

打造一个总部设在成都的国际品牌

■ 陈碧红

正当成都全民“战高温”之际,位于成都温江区海峡科技园内的雷迪波尔服饰有限公司,已经提前“进入”下一个季节:8月底,该公司将迎来“2016春夏订货会”。往来的客商中,来自俄罗斯、意大利、德国等的外国商家,几乎占到三分之一。

欧洲商家一向“逐浪”在全球服装潮流前沿,怎么会看中成都本土的男装品牌?回答这个疑问,雷迪波尔副总裁卢山只用了一句话:“在‘全球男士衣柜’中,已经挂上了我们的衣服。”

从贴牌生产转身

在成都市民陈全福的印象中,第一次听到“雷迪波尔”的名字,还是在十多年前。“那时,在成都本地电视台播放的新闻节目最后,每天都能听到这个名字。”陈全福回忆说,当时一听名字洋气,感觉应该是外国货,结果到商场专柜一看,才发现是成都本地服装企业。

陈全福感觉上的反差,其实是雷迪波尔在成长路上的几次重要转身。

2000年以前,雷迪波尔只是一个不知名的服装批发企业。没有自己的品牌,更谈不上生产车间。2002年,受沿海市场吸引,雷迪波尔在广州成立,开始从事服装贴牌生产。

一段时间做下来,雷迪波尔逐渐摸熟了一些国内外大牌服装企业的生产模式。一个新的想法诞生:“这些大牌服装都是我们生产的,为什么不可以发展自主品牌?”雷迪波尔副总裁卢山说,不久后,公司从广东搬回成都,雷迪波尔专卖店开始在成都和国内其他城市遍地开花。

2006年,雷迪波尔开始进军国际业务。

敲开意大利“时尚窗口”

即便到了今天,在陈全福的眼中,雷迪波尔男装高昂的价格,仍不能和品牌度画上等号。然而在国外,雷迪波尔的品牌效应却是另一种景象。

随着与意大利三家知名设计机构展开深度合作,并在当地组建优秀的研发与设计团队,目前雷迪波尔已在意大利、俄罗斯等国际展会上频频亮相。其中,在享有“全



球男士衣柜源头”盛誉的意大利佛罗伦萨男装展会上,雷迪波尔成为了亚洲第一个也是中国唯一一个进入该展会的服装品牌。“我们也是受保护的国际品牌。”卢山颇为得意地表示,目前企业已经受到《商标国际注册马德里协定》的保护,并先后在意大利、俄罗斯、瑞典、加拿大、墨西哥、爱尔兰等20多个国家实现销售。

如今,每到产品适销季12-14个月之前,雷迪波尔的设计研发中心及海外合作团队,就会到意大利参加米兰面料展等各种时尚展会,搜集流行趋势的咨询信息,确保设计出的新一季服装和世界潮流接轨。

轻资产运营走向“全球代工厂”

雷迪波尔的生产线并不在成都,而是在东南亚国家以及意大利等欧洲地区。这样的布局,被卢山称之为“轻资产运营”模式。简单来说,就是将产品制造业务外包,自

身则集中于设计研发、品牌推广和产品销售等业务。

按照雷迪波尔构思的发展模式,这样至少能实现两个目的:一是可以集中力量提升服装的品质,二是能够缩短国外供应链,以更少的成本和更短的时间打开国外市场。“从这个角度讲,与其说是本土品牌,我更愿意说它是将总部设在成都的国际品牌。”在卢山看来,当大部分中国服装企业还在思考如何从“中国制造”向“中国创造”转变,雷迪波尔已经在琢磨怎样从“中国创造”向“国际运营”转身。

如今,在轻资产运营模式下,雷迪波尔已建立起意大利、中国两大研发中心,终端销售网络覆盖全球30多个国家和地区,并建设了大型综合科技园区。

2015年7月16日,在中国服装协会正式发布的“2014年服装行业百强企业”名单中,雷迪波尔位列第79名。

四川会理:产销携手合作 做强石榴产业



■ 李国华

7月28日,2015年中国会理石榴营销会在全国石榴第一县、中国石榴之乡举行,来自全国各地的水果批发市场负责人、经销商和会理当地的石榴专业合作社、种植大户等约180人参会,大家齐聚一堂,共谋石榴产业长远发展大计,促进互利共赢。

