

第 2 期  
2016. 02  
(总第 136 期)

## 我市纺企节后开工情况基本良好

送走了艰难的羊年，我们期盼生气勃勃的猴年。猴年春节后企业的开工情况如何，牵动着业者的心。

综合来自业界的信息，我市纺企春节后的开工情况基本良好。

不少的企业在年初八到十五期间开工，个别企业在年初四就开门营运；部分企业要晚于十五才鸣炮动工。服装企业普遍比纺织企业晚开工。

鸣鞭炮、舞狮子、派红包、吃开年饭、开大会，吉祥红火的场面在业界到处可见。业者面对严峻的经济环境，仍然憧憬着生气勃勃的猴年，大家期盼大圣爷给带来好运。

据了解，今年企业开工时的员工到岗率基本正常，部分企业的员工到岗率较高，达 90% 多。缺工及招工难情况有所缓解。纱线、染料、燃料等生产资料价格在低位运行，有利于降低生产成本。但是，除少数大中企业外，订单情况特别是中远期订单的情况不容乐观。

不少的业者对猴年的经营前景不持乐观态度。但是，他们表示会加倍努力迎接困难的挑战。部分企业已经表示要在新的一年计划加大技术改造、市场开拓、产品研发的力度，争取在困境中突出重围。

我们有理由相信，坚韧、务实、敢于拼搏的佛山纺织企业家们，将在猴年开创一片新天地。（协会）

## 三水佳利达入围广东省科技二等奖

根据佛山日报报导，全省创新驱动发展大会 2 月 16 日在广州召开，佛山 27 个企事业单位的 21 个科技创新项目获省科技奖，获奖数居全省各省市第二，收获开年“大红包”。

佛山在本届广东省科学技术奖中共有二等奖 6 项，三等奖 15 项，获奖数量居全省第二位。获奖

项目涵盖了装备制造、电子信息、新材料、新能源、社会民生等领域。获奖项目中，企业独立承担或参与完成的有 16 项，占全市获奖项目的 76.2%。本土企业的创新主体地位凸显。

“2015 年，佛山通过大力实施创新驱动发展战略，加快重塑创新体制机制，积极构建创新链、资本链和产业链的深度融合，同时推进实施‘互联网+’行动计划，高新技术企业培育、创新载体建设、研发机构建设等，都取得大跨步发展，为增强企业创新发展的动能，激励企业投身创新创造营造氛围、创造条件，创新成果大量涌现水到渠成。”市科技局局长胡学骏说，目前，全市已建成专注于科技创新的省、市、区各级工程技术研究开发中心 1310 家，拥有的省级工程中心总数全省第二。

由中国科学院广州能源研究所、佛山市佳利达环保科技股份有限公司、广东省生态环境与土壤研究所、佛山市三水中科节能减排研究院合作完成的“纺织印染工业园区‘三废’综合治理技术及应用”入围广东省科技二等奖。（摘录自佛山日报）

## 佛山三水纺织企业佳利达华丽变身为 环保水处理运营商

据南方网 2016 年 1 月 25 日讯 从佳利达纺织染有限公司到佳利达环保科技有限公司，名字的细微差异见证了佳利达在环保产业不断提升的核心竞争力。

从传统纺企华丽转身为环保龙头，正是佳利达的转型历程。“没有污染的产业，只有污染的理念。”佳利达环保科技有限公司董事长姚颖表示，环境保护与产业发展从来就不矛盾，环保产业正是二者融合的结果。

仔细梳理佳利达转型环保运营商所做出的成绩，可以窥视三水绿色经济的脉络。

### 中水回用循环高效

在大塘污水处理厂厂房内的白色大机器旁，佳

利达环保科技有限公司副总经理张良军拿着矿泉水瓶对准开关，水龙头流出的水十分清澈，随后他在笔者面前将矿泉水瓶中的水一饮而尽。谁能想象，这股清水“变身”前，是大塘工业园内 200 多家企业排出的乌黑发臭的工业污水。

集中污水处理、集中供热，负责大塘工业园环保基础设施投资、管理和运营的正是佳利达。

“废水经中水回用工程深加工处理后，可回用于印染企业漂染工序，在有效控制污染物排放总量的同时，实现了水资源的重复利用。”张良军介绍，在经过中水回用系统之后，水体中所有的成分都被过滤，可以直接饮用。“只是里面的矿物质没有了，比纯净水还纯净。”

此外，三水大塘的众多纺织企业全部通过热电厂进行统一供热。对于集中供热带来的好处，张良军介绍说，从节能方面看，热电厂采用大型循环流化床锅炉相比一般小锅炉，热效率高达 20% 以上。按现有规模计算，每日可节约燃煤近 300 吨，“用卡车要装一个车队”。

