



国际会展中心4号馆上演鲁迅美术学院“共生”作品秀。(徐能 摄)

服装名城转型再出发

第二十一届宁波国际服装节圆满收官

本报记者 殷聪
通讯员 邵俏峰 储昭节

甬产智能装备扎堆亮相

作为我国首个“中国制造2025”试点示范城市，近年来，宁波服装企业顺势而为，不断加快“智造”步伐。在本届智博会的5号馆，甬企智能化设备一一亮相，令人耳目一新。

在纺织服装行业，“鸟巢”是服装制作中面临的共性难题。据了解，“鸟巢”是服装起缝时，布底产生的线团。以往出现“鸟巢”时，工人必须撬线、剪线头等工序，着实费力。

在本届服装节上，宁波卡维自动化科技有限公司推出的平缝机防“鸟巢”设备一举解决了这一技术难题。该公司做出来的衣物没有线头，既提高了缝制质量，也保持了线迹的美观。除了平缝机防“鸟巢”设备，卡维此次还展示了自动打样、裁剪设备与智能化缝纫机。这些设备可以将服装的制作要求数据化，按图“施工”。

智能化改造是目前服装企业转型升级面临的重要课题。作为一家专注于服装企业智能化设备生产的企业，宁波圣瑞思工业自动化有限公司生产智

能化吊挂、物流设备，能够实现服装生产过程中物料运送问题。机器将每个工位所需的原材料“快递”到位，工人们就能心无旁骛地完成自己的工作。

“我们给合作伙伴生产挂式仓储之前，等质等量的工作需要176人，完成日分拣西装3.5万套；使用挂式仓储之后，只需72人便能完成分拣3.5万套。”圣瑞思工业自动化有限公司总经理刘九生告诉记者，企业今年智能化改造的订单明显增加，比去年翻了一番；公司潜在客户比去年增加近1000家。

可穿戴设备闪耀服装节

科技创新不断改变着人们的生活方式，而排在“衣食住行”首位的“衣”，也在潜移默化中悄然巨变。在本届服装节上，纺织服装企业不仅追求服装样式、质感，更强调科技创新。

打开蓝牙，用户就能在手机上看到穿戴者的心电图、心率等数据；穿戴者每天的心脏健康情况可定时发送到医院或者家属手机上，随时查看家庭成员健康情况……通过技术革新，将橡胶替换成纺织面料后，宁波爱邦智能科技有限公司解决了智能可穿戴设备无法长时间贴身穿着的难题，实现了智能可穿戴设备24小时实时监测。

据宁波爱邦智能科技有限公司董事长李俊介绍，作为国内首款心电监测智能服饰，首批3000件智能服饰已销售三分之一。从去年在服装节上首次亮相，到今年实现量产，以爱邦为代表的宁波“智能可穿戴服饰”正一步一个脚印引领智能服装新时代。

在服博会一号展馆的“苹果服饰”展区内，一款皮衣吸引了不少市民的关注。据苹果服饰公司常务副总经理施圣浩介绍，“苹果服饰”在该款皮衣的面料中添加了石墨烯，使皮衣能够保持一定的温度。通过连接手机对应的APP，市民穿着时还可自行调节温度。

“能够实现这一功能得益于该皮衣的智能恒温系统。”施圣浩告诉记者，“智能恒温”系统在皮衣的右上角。只要消费者打开手机对应APP，蓝牙就会自动连接系统。除了智能皮衣，“苹果服饰”此次还展示了智能心率跑步衣。运动时，消费者只需穿上跑步衣便可实现与手机APP的互动，随时检测跑步时的心率。

私人定制款款而来

在商场买到的衣服总是容易“撞衫”，不够个性；买回来的成品腰部和肩部不够合身，不太满意……随着消费需求的迭代升级，服装私人定制悄然走红。本届服装节上，众多老牌服装企业纷纷推出了自己的私人定制品牌以及C2F模式（顾客对工厂）。

