

第 7 期  
2013. 07  
(总第 105 期)

## 市纺服协召开 2013 年会 暨行业诚信企业颁奖会议

7 月 5 日下午, 佛山市纺织服装行业协会 2013 年年会暨 2010—2012 年度佛山市纺织服装行业诚信企业表彰会议在禅城区佳宁娜大酒店华夏宫举行。受邀领导和嘉宾、会员企业代表、兄弟行业协会代表等 160 多人出席了会议。

市人大副主任徐海祥、市政协副主席袁毅桦、省服装服饰行业协会副会长周仑、省纺织协会秘书长陈茜薇、省纺织工程学会常务副秘书长司徒建崧、市中小企业局副局长李辉、市贸促局副局长邓向文等领导和嘉宾应邀出席了会议。

佛山市纺织服装行业协会会长陈树彬致开幕词; 常务副会长兼秘书长吴浩亮代表理事会向大会作《佛山市纺织服装行业 2013 年上半年工作小结及下半年工作计划》的报告; 副会长戴晓晗向大会作财务报告; 盐步内衣行业协会会长何炳祥作了《盐步内衣区域品牌建设工作汇报》的发言。

大会各项发言以后, 举行了热烈的“2010—2012 年度佛山市纺织服装行业诚信企业”颁奖授牌仪式, 21 家会员企业获得了“2010—2012 年度佛山市纺织服装行业诚信企业”光荣称号。

接着, 举行了平安银行大沥支行与针织印染分会合作授牌仪式, 针织印染分会会长吕少勇从胡季副行长手中接过了“佛山市针织印染分会小微客户俱乐部”牌匾。

大会顺利圆满完成了既定的各项议程。(协会)

## 佛山市纺织服装行业 2013 年上半年工 作小结及下半年工作计划

常务副会长兼秘书长 吴浩亮

### 一、上半年的主要经济数据

今年上半年 1—5 月, 我市纺织服装规模以上企业完成工业总产值 392.02 亿元, 同比增长 17.2%, 高于全市 12.7% 的增长幅度; 出口方面, 1—5 月完成 12.6064 亿美元, 同比增长 8.488%, 其中服装完成 7.3491 亿美元, 同比增长 13%。

但是, 企业反映, 直接的感受今年才是真正最困难的年头。展望下半年, 业内普遍并不乐观。多数企业, 特别是小微企业, 将面临更大的考验。

### 二、面对严峻的经营状况, 我市纺织服装企业千方百计积极应对

(一) 加大品牌建设力度, 抱团以区域品牌参与市场竞争

盐步内衣、均安牛仔、张槎针织等产业集群加大区域品牌建设力度。

盐步内衣集群以品牌建设引领经济转型发展, 在第八届深圳国际品牌内衣展上以盐步内衣区域品牌抱团参展, 打出了以区域品牌参与市场竞争的旗帜。4 家优势企业合力建设盐步内衣总部大楼, 合力打造集群的整体优势竞争力。

均安牛仔发布《牛仔裤联盟标准》, 努力争取提高产业集群的话语权。3 月 26 日, 第六届均安国际牛仔博览会新闻发布会在北京中国国际展览中心(新馆)新闻发布厅隆重举行。均安国际牛仔博览会已经成为均安牛仔服装产业集群参与市场竞争的靓丽名片。

四月份张槎针织服装品牌战略高级培训班在厦门拉开帷幕, 逾 50 名张槎针织行业企业家汇聚厦门, 共同探讨行业品牌未来发展走向。张槎针织拉开了品牌建设的攻坚战大幕。由广东东成立亿集团投资兴建的集办公、高端设计、技术研发、产品检测于一身的基地大楼的建设, 为提升张槎针织

集群的竞争力助力。

#### (二) 加大技术改造提升力度

企业纷纷加大技术投入。先进织造设备不断引入面料企业；

“服装远程定制和快速制造平台系统”、“两化融合服装生产线系统”等先进生产系统已经在均安爱斯达、张槎安东尼等企业落户，标志着纺织服装企业正在转向升级。

#### (三) 电子商务正在成为服装企业的重要营销模式

电子商务正在成为服装企业的重要营销模式之一。盐步内衣集群有组织、抱团的网络营销活动，为业界提供了标杆。

#### (四) 狠抓节能减排，突破瓶颈，向清洁生产转型

8家印染企业进入工信部的第一批“准入名单”，占广东省18家企业的44.4%。三水佳利达纺织染有限公司积极推动三水大塘工业园的循环经济建设，在污水低浓度排放、中水回用、脱硫脱硝除尘、污泥处理等方面均取得显著的成绩，走在佛山同行的前列。