产业发展与环境保护如何共融？广东开始试点排污权交易，大塘工业园或许是企业排污权交易探索的成功样本。

### 污泥处理后变燃料

在环保业界，污泥处理一直被认为是大难题。可以说，将污泥处理好，污水处理才能真正地无后顾之忧。

2013 年末，由佳利达负责运营的三水污泥集中处置中心成立，该中心日均污泥（含水率 80%）处理能力 480 吨，极大解决了此前困扰三水的污水处理遗留问题。

污泥处理难，难就难在降低含水率。“没有经过处理的污泥，水分占据了绝大部分的体积。”张良军告诉笔者，沉淀后的污泥含水率高达 97%，这就意味着 100 吨的类似污泥中依然含有 97 吨的水。

“造纸厂、印染厂、污水处理厂所制造的污泥量是非常大的，但市场上很多企业污泥的处理最多也只能达到 50% 到 60% 的含水，有的甚至含水高达 80% 到 85%。”姚颖介绍，污泥处理如果依靠填埋，将造成巨大的环保风险。

“我们可以将污泥的含水率降至 10%。”张良军告诉笔者，100 吨含水率 97% 的污泥在经过干化处理后将变为 3.3 吨 10% 含水率的污泥，质量减少 30 倍。

除了从国外引进的先进技术，佳利达还依托已有的热电厂自主研发污泥干化炉。“这可以说是我

们的自主知识产权。”张良军颇有些自豪地告诉笔者，对于 60% 至 80% 含水率的污泥，污泥干化炉只需 5 分钟就能将其降至 10% 含水。

“每一公斤污泥的热值是 1500 大卡，也就相当于 250 克煤。”张良军告诉笔者，经过干化处理的污泥将按照一定比例与煤混合燃烧。张良军说，焚烧不但变废为宝，更重要的是杜绝了填埋可能造成的二次污染。

### 打造河涌治理样板工程

10 公里的大塘涌，承载了姚颖关于河涌治理的梦想，如今，他的梦想变成了现实。站在大塘涌旁，微风吹来，河水清清。而以前，这条河涌浑浊不堪，散发异味。

数据或许更能说明变化。最新的水质监测显示，大塘涌的主要指标除总氮外，基本上达到了地表四类水的标准。而此前这些数据显示水质为劣五类。

岸边，一个方形的水泥池中装着发黑的污水，一个水泵正在将这些污水抽取至污水处理厂。而这也正是大塘涌治理的关键所在。10 公里的河涌两岸共设置了 55 个这样的排污口。这些排污口将原本排放至河涌的污水截留，然后统一抽取至污水处理中心进行集中处理。这些污水在污水处理厂经过一段奇妙旅程后将重新进入大塘涌。

“主干道河水源头的水是干净的，污染主要是来自于各条支流，把这些支流治理好就不担心水质不达标。”姚颖告诉笔者，支流就类似毛细血管，将这些毛细血管净化干净，水质就将有极大提升。

自投 3500 万元治理大塘涌，姚颖的想法就是把它打造成为佳利达河涌治理的样板工程。“先探索出真正能够运用实践的河涌治理模式，如果成功了自然也就是河涌治理领域的‘先行者’，饮到头啖汤。”姚颖透露，大塘涌治理的成功有望让佳利达的环保版图再度扩张。（来源：南方日报）

## 中心城区节后用工调查

传统产业开工时间较往年延后，装备制造

### 返工率高

春节过后，企业和求职者迎来了招工和求职旺季。今年，求职者工作难找吗？工资会涨吗？对比以往，随着经济增速的放缓，禅城节后企业招聘和劳动力市场呈现哪些新的变化呢？

最近，禅城的招聘会一场接一场，禅城区人社局相关负责人介绍，相较于往年，禅城生产一线的普工需求减少，技术含量较高的岗位用工需求有所增加。

笔者走访多个专业市场,调研其开工和招工情况。

“涨薪企业吃不消,不涨薪又怕招不到人”是许多企业对于“招工难”最直观的感受。经济环境下行,人口红利逐渐消失时,很多企业选择断尾求生,无力负担薪资上涨,也没有足够订单“养活”太多工人。另一方面,招聘企业对员工的素质要求也在逐步提高,学历包括技能掌握等方面都要求高了。从求职者方面来说,求职者在禅城找工作不难,但是想找薪酬高、工作环境好、技术含量高的还是有一定难度。

### 陶瓷行业▶▶陶企开工积极性低

猴年正月十五清晨,早高峰还未到来,张健(化名)已经开着车,开启了又一天的Uber司机生涯。搭载着乘客路过佛山大道时,他指向西面叹息,他位于沙岗陶瓷市场的铺面,以及位于南庄的工厂,至今仍未开业。

“今年工人都不愿意回来继续上班了。”张健坦言,受陶瓷市场整体环境影响,去年下半年张健就已经没有新顾客了,大多依靠交易多年的老顾客维持生意,做存量而非增量。更加雪上加霜的是,由于订单不足,工人工资随之降低,年后返工率也让张健头疼。“普工最关注的还是工资,原来最高月工资过万,现在能有一半就不错了。”

