

## 破茧

——浙江纺织新模式新业态系列观察二

“不但与别人各异,有时候甚至跟原来的自己,也迥然不同。”

——帕斯卡尔

## 差

## 另

黄丽

孙诺

如今的纺织行业,靠接单加工生产的路子越走越窄,只有掌握独特的技术、产品和服务,企业才会有更好的生存发展空间。在2022年浙江省经信厅面向全省征集的年度纺织行业新模式、新业态典型案例中,有一批企业始终保持战略定力,专注深耕细分领域,做精做优,特色明显,优势突出。它们用科技和文化做杠杆,创新能力和盈利能力不断增强,已成为细分领域的佼佼者,开始收获属于它们“小而美”“小而强”的战略红利。

把服装当装备来做  
把技术品牌化

在纺织企业高手云集的柯桥区,东进新材料规模不大,名声不响。但在功能性面料行业,东进新材料早已大名鼎鼎。

这是一家从事户外运动功能性面料研发、生产和销售的高科技企业,拥有发明专利10项、实用新型专利4项,先后被认定为优秀成长型企业、浙江省科技型中小企业、国家高新技术企业。

“在高端品牌方面,欧美品牌积淀已久,国内企业短期难以超越。通过硬科技,把服装当成装备来做,是国内企业实现弯道超车的有效途径。”东进新材料有限公司董事长陈明贤说。为此,东进每年投入研发创新的费用2000多万元,研发投入占营业收入比重超过5%;拥有60多人的研发设计团队,约占公司总人数的16%。

2022年北京冬奥会,与芬兰品牌Icepeak合作开发中国国家障碍追逐队队服,采用防风防水、透气透湿的功能性面料,其耐水压/透气透湿指数达10000/10000,远超普通面料的耐水压/透气透湿指数5000/3000。目前,东进新材料已成为中国安踏、Patagonia、Jack Wolfskin等国内外高端户外品牌的指定面料供应商。

围绕产业链部署创新链、围绕创新链布局产业链,推动东进高质量发展迈出更大步伐。

从一根“丝”到一匹“布”,纺织面料的产业链原来分散在原料、织造、印染等各个环节。东进新材料整合与面料紧密相关的各个生产环节,打通垂直产业链条,一方面是通过各个环节的协同降低公司成本,更主要的是提升了对服装面料产品质量的把控,同时使产品研发也更加精准、及时,最终提升企业自身整体竞争力。

目前,东进新材料拥有氨纶包覆弹力一体化生产线18条,织造生产设备200余台,生态纺织品染色生产线7条,功能性面料复合生产线9条。通过链与链之间的打通,东进新材料设计开发试