### 三、协会的主要工作

(一) 积极反映企业的困难和诉求，宣传行业的正面形象

在佛山市经信局2013年1月的行业协会工作座谈会上，在3月的广东省纺织协会、中纺联调研组联合召开的“广东省节能减排情况调研座谈会”上，在给佛山市委政策研究室的报告材料中……等等，我会通过多个渠道，向政府有关部门反映行业的诉求：

(1) 要求加大对行业关键性技术与政策问题的支持与解决力度，重点要求政府有关部门加大对印染污泥处置的技术与政策扶持；

(2) 要求加大项目申报通知的时间提前量；

(3) 要求发挥行业协会在名牌产品、著名商标等有关推荐评审过程中的作用；

(4) 要求真正把减轻企业负担落到实处，反映了某些企业同日或同月受到省、市、区质量监测部门的不规范的产品抽检情况；

再次反映不合理的“污染源在线监控装置建设费和维护费”问题，呼吁有关部门重视；

反映计量仪器、特种设备的检测费用很高，希望降低收费标准，并盼抑止有关事业单位的创收冲

动；

(5) 纺织专业工业园区是实现纺织产业转型升级的重要载体，建议规范工业园区的管理运行，树立管理标杆榜样园区，推动佛山市纺织工业园区向生态、循环经济园区发展；同时反映了西樵工业园臭气问题及收费问题；

(6) 请市级财政加大对企业参加国内外产品展览的资金支持力度，近年来的支持额度太低了（1000元/摊位）。

(二) 继续重点做好印染污泥焚烧技术的产业化推广工作，积极协助金纺公司做好环境监测、环评工作；并及时向有关企业通报印染污泥处置的技术及政策动向。

#### (三) 做好培训工作

4月份举办了“电子商务与企业营销模式创新培训班（系列）”，邀请有关专家讲授电子商务的有关知识，并邀请盐步内衣协会电子商务部部长介绍了盐步内衣企业开展电子商务的实践经验。这种紧密联系行业实践的培训班受到大家的欢迎。

6月份，举办了“佛山市印染污泥焚烧技术交流培训班”，通过专家讲解、有关企业关于印染污泥焚烧技术实践及申报程序的交流，帮助大家清晰、深刻认识这一技术及相关的政策、申报程序。

(四) 做好企业参展的资金补助申请、发放工作。

(五) 做好社会组织专项资金项目的申报工作，争取政府对协会的支持。

### 四、下半年的工作计划

1、帮助企业加大对外展览、展销的力量，重点组织企业到香港时装节的服装展参展或观展；协助企业做好上海展的参展、观展工作；

2、组织企业参加纺织服装品出口产品新标准、新标识的培训学习，产品质量提升研讨，积极主动应对国际贸易的技术壁垒，和应对不断提高的产品质量诉求。下半年继续办好3次培训活动。

4、在顺德金纺集团、三水大塘工业园取得环评成功的基础上，抓紧印染污泥焚烧技术的产业化推动工作，并做好与环保部门的政策衔接工作。

5、继续做好企业与政府沟通的桥梁，积极主动反映企业诉求，认真、及时收集了解企业的生产经营状况，协助政府做好有关政策的宣讲和落实工作；

6、开展产业链对接活动，拟组织服装企业参观服装衬布生产企业并建立上下产业链节的对接；

7、筹备佛山市纺织服装行业协会成立10周年的庆祝活动。(协会)

## 盐步内衣区域品牌建设工作汇报

盐步内衣协会会长 何炳祥

### 一、盐步内衣产业概况

#### (一) 基础雄厚，集群优势明显。

盐步内衣产业起源于1979年，自当地政府与港商合作开设“香港丽施胸围厂”后，盐步的内衣企业越来越多，这些企业以来料加工、贴牌加工或品牌经营的方式迅速成长，星罗棋布的分布在盐步各处。在各级政府的扶持下，盐步逐渐形成了一个基本完整而成熟的产业和市场体系，成为广为人知的“中国内衣名镇”。

#### (二) 发展水平高，产业链完善。

经过30多年发展，培养出大量的企业家和产业人才，优质企业不断集聚。目前，盐步内衣产业共有内衣生产及相关联企业400多家，现已成为全国中高档品牌最集中、规模最大的内衣产业集群之一。产业涵盖了原辅材料生产和销售、成品贸易、研发设计、电子商务、咨询服务、教育培训等。也形成了覆盖全国的营销网络，产品还远销世界各地。