行走在沙岗市场、华夏陶瓷城等陶瓷专业市场,开工铺面寥寥,街头甚少看见招工广告,与前几年车水马龙的繁华景象形成巨大反差。

不仅陶瓷生产商和经销商经济遇冷,与之紧密相联的上下游企业也受到冲击。佛山泛家居电商产业园内,有诸多陶瓷电商企业、陶瓷设计企业等,据相关负责人透露,有部分企业在1月中旬就已停工,元宵前后才重新开工。

3月1日,石湾镇街道计划举办招聘会,泛家居园内近半企业已经报名,“互联网+”人才成为最大缺口。用工需求如此之大,一方面是因为许多企业希望扩大业务范围,急需招兵买马;另一方面,则是部分企业在春节前出现离职潮,导致用工不足。“部分陶瓷企业销售和营销在园区,但后方也有工厂,工资降低导致工人大量流失。”园区相关负责人介绍。

“我在考虑要不要退租算了。”张健算了一笔账,每个月光铺面租金就要近5万元,居高不下的人力成本也成为压在张健身上的最后一根稻草。

从去年下半年开始,张健开始兼职Uber司机,每天接单、和不同的人聊天,在他看来,这即可找点事做以缓解苦闷,也是为了获取更多信息,以支撑自己熬过寒冬。下一步,张健计划尽量压缩成本,退掉铺面、辞掉部分工人,以最小的消耗获得更长的“生命”。

### 童服行业▶▶工资难上涨 工人多观望

禅城东北部的佛山童服城及周围片区,公告栏内则被招工广告贴满,大多数为童服企业所张贴。佛山利锋制衣厂位于东升村,正月十六开工后,车间普工上工率不足20%。该公司销售经理杨红介绍,虽然人数不多,但由于返工的都是业务骨干,另一些熟手也都表明会返工,“心就定下来了”。

开业头两天,该公司负责人一直忙于面试找上门来应聘的普工,杨红表示,目前童服企业普遍存在普工缺口,手艺好的熟工往往挑选余地较大。“看上去是企业面试员工,其实是员工在挑选企业。”

童服产业是禅城的优势产业之一,杨红透露,多年以来,普工工资逐年递增,保底工资增幅甚至一度达500元/月。用工成本逐年递增的情况下,企业其他成本还在增加,如租金成本从每平方米11元增加到18元,而佛山童服城的租金更高达每平方米28元。

“公司利润下滑,只能在人力成本上压缩一点。”杨红介绍,该公司自1998年成立至今,一度有3个百人车间,而由于人民币升值和成本上涨等因素,出口订单大幅缩水,该公司去年销量降低了近10%,目前仅有约60名员工。

海外市场收缩之后,恰逢二胎全面放开的政策红利,童装行业急需打开国内市场。去年年底,利锋制衣厂旗下的卡拉小比兔品牌也进驻佛山童服城展厅,展厅集形象展示、销售、发布等功能于一体,以开放的姿态欢迎新客人。

杨红介绍,原来客人来佛山订货,要一家家地跑工厂,订货模式较为封闭,导致童装企业过度依赖老客户。目前,佛山童服城已开放近200间品牌展厅,未来将形成一个放开的一站式订货平台。

### 装备制造▶▶安德里茨返工率近100%

位于张槎的安德里茨总部,早已于正月初八开工,并已迈入正常工作轨道。安德里茨人力资源部相关负责人介绍,该公司目前有员工1500人左右,其中蓝领工人约500人,节后该公司返工率近100%。

据介绍,安德里茨普通工人月薪约为4000元,处于佛山平均水平,但员工的平均工龄在6年左右。作为一家在华仅14年的公司,安德里茨的返工率为何如此之高?该负责人介绍,这得益于该公司先进的管理理念和人性化的用工制度。

据悉,该公司蓝领工人超过80%为广东人,仅有20%为外省人,作为装备制造企业,安德里茨对技术型人才的需求特别大。为此,安德里茨采取“就地培训”的策略,对佛山本地人才进行就地培养。

走访过安德里茨工厂的人都会对其印象深刻,每个车间显眼处都有两个屏幕,实时显示工人的任

务进度和完成率。这家企业正在尝试通过自主开发精益生产计划系统，实现生产管理的实时响应。

这意味着，生产线上的工人必须对业务熟练，且能适应各种现代化管理软件。为此，安德里茨非常注重员工技术能力和其他软件技能培养，不惜投入资金邀请国际一流的咨询公司以及集团总部的专家来公司对员工进行培训。

蓝领注重工资待遇，白领则在此基础上更多关注职业发展前景和个人能力增长。据介绍，该公司还为员工量身定制了职业发展的培训通道，例如工程师每年会有不少机会到国外学习先进的工程技术与理念，在平时工作中也会有专业性质的短期培训。

此外，安德里茨还设立了长期服务资金，超过五年服务期的员工享受服务资金，超过十年的员工得到总裁的亲自颁奖，并获得金币奖章。目前安德里茨已经有超过100位员工在公司服务10年以上，关键员工的流失率不到2%。

