



地址:中国上海黄浦路15号

本栏目由上海市衡山(集团)公司特别支持

全球布局 跨国经营 设计创新 品牌引领

做上海国际贸易中心和时尚之都建设主力军

——专访上海市政协委员、东方国际(集团)有限公司董事长童继生

■ 何秀芳 刘宇

编者按 2017年8月,上海市委、市政府做出了东方国际集团和纺织集团联合重组的重大战略决策。本次联合重组,是有150多年历史的上海纺织与近70年外贸服务积淀的东方国际的携手,是“工业贵族”和“贸易贵族”的联姻,是典型的“强强联合”、“强优

互补”。日前,本报记者就重组前上海纺织的发展及重组后东方国际如何面向未来,对标世界一流、国内第一的目标,争当全国同行业改革发展的先行者和排头兵,实现跨越式发展,专访了上海市政协委员、东方国际(集团)有限公司董事长童继生。



上海时装周精彩纷呈



童继生

自1861年第一家动力机器缫丝厂在上海建成、1878年清朝建立上海机器织布局,上海纺织至今已经有150多年的历史,被誉为上海的“母亲工业”。新中国建立以来,很长一段时间内,上海纺织工业在全国保持领先地位,被称为上海经济的“摇钱树”;创造了一系列历史辉煌,历代国家领导人都视察过上海纺织下属企业。

从上世纪九十年代初期开始,上海国有纺织企业进入了长达20多年的大规模调整和战略转型。一大批企业关停,部分企业转移,55万纺织职工大规模分流,到2004年大规模调整结束,职工总数下降到7.8万人,以后又逐步下降到1.8万人。2004年到2013年开始由劳动密集型的纺织工业,向服务密集型的纺织贸易转型,并提出了“科技与时尚”发展方向,在转型的同时,打造了汽车内饰基地、上海时装周、品牌等一批新亮点。

在简要介绍了上海纺织的历史沿革后,童继生告诉记者,2014年以来,上海纺织集团以新一轮国资国企改革为契机,以三大招数推进新一轮转型。

“科技与时尚”相辉映 “三大招数”推进创新转型

童继生进一步阐释道 第一,推动传统纺织工业业态向现代工业业态转型,凸显科技含量,提高附加值。集团利用技术、资本纽带,不断提高车用纺织品市场集聚度。目前车用纺织品配套基地在全国扩大到31个。通过收购美国车用纺织品公司股权,实现从软饰到硬饰的拓展,并实现了车用纺织品市场占有率亚洲第一、世界第二。80年的民族精品三枪内衣通过提高科技含量,做出了“匠心”系列新产品。集团还在高新纤维、面料和智能化技术产业化推广上发力。如完成超耐高温芳纶纶C919大飞机门帘面料的试制测试工作、进行了国产航母产品试制试用、搭载智能芯片技术的酒店布草进入贵都等高级宾馆、智能化成衣项目也取得初步进展。

第二、推动传统纺织工业劳动密集型的纱线布生产业态向时尚服装服饰、时尚纺织业态转型,凸显时尚理念和时尚生活方式。集团通过一系列举措,不断提升上海时装周

的国际影响力。目前,每年两季发布作品达到150余场,参与活动总人数超过20万人次,150家国内外媒体宣传时装周,辐射面达3亿人群。吸引了国际买手、时尚经纪人、国际知名设计师、国际时尚媒体关注。同时,在中国时尚领域率先创办与时装周秀演配套的上海服装服饰展(MODE),展览面积达到20000平方米,参展品牌达到1100个,每年专业观众逾2万人次,成功对接国内外买手和机构,成为亚洲最大的订货季。时尚教育、时尚园区这几年也有发展,上海国际时尚中心已经成为上海时尚新地标。

第三、推动集团从相对封闭的地方企业向全国布局、海外发展的跨国公司转型,凸显了三个市场、三种资源的集成应用。国际化是上海纺织集团转型的重要战略方向。集团提出了48个字的转型任务,其中,转型方向12字,即“集中优势、全国布局、海外发展”“转型格局20字,即“非洲原料、欧美设计、亚洲加工、中国集成、全球销售”“转型目标16字,即“全球资源、中国集成、上海总部、全球销售”。

童继生指出,围绕这48个字,我们实施了一系列战略举措。加强“1+5”功能建设,实施“6+6”联动,整合上海、全国、全球三个市场,用好三种资源。一是以上海为基本原点,辐射沿海、渗透内地,品牌实现销地产,开发时尚地产、输出时尚园区管理,做好全国文章。二是抓住实施“一带一路”建设的契机“走出去”,推动集团国际化,在蓝海中开辟新的发展空间,抓住“6+6”国内外市场联动,依托两大上市公司全国布局的28个车用纺织品基地和近3000个品牌销售终端,建立六大区域公司,同时根据海外业务和市场特点“走出去”在不同地区国别和现有的海外窗口,发展建立不同功能的六大海外公司。

