

中国服装：品牌化正当时

记者 蔡梦葵 成都报道

3月,习近平就任国家主席后的首次出访,“中国第一夫人”彭丽媛得体的风范成为举国关注的焦点。彭丽媛的提包、大衣等也备受关注。有媒体报道称,彭丽媛此行的包和大衣,均出自广州一家名为“例外”的国产品牌。“例外”因此大红,各地专卖店、专柜顾客络绎不绝。彭丽媛身穿国货,再次以实际行动释放出中国政府对 Design in China(中国设计)的支持,并极有可能会掀起一场“中国设计”热潮,就如2001年在上海举办APEC峰会,与会领导身着唐装,从而掀起唐装热一样。在此背景下,对尚处于Made in China阶段的服装企业而言,无非也是个转型的绝佳时机。

“品牌化”可能带来高利润

对于绝大多数纺织、鞋业等消费品制造商而言,成功创立自己的品牌,并取得好的销售量,是梦寐以求的愿望。代工厂转变为品牌商最直接的好处即在于利润的提高。在任何供应链上,品牌商、零售商等上游商家占有所有利润的80%,代工厂一般只占20%。加之中国消费品行业同质化严重,竞争激烈,导致企业以压价的方式获取订单,再通过上量、获得补贴的方式盈利,利润十分微薄,政策稍有变动即可能轰然倒塌。此外,过分压低价格,还有可能换来西方国家的反倾销措施,令企业得不偿失。而建立了品牌的企业则大不一样。记者在位于成都一环路菊乐路口的本地品牌卡美多的直营店看到,一双冬季女靴的价格,过季处理的都在300-500多元处,左右,正规商品则近千。而在卡美多不远处,生产规模同样巨大、长期为皮尔卡丹等知名品牌代工的某制鞋企业,一双皮鞋的出厂价仅100元左右。同样的款式,贴牌后在中国商场内的售价为800元。据称,一些更加低端的产品,出厂价仅几十元。此外,产品的原料皮、扣件、塑胶件等成本均由代工厂承担,代工厂的压力可见一斑。据消息人士透露,代工厂每双皮鞋的出厂利润必须维持在3%-6%,如此低利润,让代工企业苦不堪言。而在流通领域,相关报道称,一双皮鞋的利润能够达到3-7倍。即使不当品牌商,就做一个流通环节的批发商或零售店老板,每双鞋所赚取的利润也远高于代工厂,只是批发与零售的总利润有可能不如产能和销售容易上量的工厂。不过,也有业内人士认为,尽管开零售店赚的钱不如开厂那么多,但运营起来要简单容易得多,由于一

次性投资相对较少,风险也随之小了很多。而对于如卡美多这类自产自销的品牌企业来说,其利润固然极为可观。这足以看出“品牌化”对企业的巨大诱惑力。

“例外”走红毫不意外

然而,自主服饰品牌要实现畅销和走红,无论渠道怎样畅通、宣传如何到位,其拥有过硬的设计,仍是成功的第一要素。毕竟,消费者购置衣物,要好看合身才会掏钱购买。以彭丽媛定制的“例外服饰”为例,其设计总监马可可是我国著名的设计师,她曾是1994年“兄弟杯”国际青年服装设计师大赛金奖得主,以及1995年中国首届十佳设计师之一。“例外”创立初期的规模很小,但正是由于马可精良的设计,第一件产品问世后,就受到消费者青睐并大卖。1998年4月,“例外”品牌首次参加中国最大规模的国际性服装博览会——CHIC98,获得了“最佳设计”及“最佳品质”双金奖,2002年“例外”作为国内唯一被邀请的服装品牌参加了“2002年巴黎成衣展”。记者发现,就连“例外服饰”的官网也跟其产品一样,无处不透露着精良而又富有个性的“设计感”。事实上,在彭丽媛以“第一夫人”身份身着“例外服饰”上访前,这个品牌在精英阶层早就因其个性化但中庸的设计感,以及低调内敛的无LOGO风格而大受追捧。2011年,李娜在法网夺冠捧杯,在埃菲尔铁塔下怀抱苏珊·格朗格杯拍摄写真,就身着“例外服饰”的印花衬衫。贾樟柯在2007年获威尼斯电影节最佳纪录片奖的作品——“艺术家三部曲”之《无用》,正是讲述“例外服饰”设计总监马可的故事。此外,在彭丽媛身着旗下服饰上访后“例外服饰”发表的声明也表示:彭教授一直喜爱“例外”品牌,是“例外”的老客户。