此前，在北京大学企业社会责任与雇主品牌传播研究中心发布的2015年中国年度最佳雇主佛山榜单中，安德里茨（中国）公司获得“入围10强”称号。（南方日报）

## 西樵新春首场招聘会

### 技工人才吃香

2月25日上午，南海西樵在西樵轻纺城启沅东路举办2016年春季首场招聘会，吸引8300人进场，3000多名求职者与企业现场初步达成就业意向，技工人才吃香。

据了解，本次招聘会共有300家企业进场招工，主要来自纺织、陶瓷、旅游酒店、印刷包装、卫生用品、五金电器等行业，提供招聘岗位包括普工类、技工类、服务类、销售类、管理类、文职类等逾6500个，工种330个。

西樵镇镇委书记黄颂华表示，企业品牌、生活品质和发展空间是求职者最为看重的因素。接下来，西樵将会在品牌树立、创新和技术改造方面对企业进行适当引导和政策扶持，同时做好西樵整体的生活配套，以留住人才。

据了解，西樵镇2016年春季人力资源招聘会共三场。继昨日首场后，第二、第三场分别于2月26日在西樵镇科技工业园富达路举办，3月3日在西樵大同墟举行。同时还将针对分片区举行小型招聘会。（来源：佛山日报）

## 2016年1月我国纺织品服装 出口均下降

海关总署日前公布了2016年1月我国外贸进出口情况。据海关统计，1月出口同比增速呈现负增长态势，对欧、美、东盟等主要经济体的出口总值均现下降。1月中国进出口总值1.88万亿元人民币，比去年同期下降9.8%。其中，出口1.14万亿元，下降6.6%；进口7375.4亿元，下降14.4%；贸易顺差4062亿元，扩大12.2%。以美元计，中国1月出口同比下降11.2%；1月进口同比下降18.8%；1月贸易顺差632.9亿美元。

1月纺织品出口94.5亿美元，同比下降2.7%；服装出口146.8亿美元，同比下降7.2%。

与此同时，海关总署称，外贸出口先导指数环比回升。1月，中国外贸出口先导指数为31.7，较去年12月回升0.5，是2015年2月以来的首次环比回升，初步判断2016年二季度我国出口压力有望缓解。根据网络问卷调查数据显示，当月，我国出口经理人指数为33.4，较上月回升0.7；新增出口订单指数、出口企业综合成本指数分别回升1.6、0.2至33.3、29.9，经理人信心指数回落0.4至35.4。（来源：纺织服装周刊）

## 浙产服装存货价值185.6亿元 求解“清仓”路

“往年，我腊月二十就回老家了，今年估计要到腊月廿八。”数千件羽绒服加上朋友的一些库存，绊住了钟情回湖北老家的步伐。

钟情是杭州一家小型服装企业的总经理，公司位于杭州市余杭区的三鑫工业园，在杭州市四季青老杭派一楼还有个品牌门店。年底清仓甩货最忙的时候，他每天都到四季青帮忙。“我的库存已经销得差不多了，现在主要帮朋友甩货。”

这几天，杭州四季青的大甩卖正在上演。火爆背后，正是服装行业高库存的真实写照。

### 年底突围，疯狂清仓

“2011年中国服装行业积压库存170亿件，按13亿人口算，平均每人能分到10多件。当前服装行业的产能有多少你知道吗？170亿件乘以3。”当记者抛出服装行业库存问题时，杭州服装界一位资深观察人士如是回答。

每年春节前夕，四季青都会上演超级火爆的甩卖大片。通常春节前两周是杭州四季青服装市场的疯狂清仓季，今年由于大雪、寒潮接踵而至，清仓时间比往年晚了一周，所以更显疯狂。“100元10件内搭、牛仔裤10元一条、羽绒服50元一件……”

人工叫卖声和着喇叭机械的重复叫卖，让人潮汹涌的杭州四季青各大服装城，变得愈发纷乱嘈杂。

在杭州工作的白小姐，趁着四季青年末清仓，花 3000 多元买了三大包衣服。“真的太便宜了，有时间还想再去一趟。”顾客疯狂买货，四季青业主卖命推销。据传一家卖裤子的业主，一天销售额达 66 万元，相当于每两秒就卖出一条裤子。

“除了四季青，工厂店也是看库存最好的窗口。”钟情说，两年前他的公司刚成立那会，三鑫工业园区里只有一家服装工厂店。如今该园区里的鑫园路两边，数十家工厂店鳞次栉比，有的服装公司直接将展厅对外开放做起零售。

低价甩卖背后，是杭州数千家服装企业去库存的年底突围仗。这一仗打得好，能最大限度回笼资金。因为谁都不愿将存货打包卖给专业库存回购商。这一点，钟情深有体会。2014 年由于对市场把握不准，造成大量库存，成本价 500 多万元的存货，贱卖给专业库存回购商，最终仅收回 100 多万元。

浙江服装行业，库存几何？记者从省统计局了解到，以纺织服装、服饰业为例，2012 年存货价值为 148.50 亿元，2013 年为 160.73 亿元，2014 年为 178.35 亿元，2015 年初步统计为 185.6 亿元，增速分别为 8.2%、11.0% 和 4.2%，增速虽有所放缓，但库存压力并不小。

