

新塘“牛仔经济”的前世今生

发展可谓一骑绝尘。

新塘的香港老师

与珠三角不少地区相同,新塘镇工业发展的“第一桶金”,最早也是通过港商的带动而捞到的。1979年,一位祖籍新塘的港商回到故乡,投资10万元创办了新塘镇第一家“三来一补”形式的牛仔服装厂,40多名村民则成了镇里的第一批工人。1983年,新塘镇政府与港商黄林以合资的形式在当地创办了一家制衣厂。同年,公社企业又与香港温炳良合作开办制衣厂。此后,一个香港老板又在太敦村开办了为服装厂配套洗漂厂。在这些中小型规模工厂都尝到甜头以后,1982年,港商黄国雄与新塘镇合作开办了规模巨大的金冠制衣厂。黄国雄财力雄厚,引进一系列先进设备,各式衣车达430多台,年收入580万港元,产品远销欧美日本,名声大振。这些工厂无意间成为后来新塘不少民营制衣厂的“导师”,为后来新塘民营企业“芝麻开花节节高”并逐步开始“唱主角”打下了坚实的产业基础和人才基础。

此后,新塘的牛仔制衣厂全面开花,通过产业链的完善,逐步成为了中国的“牛仔城”。数据显示,截止2012年,全镇共有牛仔服装生产及关联企业4766家,占全镇企业总数的80%。年产牛仔服装3亿件,带动就业22万人。全国60%的牛仔服装产自新塘,30%的出口牛仔服装来自新塘,产品远销几十个国家和地区。也就是说,全球每卖出三条牛仔裤,就有一条是产自新塘镇。据新塘镇相关人士介绍,在最为鼎盛

的2004年前后,如果你走进新塘牛仔第一村太敦村,马路上几乎看不到人,男女老少都坐在各自的衣车前埋头劳作。

民营企业唱绝对主角

历经改革开放三十年的蓬勃发展,新塘镇的牛仔服装产业早已成为新塘镇乃至整个增城市的经济支柱产业,全国60%的牛仔服装产自新塘,全国30%出口的牛仔服装来自新塘。资料显示,新塘全镇有3000多家牛仔服装及相关配套企业,1000多个已注册的牛仔服装品牌,产品远销俄罗斯、美国、欧盟、香港等几十个国家和地区。平均每天有250万件牛仔服从新塘流出。

在牛仔产业中,新塘镇的企业类型已逐步由80年代的合资、外资厂唱主角转变成为外资与民营等三资企业共舞的局面。信息显示,目前,新塘的民营工业所创造出来的产值,约占整个新塘工业的90%。在这之中,牛仔服装行业又是最大的主角。数据显示,新塘镇拥有注册牛仔品牌1000多个,并涌现出增致、凯蒂猫、米高、小魔鱼、康威等一批国内外较为知名的品牌,这些牛仔品牌牢牢掌握牛仔服装产品潮流趋势,成为中国牛仔服装的风向标。

新塘的民营企业不但为数众多,其实力也十分之超群。2004年,原属增城市公有资产管理委员会旗下的增城市新塘港口企业将港区内的三个港口、六个企业单位的全部产权实行了出让。信息显示,当时有前后有包括新加坡、新西兰、温州等30多家外资、民营企业前来港口了解具体情况,不少都表现出极大的兴趣。而最终花了1810万元人民币购得港口的,正是新塘当地一家名为广州永霸贸易有限公司的民营企业,新塘镇民营企业的实力可见一斑。

2009年,由中国民(私)营经济研究会、中国中小商业企业协会、中国中小企业家年会组委会共同主办的第二届中国民营企业财富论坛上,新塘镇获



新塘牛仔城

“全国民营企业发展环境最佳乡镇”称号。这更是对新塘镇民营企业的一大肯定。

牛仔经济带动三产发展

新塘镇的工业发展,极大的推动了新塘的城镇化,其成果可通过新塘第三产业的蓬勃发展窥见一二。目前,新塘的第三产业已发展到超越不少县级地区,媲美广州、深圳、东莞等市级单位,实力可见一斑。

