

第 1 期
2014. 1
(总第 111 期)

佛山市纺织丝绸学会举行理事扩大 暨专家库成立会议

2014 年 1 月 10 日上午,佛山市纺织丝绸学会理事扩大暨专家库成立会议在高明区召开。学会理事、专家库专家及有关领导、嘉宾 50 多人参加了会议。

佛山市科协主席黄文、学会部主任科员陈峰登、广东省纺织协会副秘书长杨丽、刘英丹、广东省纺织工程学会张志明部长等应邀出席了会议。

吴浩亮理事长作工作报告,他总结了学会 2013 年度的工作。

吴浩亮首先介绍了 2013 年我市纺织服装行业完成的的经济指标。2013 年 1-11 月份,我市纺织服装行业完成工业总产值 1001.99 亿元,同比增长 16.2%;其中:纺织 663.24 亿元,同比增长 20.4%;服装 318.72 亿元,同比增长 11.8%;化纤 20.3 亿元,同比增长 8.7%。实现出口 30.8578 亿美元,同比增长 10.53%。其中:纺织 11.9577 亿美元,同比增长 3.7%,服装 18.9011 亿美元,同比增长 15.3%。纺织服装行业的增长幅度虽然下降,但在全市的工业总产值增长排名中仍处在前列位置。整个行业总体保持平稳。

吴浩亮说,回顾今年以来,我市的纺织服装企业,特别是许多小微企业陷入了极度困难,停产、开工不足比较普遍;各区专业镇纺织服装企业不同时期、不同程度的发生开工不足的现象。在生产要素成本方面,原材料、能源、用工等有不同程度的上升;缺工、节能、环保压力不断增大。

面对这种严峻环境,业界加快了纺织服装行业的转型升级步伐,主动寻找和开拓国内外市场,积极应对国内外技术和环保壁垒。不断开发新产品、新技术,积极提升产品质量,降低生产成本,努力增强产品竞争力,尽快走出困境。

2013 年,学会全力配合企业的转型升级,积极参与企业的技术改造项目、企业能源审核、企业清洁生产审核、技术培训、职称评审、新技术新标准宣贯推广等,为行业的转型升级做出贡献。

吴浩亮对 2014 年纺织服装业的经济形势做出了基本估计。2014 年纺织服装行业的整体经济形势仍然不乐观,国内外市场需求不旺及竞争惨烈的状况不会改变。生产要素价格将继续上升,特别是缺工问题、用工成本上升问题仍将极大威胁企业的生存发展。为了突破严峻的经营困局,除了加大产品开发力度、创新营销模式、优化企业管理、节能减排加降低成本,企业别无选择。

吴浩亮对学会 2014 年的工作提出了工作部署。

他说,2014 年,行业在创新营销模式、发展电子商务,加大市场开拓市场力度、节能减排等方面将是工作的重头戏。我会将围绕行业的工作重点,继续在重点技术改造项目设计与申报、企业能源审核、企业清洁生产审核、技术培训、职称评审、新技术新标准宣贯推广等方面发挥作用,为行业发展贡献力量。

学会将做好如下工作:

1、积极配合企业做好节能减排工作。我们计划举办“纺织服装节能减排适用技术推广培训班”,提高企业有关主管人员的能源管理能力。

2、在印染污泥焚烧技术在三水大塘和顺德金纺公司成功实施的基础上,做好印染污泥焚烧工艺技术产业化推广工作;计划举办“印染污泥焚烧技术优化研讨会”,组织在用企业、有实施意向企业与中科院专家进行技术交流。

3、继续加大关于电子商务知识的推介宣传和培训,重点做好企业老板、高中层管理人员关于电子商务知识、企业营销新模式战略策划的宣贯和培训。计划继续举办“电子商务和企业营销模式创新系列培训班”。与行业协会一起搭建电子商务平台。

重点组织一次纺织服装行业电子商务高妍班。

4、继续加强国际贸易壁垒问题的分析研究，推动相关出口知识的普及，促进佛山市纺织服装出口的稳健发展。2014年继续举办纺织服装标准、出口认证、生态纺织品认证等系列培训。

5、继续做好职称评审工作，出版2012-2013年度论文集，并做好优秀论文的评审和推荐工作。

6、积极参与已经启动的佛山市纺织服装专业市场建设活动，发动广大专业人员贡献智慧力量。

7、深入企业听取意见，细致掌握企业的技术需求及工程技术人员的诉求，为学会工作提供依据。要扎实将学会工作贯彻到为企业服务、为专业技术人员服务的轨道上来。

8、完善纺织丝绸专家库建设，探讨发挥专家为社会服务的新模式。（学会）

佛山市纺服协举行会长扩大会议

佛山市纺织服装行业协会会长扩大会议于1月23日下午在禅城区举行。市协会的会长、副会长、监事长，各区、专业镇纺织协会的会长、秘书长出席了会议。广东省纺织协会秘书长陈茜薇应邀出席了扩大会议。

