Brand Service 品牌服务园 3

从内销占比90%到"一站卖全球"

"中国童装之都"如何驶向海外?

在湖州织里的童装城, 市场的风向正在 发生变化,一些敏锐的商家已经抢先一步,开 始着手设计北欧风的童装了。

一直以来,织里的童装都以国内市场为主,内 销的占比达到90%,只有一部分外贸订单会 销往韩国、日本等地区, 童装款式也更偏向日

今年以来, 织里童装出海的步伐明显加 快,北美、欧洲、中东等地区成为当地很多商 家瞄准的新市场。2月2日,湖州市商务局组 织 18 家织里童装、纺织等企业赴英国伯明翰 参加国际春季消费品博览会, 打响了童装出 海的开年第一枪。

3月16日,拼多多旗下多多跨境电商业务童 装类目的专项团队也来到织里, 在湖州商务 局的指导下,与当地童装办、电商协会、跨境 电商服务平台象屿集团以及50余家童装企 业,深入探讨了童装出海的一体化方案,并推 动多家童装企业上行多多跨境平台, 也开启 了织里童装"一站卖全球"的新探索。

"现在反过来了, 韩国人也要到织里淘爆款"

每天下午2点,织里的童装城就开始嘈 杂起来,各地的客商、面料商、样衣商、布行的 老板、拿样的设计师以及送货的师傅都会蜂 拥而至,挤满市场里的每个档口,尤其是8月 旺季来临的时候,整个童装城的日均人流量 能试到数万人。

早在1970年代,织里还是杭嘉湖平原出 了名的穷乡僻壤, 当地的织造手艺人在一条 占地面积仅 0.8 平方公里的"扁担街"上开始 创业,主要缝制床罩、枕套等织品,而生产织 品剩下的边角料又被加工成了儿童肚兜和衣 服,从而开启了织里的童装产业。

到了1980年代初,织里镇自产自销的家 庭小作坊已达数千户,童装产业初具规模;1995 年,电动缝纫机取代脚踏缝纫机;2000年,机器 流水线开始进入工厂, 也吸引了更多的上下游 产业集聚于此,逐步形成了产业生态圈。

2011年,在电商兴起之时,织里镇的产业 链优势也吸引了全国各地的电商创业者,电 商年销售额更是呈几何式增长。截至目前,织 里镇的活跃电商企业超过8000家, 童装电商 的年销售额接近300亿元。

截至目前,"全国每3件童装,就有2件 来自织里",织里不仅升级成为中国童装的商 贸、研发和品牌中心, 还先后涌现出了蒂萨 纳、花田彩、男生女生等30多家童装品牌。

"十年前刚入行的时候,大家都是去韩国 买版,从上海到首尔的一趟航班,有时候一半 以上的乘客,都是去韩国买版的同行,很尴 尬。"据一位童装品牌的老板回忆,从2018年 开始,这个情形就反过来了,韩国的老板开始 来织里淘爆款,而织里现在的买版市场,最多



的时候每天超过5000人来买版。

推出"反向定制"模式, 助力童装工厂转型升级

今年以来,在当地政府一揽子举措的引 导下,很多童装商家也开始将眼光转向海外, 为织里童装寻求下一条增长曲线。

不少织里的童装商家也开始自发地走出 去,先后组团赴越南、美国、欧洲、中东等国家 和地区参展,一些头部的品牌商家也开始试 水国外市场,设计研发更符合海外消费者的 北欧款。

"从来没接触过海外市场,尺码、款式和 标准都有什么区别? 物流和仓储怎么解决? 跨 境电商该怎么运营?"一位童装工厂的负责人 表示,很多中小商家、制造工厂心里没底,都 还在观望中。

"海外市场肯定要做,但到底该怎么干还 没想清楚。"一位童装品牌老板也表示,虽然 走访了很多国外市场,也准备布局海外,但经 销渠道的附加值太低,自建品牌成本又很高, 目前也很犹疑。

