



J I N J I A N G E C O N O M Y N E W S

晋江经济报

印尼版
第31期

http://www.jjjb.com.cn E-mail:jjb419@yahoo.cn

黄再兴:从“一根纱”到“一块布”的“智造”之路

本报记者 施珊妹



“开厂!”——20多年前,面对“搬运工”式面料贸易的瓶颈,年轻的黄再兴与父亲果断转型。从样品厂起步,到投资21亿元(人民币,下同)打造高端生态智能纺织新材料工业园,向兴集团在总裁黄再兴的掌舵下,凭借“敢买最好设备”“敢做研发投入”“敢闯智造无人区”的魄力,硬生生在激烈竞争中闯出一条贯通“一根丝”到“一块布”的全产业链之路,成为绿色智造的行业标杆。

如今,在晋江这片千亿服装产业集群的热土上,向兴集团正以持续的创新投入和智能化布局,发出中国高端面料“智造”的强音。

从贸易商到制造商

“最早接触纺织行业,源于父亲。”黄再兴回忆,还不到20岁时,父亲经营的面料贸易生意向外延展到江苏地区,自己也帮起家里的忙。七八年里,他在江苏将自家的面料贸易生意做得风生水起。

随着改革开放的步伐越迈越快,晋江当地鞋服产业也日渐壮大,单纯“搬运工”式的面料贸易也遇到了瓶颈。“制造不在自己手上,客户的需求与工厂的配合度一旦不匹配,我们的生意就很难达成。”黄再兴说。

“开厂!”父子同声。

2001年,已经成为面料产业内行人的黄再兴与父亲一同开起了样品厂,开启了产贸结合的发展之路。根据客户的需求,他们先在样品厂里将面料生产出来,类似于现在的“中试”,然后再拿着样品到工厂下单。这样一来,工厂便没有理由再以“生产不出来”为由拖延订单。

如今的向兴已经成长作为一家集纺织面料研发、织造、印染、后整理、销售于一体的全产业链科技创新型制造企业,先后获得国家级“绿色工厂”“高新技术企业”,以及“福建省科技小巨人企业”等荣誉称号。

2023年,向兴在晋江市金井镇投资21亿元新建200亩“高端生态智能纺织新材料工业园”。随着项目的持续推进,纱厂、织厂、染色、后整理……向兴集团逐步形成从“一根丝”到“一块布”的全产业链绿色智造布局。

构建“全链路”智能工厂

300多台织机只由3名挡车工负责,一个指令后染料剂便自动完成称料和运输,立体仓库中每块面料都有自己的“身份证”……走进向兴集团,智能设备无处不在,智慧物联让数据说话,驱动智造升级。

在制量、待制量,已检验、待验布……在向兴集团集控中心,数百台设备的生产情况、能耗情况、品质情况、库存情况、排单情况、异常分析一应在大屏幕上呈现。一屏观,一屏管。在向兴集团内部,所有设备的数据已经实现串联,可实现全链路跟踪、自动出入库管理、自动配送和智能化拣选。

早在多年前,向兴集团就对智能制造进行布局。

要做就做最好的。这种意识,黄再兴很早就有了。

20多年前,有了多年买卖纺织品

推动行业“智造”新未来

虽然向兴集团已成为中国行业龙头企业,但黄再兴没有停止前行的步伐。一枝独秀不如满园春色,作为晋江市染整行业协会首任会长,他想的不仅是向兴一家企业的发展,更是全行业向“新”求“质”的共荣共赢。

“当前中国的市场经营模式,主要还是通过贸易商来主导面料的开发和销售,工厂都是以代工的形式为主,纱厂、织厂、染色、后整理都是相互独立的一种生产模式,工厂的生产方式比较分散,都是一个工厂做完再运输到一个工厂再生产,就算是同一个企业主投资的

经验的黄再兴在晋江市五里工业区投入第一家厂。与当时其他专注于产量的工厂有所不同的是,黄再兴对于工厂的定位就是研发,所有设备都是购买当时最好的、先进的。设备资金第一批便投入七八千万元,织布机也从200多台发展到现在的1200多台。