中国果品流通协会常务副会长鲁芳校,四川省供销社党组成员、副主任杨武秀等领导出席推介会,并对会理县坚持以抓石榴产业发展带动“三农”发展、惠农助农增收给予了充分肯定。

杨武秀在讲话中表示,会理县委、县政府高度重视民生,坚持以抓石榴产业发展带动“三农”发展,使会理成为全国石榴第一县,有力促进了农民增收,为跻身四川省县域经济发展先进县奠定了重要基础。同时,会理县委、县政府充分认识到供销社为农、务农、姓农的特点和在发展现代农业、促进农民增收、繁荣城乡经济中的独特优势,使会理县供销社与相关部门一道,通过搭建产销对接平台,组织协调全县生产经营户和从业人员,建立专业合作社、行业协会等,在会理石榴产业发展中发挥了重要作用,使会理供销社得到了健康发展。她希望会理县供销社要通过领办创办农民专业合作社和新型经营主体,全面组建基层供销社,全方位拓展供销社合作经营服务领域,创新为农服务方式和手段,提升为农服务水平,推进多种形式的产销对接,更好履行为农服务职责,落实县委、县政府发展石榴产业的战略布局,推动全县“三农”发展再上新台阶。

会上,会理县委副书记黎平代表县委、县政府与北京市丰台区新发地农产品批发市场、浙江嘉兴水果批发市场、沈阳雨润农产品全球采购市场等签订了会理石榴战略合作框架协议。同时,会理县也为进一步做好今年石

榴营销工作郑重承诺,将从规范石榴生产、包装、农资供应、营销、物流运输、质量监管和电商发展七个方面做好服务,营造开明开放、和谐稳定的石榴生产营销秩序,实现多方共赢。

会理石榴美名远扬

“籽粒晶莹若珍珠,果味醇香如蜂蜜”,这是人们对会理石榴的赞誉。

得天独厚的光热资源和地理环境,孕育出的会理石榴色泽艳丽、风味浓郁,自古美名远扬,也深受消费者喜爱。

北京市丰台区新发地农产品批发市场副总裁顾兆学表示,好山好水出好果,自己一到会理就真切地感受到了那一望无际的石榴园带来的震撼。据他介绍,石榴作为新发地农产品批发市场里的一个主打产品,近几年每年都以15%的销售量增长,方兴未艾,而会理石榴又占到了市场总量的70%以上,以品质好、价格适中受到了消费者的喜爱。

“会理石榴,世界石榴”。会理石榴产业数十年磨一剑,如今远销海内外,有着广泛的发展前景。

据记者了解,该县2014年石榴种植面积达到了30万亩,产量37万吨,果农销售收入16.7亿元,带动相关二、三产业产值达9亿元。2015年预计果品产量将突破40万吨。多年来,品质优良的会理石榴已先后获得“三品一标”认证、全国驰名商标、四川省名牌农产品等多项荣誉,今年4月在中国果品流通协会主办的首届中国果业品牌大会上,会理石榴又获得“2015中国果品区域公用品牌50强”荣誉,会理石榴的知名度、美誉度和影响力进一步扩大。

产销携手做大产业

“8月1日,我们早熟产区的石榴即将开园,今年的石榴营销工作也将正式拉开帷幕,我们也将以热情、诚实、守信诚待八方来宾。”在会理县铜矿村石榴园区,专业合作社理事长杨兰友看着挂满枝头的石榴,笑容满面,对于今年的销售,他也充满了信心。

铜矿村全村以石榴种植为主要产业,具有悠久的石榴种植历史,从1989年开始试种石榴,1992年上规模,2014年成为该县第一个以石榴为主导产业的一村一品特色产业村。去年全村石榴产量达到了1380万公斤,产值超过5300万元,石榴销售收入达100万元的有3户,50万元的有35户,10万元以上的多达180多户。全村预计今年的石榴产量将突破1400万公斤,产值超5500万元。