百分百的城镇化

记者调查发现,世界五百强、美国第一大快餐连锁麦当劳在增城开设有11家店舖,而其中有7家分店都开在新塘镇,分店数量甚至超越了增城市的麦当劳在中国大陆的选址要求一向严苛,在内地地区不少经济还较为发达的县城,甚至地级市都难觅其踪,新塘作为一个镇级单位,吸引了7家麦当劳的分店入驻,难以想象其消费力究竟有多让这家世界五百强垂涎。另外,同样来自美国的百胜餐饮旗下肯德基与必胜客,以及广东本土快餐连锁真功夫也均有在新塘镇开设分店,可以说,在广州和深圳能够找到的餐饮零售品牌,不少都能在新塘找到。在零售业方面,大润发、华润万家、嘉乐、新客隆等省内外零售卖场巨头也争相在新塘镇布点,在新塘这个镇子上生活,其生活质量基本与在广东的大城市没有太大差别,一点也不像一个“镇”。

新塘镇由于产业快速发展,造就了不少工作机会,这让不少周边的永和、仙村、沙埔等地人口涌入新塘,从而带来房地产业在当地发展得掷地有声。近几年,由于当地大规模兴建档次不错的商品住宅,加之如今驶入广州市内的地铁通车,交通优势变得更为突出,更使得在新塘置业安家是个极为现实的不二之选。在这些商品住宅中,不乏有全国知名的大型开发商。中国第一首富杨惠妍旗下的碧桂园集团就在新塘镇拿地2800亩,开发的产品包括双拼别墅双拼、联排别墅、多层、小高层和高层洋房,并开发有五星级酒店、大型超市、商业步行街、家居城、餐饮一条街等配套设施,在新塘镇打造出一个超大规模高品质社区。如此大手笔,除了旨在吸引广州市的居民到此置业,也无疑看准了新塘当地十分强劲的购买能力。

几年前,新塘镇的房价还在六七千一平米左右,但近几年,新开盘的商品房均价普遍上万。业内人士指出,新塘房价的上涨,除了受地铁通车的刺激,以及当地优质的营商环境和旺盛的购

买力对此有一定影响以外。目前新塘镇的房价较之广州市尚便宜不少,也是一个重要的原因。

国际牛仔城——把牛仔经济做到极致

新塘镇的支柱产业为牛仔服装制造,但在90年代,新塘镇牛仔产业是纯粹的“两头在外”。但强大的产业迟早会催生一个强大的前端销售平台,这让新塘的牛仔服装批发销售市场应运而生。

2002年,在当地政府的推动下,全国最大的专业牛仔市场——新塘国际牛仔服装纺织城正式开业。该牛仔城是以牛仔服装、纺织品类贸易为主,集交易中心、信息中心、物流中心、设计中心、创新科技中心为一体的大型商贸城。新城国际牛仔城商场是经营牛仔服装、纺织品类的理想大型商场。商场两座占地面积10000平方米,首层、二层铺位共800多个,第三层为商务办公中心,第四层为铺位租户仓库,主要经营中低档牛仔服,并有少量的高档牛仔。该市场集批发零售、看样下单、专卖代理、连锁加盟为一体,商场内通道宽敞,备有中央空调、自动扶梯、货运电梯、电话通信及完善的消防系统。商场附近设有大型停车场和发往各地的大型货运场,并配备有两室一厅的酒店式公寓,可谓一应俱全。目前,新塘国际牛仔服装纺织城已与广州世贸中心、中天广场、天河城广场同被誉为最具时尚商城。

新塘牛仔城的出现,无疑为新塘牛仔产业的厂家、商家提供了一个大平台,牛仔服装节则提供了良好的交流机会。此外,广东省纺织协会还携手增城市、新塘镇政府共同举办一年一度的中国广州(新塘)国际牛仔服装节”,主要展出牛仔服装、牛仔服装面料、牛仔服装辅料、纺织服装机械,并通过该展会支持企业积极主动直面面对国外客商,拓宽外销渠道,增强品牌企业的市场份额,进一步提高新塘牛仔品牌的国际知名度。数据显示,在2002年举办的首届国际牛仔服装节上,历时四天共签订投资意向13宗,投资总额28亿元,成交额3.2亿。之后几年,这几个数字均逐年上涨。即使在经济不景气的2012年,牛仔节期间也吸引了来自北京、天津、陕西等13个省市的60多家服装采购商考察新塘国际牛仔纺织城。