#### (三) 品牌荟萃，创新能力强。

目前，盐步内衣共有内衣产品品牌100多个，培育出1个中国名牌产品、6个中国驰名商标，此外多家企业还获得广东省著名商标和广东省名牌产品称号。在涌现出“奥丽依”、“依曼丽”、“嘉莉诗”、“美思”、“依之妮”等一批知名品牌企业。

在推广品牌的同时，各内衣企业不断增强产品研发力度，引进先进的设备和技术，实施技改技革，不断提高劳动生产效率。现在，盐步内衣的企业共拥有200多项专利。

### 二、建设区域品牌的主要措施

#### (一) 商标战略、标准战略齐推进。

经历了7年曲折的申报路，盐步内衣在各级政府的扶持下，2012年3月终于注册“南海盐步内衣”的集体商标以及图案商标。随即制订了《南海盐步内衣集体商标使用管理办法》，加强管理和保护。以“盐步内衣”区域品牌为核心，不断扩大集群的核心竞争力和影响力。

为进一步强化品牌支撑，保障产品的品质，盐步内衣把握2007年被定为广东省第一批建设专业镇

(产业集群)标准化示范点试点的机遇，制订了盐步内衣联盟标准；2010年，被定为广东省先进制造业标准化试点。2012年，上述试点获得广东省质监局的“双优”验收。同年，联盟标准中的《内衣产品基本安全技术要求》被广东省质量技术监督局定为广东省内衣行业的推荐性地方标准。进一步增强盐步内衣在行业的话语权，构筑我们区域的技术堡垒。

#### (二) 抱团出击，展现魅力。

在各级政府的大力支持下，通过举办内衣博览会、内衣文化节、模特大赛、设计大赛、专业论坛等活动，充分利用各种媒介，使“盐步内衣”区域品牌深入人心。

如，盐步内衣产业集群在2000年成功举办了第一届中国内衣模特大赛，开创了国内举办专业内衣模特大赛的先河，迅速打响了区域品牌，扩大了影响力。在2002年又成功举办了第二届中国内衣模特大赛，进一步奠定了盐步内衣在国内的领先地位。今年，第三届“盐步内衣杯”中国内衣模特大赛各分赛区、总决赛举行在即，采用全新的“订单式”人才选拔，定向为著名内衣企业品牌输送最优秀的专业内衣模特，势必开创盐步内衣产业发展的崭新里程，将扩大“盐步内衣”区域品牌影响力。

此外，镇政府与内衣协会每年都组织内衣企业以“盐步内衣”区域品牌为主题抱团参加国内的大型专业展会，统一形象、统一宣传，展现“中国时尚品牌内衣之都”的风采。近年来，举办了“南海盐步内衣区域品牌创建暨联盟标准实施发布会”，组团参加了每年一度的深圳国际品牌内衣展览会，以及“2010中国时尚内衣节”，都取得了良好的效果。

#### (三) 深化合作，探索新渠道。

在成功申报“南海盐步内衣”集体商标后，协会深化抱团合作，探索传统产业在新兴渠道的发展之路。今年3.8妇女节，协会携手21家内衣企业、27个品牌，首次以“盐步内衣”抱团参与淘宝商城联合促销活动，好评不断，并为行业赢得488万次的浏览量。

#### (四) 宣传到位，扩大影响。

为加大区域品牌宣传的力度和广度，使“盐步内衣”区域品牌的知名度和美誉度深入人心。除了利用报纸、杂志、电视、电台、户外广告、宣传册等传统传播方式外，建成了盐步内衣官方网站、微博、QQ群、微信群等，成为盐步内衣宣传的

重要窗口，使信息传播更加及时、快捷、方便，也使行业更具时尚感。

#### **（五）综合整治，维护行业秩序。**

镇政府先后组织了两次打击无牌无照内衣小作坊的专项行动，建立了长效的工作机制，维护经营秩序。共铲除了 200 多家无牌无照内衣小作坊，引导其中 100 多家符合条件的领取了营业执照。发动企业开展行业自律，规范发展，维护行业公平竞争的市场环境。

此外，协会还在积极筹建国家级的质量检测中心和内衣总部大厦，为内衣企业服务。

盐步内衣区域品牌在各级政府和各职能部门的指导下完成了一定的工作，区域品牌的打造、宣传推广工作并非一朝一夕，必须集中盐步内衣产业全体人士的努力与智慧、借助各级政府的力量、借鉴先进的经验，结合工作的实际情况，才能使“盐步内衣”上升新的台阶、开创新局面。

