



津门衣匠杨路钢：

半尺布料织就五十载实业春秋

海河穿城而过,百年天津曾是北方服装产业的核心沃土。从少年踩着缝纫机缝补衣衫,到白手起家创立本土服装品牌飞尼克斯,再到成为国内首位执掌皮尔卡丹天津合资大厂的华人管理者,天津市飞尼克斯实业发展有限公司董事长、天津津达制衣总裁杨路钢,在服装行业深耕近五十载,一把剪刀、数台缝纫机,丈量出天津服装产业从传统手工走向国际标准化生产线的完整变迁,也书写了一位本土匠人坚守实业、以诚立业的半生故事。

少年启艺： 针线为伴,深耕手艺初扎根

杨路钢是家中最小的孩子,家里添置的缝纫机成了他裁缝之路的起点。邻里、同学的衣物修补活计,他全包揽下来,在细碎针线间打磨基础手艺。不久后,杨路钢开始自主打版制作同款服饰,独特版型即便放到现在,依旧不显过时。彼时的他尚是在校中学生,仅凭自学就能独立完成整件成衣。

纯粹的业余手工终究有局限,想要精进工艺,杨路钢选择踏入专业服装厂。上世纪八十年代,青年联合实业公司旗下东亚服装厂对外招录缝纫技术工人,有基础的他顺利入职,直接被分配至核心技术室。厂里一众资深老师傅,成了他第一批专业导师。工厂承接校服订单时,他结识了技艺顶尖的刘炳仁师傅。身为厂里技术负责人,杨路钢时常登门请教,系统学习专业成衣逻辑。他深知业余缝制与标准化制衣存在天堑,一件衣服外观好看,若是版型不符人体身形,穿起来便会拘束别扭。长久的学习沉淀后,杨路钢专攻尺码体系研发,精准测算肩宽、胸围、臀围数据,搭建适配国人身材的标准版型,这也是他的企业数十年屹立市场的核心底气。

创业逐新： 匠心破局,本土品牌立津门

安稳的国营工厂工作,并未困住杨路钢的野心。改革开放浪潮席卷全国,民众消费观念转变,追求美观得体的服饰成为新风尚,商场也从传统柜台式售卖,转型开放式专柜经营。1990年,他开始筹划自主创业,1991年正式注册卡丹时装厂。彼时皮尔卡丹品牌进入国内市场。创业起步仅有两千块启动资金,没有雇工,所有工序全靠他一人包揽,打版、制作样品连轴转,常常两天两夜不眠不休。生产设备都是工厂淘汰的二手缝纫机,简单维修后便投入使用,完成样品设计后,再分发外协工人批量制作。小厂房一步步壮大,巅峰时期拥有一百余台设

备、六百余名工人,本土品牌飞尼克斯,就此在天津站稳脚跟。

创业初期,一款黑白波点八片裙女士成衣爆火,成为全城供不应求的爆款,设计灵感源自生活里随处可见的波点手绢。杨路钢看准市场需求,走遍面料市场却找不到匹配布料,索性直接定制面料,搭配利落西服领,打造出兼具复古与时尚的女装。当时设备简陋,锁眼机价格高昂,他仅购入四十六元简易锁眼器勉强支撑,正当他发愁大批量成衣锁眼工序时,熟人送来闲置锁眼机,恰好跟上爆款热销节奏,单店单日便能售出七八十套,飞尼克斯的口碑借此快速扩散。

在同质化初现的服装市场,杨路钢走出两条差异化发展道路,一举打响品牌知名度。其一,率先推出终身免费售后服务,在天津服装行业开创先河。消费者购买飞尼克斯服饰后,拉链损坏、纽扣脱落、里衬破损、衣物破洞织补,全部免费处理。曾有顾客过年穿羊绒夹克被鞭炮炸出满袖麻点,拿着破损衣物前来求助,厂里留存同款面料零布头,即便存在细微色差,工人依旧完整更换两只袖子,让衣服焕然一新。这件小事传开后,百姓对飞尼克斯的信赖度大幅提升,羊绒夹克单款热销,即便售价六百多元,依旧广受追捧。

其二,跳出商场专柜的固有模式,在城市商业盲区开设线下专卖店。彼时高速路广告牌投放费用高达二十万,而沿街门店租金仅十几万,门店招牌便是天然广告。杨路钢驾车走遍天津大街小巷选址,巅峰时期全市开设四十余家门店,每个行政区平均三家专卖店,市民就近即可选购、享受售后,品牌渗透中老年群体。

临危受命： 执掌大厂,重塑国际产业格局

本土品牌站稳市场后,一个极具挑战的机遇摆在杨路钢面前:接管天津津达制衣。津达制衣是全国首家

西装合资企业,长期运营皮尔卡丹西装业务,此前数十年均由外籍团队全权管理,后期持续亏损、资金链断裂,背负大量供应商欠款。面对旁人眼中的“烂摊子”,杨路钢决意接手,成为国内第一位执掌皮尔卡丹合资大厂的华人管理者。在他看来,外国人能做好的产业,中国人同样可以,甚至能做得更好,他也想借这个平台,探索本土团队运营国际高端服装品牌的可能性。