童继生表示,经过五年的创新转型,上海纺织集团已在多个领域和细分市场取得行业领先地位。

先进制造业与现代服务业融合 转型升级中实现华丽转身

在这轮转型中,上海纺织集团传承百年纺织的“爱国精神”、“经纬精神”和“时尚精神”,集成优势、锐意创新,通过全国布局、海外发展,先进制造业与现代服务业相融合,科技与时尚相辉映,跨越性地转型成为以科技为先导,品牌营销和进出口贸易为支撑,以纺织先进制造业和时尚产业为核心,拥有较完整的纺织服装产业链、集贸科工为一体、服务业产值占70%的综合性企业集团。这一“华丽转身”的鲜明特征主要表现在以下几个方面:

一是成为上海最大的国际贸易集团,营业收入中服务业占比达70%。到2017年,集团现拥有员工6.5万人(海外员工占50%),所属企业476家,上市公司3家(申达股份、龙头股份、香港联泰控股)。名列中国对外贸易企业500强第41位,中国纺织服装行业百强企业第3位。除汽车用纺织品外,时尚箱包产能世界第三,毛衫产能全球第四。在职工总数从上世纪80年代55万大军直线下降到1.8万人后,30年来第一次出现职工总数与规模、效

益同步上升,企业实力和社会美誉度评价同步上升的景气现象。

二是以设计创新、品牌引领,打造了一批时尚产业服务平台。集团用15年时间培育打造的“上海时装周”现已跻身世界五大时装周行列。童继生告诉记者,世界时尚界里面有两个系统:一个是以美国为代表的,走市场化与商业化道路。另一个是以巴黎和米兰为代表,走传统的品质和工艺生产线道路。我们则把两者结合起来,将“上海时装周”同时打造成为亚洲最大的订货季,不仅仅是走秀,展示作品、工艺,更多的是将其落地。这样一来,“上海时装周”就成功地突破了世界其它四大时装周的传统边界,被国际同行评价为“世界最有活力的时装周”。与此同时,集团还发起成立了时尚之都对话论坛(尚海论坛)机制,每年在各个国家开会讨论全球时尚发展。另外,集团拥有多家时尚创意园区(总面积150万平米),集聚时尚创意相关企业共同发展,成为中国最具影响力的时尚产业综合配套服务商。

三是通过全球布局、跨国经营,集团跨国企业雏形已经基本形成。童继生介绍说,作为上海最大的综合性贸易集团,我们始终坚持全球化视野,不断提升整合全球资源的能力。在产业链上、在关键环节上进行全球布局配置资源。比如在上海,集团抓住自贸区开放优势,搭建国际棉花交易中心,整合全球棉花、棉纱、棉布等纺织原材料资源,不到两年吸引全球专业交易会员182家,2017年交易额达到142亿元人民币的规模,在国际棉花市场开始取得市场话语权。在全国,集团旗下申达股份利用技术、资本纽带,不断提高车用纺织品市场集聚度。在发达国际别市场,集团积极围绕企业核心竞争力开展国际合作,集聚资源,瞄准纺织科技含量高和时尚度能力强的标的,进行产品、市场、技术、团队、资本五大要素可持续的集中收购,在过去三年中共投资45.8亿元,先后收购美国NYX、IAC、香港慧联与联泰等10家企业,增加了日、美发达市场的客户,设计、渠道资源和优质制造的生产能力,优化了制造业产能布局,提升了集团核心竞争力。目前海外资产规模占集团的10%左右。集团90家制造工厂中,海外工厂占40多家,遍布五大洲,员工中50%以上是海外属地化的员工;拥有世界一流的实验室4个,其中3个在美国,1个在欧洲。

全球布局 跨国经营 站在新起点实现新跨越

2017年8月,上海市委、市政府经过深入调研,做出了东方国际集团和纺织集团联合重组的重大战略决策。童继生介绍说,联合重组后的新东方,总资产650亿元,员工7.2万人,2017年营业收入达970亿元,踏进了千亿级超大型企业集团行列。联合重组后,集团1+1>2的综合优势更加明显,核心竞争力和可持续发展能力进一步增强。童继生表示,上海市政府对联合重组后的新东方国际集团寄予厚望,去年11月28日,应勇市长到东方国际调研时进一步提出,希望新东方国际能够立足国家战略,推进创新转型,注重质量效果,力争成为传统产业转型升级的引领者,成为连通国内外大市场的引领者,成为国资国企改革创新的引领者,把东方国际打造成为具有国际竞争力和影响力的企业集团。

童继生说,对于上海市领导的殷切期望,我们既感到鞭策,又受到极大鼓舞,同时信心很足。对未来发展的思考,我们有两个基点,一是党的十九大确立了习近平新时代中国特色社会主义思想,用新时代新发展理念实现高质量发展,三个变革,是我们未来发展的重要指导思想。二是最近上海市提出了打响“上海制造”“上海服务”“上海购物”“上海文化”四个品牌。“放眼在上海国资系统各大集团,包括在上海的央企,跟打响‘四大品牌’全部‘搭界’的一家,可能就是咱们一家,这是我们的产业性质所决定的。面对未来更大的

