

为什么定制衣服 10 天就能穿上身

杭州这家“三多”工厂用实践告诉你,“按需而造”能有多快

本报记者 祝瑶

“食品、化妆品都有生产日期,为什么衣服没有呢?”

今年双 11,第一件“带有生产日期的衣服”在杭州诞生。

在工厂下订单,7 天内生产出来“即卖即产”,10 天左右就能穿上身。更厉害的是,消费者收到的都是自己挑选的 IP 款新衣服,商家也不产生一件库存。

用数字化能力输入传统制造的背后,破土而出的新制造工厂、率先拥抱新技术的商家,已经在用“数字武器”,打开通向未来的无限可能。



新制造犀牛工厂生产车间

“柔性制造” 一件衣服 7 天交付

第一次发现买到的衣服上带有生产日期,有网友感叹,“这生产日期比我家的牛奶还新鲜。”

买家口中的“新鲜货”,今年双 11 首次亮相,它们由天猫服装商家“初棉”联合阿里巴巴新制造平台——犀牛智造工厂推出,从生产下线到穿到消费者身上只用了 10 天。

“以前每次大促,都要提前 2 个月起备货,一旦没把握准消费趋势,很容易滞销。”初棉负责人说,在犀牛新制造之下,100 件小单起订,7 天交付,为中小企业提供小单量、多批次、高效高品质的生产选择,衣服上标注生产日期也成为可能。

对服装制造业来说,最尴尬的莫过于“卖不动”和“卖不够”。作为国内一家新锐内衣品牌,在蕉内集团供应链负责人臧蕾看来,小批量、多频次的柔性制造商业模式,对于快速成长的新品牌来说非常友好。“这个双 11,我们和犀牛工厂联名的 IP 款卖爆了,加急补了两次货。”臧蕾说,热销款可以多次翻单,材料到位的话,补货速度缩短到 7 天。

臧蕾还提到,蕉内也在今年双 11 正式应用了趋势预测和智能供应链的技术支持,让内衣变得更加“新潮”。一款蕉内 PP 裤使用了最近热门的液态莱卡技术,不仅很好地迎合了年轻消费者塑形的需求,还卖成了畅销款。

而基于大数据分析,比如“今年哪些特殊面料受欢迎”等针对性问题,也能引导商家进行创新产品研发,助力品牌开拓新的增量市场。

“你要多少,我造多少” “三多”工厂里 80% 是工程师

这些“唯快不破”的奇迹,背后均来自杭州余杭经济开发区的犀牛智造工厂。和传统服装厂相比,它的画风迥异。“你要多少,我造多少”的宣传横幅悬挂于车间,屋顶遍布着“犀牛工厂”首创“棋盘式吊挂”,像极了大型超市里外卖配送的拣货系统。这么做的好处是:可最大限度解决吊挂单向流转、容易拥堵的问题。

在这里,每个操作流程变得更智能了:原材料交由机器人配送,让机械臂来做分拣;每个工位配备一只 Pad,通过操作 pad 就能完成一键呼叫机修、一键改派送。甚至于,工厂的面料都有自己的“身份 ID”,进厂、裁剪、缝制、出厂可全链路跟踪,产前排位、生产排期、吊挂路线,都由 AI 机器来做决策。

“新制造让‘Made in Internet’成为现实。”犀牛智造 CEO 伍学刚说,在阿里巴巴新制造团队中,一个庞大的技术团队藏于身后,他们负责开发和应用云计算、IoT、人工智能等技术,工程师在整个团队中的占比高达前所未有的 80%。

这也难怪,有人称这座数字工厂为新“三多”工厂——工程师多,Pad 多,年轻人多。

如今,淘宝上能买到的衣服,越来越多地通过新制造模式生产。伍学刚表示,“只要消费者需要,一个热词诞生后,第二天淘宝上或许就买到同款 T 恤。”

新闻+

昨天卖爆,今天追个单 未来制造业按需而造

“提前 2 个月下单,但是 2 个月之后什么好卖,谁知道呢?”

天猫服装品牌棉仓 CEO 姚坤有过这样的苦恼,传统的服装行业因为销量无法预测,单款生产规模偏大,容易出现库存高企的情况。“如果服装制造能够以销定产、柔性制造,这对中小商家的影响就大了。”

淘宝店铺 FANO,是一对夫妻创立的独立设计师品牌。因为定位细分,受众群体覆盖面较小,单笔订单较少,但对品质要求较高。2018 年 9 月起,FANO 每周上新的牛仔服装基本上都交由“犀牛工厂”生产,最少的一笔订单只有 100 件。尽管订单量少,但品质不降反升,实现了每周上新场景下的交期和品质的双稳定。

和一般行业相比,看起来“光鲜亮丽”的服装业,其实是一个劳动密集型的行业。

除了一些超大品牌,服装的时尚属性、产品的生命周期极短,又受潮流、天气等诸多因素影响,传统的以产定销的商业模式造成巨大浪费,让很多中小工厂面对数字化升级望而却步。

“新制造听起来高大上,对商家来说就是一家聪明的共享工厂,我们接小单、急单,90% 的客户是中小商家,尤其是淘宝天猫上的新品牌。”伍学刚坦言,阿里新制造的初衷是希望帮助中小企业解决生产供应链中的一系列痛点,比如预售预测难、快速反应难、消化库存难等。

通过运用阿里巴巴的云计算、IoT、人工智能技术,为工厂赋予“智慧大脑”,连通消费趋势洞察、销售预测和弹性生产,构建云、端、智、造融合的新制造体系,犀牛工厂正在演绎制造业和服务业在数字化条件下的融合。

用中小卖家的话来说,“昨天卖爆了,今天来追个单。”在伍学刚看来,“做到真正按需生产之后,服装产业经年已久的痛点——库存风险和资源浪费——也就迎刃而解。”

从 9 月在杭州横空出世,再到 10 月底安徽宿州工厂投产,不到两个月时间,第二只“犀牛”已经落地。

在业内看来,犀牛工厂的价值并不局限于帮助商家快速反应市场、让爆款商品能快速补单那么简单。它更像是打开了一扇通向未来的数字之门,将“智造”的内涵传递出去。



衣服如今也有了生产日期



新制造犀牛工厂有三多:工程师多,Pad 多,年轻人多。