3月16日,多多跨境电商业务童装类目 的专项团队来到织里,深入走访了当地的商 家和工厂,并对童装出海的难点一一做了解 答。这对当地商家而言无疑是恰逢其时,仅活 动现场就涌入 50 多家童装企业。

"从初步调研来看,织里童装出海的优势 很大,品质和款式都是远远领先国外的。"多 多跨境童装类目负责人表示,大家提起国外 的东西就觉得好,其实并不尽然,中国妈妈在 童装选择上更精致, 织里的童装面料以棉为 主,而国外妈妈也能接受涤纶制品。

在童装款式上,织里的优势则更为明显。 国外的童装款式更新很慢,目前畅销的都是3 至5年前的旧款,而织里的品牌商家一个新 品季就能上新500至1000个新款。

对于商家和工厂关心的童装尺码问题, 该负责人也表示,与成年人的服装不同,童装 的尺码在全球相对一致,标准略有区别。"国 内外童装的尺码版型差不多,只是国外的袖 长略长一点,我们的买手在版式上反馈最多 的就是袖长不够。"

入驻多多跨境平台之后,平台对国内童 装商家采取统一标准, 商家和工厂只需要按 照国标尺寸生产即可,平台负责针对不同国 家进行转码,进一步降低了童装出海的门槛。

在调研的过程中, 当地很多童装制造工 厂也表达了转型升级的迫切需求,但苦于缺 少跨境电商的运营经验,往往困在了第一步。

"多多跨境后台支持一键将中文翻译成 全球语言,自动生成模特照片等,小白商家也 可以轻松上手。"多多跨境童装类目负责人表 示,对于缺乏跨境电商经验的工厂和商家,平 台支持专人一对一上门培训,直至工厂可以 自主运营,可以接得住站内流量。

为了推动制造工厂的转型升级,多多跨 境还利用数字化技术推出"反向定制"模式。 在该模式下,多多跨境平台将海外消费者的 需求即时反馈给工厂侧,工厂按需精准生产, 可以大幅降低生产损耗和库存压力。

此外, 多多跨境后台还支持接入工厂的 ERP 系统,实时赋能后端的生产、销售和库 存,进一步提升工厂的数字化能力。

目前,这一模式已经应用于广东佛山的 童装制造工厂。去年春节前,平台的汉服、唐 装等中国传统服饰销量持续攀升, 平台将市 场需求精准地反馈给一家佛山工厂, 工厂据 此实行定制化生产,日销4000件,成为该工 厂的主要生产品类,占据整体产量的80%。

一站卖全球、 打造品牌出海桥头堡

在多多跨境团队和当地童装办的推动

下, 织里的童装商家也逐渐打消了出海的疑 虑,目前已有10余家商家和工厂先后入驻多 多跨境业务,并着手筹备即将热卖的夏款童

"在海外市场,童装品牌仍然是空白,目前 正是品牌出海的大好时机。"多多跨境童装类 目的负责人透露,平台的童装类目现在起量 很快,畅销单款最高已达百万量级,头部商家 的单月销售额也已接近千万级别。

一位童装品牌老板则表示:"此前之所以 犹疑, 就是因为经销渠道不能直接触达消费 者,这是做品牌最大的难点。现在多多跨境提 供了直面海外消费者的渠道,这为塑造 IP 提 供了很大的空间。"

接下来的一段时间,多多跨境将对入驻的 织里童装进行重点扶持,通过零佣金、免仓 储、运费减半、价格补贴等一揽子举措,率先 帮助当地企业打出一批爆款,以最小成本快 速打响品牌声量。

自去年9月上线以来,多多跨境业务已先 后登陆北美、澳洲和英国等市场,持续助力中 国制造业一站卖全球。这在织里童装的从业 者看来,一站卖全球对织里童装以及国内产 业带的影响远不止于此。

