

·综述



经过13年发展,虎门服交会成为名副其实的“永不落幕的服装大舞台”。

十三载飞速成长,虎门欲从生产基地贸易基地向时尚基地迈进

虎门要成为中国的“巴黎”

首届服交会

展会名字不知该叫啥
模特衣服都小了一号

服交会成长

有了专业的模特队
品牌商家多过厂家

本周五,第13届中国东莞(虎门)国际服装交易会隆重开幕。从1996年的第一届服交会至今,短短13年,虎门服交会就从一个不知名的交易会成长为闻名中外的服交会。展位从最初的400余个逐年上升,发展到目前每届上万个的规模。

如今,虎门服装销售量占广东省总量的30%,现注册加工服装企业2000家和全镇从事服装行业人员25万人,年生产服装2亿套(件),销售收入135亿元,出口创汇3亿美元。虎门服交会成为名副其实的“永不落幕的服装大舞台”,被誉为“南派服装”的代表。

作为一个以镇级力量举办的交易会,虎门服交会何以成长壮大得如此之快?让我们回顾一下虎门服交会的发展历程,试图解读虎门服交会的发展“秘诀”。

1995年,虎门镇领导参加了“大连国际服装节”,服装厂并不特别多的大连竟然把“服装节”搞得有声有色。这让当时的虎门镇领导感触良多:虎门有这么多的服装厂,是不是更应该搞点新意?最开始,大家都不确定该把即将诞生的展会叫什么,叫“博览会”还是“服装节”,或者别的什么响亮的名字。在香港贸发局有关人士的提醒下,有关部门意识到虎门的产业特色已具雏形,要办出自己的特色就应注重交易,可以定位为“交易会”。

花半年时间跑遍全国招商

出于虎门人务实肯干的精神,1996年,虎门镇决定举办第一届服装交易会。为寻找交易会客商,时任虎门镇财贸办工作人员的谭志强成为服交会组委会的办公室主任。他一咬牙,带着几个人从福建起步到湖南、湖北,再到江西,一口气跑了十几个大城市。尽管如此,却仍未将仅仅410个展位招满。“当年我们花了大半年时间跑遍了全中国招商。每家每户地去招商,10家中能招到1家就算不错了。”谭志

强说,但400多个展位的招商量在当时的中国已属前列了。

当年11月15日,第一届虎门服交会开幕,主会场设置在龙泉商业广场。第一届虎门服交会开得略为仓促:T台是卡拉OK厅临时改装的,从东北请来的一批模特身材高大,展示的成衣穿在身上都小了一号。“当时模特队都是拼凑起来的,服装也是从工厂的成品中拿出来的,都不太合身。”谭志强说,由于是第一次办服交会,很多细节都显得不够成熟。“因为没办过,所有的东西都是摸索出来的,当时连邀请函都不知道该怎么写。”

有机会没抓住参展商后悔

作为第一届参展商,虎门镇快乐滨尼童装负责人罗柱荣也感慨良多。罗柱荣当时以香港某品牌特约经销商身份到第一届虎门服交会参展,第一场服装秀就是他经销的品牌所作的。“当时很仓促,开幕的前一天,我们还在街头的店里选择适合播放的歌曲。当天晚上11点还让模特根据选出的歌曲走台。”罗柱荣说,由于是第一次参展,参展方也不是很

有经验。“举办方、参展方都是出于摸索状态。在服交会上,有很多人跟我们谈加盟什么的,这是我们完全没有预料到的。当时品牌意识还不强,没想到服交会有提高品牌知名度的作用。我们只是想参加服交会要有多少多少的成交额,纯粹为参展而参展。”罗柱荣说。服交会上,罗柱荣在展位挂上了当时新推出的纯棉防皱裤,“当时纯棉防皱裤是个新鲜东西,许多人都围着展位争着摸一下那条裤子,引起了很大反响。”罗柱荣说,参加完第一次服交会后,有许多人打电话询问加盟等相关事宜。“但我们没有任何准备,也无法向他们透露更多的信息。因此,第一届虎门服交会给我们带来了许多机会,但我们没有准备好,没有抓住。”