石榴专业合作社是由村内的石榴专业大户、科技人才、营销人才发起成立,自成立以来,服务于社员,服务于产业,狠抓产前、产中、产后的各项工作,遵循绿色、安全、生态、健康的果业理念,合作社的产品也在2009年首届国际石榴节中荣获“石榴皇后”称号。

杨兰友介绍,在营销上,合作社在大量邀请外来客商进村采购的同时,又自己出去闯市场,在北京、上海、广州、汕头、嘉兴等市场都有合作社的直销产品。并且合作社又与家乐福上海总部签订了长期供货合同,与大连兴业源农产品公司签订了合作协议,使石榴产品远销国内外。

会理县委副书记黎平也表示,会理通过营销推介会这样的形式,打开了一道开发开放的大门,编织起一条增进友谊的纽带,架设了一座沟通联系的桥梁。会理也将规范整个石榴营销市场,在规范中寻求商机,在合作中与各位企业家实现共赢,并以最真诚的热情,为企业提供最优质的果品、最优良的服务、最优惠的政策,携手并进,共谋发展。

强化品牌健康发展

“会理的石榴品牌在全国都有影响力,在今后的发展中,更要把质量和品牌建设放在第一位,以特色的品质、地方特色的产品来满足市场多层次、多元化的需求,共同努力,促进产量发展、健康发展。”中国果品流通协会常务副会长鲁芳校讲道。

来自市场方的不少代表也表示,大家通过石榴与会理建立了很好的合作关系,也希望能够形成合力,整合资源,在打出品牌的同时注意保护品牌,在多元化的销售竞争中,百花齐放,百家争鸣,做大产业。大家也会与专业合作社、石榴种植户等积极对接,提供一个高效、安全、公平的交易环境,使会理石榴的销量更上一个台阶。“要果榴满园,只待君来摘”。会理县相关负责人表示,全县将顺势而为、乘势而上,遵循市场经济规律,进一步做强做优现代石榴产业,以提高石榴产业链条效益,促进富民增收为导向,以提升果品质量、强化品牌保护为支撑,以培育壮大新型经营主体、巩固销售市场为抓手,积极营造开明开放、和谐稳定的石榴生产营销环境,维护好各方权益,促进产业效益最大化,最终实现会理石榴产业的健康发展。

合作就是商机,携手才能共赢。与会营销商还和石榴专合社、果农代表进行了业务洽谈,参观了会理农特产品展示展销会。大家纷纷表示,将通过搭建的这个平台,建立起高效合作的机制,让石榴种植户种高品质石榴,让各地石榴经销商收购到满意的石榴,让消费者吃上绿色环保的有机石榴,从而达到会理石榴增收、增值、安全、放心、多赢的目的,进一步做大做强石榴产业。



家具品牌 着手争夺床垫市场

■ 倪明

近些年,在家居市场上,不少床垫产品和床是分开销售的,这导致消费者在购买时要去不同的地方购买,过程不方便且很繁琐,然而,一直以来,也很少有家具品牌既生产床架又生产床垫。随着消费者对一站式采购需求的增强和家居趋势的延伸,如今越来越多的家具品牌开始涉及床垫领域。如著名家具品牌百强、强力、华日、曲美、爱依瑞斯、非同沙发等,均有床垫销售或生产线,纷纷发力床垫市场。

健康睡眠产品需求大

对于越来越多的家具企业开始着眼床垫市场的前景,业内人士表示,“消费者对睡眠质量的要求越来越高,这一点是最重要的,各种企业开始寻找独特机会作为切入点,所以家具企业加入到这个竞争中来说是必然趋势。”

随着近些年国内外床垫市场对“健康睡眠”概念的不断更新,消费者开始重视床垫质量与身体健康的密切关联。终端市场的反馈信息显示,35岁左右的消费者,最关注“健康睡眠”。而笔者调查了解到,不止是某个年龄阶段的人关注睡眠质量,随着人们年龄的变化,不同年龄阶段的用户对床垫的要求均有独特需求。

其中,男性和女性对床垫的需求又各有不同,一著名寝具品牌的床垫就推出过“情侣款”,针对男性和女性的体重和骨骼不同,进行与之相关的舒适度的设计。所以,随着不同人群对床垫的“各有所需”,床垫的更新和消耗随之增长,床垫市场的商机随之而来。