在国内童装市场,淡旺季比较明显。与国 内其他童装产业带相比,织里的冬装最为出 色, 其旺季也集中在8月至12月。一旦打开 全球市场,上半年的淡季也可以利用起来,因 为可以把冬装销往南半球的澳洲市场,"一站 卖全球意味全年都是旺季"。

"在跨境业务上线时,拼多多还正式启 动了'2023多多出海扶持计划',首期打造 100 个制造业出海品牌。" 多多跨境业务童 装类目的负责人表示,接下来平台将结合织 里童装的研发和设计优势, 集中打造一批童 装品牌, 助力湖州把织里打造成中国童装品 牌出海的桥头堡,继续迈向"世界童装之

来",都需要搭建宣传平台,畅通合作渠道。

次登上各大媒体头版头条, 一场场品牌宣传

推介会引爆全网, 山东的区域公共品牌推广

工作取得了令人瞩目的成绩。作为省会城市

的济南, 在区域公共品牌建设与推广方面更

传部部长为组长的工作专班和以济南广播电

视台为主的执行专班, 共同创建"泉城发布

2022年9月,济南组建了以市委常委、宣

是下足了功夫。

2022年以来,"好客山东 好品山东"一次

"工赋上海"创新大会在沪开幕 持续打响"工赋上海"品牌

日前,2023"工赋上海"创新大会在沪开 幕。2023"工赋上海"创新大会由上海市经济 和信息化委员会、上海市通信管理局指导,上 海市工业互联网协会主办, 上海市虹口区人 民政府特别支持。本次大会落实《上海市制造 业数字化转型实施方案》各项指标,聚焦"工 赋链主""平台+园区"等专项工程和重点任 务,推动"3+6"重点产业领域场景落地,持续 打响"工赋上海"品牌。

上海市政府副秘书长庄木弟在致辞中强 调,要以新一轮的科技革命和产业变革加速 数字化赋能制造业高质量发展,通过工业互 联网加快推动全产业链、全价值链的有效链 接,打造全新生产制造和服务体系。近年来, 上海在全国率先布局工业互联网,打造智能 工厂,充分释放数字化放大、叠加、倍增作用, 深入开展"工赋上海"行动,加快培育"工赋" 链主,持续优化"工赋"生态。面向未来,上海 需要加快构建现代化产业体系,聚焦三方面 工作:强化平台打造,支持"链主"企业打造行 业性工业互联网平台,持续输出数字化能力, 推动上下游企业集成互联,融通赋能;强化示 范应用, 打造一批"菜单式""组团式""生态 化"服务模式,推进工业数据、知识图谱与智 能算法创新应用;强化生态打造,推动工业 5G 专网建设,建设一批高性能工业云,深化 打造长三角工业互联网一体化示范区。

工业和信息化部信息通信管理局一级巡 视员王鹏在致辞中指出,我国工业互联网从 无到有、从小到大,构建了与制造业发展阶段 相匹配的"中国方案",设施建设取得新成效, 技术创新取得新突破,行业应用取得新拓展。 下一步,一是抓好顶层设计引导,出台支持工 业互联网高质量发展政策举措,深化产融合 作、产教融合,用好财税金融政策。二是夯实 产业基础设施,深入实施工业互联网创新发 展工程,加速推进关键技术产业化突破,增强 标识解析国家顶级节点服务能力。三是深化 规模应用普及,打造 5G 工厂"中国品牌",树 立 5G 工厂示范标杆,发挥链主企业数字化 转型带动作用。四是壮大产业发展生态,鼓励 各类市场主体协同配合,完善工业互联网标 准体系,发挥好产业联盟在技术合作、供需对 接等方面的纽带作用。

