

泉州中小加工型服装企业再创业模式探讨

张 艳

(泉州师范学院 工商信息学院,福建 泉州 362000)

摘要:泉州服装产业作为中国泉州市的第一大支柱性产业在地区经济发展中发挥着重要作用,同时也存在着竞争加剧和产业发展亟需进行再创业的问题,特别是泉州中小加工型服装企业如何转变生产模式,已成为企业发展的当务之急和难题。根据当前泉州服装产业的特点,探讨了适合于泉州中小加工型服装企业发展的可能模式。

关键词:泉州服装产业;中小型服装企业;再创业;发展模式

中图分类号:TS 941.8

文献标识码:A

文章编号:1673—0356(2014)01—0065—04

泉州服装业是中国泉州市的第一大支柱性产业,起步于上世纪 80 年代。经过 40 多年发展现已发展到在全省乃至全国均占有一定地位,与广州、浙江共同形成了三个国内最大的服装生产基地。泉州服装产业的发展从无到有,从小到大,从弱到强,从零星分散发展到形成完整产业链和庞大的产业集群,实现了从“数量经济”向“质量经济”、“品牌经济”的跨越^[1]。目前泉州已成为我国最大的休闲男装、童装、体育运动服生产基地,并发展出多个著名男装、运动装及童装品牌,其中包括七匹狼、利郎、安踏、匹克、嗒嘀嗒等。据相关资料显示^[2],泉州市目前有 8 000 多家服装生产企业,其中绝大部分是中小型加工企业,从业人员约 50 万人。年产值超亿元的大服装企业占泉州市工业总产值的 1/4,出口值占全市出口商品总值的 27.5%,产量占全省的 70%,占全国的 10%。然而受近几年国际金融危机影响,泉州服装业受到了巨大的冲击,在这场经济危机中国外针对我国实行的反倾销、反补贴,特殊保障措施、技术性贸易壁垒,以及知识产权方面的贸易摩擦频频发生,给泉州服装企业带来了巨大损失。其中以出口低附加值为主的泉州中小加工型服装企业面对国外市场的巨大冲击,接单数量急剧减少,企业生存难以维持,纷纷濒临倒闭。在企业两年的产业调整中已有 20% 的泉州服装企业实行了“并”、“转”^[3]。留存下的中小服装企业如何升级转型,实现企业长久发展已成为当前保持泉州地方经济发展的焦点问题。

泉州中小加工型服装企业的主要经营模式是

OEM 即代工生产,也叫定点生产。品牌生产者不直接生产产品,而是利用自己掌握的关键核心技术负责设计和开发新产品,并控制销售渠道。具体加工任务则通过合同订购方式委托同类产品的其他生产厂生产,然后将所订产品低价买断,并直接贴上自己的品牌商标。这种委托他人生产的合作方式简称 OEM,承接加工任务的制造商被称为 OEM 厂商,其生产的产品也被称为 OEM 产品^[4]。可见,定点生产方式在国际贸易中是以商品为载体的。

1 泉州中小加工型服装企业再创业的必要性

1.1 中小加工型服装企业面临的问题

1.1.1 国际贸易摩擦影响严重

世界经济全球化带动了世界经济的全面发展,但获利不平衡导致各国之间在世界范围内不断发生贸易摩擦。外贸经济中各种贸易摩擦严重影响了中国的经济利益,对做外贸加工的服装企业也深受其害。某些发达国家利用安全、绿色、技术等新壁垒限制我国外贸服装出口,如美国奥巴马政府出台的“购买美国货(BUY AMERICAN)”条款^[5],这都使得外贸加工型服装企业只能赚取廉价的加工费,根本无法涉足原料采购、技术改造等其他高价值链环节,特别是所谓的环保壁垒,使得中国的不少服装材料无法打入国际市场。

1.1.2 劳动密集型优势日渐消失

加工型服装企业得以产生、生存和发展的重要原因之一是该企业属于劳动密集型产业,我国作为人口大国正是劳动力资源丰富的国家。但是近几年人民币不断升值的残酷现实已经改变了原有的优势,泉州的许多服装企业都遭遇到了用工难的问题。此外,东南亚的许多国家如越南、孟加拉等其廉价劳动力资源丰

收稿日期:2013-10-12;修回日期:2013-10-22

基金项目:泉州市科技局计划重点项目(2012Z107)