中国品牌的风生水起

“例外服饰”在业内被称之为设计师品牌,这类品牌早于上世纪后期就在中国的香港、台湾等地风起云涌,且大都面向精英阶层,十分高端。如成立于1994年,最初由香港名流邓永锵主持打造的“上海滩”(Shanghai Tang),以手工制作旗袍、唐装、马褂为卖点。该品牌于2000年被全球第二大奢侈品集团历峰集团收购,目前已成为历峰集团旗下第三大赢利品牌。1978年创建的台湾



设计师品牌夏姿·陈(Shiatzy Chen),是第一个进驻欧洲的中国台湾时尚品牌,拥有女装、男装、配件以及家居产品。“夏姿·陈”曾于2003年被亚洲华尔街日报评为最值得瞩目品牌,2004年1月又被伦敦金融时报评选为年度热门时尚品牌之一。

在大陆,一些并不高端的纺织、鞋业生产商也跟“例外服饰”那样嗅到品牌化的蓝海市场,打造出一些相对平价的“自有品牌”,并同样在市场上取得了骄人的成绩。1990年,原名为永恩国际集团有限公司创立品牌“达芙妮”,制造及销售女装鞋类。由于创立时间早,竞争对手不多,该品牌自1996年以来就连续多年获颁赠最畅销国内产品之荣誉,成为中国最成功之国内品牌之一。“达芙妮”除了在中国市场落地开花,还建立了成熟的渠道,让该品牌进驻港台、东南亚、北美和欧洲。

另如上海美特斯邦威服饰股份有限公司旗下的城市品牌ME&CITY,尽管在2002年刚推出时,由于开店、聘请设计团队和国际知名代言人等投入,从而短期内拖累了全公司的业绩,但从2010年开始便步入正轨,ME&CITY的业绩也成倍增长。目前,ME&CITY在中国已开设700多家店铺,大有与H&M、ZARA、优衣库等外来快时尚品牌同场竞技之势。

这些企业“品牌化”的成功,仍源于对设计的十分重视。美特斯邦威公司拥有500人的产品设计开发团队,由法国设计师吕克布鲁诺担当设计总监。其整个模式效仿H&M、ZARA,通过设计出奢侈品牌相仿的产品,再通过快速生产,以相对低廉的价格攻占平民市场。除此之外,就连ME

& CITY的宣传广告和购物袋都是请世界知名的设计师打造,其对设计的重视可见一斑。而达芙妮更是花重金聘请欧洲设计师为旗下主流产品进行设计,该公司于2007年推出的D18系列SHE限量款,即是特聘请意大利名师MaxDeBiase操刀,该设计师曾为TommyHilfiger、Diesel等国际型潮牌设计过鞋子。

“品牌化”任重道远

只不过,类似于“例外服饰”、“ME & CITY”和“达芙妮”这类企业的成功“品牌化”,在中国消费品行业的“芸芸大军”中,仍属凤毛麟角。对于绝大多数仍安于做“打工者”的企业而言,持续的低端化让“品牌化”难以实现。虽然建立物流环节和销售渠道,有足够的金钱和合适的人脉都可以完成。但要制造出对消费者有吸引力的产品,对于许多缺乏设计经验的企业来说,并非可以一蹴而就。特别是如今成本走高,利润日渐稀薄,国际市场尚未恢复,更形成恶性循环,让大家以“保命”为主,“品牌化”更是无从谈起。

以成都“女鞋之都”为例,武侯区、崇州两个开发区内,80%以上的制鞋企业都在做贴牌,而这些贴牌企业,均无自己的设计,主要是买方提供图纸,卖方按照图纸生产,然后比拼生产工艺和价格。在代工的同时,一些企业也派人赴美国、加拿大、欧洲等地购买当地最新流行款式,然后拿回厂里仿造其设计,贴上自己的品牌。这类企业目前仅在“品牌化”的初级阶段,自身并无

成体系的销售渠道,而是守株待兔般靠国外买家到厂里采购。此外,由于多家企业均以这种模式实现“品牌化”,样式大同小异,竞争依然十分激烈,主要靠低价取胜。过分压价,又直接导致设计和生产都十分粗糙,质量也难以达到买方的要求,很难拿到较大的订单,即使拿到了,也多是出口至不起太高价钱的低端市场。

