

做中国企业的思想者

企业家日报

中国品牌

Chinese brand weekly

周刊

双汇集团协办

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第322期 总第10956期 四川省社会科学院主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 全年定价:450元 零售价:2.00元

2023年12月17日 星期日 癸卯年 十一月初五

一周观察 | Observation

开放创新 打造服装产业新优势

■ 洪群联

我国是全球第一大服装生产国和出口国,服装生产能力和国际贸易规模多年来稳居世界首位。中国纺织工业联合会近期指出,目前我国年产服装700多亿件,占全球一半以上。2022年,我国服装出口额1820亿美元,占全球市场份额的31.7%。服装产业是我国最早开放发展、利用外资的产业,已深度融入世界,成为全球产业链供应链至关重要的一环,极大满足了全球消费者对优质、时尚衣着的消费需求。

过去,开放是我国服装产业实现从小到大的转变的重要推力。改革开放后,“三来一补”政策率先在服装产业破茧而出,广东、福建等东南沿海地区依靠区位优势、侨乡优势,充分利用这项政策,迅速引进海外的资本、设备、设计等,服装工厂如雨后春笋般涌现。我国还抓住国际纺织服装产业转移的机遇,自20世纪80年代起开始大力承接和发展纺织服装加工业,积极开拓国际市场。到90年代中期,我国的服装产量和出口量都已跃居世界首位,基本确立了世界服装制造出口大国的地位。

现在,开放是我国服装产业形成国际竞争优势的关键要素。经过40多年的发展,我国构建起全球规模最大、链条最完整、品类最齐全的服装产业体系,有着数以千万计的服装设计、生产、销售经营主体,科技、设计、品牌等水平与日俱增。服装产业通过“引进来”与“走出去”,主动融入全球产业链供应链格局。一方面,得益于高素质产业工人、完善的产业配套和快速响应的供应链系统,不少全球一线服装品牌在我国设有代工厂,本土企业利用国际各种要素资源推动服装产品、品牌、管理升级。另一方面,一批优质服装企业在海外布局生产、研发基地,建立海外营销网络,跨境电商的兴起拓展了服装全球销售市场。

未来,开放是我国服装产业引领全球发展潮流的必由之路。新一轮科技革命和产业变革深入发展,产业体系智能化、绿色化、融合化趋势更加明显,消费市场格局正在重构,全球服装产业面临多重变局。不论是智能化、绿色化还是融合化,都需要高效利用全球创新资源要素,适应全球绿色低碳规则,都需要面向全球塑造传递品牌文化形象。唯有开放,才能使我国服装产业走在时代尖端、引领发展潮流。

我国服装产业迈上高质量发展之路,总体步入世界服装制造强国之列,但还没有成为引领全球发展潮流的服装时尚强国。在全球价值链中,美国、欧洲等发达国家企业掌握核心品牌,日韩等国处于先进面料研发生产的领先地位,米兰、巴黎、纽约、伦敦仍引领着全球服装设计潮流。加之我国服装产业跨国企业少,中小型企业数量占比近九成,不少企业产品雷同、技术薄弱、管理低效,竞争力不强。随着劳动力成本比较优势减弱、贸易壁垒抬头,我国服装制造环节向外转移步伐加快,国内服装产业必须加紧向产业链中高端环节攀升。

开放创新打造服装产业新优势必须走高质量发展道路,依托超大规模市场优势,以国内大循环吸引全球资源要素,增强国内国际两个市场两种资源联动效应,推动我国服装产业高质量发展。要强化创新,支持服装企业加大研发投入和新产品开发力度,对接全球创新资源,应用先进技术、装备、材料、工艺,推进自动化、数字化、智能化制造装备广泛应用,提升高端服装产品开发制造能力。加快全球化步伐,引导服装拓展全球眼光、国际视野,顺应产业转移和产业升级趋势,主动优化生产制造环节的国内外布局,支持有条件的服装企业建设全球研发基地和海外展示店、海外仓,利用跨境电商优势打造线上线下融合销售网络,形成有韧性、竞争力强的全球供应链格局。推进产业链延伸,鼓励服装企业加强款式、形象、织物结构、材质组合等原创设计,开发以消费者为中心的时尚化、个性化、定制化、功能化服饰。加大自主品牌培育,提升品牌文化内涵,推广国潮品牌,扩大中国服装品牌的全球影响力。(作者系中国宏观经济研究院产业经济与技术经济研究所研究员)

责编:周君 版式:黄健
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业家日报微信公众号二维码
中国企业家网二维码

浙江安吉“以竹代塑” 让传统竹产业有了绿色新路径



■ 窦瀚洋

浙江安吉,拥有竹林近百万亩,是远近闻名的竹乡,竹产业也是当地的支柱产业之一。“早些年,我们这儿的竹产业发展曾遇到瓶颈,竹企业倒下一片,竹材价格跳水,每百斤价格从约45元下降到约20元,还出现了竹林抛荒现象……”安吉县林业局竹产业发展中心主任陈洁回忆。