作者简介:张 艳(1981-),女,讲师,主要研究领域:服装产业技术创新,E-mail:zhangyanhao1212@126.com。

富的优势逐步突显出来,使其出口劳动密集型产品的竞争力与我国相当,甚至更具优势。泉州外贸加工型服装企业的价格优势受到了前所未有的严峻挑战。加之处在产业链的加工环节,随着人力成本的不断提高,生产产品附加值低的经营模式弊端突显。

1.1.3 企业压力难以转嫁

泉州外贸加工型服装企业的经营模式是 OEM,在这种模式下企业只需负责加工好产品,不必担心产品的销售等其他问题。因此企业往往缺乏核心技术,自有品牌和营销渠道。面对当前我国经济发展正在遭遇的劳动力、原材料、物流等成本大幅度上涨的重重压力,中小服装企业由于身处价值链低端,利润很微薄,在市场链条中的议价能力很低,因此生产成本上涨的压力很难转嫁出去。

1.2 中小加工型服装企业再次创业的条件

1.2.1 新兴市场需求量大

此次由美国引发的全球金融危机对于出口欧美市场的服装产品影响比较大,但在经济复苏期间因购买力下降,“中国制造”具有的物美价廉优势仍然存在。纺织品作为日常生活基本消费品,其价格需求弹性小,因此对于欧美市场而言,中国制造的服装依然具有吸引力。另一方面随着巴西、俄罗斯、澳大利亚等国家经济的快速发展,这些新兴市场也产生了不可忽视的市场需求,这也为泉州的外贸加工服装企业提供了新的业务突破口。据调查了解,石狮有企业参加了2012年在萨尔瓦多举办的中华人民共和国贸易展览会,希望在中南美洲市场能够取得新的突破。其中有一家石狮服装企业把劳动力工资增长成本、原辅材料价格上涨成本、汇率变动成本等全部打包加进了报价单,获得了南美客户的接受。其原因在于中南美洲国家的本币升值幅度远超过了人民币的升值幅度,使订单为国外企业留下了较好的利润空间。可见,中南美洲市场对我们而言是一个不错的新兴市场。

1.2.2 融资环境得到明显改善

近年来,我国政府逐渐向外资银行开放人民币业务和金融零售业务,促使外资银行在我国的经营业务范围逐渐增大。这增加了外贸企业的融资渠道,缓解了外贸加工企业融资难的紧张局面。融资问题的解决使得加工型服装企业凭借多年的生产经营经验和新的资金投入,使自身的长期发展有了保证基础。

1.2.3 内需市场逐渐扩大

随着我国政府对国内经济结构的调整和中国经济

向扩内需的方向发展,内需市场的扩展和增长逐渐加快。石狮作为国内著名的服装批发市场,随着内需市场的扩大企业应抓准时机,扩大内销产品的生产和销售,这对实现企业升级具有重要意义。外贸加工型企业必须做出转型与创新,才能获得长久的发展。

2 泉州中小加工型服装企业再次创业的模式

2.1 向设计加工的品牌制造转型

品牌是给领有者带来溢价,发生增值的一种无形资产。它的载体是一种名称、术语、标记、符号或图案,或是它们的相互组合,用以识别企业提供给某个或某群消费者的产品或服务,并使之与竞争对手的产品或服务相区别^[5]。服装业的产业链价值可以用“微笑曲线”来表示。“微笑曲线”两端朝上,中间下凹,左边代表设计,中间代表制造,右边代表营销。利润最丰厚的区域集中在曲线的设计和营销两端,处于中间环节的制造附加值最低。长期以来泉州大多数服装外贸企业的主要业务就是代工,按照商家的订单不加创造地加工制作,因此始终处于“微笑曲线”中央,只能拿到微薄的利润。但在面临企业转型升级问题时,这也成为了一大优势。首先,因为有了多年代工的经验,许多泉州外贸加工企业有了相对稳定的生产能力,先进的厂房和生产设备,专业的企管人员及与上游面料、拉链、纽扣等供应商长期合作的资源。其次,在长期的 OEM 业务中,做外贸加工型的服装企业经常能接触到国外品牌的设计风格和设计理念,潜移默化地积累起了一定的新产品设计、开发经验。具备这些优势之后,许多外贸加工型企业对服装的制造流程已经了如指掌。因此,企业可以考虑聘用一些服装设计师,跳出传统的 OEM 阶段,转向 ODM(原始设计制造),以企业自营品牌上市销售。这样企业就能走出“微笑曲线”的底端,扩展企业获利空间。服装企业走品牌发展之路该如何制定发展路线,可从如下三个方面入手。

