

# 势在必行 石狮童装抱团秀舞



少数,更多地是走国内外批发市场。”石狮市童装与儿童产业联合会理事长侯泽佳表示,新一届班子志在整合资源,创新发展商业新模式,“组团参加 CHIC 就是手段之一”。

“怎么说呢,石狮童装给人的感觉就是大而不强。”石狮市童装与儿童产业联合会常务副会长林宏钧说,石狮有童装企业逾千家,但真正在全国具有一定影响力且专注走品牌之路的屈指可数,更多童装企业停留在贴牌代工、批发等利润薄、抗风险能力差的领域,“其实按照石狮童装企业的实力,绝不是今天这个局面。”虽然是“80后”,但一直深耕纺织服装产业的林宏钧也清楚,石狮童装曾经红极全国,占据全国市场的大半壁江山,“做企业、做产业就像逆水行舟,不进则退。”林宏钧认为,中国纺织工业联合会在纺织领域的“十二五规划”中明确提出,中国必须由“服装大国”向“服装强国”转变。同样,对于石狮童装企业而言,也必须走在“大转强”的路上,“只大不强未来肯定没有生存和发展的空间”。

## ROOKIE 开始全面发力

对于 ROOKIE,或许大家并不熟悉,但说出 Nike、Jordan、Converse、Levis 等国际知名品牌,可谓是无人不晓,经过多年的谈判和沟通,背景为凤竹集团的永兴东润(厦门)服饰有限公司成为这些全球一线品牌儿童以及青少年系列产品的大中华区运营商,2012年年底进入中国,“直营店已经开了百来家。”作为“ROOKIE”这个零售运营平台的总经理,陈强介绍,经过一年的发展,该品牌已经在北京、上海、香港、江苏、广东、山东、浙江、湖北、福建、辽宁、四川等十多个省市以及地区开设直营店或加盟店,进驻新玛特、凯德、天虹、奥特莱斯、万达、银泰、华联、新世界、八佰伴、SOGO、星河城、铜锣湾、恒隆等二十多个超大型购物商场,“我们计划从一、二线城市向三、四线城市扩张。”陈强说,在北京已经开了5家店,其中3家为 ROOKIE 集成店,上海目前总共开了9家店,其中2家是 ROOKIE 集成店,“今年我们的目标是再开店200家以上,其中主要是加盟。”经过一年的市场运作,陈强和他的 ROOKIE 将全面发力,“ROOKIE 将打造成大家都轻松买得起产品的国际童装品牌集成店”。

“ROOKIE 有石狮童装没有的优势资源。”小玩皮童装总经理黄良生认为,



ROOKIE 并不是小玩皮最直接的竞争对手,毕竟风格不一样,但其肯定会吞噬一部分市场,“全部都是国际知名的一线品牌,我们的品牌还在路上,ROOKIE 的品牌已经成为某个细分领域的领导性品牌,毫无对比性。”当然,小玩皮等石狮童装品牌也有自己的优势,比如“玩趣”的概念以及动漫创新,季季乐童装的商业模式变革,大拇指的动漫营销以及儿童产业综合体概念,都迎合了当前以及未来的市场,“其实 ROOKIE 直接冲击的是李宁、安踏、361°等国内体育用品的童装品牌,他们才是 face to face(面对面)”。

## 必须抱团才能秀舞

“之前是童装协会,如今是联合会,说明我们要整合的决心。”侯泽佳说,石狮童装抱团可谓势在必行。

在林宏钧眼中,联合会不仅是形式上的企业联盟抱团发展,更是一种企业集体智慧的结合,以“智囊团”的形式引导产业的发展方向和趋势,实现企业和产业的互动共赢,“在集体智慧的引导下,有利于进一步减少单个企业的运作成本,规范市场行为,充分调配以及最合理、最大化利用市场资源,‘汉工场’其实就是一个很好的借鉴。”何谓“汉工场”?去年,武汉近300家服装企业合力创建一个