常务副会长兼秘书长吴浩亮主持会议，陈树彬会长向会议作了协会工作报告，欧阳永逢监事长作了财务报告。

省人大代表刘必胜副会长传达了刚闭幕的广东省人大会议的精神及安东尼公司转型升级的经验；陈树彬会长介绍了西樵新国际轻纺城项目的情况。

会议表决通过了关于增补大唐实业集团（控股）有限公司为副会长单位、佛山标美服饰有限公司为理事单位的决议。

陈茜薇通报了与省环保厅就新的染整污染物排放标准有关问题进行沟通的情况，并提请各区、镇纺织集中污水处理厂抓紧向当地环保部门提出有关的申请。（协会）

西樵 50 亿元打造国际轻纺城

面积近千亩，定位为集科研、创意功能的专业市场和总部型企业基地

1月10日，在龙湾大桥与广明高速包夹着的地块上，挖掘机正在作业填土。这个全国纺织名镇西樵的东部新城区域“圆点”，即将兴起一座近千亩的国际轻纺城。

“新轻纺城标准非常高，与旧轻纺城完全不同。”西樵镇镇委书记梁全财说。据了解，新国际轻纺城计划与佛山市纺织服装行业协会合作，整合佛山全市纺织服装资源，不仅是专业市场，更定位总部型企业基地、科研产业基地、研发创意基地。

根据规划，轻纺城内将集原料、面料、服装、家纺、配件、加工、仓储物流和商务办公、产品展示、金融服务、电子商务、商业服务等于一体，并打破传统的档口式销售，形成以电子商务为核心的销售模式。

昨日，在西樵镇第六届人代会四次会议上，镇长黄颂华透露，该镇还将建设西樵纺织产业集群电子商务服务平台、西樵服装研发制版中心，深化纺织产业公共服务平台。

纺织产业是西樵镇传统支柱产业，现有广东轻纺城建成于1997年，内有商铺3000多间，销售产品和服务涵盖服装面料、家纺布料、纺织原材料、家饰设计制作、物流货运等。但由于产品档次不一，交易附加值不高。

2013年交易数据显示，旧轻纺城市场交易额和物流累计发出量均有不同程度下滑，略显疲态。“商铺比较低矮，分区不明确，配套不完善”，西樵业内人士认为，作为华南三大纺织贸易基地，西樵旧轻纺城销售模式传统，发展速度较慢，并没有完全发挥市场号召力。

近几年，西樵一直在考虑轻纺城出路，探讨新城建设开启专业镇的新型产业化之路。随着龙湾大桥等系列交通路网完善，广东商品国际采购中心、佛山商品国际采购中心的建设，新国际轻纺城建设终于有了时间表。（佛山日报）

均安 推动区域品牌建设

1月10日，均安镇召开全镇工作大会。该镇镇委书记谢福荣表示，均安传统产业牛仔服装行业实现整体提升，自主创新能力得到加强。下一步还将推动区域品牌建设。

去年，均安通过发挥广东省均安牛仔服装研究院在技术研发、产品检测、人才培养等方面的作用，为牛仔服装产业升级提供有力支撑。此外，还加速了制造业智能化升级和设备的更新换代，例如成功举办第六届均安国际牛仔博览会，爱斯达“智能裁缝”实现网上销售与生产自动化对接。另外，还有5家服装企业成功申报省著名商标和省名牌产品。

下一步，均安将进一步加速产业升级，推动牛仔服装产业加快向研发设计、智能制造、网络销售

等产业链条高端升级，并推动新能源、新材料、智能家电等新兴产业比重提高，通过日渐提升的区位优势引入更多优质项目。（佛山日报）

广发行支持西樵纺织业发展

与南海区纺织行业协会签订战略合作协议

近日，在南海区纺织行业协会举办的 2013 年会员大会上，广发银行佛山分行潘智副行长代表佛山分行与该行业协会签订了战略合作协议，明确该行未来将在信贷资源上给予该行业协会一定倾斜，以更好扶持西樵纺织产业发展。

会上，广发相关负责人向纺织企业主介绍了该行针对纺织行业设备升级需求而推出的“设备贷”专项融资服务方案，其具有银行贷款利息优惠，政府参与贴息，企业还贷方式灵活。在这套方案下政府贴息部分将占全部利息的 20%，企业可以直接利用生产设备进行抵押，还可以自主选择每年返利或不满一年结清返利。

广发银行佛山分行与南海纺织协会有着长期的合作基础，在此之前，双方的合作模式已经获得了当地政府、监管机构以及中国纺织工业联合会等组织及机构的认可。此协议的签订，将极大地满足西樵纺织设备升级改造需求，进一步加强银企合作，促进南海区纺织行业发展。（广州日报）

