

2 技术创新放在首位

“我是一个笨人，所以我只做从一根棉线到一件衣服这样一件事情，但我相信凭借我们申洲8万多人的团队，我一定能做好服装纺织这个事情。”马建荣说。

那么，作为顶级代工厂，申洲国际是怎么做到高净利率、高成长性的呢？答案是，用技术建立了自己的护城河。

什么是高科技？在马建荣眼里，“看不懂的不是高科技，高科技要和我们的工业生产相结合，要跟市场上的消费者需求相结合，要跟工艺、材料相结合，获得更优的成本、更高的价值，才是真正的高科技。”

1997年，从父亲手中接过申洲的“指挥权”后，马建荣就将技术创新作为推动企业发展的第一重点。

1998年，企业一度陷入困境。但马建荣仍投入280万美元——相当于当时一年的利润，全部用于购买设备。

苦熬两年之后，市场终于打开，一个订单就上千万件。由于设备先进，申洲的印染准确度能达到99%，同行最高只能达到70%，随着次品率大幅降低，光一年就能省下6000万元。

此次经历，使得马建荣更愿意在生产设备上花钱。随后几年，申洲将利润的90%几乎都用于投入技术改进，比如花几千万元引进当时世界上最先进的针织大圆机等等。

2005年申洲在香港上市成功，马建荣把融资得的9亿多港元全部投入技术升级，将设备更新到国际最先进水平。

“申洲用技术创新要达到三个目的：高效化、舒适化、去技能化。”马建荣说。

当今服装市场是“快消品”主导的市场，追求的是快速周转。如由申洲代工的优衣库就宣布把从设计到出货的周期压缩至13天，甚至更短。这于申洲来说，高效变得尤为关键。

“我们能做500万件的订单，也能做500件的订单，但每个订单有不同的要求，怎么快速响应？怎么合理排单？大数据和物联网的融合就能让我们做到这一点。”马建荣说。

在这次72亿元的投资中，申洲也将大部分资金投入技术研发和设备升级改造，以打造更为出色的全新产能。

全球大牌离不开它

能与耐克、彪马、阿迪达斯、优衣库这样的世界巨头，长期保持“如胶似漆”的合作关系，申洲还拥有一对隐形的翅膀。

对这些国际巨头来说，一个代工厂的优劣不仅取决于成本和技术，更取决于能否获得更具价值、更加便捷的服务，也就是常说的“高附加值”。

USFIA（美国服装业协会）的调查显示，近年来，品牌商倾向于选择“面料+代工”一体化的供应商，选择意愿从37%提高至59%。而面料的研发正是申洲的拿手好戏。

申洲建立了从纺织、印染、设计、裁剪到成衣的全产业链，公司拥有世界一流的纺织面料研发实验室。其在面料研发上的执着近乎“痴狂”。马建荣举了一个例子。

为了研发一款用于日常休闲的防水面料，申洲的研发人员进入美国人的生活环境中，去测试他出门去超市、去上班过程中可能暴露在户外的平均时间，从而设计研发了一款15分钟内防水的面料。

“之所以只防15分钟，是因为户外的防水面料不透气，不适合日常生活，而且成本、性价比不高。而15分钟的防水性，既满足了休闲的需求，又能以防不时之需，因为他去超市、上班可能遭遇淋雨的平均时间就是15分钟。”

为了巩固自己的核心竞争力，申洲此次还计划建设自己的时尚设计和研发中心，引入全球人才，在面料研发与设计上再次升级。

同时，申洲也深谙中国人的营商智慧。耐克、阿迪达斯是运动用品行业的两大巨头，为了保护双方的商业秘密、避免生产同质产品，申洲国际分别于2006、2007年为耐克、阿迪达斯成立了专属工厂。

考虑到下游寡头之间的竞争，为其建设专属工厂，如此贴心的举动，也加深与下游大客户的绑定。

除了宁波北仑、安徽安庆、浙江衢州外，申洲在柬埔寨、越南等东南亚国家也建有生产基地。此次投资也是为了进一步提高产能，以满足全球化市场的需求。



4 扎根宁波跨步前行

从2005年在香港上市至今的14年，申洲实现产值9.3倍、销售收入7.5倍、纳税贡献12.3倍、税前利润13倍、出口创汇4.2倍的跨越增长。

本土情怀和国际视野，让申洲凝聚着澎湃动力。

“宁波是我目力所及，全世界营商环境最好、政府效率最高、政商关系最简单的地方。因此虽然我不是土生土长的宁波人，但我早已决心扎根在宁波。”马建荣说。

目前，申洲的设计、研发、接单和65%的产能都放在宁波，随着本轮72亿元的投资建设启动，宁波在申洲全球化进程中的中心地位更为凸显。

也正因为选择了宁波作为家乡，申洲关心着脚下的每处山水，始终用最绿色环保的技术进行生产，守护宁波的绿水青山。

锅炉热能回用、印染中水回用，能够回用的资源，申洲全都不会浪费。申洲在其国际纺织研究院，设院士工作站，聘请了两位院士为顾问，一位院士主要研究新面料和新材料的开发和应用，另一位院士主要研究如何减少资源占有，研究环境治理和绿色环保印染技术，用尖端技术达成申洲定下的“2025零排放”计划。

在迈向国际化的进程中，申洲一直致力于创建一个与跨国公司相适应的后备人才资源库。除了积极引进专业型人才，申洲还决定花三至五年时间，打造“公司核心管理层人才储备库”。

申洲有申洲管理学院，每一名进入申洲的员工都有机会接受培训教育，让普通的基层工人有机会获得晋升，创造更大的价值。

申洲还有全省最大员工食堂——申洲中央厨房，可为公司4万员工免费提供工作餐。

每年，申洲投入改善员工生活环境的资金都高达数亿元。

“体面劳动，尊严生活”是申洲的企业文化，马建荣说这不是挂在企业墙头用来炫耀的口号，而应成为时刻提醒企业高管的一句警句。

大鹏一日同风起，扶摇直上九万里。

近三十年，马建荣和申洲在宁波，跟一根棉纱较劲、跟一块布料较劲、跟一滴印染污水较劲、跟自己较劲。在服装主业上一步一个脚印，成为了世界第一的纵向一体化服装制造商。这是申洲的成功，也是宁波改革开放的成果。

“我相信，只要静下心来干一件事，坚守自己的主业，铭记自己的初心，就一定能干好一件事情。申洲一定能当好宁波时尚纺织服装产业的主角。”马建荣说。