

纺织企业创新供应链管理策略探析

张鸿文

浙江金元亚麻有限公司 浙江嘉兴 314300

【摘要】在全球范围内，对于环境保护与社会责任的重视程度不断升高，纺织产业作为重要的制造业分支，既要应对市场需求的压力，又要面对可持续发展的紧迫挑战。作为纺织业命脉的采购供应链，其健康发展至关重要，直接影响到产业的可持续性。鉴于此，探究纺织业在采购供应链管理上的创新之道变得尤为关键。本文旨在梳理纺织企业供应链管理所遭遇的难点，探讨创新供应链管理的理念，并对纺织企业如何创新供应链管理进行详细论述，以推动采购供应链向可持续、规范化的方向发展，达成环保、社会责任与经济利益的协调进步。

【关键词】纺织领域；供应链管控；创新路径

【中图分类号】F275

Analysis of innovative Supply Chain Management Strategies in Textile Enterprises by

Zhang Hongwen

Zhejiang Jinyuan Flax Co., LTD., Jiaxing, Zhejiang 314300

【Abstract】 Globally, the emphasis on environmental protection and social responsibility is increasing. As a key sector of manufacturing, the textile industry must address market demands and the urgent challenge of sustainable development. The procurement supply chain, which is vital to the textile industry, plays a crucial role in its healthy development, directly impacting the industry's sustainability. Therefore, exploring innovative approaches to supply chain management in the textile industry is particularly important. This article aims to identify the challenges faced by textile companies in supply chain management, explore the concept of innovative supply chain management, and provide a detailed discussion on how textile companies can innovate their supply chain management. The goal is to promote the development of a sustainable and standardized procurement supply chain, achieving a balanced advancement in environmental protection, social responsibility, and economic benefits.

【Key words】 textile field; supply chain control; innovation path

在纺织行业的链条管理中，企业作为核心力量，负责协调从原材料采购、生产制造、存储运输到销售服务等一系列环节，以实现资源的高效分配和价值链的增强。尽管如此，陈旧的纺织链条管理模式遭遇了不少困境，包括生产流程预见性不足、信息在流通过程中的隔离、链条成员间的相互依存度不高等问题。这些难题不仅导致企业的运营成本增加，对市场的反应速度减缓，还限制了行业的升级和技术革新，对纺织企业的全球竞争力和持续成长能力产生了负面影响。

1 纺织业供应链管理所遭遇的难题

1.1 生产流程预见性不足的问题。

首先，在纺织领域中，原料种类繁多，涵盖了棉、麻、丝、毛等天然纤维以及诸如涤纶、锦纶等人工合成纤维。由于原料采购市场波动性强，受气候、种植规模、石油价位等多种因素的共同作用，原料供应链的不稳定性显著^[1]。这种不稳定性使得上游厂商在制定生产计划时面临挑战，常常出现库存积压或原料短缺的问题，这不仅提高了库存成本，也加剧了资源的无效消耗。其次，生产加工过程中的工艺标准化程度不够。以印染加工为例，各企业所使用的染料、添加剂以及工艺流程各不相同，这造成了产品质量和环境影响的

评估与控制难度加大。工艺标准化的缺乏严重阻碍了绿色技术的创新应用^[2]。最后，市场需求的预测准确度不高。纺织产品受到季节和流行趋势的影响，市场需求波动频繁且难以预测。传统的市场预测手段主要基于经验分析及历史数据，其预测结果受主观判断和随机性影响较大，导致对市场动向的精准把握变得极为困难。

1.2 信息流通障碍在纺织供应链中

在纺织行业的供应链管理上，信息传递的障碍成为了行业向绿色发展和协同作业高效推进的重大阻碍。具体来看，供应链不同阶段之间的信息隔离如同孤岛，从原材料提供商到纺织厂商，再到服装生产商和零售商，各主体之间的信息系统兼容性不足，整合程度低下^[3]。此外，零售环节的销售数据往往不能及时传递至生产端，这对生产与销售的同步协调造成了不利影响。另外，由于行业内数据标准的不一致，信息的共享交流受到了限制，供应链上下游的数据对接无法实现流畅。再加上，企业信息化建设的水平不一，大型企业虽已采用ERP、物联网等前沿技术，但大量中小企业依旧采用较为原始的管理方式，这种信息化水平的差距使得供应链中出现了明显的“短板效应”，严重影响了行业的整体数字化转型进程^[4]。