盐步内衣：南海首个产业联盟

14 家企业出资 380 万元成立联盟公司，
采取市场化运作

1 月 6 日，南海盐步内衣产业以市场化实体运作的方式，走上了一条全新的产业联盟之路：由 14 家企业出资 380 万元成立联盟公司。作为南海首个产业联盟试点，将创建全国知名品牌示范区。

联盟公司获 110 亿元银行授信

当日，奥丽侬、新怡、枫莲等 14 家盐步内衣产业链骨干企业共同出资 380 万元，成立联盟公司并选举产生公司董事会。

“联盟不同于行业协会，将聘请职业经理人和组建专业团队运营，通过市场化运作推动产业抱团发展，做协会所做不到的事情。”奥丽侬内衣有限公司董事长何炳祥成为联盟公司新任董事长，他表示联盟公司启动后，将在品牌推广、行业标准制定、资本融资、技术研发、公共服务和市场营销 6 大方面推动内衣产业联盟发展，建立电子商务公共服务

平台、产品检测公共平台以及组建行业性担保公司等均列入了联盟公司的运作计划中。

现场，联盟公司一启动就与南海农商银行、中国光大银行佛山分行分别签订了合作协议，获得了银行超过 110 亿元的授信额度，帮助解决企业融资难题。同时，联盟公司也与骏朗会计师事务所、南天明律师事务所以及南海区上市快车 1+1 企业服务中心、南海移动、盐步职业技术学校和广佛智城等多家单位签订了协议，将在企业服务、资本运作、人才培养以及电商等方面展开战略合作，通过市场化运作真正踏上产业联盟之路。

“如争取成立国家级产品检测中心后，对企业的检测认证会收取一定的费用，通过实体公司去运作公共服务平台。”何炳祥说，联盟公司完全是自负盈亏，将通过市场化运作去开拓贴近企业服务。

联盟形式将推广到其他行业

事实上，盐步内衣作为全国中高档品牌内衣产业集群，现有内衣企业 400 多家，但存在创新能力不足、市场渠道不宽以及资金不足等问题，不少企业对联盟充满了期盼。

“之前曾由于供货方利益协调问题造成货品供货不足，不得不放弃策划了很久的一场电商销售活动。”姐妹花内衣董事长潘楚文至今还记得这件憾事。他坦言内衣行业品牌推广渠道单一，存在单打独斗的情况，联盟公司成立电子商务运营部将能整合各方资源，以专业的营销团队为盐步内衣品牌推广开拓新途径。而借助联盟公司资源，明年姐妹花欲在南海率先开展流水线新技术工艺的研发，“从原来 50 件一箱的小流水线革新为单件精益化生产，国内一线品牌都已在试水。”

“企业要抢占市场研发投入就大，融资是我们最大的门槛。”凯思芬内衣是一家经营了 3 年的企业，年销售额约 6000 万元，其创始人黄秀莲说，不少小微企业是租地经营，无法进行抵押贷款，也没有能力投入建立大型研发平台，联盟在融资和技术研发上的公共服务，对其吸引力最大。

“从竞争走向合作联盟，一家企业单打独斗的时代已经过去了。”大沥镇党委委员、副镇长盘石说，盐步内衣产业联盟通过市场化运作，将吸引电商等产业上下游企业，在联盟内部实现资源的最佳整合和配置，推动形成盐步内衣全产业链。“未来还将探索以资本为纽带，组建联盟股份子公司，重构盐步内衣产业商业模式。”

此外，在南海提出的“三为主”战略中，想要以产业联盟推动传统产业转型，而盐步内衣产业联盟作为南海首个产业联盟，同时也是我市首个传统产业联盟，当日授牌成为南海产业联盟试点，并获得政府50万元的扶持资金。

南海区常委梁耀斌说，盐步内衣通过联盟将整合全国甚至国际资源，创建全国知名品牌示范区和全国性产业集聚高地，以该联盟为试点，南海还将在纺织、铝型材、LED新光源以及五金等行业建立产业联盟。

据悉，盐步内衣创建全国知名品牌示范区目前已通过国家初审，有望于今年8月授牌。（佛山日报）

禅城欲布局四大园区转型童装

纺织服装（童装）产业发展指导意见稿发布，
征求公众意见

1月6日，禅城区发布《纺织服装（童装）产业发展指导意见》向社会征求意见。

根据《意见》，禅城将打造四大主题产业园区、一个交易平台和一个产业街区，引进科技、文化等时尚元素，做强研发设计、品牌营销，做精制造环节，加快纺织服装（童装）产业向时尚创意产业转型。该《意见》即日起至2月6日征求公众意见。