数据显示,四川省鞋业出口在2012年创造了8.4亿美元的产值,出口数量约为4910万双,鞋厂有100多家。但真正贴自己牌,有成熟的设计团队和分销渠道的企业少之又少。而且,由于市场不好做,每年还会有一些厂垮掉。这无疑是中国消费市场的一个缩影。

不得不实现的品牌化

据传,不少地方政府在采购服饰时,主要以欧洲品牌为主。而此次习近平和彭丽媛出访,均身着国产品牌服饰,无疑展示出从自己做起的务实作风。此次出访所释放出的信号,极有可能影响到各级政府在未来采购时,朝国产品牌靠拢。无独有偶,某媒体报道,在高层力推简朴新风、倡导国货的背景下,自主服装品牌也开始踩足油门发展,一如越来越多红旗轿车有望开进中央部委大院。

从企业的角度来说,目前中国的普工人力资源紧缺导致人力成本节节攀升,国际原油价格的上涨也导致物流成本、各种物料成本上涨,使得纺织品、鞋业生产企业的压力越来越大。此外,西方国家层出不穷的反倾销政策也压得中国企业透不过气,政府的出口退税等各类扶持政策仅是类似于权宜之计的“交钥匙工程”,不可能长期保持一成不变。2006年,纺织品的出口退税就曾下调过两个百分点,只不过在2008年11月因金融危机来袭,又重新上调至14%。但总体成本的上涨,使得企业通过低价赢取客户“芳心”的策略已越来越不好使,中国整个消费品行业的“洗牌”早已箭在弦上。而要从供应链末端“翻身”,品牌化无疑是最好的出路。无论是高端的“例外服饰”,还是相对低端的“ME&CITY”和“麦考林”,均通过树立自身品牌形象得利。不置可否,无论是大环境逼企业“洗牌”,还是企业为发展而“有意为之”,在未来,“品牌化”的国产服装鞋帽品牌将越来越多,毕竟,中国有足够厚的底子。当然,行业的整体转型之路,依然布满荆棘。

成都：中国的新未来

成都积极备战《财富》论坛,以筹备工作为牵引,大力度改善城市形象,大幅度提升城市品位

实习记者 李成成 张璐 成都报道

6月6日至8日,《财富》全球论坛将在成都召开,主题是“中国的新未来”。成都成为中国继上海、香港、北京之后第四个举办财富全球论坛的城市,也是全球第十二个举办财富论坛的城市。与在上海、北京、香港召开一样,《财富》论坛的召开对城市发展有很大推动。

3月25日,成都市青羊区石室联合中学(西区)与府南街道石人社区在石人公园共同举办以“体验财富全球论坛宣传员,争当环境综合治理践行者”为主题的公益活动。近百人的团队在校长张焕林和社区书记王琮带领下,清扫社区垃圾、散发《财富》论坛宣传资料,用实际行动践行“尽一份绵薄之力,创一份珍贵财富”的愿望。除此之外,成都的酒店、餐饮、公交、出租车、地铁、交警乃至自来水公司等,都纷纷紧锣密鼓强化软硬件,以《财富》论坛筹备工作为牵引,改善城市形象,提升城市品位。

投资西部 选择成都

财富全球论坛为什么选择了成都?成都市市长葛红林在接受人民网采访时说:“主办方想到成都来,是他们看到了中国西部10年来发展的业绩。成都作为一个西部典型城市,这几年无论在经济发展还是在社会发展过程中都取得了一定成绩。而且,与近几年世界500强企业成都聚集也不无关系。现在来的世界500强企业目的不一样,很多人离开了五星级宾馆,希望到农村、城乡结合部看一看,能发现很多新鲜的东西。”财富全球论坛选择成都,的确与近几年世界500强企业在成都聚集不无关系。“英特尔最初到成都投资的时候,世

界产业界惊呼:成都在哪?而现在,已经有233家世界500强企业落户成都。快速发展的现状,让我们感觉到‘投资中国看西部、投资西部看成都’这么一个格局。”英特尔中国执行董事戈峻说。目前,全球销售的笔记本电脑每两台就有一台安装了来自成都生产的芯片。

不仅是英特尔,世界500强企业德国邮政在成都投资2.6亿元建设敦豪物流仓储配送基地,飞利浦公司在成都设立了LED设计中心和生产基地等。

世界500强企业选择了成都,大批外资选择了成都。统计数据表明,在我国实际使用外资出现下降的同时,成都的实际利用外商直接投资额却逆势增长。2012年外商投资实际到位85.9亿美元,增长31%。成都市商务局初步统计,2012年成都市1—12月累计出口304亿美元,同比增长32.4%,增幅为全国副省级城市首位。