自工厂正式投产开始,黄再兴一步到位,采购当时行业内尖端、流行的设备。“以前的厂很多都要靠老师傅。我们绕开这一块,利用数据存档、大数据抓取,通过中控系统,从研发、供应链到每个工段的生产再到业务端,将整个产业链串起来,通过与ERP的有效集成实现生产制造的智能化管理。所以,在智能化和自动化方面,我们是走在行业前面的。有了这些投入及投入带来的良好品质,我们才能迎来像安踏、李宁、特步、迪卡侬、Nike、阿玛尼这些国内外知名品牌的合作。”对于黄再兴来说,走研发这条路无疑是非常正确的,也为他开启了一个与众不同的篇章。

织厂和染厂也都是相互独立经营,不是作为一个总体来运营,这种生产模式对于产品开发和品质管控有很大的弊端,不利于高端、高品质面料的开发和生产,市场化的纺织产业整体还是偏中低端。”黄再兴说,反观日韩等地区早已建立了一贯式的发展模式。

面临如何赶超的问题,黄再兴分析认为,泉州晋江的纺织业大有可为。虽然不像江浙有面料市场的带动,但晋江作为服装品牌之都,纺织产业总体上更偏中高端。不少企业像向兴一样已建立起纱线、织造、染色、后整理一体化的面料生产和销售。面向未来,他认为绿色化、品牌化将是泉州晋江纺织产业的“向新”升级方向。

安踏在美开出首家零售店

本报讯(记者 柯国笠)日前,安踏在美国洛杉矶比弗利山庄开设首家零售门店。安踏品牌全球创意官、NBA独行侠队全明星球员凯里·欧文出席活动并为其宣传,这标志着安踏正式进入美国市场。

有业内人士认为,安踏希望通过此举实现从“性价比运动品牌”向“潮流文化符号”的转变,并从“中国第一”迈向“全球高端品牌生态的玩家”。

当下,在北美区域,安踏采用限量发售策略,如欧文一代Chief Hela配色,近三个月在StockX上平均转售价达202美元,溢价超55%,显示出其在稀缺性和收藏性方面的优势,以及NBA球星的背书效应。

在中国,安踏已有成功模式——强大的零售网络 and 高度标准化的供应链执行力,带动其在中国实现国产单品牌第一的领先地位。然而,在耐克、阿迪达斯等国际品牌的主战场北美市场,这样的模式显然并不适应。安踏急需重构一套适配北美的新生态。

目前,安踏正在探索第三条道路,通过独立站(DTC模式)与Foot Locker等渠道结合,线上线下同步塑造高端形象,在落地本土化开发策略的同时,积极开拓跨境电商等渠道,与消费者建立联系。

晋江两大文旅项目签约 总投资10亿元



2025年泉州滨海文旅消费季暨JOIN晋江时尚季(夏季)在晋江启动。

本报讯(记者 杨静雯)日前,作为2025年泉州市文旅经济发展大会的重要组成部分——泉州市文旅产业链项目投融资暨国际旅行商对接专场活动在晋江利郎创意园成功举办。现场举行文旅重点项目集中签约仪式,晋江市成功签约两大文旅项目,总投资额达10亿元(人民币,下同)。

此次签约的两个项目分别是位于晋江梅岭街道的宝岛艺墅村项目,以及位于晋江金井镇的金井汤臣工业旅游项目。其中,宝岛艺墅村项目总投资5亿元,定位为“两岸文化融合的示范街区”,旨在打造一个集购物、餐饮、娱乐、休闲和文化活动于一体的多功能特色商业区;金井汤臣工业旅游项目同样投资5亿元,将建设生产车间、宿舍和办公楼,实现年加工紫菜300吨的生产能力,并创新性地融合旅游观光体验,规划建设接待区(游客中心)、观光通道,以及包含展览、互动、展售等功能的游览区,同时还将配套建设一个精品酒店,打造“可观、可玩、可购”的工业旅游新模式。