建主题产业园区集聚发展

目前禅城区的张槎和祖庙辖区拥有相对集中的纺织服装（童装）工业园区20多个，厂房面积700多万平方米，基本上是依托村组物业建成，园区规模小、管理不规范、布局分散。禅城拟整合两街道的纺织服装、童装资源，建设四大主题产业园区。

其中，改造提升张槎街道和盛针织工业园，淘汰低端生产环节，引入总部、研发、设计、电子商务等业态，打造总占地约1370亩的“佛山时尚产业园”。而东成立亿工业园将提升改造为东成立亿企业总部基地。

“童梦天下”儿童产业创新基地项目则将打造华南地区最大的儿童产业聚集地，集儿童游乐世界、童装批发市场、儿童主题商场、儿童产品设计中心、儿童产品电商平台、中国童装交易指数发布中心为一体。

祖庙街道格沙童服城也将获得改造提升，计划保留原有优质童装企业和童装产业链高附加值环节，引入商务会展、文化创意、产业孵化、电子商务等业态，打造集童装设计、研发、展示、主题专卖等一体的高端童装产业园区以及创意办公和商业街区。

交易展示平台促行业创新

缺乏规范统一的交易和展示平台、中小企业公

共创新服务平台造血功能不足，也让禅城针织服装行业受到影响力和品牌效应无法整体展现和持续发展的限制。

《意见》提出，拟依托位于张槎白泥村，张槎路、玉带路、塍沙路之间的“西城2.3”国际纺织创新基地项目，打造全球棉纱营销总部、辅料和机械配件交易中心。该项目占地约160亩。而张槎街道塍沙路沿线、轻工路沿线则布局针织服装产业服务要素，打造针织服装产业服务街区，加大区域品牌、著名商标、企业品牌的宣传。项目将集品牌展示、信息发布、宣传推广等功能于一体，举办中国针织服装（童装）流行趋势发布，打造针织服装（童装）时尚潮流之都、集聚国际国内一流设计师的灵感创意梦工场。（佛山日报）

禅城打造佛山网货营销中心

新迁入电商企业最高奖100万元

2013年，禅城区电子商务市场交易额突破420亿元，比去年增长约20%。上周六，禅城区电子商务行业协会成立暨新媒体园扩园签约仪式在佛山国家火炬创新创业园举行，相关负责人表示要把禅城区打造为佛山网货营销中心。同时，禅城区设立电子商务产业发展专项资金，对符合条件的新设立或新迁入电子商务企业，给予一次性落户最高100万元的奖励。

电商交易额年增两成

中国电子商务研究中心监测数据显示，去年佛山禅城区电子商务市场交易额突破420亿元，比上年增长约20%；其中，B2B交易额约365亿元，B2C与C2C网购交易额约55亿元。

与电商成交额增加相对应，电商份额占整个销售份额的比例却极低。据了解，佛山工业总产值在全国大中城市中排名第5，电子商务份额却只占了佛山企业整个销售额的4%。

相关负责人表示，禅城区张槎街道聚集了电商企业300余家，已形成多个专业电商集聚的产业载体，并引入了“世纪互联”、“广东广电集团”等三大云计算数据中心，而打造“高端化、总部型、集群化”的都市型产业体系则是禅西未来的发展方向。

新迁入电商最高奖百万

为支持电商发展，禅城区已于近日设立电子商务产业发展专项资金，对经认定的电子商务产业载体和电子商务企业采取补贴、贴息、奖励3类资助方式进行扶持奖励。

禅城区经促局有关负责人介绍，专项资金扶持周

期为3年,从引进优势电子商务企业、促进电子商务企业发展壮大、扶持电子商务企业应用创新、培育电子商务产业发展环境等部分制定扶持政策。以落户奖励为例,符合条件的新设立或新迁入电子商务企业,给予一次性落户奖励,按实际到位的注册金额的2%予以奖励,单个企业最高奖励不超100万元。同时,电商企业的高管人员、核心技术人员等,每年按其上缴个人所得税地方留成部分的50%给予奖励。(广州日报)

香港时装周难觅佛企身影

内地展商八成来自浙江,

佛山纺企品牌化升级迫在眉睫

13日开幕的第四十五届香港时装周,吸引佛山纺织行业80余位企业家组团观展。在号称“亚洲最大时装周”上,来自世界各地的商家前来参展,中国内地的多家企业也在这里推介自己。然而记者发现,此次时装周的参展商中,并未出现佛山企业的身影。

据了解,佛山企业对参展之所以不感兴趣,除了销售结构带来的变化之外,还有长期以来形成的企业品牌发展模式内在驱动所致。随着长三角地区乃至广大内地纺织行业的崛起,佛山纺企在发展企业品牌做好代加工的同时,更需推广自主产品的品牌,并和企业品牌相融合。