以上是我会在推动区域品牌建设方面的一些工作，请各位多提宝贵意见！谢谢大家！（协会）

## **佛山市纺织服装行业 2010-2012 年度诚信企业名单**

佛山市纺织服装行业协会根据佛纺协〔2013〕03 号文精神，开展“2010-2012 年度佛山市纺织服装行业诚信企业”评选活动，在企业申报的基础上，经评委初审资料，派员到申报企业现场考察，并在协会网上公示征求意见后，经理事会议通过，下列单位被评为佛山市纺织服装行业 2010-2012 年度“佛山市纺织服装行业诚信企业”（排名不分先后）：

- 1、广东溢达纺织有限公司
- 2、广东德润纺织有限公司
- 3、广东前进牛仔布有限公司
- 4、佛山市三水佳利达纺织染有限公司
- 5、佛山东亚股份有限公司
- 6、广东奥丽依内衣集团有限公司
- 7、广东丰凯机械股份有限公司
- 8、佛山市新光针织有限公司
- 9、佛山市安东尼针织有限公司
- 10、广东汇益纺织有限公司
- 11、佛山市南海泰源印染有限公司
- 12、佛山瑞龙纺织有限公司
- 13、佛山市联达纺织实业有限公司
- 14、佛山市新东鄯纺织有限公司

- 15、佛山市顺德区金基纺织有限公司
- 16、佛山市黄氏投资集团有限公司
- 17、佛山市南海冠旺龙纺织有限公司
- 18、佛山市樵利化纤织造有限公司
- 19、佛山市南海丝厂有限公司
- 20、佛山市格绫丝绸有限公司
- 21、佛山市梦得斯服饰有限公司

## **平安银行与针织印染分会携手合作**

为了加强对小微企业的融资服务，支持本地小微企业的发展，平安银行大沥支行与佛山市纺织服装行业协会针织印染分会携手合作，支持针织印染分会成立了“佛山市针织印染分会小微客户俱乐部”，开展对小微企业的贷款服务。在 7 月 5 日下午的“佛山市纺织服装行业协会 2013 年年会暨 2010—2012 年度佛山市纺织服装行业诚信企业表彰会议”上，平安银行与针织印染分行举行了合作授牌仪式，针织印染分会会长吕少勇从胡季副行长手中接过了“佛山市针织印染分会小微客户俱乐部”牌匾。据了解，平安银行大沥支行给针织印染分行 6000 万元的授信额度，目前，2500 万元的贷款已经落实或正在落实给有关的针织印染企业。（协会）

## **香港时装节无法满足佛企“胃口”**

佛山日报 7 月 11 日讯 记者叶晨报导 前日，第 20 届香港时装节春夏系列举行。本届香港时装节，无论是参展还是观展的佛企，都感受到市场仍处在经济寒冬之中，尽管仍有 80 余家佛企组团观展，但设展的佛企已从去年的 9 家大幅缩水到 3 家。有佛企坦言去年接单一般，今年仅参展。而部分观展企业表示失望。

### **展会档次低 企业难觅灵感**

市纺织协会组织佛企参加香港服装展已经有 3 年，今年观展佛企有 80 余家，与去年参加数量持平。佛山纺织服装行业协会秘书长吴浩亮说，在目前的市场环境中，大家的目的是去看境外市场的发展，以及推出的新产品，寻求受到启发。

在纺织界打拼多年，以做内销为主的佛山市晟博纺织有限公司总经理肖照明表示：“目前内销市场呈现无序竞争状况，而消费者对衣服的需求已饱和，似乎是每个人买两件衣服都足够了，感到很难

进一步打开内销市场购买欲。因此想借此机会过来学习。”

不过观展后，不少观展商表示失望，“数量、种类都比去年缩水了。”肖照明之言。“布料都似曾相识。”有纺织生产商表示，更有童装生产商表示，童装的质量，比我们公司的服装至少差了2个等级。

对于原因，佛山市格绫丝绸有限副总经理李维红分析，这次服装展，针对外贸的多，内销的少。生产童装的佛山市伶飞服饰有限公司负责人于平感觉，因欧美市场需求尚未回暖，许多设展方的客人锁定在中东等地，针对其销售的多是便宜、质量档次低的衣服。

### 经济形势严峻 低价接单风险高

沛利丰纺织服饰有限公司就是去年的设展商之一，今年退出了设展，仅来观展。“去年的接单效果很一般。”公司负责人刘建国介绍，“原因主要两个：整个经济环境不好，客流少，价格难提高；江浙一带的同行以最低价‘抢客’，低价接单风险很高，因此不敢贸然尝试。”

记者走访今年设展的佛山企业，他们均表示客人流量较去年没有增多。广东顺德圣堡莱服装有限公司工作人员陈先生指着名片簿，从8日设展至今，他们才收到有意向顾客留下的几张名片，而去年他们至少收到一沓名片。“有美国、意大利等国外客人走过，无一不压价。还有外国客人直截了当地说‘现在经济不好，希望可以共渡难关，付款可否能拖两个月？’”令陈先生哭笑不得。

