

韩都衣舍如何做到高品质 柔性供应链系首功

由韩都衣舍电商集团主办的主题为“升级·协作·开放”的中国(济南)服装产业发展峰会,于1月11日在济南召开。服装产业迎来什么样的变化?柔性供应链又将如何升级、协作、开放?走近服装产业创新发展峰会,探索产业之变,把握行业大势。

“电商如果不重视质量,必是死路一条!”这是韩都衣舍创始人赵迎光在很多场合都会说的一句话。

2015年12月24日,由山东省纤维检验局主办的“纺织服装质量与品牌转型升级”高峰论坛,韩都衣舍凭借精益求精的产品品质、高素质的质检团队与完备的质检业务流程,包揽服装质量领域的三大奖项。

“在我看来,韩都衣舍联合优秀服装制造商打造的柔性供应链,当居首功。”对于韩都衣舍的产品品质,生产中心总监山地瓜如是说。

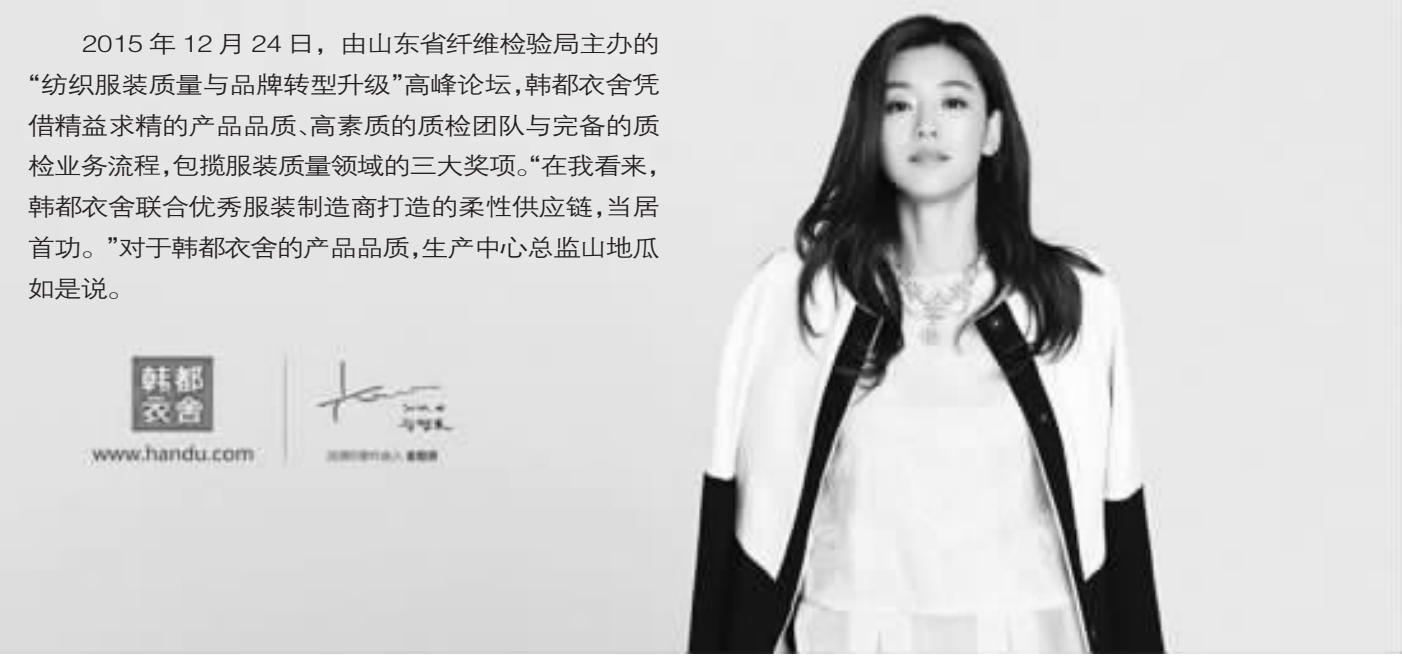
曾经的夹缝生存

“品牌战略确立之初,我们在采购方面确实确实是‘夹缝生存’。”山地瓜说,“那个时候,我们带着样衣和工艺找工厂,需要先付款后生产,韩都衣舍的业务员甚至包揽了供应商的车间管理岗位。”

“出现这样的局面,其根源该追溯到计划经济时代大订单生产。”他介绍说,上世纪80年代以前,所有与服装配套的相关产业,不论是织布厂、染厂,还是缝制工厂,全部都是国有的。那时候全国人民穿的衣服几乎是一个款式,甚至是同一花色。光看染布,一个品类就能染几千万米。缝制衣服也是一样,一个版就能缝制几十万件。

