

# 浅谈中国服装企业的信息化与集团化管理

钟安华 刘培月

(武汉科技学院, 武汉, 430073)

摘要: 以中国服装企业如何培养持续赢利能力以及如何不断提升品牌实力为主题, 阐明加快信息化集团化管理和应用的意義。

关键词: 服装企业 信息化 集团化 服装 CAD/CAM 品牌战略

中图分类号: TS 941.1 文献标识码: A 文章编号: 0253-9721(2004)04-0130-02

服装的时尚性、快速反应性, 表现了与其它制造业的不同, 因此对服装企业的管理应关注通过产品开发和营销以维持其差异性。加工型的服装企业要求质量精湛并能快速进入市场。随着人们生活水平的提高和人们审美情趣的日益变化, 人们越来越追求个性化, 今天的服装业竞争将日益艰巨, 因此必须根据我国服装业劳动密集、资源丰富、文化渊源深厚的特点, 采用先进的信息技术进行品牌化管理, 不断增加服装的附加值。

## 1 国内服装企业信息工作现状

多年来, 我国服装行业存在的主要问题是管理落后, 对市场信息和技术信息重视不够。目前, 国内服装企业信息工作的现状可概括如下。

### 1.1 普遍缺乏经验丰富的信息工作人员

目前国家直属的纺织和服装科技信息中心共有 14 个, 服务对象为全国所有的纺织服装企业。其中, 服装科技信息中心的网络成员中只有服装企事业单位 100 多家, 在这些单位中专职从事信息工作的人员为数很少, 具有丰富信息工作经验的人员更少。大多数企业只是安排一些兼职人员从事这项工作, 而且人员流动又较大。另外, 从上海纺织系统下属的企业状况来看, 除个别的科研院所仍保留信息部门以外, 不少企业由于内外各种因素的影响, 大多撤销了不直接创造经济效益的信息部门。

### 1.2 企业的信息意识较薄弱

一些企业的管理者由于受传统观念的影响, 长期以来不重视信息工作, 在实际经营中短期行为较普遍, 生产盲目性较大, 容易使企业的产品造成大量积压。而一些集体企业、民营企业和部分三资企业, 由于它们机制灵活, 管理者重视, 在信息开发应用方面做得较好, 对行业内的情况也了如指掌, 因此产品在市场上占有较高率。

### 1.3 不重视使用计算机及其网络等现代化技术和设备

目前虽有一部分服装企业已利用计算机进行人

事管理、财务结算; 利用服装 CAD/CAM 系统进行设计、打版、排料、裁剪等, 但所占比例很低, 与国务院在山西会议制定的“全国 CAD 应用与发展规划纲要”中提出的要求“到 2000 年我国服装行业要有 6000 家企业采用 CAD/CAM 这一先进技术”的距离相差较大。

因此, 中国服装企业要重视信息化品牌管理, 实现服装企业集团化。

## 2 我国服装业的集团化发展综合优势

### 2.1 无形资产优势

将中国服装公司和服装研究设计中心合并, 因它们在行业中所处的地位, 如坚持为行业、企业和社会服务, 在国内外可以产生良好的信誉和影响力。

### 2.2 高科技优势

组建集团化公司, 易拥有全方位的高科技优势。集团化公司建有国家服装设计与加工工程技术研究中心和国家服装行业生产力促进中心, 工程中心拥有改造最传统的服装工艺追踪国际先进水平的高新技术, 如 GIS 服装流行库、科技库、经济库, CAD-3D/2D 综合设计与其配套技术 CAD/CAM 不同系统联网运行技术, 西服 CAPP 技术以及柔性加工系统 FMS 等均代表了国内服装科技的最高水平, 生产力促进中心则是背靠政府、面向企业进行全方位服务的机构。

### 2.3 服饰文化资源优势

集团化公司拥有服装研究、设计、技术软件、信息、服装流行趋势研究、报刊杂志等信息资源、模特培训、模特代理、模特推广、模特大赛及对外服装服饰文化交流等活动。这些资源优势不仅使其成为中国服装文化交流的中心, 而且形成了极具竞争力的服饰文化产业。

### 2.4 产品开发配套优势

集团化公司可以组建以著名服装设计师为总设计师的国内专业化、社会化的服装设计公司。拥有

现代化的中国服装集团北京通州、江苏吴江、吉通、浙江萧山、内蒙古集宁、福建厦门等服装加工与服装生产配套的毛纺、仿丝、仿毛、仿麻、天然皮革、人造毛皮等面料开发基地。

### 2.5 市场信息网络优势

由于集团化公司与中国服装协会、中国服装设计师协会有着密切的联系,拥有比较稳定的国内贸易销售渠道,形成了一支从服装设计到生产、销售及面辅料生产的经营网络,因此,公司与国内外著名的服装、面辅料设计、生产等企业有着良好的合作关系,能够及时、全面地了解服装市场的信息。