### 10%的均安牛仔开始走品牌之路

市贸促会、均安纺织服装商会、佛山纺织协会组织三家均安牛仔企业，在展馆大厅举办均安牛仔服装秀，这是当天的亮点之一。

对于服装秀效果，参秀商之一、爱斯达总裁樊友斌认为，效果不会那么快立竿见影，他们考虑的是先创品牌内涵。记者随机采访一位国外买家，来自墨西哥的商人申先生。他告诉记者，对设展、走秀的牛仔服很有兴趣，但是希望价格不要太高，“牛仔面料、花色都非常棒，但据我观察，设展的佛山牛仔企业的一条牛仔裤15到20美元，以此高价进货，在当地会很难高价卖出。”申先生说，“如果价格低点，我肯定会进货。”

樊友斌表示，“均安牛仔在全国单品是数一数二的，即只生产裤子或上衣一个单品；但没有一套

完整的牛仔产品，这对我们发展自身品牌是一个桎梏。从2008年金融危机开始，均安牛仔遭受行业危机，均安许多牛仔商开始考虑品牌升级，即发展完整的产品链，组件品牌。如今，均安有10%的牛仔品牌开始走向品牌之路。”

### 业界观察

#### 佛山纺织业出口10年翻三番

#### 质量不差只缺品牌

在外需疲弱的情况下，佛山不少纺织企业转型做内销。在记者采访的过程中，不少转型内销纺织业主却连连叹气：内销市场也面临恶性竞争、行业饱和的困境。

市纺织业协会副会长吴浩亮表示，佛山纺织2000年开始经历了多次转型：一是档次转型，从低档转型到中档以上，二是从国营企业向民营企业转型，三是2008年金融危机前后，由外销向内销转型。在佛山市民的脑海里，上个世纪90年代佛山纺织辉煌有名，但是如今民众知名度较低。吴浩亮表示，佛山纺织企业不同于福建、宁波创建自主品牌，因此名声不响。它的主力还是在对于外销的贴牌生产。“但是不能说市民不了解，就没有发展。”如今，纺织企业的发展速度也很明显，截至2011年，纺织业总产出和出口总值较2000年翻了三番。

在佛山纺织服装行业工作十几年之久，佛山市伶飞服饰有限公司负责人于平分析认为，佛山企业最缺的是品牌这个“无形资产”。“其实说面料、款式，佛山纺织企业绝不落后于国内知名品牌。但是佛山服装最大的败笔是以批发为主。批发虽然来钱快，但是生命很短暂，如果长期没有知名度，后期想再转型就很艰难。”

于平说，相比佛山行业状况，广州、深圳的同行在企业经营中注重创立品牌，虽然前期很辛苦，但是产品品牌打响后，就是一笔形象财富，同行竞争很难撼动。（摘录）

### 佛山贸促局短信息

- 佛山市贸促会(佛山国际商会):自7月1日起,广东省自动进口许可管理实施机关由商务部调整为广东省外经贸厅及地级以上城市、佛山市顺德区外经贸主管部门。增设广州市等20个非机电产品自动进口许可证发证机构及佛山市顺德区外经贸主管部门自动进口许可证

发证机构。

- 佛山市贸促会(佛山国际商会):挪威从2014年6月1日起禁止在消费品中使用全氟辛酸(PFOA),禁令适用于固体和液体消费品以及纺织品,PFOA被广泛用于制造防水纺织品。
- 佛山市贸促会(佛山国际商会):中国一瑞士自由贸易协定签署,瑞方将对中方99.7%的出口、中方将对瑞方84.2%的出口立即实施零关税。
- 佛山市贸促会(佛山国际商会):财政部、发改委通知自8月1日起取消和免征33项行政事业性收费,企业年度检验费将被取消。
- 佛山市贸促会(佛山国际商会):美国对华聚酯短纤作出反倾销行政复审终裁,涉案企业普遍税率为44.30%;对华蜂蜜作出反倾销行政复审初裁,涉案企业普遍税率2.63美元/千克。

## 中国服装品牌 上半年人气爆棚

“例外”出现在莫斯科机场飞机旋梯那一刹那掀起的中国制造风,快时尚在成都的一家宽敞明亮大气的旗舰店抢占市场,还有自去年下半年就一路向下走的运动服饰关店噩梦,今年短短六个月,服饰行业所经历的起落浮华可不少。