### 粗放成长，库存高企

低进入门槛、粗放式成长、抄袭普遍，最终导致了服装行业的产能过剩。杭州某知名女装品牌，在库存积压严重的时候，夏装一度按每公斤 60 元售卖。

库存是怎么产生的？“其实，在服装行业用‘积压库存’更加准确。”杭州杭派女装商会会长助理张永春说，积压库存已成为服装行业很难打开的死结。首先，服装企业对市场需求信息很难准确把握，而一旦判断失误，很容易造成积压库存。其次，服装企业目前采取的订货会方式得到的数据是粗放式的，并不能指导生产。对代理商的退换货率承诺，也是造成积压库存的一颗定时炸弹。一旦货品卖不动，就全变成库存。

再从内因角度分析，一方面，服装企业自主创新力偏弱，新品推出太慢、新技术使用太少、抄袭太多。另一方面，它们往往难以克制盲目扩张的冲动，一旦遭遇市场寒流就会被打回原形。

“某一季服装库存积压，回款不足，就无力购买下一季服装生产所需的原料，最后导致资金链断裂而倒闭。”张永春说。

2015 年下半年，钟情就收到不下 20 家同行倒闭的消息。“服装行业进入门槛低，跟风者很多。

前两年羽绒服火，一下子就多出很多生产羽绒服的企业；今年双面羊绒火，又有很多双面羊绒企业。拼命模仿，没有自己的 DNA，导致行业恶性竞争，加重服装库存。”他说。

### 供给改革，消化库存

当前，个性化消费时代来临，传统服装行业面临严峻考验。以往从需求端出发的模式，造成了服装行业的产能过剩。如今中央提出，适度扩大总需求的同时，着力加强供给侧结构性改革。这一点，同样适用于服装行业。

不妨看看这个例子——位于平湖市的浙江依爱夫纺织有限公司，现已更名为浙江依爱夫游戏装文化产业有限公司。在服装领域，依爱夫另辟蹊径，从生产儿童游戏服这一小众切口入手，如今又延伸到开设儿童“开心梦工场”。2015 年开始，该公司设计的游戏装、玩具、家纺等系列产品全面与梦工场的游戏主题相配合，每年数以千款的新产品也都通过消费者的体验反馈来完善设计。从单纯制造服装转变为生产快乐，依爱夫盘活了设计、生产、销售产业链。

依爱夫的例子，为从供给侧出发创造需求提供了很好的注脚。当前，不少浙江服装企业也在谋求自身转型，以期在消费者和制造者关系重构过程中抢占市场，满足多样化、个性化、时尚化消费需求。如蕨芸旗袍、杭州利民中式服装厂等，通过走高级定制路线，在满足小众消费者个性化需求的同时，以销定产，减轻库存压力。

此外，服装行业的高库存还催生了一个新行当——通过“互联网+”帮助传统服装行业转型升级。浙江秀维科技有限公司推出“服装 O2O 自商业平台架构”项目，专门针对传统服装零售企业 O2O 转型升级，比如传统服装门店的智能化升级、可以“试穿”的手机服装店等，旨在将在线试穿、搭配推荐、游戏互动等多种互联网科技融入服装营销模式。“最近一年，明显感觉到服装企业转型的迫切性，从前是我们出门找客户，现在反过来客户主动找上门。像我们服务的一家深圳中高端女装企业，全国有 500 家门店。之前门店客户流失率高达 95%，经改造后降低到 35%，留下来的客户中有 20% 会发生实际购买行为，销得快，库存自然少。”秀维科技总经理李俏梅告诉记者。（来源：浙江在线）

## 国内童装品牌如何才能立足市场 细分三大要素

随着“二胎”政策的落地，童装市场迎来新的春天，但是就目前的市场销售情况而言，也是外资或合资的童装品牌遥遥领先。因此，可以说国内的童装品牌与这些国外的名优产品相比还是缺乏市场竞争力的。究其原因，是多方面的。有价格问题，如目前童装市场价格两极分化严重；也有设计方面的，如款式不够新颖，没有符合儿童心理；也有质量方面的，如目前媒体频频爆出的童装质检方面的问题等等。但其中有一个重要问题不能忽视，小艾认为就是国内童装的市场细分不够到位。

这个问题是体现在多方面的，如有的童装品牌在店面展示中，休闲装与礼服同台展示，让人搞不清其产品风格到底是什么；还有的品牌设计细分不够到位，从婴儿服、幼儿服，到小童装、中童装与大童装，全部包办。这种粗放型的生产模式，是不能适应当今竞争如此激烈的市场的。因此，目前童装市场的细分不到位，是制约中国童装业发展的一大因素。

### 1、童装品牌文化及形象要细分

品牌文化是一个品牌生命力的源泉，是一个品牌能在变化纷繁的时尚潮流中不迷失自我的依靠，也是其产品设计师天马行空的想象开始出发的地方，而品牌的形象直接向外界与消费者传达着品牌文化。因此，品牌“文化”与“形象”的细分，对增强童装品牌的竞争力来说是十分重要的。