参展商中难觅佛企身影

前日,佛山市纺织服装行业协会组织80余位企业家集中赴港观展,学习、了解世界最新潮的布料及设计理念。中国内地也有多家企业参展,然而与往常广东企业积极参展形成明显对比的是,本次时装周上来自广东的企业并不多。

记者一一核对展会上中国内地参展商名单发现,此次香港时装周中,来自内地的企业共有318家,其中广东企业只有10-15家,多数来自广州、东莞、潮汕等地区。记者走遍展馆全场,并和市纺织协会相关人员确认,未在参展商中“捕捉”到佛企踪迹。

与广东纺企参展热情低相比,来自浙江和福建的参展商在来自内地的企业中占据了绝大部分。经记者粗略统计,浙江企业占到中国内地参展企业数量的80%左右,此外还有部分企业来自江苏、安徽、四川等地,展馆内更是悬挂了标注着中国杭州、中国宁波、中国泉州等地名的招牌,吸引不少国内外的买家前来观看。

参展“两重天”仅因政府补贴?

对于这样的现象,众多企业家及纺织行业业内

人士均称“不奇怪”。他们表示,这样的现象早已不是第一次,据了解,在2012年和2013年,参加当年香港时装节的佛山企业分别为9家、3家。

据悉,香港时装周每个9平方米的标准展位,费用约为5000美元。杭州宝力服饰有限公司工作人员刘承亮说:“我们在积极推广品牌的同时,也得到了政府的补贴,这样的事情企业当然乐意。”而佛山企业参加香港时装周并没有这样的补贴。但佛山市纺织服装行业协会秘书长吴浩亮认为,这样的区别不仅仅是政府补贴所致,更多的是销售结构转变带来企业内在需求的变更。

2013年佛山纺织行业产品出口额增长为13%,但这样的增长并不意味着国外市场的复苏。“内销要占到企业销售的六成以上。”吴浩亮表示,国外市场的不景气使得历来把目光投向海外的广东企业转为内销,而香港时装周的观展商以海外居多,使得佛山企业对此不感兴趣。

纺企品牌有短板

外贸形势的不景气和生产成本的上升,让佛山纺企感到没有动力去做推介。华纺隆纺织品贸易有限公司总经理杨耀波说,自己去年一直在到处观展、学习,让他感到最大不同的是,以往美国服装市场中“made in China”(中国制造)有九成以上,现在仅仅只有6-7成。“东南亚的生产成本更低,佛山企业如果只是代加工肯定会被冲击。”杨耀波说。

广州协邦网络科技有限公司首席分析师顾冉认为,这一现象背后更深层的原因是佛山乃至珠三角纺织行业长期以来代工生产的内在驱动——代工导致企业没有产品品牌。

随着长三角纺织行业通过推广自主品牌而崛起,佛山纺企也积极通过发展自主品牌去占有市场。“代加工使得一批企业发展,他们在力推企业品牌,客户资源具有一定的稳定性。而企业做产品品牌却因产品周期带来不稳定,但这样获利较大。”吴浩亮表示,未来品牌发展的趋势要把企业品牌和产品品牌相融合。(佛山日报)

去年佛山外贸进出口温和增长

记者1月15日从佛山海关获悉,海关最新年度数据显示,到2013年末,佛山外贸进出口扭转持续大半年的低迷态势,全年进出口同比增4.7%,呈现温和增长。但增速在广东省排名靠后,外贸进出口依然形势严峻。

据最新海关统计,2013年佛山外贸进出口总值为

3965.6 亿元人民币，扣除汇率因素同比增长 4.7%。其中，出口 2638.3 亿元人民币，增长 5.9%，低于广东省出口增速 5 个百分点；进口 1327.3 亿元人民币，增长 2.4%，低于广东省进口增速 8.6 个百分点。

过去一年佛山外贸整体呈现几大特点：一般贸易和加工贸易累计进出口均温和增长；外商投资企业进出口小幅下滑，国有企业进出口微增，私营企业增势良好；机电产品出口低迷，高新技术产品降幅较大，主要劳动密集型产品出口保持良好增长势头；机电产品和高新技术产品进口下降幅度超过 10%。

综观 2013 年全年，佛山五区外贸呈现“涨跌不一”态势。顺德区和高明区保持较快增长，南海区和三水区小幅增长，禅城区则表现低迷。其中，顺德进出口 243.4 亿美元，增长 10.5%；南海进出口 207.9 亿美元，增长 5.1%；禅城进出口 142.5 亿美元，下降 5.3%；高明进出口 22.7 亿美元，增长 13.4%；三水进出口 22.9 亿美元，增长 4.1%。（佛山日报）