新塘突围:新时代的结构性危机

然而,长期粗放式的发展,让新塘牛仔服装产业在金融危机前后仍尝到

了苦果。而这个城市已通过该产业发展了30年,无数人靠着这个产业吃饭。如何让新塘镇的经济继续高速发展,成为政府和企业亟待接待的难题。

结构性问题让新塘牛仔乐极生悲

始于2008年的全球金融风暴深深而持续的影响了中国的向外型经济,以牛仔裤出口为支柱产业的新塘镇自然也难以幸免,甚至造成了较大的影响。事实上,早在2005年前后,广东一些劳动密集性产业的增长力便已日渐疲软,不像2005年之前的增长力那样强劲。而2008年金融海啸席卷全球,更令珠三角的制造业雪上加霜遭遇了“背腹受敌”的威胁。在2008年11月,新塘一家经营了20年时间的中等规模企业轰然倒塌,据称,该企业错误预估了市场而盲目扩张,致使货物大量囤积,最终资金链嘎然而断裂。而这仅仅是新塘的一个缩影,消息人士透露,在2008年底,新塘镇几乎每天就有一家企业关门。

企业的减少导致部分涉世未深的年轻人失业,不少当地人被迫进入了服务行业。但是,这个全靠第二产业支撑的镇子,牛仔行业的萎缩,注定也会波及到服务业。记者在采访中了解到,少数曾仅在当地做做小生意就可养活自己的当地人,甚至将目光投到了广州市,或者广东省以外如中西部等新兴市场,试图通过做大市场而取得较好的收益。

不少人的起初曾寄希望金融海啸尽快过去,但信息显示,在2012年初,即便美国、日本等地的经济已开始回暖,但新塘牛仔业的订单仍下降了30%,利润也降至不到5%,这意味着生产一条牛仔裤甚至赚不到一块钱。事实上,除了金融海啸,中国物价的上涨,以及人力成本和原材料价格的节节攀升,实际上也是劳动密集性企业“混不走”的主因之一。如今这种窘境已持续了五年之久仍无起色。近年来,不少专家也预测:中国的人口红利近两年或将完全消失,劳动密集性产业将优势不再。

除此之外,三十年产业化带来的环境污染问题日渐突出,也让当地政府和居民感到头痛。国际环保组织绿色和平发布一份报告显示,经检测,新塘的3个底泥样本中重金属铅、铜和镉的含量均超过国家《土壤环境质量标准》,其中一个底泥样本中的镉超标128倍。而这些难题,无疑都是产业结构所带来的。

新思路、新政策推动企业突围

2007年,时任广东省省委书记的中共中央政治局委员汪洋提出“腾龙换

鸟”与“双转移”的政策,所谓“腾龙换鸟”和“双转移”,即让落后的产能撤离珠三角,腾出地方发展高新产业和新型经济。但这两条政策一经推出,却遭到不少民营企业,特别是来自香港的外商的抵触,一些香港老板委屈地认为,广东省政府意在赶跑他们,而广东省的今天的成就就是他们三十年前带来的。

就此问题,广东省委曾多次强调,升级换代并非粗放地赶走落后产业。汪洋认为,劳动密集型产业梯度转移符合世界经济发展规律。实施“双转移”更要市场推动,政府引导,顺势而为。此后,汪洋指出,无论实施“双转移”,还是推进“腾笼换鸟”,广东都不会放弃劳动密集型产业。未来广东,将逐步形成资金密集型、技术密集型、劳动密集型等产业共同发展的局面。

广东省政府陆续出台了一系列扶持政策,如增强粤东、粤西、粤北的营商环境,以及来料加工企业可原地不停产转型、转型企业减免税费等“扩笼壮鸟”的扶持政策。这让不少企业不仅改变了原先的抵触心理,反而因市场的倒逼开始主动转型。据称,新塘一家牛仔服企业为提高自身产品附加值,在2010年开始组建设计团队,并创立了自己的品牌,在全国开设了300家专卖店。今年第一季度,该品牌已售出100多万件牛仔服装,同比增长25%,为企业发展起到了巨大作用。

增强品牌化与多元化

品牌化,无疑也是新塘牛仔业突围一个极大的出路。新塘近几年已涌现出增致、凯蒂猫、米高、小魔鱼、康威等一批国内外较为知名的品牌。而品牌化成功与否,难点则在于需着眼于研发和销售等环节的创新。当地政府无疑也认识到了这一点。资料显示,为加快推进新塘牛仔服装产业的转型升级,新塘政府加大力度,引导企业对现有技术设备升级改造,投入4392万元采购仪器,新塘牛仔服装检验检测服务平台。于2012年举办的国际牛仔节,主题更是直接定为“促产业转型升级、创牛仔文化品牌”,论坛着眼于面料设计创新、企业管理创新、营销创新、节能减排等问题,力求新塘牛仔服装行业由“新塘制造”升级为“新塘创造”。国际牛仔节还举办了“新塘牛仔杯”服饰设计师大赛,以此鼓励企业多在研发环节下功夫。

