

文/片 本报记者 薛瑞

面料来源正规 家家手续齐全

13日,记者实地探访姚家坡村,几辆大货车停在路边,有村民把花花绿绿的小成衣装车,衣服越堆越多,远远地都能感受到村民赚钱的喜悦。

一位戴草帽的老大爷看到记者在录视频,笑嘻嘻地问:“上电视吗?俺村这几年变化可大了,你看新修的路,新建的厂,天天都有大车来送货……”他指的大货车,是村民杨科从浙江湖州刚进的一车布料到了。他从外地买布料,再卖给村里的散户。

村支书石西军说:“你放心,我们的布都是正儿八经的好布,都来自浙江湖州。那里有布料批发市场,布料都是从周边的大服装厂收来的正规面料。因为大厂做衣服进布都会多进一点,比如有的订单需要10吨布,但是要保证加工需求就要进11吨,多余的面料、下脚料就通过这个大市场流通。这些布料用来做秋裤之类的足够了。”

“我们村是经济强村和新农村建设重点示范村,三分之一的人家做针织,都在泰安市工商局注册过的,今年都完善了环保备案手续。你来随便看,家家手续齐全。这是颜军家,刚买了6台新机器,他做的是各种宽度的松紧带,按斤卖,一斤7块多。这个是张相鑫家,只做秋裤,刚出了两大包货。”石西军说,现在全村成衣及布料销售额过亿元,仅此一项,全村人均增收1200元,除本村劳动力外,还吸纳外来劳动力450人。

针织特色村 已有30年历史

其实姚家坡村成衣加工的历史已经有30年了,被冠上“秋裤村”的名号,是因为成套秋衣裤加工在这里占了相当大比例。上世纪80年代初,有村民收集服装厂下脚料做内裤,到邻村大集上卖,意外收获了“第一桶金”,于是越来越多的村民加入到了成衣制作行业。

从手工缝制到脚踏缝纫机,再到锁边机,上世纪80年代的加工手艺虽然简陋,但也在不断更新。村民从做内裤到逐渐做些秋衣裤等小成衣,用的布料也从下脚料慢慢换成了缎料。到了1985年左右,八成姚家坡村村民都在制作小成衣,还闯出了一片销售市场,当时的泰安和济南,都有姚家坡村民的足迹。

村党支部书记石西军也



在姚家坡村,一些“大户”流水线生产,一天能生产1000多条秋裤。

泰安“秋裤村” 尝试“私人定制”

建了自己的网站,跨进电商大潮

“我们做了30年的‘针织村’,没想到因为做秋裤出名了……”这两天,泰安市泰山区姚家坡村党支部书记石西军有些无语。网络上近日流传姚家坡村是“亿元秋裤村”,有人甚至对面料来源提出质疑。

其实姚家坡村已经有30年的成衣加工史,这几年村里发展尤其迅速,针织户已具备较高的生产技能和工艺水平,有人办厂子靠生产秋裤等针织产品,成了远近闻名的“百万户”。

在当时卖成衣的队伍里,“家里人在村里做,我就到市场上卖,早晨4点多出门,5点就得去占摊位,泰安的市场里,光姚家坡的就得有80多户。”姚家坡村小成衣的“经”越念越顺当,中低端客源广泛,货源充足,销路良好,引来十里八乡跟随。附近的

北王庄、中王庄、燕庄等村子,都有人到姚家坡村进货,再拉到济南卖。

到了上世纪90年代,外地商户也开始慕名而来,为了节省中间环节,直接到姚家坡村进货。商户近的来自河北省,远的甚至有内蒙古和东北地区的。“现在大家更省心,全部都不再外出销售了,在家坐等商户上门买货就可以。”石西军介绍。

农民办厂做秋裤 一天生产1000多条

在村里,记者发现了几家“大户”,不但有自己的生产车间,还有从织布到漂染、裁剪、成衣、包装一条龙的生产线。

村民姚淑民开办的制衣厂,能一边织布,一边做秋衣裤,工人分工不同,有的裁裤腿,有的裁裤脚,有的锁边,有的锁松紧带,锁一条松紧带只需要五秒钟左右。姚淑民是村里较早一批从事小成衣制作的,光缝纫机就更新换代了好几批,在济南、石家庄等地都有稳定客户。“客户来一次,一般出货是10箱,1000套。秋衣裤的产品附加值还是太低,每年保底赚个六七万元吧。”