在这方面，很多品牌做得都比较到位。如美国的“史努比”，品牌形象就很有特色。它的店面是由鲜亮的大红色与纯净的白色组成，与其色彩干净而艳丽的服装搭配得相得益彰。醒目的小狗“史努比”懒散而可爱的形象随处可见，恰到好处地宣扬了其既“休闲”又“运动”的品牌文化。由此可见，童装品牌的“文化与形象”要细分，其关键是要有自己的特色，并在无论是产品还是销售的各个方面将这个特色的味道做足。

### 2、童装品牌设计要细分

常言道“设计是品牌童装的灵魂”，童装品牌的设计细分，主要是要明确设计所要服务的对象，并设计出“目标顾客”所需要及喜爱的产品。因此，设计师首先就要明确，目标顾客是谁，他们又有什么样的需要。有学者将现在的经济形态称之为“体验经济”，在此背景下进行的设计为“体验设计”，就是要求设计者更能体会顾客的感性的需要，更能将服装与顾客的生活方式相连，并能充分考虑顾客穿着的环境背景。设计师是否能对目标顾客有充分的了解，是否能设身处地地为顾客着想，就成为其设计是否成功的前提。

### 3、童装品牌价格要细分

说到价格细分问题，就不能不提目前童装品牌市场上的一个普遍存在的问题，就是价格两极分化严重。大商场中的童装，质量不错，但无论国产的还是外资的，价格都比较高。如台湾的“丽婴房”，一件上衣要200元左右；“阿迪达斯”最便宜的儿童春季运动套装要480元人民币；国产品牌“常春藤”，一条白纱裙也要300多元人民币。童装加盟网可以说，这个童装品牌服装价格还是令普通工薪阶层的消费者，望而却步的。而超市及个体商户出售的童装一般价格较低，有时甚至十几元也能买到一件童装，但质量没有保证。

这一现象说明，目前童装市场的价格细分做得不够。中国目前数量最多的是中等收入的消费者，而这部分人群也是最有消费潜力的。所以，高端童装品牌在定价时应考虑这部分消费者的实际承受能力。而一些无品牌童装，只想靠廉价的优势来吸引消费者，而牺牲产品质量，也是难以发展壮大的。由此可见，要想解决童装品牌“价格”的两极分化问题，就要进一步研究市场，细分价格，大力开发中档价位的童装品牌产品，以满足各个阶层对童装的需求。

做好童装的“市场细分”工作，无疑是打造名优产品的必要前提。只有将这一工作做到位，才会为我国童装品牌今后的发展奠定坚实的基础。相信随着时间的推移，我国童装品牌会在市场竞争中茁壮地成长起来！（来源：亚洲牛仔）

## 2016年，服装企业

### 要关注三个方面新动态

2016年，服装企业要关注三个方面：练好自身内功，顺应产业趋势，抓住资本风口。这三件事三位一体，互为推动，处在同一个发展逻辑之下。

#### 业绩复苏势头持续，转型调整继续深化

搜于特2月17日发布2015年度业绩快报，快报显示，公司2015年实现净利润约2亿元，同比增长62.12%。实现营业总收入19.83亿元，同比增长51.85%。搜于特表示，2015年公司终端销售业绩快速增长，同时加强内部管理，控制相关费用，使费用增长幅度小于营业收入的增长幅度，使得净利润出现较大增长。

七匹狼2月2日发布的2015年业绩快报显示，公司2015年度实现营业总收入24.6亿元，同比增长3.02%，自2013年业绩下滑以来首次实现了微增长。净利润与上年同期的2.9亿元相比仍下跌近6%，为2.7亿元。七匹狼称，营收增长的主要原因是公

公司于2014年下半年开始新增针纺业务，该业务贡献了较多营业收入。但针纺业务毛利率较低，因此报告期内利润总额贡献较小。同时，公司仍处于对批发模式转型和改革的调整过程中，原有业务的收入和利润均受到影响。

探路者在日前召开分析师会议，根据披露的会议记录，探路者表示，户外行业已由过去的粗放高速增长阶段转向持续深化、健康调整阶段。国内户外用品行业未来将开始缓慢走出以鞋服为主导的初级阶段，步入以户外文化、细分市场、专业化为主导的内涵式增长阶段。作为户外行业的上市公司，探路者的观点从一定程度上反映了户外行业的发展方向。业绩方面，探路者2015年整体营收约37.6亿元，增长近120%。旅行服务板块收入约占公司营收总额的52%，户外用品板块收入约占48%。净利润则较上年同期小幅下降。

从陆续发布的服装企业业绩快报来看，在经济放缓的大环境下，诸多服装企业2015年的成绩单并不算“难看”，有的甚至还实现了逆势增长。2016年，服装企业转型调整、确立模式、巩固优势的发展之路仍将持续。

### 进一步加码童装等热门产业

近日有消息称，太平鸟成立了童装事业部，将旗下童装品牌Mini Peace脱离太平鸟男装，独立发展童装业务。据称，Mini Peace童装2015年零售额达到4亿，同比增长104%，全国门店数量达到400家。