且可韵服饰公司自去年起便制定了基于私人定制的智能改造三年行动计划。按照计划，且可韵将于2019年实现“互联网+服装定制”。届时，消费者通过手机APP即可实现羊绒衫个性化的私人定制。据且可韵品牌运营总监陆且丹介绍，且可韵今后的私人定制从下单到整件羊绒衫的制作将通过计算机管理来实现，定制一件羊绒衫的时间将从一周缩短至一天。

同时推出定制的还有慈星的毛衫定制系统。一根线进去，一件衣服出来。慈星开发的电子商务平台，消费者只需要输入三围、身高体重、版型、色彩等数据就可以下单。

罗蒙女装今年也已开始大规模私人定制，其定制周期均在一周之内。据宁波罗蒙制衣有限公司区域经理竺猛狄介绍，罗蒙目前已在上海、安徽、湖南、江西、河北、山西等地开设私人定

第二十一届宁波国际服装节前日落下帷幕。短暂的4天，4万平方米的展馆内，汇聚了来自国内外239家企业、210个知名品牌。5场商业经贸论坛、7场新品发布会以及20场时尚发布会精彩纷呈，让世界看到了宁波服装产业发生的变革。

服装节期间，展馆现场人潮如织，成交硕果累累。据初步统计，共有30多个国家和地区，20多个省（市）、自治区的1万多名境内外专业客商和100余个重要贸易团组到会洽谈、采购。

制业务。在以男装为主的铺面中，有一块区域专门向女士开放，消费者可自由选择款式、版式，有设计师专门为她们量体裁衣。

私人定制为何“忽如一夜春风来”，成为纺织服装企业的“香饽饽”？陆且丹告诉记者，私人定制有利于企业提供更优质的服务，特别是C2F模式（顾客对工厂），它减少了厂家与消费者中间环节。此外，依托大数据的采集与分析能力，纺织服装企业也能在技术上实现消费与生产双赢的局面。“一石多鸟的模式怎能不让人心动。”陆且丹说。

搭台筑梦激发无限可能

“此次来甬参展是我们第一次参加专业服装展会，一方面是向宁波市民展示黔西南特有的民族服饰，拓展市场。另一方面是向宁波纺织服装企业学习、取经，在传统服饰中加入更多的时尚元素。”作为首次来甬参展的贵州纺织服装企业代表，贵州布依阿妈电子商务有限公司负责人李朝东在服装节期间收获满满。他告诉记者，有不少企业有意引进或代理贵州的传统民族服饰，有一家企业还与布依阿妈达成了初步合作协议。“有机会的话我一定再来参展。”李朝东说。

不光是省外的参展商，不少甬企也在展览展示中满载而归。已在针织面料领域深耕20余年的广源纺织企业此次展出的天然防蛀羊毛围巾，由香樟树叶、果实染成。新产品一经上市，便得到了众多客商的关注；旭腾针织企业第一次也与客商商谈后，便敲定了50万件T恤的订单；宁波华夏工贸有限公司与国内外客商达成9笔意向单，成交金额逾860万元；宁波丽格软件公司与上海4家服装公司签订4笔合同，后续仍有3家公司有合作意向……作为宁波首个开展的大型经贸活动，宁波国际服装节仍在释放着自己的力量，倾力打造“宁波派”的城市名片。

“宁波国际服装节的功能定位顺应时代的改变，更求专业，更重务实，依托产业、提升产业、服务产业，实现了华丽蜕变。”市经信委相关负责人告诉记者。如今，越来越多海内外专业客商云集展会，越来越多新锐设计师争相登台，越来越多新技术、新装备扎堆亮相……宁波国际服装节在扩大自身影响力的同时，更助力宁波服装企业开阔国际视野，增添时尚元素。

锐公司

博菱电器：劳动密集型小家电企业靠什么脱颖而出？

本报记者 单玉紫枫
通讯员 汤元拯

“我们公司是做小家电的，公认的劳动密集型行业，但每年税后利润却有1亿多元。”上周，在一场外贸重点企业摸底会上，宁波博菱电器有限公司总经理袁海忠此言一出，全场的外贸“大佬”也不由得一怔。

