

愉悦蜡布非洲“出海”：二十年建立合作共赢“完美循环”

□晚报记者 董锋磊 张国庆 通讯员 房志浩

乘着2024年中非合作论坛峰会的“东风”，9月8日到9日，4名来自坦桑尼亚和赞比亚的客商，慕名来到滨州，走进愉悦集团，就纺织品贸易、医疗耗材贸易、棉花进口、非洲合作建厂等事项签订三方战略合作协议，开启合作新征程。

作为非洲中高端蜡布市场最大的供应商之一，愉悦与21个非洲国家有着稳定而长久的商贸往来。每年，愉悦向非洲销售超过15亿元的蜡布产品，总长度超过1.8亿米，惠及约3000万非洲人。愉悦在非洲开发打造的蜡布品牌CHIGANVY和HOLLANTEX，深受非洲人的喜爱，占据了非洲中高端市场份额70%以上，并以每年6—7%的速度增长。作为一家成立20年的企业，如何与古老的非洲大陆产生如此紧密的合作关系，又如何打造出非洲人喜爱的中国品牌？

>>>“叩门”非洲

两天时间里，非洲代表团在愉悦集团的工厂和展厅，看到了独特的布料、最新的医疗康养产品和蜡染工艺，感受到中国纺织品的魅力与深厚的文化底蕴，体验了愉悦科技推动健康产业的发展。坦桑尼亚和赞比亚的代表们相继签约多个合作项目，让愉悦与非洲合作的大循环再次扩容。

谁曾想到，一个成立于黄河南岸的小工厂，在20年间发生如此深刻的变化，成为国家间交流的“粘合剂”。

今年68岁的愉悦家纺副总经理、创意总监李林涛，是愉悦家纺产业蜕变的“见证人”，也是非洲首个订单的“操盘手”。

2004年4月，愉悦家纺作为滨州市重点项目，建成投产。同年5月1日，缝制车间启用，开始运转。李林涛作为第一任花布产品经理与工人们一起投入到紧张的生产中。

“愉悦家纺作为滨州家纺产业的拓荒者，在黄河岸边，开新厂，招新人，承载着全新的使命和任务。”李林涛回忆。愉悦家纺从成立起，董事长刘曰兴就确立了“以科技为人类创造舒适、健康、环保、多彩的居家生活”的使命。

使命光荣而伟大，但是，客观条件却不如人意。李林涛介绍，由于工厂还没有建设完成，从5月份车间启用，到7月份首批花布下线，工厂一直处在边施工边生产的状态。办公室和工人宿舍都没有。工厂开始生产，工人开始干活，要想生存下去，就需要订单。就在这时，经过刘曰兴的多方运作，通过香港的合作伙伴，要来了非洲的第一个订单。

故事的发展没有如同电影中，开局既高光时刻，而是以另一种方式展开。由于是第一个海外订单，工人们大部分也是新招的，在装集装箱时，就遇到了小小的插曲。那时，工厂还没有装卸铲车，货物上车还是依靠人力。第一批货、第一个集装箱，工人们从早上6时开始装货，一直持续到下午6时，整整耗去了12小时。

在完成非洲的第一个订单后，愉悦家纺并没有迎来市场的“好评如潮”。而是，如石沉大海。一个不完美的开局，让刘曰兴看到了更多的问题：新的管理团队需要磨合，新来的工人需要掌握技能，产品的质量和品质需要提升……

迫在眉睫的事情很多，头痛很多。愉悦选择从抓产品、抓质量的角度，提升企业的竞争力。与许多愉悦人交流，他们清晰地铭记2010到2012年，愉悦家纺开展了为期三年的卓越绩效管理培训，愉悦人形象地称为“质量革命”。三年时间，让愉悦人对于质量和品质的认知有了颠覆性提升，愉悦的产品有了质的改变。

精益求精，绝不让不合格产品流到市场。到如今，这条铁律一直印在愉悦人的心头——产品就是人品，质量就是生命，生命只有一次。正是这份执着与坚持，让愉悦的产品在非洲大陆日渐打开市场，站稳脚跟。



>>>赢得市场

每年棉花的丰收季，愉悦集团在尼日利亚收购的棉花，在阿帕帕港装船，跨越半个地球，经过近50天的航行，来到青岛港。然后，通过陆运来到位于滨州城区的愉悦特种纤维分公司，在这里，非洲棉花经过纺纱成为纱锭，改变原有形态。随后，跨越黄河，纱锭来到位于滨州高新区的愉悦集团总部，经过织布、蜡染、水洗、烘干、包装等环节，完成棉花到蜡布的蜕变。最后，成为商品的蜡布，经过中国的各个港口运输到非洲大陆，走进非洲的千家万户。

