

浙江平湖服装产业可持续发展研究

吴召山

(嘉兴学院平湖校区,浙江 嘉兴 314200)

摘要:从浙江平湖服装产业发展现状出发,分析了浙江平湖服装产业存在的问题,包括:科技开发投入少,市场营销环节薄弱,品牌创建投入力度不足等。提出促进平湖服装产业发展的对策,包括:加强区域合作,创建科技创新公共平台,提高产业分工水平,引进人才,加强营销渠道建设等。旨在优化平湖服装产业结构,加速产业转型升级,实现平湖服装产业的可持续发展。

关键词:浙江平湖;服装产业;可持续发展;对策

中图分类号:TS 941.1

文献标志码:C

文章编号:1000-4033(2012)03-0056-03

经过近30年的发展,浙江平湖已经成为世界服装重要的生产中心之一,服装产业已成为平湖的支柱产业和特色产业。但是,平湖服装企业长期以来都以订单外销、贴牌加工为生存方式,原材料和劳动成本的上涨、人民币升值、贸易摩擦、其他行业的兴起、经销商对产品价格的控制使得平湖服装陷入困境。对此,如何打破这些瓶颈,实现可持续发展,成为浙江平湖服装产业面临的关键问题。

1 平湖服装产业存在的问题

1.1 科技和开发投入少,科技开发重视不够

平湖服装自整体改变设备相对落后的局面后,其生产设备优势明显,产业竞争力得到提高,但在科技和开发方面的投入很少,对技术科研开发的重视度不够。研发投入的不足在行业发展中具体表现为:在产品开发、工艺改进、技术领先等方面的投入不够,不具备科技竞争力。如果在生产技术和工艺方

面依赖引进,基本上没有自己的进步和创新,在技术上就很难超越。

1.2 加工贸易为主,市场营销环节薄弱

平湖服装以加工贸易为主,订单大多由国外客户或国内贸易公司掌握,生产企业基本无需开拓市场,市场营销环节相对薄弱。由于营销渠道建设滞后,营销人员比例低,平湖服装企业对产品销售市场只有间接的市场知识,对国外消费者市场了解很少;由于品牌营销人才严重匮乏,导致公司不能为产品创造心理性附加价值,无法实现产品差异化;由于企业并没有直接了解和接触消费者,其产品设计和开发就不能满足消费者的需求,更不能引导消费者的需求,而只能是模仿国外产品或按照外商要求来组织生产。

1.3 品牌意识相对落后,品牌创建投入力度不足

平湖服装企业大部分已经意识到了品牌创建和品牌经营对企

业的重要性,其中一些企业的品牌经营已经起步,一些公司甚至表示要在国际市场上创建品牌。在品牌创建过程中,一些拥有品牌的企业甚至无法表达品牌自身内涵,企业的品牌投入和推广很不理想,绝大部分企业没有请过外部咨询,完全依靠盲目摸索。企业还不清楚如何打造自己的品牌,如何借助外力做好品牌。

1.4 市场影响力有限

作为加工生产中心,平湖是国内最大的县级市服装出口制造名城之一,但作为区域品牌,平湖服装缺乏内涵,平湖服装在零售市场几乎没有任何影响力。

1.5 价格竞争激烈,生产企业没有定价权

平湖服装产业集聚,在拥有大规模生产能力、成为生产中心和出口基地的同时,企业之间的竞争异常激烈,这主要缘于平湖服装企业主要靠外来订单进行生产,自主开发直接面向市场的产品很少,各企

作者简介:吴召山(1983—),男,助理讲师,硕士。主要研究领域为服装产业经济学、服装市场营销与企业管理。

业生产的产品无差异或差异化很小,因此为了能够接到订单,各企业竞相压低价格。一个订单通常只有一个买主,而愿意承接生产的企业有很多家(集群地内服装企业有1 600多家),这时的市场结构是由买方垄断的,定价权在买方手中,生产企业对自己的产品没有定价权,这些问题带来的结果是产品售价低,企业只能维持微利,甚至短期亏损的状态。

1.6 分工协作水平低,集群竞争力有待提高

平湖服装产业集群1 600多家企业,存在大而全、小而全的现象,集群内企业分工水平低,服装从原材料到成品的整个过程,倾向于在单个企业内部完成,上下游整体协作关系不明显,各企业所生产的产品差异性小,销售渠道又非常类似,导致了企业间恶性竞争,集群竞争力难以提高。