过去十年，劳动力成本持续上涨，土地、设备、原材料等要素成本也水涨船高，企业的利润不断被吞噬，低成本战略早已难以为继。

有调查称，在家电制造最巅峰之时，利润不过10%，连曾经风头无限的手机代工，利润率也仅为2%。大量的劳动密集型企业走在微利边缘，稍有池便会陷入亏损的境地。

博菱为何能独善其身？“没有不好的行业，只有不好的企业。”袁海忠将原因归结于“拼命转型”、持续创新。

位于北仑大港工业城的博菱电器，主要从事小家电系列产品的研发、生产和销售和服务，此前主要面向国内市场，在业内小有名气。随着企业的不断发展，袁海忠逐渐将视线转向了国外，2007年，博菱电器迎来了“由内而外”的第一次转型。在初期对国际贸易行情和规则不甚了解的情况下，博菱电器坚持“以品质经营品牌”，每年投入10%的净利润进行研发，不断缩短与世界先进水平的距离，从而为企业赢得了发展空间。2008年金融危机时，公司销售额逆势上涨了50%左右。到2014年，公司出口额就已达2亿美元。净利润率常年维持在14%-15%。

“同样是做外贸的劳动密集型企业，有些企业在一个行业做了很多年，但是抗风险能力差、利润率低，为什么？主要原因还是过于短视，缺乏长期战略性眼光，面临瓶颈时，没有转型升级的勇气和魄力，换句话说就是‘不想长大’。”剖析博菱案例，市商务委相关负责人一语道破玄机。

反观博菱，为了确保产品质量，公司始终把技术进步放在首位，在产品的研发、设计上投入了大量的人力、物力。从2008年开始，公司开发出的新产品试制一次成功率高达98%以上，且质量、性能都基本与国际一流产品保持同步。产品先后获得了UL、GS、CE等权威国际认证，在欧洲、北美及“一带一路”沿线，销售额稳步增长。

品质逐渐成为博菱电器在国际市场的通行证。美国、欧洲的一些大客户经常慕名找上门，有的还寄来样品草图，甚至主动提供研发经费，美国一家经销商在提供样品要求的同时，主动拿出5万美元作为博菱公司的研发经费。

此时，创新已经成为企业的“自觉”。2011年上半年，博菱电器投资1500万元，在广东顺德建立了新的产品研发基地。借助广东当地丰富的小家电技术开发资源，紧跟国际市场潮流。2012年上半年，公司又投资500万元在广东顺德建立了新的工业设计中心，与北仑研发中心形成两翼互补，不断缩短与世界先进水平的距离。

与此同时，企业开始大刀阔斧进行机械化改造。2011年底，博菱投入200万元实施“机器换人”。“原来的打螺丝机是手动式，一人只能使用一台，后来更换成半自动后，一人至少可以操控两台。”袁海忠表示，劳动效率大大提高，产品质量得到了进一步保证。

“小家电行业门槛低，竞争惨烈，加上消费市场天然带有不确定性，真正等到订单到来的时候，留给企业准备的时间就非常少了。”袁海忠说，只有不断自我施压，持续创新，才能使企业保持活力，跟上国际潮流，保持销售额和利润的稳步增长。

在刚刚闭幕的广交会一期，凭借核心技术和独特工业设计，博菱吸引了众多国际采购商的眼球，订单接踵而来，生产计划已经排到了明年年中。

“主要是之前对汇率风险估计不足，上半年谈订单时，一松口让了利，所以今年利润率有所缩小。”但对于未来，袁海忠依旧信心满满，“公司的研发能力，让我们在汇率波动和原材料涨价等不利因素下，整体控制住了成本，预计明年后利润率增长会持续扩大。”



国际会展中心6号馆人气“爆棚”。

(徐能 摄)