1.3 纺织品市场需求的波动性

随着全球新冠疫情的蔓延,世界各国纷纷出台政策以遏制疫情扩散,这导致纺织服装行业的出口遭遇了前所未有的挑战,压力不断累积。此外,由于美国实施了针对新疆地区的法案,我国服饰及其配件的出口增长势头遭遇挫折。疫情还导致了国际运输的不畅,使得大量新品积压在港口,无法

按时进入市场,随着时间的推移,这些新品不得不降价处理以回收资金^[5]。例如,日本和美国等市场仍在处理库存问题。而作为我国最大的贸易市场,欧洲因受到俄乌冲突和通货膨胀的双重打击,许多已下单的客户最近纷纷取消或更改了订单。表1为各类纺织品2023年1月至10月的营收状况。

表1 2023年纺织行业细分领域行业规模以上企业营收状况

分类	非织造布	绳、索、缆	纺织带、帘子布	蓬、帆布	过滤、土工用纺织品
营业收入增长	-5.3%	+0.8%	-6.2%	-13.3%	-5.2%
利润总额增长	-34.2%	-46.7%	-38.7%	-26.7%	-16.1%
营业利润增长	2.3%	2.3%	3.3%	5.2%	5.7%

1.4 纺织服装业供应链例外管理缺乏机制

在纺织服装领域,特别管理通常涉及到对计划外及预期外情况的有效控制。该行业供应链具有众多环节、链条较长且易受市场波动影响,因此,非常规事件频繁出现。比如,近年全球多发的疫情影响了原材料的及时供应,迫使众多服饰厂商延长了生产周期;众多出口导向的服饰公司面临交付延迟,导致资金回收缓慢;部分企业为赶时间不得不将海运转为空运,造成成本激增,压缩了利润空间;此外,国内部分地区快递服务的暂停,对线上纺织服饰销售造成了沉重打击^[6]。在纺织服饰生产领域,尤其是服装及其辅料的生产和加工企业,员工远程办公等同于生产停滞,由此产生的资金和成本损耗极为严重。针对纺织服装供应链的特别管理,需依据海量的历史数据来确定事件的具体特征和分类,进而筛选出恰当的处理策略,构建一个完善的应对机制,以提升对非常规事件响应的时效性和处理效能。

2 纺织企业创新供应链管理原则

2.1 确立管理方针和目标

企业需制定清晰的创新供应链管理策略与宗旨,为供应链管理体系的构建指明路径与标准。这要求企业依据自身实际,策划可持续发展的供应链管理策略,同时依据既定宗旨,拟定具体指标与计划以实现宗旨的具体化。企业应设立专职管理部门,全面推动创新供应链管理工作的深入进行^[7]。企业的创新供应链管理策略与宗旨,不仅着重于生产环节的创新,还应更加关注供应链各环节的联动与协作,追求长远利益。因此,企业在制定方针和目标时,应全面考量环境保护、社会责任和经济利益,并结合企业和供应商不同的发展阶段,制订出适切的策略和目标,以实现产业链上下游的联动效应。

2.2 信息共享

在此讨论的是纺织公司内部的信息交流机制。有关学术研究显示,物流、数据流、资金流构成了供应链的三大要素,它们之间的协同作用形成了服饰公司的供应链体系。因此,强化纺织公司内部的信息交流对于整合物流、数据流、资金流的信息至关重要,这可以帮助公司实时监控运营状态,并对发展策略进行精准调整。鉴于此,纺织公司需构建独立的信息交流系统,确保供应链信息的实时更新至该系统,从而促进各个部门、各个流程之间的信息交流^[8]。另外,纺织公