1996年11月20日,为期6天的首届虎门服交会交出了超过10亿元交易额的骄人成绩单,吸引了来自美国、法国、意大利、日本、香港、台湾等国家和地区的以及北京、上海、大连、杭州等地的282家参展商,公租出展位406个,进场参观40万人次,成交额高达12.6亿元。从此,虎门服交会走上了“成名路”。

服交会升级

向时尚基地迈进
要做中国“巴黎”

“我们起步早,比别人快了一步。目前我们要做的是产品升级、环境升级。从服装生产基地、贸易基地向时尚基地迈进。”谭志强说,希望未来虎门可以成为中国的“巴黎”。“这点是有难度的,毕竟要和香港、北京等地竞争,可能需要10年时间。”

近年来,虎门先后打造出了“虎门服装”、“富民商场”等品牌,还有“以

纯”、“松鹰”“灰鼠”等许多有影响力 and 知名度的服装品牌。虎门每一届服交会,都是一个从量变到质变的过程,从以前的单纯交易到展示品牌文化、展示品牌形象。以前,参展商并不注重品牌形象,也不注重品牌的价值比重。他们参展都是像小摊贩一样,背着产品,打着货价就来了。“2000年第一次参展的时候,我们就是跟着感觉走,只是

希望能够多拿点交易量。”董永聪说,慢慢的,参展商随着服交会一起成长起来,渐渐希望通过展会突出品牌特色。参展,不仅仅是为了交易,更是在向全国展示虎门的商业文化与品牌形象。

“虎门有这么多家服装厂,他们会在这里推陈出新,不停变化。使得产品、款式都保持在潮流前端。”谭志强认为,有这些基础,虎门有条件去做时尚的发源地。

动态新闻

本届服交会准备工作就绪
周杰伦宋祖英开幕式献唱

记者从第13届虎门服交会组委会获悉,将于周五开幕的虎门服交会各项准备工作已经就绪。中央电视台《欢乐中国行》将在当天晚上举行的开幕式晚会激情上演,周杰伦等巨星将献唱。

据介绍,各大参展商的展位装修工作紧张进行,开幕式金鼓表演的演员排练工作已经展开,邀请领导和嘉宾工作已经到

商都是品牌商了。”

在第一届虎门服装交易会颇抢风头的罗柱荣发现自己被“比”下去了。“那么多年没参加虎门服交会,第二次拿出自己的产品去参展时,发现自己落后于人家了。”罗柱荣说,他当时发现许多品牌依托虎门服交会都已经做得很大。“当时的感觉就像别人的品牌都是呱呱坠地的小孩。”罗柱荣说,虎门服交会对培育品牌有着举足轻重的作用。“虎门每一个品牌都是服交会培养起来的,比如小猪班纳、以纯等。”

如今,虎门服交会已是服装厂一年一度的“大事件”。衣讯相关负责人董永聪说,早在两个月前,该厂已开始着手准备服交会的有关事项。“服交会对品牌商来说是非常难得的宣传机会,因此我们非常重视。特地请了设计师设计展位,并针对服交会做了一系列部署,比如营销规划等。”已成为虎门镇经贸办主任的谭志强说,虎门许多品牌都是和服交会一起成长起来的。“服交会在交易这块算是成功了,但我们不会仅仅局限在交易上。”

位,中国纺织工业协会会长杜钰洲将亲自出席虎门交易会开幕式。开幕式和闭幕式文艺晚会已经确定,开幕式文艺晚会邀请央视《欢乐中国行》,将有周杰伦、宋祖英等大牌明星出席。25日晚的闭幕式是粤剧名家专场。交易会期间举办的5场高规格论坛全部落实,还将启动虎门服装产业升级与发展多项平台启动仪式。