



全球布局
跨国经营

OIH

致力于成为全球综合贸易服务商
和时尚生活引领者

加快建设“五个中心”和具有世界影响力的现代化国际大都市

大变革之下,东方国际集团转型升级破局之道

——对话东方国际(集团)有限公司党委书记、董事长童继生

■ 本报记者 何秀芳 特约通讯员 刘才源 徐笑然

高端访谈

本栏目由东方国际(集团)
有限公司特别支持



嘉宾简介:童继生,男,1962年出生,汉族,籍贯浙江宁波,高级经济师,经济学博士,1983年参加工作,1984年加入中国共产党,现任东方国际(集团)有限公司党委书记、董事长。曾获2018年上海市优秀企业家、2017年全国纺织行业党建工作先进带头人等荣誉。历任上海市第十一次代表大会代表、第十三届上海市政协委员、中国纺织工业联合会常务理事。

执掌重组后的东方国际集团五年余,他以睿智与魄力寻突破,聚智慧开新局;一路走来,儒雅谦和,敏锐与沉稳的童继生感慨许多。既有创立初期主业发展路径上的诸多探索和思考,也不乏主动求新求变后取得的市场骄人业绩,更有疫情围城下带领东方国际员工为守护市民健康全力以赴的决心和奉献。事业催人奋进,童继生和他的东方国际集团为上海书写了精彩而生动的企业发展答卷,站在新的起点,在二十大精神的指引下,相信他们的前行之路会愈走愈宽。

◎记者:过去一年,东方国际集团取得了哪些突出成绩?

童继生:2022年,无论对世界、全国还是上海、东方国际来说,都是极具挑战、极不平凡的一年。我们经受住了疫情重大考验,各条线工作守住了底线,各项工作不断不乱,保持了有序开展。集团上下齐心协力,克服重重困难,抓住机遇,千方百计化危为机,对国家和上海市关注的、有影响力的进博会、中欧班列、上海时装周等重大项目、重点工作都出色完成。

我们以“迎难而上,努力建设一流跨国企业”为目标,推进改革转型的落地。

我们积极转变思想观念、转变管控模式、转变资源利用不足等问题,形成集团战略转型综合改革方案,提出管理思想与管理模式改革、7个存量业务转型升级改革、创建4个新动能公司改革等面向挑战以实际出发的一系列综合改革举措。集团信息传媒公司、集团数字公司、集团渠道公司应运而生。

我们共克时艰,全力打赢疫情防控保卫战。

我们建立了集团“总部统筹——

分级落实”的立体精准疫情防控体系,全力确保“疫情要防住、经济要稳住、发展要安全”。部分生产企业克服困难持续闭环生产或提前复工复产,为降低疫情对公司整体效益的影响作出积极贡献。龙头股份以不到8%的人力扩了10倍产能,实现日产反穿隔离服1万件、民用平面口罩5万只、医用防护服2000件。德福伦作为防疫物资原料无纺布生产保供单位,将产能从40%增加到70%。申达股份下属新纺联全力确保车间机器不停档、生产经营不打烊。东方物流、国际物流、新海航业等企业启动7×24小时工作模式,保障队伍足不出户(仓、船),稳固畅通抗疫保供物资、生产资料运输绿色通道。新联纺采购床上用品,确保金山方舱隔离点保供。集团联合上海市慈善基金会,向抗疫一线捐赠88万件、价值超过5000万元的三枪内衣,覆盖上海16个区、60个街道、6个区直属方舱医院、部分隔离的高校和环卫部门以及申康总部及旗下8家定点抗疫医院。在静态封闭管理期间,贸易板块企业员工自觉线上办公,协调处理成交履约,维护客户关系。产业物产板块提供8个区13处物业(总面积7.8万平方米),共3204个床位作为集中隔离观察设