司还应重视引入大量的智能化设备,将这些设备与公司网络系统对接,简化操作流程,同时提高员工的信息查询效率。

2.3 技术创新

科技革新在提高生产力的同时,还能推动产业构造和市场布局的持续优化与提升,从而助力经济的持续增长。在现代社会,掌握前沿科技意味着握有了财富的钥匙。对于纺织服装公司而言,要在竞争激烈的市场中独树一帜,就必须坚持不懈地进行技术革新,掌握行业领先的生产技术。因此,纺织服装行业需在科研领域加大资金投入,为科研工作者营造一流的研究环境。同时,企业的管理层应当认识到技术人才对发展的关键作用,通过提高薪资待遇、给予住房补贴等激励措施,吸引一批高素质的技术人才,为企业的技术革新培养和储备力量。

2.4 可持续发展

在环保层面,纺织业为实现可持续发展,须采纳更生态友好的生产技术及清洁生产流程。企业借助绿色生产技术,能减轻对自然环境的破坏,推进生产环节的绿色化。具体措施包括利用绿色能源、削减有害化学物质排放、促进资源的循环利用,有效降低资源消耗。在原材料的采购上,也应强化环保意识,选用如有机棉等可持续材料,以减轻对自然资源的过度利用。社会层面,可持续发展提倡企业关注员工权益,包括确保员工获得公平报酬、改善劳动环境以及提供职业发展培训,从而提升员工整体素质。给予员工公正待遇不仅能够提升员工满意度、减少人员流失,还能为整个供应链的社会可持续性作出贡献^[9]。此外,企业参与社区发展及慈善活动也是其社会责任的体现,有助于推动地方社区的持续发展,并提升企业形象。在经济领域,可持续发展要求企业在追求经济效益的同时,通过高效的资源配置和供应链管理来削减成本,增强市场竞争力。

3 纺织企业创新供应链管理策略探析

3.1 大力推动供应链各个环节的信息交流渠道建设

面对大数据时代的浪潮,纺织行业企业需充分利用大数据及互联网技术,构建一个覆盖供应链全环节、各责任主体之间能够顺畅沟通的线上信息交流系统。此举旨在确保从原料供应商到终端经销商的信息流通无阻,实现信息的即时共享与互动。企业需深化与供应链上下游的协作,形成统一认识,并打造一套全面且规范的企业间信息交流与管理的供应

链体系。确立严密的数据收集、传递及共享机制,确保信息数据的安全性,同时实现信息资源的高效共享,以实现供应链的无缝对接,推动产业链上下游的深度合作,形成贯穿上下游、连接内外的“无间隔”供应链整体^[10]。

3.2 整合碎片化订单,实现规模化产销

国内纺织业普遍实行预先接单再进行生产的经营策略,零散订单的大量涌现引发了繁重的生产任务,然而这些分散的订单与数字化转型过程中追求规模化的目标产生了较大矛盾。同时,市场上越来越注重个性化消费,使得纺织品的生产越来越趋向于个性化和多样化,小规模、多品种的生产模式逐渐成为行业新动向。鉴于此,亟需促进零散订单的有效整合,借助大数据和人工智能技术对订单进行科学化分析,打造灵活的供应链体系,利用大数据在数据挖掘和预测分析方面的优势,合理规划生产安排与工程周期,以减少零散生产所带来的成本和时间上的压力。

3.3 加强库存管理,完善数字化订货系统

在信息化的浪潮中,纺织领域的企业得以借助大数据及云计算等先进技术手段,较为精确地预测市场动态,依此确立产品制造的目标与产量,合理调配库存,有效减少库存积压的风险。为此,纺织领域的企业需优化数字化订单管理平台,立足于供应链全局,统筹整合生产各阶段及工序,打造涵盖“订单接洽-原料采购-生产制造-产品销售-发货配送-物流运输-售后服务-财务管理-绩效评估”的全方位订单管理平台。以订单管理为切入点,强化对供应链各环节的智能化及数字化监管,针对不同环节构建数字化模型,并代入实际数据进行仿真测试,以此评估企业在特定订单量下的库存需求和成本预算,从而提升纺织企业在订单管理全过程中的效率。