2.1.1 从区域知名品牌到全国知名品牌

企业在转型初期品牌的发展受资金实力资源等影响较大,可以先考虑努力做成区域知名品牌。如先通过帮内地较为受欢迎的品牌做贴牌来探路国内市场,或是先将自己的产品拿到批发集散市场上销售,以此来调研国内消费者对于服装风格和品质的要求。在泉州地区有全国著名的石狮服装城,这是一个非常好的试水点。先做好市场调研工作,根据市场做深,进行市场深耕,做成样板市场,从专业市场孵化品牌。走这样

先区域后全国的发展路子,内销品牌发展之路才可能发展顺利。

2.1.2 品牌定位实现差异化

每个工厂都有自己的“基因”,如何对自创品牌进行恰当定位是需要根据自己的特长来做转型的。如部分给国际一、二线品牌做贴牌加工的公司,在技术设置、人员配搭等方面都保持在较高层面,于是,在转型时就可以给自己的品牌做一个欧美化中高端的市场定位。泉州服装产品同质化竞争的现象非常严重,因此企业要往品牌化方向发展首先要有研发能力,并不是有个自己的品牌名称就成功了,关键还是要搭建一个自己的设计团队,重在突出工艺性。因此必须聘请有多年实践经验的设计师,创建自己的设计师团队,提高研发设计能力,从而为企业在技术和人才上打下了一个很好的基础,实现品牌定位的差异化。

2.1.3 完善渠道管理

渠道建设与管理对习惯于做加工的企业来说很陌生,因为要和经销商合作,并且要深入到终端管理,这对企业来说都是挑战。一个成熟的、对经销商进行有效管理的体系是很难在短时间内迅速建立起来的。因此在品牌建立初期,企业可先采取直营店和加盟的形式,这样实现渠道扁平化,从而在人力和财力方面实现成本节省,让利给终端经销商和消费者。可以先尝试进入专业市场渠道,然后通过各大商场或批发市场的合作来聚集人气,汲取相关经验。泉州地区有着全国著名的石狮服装城,中小企业可以利用这个市场进行试水,通过市场总结出哪些适合国内市场,季节性如何把握,如何跟加盟商合作,价位如何调整等问题解决的经验。这是一个经验积累的过程,需要一定的时间才能得到行之有效的管理与运作模式。

2.2 利用电子商务平台进一步发展内销市场

2013年5月28日,商务部发布了2011—2013年度《中国电子商务发展报告》。报告显示2012年中国电子商务交易总额达5.88万亿元人民币,同比增长近三成。截至2012年年底,中国网络购物用户达到1.94亿人,网络应用使用率达到37.8%,实现网络零售总额7 825.6亿元,在社会消费零售总额所占的比重达到4.32%^[6]。预计到2013年,中国有望成为全球第一大网络零售市场。面对如此大的网络市场,企业对于电子商务的运用也不断深入。尤其对于服装这一日常生活必需品,越来越多的年轻人选择上网购买,其消费总

额已远远超过电子产品,成为网络成交量最大的类目。面对这样的消费趋势,泉州外贸加工型服装企业利用网络转战内销市场应是一个相当不错的选择。

2.2.1 利用电子商务平台助销尾单库存

做外贸加工的服装企业通常都会按批量多生产部分产品,以便发现不合格产品时能够及时补上。在这个过程中就会产生一定数量的外贸尾货,或称之为原单。这些服装因是作为代工生产替补的产品,具有质量优良,成本低的特点。但是如果没销售渠道,通常都作为库存积压在仓库里。在国内消费者喜欢物美价廉的服装产品是一种偏好,有非常多的网购消费者对于原单货相当热爱。作为加工型的服装公司完全可以考虑组建一支专门负责网络营销的部门,让这些产品通过网络的渠道销售出去。通过网络渠道销售,一方面解决了库存问题,另一方面也避免了实体销售的高额成本。

2.2.2 借助电子商务平台实现品牌推广

服装品牌推广可以借助电子商务平台,实行线上线下整合推广。借助网络力量取得更好的推广效果,帮助企业自营品牌迅速成长。所谓线上线下整合推广,就是指企业充分发挥线下渠道的优势,为线上电子商务的发展提供强有力的支撑,线上电子商务成熟后又可以通过恰当的引导和错位经营,为线下渠道提供强有力的支持,从而实现相互促进,降低风险,并最终实现利益最大化^[7]。为此,可采取两个渠道进行线上推广:

(1)借助淘宝平台,进驻商城。淘宝商城对于消费者而言就是质量的保证,许多泉州的大品牌例如七匹狼、安踏、特步等都已入驻淘宝商城。他们在商城的售价保持与实体店铺一致,但却可以通过各种有利的网络营销手段做广告推广来刺激线下消费,达到线上线下整合最大化。这对企业转型发展品牌是可借鉴的。

(2)加入阿里,构建分销平台。在淘宝的七大平台上阿里巴巴是很多商家采购货源的重要渠道。在这里聚集了国内非常多的生产型企业,他们通过网络发布消息,进行产品展示,根据生产规模做大小不一的线上批发。这也是可借鉴的。对加盟分销的卖家进行严格考核,包括店铺信誉、店铺经营等级等,考核通过后在产品价格上进行严格把控,所有分销商必须保持品牌产品价格统一,这对维护品牌具有至关重要的意义。以七匹狼品牌为例,2011年该公司从网上销售渠道取

得的营业收入为 1.06 亿元,占营业总收入 29.2 亿元的 3.63%。而 2012 年上半年七匹狼的电商销售收入为 7 600 万元,占营业总收入 14.86 亿元的 5.11%。

2.3 促进技术改进,引进数字化生产

技术改进既有利于提高生产效率,又有利于减少用工量,应是一条快速有效的升级之路。先进设备的大范围运用不仅提升了生产效率,降低制造成本,也解决了“招工难”带来的生产压力;可帮助企业逐步从传统劳动密集型发展成资金和技术密集型的现代化企业。目前泉州市一些小的服装企业还在运用纯手动设计和制版,这虽然能降低一些成本,但时效性和快速反应能力较差;因此必须及时引进先进设备进行数字化生产^[8]。目前可在泉州地区中小服装企业推广应用的数字化生产技术,有数字化设计中的三维人体测量和虚拟试衣两个方面。

2.3.1 三围人体测量

人体是服装设计的核心,在进行服装结构设计之前必需先确定人体数据。泉州地区服装企业大多采用国标号型来设计,服装国标 GB1335—97 是在全国通用的一个服装号型标准。但由于地区不同人体特征也有很大差异,所以在一些地区适用性较差。例如,泉州有很多运动装品牌如特步、安踏、红星尔克等,这些运动品牌的尺码按照国标号型来生产,对于南方人而言存在普遍偏大的问题,并不是非常适合在泉州本地销售。

利用人体三维测量技术可以在几秒钟之内获得大量线性及非线性人体数据,能够更加精确地获得数据,且具有可重复性。同时所测量的数据可以通过存入计算机进而整合到服装 CAD 系统软件中。在企业生产中设计人员可以直接使用这些数据,大大提高了设计产品的针对性,同时减少试板次数,提高了企业的生产效率。在保证服装的合体性方面,泉州服装企业可以针对不同的销售地区进行人体数据采集,运用采集数据进行针对性服装结构设计,可大大提高产品设计的首次成功率。引进这种技术不仅弥补了国标中服装号型规格的不足,提高了服装设计的合理性,也为企业生产提供了很大便利,缩短了产品生产周期,增加了企业的市场竞争力。

2.3.2 虚拟试衣

虚拟试衣技术是以计算机仿真和建模为基础,集计算机图形学、人工智能、网络技术、多媒体技术和虚拟现实等技术为一体,在虚拟条件下对服装产品进行

构思和设计,并可对其进行虚拟制造、测试和分析。虚拟试衣可以模拟样衣的整个制作过程,缩短新款服装设计时间,使服装在实际生产之前即可进行三维外观和款式形态的浏览,从而大大减少成衣的设计和生产周期。对服装生产商而言,对服装设计、面料供给、生产制造方法及商品流通各个领域的业务建立快速反应机制,乃是当今世界服装企业取得竞争实力的关键性措施。如 Zara 的成功也得力于其快速的反应机制,其中虚拟试衣起着关键性作用。此外,虚拟试衣为数字化服装定制过程的下单定购提供了新途径,使用户可以在购买之前浏览自身穿着待购商品的视觉效果。若将此项技术运用于网上购物中,能够帮助消费者更加直观地感受上身效果,可促进商品的成交量,对于电子商务平台推广也应有很大的促进作用。

3 结语

根据泉州服装产业的特点,立足于泉州中小外贸加工型企业的现状及困境,从企业战略转型、产业结构优化升级等方面提出了有助于中小服装企业走出困境的新途径,包括企业向设计加工的品牌制造转型,利用电子商务平台发展内销市场,促进技术改进,引进数字化生产技术等。希望对泉州中小服装企业长久发展有一定的参考作用,能够促使更多泉州中小服装企业抓住新的机遇,实现再次创业梦想。