施及医务人员使用。集团落实本市国有企业减免小微企业和个体工商户房屋租金政策,全年共实现减免租金约4.97亿元,展现了国企应有的担当。

我们主动全方位服务进博,加快贸易转型升级发展。

集团逆势而上服务进博有新成效。第五届进博会完成签约面积5600㎡,展览面积超10000㎡,招展国别地区42个(超过上届40个),其中RCEP国家8个。场内意向采购总金额5.04亿美元,在上海国资分团的位次连续五年名列前三。去年进博会最贵、最大和最古老的展品都由集团下属的东方物流团队操作完成,取得了极高的社会关注度。努力放大进博会溢出效应,虹桥品汇二期A栋整体启用,不仅形成了虹桥国际咖啡港、上海国际友城港、进博商品畅购集、JapanMall(日本进博商品常年展)、虹桥进口商品直播基地(进宝汇)、虹桥国际酒窖形象及影响力显现,而且探索出了一条外贸“七联动”的改革之路。

集团跨国经营脚步持续向前,位于非洲的埃塞俄比亚投资12亿人民币的毛衫厂在2021年实现批量出货后,实现良性运转,获得6个欧美主要市场及国际品牌验厂资质,一手订单接单量占工厂订单近90%,新开发客户订单量占60%。当地非洲员工雇员超过2000人,今年随着订单增长,当地员工有望达4000人,成为全非洲最大最新最先进的毛衫工厂,很好的彰显了一带一路建设成果。

我们打造时尚产业生态圈,加快先进制造协同发展。

2022年是上海时装周20周年,上海时装周克服疫情冲击,全年两季共发布222场秀,尤其上半年在上海封控停摆期间首创数字时装周,实现线上数字发布;下半年还在全国首创发布了新中装系列标准和《上海时装周发展报告》,为东西服饰融合发展开启行业指引。2022全球时尚产业指数时装周活力指数发布,上海时装周位列全球时装周第四,经过20年的洗礼,上海时装周已然成为上海亮丽的城市名片,不仅成为亚洲时尚的风向标,而且还成为亚洲最大订货季,“全球最具活力时装周”。

聚焦主业科创成果产业化转化有成效。纺研院与申达川岛合作开发出高阻燃面料,突破性进入中国高铁市场。申达股份汽车纺织内饰及声学技术设计研发创新平台的工程项目建设完成验收,聚焦轻量化、新能源汽车的材料研发稳步推进,申报了4项专利,应用于宝马、大众、奔驰、通用等项目产业化。德福伦与北京服装学院合作开发的“长效环保阻燃聚酯及其纤维制备关键技术”被推荐为教育部2022年度高等学校科学技术进步奖一等奖。

◎记者:围绕新一年发展目标,请您谈谈对今年的发展形势如何看?

童继生:2023年,是全面贯彻党的二十大精神的关键之年,也是实施“十四五”规划承上启下的关键一年。仅靠国内经济发展面临的需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力交互叠加,稳出口、提消费难度增大,但是我们仍然觉得机遇大于挑战,我们对整个集团转型发展充满信心。上海“两会”提出一系列解放思想、深化改革,走向世界、扩大开放的举措,为我们转型发展、升级提质营造了很好的环境条件。我们将在双循环、大循环、乡村振兴、城市更新发展中有作为。

◎记者:针对行业发展的热点、难点,企业在哪些方面寻求提升、破解难题?

童继生:外贸是拉动我国经济的“三驾马车”之一。受到国际局势复杂、新冠疫情等超预期因素的影响,我国对外贸易遭遇严峻挑战。有关部门陆续出台了一系列进一步推进高水平对外开放、支持外贸增长、优化营商环境的政策措施,以推动外贸顶住多重压力、实现增量提质。

东方国际有着强大的国际贸易实力,近年来,我们主动适应国际国内经济形势和产业发展趋势的新变化,以应变变,努力转变外贸发展方式。对于外贸业务,集团在2023年将聚焦“七联动”,培育外贸核心产品和核心竞争力,巩固提升集团贸易龙头企业地位和服务能级。

“七联动”即进出口、外经外贸、内外贸、货贸、工贸、物贸、贸金的七方面联动。围绕“七联动”,集团将深入推进外贸业务板块改革,通过丰富提升外贸系列产品内涵,形成全供应链快速响应竞争优势、核心产品优势、核心竞争力优势和风险管控优势,提升服务能级,树立“东方国际贸易”品牌形象。聚焦出口接单核心能力、进口直采直销能力、“七联动”系统性能能力,强化各类业务的效益标准、风控标准和品质标准。围绕“十四五”确立的五个亚洲第一目标不断团结奋斗,其中除了汽车用纺织已达到世界第二、亚洲第一外,毛衫综合能力亚洲第一