浙江洲泉 5 家蚕丝被企业抱团 试水电子商务

1 月 11 日，浙江桐乡洲泉蚕丝被电子商务抱团上线仪式暨洲泉蚕丝被七星等级标准发布会举行。来自洲泉镇的钱皇、蚕缘、腾飞、强盛、安顺等 5 家规模以上企业签署了入驻洲泉蚕丝被电子商务平台的合作协议。同时，在桐乡市工商局、市商务局、市质监局等部门的主导下，这 5 家企业首次根据蚕丝原料、蚕丝被被面和蚕丝被制作工艺，把蚕丝被划分为七星等级。当地政府希望借助电子商务这个平台，打击不规范的网络售假现象，带动洲泉蚕丝被的品牌建设，扩大市场占有率，将洲泉蚕丝被产业做大做强。

桐乡洲泉作为中国蚕丝被行业风向标性的产地，具有上千年的植桑养蚕历史，家家会缫丝，户户会做被。据统计，2013 年，洲泉镇蚕丝被企业 300 余家，行业产值超 50 亿元，总产量约占全国的近 1/2，其中规模以上企业 15 家。虽然洲泉蚕丝被产业有历史渊源，有产地、技术、集群优势，但缺乏知名品牌的创建和营销模式的创新，大多数企业仍以家族作业、家族传承为主。据钱皇蚕丝被有限公司 CEO 张健介绍，目前蚕丝被行业普遍存在缺乏龙头企业、资本集中度低、企业规模小、品牌意识淡薄、生产规模分散的现象。在行业中，还没有一个在全国领军的大品牌，多以地域性品牌为主，年产值过亿的企业更是凤毛麟角。

张健表示，现在，洲泉部分企业仍以贴牌代工为主，这些单打独斗、小规模生产的企业使洲泉蚕丝被业难以形成规模与“气候”，难以应对各种外界变化，对外开拓市场能力也很有限。目前几乎所有的国际家纺大品牌都在洲泉做加工贴牌，但洲泉本土品牌却在缓慢发展。随着电子商务的飞速发展，蚕丝被这个传统产业受到越来越大的冲击，无品牌影响力的企业很难在线上线下获得消费者的认可。

于是，在经过对企业诚信、产品品质、生产能力、品牌影响力等多个因素的综合评定后，5 家企业成为洲泉蚕丝被电子商务平台的第一批成员。据了解，入驻这一平台的品牌商要与洲泉蚕丝被平台签订 4 份合同：供货合同、30 日新品试用协议、4 年翻新协议、质保协议（合格品：5 年质保；一等品：10 年质保；优等品：20 年质保）。桐乡市质监局将对厂商提供的产品进行不定期抽检，同时，每一批次的货品都将抽样送至国家检测中心检测，以确保产品质量。同时，在洲泉蚕丝被电子商务平台上销售的每件产品都贴有星级标准，每个星级的产品对应不同的价格。为保证售出的每件产品都是正品、合格品，洲泉蚕丝被电子商务平台为每条出售的蚕丝被进行质量保险，一旦消费者发现购买的蚕丝被有假，保险公司将会对其进行理赔。

在洲泉电子商务平台运作初期，会采取与各大电商合作的方式，目前已与天猫、京东、1 号店、当当等电商巨头沟通完毕，并定于 1 月 18 日正式上线运营。平台负责人表示，未来也打算与 eBay、亚马逊等国际电商合作，考虑几年内在亚马逊建立仓库。他们希望通过这个具有中国符号意义的行业与电商的结合，带动上下游企业共同发展，将洲泉蚕丝被产业做到百亿元规模，同时打响洲泉蚕丝被区域品牌。（中国纺织报）

服装行业如何运作 O2O 底层变革？

在服装行业，O2O 不再只是概念。2012 年双 11 当日，女装品牌歌莉娅发现移动端流量占比达到 20%。这一数字触动了整个集团，内部发出这样的声音——未来一定是移动互联网时代。

当 O2O 提升至公司层面后，内部开始进行探索。2013 年下半年，歌莉娅启动了与微信微购物的合作。近期，歌莉娅也正在与微淘平台对接。

歌莉娅是看到服装 O2O 大潮的一员。走在更前面的是绫致集团。绫致在全国 66 个门店试点微购物，3 个月带来了 1000 万元销量。据悉，GXG、欧

时力等多家服装品牌将在今年第一季度集体上线 O2O 项目。

O2O 不仅是线上线下导流、线上购物线下取货那样简单。要实现用户随时随地购物，需要的是一整套底层的变革：组织架构调整、全公司的 ERP 系统、线上线下货品打通、一整套物流体系。

变革前夜

在 O2O 前夜，不少服装公司已经开始组织结构、后台系统调整。

组织架构上，美特斯邦威成立了专门的 O2O 项目组，整个集团在推进 O2O。GXG 公司也专门成立了 O2O 部门，与线下协作来推进 O2O 战略。

但不是成立 O2O 部门这样简单。要实现 O2O，背后涉及到更加庞杂的组织架构、IT 系统调整。

首先，组织架构调整。当前，大部分服装公司的电商与线下门店是两个独立的部门，分别完成销售工作，这种组织结构是基于 PC 端电商与线下店铺的差异。但随着智能手机的出现，PC 端电商与线下店有了无缝连接的渠道——手机。

