

“现代服务业领军企业”专栏

高点谋划 高处起势 提升核心竞争力

东方国际集团高质量发展迈出新步伐

——专访东方国际(集团)有限公司总裁季胜君

■ 撰文:何秀芳 茅佩云

编者按:近期,上海现代服务业联合会在上海中心大厦举办“抗疫当下,走出当下”媒体座谈会。东方国际(集团)有限公司总裁季胜君应邀出席活动,就国际产能转移的大背景下,集团旗下企业的应对、企业的生产成本是否增加,如何化解?疫情当下,集团如何克服困难,走出困境?等问题接受了记者的现场采访彰显了作为上海大型国有企业的社会责任和担当。



东方国际(集团)有限公司总裁 季胜君

嘉宾简介:季胜君,男,1971年1月出生,汉族,籍贯江苏无锡,研究生学历,工商管理硕士,高级会计师,1992年7月参加工作,1996年6月加入中国共产党。现任东方国际(集团)有限公司总裁、党委副书记、董事。他善于学习、勤于思考、勇于创新。历任东方国际集团上海市家用纺织品进出口有限公司财务部副经理、经理,人事部经理,党委副书记;东方国际(集团)有限公司财务部副部长、部长,财务副总监、总监,副总裁等职。

东方国际(集团)有限公司,由具有150年历史的上海纺织集团和具有近70年外贸历史的原东方国际集团联合重组而成,是一家拥有先进制造业与现代服务业,以时尚产业、国际贸易和供应链服务为核心主业,以科技实业、产业地产、金融投资为支

撑的大型综合性企业集团。季胜君指出,十九大以来,东方国际(集团)有限公司在国内外建成了一批先进制造基地,拥有全球第二的汽车内饰、全球第二的时尚箱包、全球第四的毛衫制造能力和一批为贸易配套的服装(面料)制造工

厂。集团已在世界170多个国家和地区拓展了业务,与众多著名跨国公司开展了合作,拥有“三枪”“衣架”“银河”等著名品牌和里奥竹等自主知识产权高新技术纤维;在国内有近2000家直营零售终端。

季胜君在采访时表示,集团业

务团队凭借着专业能力和服务意识,充分利用好供应链分布在全国乃至各个地区全球的优势,有效维持终端客户的黏性,成为了海外服装品牌商的核心供应商,把“中国制造”升级为“全球制造”,完成了国际贸易整合商的角色转变。

融入新发展格局 推动高质量发展

面对疫情挑战的新形势,季胜君坦言,2022年集团全面贯彻新发展理念,积极主动融入新发展格局,响应时代呼唤,贯彻国家战略,全方位推动高质量发展,打造了一批时尚产业服务平台。“上海时装周”影响力亚洲第一,跻身世界五大时装周行列;拥有M50、上海国际时尚中心60多个时尚创意园区,总面积180万平方米,园区建设和体量达到全国第一。东方国际(集团)有限公司正在成为中国最具影

响力的时尚产业综合配套服务商。一路走来,东方国际(集团)有限公司始终发挥“强强联手、优势互补”的新优势,提升国际国内两个市场的统筹能力,打造“全球布局、跨国经营”的综合贸易实业航母舰队,努力在上海“五个中心”建设和具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市建设中发挥主力军的作用。集团贸易板块总体保持平稳,值得一提的是供应链物流板块保

持强劲增长,今年1-8月完成营业收入57亿元,同比增长7.5%;实现利润总额2.55亿元,同比增长83%。东方国际(集团)有限公司通过全力服务进博,推动贸易转型升级。截止目前,第五届进博会组展面积超5600平方米,来自25个国家及地区的展商49家,其中RCEP成员国7个,基本接近既定目标。东方国际集团连续保持进博采购成交位列上海国资系统前三位,自首届起连续承接上海交易团秘书处

办公室工作,保持进博会“企业商业展览展示合作单位”“上海地区招商合作单位”“特装施工服务商”“主场物流服务商”等四项办展资质。作为进博会放大溢出效应的虹桥品汇,已完成直播基地、咖啡港、国际酒窖等展陈空间建设并运行,虹桥品汇已开设并运营全国分中心11家。集团积极服务进博的同时,努力实现业务转型,在进口、转口、离岸等新的贸易模式方面积极探索。

培育时尚生态圈 夯实先进制造基础



时装周活动精彩纷呈

把握市场机遇,东方国际(集团)有限公司所属的三枪品牌出海实现了新突破。季胜君表示,龙头股份三枪品牌瞄准以亚马逊为首的跨境电商渠道求新突破,在非洲及东南亚电商市场完成LAZADA及JUMIA平台的注册及第一批上新工作,实现销售额零的突破。在埃塞和越南开设实体店。抓住上海时装周二十周年契机,继续探索后疫情时代的上海时装周数字化转型。努力打造数字上海时装周,线上抖音、腾讯、新浪、网易、搜狐、B站等全平台为