在童装上尝到甜头的不止太平鸟一家。近日传出年内将赴港上市的江南布衣，其童装业务增长亦相当迅猛，据称江南布衣旗下童装jnby by JNBY在两年多时间里整体销售业绩已占据JNBY女装的25%左右，而且利润逼近旗下女装JNBY。

这些消息或许会进一步刺激服装企业加码童装市场。2015年“全面二胎”政策的公布，已经引爆产业资本对于婴童市场的期待和热情。A股资本市场上较为典型的二胎概念服装股，如森马服饰、朗姿股份、美盛文化以及次新股金发拉比等，均在加大在童装市场的投资力度。除此之外，美邦服饰称计划在两年内将旗下两个童装品牌Moomoo和米喜迪的门店从如今400余家开至1000家。而361度、李宁、特步、安踏等运动品牌都早已涉足童装市场，淘品牌韩都衣舍、七格格、初语等都推出了自身的童装品牌。可以预计，2016年童装市场将是战火纷飞的一年。

童装等热门产业的激烈竞争，不缺钱，不缺市场，不缺政策，缺的是营运的真功夫。现今童装的消费主力是以年轻的中产阶级为主力的新一代父母，要讨好他们

不容易。这需要服装资本抛弃短视的“赚钱”思维，确立自身的业务模式，不为追逐热点而盲目冒进，避免出现之前在成人装领域出现的“同质化”局面，最终被消费者抛弃。可以预计，未来童装市场亦会频繁出现呈现竞争升级、模式分化、并购整合的局面，这是产业资本的规律。服装企业加码童装，应确立自身发展战略，形成自身的品牌定位和发展模式，才能更好地在这个火热的市场中掘到真金。

### 抓住资本市场扩容风口

2月18日，广州天创时尚鞋业股份有限公司在上交所挂牌上市，开盘即涨停。成为又一家登陆资本市场的女鞋企业。有媒体从天创时尚业绩本身观察，天创时尚招股书披露，预计2015年公司营业收入与上年同期持平，净利润相比上年同期下降10%-20%，认为天创时尚上市时业绩已有变脸之势，为何还能顺利上市？

原因就在于资本市场的风向已经变了，正处于改革关口。1月29日，证监会发言人在召开的例行发布会上说，长期以来，对于发行企业报告期内业绩下滑的问题，证监会主要关注业绩下滑是否导致发行人不符合发行条件、关注业绩下滑原因是否充分披露、风险是否充分揭示。只要不影响发行条件，并进行了充分披露充分揭示，就不会构成首次公开发行的实质性障碍。

这背后更大的原因就在于为注册制铺路，发展直接融资，发展多层次资本市场，让资本更多助力经济转型，力助众创，避免经济硬着陆。一句话，服装企业和资本接触的途径更多了，融资渠道更为拓宽，产业和资本两者之间的结合程度将进一步加深，结合方式更为多样。比如，更多的上市公司参设“上市公司PE”产业并购投资基金。有媒体统计，截至今年1月底，已有45家A股上市公司宣布拟成立产业并购基金，较2015年同期21家的数量，同比增长1倍多。其中也有服装公司在内。2016年1月8日，美盛文化发布公告，公司拟以自有资金人民币5000万元投资浙江文化产业成长基金(有限合伙)，该基金目标募集规模拟定为50亿元，拟对新媒体行业、网络文化产业等领域进行投资。

又比如，在新三板上做文章。2月16日，杉杉股份宣布，子公司湖南杉杉能源科技股份有限公司(简称杉杉能源)已于当日正式挂牌新三板。另外，金发拉比1月11日公告，公司正在筹划投资武汉江通动画传媒股份有限公司股权的事宜，公告显示，本次合作对方江通传媒系动画制作企业，其拟引进投资者进行增资并申请在新三板挂牌。新三板

已经成为上市公司重要的资本运作平台。除此之外，还有即将亮相的战略新三板呢。预计这又是一个各路资本虎视眈眈，准备“大展拳脚”的舞台。

### 练好自身内功，顺应产业趋势，抓住资本风口

2016年春节，大家都希望猴年行鸿(猴)运，猴年发大财。开春的华尚观察，我们从三个方面对2016年的服装产业发展动态做观察，这三个方面应该是三位一体、互为推动的，分别是企业、产业和资本市场，处在同一个发展逻辑之下。

在企业本身，服装企业的转型升级持续深化，业绩呈复苏势头，并呈分化之势，这背后在于服装企业经过持续的转型调整，已经开始找到自身的发展模式，整合自身的优势资源和核心主业，这是企业发展的根基。在此基础上，加码热门产业，投资多元产业，增加新的利润来源。而产融结合时代来临，资本市场扩容风口来袭，不管服装企业主动还是被动，都将裹挟其中，正确的态度便是以“实业为王”的精神，与资本共舞。这一切，都是要抓住时代和经济结构性调整所催化出来的新动能，促进产业和企业做强做大。2016年，我们相信：机遇一定会大于挑战！（来源：世界服装鞋帽网）