区域渠道品牌“汉工场”,旨在带动全行业的精细化发展,加快进军全国,与国际接轨的脚步。经营面积4000多平米,除了集中售卖汉派优质服装,还会将设计间搬进卖场,让顾客现场见识汉派服装的自主设计能力,“石狮童装为什么不可以?”林宏钧说,和十多年前不同的是,如今做品牌不仅仅是砸钱,更需要领先的商业模式和创新思维,乐视电视让传统电视毫无竞争力,小米手机让传统国产手机品牌感叹“互联网思维”的强大,“不是每家企业都适合做品牌。”正如定位大师杰克·特劳特的“七定律”所言,人的大脑里面只能记住7个品牌,多了就混了,一般情况下,第一阶梯占据40%的市场份额,第二梯队为20%,第三梯队为10%,第四梯队只有5%。就目前国内童装行业而言,森马集团旗下的巴拉巴拉一枝独秀,其销售额达到40亿元,“接下来的三年是关键。”陈强说,正因为童装行业依然“混沌”,所以给了童装品牌机会和时间,但时间并不长,“这个市场最终还是会品牌说话。”言外之意,就是三年之后,童装行业会自动淘汰一些没有竞争力的企业。

“与其被淘汰,不如大家抱团秀舞,就像‘汉工场’一样,把人力、物力、财力全部调配整合,以‘石狮童装’为名,在童装市场上杀出一条新路。”林宏钧认为,只有这样,石狮童装才有发展空间和机遇。

# 经济发展勇作为 社会和谐担责任 驻柳异地商会成为龙城经济社会发展“生力军”

罗秋振

在广西省柳州市的经济社会发展中,活跃着一支新生力量,驻柳异地商会这些年来迅猛发展,呈异军突起之势。

据统计,“十一·五”以来,柳州市的异地商会从当年的5家发展到现在的21家,另外还有2家正在筹备成立。其中有柳州市福建商会、温州商会、湖南商会、客家商会、山东商会、潮人商会、义乌商会、浙江商会、四川商会、湖北商会、江西商会、创业投资协会、河南商会、江苏商会、安徽商会、娄底商会等,会员达到10多万人。所涵盖的投资领域有工业、农业、金融、房地产开发、商业、物流、教育、服务等行业。

这些年来,柳州市招商局作为行业主管部门,正确把握新形势下商会工作的特点和规律,创新服务举措,通过政府引导、民主办会、政策扶持、完善机制,营造有利于商会健康发展的良好环境,促进异地商会持续有序健康发展。支持和培植异地商会参与柳州市的经济建设,参与柳州市的经济结构调整,引导一批商会参与市里的大项目及新兴产业投资,组织异地驻柳商会进社区投资。

支持和鼓励异地商会到原籍地企业开展招商,树立招商引资典型,对柳州市招商引资有突出贡献的异地商会给予年度表彰和奖励。每年通过组织举办招商系统“商会杯”气排球比赛、企业发展论坛等活动,增强商会之间及会员之间的联系沟通,凝聚商会力量。

这些商会的成立,架起了商会原籍城市与柳州、企业与政府之间沟通、合作的桥梁。异地商会在柳州市招商引资、经济社会发展、扶贫济困、推进和谐社会建设等方面发挥着越来越重要的作用,尤其是大量外来企业通过商会平台投资柳州市上万个项目的开发建设,异地商会的身影无处不在,商会在以商招商和柳州经济建设中的平台和桥梁作用越来越不可替代。

目前,异地驻柳商会在柳投资总额超过千亿元,为柳州引进了大量优质企业和民营资本。

异地商会在柳州市蓬勃发展,会员扎根柳州,逐步从外来投资者转变为今天的新柳商,有的企业家甚至举家搬迁来柳,成为地道的柳州人。各商会在参与经济建设的同时,积极奉献爱心,履行社会责任。据不完全统计,柳州福建商会设立“爱心基金”,筹集善款支持建设希望小学;成立商会的互助基金,金额超过1000万元,主要用于扶持资金有困难的企业。柳州湖南商会积极组织会员支持新农村建设、扶危济困、捐资助学和社会公益、慈善事业、军民共建等活动,最近3年所捐钱物价值达1200余万元。温州商会在企业鸿尊集团在广西工学院设立了“鸿尊奖励基金”,每年专门拿出一定比例的奖励基金,资助品学兼优的学子。