葛红林说:“成都已经走出了一条不是通过优惠政策招商的路,而主要是通过政务服务,让企业感觉到在这里发展整个生产运营是有保障的,政府的服务是规范的,而且是靠制度建设的。”

比如外企到中国投资都很关心知识产权,关心法院有没有知识产权审判庭,法官会不会说英语。葛红林介绍:“成都知识产权审判庭的法官都是会说英语、学过国际法的。此外还有知识产权局、法制办以及一个行政事务的仲裁机构,一套完整的制度设计保护知识产权。”

“土地补贴、优惠政策,这都是很短暂的。要综合考量成都,无论是区域优势还是自然优势,无论是政策优势还是制度优势,都要让企业觉得扎根在这儿是能够得到保护的。”葛红林说。



做好细节 苦练内功

历史经验表明,每一次重大活动的举办,都是城市发展的一次重要契机,成为助推城市实现新一轮飞跃的良性“催化剂”,最终惠及生活在这个城市的人民。

迎接财富全球论坛的到来,成都并不准备大动干戈。

“他们来了之后我们也不会刷标语、挂彩旗,这不是成都的习惯。让世界500强企业看到一个真实的成都更好,这样他们来成都投资、发展会更踏实,更容易下决心。”葛红林自信地说,“我们的城市是常态化管理的。一个城市只要把功夫练好了,做好细节,任何时候都很从容。”

成都苦练内功已经有近10年头了。成都采用工业集中发展模式,原则上一个县城,五六十万人的一个县,搞一个工业集中发展区,把原来分散在外面的企业全部向工业集中发展区里面集中,集中之后生产要素的配置更加集约,包括环境资源、企业的物流等等,都集中配置。成都花了8年左右的时间形成现在的规模,现在工业集中度已经达到了81%。

戈峻介绍,自投资成都以来,英特尔仅用了3年时间,就完成了常规10年才能实施的投资。这背后依托的就是成都强大的工业内力。

“‘跳出论坛办论坛’,以筹备工作为牵引,大力度改善城市形象,大幅度提升城市品位。”1月24日,2013成都财富全球论坛筹备工作全市动员大会作出部署,要求在确保论坛的“软”、“硬”件建设优质达标的同时,前瞻谋划论坛闭幕后的城市升级工作,尽快研究制定进一步加快宜人成都建设、提高城市文明程度的有效办法,推动城市国际化形象有一个大的提升……

论坛筹备办硬件提升组联络员、市建委总工程师王锋君表示,硬件提升是以财富论坛为抓手,加快做好改善人居环境的民生工程。

学校倡导 社区配合

石室联合中学(西区)与府南街道石人社区25日的活动正是成都市强化软件的一个典型例子。

参加活动的老师和学生被分为多个小组,有的负责向社区居民和路人发放《财富》全球论坛的宣传资料和环境综合治理倡议书,向大众普及《财富》论坛相关知识并提高大家对环境的保护意识;有的负责与社区环卫工人一起,清洁公园和街道的环境卫生,以身作则,带动、感染居民也参与到环保中来。

下午4点20分,记者来到石室联合中学,学生们已在校门口排好队,手里拿着财富论坛的宣传单以及扫帚等清洁工具,整装待发。记者随同来到石人公园,学生们激情洋溢,脚步轻快,在分发宣传单、清洁环境的同时,脸上散发出灿烂的笑容。

活动结束后,校长张焕林在接受记者采访时表示:“举办这个活动有几个原因:一是为了让学生养成环保意识和形成良好的环保习惯;二是感染周边的居民和路人以及学生家长,让身边的人都参与到环境保护中来,并一层一层地普及;三是为了改善环境质量,提升成都的城市形象,在《财富》论坛期间,为世界展示一个美丽成都。”一个学校、一个社区的力量很微薄,但张焕林表示:“滴水也能成江河,用一份绵薄之力创一份珍贵财富,这是我们一直以来所坚持的。”

石人北路社区书记王琮接受记者采访时表示,与学校一起组织这次活动,旨在以公益活动丰富社区居民的生活并提升社区居民的整体素质。成都市石室联合中学(西区)就位于石人北路社区,而且学校也有意于此,于是就决定共同举办这样的公益活动。这次活动既向居民介绍了6月份将在成都举办的《财富》全球论坛的相关信息,也为保护和治理城市环境做了宣传和实践的工作,这是学校之福,也是社区之福,更是成都之福。