## 3 集团式服装业的信息化管理与发展

面对21世纪,服装CAD/CAM必将受到新的技术推动,与发展迅猛的信息技术、网络通讯技术等结合起来,使服装CAD技术更加商品化、实用化、通用化和多用化。

随着科技的进步,未来服装CAD技术主要将在以下几方面得以迅速发展。

### 3.1 2D/3D CAD的运用

进行3D CAD虚拟现实的研究,在三维人体测量、人体着装、运动效果显示3D CAD服装在虚拟现实中外交互设计并完成其转换,同时对三维人体外形及运动效应进行严格的理论分析和研究,应用交互式计算机图形学和计算机几何学的技术成果,建立三维动态的服装模型,直观地表现服装多个侧面的立体效果,产生布料悬垂立体效果,在屏幕上逼真地显示穿着效果的三维彩色图像及将立体设计近似地展开为平面衣片图,实现立体放码,完成三维服装和二维衣片相互间的转化。

### 3.2 服装CAD技术与信息和网络通信的结合

计算机网络和远程通信技术的发展,以及推行的信息高速公路计划,使人类进入到信息时代。服装产业本身就是对信息极其敏感的产业,服装的流行趋势,服装市场的动向,对于服装设计和生产都是至关重要的信息。在当今激烈的市场竞争中,信息的及时获取、传送和快速的反应,是企业生存和发展的基础,也是服装设计师不可缺少的工具。因此服装信息库、网络信息交换和远程通信技术,正受到服装企业越来越广泛的重视。充分利用信息技术、网络通讯技术,实现信息资源传输,逐步实现信息设计、生产制造、市场销售各个环节的QR制。信息网络的架构不仅可作生产全程的监控,也使得生产部门和销货单位间的联系简易许多,良好的通信技术也使企业避免了盲目生产,并有效地降低了运输成

本。如再能开发出一套适合服装行业的STEP标准,各企业即使服装CAD系统不同也都能够通过网络通信上相互交流,实现终转换,资源共享。

### 3.3 多媒体技术在服装CAD上的应用

多媒体技术以其集图、文、声、像于一体的新概念给计算机领域带来一次新的革命,这一新技术在服装设计与加工领域有着广泛的影响和直接的应用。例如,多媒体领域中的图像压缩技术能存储大量的以图形、图像为主的服装设计信息,并与其它各种通信技术相结合,将使服装信息的收集、传播和应用进入新时代,也将使服装生产和供销方式产生变化和变革。至今为止,服装CAD系统还只是辅助设计系统,设计师的设计灵感、创造力和想象力、服装构成理论、工艺知识、实践经验汇积的成果等等,目前的服装CAD系统尚不能完全取而代之,其设计指导原则是采用交互式工作方式。而计算机科学领域中富有智能化的学科和技术,如知识工程、机器学习、联想启发和推理机制、专家系统等技术,尚未被成功地应用到服装CAD系统中。

## 4 服装CAD向集团化发展

面向21世纪,我国服装企业必须进行产业升级,走集约化生产之路,实施名牌战略,实现低档产品向中高档产品、名牌产品的转移和发展,只有依靠服装CAD技术,才能摆脱目前困境而达到预期的目标。

## 5 结 语

中国进入WTO后服装市场将更加激烈,所以应抓住2008年“奥运”这个机遇向时尚化、品牌化的方向发展,不断增加服装的附加值,争取在短暂的几年提升中国的服装化大国地位,现在上海、北京、广东的佛山和深圳、浙江的宁波、福建的石狮、晋江等已经步入了加快服装战略发展的方向,将会迎来中国服装行业光明的明天。

### 参 考 文 献

- 1 陈强.相聚在新世纪春天.服装时报,2003-04-14.
- 2 闻力生.服装CAD/CAM的使用、选购、发展.中国服装,2001(4):42~45.
- 3 赵佑平等.服装加工技术发展展望.天津纺织工学院学报,2000(5):70~73.
- 4 托马斯·W·林著.成本管理——战略与概论.北京:华夏出版社,1997:196~199.
- 5 詹姆斯·托宾著.通向繁荣的政策——凯恩斯主义论文集.北京:经济科学出版社,2000:143~147.
- 6 杨以雄.服装生产管理.上海:上海科学技术出版社,1993:253~255.