张继国的纺织厂一天能做

1000多条秋裤,主要面向中低档消费人群,销售量大。十多年来,张继国的厂子销售额从几万元到现在的一百余万元,成了姚家坡远近闻名的“百万元户”。

目前姚家坡从事小成衣制作的有120多户,在泰安和周边城市的市场份额很大,但产品批发价却只有几块、十几块,连个商标都没有。

石西军说:“2000年前后,村里就开始接受定制订单,根据客户要求染色、造型、裁剪等,目前销量不错。”

但是定制订单也限制了村里发展自己的品牌。因为很多客户不让他们在外包装上印制生产商、生产地址、品牌等等,“他们怕同行直接找到村里,抢他们生意。”石西军说,这次姚家坡村在网上出了名,希望能带来转机。

尝试“私人定制” 村民要做毛呢大衣

姚家坡小成衣制作没有自己的品牌,根源在于太过零散,难以统一管理,难成大规模。2006年以来,村里已经投入近2000万元建设大市场,为商户提供场地,不过仍然不够。

“之前有个济南的客户到

村里来,想委托我们制作成套的秋衣秋裤,但是她订单量太大,每个月要给她出两万多套货,我们要多个纺织户一起加班加点才能满足。客户嫌纺织户太分散,订单太辛苦,就没谈成。”石西军现在也在打算,下一步集合村里纺织大户,统一接单、出货,拢起来进行管理,并纳入电商体系。

除了中低档成衣,石西军还打算带领姚家坡往高档成衣再迈进一步。他也有自己的几个车间,已经开始尝试做单面、双面毛呢,从验布到染色、剪毛等步骤全部自动化操作,还接到了沪杭不少大订单。“我们也在研究流行趋势,邀请专业人员做款式设计。明年我想先在村里找十几个人,尝试一下人工缝制毛呢大衣,这在外国可都是最流行的样式。”

为了提高知名度,姚家坡举办过针织成衣物资交流大会,做过路牌广告,村里所有固定电话都加上了姚家坡针织产业的彩铃,还建设了网站,都是为了打响名气。如今姚家坡带动的不仅是本村、邻村就业,还有周边村庄运输业的发展,以及利用边角料加工手套、拖把、棉纱等加工工业的红火发展。

推动科学理论大众化,提升公众理论素养

广播理论节目《宣讲时间》开播

本报济南10月13日讯(记者 朱洪蕾) 为深入贯彻落实中央、省委关于思想理论宣传的部署要求,认真做好党的十九大精神学习宣传工作,由中共山东省委宣传部指导,中共山东省委讲师团、山东广播电视台联合主办,山东广播新

闻频道承办的广播理论节目《宣讲时间》于10月13日开播。

据了解,该节目旨在积极推动科学理论大众化,不断提升公众理论素养,统一思想、凝聚力量,振奋精神,为全面建成小康社会、推动经济文化强省建设、实现中华民族伟大复兴的中国

梦提供精神动力和思想保证。

在内容上,节目始终聚焦习近平总书记系列重要讲话精神 and 治国理政新理念新思想新战略,中国特色社会主义理论,结合山东实际,重点宣传好“讲理论、讲政策、讲文化、讲道德、讲法制”“五讲”内容,为“喜迎

十九大”营造浓厚的思想理论氛围。

《宣讲时间》节目于每周日13:10—14:00在山东人民广播电台播出,综合利用广播、新媒体等直播技术,做到音视图文融媒体传播,实现更快、更广的受众覆盖。

每期节目共分为《宣讲快报》《干部讲政策》《专家讲理论》《百姓讲故事》四个板块,通过不同层面、不同角度的政策理论分析,把新形势下的新理论、新政策、新观念、新知识普及到人民群众中去,使其成为受众汲取理论素养的重要阵地。