# 共拓国际市场 香港电子业商会将加强与内地合作

田伟

近日,第二届消费电子产业发展高峰论坛在深圳召开,来自行业内的企业代表、专家及媒体代表等济济一堂,在互联网的背景下探讨有关品牌与创新的话题。香港电子业商会秘书长卫绍邦在论坛上指出,新时期商会将加强香港企业与内地企业合作,共同开拓国际市场。

卫绍邦介绍,香港是中国内地最重要的转口港和最大的外商投资来源地。截至2013年12月,在香港上市的内地企业有797家,其中包括H股、红筹股及民营企业,总市值为1.8万亿美元,占市场总值的56%。并且,中国内地的出口额在香港也增加了5%。“香港与内地的合作,在LED领域和生物科技方面,其实已经有很多伙伴。”

卫绍邦说,当前香港还将吸引更多的科技企业在香港科技园建立研发中心,主要锁定从事有关电子科技、信息及通讯科技、生物科技、精密工程科技和绿色工程科技的物物合作。也鼓励内地企业可以到香港看一看,可以利用香港科技园这个平台展开合作。

## 石狮童装大而不强

“这次童装行业组织得很辛苦,但圆满地完成了任务。”石狮市纺织服装商会秘书长高培榕介绍,以“最大展团”之规模参加2014CHIC的石狮馆得到了包括石狮市纺织服装商会、石狮市童装与儿童产业联合会、石狮电商协会以及石狮休闲裤同业公会的大力支持,因为石狮市童装与儿童产业联合会刚成立不久,所以其组织数十家企业参展的过程很艰难,“毕竟石狮童装真正打响品牌的在

作为服装行业唯一增速保持在20%以上的细分领域,尤其在“单独二胎”政策放开之后,童装市场如今已经成为“识时务”的品牌企业必争之地,甚至有数据显示,未来童装市场将突破4000亿元的份额,无论是平民化品牌Zara还是奢侈品品牌Burberry,都把触角伸到了该领域。在中国,众多品牌企业更是把童装市场当作“第二春”,在“大兵压境”的大环境下,一些石狮童装行业的业内人士认为,要发展须抱团,否则将会失去生存的机会!

# 青岛钢企尝试打通钢铁产业链



出。此种局势下,行业内产品质量参差不齐,甚至呈现低质低价的“恶性循环”走向。

市场倒逼,众多青岛钢贸企业产生了“打通供应链”的想法。记者从此次“2014青岛春季钢铁供应链洽谈会”上获悉,从2014年起,青岛钢贸商会的最主要力量,就集中在沟通钢厂、钢贸商和地产商等上下游环节,建立起一条从上游直接到终端的钢铁产业链。

青岛市钢贸商会秘书长李景伟告诉记者,产业链背后,意味着2014年,青岛钢贸市场的“集约式”采购模式的建立:由终端地产商统一下单,直接通过商会对接优质钢贸商,然后由钢贸商分类供货。此举不仅能保证进入终端的钢材产品的质量,还能够通过压缩“中间环节”,保证采购与供应双方获利。

## 终极将实现“全程追溯”

在此次洽谈会上,青岛吉建钢材销售有限公司等企业,还进行了现场签单。在青岛钢铁产业整合步伐加快的当下,无论是钢贸商还是地产商,都对于产业链的透明化对接前景看好。

## 朱君青

在全国钢贸行业的利润“峰谷期”,近日,“2014青岛春季钢铁供应链洽谈会”召开,青岛钢贸商会与青岛房地产商会正式签约,青岛钢贸商会、青岛房地产商会、钢厂和资讯机构等行业力量联手,整合整条青岛钢铁产业链。压缩产业链环节,为青岛钢铁产业破冰。

在此次洽谈会上,青岛钢贸与地产商会正式结盟。此后,青岛钢贸商会将获得地产商会提供的“优先采购权”,直接对接终端市场;另一方面,在青岛钢贸行业内部,也将对供应

钢材产品的质量做出承诺。这将从上下游着手,促成青岛钢铁产业的整合优化。

## 薄利倒逼钢铁产业链构建

今年第一季度,国内钢贸行业迎来了多年来的利润最低点。从青岛钢贸市场现状来看,2014年开春以来,青岛钢贸进入“微利时代”,产品利润薄如纸片,行业洗牌的步伐也明显加快。