记者从上海市经信委副主任张英处获 悉,上海市将打造制造业数字化转型的"上海 方案",聚焦"工赋链主"梯度培育,促进"平 台+园区"融合发展。特别是,加大供需两侧 评估诊断力度,以评促建提升全产业数转水 平。按照《上海市制造业数字化转型实施方 案》要求,到2025年底,完成本市制造业企业 数字化诊断全覆盖。今年,上海市经信委将启 动规上制造业企业数字化诊断,与各区主管 部门协同推进,为企业"搭脉问诊",开出数字 化"药方"。近期,一系列工作正紧锣密鼓地展 开,包括标准制定,平台搭建,服务商遴选等。 会上,诊断工作的支撑机构、标准牵头单位、 解决方案提供商共同参与了启动仪式。

会上,中国电信先进制造业混编军团、中 国移动全连接工厂军团、中国联通装备制造 军团共同发起助力工赋上海联合行动倡议, 扎根上海这片热土,积极谋划开拓制造业数 字化转型领域新优势,进一步焕发上海"3+6" 产业发展势能,全力参与上海新型工业化发 展,在推动现代产业体系变革洪流中贡献力 量。

上海正在培育"工赋链主",助推全产业 链数字化转型升级。加大平台孵化和行业赋 能,按照"一链一平台""一链一标准""一链多 工厂""一链多场景""一链多服务"的目标,聚 焦首批十大"工赋链主"培育企业,平均带动 上下游 30-40 家中小企业开展智改数转,变 "要我转"为"我要转"。

本次大会上,多家首批"工赋链主"企业 举办了建圈强链结对仪式,助推电力、纺织、 船舶、核电、半导体、汽车零部件等行业协同 创新战略合作。后续,上海将培育孵化更多的 "链主"企业,加大雁阵带动效应,以数字化推 动产业链供应链深度协同。目前,第二批工赋 链主的征集遴选工作正有条不紊地展开。

"工业互联网平台+园区"是构建产业融 合发展的新模式,会上,东方美谷、上海化工 区、大飞机产业园、上海湾区等一批特色产业 园区与平台合作方结对, 持续推动区域产业 集群实现整体性数字化转型升级和高质量发 展。今年,上海还将深入开展工业互联网一体 化进园区"百城千园"专题活动,推动工业互 联网向园区落地普及,促进广大企业特别是



济南,搭建品牌发展新高地

品牌,不仅是企业或城市核心竞争力的 集中体现,更是凝聚力量,带动发展的强大引 擎。近年来,随着新旧动能转换国家战略的深 入推进,济南的产业品牌、文旅品牌、科创品 牌不断崛起。树立品牌理念,塑造品牌形象, 挖掘品牌价值,弘扬品牌精神,济南正在以优 质品牌赋能高质量发展,以品牌的力量激发 城市发展的深厚潜力,逐步搭建起品牌发展 的新高地。

聚焦自主品牌建设 创新打造泉城品牌集群

自主品牌既是城市发展的"压舱石",也 是引领城市经济发展的"排头兵"。

从鲁味斋、兔子王、平阴玫瑰、章丘大葱 等优秀品牌的回归,到浪潮集团、齐鲁制药、 华熙生物等高新技术企业的崛起;从济钢、中 国重汽、泰山钢铁、济南二机床、三箭集团等 老牌名企的转型,到如今山东天岳、济南奥 图、神思电子、翼菲自动化、博科控股等"专精 特新"企业的涌现,济南的城市品牌谱系在不 断拓展,城市品牌文化也逐步丰厚。

提起济南的自主品牌,相信每个济南人 都能数出一串叫得响的名字,这些本土企业 品牌共同建构了泉城品牌集群, 记录着济南 的发展轨迹,也映射着济南人民的奋斗故事。 并且在新旧动能转换国家战略的引领下,济 南的本土品牌正在进行着一场自我革新、转 型升级的巨大变革。这场变革从济钢"无钢" 发展的"逆袭之路"中就可见一斑。

