

布局零售通路 創造台灣服飾品牌

# 永紡企業 開拓紡織業新契機

深耕紡織業20年經驗的永紡企業，成功開發3,000多種布樣，堅持以高品質為訴求，持續提高創新研發能力，爭取與歐美國際大廠的合作機會。為了在國際市場脫穎而出，永紡透過代理國外品牌，學習掌握消費者需求，未來將朝自有品牌之路邁進。

◎撰文／林裕洋 圖片提供／柯瑞克

在 台灣人工成本逐漸提高的衝擊下，無論是高科技製造業、還是傳統產業，從2000年開始便紛紛將生產基地轉移至中國大陸，希望能降低整體製造成本，以提高產品的競爭優勢。

但是以「持續創新研發、提高顧客滿意」為訴求的永紡企業，卻堅持根留台灣的政策，以創新技術提高產品的附加價值，建立競爭對手難以超越的優勢。

因此，即便全球面臨經濟停

滯不前的困境，永紡企業依然在2011年創下平均每人年產值為新台幣2,270萬元的驚人成績，績效遠超過許多IC設計公司，也在2012年獲得經濟部第15屆小巨人獎的肯定。



永紡企業在董事長沈金柱的帶領下，曾創下平均每人年產值新台幣2,270萬元的好成績，績效遠遠超過許多IC設計公司。

成立至今恰好滿20週年的永紡企業，秉持不斷求新求變的精神，除追求創新技術之外，更採取開發高附加價值產品的策略，加上堅持採用最優質的原料，以及最嚴格的品管制度，因此深獲DISEL、FOSSIL、JANIE AND JACK、GYMBOREE等20多家國際品牌採用。

目前該公司已開發3,000餘種的布樣，包括環保材質、功能性、多功能性緹花，及各種多元化針織布料，是全球相當知名的原物料供應商。

永紡企業董事長沈金柱指出：「在紡織產業工作多年，曾經協助公司到不同城市設立據點，因此累積許多經驗，加上對紡織產業非常熟悉，所以最後決定成立屬於自己的公司。」

除了成立永紡企業之外，沈金柱又在2006年設立英紡公司跨足服飾零售業經營，2008年則成立玖龍公司，負責包含布料、品牌與房地產事業。

## 以高品質為後盾 取得國際企業信賴

台灣在全球紡織產業向來占有一席之地，但多數企業受限於缺乏創新能力，只能成為歐美企業的代工廠，也就是依照客戶訂單生產布料。尤其隨著中國大陸、泰國、印尼等地的紡織業興起後，台灣必須面臨對手低價搶



永紡企業目前已開發出3,000多種布樣，為了持續創新研發，除積極與國際客戶交換意見，更主動提供設計師開發所需的新布料，掌握未來的流行趨勢。

單的競爭，不少品質控管較差的企業，在缺乏競爭力的狀況下，最後只能面臨關廠命運。

在紡織產業工作多年的沈金柱，熟知品質是企業長久經營之道，所以，當初在決定創立自己的紡織王國時，初期雖然也是以OEM業務為主，但是卻堅持以高品質訴求，以爭取歐美客戶的長期合作關係，也獲得台灣代工夥伴的認同。

「由於台灣原本就有很優異的廠商，擁有極為出色的技術能力，所以我們採取相互合作的模式。」沈金柱解釋：「全球針織布料產業競爭非常激烈，要脫穎而出的唯一辦法就是創新。」

畢竟若要削價競爭，台灣企業根本不是中國大陸、泰國、印尼等地的競爭對手，唯有透過高品質的產品，才能爭取到品牌客戶的認同。」

資金、訂單、產品定位是所

有企業創立前，必須克服的3大問題，儘管沈金柱決定以高品質的策略，避開中國大陸、印尼等國家的競爭對手，但是若無法解決資金不足與訂單問題，便不可能打造屬於自己的紡織王國。所幸沈金柱累積了豐富的經驗與人脈，在公司籌備期間便獲得過去合作多年客戶的支持，願意向永紡購買布料。

至於資金不足的問題，則在徵求家中長輩同意之後，以不動產向銀行抵押取得300萬元的貸款，確保公司的正常營運。

雖然創業過程一切順利，不過，永紡也發生在第一批訂單出貨的前一天，才發現商品貼錯標籤的窘境。為了依照合約交付商品給客戶，所以員工們只能連夜在40呎的貨櫃內，重新為每個產品更換新標籤。

經過這個事件後，也讓沈金柱更加重視布料從生產至運送的

每個環節，持續改善作業流程，以奠定公司未來發展的基礎。

另外，為了提高企業的知名度，永紡在創業之初便鎖定參與全球數個重要展覽，如香港、義大利、紐約等知名紡織展，爭取商品曝光機會。以主打男性休閒服飾，與Calvin Klein、Tommy Hilfiger同屬PVH集團的IZOD為例，便是透過參加國際紡織展的方式，爭取合作契機，進而成為該品牌的供應商。

至於合作多年的時尚品牌Burberry，則是透過同業間口耳相傳的行銷，最後在成衣廠的推薦下，進而取得合作機會。

永紡企業總經理葉淑麗表示：「紡織產業是非常注重專業的行業，所以很多國際企業與我們接觸後，了解永紡企業以專業與高品質為訴求，讓業務的拓展變得更順利。」

## 跨入自有品牌 強化研發專業力

在耕耘OEM領域多年後，永紡也察覺到在競爭激烈的環境中，高品質只是取得客戶信任的基本條件之一，還必須加入設計研發、創意等元素，才能躍身成為國際級的品牌，建立競爭者難以超越的障礙。