接手初期难题重重,企业巨额亏损、拖欠货款,商誉濒临崩塌。杨路钢从自有飞尼克斯公司调拨一千余万元,分批结清供应商欠款,重建企业信用,让生产、供应链路恢复良性循环。他凭借深耕数十年的制衣技术,直击生产核心痛点:欧洲原版西装依照西方人体型设计,胸围、臀围、横档过于宽松,并不适配国人身材。调整裤型版型这一项改动,每年就能节省八十万元布料损耗,改良后的西装贴合亚洲身形,穿着舒适度大幅提升。

外籍管理团队开销庞大,一名销售总监单人年消耗八十万元,下属二十余人,团队运营成本居高不下,高额管理开支持续拖垮企业盈利。杨路钢精简冗余管理层,压缩无效开销,仅仅优化人员架构,企业便快速实现扭亏为盈。与此同时,他格外体恤一线缝纫工人,调研发现普通工人月薪不足两百元,与高层巨额薪资形成刺眼反差。企业盈利好转后,他第一时间上调基层员工薪酬,让产业工人共享发展红利。

皮尔卡丹与津达制衣的合资合作,更是改写了国内西装产业链格局。传统西装依靠黑炭衬塑形,版型僵硬缺少柔软度,欧洲引进的新式工艺,兼顾挺括版型与穿着舒适度,掀起国内男装生产线革命。彼时西装是国内稀缺高端消费品,一套皮尔卡丹西装售价两三千元,在当时堪称奢侈品,全国经销商争相奔赴天津订货,市场长期供不应求。杨路钢作为技术出身的管理者,吃透欧洲先进制



衣工艺,结合国人身材重塑版型标准,让国际西装工艺真正落地本土化生产。

坚守初心： 深耕半世,不负津门实业荣光

为守住国内首家西装合资企业的招牌,保障上千名职工平稳就业、顺利退休,他整整五年未曾领取一分工资,依靠飞尼克斯主业营收持续补贴亏损的津达。支撑他走下去的,是最朴素的实业初心:不能让承载行业时代记忆的老牌企业,断送在自己手中;更不能让跟随企业多年的工人失去生计,唯有咬牙坚持,才能给员工、给行业一个交代。

从十几岁踩缝纫机的少年,到执掌本土品牌与国际大厂的实业家,近五十载行业沉浮,杨路钢始终没有脱离一线,设计、打版、面料研发亲力亲为。源源不断的设计灵感,来自永不停歇的学习与观察:走遍全国各大服装市场捕捉流行趋势,专程前往马场道外文书店购置海外时装书籍,托香港友人邮寄前沿时尚杂志,融合东西方审美,打造适配本土消费者的成衣款式。

一把剪刀裁岁月,半匹布料筑初心。杨路钢的五十年,是天津服装产业迭代升级的缩影,是改革开放本土实业蓬勃生长的见证。这位津门衣匠,用一针一线,织就属于中国本土制造业的滚烫华章。

都市频道《财富+》播出时间:每周二、周三、周四20:15;经济广播《财富+》播出时间:每周六20:00。

理财漫谈

基金分红,是“发红包”吗?

每到半年末或者年末,不少基金公司会密集发布分红公告。账户里突然多了一笔钱,有些投资者会以为这是基金公司给的“额外奖励”。其实,这是一个常见的误解。基金分红,分的本来就是你的钱。分红前,你的资产体现在基金净值里;分红后,一部分净值变成了现金回到你账户。总资产不变,只是左口袋进了右口袋。

既然如此,基金公司为什么还要分红?主要有三个原因:

一是帮助投资者“落袋为安”。有时经过市场连续上涨之后,基金管理人会主动进行分红,间接帮助投资者“降低仓位”。同样的,有些投资者看

好一只基金,但又担心短期波动,分红相当于被动帮你兑现了一部分收益。二是降低基金净值。不少投资者对“高价基金”有心理门槛,分红后净值下降,反而更容易吸引新资金进入。三是满足特定投资者的现金流需求。比如一些养老资金或机构资金,需要定期的现金回报来匹配支出。

对普通投资者来说,面对分红时有一个重要选择:现金分红还是红利再投资?如果你打算长期持有这只基金,建议选择“红利再投资”——分红自动转换成基金份额,不仅省去了申购费,还能让资金继续参与投资,享受复利效应。如果你近期需要用钱,或

者对后市比较谨慎,现金分红则是更稳妥的选择。最后,理解分红的本质,不是为了纠结“亏了还是赚了”,而是帮我们做出更理性的决策。



本文作者:纪旭

首创证券天津投教基地讲师,首创证券天津围堤道证券营业部投资顾问,曾获天津电视台理财师大赛“金牌理财师”,资深财经讲师。