1.7 人才短缺

尽管经历30年的发展,平湖服装业仍面临人才短缺的问题,如服装设计、工艺技术、国际贸易和市场营销人才。服装设计、工艺技术人才的短缺制约了平湖服装产品的开发和技术的进步,产业升级受到制约。国际贸易和市场营销人才的短缺,使得平湖服装很难建立自己的国际市场销售渠道,在产品出口经营中,绕不开中间商,甚至没有中间商的订单,就没有服装产业的生产。

2 平湖服装产业可持续发展对策

2.1 加强区域合作,开拓纺织产业新领域

地处长江三角地区的浙江平湖,在纺织产业发展战略上,要将自己置于嘉兴都市圈、杭绍大都市圈和长三角经济区域,积极与周边地区合作,充分利用周边地区的纺

织品专业市场、小商品批发市场和消费品市场,充分利用周边地区的配套设施、生产技术、市场条件、生产信息、人才资源等,提高平湖服装业的竞争力,积极开拓纺织产业新领域。

平湖服装产业集群的兴起,除了得益于国际产业转移和平湖企业家的努力外,也得益于周边地区良好的产业环境。平湖服装在强调与周边地区错位发展的同时,也要能够充分利用周边地区的有利条件,实现产业升级。尝试开拓纺织产业新领域,如家用纺织品、产业用纺织品、旅游纺织品的过程中,要加强区域经济合作,减少开拓新领域的风险,缩短进入新领域的开拓时间,提高新领域的产业利润。

2.2 创建科技创新公共平台,鼓励企业投入技术与开发

科技创新公共平台的建设,将使平湖服装产业的科技资源得到整合,在一定程度上弥补科技资源相对不足的劣势,而且将加速产业和区域科技创新能力的提升。

政府通过公共平台的建立和发展,形成支持企业开展各种科技创新活动的社会体系,从而降低企业进行科技创新的成本,并将推动企业研究开发活动更加专业化,增强产业和区域创新能力。通过创建科技创新公共平台,扩大合作的科研院所,组织专业化服务队伍,共同开发服装行业的共性技术、关键技术,着力提高技术创新水平。平台还可以向企业提供解读政策动态、分析国际形势、发布市场信息、提供政策指导、建立预警机制、上市服务等企业需要的服务。

基于目前企业技术与开发投入不足的现状,政府将出台政策,积极支持企业的技术开发活动:对于企业申报的科技开发项目,积极

给予资金支持;对于企业与科研院所合作开发的项目,若需要资金支持,经审定后给予资金支持;对于企业需要寻找科研院所合作开发的项目,政府积极给予协作,帮助寻找合适的机构,进行合作开发。

2.3 提高产业分工水平,构建合理的竞争合作关系

企业根据生产规模、技术水平和市场影响力等实力因素,明确自己的定位和发展方向,积极与集群内企业合作,提高产业内分工协作水平,构建合理的竞争合作关系。

技术实力强的、市场影响力大的企业,可以分离自己不擅长的、盈利能力差的业务,转让给专业生产厂家或小型企业生产,将主要精力和财力集中到提高研发能力和设计水平,开拓市场营销渠道,创建品牌等占据产业链高端的业务上来。应该从追求在所有生产环节获得生产利润,转变到掌控产业链上增加值较高的业务,在获得生产利润的同时,获得商业利润。

技术水平较高、市场影响力一般的企业,适当分离前道加工业务,专注服装加工生产业务,提高接单能力,获取规模经济效益。作为生产者,着力打造好制造商品品牌,提高信誉度,追求生产利润的最大化。在条件成熟时,进入国内市场,提高市场经营能力,逐步将制造商品品牌转变为消费者了解的品牌,提高市场影响力。

技术水平较一般、市场影响力有限的企业,不一定要参与服装生产全过程,可以充分发挥比较优势,为大型企业提供配套服务或中间产品,获得规模经济收益。

政府鼓励企业的合作行为,并将对合作行为予以指导。在现有大中小企业金字塔形结构的基础上,提高分工协作水平,加强企业间的

合作,构建合理的竞争合作关系,减少无序竞争,优化集群内的生态环境,提高集群竞争力。

2.4 大力引进、培养人才,鼓励企业自主开发

主要依托大城市、大企业、高等院校和科研机构,引进人才和知识。根据产业发展需要,大力培养引进设计人才、技术人才、国际贸易人才和营销人才。同时加强对员工的培训、使用和提升,加强企业家的学习和培训,用现代企业经营理念运作企业,做大做强产业。大力扶持纺织服装大专、职业院校发展,培养专业人才,实现产业可持续发展。通过高校和职业技术学校,实施职工培训多元化、层次化、系统化,实行人才培养市场化战略,实现培训与自身提高相结合的人才培养机制。

