表示,制鞋工序多且繁琐,需要外部企业共同配合。因此,鞋材代工类企业在投入数字化升级的过程中,必须思考投入与产出是