### 国产亮眼

“例外”出现在莫斯科机场飞机旋梯那一刹那掀起的中国制造风,快时尚在成都的一家宽敞明亮大气的旗舰店抢占市场,还有自去年下半年就一路向下走的运动服饰关店噩梦,今年短短六个月,服饰行业所经历的起落浮华可不少。例外和马可亮了(本报3月29日曾做《例外火了,中国设计亮了》专题报道),在全国市场掀起了一股中国设计与中国制造的浪潮。成都的消费者们也将目光再一次关注在中国本土服装品牌上。在仁和春天、王府井百货的三楼、四楼女装专柜上,记者看到颜色鲜亮的Zuczug素然、擅长刺绣的得诗品牌、偏文艺的言和更跳跃色彩系的有兰品牌专柜上都人头攒动。据某成都经销商向记者透露,中国本土服装行业其实这几年早已形成了巨龙的态势,特别是把目标瞄准在极富消费力的中青年女性的本地品牌,积累了庞大的品牌资本和客户资源。像玛丝菲尔品牌,年销售额已破百亿,同样由台湾商人经营的针对中年职场女性为主的哥弟品牌也破了50亿。

在商场的随机采访中,女性消费者大多表示,价格不菲的LV、Dior、Prada的包袋她们会去巴黎

购买,但衣服还是愿意在商场专柜试了以后直接购买,一是本土品牌价格更适中,二是设计和尺寸也更适合亚洲人的体型,三是本地服装品牌设计感越发同大品牌看齐,个性也非常鲜明,而这也是中国服装品牌在上半年突然爆棚式抓人眼球的原因。

### 快时尚扩张

如果说国产服饰品牌的消费人群年纪偏高的话,那么以ZARA、HM、GAP、优衣库为代表的快时尚服装品牌则更年轻化,在市场表现也更加活跃。

站在成都最繁华的中山广场,这四大品牌都以超大店铺或两层楼的姿态矗立,对这类服饰品牌而言,没有小而美的概念,共同点都是以扩张性的张扬姿态、强规模效应出现在我们眼前。而在我们上半年的《时尚消费调研》中发现,成都消费者对快时尚的接受度和品牌区分度也在逐渐明确。她们在ZARA和HM总能挑到自己心仪的潮流款,用三流的设计,享受一流的设计和二流的品质;在优衣库和GAP则能买到休闲基本款,价格便宜还有时不时的特价折扣。

### 运动服饰疲软

服装市场就这么大,总容量并未增大多少,当快时尚迅速扩张的同时,运动服饰被严重挤压,这种情形从去年一直持续到今年。在相近的价格区间内,快时尚疯狂开店,而以李宁、安踏、361度、特步、匹克为代表的国内运动品牌则疯狂关店。

在过去几年,市场上还没有那么多快时尚服饰选择的时候,运动休闲类服饰是多么受消费者喜爱,成都的年轻姑娘小伙们甚至为了买到9折的运动服饰还去网上付费借用劲浪打折卡,但好景不长,在连续的9个月里,匹克关闭了全国1067家店铺,李宁在6个月里关闭了952家店铺,卡帕关闭了569家,安踏关闭了110家……这一连串的数字背后是走不出的运动服饰困局。

为了销售高库存,品牌们只能打折销售,但单价的下滑会导致整个营收下降,再是品牌定位的下降,最后不得不关闭地段不够理想的门店,品牌们美其名曰为渠道优化,但当下的颓势并非渠道一方面的原因。特别是在2008年之后的后奥运时代,运动服饰们期望的全民运动没能出现,当下年轻人的宅男宅女的生活方式让运动变得不那么潮,还有长久以往的代理商模式(品牌都将货品批发给经销商,而不负责货物的销售),让国内运动品牌无所适从。

倒是阿迪、耐克大品牌在坚持运动基因、为运动员提供最好运动装备的同时，纷纷另辟蹊径。阿迪达斯推出了三叶草、Neo Labal 等轻时尚的副线，耐克则花精力和时间来宣导运动的好处，让年轻人走出家门开始运动。在耐克发布的一项调查中显示，在中国，与 1991 年相比，人们的运动量减少了 45%，预计到 2030 年将减少 51%。耐克建议孩子们接受科学的体育教育、从事积极的体育运动，让运动成为我们日常生活的一部分。虽然选择接受耐克运动观的人不一定都选择耐克服饰，但耐克仍然在做行业的推动工作。