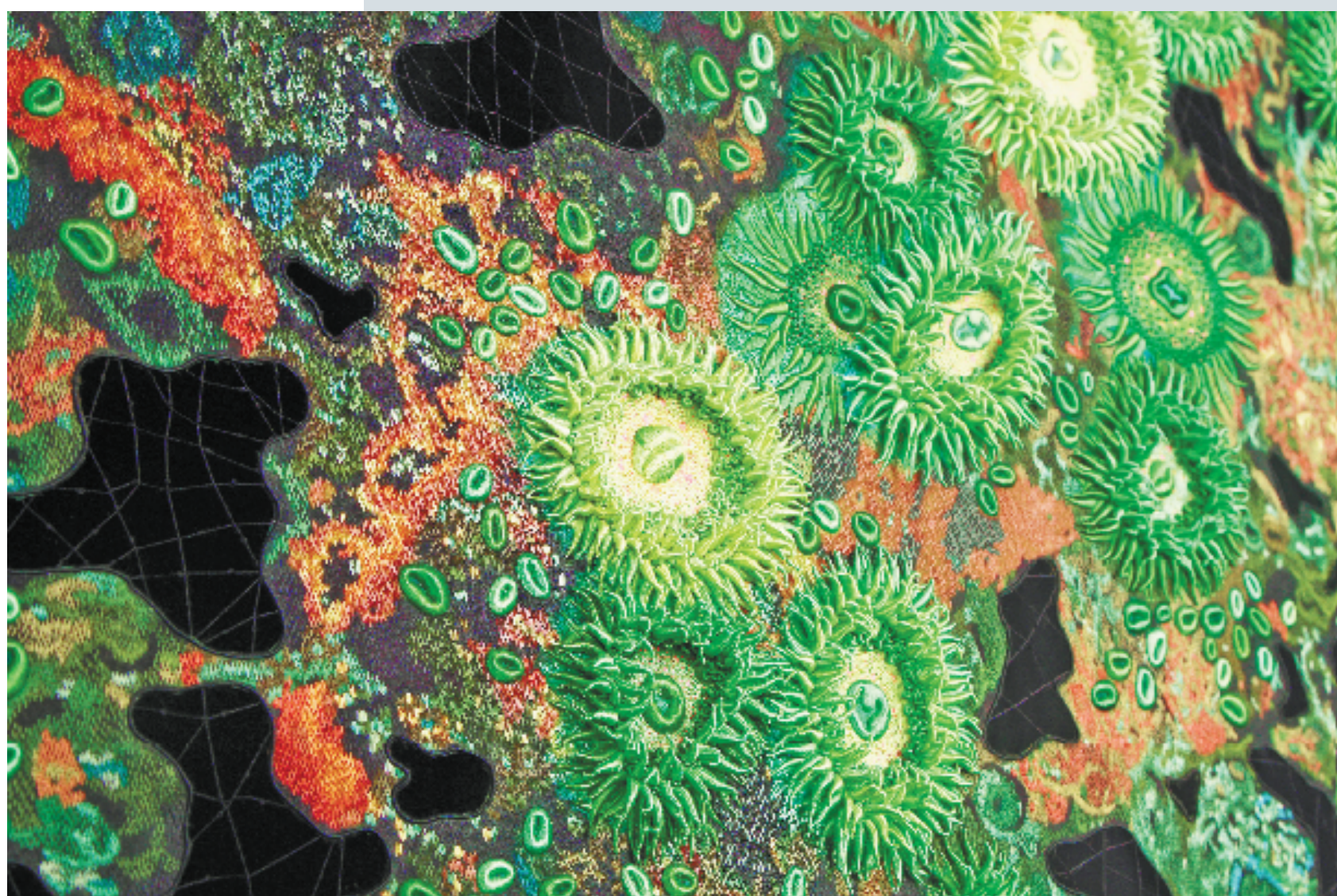
样产品最快可以缩短到1周以内,批量生产订单不超过3周。此外,公司还在美、英等国家设立海外平台,参与众多国际户外服装品牌的现场设计交流与产品对接活动。

面料作为服装行业的中间材料,一直扮演的是“无名英雄”的角色。但是世界服装面料的龙头戈尔(Gore & Associates)的GORE-TEX面料却做到了面料的品牌化。“GORE-TEX”标识不仅出现在吊牌上,甚至作为logo出现在服装本体上,且拥有不菲的品牌价值。

东进新材料品牌logo“DRY-TEX”,既是一种致敬,也是一种自勉。它的目标是成为世界一流的功能性面料生产企业。

锦纶印花  
驶入“专精特新”快车道

在绍兴乾雍纺织有限公司的生产车间内,近十吨重的数码直喷打印机整齐排列,它们都来自日本柯尼卡公司,个个“身价不菲”。薄如蝉翼的锦纶面料上,



台绣艺术作品《暗潮》细节

通过数码直喷印花、蒸化、水洗等工艺,印出一幅幅碧波荡漾、浓淡分明的水波纹图案。

不仅是2022年北京冬奥会和冬残奥会赛时制服装备的供应链企业,乾雍纺织还将负责2022杭州亚运会、2024巴黎奥运会等赛时制服装备锦纶印花面料的开发和生产,是安踏、李宁和Lululemon、NorthFace、Armani、Nike等国内外运动品牌的数码直喷印花面料供应链企业。