上世纪80以后,外贸订单进入中国。其本质就是漂洋过海来追求最低的采购成本。所以,计划性强是突出特征。做好长期、固定的规划方案后,开始按部就班地下单,以订单为基础组织物料,寻找价格最低的加工基地。做好之后,大货品通过货轮经过一两个月的旅程,送达对方的仓库。这个过程和特点,同样决定了只适合批量性生产的加工特征。

这就决定了,中国服装加工行业具有顽固的大单生产基因。而韩都衣舍依托互联网打造



自建检测室把控品质

“采购初期,质量把控的成本是比较高的。”山地瓜说,他举例说,在印染程序中,如果想只印染1米布料,很难让颜色稳定。因为光是校正颜色,就要浪费近10米。一件衣服,用布料1.5米左右,传统服装商一次就采购十几万米,调色浪费的布料忽略不计。小单模式,一次采购300米,是什么概念呢?染色的车,转一圈就需要450米。该怎么操作呢?一般是用废布接上,才能实现染色运转。这个时候,根本就不能去要求颜色的稳定了。

“单从这一点就能看出,电商小单快返模式,单位成本高,且品质无法保证。”山地瓜说。而事实上,韩都衣舍创业伊始,赵迎光就提出这样一个观点:互联网时代不缺渠道,而是缺乏品牌,缺乏产品品质。因此,“产品为王”始终是韩都衣舍战略的重中之重。早在2012年,韩都衣舍斥巨资建立专业面料检测室,并聘请专业检测团队。所有规划面料,都要在这里接受检测。专业面料检测室,针对不同面料,有三十多项检测。像甲醛含量、耐湿摩擦

色牢度、面料起球等,都在检测之列。任何一项指标不达标,就会被挡在韩都衣舍的门外。像纤维含量,需要燃烧溶解,还需要对每一种纤维的数量进行查数,重新标注成分,努力让消费者了解面料最真实的内容。

行业大势倒逼产业之变

“行业的发展大势,倒逼服装工业自身求变。”山地瓜如是说。

首先是计划经济时代结束,服装加工厂再也拿不到那种巨大订单;其次是成批量的外贸订单为了寻求更低的加工成本,转移到东南亚、南亚及北非地区。

这个转移,一方面是国内劳动力价格提升,另一方面是汇率的变化。本世纪初,国内服装加工商为韩国人加工服装,一款衣服5000件左右,国内服装商获得的加工费大约是8美元。那个时候,1美元兑换人民币8元,8美元相当于64元人民币。山东沿海地区工人月薪不到1000元,各种物料价格都相当与现在的一半。十年后的2010年,加工费依旧是8美

元,但兑换人民币不到50元。工人月薪到了3000~4000元,物料价格则是翻番,这个加工费显然太低了。

对韩国这家公司而言,这些服装在韩国的销售价格差别也不大。为了能够保持低成本,这笔外贸订单就会转移到东南亚、南亚地区、土耳其及北非地区。

大的外贸公司、大的织布厂,都在东南亚、南亚建有基地。所以国内服装产业从最基础的纺纱、织布到印染,直到拉链、纽扣等辅料,再加上缝制工厂,最近几年一直处于订单不足的状态。大工厂规模在减小,小的工厂则是大量倒闭。这种状态,一直持续到现在,而且还将在未来存在相当长一段时间。

剩下的小的工厂,原先只是给大的织布厂供应纱线,给大的加工厂供应辅料。还有小的刺绣厂、小的缝制工厂怎么办?是电商,给了他们一次成活的机会。

电商崛起成就多赢局面

“2010年是整个服装工业的分水岭!”山地瓜说,2010年以前,电商企业拿着现金去找小的加工厂做三五百件衣服。到现在,服装加工厂反过来欢迎像韩都衣舍这样体量的服装电商,前来下订单。

“也正是这种形势的变化,韩都衣舍才有机会有能力联合优秀的加工商打造柔性供应链。这些加工厂通过内部的管理岗位设置,在保障品质、降低成本的前提下实现小单、快返、多批次的生产模式,与整个服装产业共享互联网盛宴。”他介绍说,从2009年至今,韩都衣舍的签约供应商累计达到了1000家。到2015年,签约供应商优化至64家。这64家,就是从这1000家中筛选出来的。经过几年的合作,他们的管理能力逐渐提升上去。我们之间已经达成了在规模成长前提下的利润分享报价模式、合作模式。

这样的模式,不单单是韩都衣舍,像茵曼、裂帛等品牌服装电商,也都是如此。“正是因为这种模式得到供应商的认同,韩都衣舍才有可能寻找最优秀的供应商合作,产品品质才有可能得以快速提升。”山地瓜如是说。(杨融)

