

□ 记者 丁林/文 周诚/图

“服装女工40岁下岗,再就业闯出新天地。”用这句话来形容张明惠,再形象不过。

作为合肥本地最大服装加工生产基地,张明惠执掌的“华锋制衣”年产值8000多万元,同时是一些著名服装品牌如“依立腾”、“巴拉巴拉”等的优质供应商。

“再就业创业领头人”、“巾帼建功标兵”、“安徽省劳动模范”……这些都是张明惠多年打拼得来的荣誉。荣耀的背后,支撑着她“借平台出海”、“傍大牌提升”的经营理念。

## “服装劳模”张明惠 客户赚钱供应商才有利

### A 10万元“伙开”服装厂

上世纪80年代初,刚满20岁的张明惠参加工作来到合肥服装厂。张明惠回忆道:“那时候年轻,刚开始学徒,感觉干什么都一身劲,早上8点半就到了工厂,经常到晚上近8点才下班。”

从上世纪90年代开始,一些国有企业逐渐不景气,在这波“下岗潮”中,张明惠也未能幸免。在同事们大多南下,去了海南、东莞一带打工时,张明惠却舍不得离开工作多年的合肥服装厂。

尽管下岗在家,但张明惠并没有闲着,而是觉得自己正值“上有老下有小”的年纪,必须要干出自己的一番事业来。

“那时候,和以前的几个老同事一起,天天商量该怎么开始。”稍有眉目后,张明惠和另外两位以前的同事一起凑了10万元作为启动资金,在瑶海区长江东路的合肥猪鬃厂租了几百平方米的旧厂房。

“15年前10多万元不像现在,当时这些钱也只够租房、采购旧设备。”张明惠回忆,70多台旧设备,像平缝机、钉扣机、双针机、套结机,这些设备的采购花了不少精力。

企业的框架搭好了,但是,自己做老板并没有那么容易。“之前我们三个都是做行政管理工作的,具体怎么找工人,如何找订单,这些都不熟悉。”一筹莫展之际,张明惠说,只有去慢慢挨个找客户、找订单。

创业之初,自然不会顺利。2002年,张明惠创办的服装厂曾因为种种原因亏损了10万元。“当时,说实话,合伙人之间也有过动摇,但是既然选择了这条路,不能半途而废。”在一段低潮期过后,大家重拾信心,决定继续干下去。

### B “搭乘”进出口公司之船

从2000年~2004年,张明惠的华锋制衣厂规模逐年扩大,从最初的几百平方米的厂房扩张到2000多个平方米。然而,订单和资金一直是制约发展的两大难题。

不过,如今看来,张明惠很好地将这两个难题化解。

“2002年时,合肥各大区域都兴起了开建工业园。”张明惠说,由于公司在庐阳区注册,后来跟着招商政策来到了现在的位于庐阳工业园荷塘路的厂区。

拿地、建厂房,对“年轻”的华锋制衣厂来说,承担着重大资金压力。“恰好接触了一家担保公司,现在看来那笔资金真是救命钱。”私下里,张明惠说,非常感恩这笔担保资金。但另一方面,她也扪心自问过,担保机构也正是看上自己踏踏实实做实业,才将这笔资金放给了自己。

“可能是之前在国企待过,踏实做事的态度让对方感动了吧。”再者,下岗员工再创业,这也符合当时的金融政策。

解决了燃眉之急的资金难题,在如何寻找订单上,张明惠也有自己一招。

“对于一个企业来说,要会做衣服更要有销售渠道。”起初,张明惠主动上门拜访服装进出口公司,做国际市场服装出口,就这样,随着自己的品牌逐渐推广开来,越来越多的国外公司主动与张明惠联系,要求直接合作。

如今,张明惠说,“华锋制衣”主打的中年男士休闲服饰已经成功进入美国、西班牙等国外市场,出口额每年能达到2000万元左右。

### C “傍大牌”提升实力

张明惠的“华锋制衣”是由原合肥服装厂、人民服装厂、新中服装厂下岗职工创建的合肥本地最大的服装加工生产基地。

在张明惠看来,如今制衣行业“洗牌”过后,尽管企业数在减少,但也要不断增强竞争实力。如何让“华锋制衣”的羽毛更加丰满,张明惠有着自己的“傍大牌”战略。

张明惠所说的“傍大牌”即成为品牌企业的供应商。作为童装品牌“巴拉巴拉”的供应商之一,该品牌订单每年大概在4000万元左右。这也就意味着,“华锋制衣”一半的销售额来自该品牌。

为什么要选择与品牌服饰联手?张明惠考虑有二。

“依托大品牌的影响力和销售能力,对公司来说,每年拥有固定的订单。”这在张明惠看来,是服装加工企业锁定收入最好的途径之一。另一方面,品牌服饰拥有高标准高规格,这对不论是一线操作工还是企业管理人员,都是很好的学习和提升的机会。

“做企业就是要不断地进步,除了主动加码新技术新生产线之外,与高档客户方取得合作,也是在推动企业的前进。”张明惠如此认为。

7月初,张明惠曾去厦门大学进修了一周,围绕着服装企业怎样顺应大势、怎样做好服装,张明惠有很多思考。“其实,不管任何行业,只有提高产品品质,为客户着想,才能建立长久稳定的合作关系,只有客户挣到钱,供应商才有利益。”张明惠感悟道。