3.4 加强职工专业培训

纺织厂商须频繁举办员工教育课程,特别是职业技能训练,依托轻纺科技平台培育掌握计算机辅助设计技能的专业人才。有关机构需建立人才分类机构,为供应链信息化进程积聚纺织领域杰出人才。纺织行业需与国内外高等院校搭建协作桥梁,挑选具备条件的高校开设纺织相关专业,确保供

应链拓展的人才支撑。地方院校需调整课程设置,新增纺织学科,以培育行业专才;优化技术、管理及知识产权的股权、期权激励机制,吸引和培养高水平的IT和管理人才,打造人才聚集高地。同时设立人才分类机构,提供类似于“人才猎头”的服务,促进人才供需一体化。利用网络媒体或官方公众号等渠道呼吁公众协同管理部门加强纺织供应链管理,政府应增强支持力度,完善纺织业的组织架构。

3.5 创新供应商管理模式

在纺织行业的供应链管理革新之路上,企业宜选取实力雄厚之供应商建立长期战略联盟,同时以价格低廉的小型供应商作为辅助,这样既可巩固供应链的整体实力,又能分散合作中的风险。在确立战略联盟的基础上,核心企业应依据所签订的战略合作协议,规范供应链的信息交流标准,并采用一致的信息化工具,推动纺织供应链的信息化管理。鉴于中小型纺织企业信息技术基础相对薄弱,其信息化进程应采取高效便捷的路径,按步骤在生产制造、库存管理等关键环节融入信息化系统,运用前沿的管理理念,打造纺织业的供应链体系,旨在解决信息过载、共享不足等难题。

3.6 发展线上线下运营模式,提高供应链反应速度

纺织业公司需致力于打造以网络为核心、实体为辅助的双轨经营战略,高效利用诸如中国制造网、世界纺织网、淘宝企业版、中华棉纺资讯网等电子商务平台,确保信息、商品、资金及数据的全面流通,并且积极推动知名服饰品牌的线上直播销售等新型营销策略,实现纺织品从生产商到零售商或终端客户的迅速流通,从而提升供应链的响应效率。

结束语:

总的来看,我国纺织领域的供应链管理改革遭遇了如生产链预测不足、信息流通障碍、链条成员之间关联度不高等挑战。迫切需要加速我国纺织供应链管理的创新与变革,依托产业链的全面协同发展,共同构建具备国际竞争力的现代化纺织工业体系。

参考文献

- [1]陈明宏,李永贵,牛嘉阳.纺织企业绿色供应链管理探究[J].中国纺织,2024(25):142-144.
 - [2]贾瑞婷.我国纺织行业发展趋势与策略建议[J].纺织科学研究,2024(12):63-64.
 - [3]徐元英,钟益桦.基于服装行业的供应链管理创新[J].中国储运,2024(10):84-85.
 - [4]张宇.大数据时代纺织企业供应链数字化变革路径分析[J].全国流通经济,2024(11):137-140.
 - [5]张金峰.纺织业采购供应链中的可持续发展战略探索[J].商展经济,2024(07):131-134.
 - [6]佟菲.数字经济助推纺织服装业数智化转型现状、动因与对策[J].现代商业,2023(22):48-51.
 - [7]张贵东.科技为服装业发展添韧性[N].中国纺织报,2023-08-02(004).
 - [8]张蓉华.基于供应链管理的纺织服装业竞争力提升策略研究[J].棉纺织技术,2023,51(04):97.
 - [9]韩静.数字经济提升纺织行业供应链韧性路径研究[J].现代商贸工业,2023,44(05):34-35.
 - [10]刘海治.基于“互联网+”的纺织产业供应链管理信息化策略研究[J].轻纺工业与技术,2021,50(04):128-129.
- 作者简介:张鸿文(1966—),男,汉族,专科,中级经济师,研究方向为企业管理。