此外,为床垫随着使用年限加长,导致回弹和支撑力减弱,也带来了消耗量的增加。据悉,一般床垫使用年限在10-25年,曾有媒体报道称,“发达国家的居民一般2-3年就会换床垫,最多用5年”。所以,对重视睡眠质量的消费者来说,床垫的更新速度也会随之加快。

满足一站式购物需求

除了与睡眠相关的消费意识的提升,在购买方式上,“一站式”购物需求也为家具企业销售床垫带来便利。据悉,目前市场上有不少床垫产品和床是分开销售的,这导致消费者在购买时要去不同的地方购买,所以家具企业推出与床相匹配的床垫一起销售,可满足消费者“一站式”购物需求。

另外,市场上不少进口床垫品牌价格高昂,尺寸也为欧美版,常会因与国内床架尺寸不匹配,而给消费者带来麻烦。家具企业的配套销售,解决了消费者对床垫尺寸格外注意的“痛点”。所以,家具企业推出床垫不仅可以增加销售,而且还能提升服务质量。

床垫专业化是大方向

尽管家具企业踏进床垫领域有一定优势,但针对床垫市场的“专业化”趋势,业界观点不一。一位专注床垫生产的企业人士这样告诉笔者,真正对提升消费者睡眠质量有帮助的床垫生产其实很复杂,它需要系统研究,没有一定的研发和积累,很难真正做到“提升睡眠质量”。

据业内人士介绍,十年前,进入床垫行业的门槛的确很低,基本就是靠“海绵+弹簧”,但是随着市场发展的逐渐成熟、消费需求的细分,专业床垫生产企业开始对寝具生产进行系统化研究,床垫的准入门槛就没那么低了。每个人在睡眠中对软硬度的需求不尽相同,如果真的是专注睡眠质量的用户,会根据身体状况严格挑选床垫。比如,有的专业寝具品牌可提供专业的测试系统,根据使用者的体重、性别、骨骼曲线,量身定制所需产品,这种产品所涉及的材料、形状、结构均为客户独特定制,与此相关的床架、填充物、表面面料等整个体系被称为“睡眠系统”,非常复杂。所以,床垫的生产会随消费需求趋向专业化发展,门槛也会随之提高。

“蒲江雀舌”品牌价值 16.54 亿元

7月30日,记者从蒲江县获悉,日前,蒲江县茶叶区域公用品牌“蒲江雀舌”注册商标被国家工商总局商标局认定为“中国驰名商标”。

据悉,蒲江县于2012年启动“蒲江雀舌”注册商标申报“中国驰名商标”工作,2014年,该商标被评为“四川省著名商标”。目前,“蒲江雀舌”品牌价值上升至16.54亿元。(黄泽君)

羊肚菌 成为青川县特色农业品牌新星

据悉,四川青川县坚持“培育特色产业、壮大支柱增效益”的农业产业化发展思路,积极发展特色羊肚菌种植,并通过统一种源供应、定时技术培训、分片现场指导、保底价格回收等措施,促进农民增收。

今年青川县已在青溪、乐安、孔溪、板桥、茶坝等乡镇发展羊肚菌800余亩,实现产值2400余万元,利润1600余万元,仅此带动全县农民人均增收近百元;预计2015年种植面积将达到2000亩,带动全县农民人均增收200余万元。青川羊肚菌已成为继青川黑木耳、青川竹荪、七佛贡茶等特色产业外又一个响亮的品牌。(忠农)

南充仪陇胭脂萝卜通过国家地标评审

7月24日,记者从仪陇县政府获悉,日前,在北京召开的仪陇胭脂萝卜申请国家地理标志产品保护技术评审会中,仪陇胭脂萝卜获得国家质检总局与省质监局领导、专家组同意,成为国家地理标志保护产品。

据了解,目前仪陇县国家地理标志保护产品还有仪陇大山香瓜、仪陇南瓜、国家地理标志保护产品数量达到3个,是南充市国家地理标志保护产品数量最多的县。(吴家玺)