参考文献:

- [1] 闫树全,林党政.泉州纺织服装企业如何应对金融危机[J].泉州师范学院学报,2009,(5):55—59.
- [2] 于斌斌.我国纺织服装产业发展与国际竞争力研究综述[J].纺织科技进展,2010,(5):91—92.
- [3] 吴芳芳.技术创新与中国服装产业集群升级研究[J].经济研究导刊,2007,(16):183—184.
- [4] 徐丹凤.中国服装出口企业从贴牌生产到自创品牌转型研究[J].北京服装学院学报,2009,12(1):123—124.
- [5] 毕康,张东亮.国内现代服装行业物流发展模式研究[J].沿海企业与科技,2010,(9):3—4.
- [6] 安娜·格兰多里.企业网络:组织和产业竞争力[M].北京:中国人民大学出版社,2005.
- [7] 张铁骁.中国电子商务发展报告[N].北京:新京报,2012—5—30.
- [8] 张中启,周莉英.服装数字化技术在皮服装企业的应用[J].西部皮革,2009,(22):33—34.

(下转第 81 页)

(3)开放便利的共享平台

数据库的交流区可满足通过网络方式来交流学术的想法,数据库会实时更新一些最新的面料流行趋势,也可由老师或学生提供一些咨询,计算机信息广泛、资源共享的特点显得十分突出,利用计算机超强的“记忆”功能开发一套需要时可直接查询的纺织面料数据库系统是必要的,也是可行的^[4]。数据库的建设和学习相互结合,一方面老师和学生是资源的受益者,另一方面又是创建者,有效的培养学生协商合作学习和实践创新学习的能力,提高学生专业素养。

(4)创新生动的教学方式

将数据库的使用融入到教学中,是一种新颖且高效的方式。数据库能用于教学的各个环节,包括理论教学、实验和实践。通过信息交流区老师可最大程度的给学生提供资料,也可将书面作业转化为网络作业,提高教学效率。

3 结语

从学生学习需求出发,完成了纺织品服装面料数

据库的基本建设,实现了纺织品服装面料产品信息的汇总,期刊论文和教学资源如电子教案、课件的共享,解决了学生设计作品时为找面料费时费力这一难题,弥补了学生课后自学效率低、没头绪的缺陷。

数据库的建设是一项长期而又艰巨的工作,在已经完成的框架下,扩大信息量,借助现有的研究成果,继续搜集面料流行资讯,完善纺织知识系统,增加期刊论文数量,根据学生的需要和建议进一步完善相关功能及开发新的模块是未来的长期任务。

参考文献:

- [1] 杨 玲,田家忠,冯 峯.丝织物规格数据库的建立与应用[J].四川丝绸,2007,(4):19—21.
- [2] 祝双武.数据库技术在纺织面料查询系统中的应用[J].北京纺织,2001,22(2):50—52.
- [3] 邱宏其,邵 娜.多媒体数据库在网络教学中的应用[J].硅谷,2010,(18):117—118.
- [4] 李艳梅,周 静.面料数据库系统的开发[J].天津纺织科技,2006,(2):30—34.

Construction of Fabric Database and Meaning for Teaching

LIU Jia-zhao, MO Yu-qiong, BAI Yan, ZHAO Yun-qing, CAI Shu-jing

(College of Fashion, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai 201620, China)

Abstract: The php language and mysql database were adopted in database with wordpress as content management system. Combination with teaching needs and learning actuality, the relevant fabric knowledge and information of fabric products were collected and summarized. Associated with sample chamber, the database helped students to find fabric parameters, autonomous learn after school and supply convenient to the management of sample chamber so as to achieve assisted instruction.

Key words: database; fabric; textile; sample chamber

(上接第 68 页)

Study on the Second Pioneering Work Mode of Small and Medium-sized Clothing Enterprises in Quanzhou City

ZHANG Yan

(School of Business and Information Technology, Quanzhou Normal University, Quanzhou 362000, China)

Abstract: Quanzhou clothing industry as the largest pillar industry played an important role in the region economic development and also faced serious questions of intense competition and needs of second pioneering work. Specifically, the production mode of small and medium-sized clothing enterprises of Quanzhou city became the development problems. The development mode of the small and medium-sized Quanzhou clothing enterprises were proposed based on the characteristics of Quanzhou clothing industry.

Key words: Quanzhou clothing industry; small and medium-sized clothing enterprises; second pioneering work; development mode