因此，永紡開始跨入ODM與自有品牌的領域，除提升本身的设计能力，主動掌握流行、時尚

元素的變化外，更積極與國際客戶進行意見交換，並主動提供設計師開發所需的新布料，讓企業整體競爭力大幅提升。

「我們在紡織產業已有數十年經驗，原本就非常清楚市場變化。」葉淑麗說：「所以自然能夠了解設計師的想法，提早開發出所需要的產品，進而成為許多國際品牌的主要合作夥伴。」在掌握流行趨勢的前提下，永紡也非常積極參加各種展覽，以加強對消費市場的敏感度，精準掌握未來流行趨勢，以提升產品研發的能力。

不只如此，為確保各種布料品質的穩定性，永紡企業在1999年取得ISO 9001的國際認證，讓各項作業流程走向標準化，以取得國際客戶的信賴。沈金柱指出：「紡織業由於生產步驟繁雜，所以要取得ISO 9001的難度比電子業高，但我們克服了這項挑戰，主要是希望能確保布料的品質。」

隨著自有品牌的布料逐漸在國際上建立知名度，永紡也發現不少競爭對手開始藉由模仿布料外觀，生產類似花色的布料，並且以低價策略搶單。由於這種模仿難以尋求法律途徑解決，所以永紡開始提高研發經費的比例，積極與客戶合作開發新商品。

另外，為了縮短新商品開發時間，設計團隊也透過網際網

路，與客戶進行先期產品設計與驗證作業，掌握溝通時效，進而提高產品交貨速度。

## 布局零售通路 掌握消費者需求

永紡企業發現，其實台灣消費者對時尚的接受度高，願意花錢購買國際名牌設計的服裝，因此也興起以自身布料的專業優勢，結合優秀的設計團隊，推出從布料到設計都在台灣生產的服飾商品。

所以，葉淑麗在2002年開始招募設計師，嘗試設計時尚服飾，朝推出自有品牌服飾的目標前進。但是在設計服飾過程中，發現永紡對服裝零售市場完全不熟悉，恐怕無法掌握消費者的喜好，所以另於2006年成立英紡公司，先從布局服飾零售通路著手，替未來自創服裝品牌鋪路。

沈金柱表示：「其實看到消費者花大錢購買的名牌服裝，其布料都來自台灣所生產時，我們就希望創立真正屬於台灣人的品牌，因此，永紡很早就有推出自有品牌服飾的想法。」

「但是服裝零售產業跟布料生產完全不同，所以我們才會改從代理服裝品牌著手。」葉淑麗進一步解釋：「永紡希望透過經營通路的方式，深入了解消費市場的需求，做為未來推出自有品牌服飾的參考。」

## 永紡企業小檔案

成立時間：1992年

創辦人：沈金柱、葉淑麗

員工數：49人

營業項目：各種針織布料

重要發展與表現：

1992年 永紡企業正式成立。

1999年 取得ISO 9001認證。

2006年 成立英紡公司，代理Private Structure品牌。

2008年 成立玖龍公司，負責包含布料、品牌、與房地產事業。

2012年 獲得經濟部第15屆小巨人獎。



永紡企業創辦人沈金柱及葉淑麗希望創立真正屬於台灣人的品牌，積極朝自有品牌之路邁進。

目前全球服裝市場的趨勢可分成兩大類，首先是強調針對大眾市場的平價成衣，其次則是走高單價高品質路線，由於永紡企業本身具備新布料的開發能力，所以自有品牌將主打中高價位。

正因為如此，英紡企業開始引進全球品牌中具高質感、合理價位及設計性強的時尚商品，以作為擴張台灣市場，乃至於進軍大中華市場的利基點，除能與市面上的平價服飾區隔外，也能藉此了解消費者購買的喜好。

目前，英紡公司分為兩個事業體，首先是精品時尚的女裝部門「ATTITUDE」，囊括歐洲新銳設計師品牌，以專賣店與百貨專櫃通路為主，提供女性消費者最新穎、前端的時尚訊息。

至於男性服裝部門主推內衣品牌「PRIVATE STRUCTURE」，品牌訴求健康機能 and 設計感，產

品設計結合幽默和性感的主題，每季固定推出60~70款商品，同樣以專賣店與百貨公司為主要經營通路。

### 參與公益活動 進軍香港與美國市場

永紡企業一直秉持著回饋社會的精神，不僅每年固定參與國泰世華銀行的「大樹計畫」，捐贈禦寒外套已達30,000餘件之外，也積極照顧弱勢團體，參與學校、扶輪社等公益活動，以善盡社會責任。

另外，沈金柱也深信員工是企業最重要資產，將培育優秀人才列入首要工作項目。特別聘請不同領域的專家，到公司授課講習：提升銷售技巧、人際關係的運用，行銷概念等課程，希望讓員工能與企業共同成長，進而創造雙贏局面。

沈金柱解釋：「每位新進員工都必須接受高階主管所講授的紡織專業訓練課程，包含原料、織造、染整等。另外，也會安排到工廠參觀、學習，藉此讓新進員工了解紡織機台與後端加工流程，以便能夠提供客戶更專業的服務。」

除此之外，更會視員工個別需求，安排參加由專業機構所舉辦的訓練課程，如紡織綜合所開設的紡織課程等等，並且獎勵優秀員工給予入股及分紅的利潤分享，增加員工向心力。

在擴大市占率及就近服務客戶的考量下，永紡企業也透過規畫代理的合作方式，開始積極布局海外市場。尤其考量到美國、香港均為國際貿易的重點區域，所以預計會在2013年於上述兩地設立服務據點，以提供客戶最快速的服務。■