发展空间,我们的任务既艰巨、又光荣”。

中国品牌用全球智慧打造 让服务成为“爱上海”新理由

重组后的新东方国际集团将实施“全球布局、跨国经营”战略,在由先进制造业和现代服务业为一体的综合服务集团的跑道上起飞。

我们的发展目标是“在2017年基础上,努力实现‘千亿平台、百亿增长’”,就是在联合重组第一个完整年的2018年,规模达到1000亿元以上,争取2020年规模达到1300亿元。努力形成“非洲原料、欧美智力、亚洲加工、东方集成、全球销售”的格局,走在中国外经贸企业前列,实现中国品牌用全球智慧和资源打造。

我们的发展路径是“一体两翼三支撑”,即以时尚产业为主体,以健康产业、供应链服务为两翼,以科技实业、产业地产、金融投资为支撑。其中,三大产业群包括:第一是时尚产业,包括时尚品牌服装服饰制造和内外贸、

衣;上海的款,全国的潮流”,我觉得未来的上海,高端制造、现代服务业应该成为全国的引领。我们要让时尚产业、健康产业、供应链一站式服务成为“爱上海”的新内容、新理由,东方国际的新形象、新名片、新优势。

设计创新 品牌引领 成为上海时尚之都建设主力军

党的十九大提出,要满足人民日益增长的美好生活的需要。加快文创产业发展,是上海提升城市软实力和加快国际设计之都、时尚之都、品牌之都建设的内在要求。不久前,中共上海市委、上海市人民政府印发了《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》。

童继生表示,“上海文创50条”是一个建设国际文化大都市的纲领性文件。根据发展目标,到2035年,上海全面建成具有国际影响力的文化创意产业中心。我们将深入贯彻党的十九大精神,落实“上海文创50条”,加强创意创新和品牌建设,积极营造时尚生



上海纺织(集团)有限公司总裁、上海时装周组委会副主任、秘书长朱勇(右2)与东京时装周签约

时装周等时尚活动、时尚创意园区、时尚教育等。第二是大健康产业,包括医疗类和非医疗类的健康产业,医疗以辅助服务为主。第三是供应链服务,包括物工贸服融合、线上线下结合、陆海空一体化的现代供应链。覆盖首尾一公里的综合集成能力和优质服务为其特色。

2018年我们有一项重要工作,就是协助协同办好今年11月在上海举办首届中国国际进口博览会。中国国际进口博览会是以习近平总书记为核心的党中央着眼推进新一轮高水平对外开放的一项重大决策,东方国际集团作为中博会重要战略合作伙伴,在积极参与和服务首届中国国际进口博览会中发挥主力军作用,我们有决心,也有信心首战告捷。

童继生坦言,上海曾经以劳动密集型的制造引领全国。那时,“上海的布,全国的

态环境,发展时尚产业核心竞争力,进一步提高上海时装周市场化、国际化、专业化水平,以此促进带动传统生产、销售方式的革命和发展。坚持“以人为本,立足本土,放眼国际,创意设计与商业落地并重”为特色定位,提升发布秀的国际性、引领性、专业性,深化与巴黎、米兰、伦敦、纽约等四大时装周的合作,提高“MODE展”运营能级,推进Design by Shanghai、TOP100全球设计师联盟等项目,使之成为上海“三都”建设最响亮的一张名片。

与此同时,协同联动各方资源优势,建设上海时尚之都公共服务平台。新建一批知名时尚产业集聚地,吸引更多的时尚资源汇聚到上海,把上海打造成为我国最有活力的时尚专业人才成长高地,在上海“三都”建设中发挥主力军作用。

记者手记:

采访童继生,让记者强烈感觉到的是思考的深沉与创新的能量。去年下半年,业界纷纷对上海纺织集团和东方国际集团的联合重组投来审视的目光,这两家上海标志性的外贸型、服务型企业合体后能否产生“1+1>2”的效应?

出任东方国际集团董事长的童继生,以睿智与魄力、敏锐的洞察力,深入实际,调研座谈,凝聚全员智慧,谋定而后动,在岁末年初拟定了一项企业未来拓展的方向和路径。

融合和创新是他在各类会议上提到频率最高的两个词。有着丰富国企经营管理经验的他一直重视企业优势资源的利用和再造。他认为两大集团的联手,其产业链融合、文化融合、队伍融合是应有之义。如何促进核心产业群创新发展?童继生有意嫁接上海纺织集团的成功案例,以“全球布局、跨国经营”的战略思维,

发挥好企业在上海国际贸易中心和时尚之都建设中的主力军作用。

不畏浮云遮望眼,只缘身在最高层。掌舵千亿级国企,领航者的宏观视野和决策能力是企业有所作为的关键。从建工行业的三十余载深厚积淀,到东方国际集团领军者的华丽转身,这位“60后”与这个时代所有追逐梦想的青年人一样,经历了理想的燃情岁月,一路走来充满着自信,取得的业绩获得各方认可。无论是从业初期摘得的国家建筑行业最高荣誉“鲁班”奖,抑或在建工海外出色的资本项目运作,还是入主上海纺织后力推的国际化发展思路,在事业的每个阶段,这位学者型的实干家都能审时度势,实践创新,为企业的可持续发展开辟出一条康庄大道。

开启新时代,踏上新征程,童继生和他的新东方正在路上!



三枪生活馆中环百联店