歌莉娅电子商务运营总监黄鑫认为，未来必须打破泾渭分明的组织结构，线上线下销售渠道将不再分离。PC 端、线下店、手机端将合并为统一的销售渠道，信息流、物流将统筹到信息中心，由信息中心协调销售完成。

第二，信息系统改造。当前，大部分服装公司线下店 ERP 与电商 ERP 独立存在，要实现 O2O，需要建立公司级别的 ERP 系统，将线上、线下和手机端信息流、资金流、货品打通。

“以前线上卖库存，线下卖新品，现在货品要打通、会员要打通，否则 O2O 就是停留在表面。如果自己基础建设没做好，外部怎么推也没有意义。” GXG 电商总监吴磊说。

第三，物流体系也将发生变化。“以前，大部分服装公司线上线下商品是割裂的状态，由不同的仓储发货。未来，不管是线上电商、线下店面还是手机端，都将是统一的一盘货，不再是分割的物流体系。”黄鑫说。

但上述改造并不容易。吴磊表示，GXG 正在进行系统打通、线上线下业务打通工作，预计需要半年到 1 年的时间。黄鑫表示，当前歌莉娅线上线下系统尚未完全打通，预计上线公司级的 ERP 至少需要一年的时间。

电子商务代运营公司瑞金麟所代理的服装公司中，30% 的客户已经开始了 O2O 的实际尝试，其

他公司也都开始研究或表示出明确兴趣。

瑞金麟相关负责人算了这样一笔账，假设一家服装公司有 1000 家线下门店，每个门店乐观估计 1 天可以完成部署、培训并能够熟练使用，至少需要 1000 人日的工作量。这还没有计算其他的业务系统、整体架构搭建以及必要的对接。“因此，如果追求完美，企业整体信息化系统改造至少需要 1-3 年才能初具规模。”

“服装公司在信息化系统改造的同时，可以先根据自身情况制定短期可以跑起来的 O2O 方案，然后随着信息化系统改造的不断深入逐步将 O2O 深化。比如借助微信等平台，快速布局 O2O 业务。”上述人士称。

微购物与微淘打法不同

服装行业在 O2O 领域开始探索，与互联网平台的推动有关。去年下半年，微信上线微购物、手机淘宝推出微淘，与服装公司共同探索 O2O 模式。

臻致集团是借助微购物探索 O2O 的代表，已经在全国 66 家线下店试点。歌莉娅 2013 年底开始启动微购物，今年上半年将在全国新一线城市（成都、西安、南京、杭州、沈阳、武汉）线下店面实验，目前也正在与微淘平台对接。GXG 也在同步尝试微购物、微淘。

微购物运营负责张涛透露，今年第一季度，将有大批服装公司集体上线微购物，目前正在进行系统对接。

虽然微购物、微淘大的方向相同，但底层、突破方式不同。

微购物的突破口是解决服装品牌线下门店缺货的问题。“服装行业大量商品是快时尚，拥有很少的库存，因此每个门店都有商品缺货断码的问题，这是 O2O 最好的介入点。”微购物运营负责人张涛说。

例如，当全部商品数字化后（即每个商品出厂时支持扫二维码或条码，扫描后连接到微购物，展示出相应的搭配），所有的商品都将是云端商品，如果用户想购买的商品无货或断码，可以从其他店面发货。

“我们不完全是做电商，而是帮零售做一套基于微信的解决方案。传统电商一定是个中心，商户过来购买流量。微购物没有中心，而是一套工具，门店就是中心。”张涛说。

一位服装公司 O2O 负责人认为，微购物与微淘打法不同，微信更多是从线下到线上，微淘更多是从线上到线下。“微购物以解决缺货断码问题作为突破口。

微淘起步稍晚一点，什么突破口还不清晰。”

“客户总量微信更多一些，消费用户阿里更多一些。微淘底层是手机淘宝，我们在手机淘宝的流量占比 30%；微购物是从线下反推线上。目前没法用交易量去权衡哪个渠道好，关键看用户更习惯哪种方式，我们尊重消费者。”上述人士说。

黄鑫表示，歌莉娅采取的是小范围试错战略，会在不同的区域去实验哪种 O2O 模型更适合自身，并由此来带动 IT 系统、组织结构、物流的变化。

“小范围试错的好处是学习成本低、速度快。当确定一种模式后，可以覆盖到全国。”黄鑫说。

操作上的挑战

除了上文提到的组织架构、IT 系统、物流改造，在操作层面，服装公司也面临着大量工作。

首先是商品数字化。商品出厂时，条码或二维码需要支持移动端应用如微信（或微淘）扫描。与之对应的是，这些商品需要拍照，并给出相应的搭配。用户在线下扫码后，将连接到线上的该商品及搭配。