期三天、每日六小时“秀场联播”;线下触及中心城区户外阵地近1000块大屏。抖音平台话题累积10.7亿次播放量,微博话题数较上季增长10.4亿次,网易总曝光量1640万次,B站站内活动获百万量级曝光,吸引海内外200家主流、行业、海外媒体的全程关注与来自国际时尚大刊主编为首的广泛报道。时尚公司下属博物馆与上海越剧院、英国利兹工业博物馆、Human VR等联手打造“云赏剧”,实现中英“云”连线。牵手SMG东方龙对接三枪、虹桥品汇,推动新

老品牌B+商城营销合作。花卉公司东方G20花岛宿集被市总工会认定为“2022年上海职工疗休养基地”(第一批)。集团汽车内饰业务在全球联动方面富有实效。申达股份汽车内饰在信息、技术、采购和研发上的全球一体化协同,全年在中国采购的模具、设备、零部件及原材料等累计1594.3万欧元。申达安享全球科创中心项目(申达科技)建设基本完成并投入使用。同时,集团积极探索创建上海市产业用纺织制造业创新中心。

季胜君透露,集团埃塞俄比亚毛衫基地建成投产,年内有望完成200万件订单生产。集团子公司高性能纤维复合材料进入长征某型运载火箭配套和某新型战机弹射座椅配套,获中国嫦娥工程和中国新一代载人工程感谢信,舱外航天服外层防护及隔热抗射线材料成功配套中国神舟十二号载人飞船。集团子公司德福伦《有机无机原位杂化构筑高感性能纤维的关键技术》获得国家技术发明二等奖,与三枪品牌在调温纤维上开展深入合作。

加快重点项目落地 走出转型发展新道路



上海疫情后,集团董事长童继生(左二)、总裁季胜君(左一)调研智力产业园项目开发建设情况

审时度势闯新路,东方国际(集团)有限公司的健康医疗项目建设不乏亮点和新意。如今,集团首个生命科学产业园区建设如火如荼。上海香杏中医院工程已正式开业;东济费森血透中心项目获得医疗机构准入许可,成为上海市第一家独立血透中心,正积极推进建设。大健康板块旗下东方翌睿基金稳步提升健康产业投资基金盈利能力。季胜君告诉记者,集团以组织

精干化、管理精细化、经营精益化的“三精”管理,解决品牌系统性、结构性、基础性问题,完善三枪新三年品牌发展规划。三枪推进超级工厂合作,创新“零库存”运营模式;聚焦3-6线城市,以加盟为主、直营为辅,做大新增量;丰富亚马逊美国站产品品类,以渠道建设为中心,拓展品牌出海亚非市场。深耕全民营销,大力拓展团购、社群渠道。

加强精细化管理 提升风险防控和数字化管控能力



战略合作协议签署仪式

上海市长宁区人民政府 东方国际(集团)有限公司

上海市长宁区人民政府与东方国际(集团)有限公司开展战略合作

面对复杂多变的国际形势和贸易经营环境的不确定性,集团在经营中加强风险防控,探索“事前提前介入(尽职调查)、事中动态跟踪(法律合规审核)、事后评估评价(审计调查评估)”全面风险管理模式。优化客商背景调查,梳理共性风险并及时预警通报。深化风险(工作)提示函长效机制,加大风险排查处置力度。完善“责任追究”“容错纠错”工作机制,适时开展稽查,形成问责案例,保障国资经营安全。提升数字化管控能力,完成外贸ERP系统3.0版建设,建立风控主动预警系统。继续推广三级企业(含以下)集团协同管理平台覆盖。利用大数据平台数据汇集优势,试行“报表加速”。初建“东方云”平台,启动统一云上工作。

2022年疫情出现反复,企业发展更需要谋定而后动。季胜君特别强调,集团聚焦“战略转型、核心竞争力、管理增效、改革”四个关键词,明确子公司转型发展的重点,提高转型业务的权重和贡献度,增强专业性和服务能力,提高核心竞争力;强化要素高效配置,提升管控能力和水平,减少风险事项发生;完善激励、协同机制,更好地发挥各子公司的主观能动性。精简机构,落实管理层级压缩工作,确保完成2022年工作目标。展望未来,季胜君表示,东方国际(集团)有限公司将进一步加快对全球供应链的多元灵活化战略布局,构建以供应链为半径,覆盖全球的产业链体系,加强核心品类建设,在国内国际双循环格局中不断提升集团产业链建设水平。

本文图片由东方国际(集团)有限公司提供
摄影:方整源、秦辰舜



中欧班列“上海号”自开行以来,以其稳定高效、覆盖范围广与运输效率的独特优势,市场需求旺盛,已成为连接欧亚大陆的主要桥梁和绿色通道。



虹桥进口商品展示交易中心
买全球、购全球在虹桥品汇