而这些年,安吉竹产业开始回升:2022年全县竹产业总产值约166亿元,同比增长约7.7%。陈洁认为,这与当地推出的“以竹代塑”方案密不可分,“以竹代塑”将竹材用于建筑、包装、纺织、一次性使用产品等领域,兼顾生态效益和经济效益,呈现广阔发展前景。”

开发“以竹代塑”更多绿色场景

竹牙刷、竹梳子、竹椅子……推开“尔集如溯”民宿的房门间,满满“竹风”扑面而来。趁着周末,上海游客陈伊带孩子来安吉县报

福镇游玩,满眼竹元素让她眼前一亮:“跟环境很搭,用竹制品替代塑料,不仅环保,也更好看。”她直言想带一套回家。

去年9月,安吉发布相关实施意见,加快推进竹制品创新应用推广,鼓励住宿餐饮、生活服务、文化旅游等重点行业领域使用竹制品替代塑料制品,报福镇成为“以竹代塑”入民宿的首个试点乡镇。

“听说镇里出台‘以竹代塑’的补贴办法,我第一时间就填写了补贴申请。”民宿老板姚卫臣告诉记者,今年2月镇里出台了“以竹代塑”采购奖励办法,他便一次性采购了40套竹餐具,并为客房更换了竹灯具、竹桌椅等。

除了安排不少于50万元的专项推广资金,我们还培育镇内竹木企业搭建竹日用品生产条线,组织镇民宿协会参观考察,签订供货协议,明确供需渠道,压低企业成本,畅通内部循环。”报福镇副镇长周颖说。

三里亭农副产品交易市场里,一款竹纤维全生物可降解竹膜袋受到关注。“看上去轻

薄,摸上去柔软,却能装下10多斤菜,韧性十足。”菜农徐春江向记者展示。这种竹膜袋由安吉本地科技企业自主研发制成,可在6个月内完成自然降解,降解度达到93%以上,现已实现量产。

“就比普通塑料袋贵1毛钱,还能给环保作贡献,很值!”在徐春江的摊位买菜,市民吴颖早习惯顺手拿个竹膜袋。“袋子的成本2角多一个,菜场给补贴一半。”市场管理人员陈叶介绍,如今市场内所有摊位都配备了竹膜袋,广受市民欢迎。

位于阳光工业园区的某快递网点,快递员正将一件件物品装入竹膜袋;在县人民医院,市民正通过自助机器扫码领取竹膜袋……“我们推动‘以竹代塑’在住宿餐饮、生活服务、建设工程等多领域应用,目前,该竹膜袋在全县总销量已达200万只。”安吉县发改局相关负责人介绍,例如快递行业协同电子商务、家居制造等前端产业,通过“重点客户试用”“专用型号定制”等方式,推动竹膜袋在

夯实产业链 孕育新品牌 ——广州番禺服装产业发展新观察

■ 周强 吴涛 丁乐

在广州市番禺区,有两家服装行业“独角兽”企业TEMU和希音。这两家电商平台不曾在国内开展销售业务,却因其境外的“现象级”消费而备受关注。“墙内开花墙外香”的背后,是当地形成的完善产业链和供应链。

曾经,“珠江水、广东粮、岭南衣、粤家电”书写了20世纪80年代“广货”的传奇,国人视购得“广货”为潮流。如今,作为传统产业的服装行业,再次书写“广货”新传奇,通过不断夯实产业链,正培育出更多品牌之花。

影响力品牌加速聚集

作为电商巨头拼多多旗下的跨境业务平台,创办一年时间,TEMU先后在47个国家上线,今年前三季度累计吸引海外1.2亿名消费者下载,平均每天发出160万个包裹。2024年TEMU成交额目标为300亿美元,是今年成交额目标的两倍多。

希音,是SHE IN的音译。在美国的相关行业排行榜中,希音排名位居前列,在海外的市场影响力不断提升。

在拼多多跨境业务部门——多多跨境业务总监刘航看来,广州拥有“千年商都”积累下的深厚商业底蕴和完备的供应链体系,促



成了纺织服装、皮革皮具、美妆日化等多个产业集群加速形成。依托珠三角强大的制造业能力,广州还能够与周边城市和地区实现优势互补。这些高度集中、专业性强,同时又具有明显地方特色的区域性产业集群,是支撑多多跨境的厚实“家底”。

如果说TEMU、希音让中国服装畅销海外,另一些自主品牌则正向高端市场迈进。

在不少机场门店,都能看到一个高尔夫装扮的人物标志,这是服装品牌——比音勒芬,旗舰店内一件Polo衫的价格可达千元。比音勒芬被称为国内服装界的一匹“黑马”,以高端时尚运动服饰为主要产品。少有人知道的是,这是一家总部设在广州番禺的企业。