马云 PK 刘强东

## 传统企业 要裁掉电商部门？

京东集团 CEO 刘强东在演讲中谈到了目前传统企业过度追求“电商化”的问题，甚至不惜亏损，把大量的资金用在电商部门的建立和营销上，而忽视了企业发展的根本：设计、研发和品牌打造，“很多传统品牌最近5-10年不断朝电子商务转型。今天大家可以看看，所有的传统品牌，只要是自营电商，如果建立了电商部门，那绝对是一个灾难。”

刘强东建议这些传统企业，可以把销售交给经销商、代理商，没有必要花300万元找电商负责人打造专门的电商部门，甚至还要被以电商负责人以“先亏损”进行高代价的电商转型。

最后，刘强东表示，如果传统企业觉得做不好电商，电商转型也很痛苦，那就把该交接的交给合作伙伴，而对于电商梦，刘强东说：“我呼吁，作为传统品牌企业家忘记电商吧，回去第一件事是把所有的电商部门所有的员工裁撤掉！”

一石激起千层浪，报道发出后，甚至有传统企业老板专门撰文批驳刘强东的观点。而马云在接下来的演讲中给出了不一样的观念。

马云认为，没有什么东西比砍部门更容易的事情，

如果做企业家、做企业是永远挑最容易的事情，这个企业怎么做得好？“电商不是一个零售的渠道，不是一个销售的方式，而是一个思想观念的进步，”这种进步就像用电和烧柴的区别，“所以我觉得，不是把电商部门要关掉，而是思考如何把电商的部门做得更加强大，真正以客户需求为主要导向。”（新浪财经）

## “老外贸”提醒同行：出口须警惕汇率风险

日前，海关总署发布了我国1月份的外贸进出口数据。统计显示，2016年首月，我国纺织品服装出口总额约241.31亿美元，同比下降5.53%，基本维持了2015年的出口走势。从专业数据分析的角度看，虽然年初的外贸数据容易受春节长假因素影响而不足以说明全年的趋势，但是，今年我国纺织品服装整体出口情况将继续承压，这一趋势被业内人士普遍认同。

市场容量相对有限、订单数量小、市场渠道缺乏是拓展新兴市场的企业遇到的普遍难题。然而，近日记者在采访中了解到，在非洲、南美等新兴市场，我国纺织服装出口企业近期遇到的首要难题不是订单，而是出口目的地国家货币贬值带来的回款难问题。收汇风险将成为企业出口面临的重大风险。

浙江省纺织品进出口集团有限公司是国内老牌纺织外贸出口企业。公司的业务负责人告诉记者，“我们不是缺少订单，汇率不稳定因素是我们面临的最大的‘杀手’。”他表示，去年在美国市场需求复苏的带动下，公司对美国市场的业务增长比较稳定，欧洲市场的需求虽然有萎缩，目前也逐渐进入了稳定阶段。出口整体业务遇到的最大难题是新兴市场的汇率大幅波动。

据这位负责人分析，去年人民币兑美元的贬值，使我国对美欧等传统出口市场的产品竞争力有所提高，对接单起到一定促进作用。但是，对南美、非洲等新兴市场来说，当地货币贬值现象非常严重，对出口企业的收汇带来严重的风险和不确定性。

“从去年上半年开始，以原油为代表的国际大宗商品价格下跌，使一些以能源出口结构为主的国家的货币严重贬值。俄罗斯、阿根廷、南非等国都出现了贬值，一些国家的货币贬值了100%，严重的甚至达到200%-300%。举个极端的例子来说，我们公司在非洲尼日利亚的出口订单回款十分困难，货物出口后，这些国家的进口商根本拿不出美元外汇支付，无奈我们只有靠易货贸易，进口一些木材等原材料来保持账面平衡。”这位负责人说。



---

---

据了解,浙江省纺织品进出口集团有限公司去年的出口业务约有 30%是在新兴市场,作为一家“老外贸”企业,公司具有较强的国际市场拓展能力,在非洲建有自己的海外仓,在南美设有自己的办事处,对于新兴市场的开拓可以说是具备较强实力并且投入了长期的精力去培养。眼下,由于汇率贬值问题,不少中小企业只能打算放弃对南美、非洲等新兴市场的拓展,着眼比较稳定的印度、越南、泰国等东南亚市

场的出口。但是,浙纺进出口集团仍然希望坚守非洲和南美市场,因为毕竟已经投入了很多,而且老牌外贸企业也具备较强的优势。“如果 2016 年汇率走势能够保持平稳,随着市场的逐步稳定,我们还是可以努力保持平稳发展的。但近一两年内,这一市场很可能仍将维持比较困难的局面。这主要取决于未来美元的升值空间以及国际大宗商品的价格走势。”这位负责人说。(中国纺织报)

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](http://www.fsfzxh.com)

电子邮箱: [fsfxwhl@163.com](mailto:fsfxwhl@163.com)