

发展先进制造+创意设计、电子商务和智慧物流

川姜镇创造“云”商环境催生新业态



南通家纺城

传统制造向先进制造转型

走进蓝丝羽的生产车间，一条条被子悬挂在生产线上，按照电脑里的预先设定，到目的车台就停下，经负责该道工序的工人作业后，再“流”到另一道工序车台。

而全智能化定制生产线更牛，以大数据推动个性化制造，从客户下单到生产制作再到订单包装实行一体化操作。“客户在下单前就可以通过客户端对产品原料、花型、尺寸等进行自行选择和设计，通过大数据传送到生产线，快速反应，按需定制。”江苏蓝丝羽家用纺织品有限公司董事长俞建辉说，目前生产端的智能化已全部完成，他准备用二三年时间实现生产端接入消费端及N个工厂端，使得整个企业完成转型升级。

江苏蓝丝羽家用纺织品有限公司是一家老牌家纺企业，这套全智能化定制生产线是投资500多万元从欧洲特别订制的。公司工艺主管龚美燕说，新系统投入运

行后，大大降低了原料浪费，也使得工艺质量和生产效率大大提高。

目前，川姜镇家纺企业共改造40个网络智能化车间，传统家纺正在向高端家纺稳步迈进。

“网络智能化”让家纺产业的生产销售发生了颠覆性的变化，成为调整经济结构、转变经济发展方式的重要途径。

“传统印花有网眼，所以和它相比，数码印花的色彩和图案更精细，视觉上可以1:1的比例还原……”日前，在南通匠造数码印花布艺有限公司，负责人王行堂介绍说，“数码印花更能满足人们的个性化需求。”

近年来，南通家纺城主动适应经济新常态，在新业态、新技术、新模式方面积极探索，把传统制造升级为先进制造。

去年，川姜镇专门规划了一条数码印花街区，引进国内知名的数码印花企业20多家。匠造数码印花布艺有限公司就是其中

“一员”。“我们是从江阴总部搬迁来的，打入南通市场，服务本地企业。”王行堂说，“像宝缦、蓝丝羽这些家纺企业需要更高端的技术，满足品质需求，不断提升自己的品牌价值。”目前，公司已与多家知名企业签订了长期合作协议。

数码印花街区占地80亩，采用分层式经营，一至三层为商户门店，三层以上为数码印花工厂。这样的设计，为企业和客户带来了诸多便利。“楼下有门市展示数码产品，楼上就是生产区，生产、销售连成一体，这样客户可以很直观、精准地看到产品生产全过程，便于了解我们的优势。”南通神速纺织有限公司负责人蔡建霞说。作为最早一批从事数码印花的企业，神速纺织今年初入驻数码印花街区，街区的标准化厂房、一流的硬件设施，助力了公司发展，近日，公司投入600多万元引进的四台大型数码印花机已开足马力投入生产。



蓝丝羽车间

营销模式向直播带货转向

6小时直播，78.3万人次观看，销售额突破200万元。这就网红直播带货的魅力。直播带货已经成为一种新业态。

5月16日下午6点半，知名女演员叶璇来到川姜镇，在南通家纺城微供大楼直播间，与南通家纺城党工委副书记、管委会主任、川姜镇党委书记邵爱军一起，为通州家纺代言。

去年底，南通家纺城与淘宝官方达成产业带基地合作，为更多家纺淘宝店铺提供直播资源，每月16日为淘宝直播生活日，此次淘宝官方推荐了达人主播叶璇为南通家纺城推介产品，拉动消费。

直播中，叶璇主要推介了冰丝凉席、床上四件套、夏凉被、乳胶枕等29个产品。在主播造势、红包派发、买赠优惠的配合下，观看人数持续上涨，气氛愈加火爆。

邵爱军说，受疫情影响，家纺业线上线下销售都受到一定的影响，“当下，直播作为

一种新业态正在快速发展，我们必须抓住机会，通州区委区政府也一直支持各种新业态的融入，今天借助这个直播为川姜的家纺品牌助力。”

目前，南通家纺城正在与抖音、快手等短视频平台对接，希望抢先布局直播电商业态，重塑产业发展模式。

回顾家纺产品的销售，一直在与时俱进。最初的时候是行商，很多年轻小伙子，拿着母亲和姐姐妹妹自己加工的绣花枕套，走出家门到全国各地去销售。后来有原始积累，就开始租柜台在商场里销售，变成坐商，再后来发展成开办品牌连锁店。

大约2009年开始，南通家纺城开始出现电商。至2019年，作为淘宝镇的川姜镇拥有13个淘宝村，带动2万多村民实现家门口就业，电商交易额突破300亿元，成为江苏省电子商务十强镇。

2015年左右，通过微信来交易的微商

出现了。这种新业态很受年轻人的追捧。2015年底，川姜镇党委政府因势利导，迅速推动创立市场，引进商户专门为微商提供货源。至去年底正式营业的微商商家有250多家，使家纺城市场的商铺空置率急剧减少，房租翻了两番以上。目前，南通家纺城微供市场集聚微商供货商530多家，2019年市场销售额超100亿元，成为“创新富民”集聚区。