“企业必须拥有自己的核心产品。什么好卖卖什么、什么好做做什么,不出几个月就会完蛋。”在绍兴乾雍纺织有限公司总经理萧兴水看来,只有牢牢掌握核心的技术和产品,才能构建企业发展的“护城河”。

在纺织品数字喷墨印花技术中,打印技术和墨水是关键。但此前,这项技术牢牢掌握在日本主机厂手里,国内同行深感无力。

因此,乾雍纺织要求日本柯尼卡公司开放打印机源代码,不惜花大力气自主研发与设备和喷头适配的打印软件及纳米墨水,提高打印精细度、颜色鲜艳度,降低瑕疵率,成功在功能性面料上打印出了水墨晕染、3D立体等效果,在行业中形成引领性技术优势。

对于喷墨打印机来说,墨水是它的灵魂,不仅决定其流畅性、色彩饱和度,也是决定其污染程度的关键。

乾雍纺织自主开发的纳米墨水颜料粒子粒度小、化学稳定性强、得液率在95%以上,而普通圆网平网印花因糊料使用比例太大得液率只有30%以下,锦纶数码直喷印花因使用纳米墨水使得喷墨阶段几乎没有废水产生,用水减少90%以上。

目前,乾雍纺织是唯一一家被中国纺织工业联合会印染行业协会认定为“国家锦纶(尼龙)数码直喷印花研发生产基地”的企业,也是国内最大的锦纶(尼龙)数码直喷印花生产企业,功能性锦纶数码直喷印花市场占有率达50%以上。

“锦纶印花本身的市场就不大,国内一年大概2亿元左右的规模。”萧兴水说。在去年4月召开的全省制造业高质量发展大会上,乾雍纺织作为“小而美”的企业代表发言,“我们公司可能是此次会议中规模最小的企业了。”

面对不断变化的外部环境,乾雍扎根行业,信奉技术力量,敢于技术创新。“如果打个比方,我相当于把飞机轮胎里的‘气门芯’做好,已经非常好了。”萧兴水说。锦纶数码印花技术对于一件服装

来说,就像一架飞机轮胎中的“气门芯”。它看起来不起眼,但实际上必须具备一定的科技含量,是飞机在承受巨大冲击力的情况下安全着陆的关键部件。这也是萧兴水给自己定位:不盲目追求规模的扩张,而是专注于把细分领域做到极致。

在跨界融合中  
“通达”潮流本源

台绣,源于台州刺绣,又名“雕平绣”,是中国民间刺绣的一种独创,见证了早期中西文化的交融。20世纪初,台州传统刺绣与西方的雕镂、抽纱技艺相融合,形成了独特的“雕平绣”风格。2007年,台州刺绣被列入浙江省非物质文化遗产保护名录。

“做一个艺术家不好吗?”“成为一名艺术家,我只能成就我自己。而作为一个产业带头人,我能带着一群人往前走。”台绣非遗代表性传承人林霞回答道。曲高和寡,妙技难工,艺术作品所带来的影响力和覆盖面是有限的,还需通过实用性让传统工艺获得更多的市场和更大的发展空间,需要通过产业发展来扩大影响力和覆盖面。

从价值链视角看,与国际时尚之都和先行省份相比,浙江省纺织和服装行业在制造环节优势突出,但创新设计、品牌运营、供应链运转等环节需要优化提升,其中一条就是自主品牌数量较少。

林霞于1991年创办了浙江台绣服饰有限公司,企业在坚守台绣非遗传承创新的同时,以创新设计为核心,在对台绣的文化、技艺和艺术元素进行萃取的基础上,转化为具有功能性的文化创意。目前拥有台绣文化创意设计产业园、台绣刺绣研究所、台绣刺绣博物馆、台绣当代艺术馆、台绣生活艺术馆等研发、生产、展示平台,构建起以台绣TAISILK、金台绣JINTAIXIU、台绣TGGC、厅唐TINGTANG为主的从高端定制到中高端时尚服饰、新潮文化相融合的原创品牌结构,建立了以刺绣艺术作品+特色服饰+文旅产品+文创系列+跨界融合系列+个性化定制等为主的多元化的产品体系。