另外,2005年前后,新塘镇已意识到不能在牛仔业一棵树上吊死,开始着手引进更为高端的产业。2006年9月,位于新塘沙埔的广州本田汽车有限公司第二工厂全面投产,目前,新一代雅阁、多功能轿车奥德赛以及小型轿车飞度均产自新塘。该生产线首期投资22亿元人民币,起步规模为12万辆/年。广州本田的落户,也为新塘带来了一条全新的、附加值更高的产业链,对推动新塘的产业升级作出了巨大贡献。

除广州本田外,新塘镇还引进了五羊本田摩托车的制造基地,并培育了一批科技含量高、效益好、带动性强的制造业工业项目。随着广州捷爱思汽车内饰等一系列大型汽车配件企业的落户,目前,汽摩产业已逐步与牛仔业一同成为当地分庭抗礼的支柱产业,并初步形成产业聚集。据统计,新塘镇经济产业已形成以经营牛仔休闲纺织服装、摩托车及其零配件、汽车及其零配件、建材、家具、造纸、食品、塑料、家电、制品业等19个行业为骨干的工业体系。新塘的未来,无疑会朝着更丰富、更丰满的工商业齐头并进模式,进一步实现“升级版”的新塘版本大城镇化。

新闻链接

牛仔名镇的新增长点:由代工制造转向品牌化

2012年9月至11月,“2012中国广州(新塘)国际牛仔服装节”将于增城新塘镇举办,本届牛仔节的主题为“促产业转型升级、创牛仔文化品牌”,将以“新塘牛仔”集体形象参加广州服装节暨广州时装周和“广交会”、举办“新塘牛仔杯”服饰设计和时尚演绎大赛吸揽设计研发人才、系列厂商对接洽谈会和系列论坛等。

记者了解到,面对成本上涨和国际环境不景气的情况,本届新塘牛仔服装节采取了一些新举措。新塘镇党委书记李能坚介绍,从2002年开始,从牛仔服装节到世界性的选择牛仔品牌形象大使大赛,政府一直在为新塘牛仔产业进行探索引导。一是从新塘制造到新塘创造的转变;二是从价格优势到品牌优势的转变。新塘牛仔正从以往单纯的牛仔风格衍生出时尚、商务、文化等多种内涵,加强上下产业链联动,不断提升附加值。

喜爱篮球的人对增致牛仔都不陌生,因为曾经有五六年时间CBA中国男子篮球职业联赛的赛事中都有增致的冠名广告。增致品牌所属厂商是广州诚裕服装厂,成立于1990年,拥有大型的现代化生产基地和先进的电脑自动化生产设备与技术,其产品款式新颖,面料精美,工艺精湛。至今,增致已专注于牛仔领域22年,一直未放弃对品牌的培育和提升。

广州诚裕服装厂老板李洪均表示,诚信经营对企业品牌来说是一剂良药,

增致的诚信体现在三个方面:一是对客户。只要有发票,一个星期内一定免费退换货,有的顾客甚至穿了两个多月才发现有问题,增致照换。其次是对供应商讲诚信,别的工厂都怕供应商来催货款,增致反过来催供应商过来拿钱,所以增致的供应商从来不用担心与增致做生意。三是对员工讲诚信。增致能留住人才,有赖于增致的管理层将员工视为自己的儿女或兄弟姐妹,有的外来工在厂里一做就是16年。

打造诚信牌,给增致带来了明显的回报。有位增致的忠实粉丝衣柜中的20多条牛仔裤全是增致。增致也赢得了供应商的信任,无论订单多么紧急,供应商总能按其需求做到全面配合。增致从来不会为缺工发愁,这保障了工厂的生产能力。

在确定其产品质量、高品位不变的同时,品牌的塑造成为增致发展的核心。为打响品牌知名度,增致不惜巨资投入宣传。2003—2004年力邀明星黎明和亚洲小姐李华担任品牌代言人,并斥巨资赞助CBA中国男子篮球职业联赛和斯坦科维奇洲际杯篮球赛,2004—2008年,增致再出巨资赞助成为CBA中国男子篮球职业联赛战略合作伙伴。如今增致在全国各大中城市建立起了销售网络,并拥有了稳定的顾客群。

广英服装有限公司(下称“广英”)也是新塘较有实力的一家牛仔企业,且是新塘牛仔纺织服装转型升级的优秀代



新塘镇一角