### 成都推广多了

Tommy Hilfiger 全亚洲第四大品牌开在了成都，这也是品牌在中国内地的首家体验店；财富论坛期间，英国服饰品牌 Byford 将大不列颠的大本钟与休闲服饰搬到了成都王府井；Sheme 女鞋赞助格莱美音乐会，很好地抓住了品牌形象的推广和产品促销……都说现在的服饰行业被网购严重冲击，但在上半年的调查中我们发现，现在的消费者分为两类，一类爱宅在家中，对价格敏感，任何消费都在网上进行，服装购买首当其冲；另一类消费者则更喜欢现实生活，喜欢体验、接触现实世界的人群，对价格不那么敏感，有购物冲动，喜欢走出家门去体验群体生活，这部分人群的存在也正是品牌们坚持选择成都做落地推广的原因。成都几大百货卖场的负责人也向记者透露，下半年服饰品牌的活动只会更多更精彩，让我们拭目以待。（华西都市报）

## 深圳服装缘何成典范？

第十三届中国(深圳)国际品牌服装服饰交易会顺利落下帷幕。本届交易会，展览面积达 7 万多平方米，展位 3000 个，有 1000 余家国内外服装品牌参展，规模远超上届。

提起深圳服装品牌在全国的现状，深圳市服装协会会长沈永芳总会自豪地讲到深圳品牌在全国的市场份额。每年的深圳服交会期间，也有很多人在思考：在全国数百个产业集群地中，产业链完整和配套设施完善的地区不在少数，为什么深圳就能成为中国服装走向品牌之路的典范呢？

### 深圳女装的原始动力

从赚取微薄的加工费起步，眼看着大部分的利润被品牌商抽走的残酷现实，深圳服装行业的一些老板开始尝试走品牌的道路。他们的目的只有一

个：让企业赚更多的钱是国内服装行业转型升级的“原始动力”。这个理由或许看起来有些不够高尚，但不得不说这就是服装行业多少年来面临的真实写照。从上世纪 90 年代末开始到 2000 年初，深圳服装开始打造自己的品牌，在创品牌过程中，敢于尝鲜的创业者们形成共识，“只有好的原创设计才能赋予品牌旺盛的生命力。”原创、设计为深圳服装增添了绚丽的色彩。

在 2012 年的展会上，吉祥斋举办了品牌十周年庆典，学航空专业出身的吉祥斋品牌创始人杨帆用整场晚会的时间，向全国的同行们讲述了她如何一步步带领团队，把吉祥斋品牌扩展到全国市场，打造成极具竞争力的中式风格女装的故事。在外人眼里，杨帆是梦想的追随者，事实上，她的故事也是深圳服装行业千百家企业走过的缩影。

今年的展会期间，由粉蓝衣橱打造的时装音乐剧《黑暗中的舞者》讲述的是一位时装设计师在执着创业中历经洗礼的历程。主人公段冷凡的故事，也是中国第一代时装人的缩影。主人公在剧中遇到的迷茫、压力、困难和机遇，唤醒了每一位时装人心底的记忆。在中国现代时装走过的仅有的却是艰难与辉煌并存的二十年，筚路蓝缕的中国时装人在毫无经验的领域内默默寻找，仅靠信念和热爱，将自己的青春与梦想在黑暗中尽情挥洒，奋力舞动，终于走出一条属于中国的年轻的时装之路。这些不顾一切的举动在黑暗中熠熠生辉，协奏成一曲惊世动人的舞蹈。

### 不要小瞧深圳男装

在传统的男装产业格局中，宁波、温州、晋江是最耀眼的三颗明珠。得益于较为完善的加工配套设施和相对成熟的产业链优势，上述三大地区孕育出了优秀的众多本土男装品牌。然而，经过多年的积累，在传统的三大男装产业聚集地之外，深圳正以中国男装产业第四极的姿态出现在人们的视线中。近年来，深圳涌现出了一批优秀的男装品牌。在 2013 第十三届中国深圳国际品牌服装服饰交易会期间，以卡尔丹顿、麦卡思、龙浩、梵思诺、菲妮迪、莱尔利奥等一批走在国内时尚前沿的男装品牌将在今年的展会上展示深圳男装品牌的实力。

卡尔丹顿旗下品牌系列分为 Kaltendin(卡尔丹顿)和 Gentle 爵度系列品牌，分别定位于不同的客户群和消费市场。卡尔丹顿董事长严小铅表示，为了保持高端品质的稳定，卡尔丹顿把产品的技术品

质建设放在了重要的地位，主要体现在品牌的设计风格创新、供应链标准管理、国际品牌共线生产等方面。

目前卡尔丹顿所使用的面料，包括西服、衬衫、毛衫的面辅料等，一部分采用的是与国际大牌相同的材质，如杰尼亚、1881、loropiana、SCABAL等直接从意大利、英国等地进口。在卡尔丹顿的合作名单上，卡尔丹顿也排着一长串的世界顶级知名厂商，包括美国棉花协会、伊藤忠、多美、杰尼亚、LOROPIANA、高伯乐、V.B.C.、CANCAM等。在品牌营运上，卡尔丹顿采用意大利、中国、香港战略联盟、投资参股等一系列措施。目前，卡尔丹顿在中国、欧洲、东亚等地区建成了自己独特稳定的供应链体系。