郭江：2016年慧聪网的五大战略



“2016年,慧聪网将全面跃进B2B2.0。作为行业的老兵,对我们来说就是一个‘变’字,不变一定会死。”2015年12月29日,慧聪网CEO郭江在托比网主办的“第二届中国电子商务大会”上进行“勇于改变:互联网+产业的时代来了”的主题演讲时如此表示。

“2.0公司靠贸易绝对挣不到钱,只有靠金融。”演讲中他提到,慧聪网自2015年起已经开始慢动作向2.0前进,2016年整个公司会开动马达往前跑,融资8个亿也是为了这个目的。“2016年慧聪网的目標基本都是十倍以上的增长,GMV计划300—500亿,慧付宝50—80亿,贷款余额30—40亿。在会议上,郭江对外阐释了慧聪网2016年的五大战略。郭江表示,“将在管理团队、在线支付、金融、互联网式批发市场和生态环境五个方面做出变革性的变化”。

管理团队 MBO

慧聪网将在企业组织架构层面推进专业公司制度,通过事业群MBO化来拥抱交易时代,合力推进代运营业务和撮合业务。慧聪网目前下辖8个垂直电子商务公司、18个消费品电子商务公司、20个工业品电子商务公司、O2O电子产业园公司、中关村在线、中国服装网、神州数码慧聪小贷公司和兆信防伪科技公司,这些布局于不同垂直领域,围绕产业链各环节打造的子公司,将推进业务层面的撮合交易和代运营。

全力推进在线支付

2016年起,慧聪网将在在线交易方面取得更大突破。一方面,自慧付宝上线起,慧聪网即开始针对在线交易提供补贴,免去最终用户交易手续费;另一方面2016年慧聪网将完成对第三方支付公司的并购,真正让交易成本归零,让企业觉得网上比线下交易有优

势,真正愿意在网上做交易。

打造大金融交易体系

金融是B2B 2.0的重要盈利点,慧聪网意在打造大金融体系推进交易成长。从小额贷款到金融租赁再到金谷农商行,慧聪网在金融方面的探索越来越成熟。“做金融与卖金融不同,我们跟民生银行合作多年,但最终的决定权不在我们。这次慧聪铁了心做金融,真正跟银行竞争,看谁能为企业提供更好的服务。”慧聪网此次入股金谷银行,将为进一步资产证券化做准备,而且能够从银行拿出更多的钱来给慧聪的金融做“弹药”。“利率低、放款快将是慧聪金融的一大亮点,我们将目标对象设置在10万到500万的区域,也有效的避开了阿里最旺的小而分散的区域,使慧聪金融差异化于阿里和腾讯。”

开创互联网式专业市场

2016年3月18日中国首个互联网式专业市场——顺德小家电卖场将开业,兑现0房租承诺,依靠交易金融做互联网式专业市场。“全场没有经销商,大概有800个生产企业入驻”,郭江表示,制造型企业行销是非常重要的成本,之所以这样做,是想看能否用降低营销成本的能力,使得企业产品价格有竞争优势。据郭江透露,家电团队今年的目标是GMV100亿。

构建交易生态环境

大力打造B2B生态环境,全力推进行业垂直网站的并购和天使投资,助力创业。郭江表示,未来两年慧聪网拟投30个天使投资项目,今年已经有8个项目落地。“我个人比较喜欢更垂直、更细分、更有知识门槛的项目,因此脚手架、智能硬件、建材以及棉花、布料、纱线是我们的重点投资方向”。为了打造更好的生态系统,除了钱,慧聪网还会在四个方面对创业者提供支持:第一是流量;第二是交易和支付,例如零成本的第三方支付;第三是金融,给投资的公司提供一个很简单的模型,给他们十倍杠杆;第四是技术和运营,为大家提供基本标准的软件系统和技术系统,降低大家的开发成本,为大家提供更好的创业平台,使得大家可以跟有互联网背景的人抗衡。

郭江表示,2.0的时代已经到来,慧聪高层管理者很有信心通过全面铺开2.0业务来将慧聪做到千亿市值。“我们提供了信息和广告,再提供撮合、安全的交易平台和金融,就能穿起整个交易链条。通过越来越深化的服务,必然能够抓住时代给予的机会”。(佚名)

康得新与印度 EPICA 公司签署裸眼 3D 合作协议

康得新11日早间公告,公司与印度 Aries EPICA Electronics LLC(下称:EPICA 公司)在美国拉斯维加斯举行的2016年CES电子消费展会期间,双方就裸眼3D业务的全面合作签署战略合作协议。