经过20年的发展,比音勒芬今年前三季度实现营业收入27.96亿元,同比增长25.67%;实现归母净利润7.58亿元,同比增长32.17%,连续12年实现营收、净利双增。公司董事长谢秉政表示,未来十年将以营收总规模

超300亿元为目标,并瞄准500亿元进军。

完善产业链造就品牌沃土

“TEMU的一大核心优势在于供应链的积累。”拼多多集团董事长陈磊表示,强大的供应链能力让广州服装制造业呈现出“小”“快”“省”的特点,能做到快速响应市场变化。测试款服装一旦在平台上火起来,后端工厂就能迅速跟进生产补货,可短时间内将需求转化为产品。

距TEMU设在广州番禺的业务中心约1公里外,是快时尚跨境电商广州希音国际进出口有限公司的办公大楼。“小单快返”的生产模式是希音制胜的重要法宝。“小单快返”是指摒弃服装行业传统的“预测市场需求,提前备货”的重资金、高库存模式,采用压缩采购批量、缩短生产周期,快速上款测试市场反应,一旦成为“爆款”立即加大生产、快速铺货的模式。

“时尚消费需求的多元化和即时化趋势,对品牌提出了更高的供应链响应要求。”希音供应链管理总监陈磊说,“依靠对消费趋势的洞察,公司实现庞大供应链的整合与高效管理。每个SKU(库存计量单位)一般一两百件起订,销售趋势好立即返单,若不达预期则中止生产。”

县内星级快递网点全覆盖。

这几年,安吉各县级部门通力合作,开展竹制品进景区、进民宿、进酒店、进馆所、进商超、进街区“六进工程”。在陈洁看来,只有不断扩展应用场景,带来更多消费需求,才能为竹产业提供更多发展机遇。

以绿色环保理念赋能竹产业转型

走进位于梅溪镇竹的浙江峰晖竹木制品有限公司大厅,琳琅满目的竹制品让记者看花了眼。拿起一根吸管,企业负责人梁峰晖自豪地说:“可别小看它,这是通过截断、拉丝、打磨等步骤制成的竹吸管,不仅防烫耐用,还能解决纸吸管遇水易软的问题,应用了好几项专利技术呢。”

峰晖竹木制品有限公司成立于2005年,主要生产销售竹木制品,生意一度很红火。2014年,梁峰晖从父亲手上接过接力棒,公司当时的主要产品仍是竹竿、竹篱笆等单一初级加工品,产品附加值低、利润趋薄,加上面临市场环境变化、环保标准提高、人力成本上升等因素,经营压力大。

那时,安吉县竹企业大多处于初级原竹加工阶段,粗放的生产方式不仅破坏生态,还压缩利润空间。不少竹制品企业倒闭,还出现了竹林抛荒现象,竹产业转型发展迫在眉睫。

如今,绿色低碳的生活理念渐入人心。在梁峰晖看来,像自家这样的传统竹制品企业,想要谋求发展,就必须在绿色环保上下功夫,生产端、产品端都是如此。“产品主打环保,生产更要追求绿色,像我们自主研发的设备,至少提高了20%的原材料利用率。”梁峰晖介绍,“现在我们更注重工艺革新,讲究绿色生产,改进生产工艺中碳排放较大的环节。”



迈向世界级产业集群

借助希音、TEMU等平台出海,广州番禺服装产业也在不断转型升级。据科昌说,近年来,通过为合作伙伴提供智能化生产和数字化管理系统,帮助一大批合作伙伴实现生产标准化、管理现代化,整个供应链、产业链的“柔性”不断提升。

作为希音的供应商,广州广嘉服装有限公司每天有2万多件衣物出货。公司总经理王永伦介绍,希音的“小单快返”生产模式,要求供应商减少库存、加快生产,以灵活适应市场变化。通过转型,公司将成品交付时间缩短至两三天。眼下,希音正在广州、佛山、江门、肇庆等地延展建设智慧化供应链体系,计划形成以国内为中心、国外局部地区为补充的全球产业布局。多多跨境将继续开拓欧洲其他国家以及南美、中东和非洲地区的业务。比音勒芬斥资上亿元收购两个国际奢侈品品牌,布局海外研发和创新中心,向全球奢侈品牌迈进。

广东省服装服饰行业协会秘书长陈韶通说,广州是我国重要的纺织服装交易中心和服装加工生产地。随着产业朝着数字化、时尚化、品牌化、绿色化方向追求高质量发展,越来越多中上规模企业转型,势必将崛起更多世界品牌。

山西特产 霍州年馍
中国年馍之乡
“舌尖上的美食” “指尖上的艺术”
联系电话:18534090188
霍州市农村集体经济发展有限责任公司

双汇熟食 SHUANGHUI DELI
三重卤·更入味