黄鑫表示，歌莉娅计划于今年下半年支持全部商品扫码。从技术角度，微信、微淘都可以进行扫描。

第二是要建立适合自身的订单流转机制、结算规则。例如，用户在 A 店想购买一款产品，A 店无货，需要从 B 店调货，业绩归于 B 店，或者 A 店与 B 店之间设定分成比例。

歌莉娅探索的做法是，如果 A 店无货，首先由区域仓发货。如果区域仓无货，从 B 店调货，销售归于 A 店。“在利益分配上，每家都不太相同，都在探索，我们还在小范围实验，也要考虑到对导购员的激励。”

“对于服装行业，最重要的是售罄率和货品周转率。O2O 更大的魅力在于，打通了信息流，基于全货品流动的数据，在正常货品销售、清理尾货的时候，把对应的资源投在对应的渠道，让商品高效率流转。”黄鑫说。

难点在于整合加盟商。微购物运营负责人张涛说，直营店与微购物系统对接需要 2-3 个月时间。

“自营与代理商系统兼容起来难，今年我们把直营店做好就已经很不错了。”

吴磊表示，GXG 初期是做自营店面和线上打通，打通加盟商是第二期做的事。黄鑫也表示，歌莉娅采取三步走战略，第一步在自营店铺小范围实验，去验证后台系统、组织架构、O2O 模型的合理性，第二步将适合的系统扩展到全国直营店，第三步考虑覆盖加盟商。“现在还是第一步。”（腾讯网）

◆◆会员企业介绍

佛山标美服饰有限公司

佛山标美服饰有限公司，成立于 2001 年 3 月，坐落在中国内衣名镇——广东省佛山市南海盐步。是一家集研发、设计、生产、销售为一体的大型内衣、服饰企业，专业生产各式男女性内衣、内裤、泳装、塑身衣、针织时尚休闲服饰、家居服、情侣服饰、亲子服饰等系列产品，并成功推出自己的“加贝丽”品牌。公司还拥有自主国际品牌 INT.L MILAN，产品出口欧洲，美洲等多个国家和地区，倍受消费者和客户的青睐。

公司秉承“诚信、务实、开拓、创新”的经营理念，稳步经营，已发展到现有职工 1000 余人，先进的专业生产设备 800 多台，流水线一条龙作业，拥有现代化中央空调厂房 20000 平方米。公司创办以来，不断的投入资金引进先进的技术、设备和优秀人才，公司产品紧跟世界潮流、引领时尚消费奠定了坚实的基础。曾为欧美市场多个内衣品牌做 OEM 和 ODM，积累了丰富的生产经验和雄厚的技术力量。

公司注重管理改善和企业文化建设，建立了高效规范的经营管理体系，如：发展战略管理体系、品牌营销管理体系、国际贸易管理体系、精益生产管理体系、外协加工管理体系、技术研发管理体系、质量保障管理体系、物流配送管理体系、人力资源运作管理体系、财务审计管理体系等。取得了欧洲信息中心注册供应商资格，顺利通过 ISO9001 和 ISO14001 质量环境体系双认证。

其中，在人力资源管理方面，公司视人力资源为第一资源、人才为企业最大的财富。公司创办了自己的商学院——“标美商学院”，不定期邀请国内知名专家、教授为企业职工授课，为职工的职业生涯发展提供广阔的空间。

公司名称：佛山标美服饰有限公司 FOSHAN BIAOMEI FASHION CO., LTD

公司地址：佛山市南海区盐步联安大道 89 号

公司电话：+86-757-88567888

公司传真：+86-757-81100236

公司网站：<http://www.biaomei.cc/>

E-mail：liu3555@fsyunfang.com

大唐实业集团（控股）有限公司

大唐实业集团（控股）有限公司，位于中国面

料名镇、五星级名山——广东省佛山市南海区西樵镇,自 1994 年创建第一家纺织布行,现已发展成为一家专业的、集新材料生产、新面料开发、织造印染、自营销售于一体的、科技绿色环保型纺织企业。公司汇聚了来自五湖四海、具有各种纺织行业专长

的人才 600 多人,旗下公司有佛山市湘隆纺织有限公司、佛山大唐纺织印染服装面料有限公司、佛山市南海区东华纺织有限公司、佛山市南海区卓越纺织有限公司等,其中“大唐印染”品牌在全国纺织专业市场已经是家喻户晓。

佛山市纺织服装行业协会

佛山市纺织丝绸学会

地址:佛山市禅城区汾江中路 20 号电器大厦三楼, 电话:0757-82291324, 传真:0757-82284174

网址: www.fsfzxh.com

电子邮箱: fsfxwhl@163.com