据介绍,Aries EPICA Electronics LLC是Aries Group公司的子公司,Aries集团拥有45家子公司,业务遍布全球15个国家和地

区。EPICA公司是全球领先的裸眼3D影视内容提供商,主要业务是为好莱坞2D转裸眼3D的内容、视觉效果处理等业务提供服务,并在印度、中东、阿联酋、英国、美国设立分子公司,拥有较大的裸眼3D影视制作市场份额。

根据协议,双方同意积极推进互惠合作,为进一步拓展印度、中东和非洲市场等地区

的裸眼3D业务,实现裸眼3D业务在2016年二季度规模化进入上述地区做好准备工作。

康得新表示,本战略合作协议的签订是康得新在国际市场裸眼3D业务发展的一个重要突破,对于康得新2016年裸眼3D业务在印度、中东和非洲等地区的拓展将起到重要的支持作用。(中国证券网)

滴滴二次进攻汽车电商

距离首次在线售车不到一个月,滴滴即准备对汽车电商市场发起二次进攻。据滴滴出行副总裁、商业事业部总经理朱磊透露,“1月11日,我们进行第二次电商活动,希望在未来一段时间把汽车电商活动、整体需求分析做到常态化”。

朱磊进一步称,“滴滴希望能够跟线下更多的经销商体系、电商体系一起合作,滴滴核心贡献的依然是大数据的核心能力,我们希望通过试驾的大数据把整个交易流程优化”。

他同时透露,滴滴做汽车电商的决心建立在首次在线售车的成绩上,滴滴在2015年“双12”进行的在线售车,200辆新车在2小时10分钟内售罄。数据显示,在100辆丰田车购买者中,90%以上参加了滴滴的“1元试驾”活动,滴滴方面认为,滴滴平台用户试驾和购车行为高度相关,滴滴试驾上线两个半月,目前累计订单量达到140万,目前通过滴滴试驾可以预约到19个品牌93种车型,囊括当前主流车辆,汽车价位从10万元左右到100万元以上。

据滴滴方面透露,目前已与一汽丰田、奔驰、林肯、奥迪等多家汽车厂商展开基于试驾的合作,正为其提供更加精准的意向客户体验式营销服务,今年,滴滴试驾将登陆全国其他20多个城市,基本覆盖国内一二线城市。北京商报记者了解到,除电商业务,滴滴平台未来还将推出多项基于汽车厂商、经销商的服务,如关于“车生活”的用户个性化推荐、汽车粉丝经济、汽车电商、汽车价格体系与供需预测等。(魏蔚)

陈英洪:打造供应链服务平台

在福建莆田鞋业界,洛池总裁陈英洪是个执着、有理想的企业家。他把创新理念运用到自己的企业中,实现了研发设计理念和客户需求的有机统一,成为莆田制鞋业自主品牌的先行者和开拓者。

与其他鞋企不同的是,陈英洪把设计创新摆在首位。先后签约2名韩国最顶尖的设计师,引进1名意大利、1名英国的设计师。公司去哪个国家开拓市场,就与哪个国家顶尖鞋业界设计高手共同研发新产品。目前,洛池公司的设计能力与水平在全球户外鞋行业处于领先地位。

陈英洪说,莆田拥有完善的产业链和健全的产业配套资源,但长期的代工模式也弱化了研发设计能力和品牌渠道建设,为了合理利用成熟的产业集群,洛池公司以轻资产结构投资一个以技术为导向的小型工厂,引入与世界顶级品牌的合作,吸纳与转化世界顶级品牌的先进技术和质量管理体系,建立了垂直一体化分包生产模式。洛池成为商务部对外援助物资项目指定采购商,连续四年获得中国十佳户外休闲鞋品牌奖,2014年公司产值达1.2亿元。

陈英洪不仅注重自身企业的创新升级,更着眼于产业发展的未来,提出了打造福建鞋业供应链服务平台的构想,并努力将其化为现实。

福建鞋业供应链发展平台是立足莆田鞋业产业集群,通过与中科院院士及知名软件



公司共同开发的大型“互联网+”产业垂直供应链管理服务平台。陈英洪说,这个平台可以联合哺育40家差异化莆田鞋业自主品牌,推动其品牌化和资本化;建立起基于互联网的供应链金融平台,为莆田中小微鞋企解决融资难问题,推动金融产业化、产业金融化及数据资产化;发挥集中采购优势,降低成本;建立“大众创业、万众创新”的产业化平台机制,为创客提供人才、技术、资金、政策等对接。

“2013年,我就开始着手研究推动。2014年,商务部供应链委员会成立时,我是发起人之一。”陈英洪说,近日,该项目已顺利获得国家发改委重点项目立项,并获1000万元贷款支持。

该平台建成后,将对莆田鞋类产业品牌差异化定位、产业上下游资源整合及产业转型升级起到极大的推动作用。(陈荣富 何晋宇)