麦卡思(Marcuss)品牌创始人陈佩香女士曾经代理过十多年的欧洲国际时尚品牌，在很多企业家的眼中，2008年的关键词应该是“危机”，但在陈佩香的生命中，这一年确实极其重要的一个年份。基于对服装行业有比较深刻独到的见解，在积累了丰富的时尚元素经验后，陈佩香成立深圳市德盛泰服装有限公司，并开始经营自主品牌 Marcuss(中文名：麦卡思)高级男装时尚系列产品。起步阶段，陈佩香十分谨慎，公司采取了稳步发展的原则，以多种营销模式为主，同时，也吸纳部分符合条件的加盟商开展加盟代理业务。经过最近几年的开拓，目前，在国内主要的大中城市定位较高端的商场及机场开设销售网点。陈佩香表示，当前国内大部分男仕品牌服饰都同质化，没有给顾客带来亮点，麦卡思男装品牌的风格正好填补市场上的空缺及需求。

目前，深圳服装品牌在品质和设计上已具备了与国际品牌同台竞技的能力，国际高端品牌的认知度需要长时间的文化积淀，但在这方面，深圳服装已经起步，相信在10年或20年后，在巴黎的香榭里大街、纽约第五大道的橱窗里，都会有深圳服装的靓丽身影。(中国经济网)

## 顺德出口纺织品偶氮染料现超标

佛山日报讯 记者莫璇 通讯员方邢有报道：今年上半年，顺德检验检疫局对410批次出口纺织品进行检测，其中4批次检出可致癌的偶氮染料超标，检出率约为1%，与去年同期相比上升100%。

顺德检验检疫局有关人士分析，今年上半年检出偶氮染料超标数量激增，主因在劳动成本和原材料持续高企，人民币升值等因素。“出口纺织品价格不能同步上涨，导致个别漂染企业为节约成本铤而走险，使用低质量、便宜、纯度不够的染料，导致禁用偶氮超标情况抬头。”对于检出的4批次出口纺织品，目前已依法进行处理。

偶氮染料是纺织品和皮革制品的染色及印花流程中应用品种和数量最多的一类合成染料，约占一半以上。但是，在使用中，偶氮染料可分解出致癌的芳香胺，是高风险致癌化学杀手。顺德检验检疫局提醒出口企业，今年2月起，欧盟公布126/2013号条例，修改了偶氮染料的检测方法，新方法比以前检测条件更加严谨，更加苛刻。(摘录)

## 银灏富星

### 佛山纺织人自己的电子商务公司

在7月5日的佛山市纺服协年会上，银灏富星电子商务有限公司代表以“电子商务助力纺织服装企业开拓新渠道”为题，向与会代表清晰、扼要阐述了纺织服装行业的电商应用、实践过程及市场前景，给大家留下了深刻的印象。当前，在国内外棉花价格倒挂、各项生产要素成本飙升的严峻经营环境下，利用电子商务开拓新的采购销售渠道，无疑是降低纺织服装企业运营成本，突破经营环境困局的一把利剑。

银灏富星电子商务有限公司坐落在中国针织名镇——佛山市张槎街道，根植于生机勃勃的张槎针织产业集群，具有十分显著的集群优势。公司是我国首家大型纺织原料电子商务平台；总投资三千多万元，经广东省发改委、商务厅批准筹建，是佛山市重点扶持民营企业。公司以现代化仓储、物流为基础，以商业银行“动产融资”、物联网为实现手段，采用b2b模式，实现纺织原料网上交易和实物交收，建立一个公正、公平、公开、高效的市场环境。

公司管理水平先进，实力雄厚，是华南地区最大的纺织原料电子交易市场。公司以客户需求为导向，以电子商务为手段，为参与企业提供信息发布、质检仓储、货物保险、银行结算等多种配套服务。公司特别紧密为佛山纺织服装企业服务，是可信的佛山纺织人自己的电子商务公司。



---

---

● 银灏富星纺织材料价格指数发布

2013 年第二季度西樵纺织材料价格指数:

巴纱价格从季度初到五月中下旬一直处于下行通道,六月开始呈跌宕回升,六月下旬涨幅明显。

DTY 指数价格平稳趋弱,小幅走低,5月30日下跌 1.25%,6月30日下跌 0.41%。

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)