2017年,济钢在济南的钢铁生产线全面 停产,成为我国国有特大型钢铁企业就地关 停主业的第一家。2022年末,济钢集团有限公 司入围 2022 中国企业 500 强榜单。济钢强势 回归,产值超过关停前水平,成为了传统企业 涅槃重生的行业标杆。

从转型期的迷茫与阵痛中, 济钢展现出



了传统企业强大的发展韧性,提出"二次创 业,重塑济钢""三年再造一个新济钢"目标, 济钢向产业转型要绩效,向新兴产业要发展。 推进特种车辆制造、建筑垃圾运输回收等传 统产业项目转型,同时进军空天信息产业、火 箭装备制造等新兴尖端产业, 正是凭借这种 逆势奋发的坚定信念,济钢再一次重返中国 企业 500 强榜单。

布局引进高端品牌 以龙头企业带动重大项目突破

2022年11月30日,济南比亚迪新能源 汽车及零部件基地一期项目顺利投产, 二期 目前正在火热建设中,预计 2023 年下半年投

济南弗迪电池有限公司的动力电池项目 2022年7月顺利通线,项目二期 2023年2月 实现顺利通线 ……

2023年5月,吉利集团全新研发的A+级 车型将在济南吉利智慧新能源整车项目基地 正式实现量产……

2023年,作为济南的"项目突破年",2月

14日,全省高质量发展重大项目建设现场推 进会上,济南77个项目参加集中开工。2月 22 日,济南市人民政府办公厅印发关于 2023 年度济南市级重点项目安排的通知,305个重 点项目中引进的高端品牌项目比比皆是,华 润、复兴、保利、中电建等各个行业龙头企业 纷纷在济南布局产业链,充分展现了济南优 化营商环境,强化合作共赢的开放胸怀。特别 是与中科院合作的中科院济南科创城项目, 充分发挥了高层次人才吸引、关键核心技术 攻关、创新辐射带动的重要作用,其中中科院 先进微纳集成系统设计制造平台项目、中科 院济南科创城产业园空间应用技术济南研究 院项目、中科院济南科创城产业园泰山生态 环境研究所项目等入选 2023 年度济南市级 重点项目。

以大平台助力品牌发展 共建泉城区域公共品牌

企业的发展需要以品牌化思维来运营, 城市的品牌建设则需要平台化的推广来支 撑。本土品牌的"走出去"与外部品牌的"引进

厅"。作为先进典型和品牌发布平台,"泉城发 布厅"平台下面设立"济南榜样"和"泉城品 牌"两个子平台,同时开通"泉城发布厅"微信 公众号和视频号,作为统一权威对外发布平 台。截至目前共发布 228 位群众身边的先进 人物,一个个感人的故事让先进典型事迹浸 润人心,让正能量产生了大流量。

除此之外,今年2月,济南高新区管委会 印发《济南高新区关于开展"高新优品"工作 的实施方案》,全面谋划和推进"高新优品"品 牌建设。高新区将通过开展"高新优品"遴选 和宣传推广,进一步帮助区内企业,提升品牌 知名度、美誉度和影响力,实现"创建一个品 牌,影响一批企业",形成与省长质量奖、中国 质量奖等相匹配的培育体系。

"齐鲁号"是由山东省发展改革委牵头 负责、山东高速集团统筹运营的全国首个省 级欧亚班列统一运营平台。今年3月,中欧 班列(齐鲁号)济南集结中心三座功能楼均 已完成主体封顶。作为全省首个集结中心, 中欧班列(齐鲁号)济南集结中心的建成将 为齐鲁品牌走出国门、开展对外贸易搭建重

从本土品牌的孵化培育, 到传统品牌的 转型突围,再到知名品牌的落地扎根,如今的 济南已然成为了品牌孵化的沃土。推进强省 会建设,济南以匠心促创新,以合作促发展, 相信会有越来越多的品牌在融入济南城市发 展的新格局中主动担当、积极作为,合力为塑 造济南的城市品牌形象贡献力量。