2018年开始，直播带货在南通家纺城逐渐流行起来。

去年，南通宁好家纺有限公司请来网红大咖薇娅做的一场直播卖货活动，薇娅在不到1个小时时间里卖断货，让家纺企业瞠目结舌，体验到网红直播卖货的强大威力。

在新消费新零售的大趋势下，在当下这样一个经济新旧动能快速转换的大背景下，川姜镇各种新入口、新模式、新思维在不断涌现。



2019画稿会



牛赛网

产业链从线下向线上转变

南通家纺城的“稿定了”设计工作室成立仅两年多时间，已经签下了100多个家纺设计师。

“稿定了”推出APP，用户也好，设计师也好，可以从APP上登录，或是求设计，或是提供服务，非常的方便。

面对影响整个家纺设计行业的诸多束缚，“稿定了”创新平台，借助互联网，将广大设计师和各个家纺企业聚集在一个平台上，打破时间空间的限制，让买稿卖稿变得轻而易举。

“这个是我们正在重点孵化的画稿交易的主平台，争取今年的画稿交易会、画稿大赛都在这个平台搞定。”“稿定了”负责人说。

设计是家纺的灵魂，川姜镇集聚了300多家设计机构、近4000名设计师，每年开发新花型3万余款，实现了家纺产业从单纯的面料生产、成品制造，向研发设计、品牌保护、现代营销于一体的转变。

在家纺的产业链条上最麻烦的痛点是

什么？家纺供应链解决了设计、销售、分销、物流环节的问题，商家可以什么都不做，全部由供应商承担，可是对各地的家纺批发商来说，不管做实体店，还是微商、电商、播商，找家纺都是件非常耗时耗精力的事，到市场拿货，谈价，需要技巧、经验、人脉，如果刚入行的新人想自己拿货，还很可能遇到价格虚高的情况。所以说找家纺可以说是所有环节中最麻烦的。

南通家纺城有一家专门帮助采购商找家纺的电商公司“找家纺网”，专做线上的批发市场，依托南通当地强大的产业和市场优势，把南通的床品卖到全国各地，同时为批发商找家纺提供便利，从供应商到批发商，组成一张线上床品交易供应链的网络。

“找家纺网”创始人王大银详细介绍了“找家纺网”的运营模式和发展理念。网站目前已经积累了3000多个供应商，10万多批发和采购商，活跃采购商达一万多，平均每天有800多单成交，今年预计可以实现6个多亿的销售。

南极人家纺是个隐形冠军。

一座普通的工厂，一幢简易的办公楼，一年几个亿的家纺销售，是怎么做到的？创始人是两名1991年出生的年轻人。他们认为团队在线上的做法并没有特别的独到之处，发展的重心一直放在控品质上，并且主攻产品群，家纺全品类都做。

前不久他们刚刚完成了一个羊毛被的订单，从原料到印染到成品只用了5天时间就全部搞定，而目前行业的平均交货周期要15天；去年的库存率不到2%。

去年，中国家纺协会会长杨兆华到该公司调研后说，家纺市场现状可以说是线下渠道很难做增量，下滑的比较厉害；而线上渠道增幅达40%。两名年轻创始人的成功之道，在于能正确分析产业链的动态，拥有对订单的快速反应能力和精准库存管理的能力。

川姜的床品产业是全国家纺的扛鼎力量，正从产业+供应链+互联网全面拥抱产业互联网的来到。无论从行商、坐商到电商、微商、播商，只要顺应潮流，未来一定可期。



书记与叶璇

5月26日，南通数字经济产业集聚发展大会暨首届“通京”直播节正式启动。南通市人民政府携手京东智联云，立足南通区位优势和产业基础，围绕南通5G应用建设、电商产业集聚、家纺产业带转型等发展需求，签署战略合作，助力南通全方位拥抱数字经济。

直播+短视频+电商已是5G时代传播的主流趋势，通州区川姜镇站在了“新风口”。该镇确定“1+3”产业发展定位。“1”是先进制造，“3”是创意设计、电子商务和智慧物流。

川姜镇拥有全国最大的家纺专业市场——中国南通家纺城。下辖14个村，2个社区。该镇家纺产业集聚度高，产业链完善，从原材料供应、纺纱织布、设计印染、成品生产到销售物流一应俱全。目前，全镇拥有家纺企业3000多家，1万余家商户，2019年成交额1000亿元；从事电商、微商、播商者2万余人，快递营业点达120多个，每天出单100万件。

川姜镇党委书记邵爱军说，川姜正加快京东数字经济产业园及中通快递苏中转运中心建设，建立基于大数据的智慧物流园区，着力推动物流快递业与制造业、电子商务、跨境网购、交通运输业协同发展。还将依托现有载体，集聚播商，打造国内最大家纺网红直播基地。