标,形成沪港研发接单,至欧美亚非市场,至中日、埃塞、东南亚加的系统性核心能力,重点培育毛衫业务数字化、时尚化、快速反应能力,优化“1+2+3”(一个技术研发中心、两个销售中心,全球三个生产区域)产业链布局。时尚服饰业务聚焦获取核心订单、核心客户,提升ODM可持续发展能力、快速响应能力和全供应链控制能力。时尚箱包业务巩固亚洲第二市场地位。提高“上棉指数”的权威性、专业性和影响力,推出“上纤指数”,保值贷、仓单贷等重点项目推进取得实效。掌控新疆棉花资源,形成棉花产业链差异化竞争优势,PX、PTA、乙二醇及聚酯制品经营优势。

◎记者:今年企业的发展打算重点在哪些方面发力,加快转型提升、实现高质量发展?

童继生:今年,集团经济工作的指导思想是深入贯彻党的二十大报告、中央经济工作会议和市委十二届二次全会精神,坚持系统观念、守正创新,坚持稳字当头、稳中求进,围绕“成为中国时尚与贸易头部企业”战略目标,紧盯目标任务,深入推进战略转型综合改革,围绕一流企业发展要求,一步一个脚印抓落实见效。

聚焦高质量发展,深入推进战略转型综合改革是我们的重点任务之一。我们将聚焦“建设世界一流企业”总目标,和人均产出利润、净资产收益率、创新增加值三项指标围绕国家和上海市重大战略和集团“十四五”规划、“三年行动计划”“五个亚洲第一”,深入推进综合

改革,建设“强优大”企业集团,将部分人才转移到新业态、新动能、新模式,形成经济高质量发展的增长点 and 支撑点。

围绕服务国家战略和功能任务,我们将坚持不懈培育创新转型业务,提高进博会集成服务系统能力。承接进博溢出效应,逐步培育核心招展能力。采购签约继续保持国资分团前列,继续确保较高的落地去化率,巩固行业地位。以虹桥品汇平台为载体,做强“4+2”(冻肉、乳制品、咖啡、酒类+新材料、畅购集)进口商品集散中心建设。进一步完善贸易中心建设,形成千亿级国际贸易总部集聚区。加大探索跨境电商、外贸综合服务、市场采购贸易、离岸转口贸易、融资租赁、平行进口等多种形式新型贸易,重点推动中亚地区棉纱、纺织原料、消费品等自营转口贸易或离岸贸易。

贯通“海陆空铁水”和“仓储+”等优势资源,集团将探索建立跨国跨地区、多式联运、多功能联动、24小时服务的韧性供应链一体化服务体系。“中欧班列——上海号”做强联通欧亚、联动进博的贸易新通道,探索多式联运、资本/业务合作等方面推进集成能力建设,逐步打造长期竞争优势地位。推进供应链板块“三位一体”改革。

引领潮流,定义时尚。我们将努力提高平台经济、活动经济的产业影响力和经济效益。进一步提升上海时装周平台影响力,活力指数力争世界前三。全年力争发布200场高质量时装秀,Mode服装服饰展每季招展面积不少于15000平方米。时尚产业园区重点打造M50和“尚街”系列品牌,力争将“时装+时尚”概念在长三角乃至全国复制推广。提升中国时尚盛典、上海创博会、“中华杯”设计大赛和长三角时尚走廊等项目的主办能力。品牌时尚在巩固提升城市优势的同时,要走出上海、走进乡村,走向国门、走向世界。打造“新中装产研基地”,树立行业标杆,引领新中式风潮。



龙头股份赶制防疫物资



热烈祝贺上海国际友城港开港
LAUNCH CEREMONY OF SHANGHAI INTERNATIONAL SISTER CITIES HUB



“中欧班列—上海号”开行一周年



上海时装周