一位不愿意透露姓名的青岛钢贸商告诉记者,目前,一吨钢利润只有20-30元,市场萧条,出货量非常小,身边不断有同行改行退

# 天津市江苏商会与街办合作打造亿元楼

任民

日前,由江苏商会会员企业投资成立的天津苏商科技发展有限公司与天津市西青区李七庄街办事处签署苏商科技大厦的整体运营管理协议。根据协议,天津苏商科技发展有限公司将在天津市江苏商会的领导和支

持下,整合政务资源、商务资源、金融资源、人力资源,引进江苏科技型企业入驻苏商科技大厦,入驻企业将享受税收、租金等方面的优惠政策。苏商科技与李七庄街签订协议之后,还与天津苏商投资控股有限公司、天津市格云数字社区发展有限公司、苏酒集团(洋河股份)天津运营中心、南靖斯坦德通信股份有限

公司等4家企业签订了进驻协议。截至目前,有意进驻苏商科技大厦的企业达20余家,预计到2014年底引进企业将达30家以上,实现税收3000万元。到2016年底引进企业100家以上,实现税收1亿元,达到亿元楼。在李七庄街乃至西青区打造“苏商、苏人”的聚集区。

# 中国对外承包工程商会会长刁春和：马航事件未影响中马“互联互通”

周洲

3月28日,中国对外承包工程商会会长刁春和告诉记者,中国和马来西亚的基础设施建设投资合作一直顺利,目前未受到马航事件影响。他还透露,今后中东欧和拉美加勒比海地区是中企海外基建投资的重点。

当日,中国对外承包工程商会召开了第五届国际基础设施投资与建设高峰论坛新闻发布会。

党的十八届三中全会通过的《决定》提出加快同周边国家和区域基础设施互联互通建设的战略,也提出了丝绸之路经济带和海上丝绸之路“一带一路”的建设。“这些战略的实

施将具体化为一些道路、铁路、航运基础设施项目,这无疑给中国的承包工程企业带来了巨大的市场机会。”刁春和说。

他表示,互联互通、清洁能源和城市化建设将成为重点发展领域。

刁春和分析了各地区市场的前景。他说,国际承包工程市场发展不平衡,亚太地区基础设施建设领域将继续保持较快的增长速度,欧洲、北美基础设施的建设市场有望好转,中东和非洲地区高收益伴随着高风险,拉美等新兴市场增速有所减弱。

而从中国企业的市场格局来看,亚洲、非洲一直是中国对外承包工程业务的重要市场,在中国的外交、对外经济合作以及能源战

略中占有重要地位。

2013年,亚洲地区新签合同额扭转了前两年连续下滑的趋势,总量占比突破四成,完成营业额更是延续多年来的增长势头,占总量将近一半左右,而非洲地区紧随其后,新签合同额占总量的比重接近40%,完成营业额也占总量的1/3左右。

“单从数据上来看,亚洲、非洲作为中国对外承包工程业务的市场重点并未发生变化,但近几年,拉美地区市场已经成为新的亮点市场。”刁春和说,2013年中国在拉美地区新签合同额较2012年增长了25%左右。

此外,刁春和还对记者表示,中东欧市场也成为中国企业进军国际市场的突破点,下

一步将是中企在海外推动基础设施投资和建设的新亮点市场。

2013年,中国企业在中东欧地区交通运输、通讯工程、石油化工等领域的新签合同额均出现了较大增长,增速在欧洲各地区中位列第一。

“但中东欧地区也面临着经济复苏缓慢、消费低迷、基础设施需求不足等问题。”刁春和说,所以将在此次高峰论坛中专门与中东欧国家就如何更加深入的开展基础设施的合作展开探讨。

记者从论坛组委会了解到,中东欧国家的代表团已经准备好具体的项目借论坛召开契机寻找合作伙伴。