愉悦集团完成这一蜡布的“完美循环”，用了二十年。

“打开非洲蜡布市场，没有想象中的简单。”愉悦家纺非洲事业部经理陈立志说。这位“85后”经理，从2004年愉悦家纺始创之初，就加入了蜡布团队。从印染一线干起，逐渐转型到管理与

销售，2015年起，陈志专职服务于愉悦家纺非洲市场销售业务。

陈志总结，愉悦对于非洲市场的开发大概经历了三个明显的阶段：首先是“拓荒”期，从2004年到2009年前后，愉悦蜡布刚进入非洲市场，这时经销商、消费者对于愉悦产品没有认知，跑市场的人员经历着“脸难看、门难进”的困难。

其次是“增长”期，这时愉悦蜡布走进主流市场，逐渐被接受被认可，大概时间是2010年到2013年。许多大客户、代理商对于愉悦生产的蜡布已经有所认知，消费者已经认可。

最后是“爆发”期，经过10余年的积累，愉悦培育期自己的专属品牌CHIGANVY和HOLLANTEX，受到市场的极大认可，经销商、代理商和消费者对于愉悦品牌由认知到喜爱，这段时间大概从2014年开到到现在。此

时，真正做到了融汇非洲文化，引领多彩时尚。

愉悦蜡布在非洲市场的开拓进展与技艺工艺的提升，展现出了同频共振的效应。

2017年，愉悦家纺在非洲尼日利亚、加纳两个国家，成立本地人的设计团队，雇佣非洲的设计师，开始了当地化策略。愉悦家纺有限公司总经理王玉平介绍，通过此次坦桑尼亚和赞比亚的合作商来访，我们计划在非洲开设工厂，收购当地棉花，培训当地工人，进而更多惠及当地产业的发展。

站在新的起点上，愉悦集团已经发展为拥有“大家纺”和“大健康”两大生态产业链，此次坦桑尼亚和赞比亚客人的到来，为愉悦和非洲的合作，打开了更为广阔的空间。

>>>精研“蜡艺”

与其说蜡布是一种商品，倒不如说它是一种文化象征和载体，是非洲与各国交流的“粘合剂”。

长期以来，欧洲尤其是西欧的企业占据着非洲蜡布的市场，这段历史可以追溯到19世纪。欧洲企业对印度尼西亚传统纺织品进行仿制，利用工业化的手段，大规模复刻蜡布，进而涌入非洲市场。20世纪以来，欧洲蜡布生产商对蜡

布生产工艺高度保密，一直处于非洲市场的垄断地位，如何突破技艺瓶颈成为突破非洲市场的关键。

在愉悦家纺建厂之初，工程师们就对非洲蜡布进行了深入考察和调研。工程师们发现，在浸染中作为防染剂，“蜡”的过程中可自然龟裂形成“蜡纹”，然而这种“蜡纹”正是蜡布韵味的精髓所在，蜡纹最可贵的地方在于其“纹络”形

状的不规则和出现的自然随机，如人的指纹一般，独一无二，不可复制。

蜡纹的形象如同大自然中象征生命的树木、叶脉、血管，也如同山川、江河。蜡纹伴随色彩出现，颜色间的相互对比和衬托，千变万化富有动感。非洲人对大自然和生命有着极度的崇拜和敬畏，因此蜡纹独特的文化特性和生命张力令人着迷。

“蜡染工艺也是我国西南贵州地区的传统非遗技艺，如何将传统技艺嫁接到现代化生产，是企业需要攻克的难

点。”建厂之初，愉悦纺织依托现有技艺，开拓性建立起蜡布印染生产线，并致力于通过工艺创造、技术创新、设备改造、原材料优化生产等工作，实现综合产业化优势。

为此，刘曰兴亲自组建蜡布研发团队，组织蜡布印染一线员工、工程师、相关专家，十年如一日，投入到蜡布生产工艺提升、品质提升等关键项目上，同时确立了“以产业传承蜡染，使民族走向世界”的目标，誓要在蜡布上开拓出一条前人没有走过的路。

蜡布两面都有精美的印花，愉悦通过对传统松香为材料的蜡染工艺进行改进，拥有了具有自主知识产权的蜡布印染创新技艺。如蜡布“两面印”的精美图案，经过技术攻关，对花精度和花纹细致达到同行业最高水准。到2015年，经过十年艰苦奋斗和探索攻坚，愉悦终于筑起非洲蜡布工艺上的“防火墙”。李林涛介绍，愉悦生产的蜡布在对花印制效果与花色精度上，赶超了所有对手，走在行业前列。