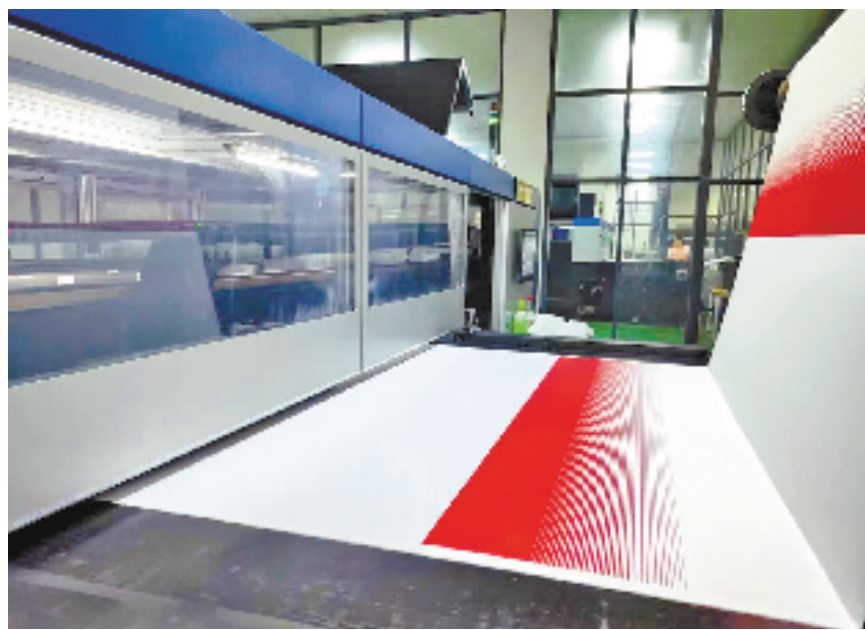
“在运营发展上,我们同样需要有创新思维。”浙江台绣服饰有限公司总经理王为民介绍。结合非遗技艺、产业链和消费市场,将产业园、博物馆、生活馆、研究所、终端网点等融合串联,向产业链前端和后端延伸,台绣不断探索开发集生产制造、非遗科普、文化传承、人才培养、艺术展览、旅游观光、娱乐体验、购物消费等于一体的“非遗+N”多业态融合消费新格局。

关注时代审美与思潮,积极拥抱新技术,通过跨界合作丰富内容维度,让非遗的活态传承更具生命力。台绣较早地意识到专注于自身创作,用不同形式面向市场的重要性。如,去年作为“老面孔”出现在第五届进博会的“浙里锦罗”展厅,央视大型文化节目《非遗里的中国》创新秀演《原·衍生》,以及今年央视跨年晚会上,以台绣艺术作品为灵感,运用VR技术将舞蹈演员置身于台绣世界中所打造的《台绣》创意节目等,都是台绣勇于“出圈”“再入圈”的有力体现。

事实上,不只台绣,浙涌国潮、杭风宋韵……文化赋能,已成为时下浙江服



乾雍参加2023年上海CHIC展现场



乾雍为安踏制服生产面料



台绣刺绣博物馆

装行业塑造品牌个性,打造企业文化和推动转型升级的关键词。雅莹集团打造极具中国文化特性的高品质定制女装,森马品牌推出梅花、山海经、花木兰等联名系列,密勒向扇服饰通过现代设计解构传统文化,打造东方主义美学,新国潮新风催生了一系列强势消费IP,深受新一代年轻消费者的青睐。

产品与人的关系,本质上是供给与需求的关系。纺织产品是科技与时尚的深度融合,也是生产、生活、生态的发展美学。以需求为导向带动多元化的技术创新和产品创新,浙江纺织正在实现新的突破。

(本版图片由东进新材料、乾雍纺织、台绣提供)



东进省级数字化车间



东进参加中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会