政府鼓励企业自主开发产品、提高工艺水平、研究新技术。对于企业开发的新技术、新产品,积极鼓励申报专利、外观设计等知识产权保护措施;对于企业拥有的专利、专有技术、商标等知识产权,积极予以保护。企业应根据生产能力和所了解的市场信息,明确产品定位,确定产品所面对的消费群体,积极开发产品,提高企业之间产品差异化程度。政府鼓励企业从价格竞争,走向非价格竞争。

2.5 加强营销渠道建设,提高品牌影响力

营销渠道的建设直接影响企业的竞争力和生存空间。服装产业如果没有营销渠道,企业就无法生存;如果营销渠道短,仅止于中间商,而未能延伸到零售商和消费者,那么产品的大部分利润就被中间商所获。因此,企业必须重视营销渠道的建设,直接面向终端市场,了解消费者需求,只有这样,才

能摆脱中间商的控制,才能开发适合市场的产品,才能掌握产品销售的主动权。

平湖服装以贴牌加工为主,企业对营销渠道的建设重视不够。随着产业的发展,要做精做强服装,企业必须增加资金、人员的投入,加强营销渠道的建设。创立品牌,并进行品牌定位和内涵建设,加大宣传力度和推广力度,提高品牌的影响力。在营销渠道和品牌建设,企业要善于利用专业机构和专门人才,巧用外力,缩短建设时间,提高建设成效。

2.6 政府企业协力,打响平湖服装品牌

作为区域品牌,平湖服装的内涵需要进一步丰富,市场影响力需要进一步提高。

a. 继续发展和壮大服装产业集群,是打响平湖服装品牌的基础。区域品牌建设离不开产业集群本身的发展和提升,事实上由于两个所指对象使用的是同一个名称,在顾客和消费者脑子里面,本质上是无法区分的。

b. 政府主导,企业协作,共同打响平湖服装品牌。区域品牌建设需要当地每一个企业的共同努力,尤其是领先企业和行业领袖企业的支持。这些企业的个性品牌如果得到较好的宣传和推广,就可以与平湖服装区域品牌起到相得益彰的效果。

c. 建立品牌调查、推广、监控和管理机构,不断消除对品牌的负面联想,努力建设正面和积极的联想。对破坏区域品牌形象的企业,要予以信誉曝光,并取消一些相应的政策待遇等措施,对于促进区域品牌建设的企业予以鼓励和支持,从而提升区域品牌的美誉度和信誉度。

2.7 建立和改进窗口形象,拓展平湖服装市场

平湖服装有两大窗口,一是在建的平湖中国服装城,二是平湖服装网。在建的平湖中国服装城和门户网站,为平湖服装区域品牌的建设提供了一个很好的展示窗口。政府、行业协会、企业应该重视这两个窗口,建设好窗口形象。对平湖中国服装城,应该提高准入门槛,建立产品准入制度,鼓励一流企业进入,进行市场化运作,提高服装城的商业功能,辅之以展示功能,使之能够真正成为平湖服装的销售中心和展示中心。对平湖服装网,应该组织专门的队伍,从事网站建设,增加网站内容,强化网站功能,将其办成一个名副其实的门户网站,开发网站的商务功能,开展B2B(Business to Business)业务,吸引全球的中间商、零售商通过平湖服装网在线了解平湖服装,购买平湖服装。

3 结束语

在全球经济发展的背景下,平湖服装产业处在加工制造的低端环节,而研发、设计、品牌营销等高端环节被发达国家所占据。同时伴随国内外经济环境的不断变化,处在产业转型升级的关键时刻,当下应根据自身问题做出相应改善,理性地对待服装产业转型升级。通过政策引导、市场开拓、设计创新、人才引进、品牌经营和创新平台建设,以产业链整合优化和价值链提升为突破口,促进服装产业发展向品牌效益型转变,依托政府和行业协会的支持,打造区域特色经济和区域品牌优势,提高核心竞争力,实现平湖服装产业的持续健康发展。

收稿日期 2011年9月14日