

大转型， 吹响服装产业升级新号角



转型 3

借力电子商务加速产业转型

今年的金融海啸,让服装产业受到了重创,服装商家们也认识到了传统单一的营销模式在经济危机面前显得那么脆弱。而在寻找多元化转型过程中,虎门服装人意识到虽然经济低迷,但电子商务依然坚挺。根据2008年中国网上交易调查报告显示,全国网购人数已经超过5000万,网上交易总额已经超过1000亿,专家预计,到2010年,我国的电子商务交易额将达到15万亿。如此广阔的市场,对于处在转型期的虎门服装业来说,无疑是一剂强心剂。

虎门经贸办主任谭志强表示,近年来,各地政府也不失时机在政策支持及信息预测管理上,鼓励中小企业大胆合理的利用电子商务。据悉,虎门现有虎门服装网和富民时装网两个服装专业网站,在此基础上,虎门还将再建一个虎门服装电子商务网。该网站将以虎门区域为核心,辐射整

个珠三角及全国乃至全世界。大莹服装批发城副总经理舒化清向记者表示,电子商务已让服装商户初尝甜头,刚开始他们只想在大莹服装城在四楼搞电子商务一条街,没想到商户参加的非常踊跃,短短的几个月已发展到了整个楼层。他说,这种“实体店+网店”的“1+1”的模式,是在家里开网店单打独斗无法比拟的。首先是服装城有完善软硬件配套和管理服务,对于大宗网上批发,可以提供一站式服务,比如物流、停车等;另外,以服装城名誉对外接单在信誉方面更容易得到客户认同。此外,服装城可以把有实力有工厂的商家集中起来,容易做强做大。

据悉,虎门服装电子商务网初步打算跟华南理工大学合作,将聘请一些高端人才来开发,重新构建队伍,把虎门各个商场市场企业品牌等信息收集在里面,形成区域性的电子公共服务平台。

转型 1

自主创新推动产业华丽转身

经过改革开放30年的迅猛发展,“虎门服装”日趋成熟丰腴。但随着国内服装品牌群雄并起,特别是深圳、广州两大城市已将服装产业作为重要产业在培育扶持,此外还有上海、浙江、福建等服装产业的崛起,“虎门服装”的比较优势逐步减弱。在东莞提出大力推进资源主导型经济转向创新型主导型经济、初级城市化社会转向高级城市化社

会的“双转型”发展战略大背景下,虎门服装在原有基础上全速加大创新力度,产业转型升级已是迫在眉睫!

虎门镇委书记吴湛辉指出,虎门要立足于区域优势,着眼于特色产业升级与现代服务业培育这两个互相联系的重点,以虎门服装产业集群升级示范区为发展契机,推动民营资本的二次创业,着力发展以设计、研发、采购、营

销等为核心的现代展会及服装业。

将在明年3月开张的富民商务中心,就是今年虎门服装产业转型升级创新的开山之作。项目位于广深高速公路虎门出入处,整个商务中心市场的设计是富民公司花重金请美国的顶级设计师设计的,是高级服装品牌的展示中心;整栋楼高23层,服装商铺1500多间,写字楼10万多

转型 2

设计师“单打冠军”变“团体冠军”

众所周知,以前设计师的独立品牌不是很受重视,设计师主要是为企业服务。虎门镇将斥资4500万元建设虎门服装产学研孵化园不仅引进服装院校,作为虎门服装产学研实训基地,而且还将设立设计师专门的工作间,则是为整个产业的提升服务,从设计师服务于一家企业到向多家企业转变。设计师可以在工作间研发、创作,交流探讨对流行色趋势的把握、面料的生

产等,以高端的设计氛围带动整个产业的设计师层面上发展,由此提升整个产业升级。

据悉,群体设计师工作室的准入门槛则相对较高,第一必须是取得广东省十佳设计师及以上称号的设计师;二是需要经过半年考核。目前,中国著名设计师林姿含、广东省设计师协会主席、以纯设计师顾问刘洋等著名设计师也有意向在此设立工作室,将初步形成虎门设计

师凝聚平台,设计孵化园。这些由设计师组成的工作间还将与学校相配合,首先可以聘请学生做助理,另外学院的老师可以对设计师做参赛类的引导,促进其设计水平的提升。

此外,虎门政府将与东莞检测局达成合作意向,后者将进驻孵化园,担负整个虎门服装的检测重任。一系列配套设施的设立,使得虎门政府为服装产业升级搭建的公共服务平台功能日趋完善。

转型 4

“走出去”吸收世界时尚元素

在全球经济一体化的背景下,虎门服装更应该大胆走出国门,吸收世界流行时尚元素,加强与全球服装产业的对接。今年5月,虎门组织了松鹰、衣讯、依米奴、狐仙、宜生等10多个服装品牌及富民时装城、大莹东方国际商贸城、富民布料市场等服装商场负责人共计30人赴美。通过对美国阿尔蒙地、纽约、洛杉矶、华盛顿等时尚都市的考察,不仅了解了美国的市场动向,增进了与美国商会之间的交流,而且还对虎门服装界今后的人才引进起到了促进作用,虎门拟从美国引进一批高端的管理与设计人才,来弥补虎门服装行业高端人才的缺乏。

9月,“虎门服装”再度出击海外市场,在韩国首尔召开中国虎门服装产业说明会。在说明会上,东莞富民公司驻韩联络处正式挂牌。富民公司总经理孙俊才说:“十年前虎门到韩国招商是为了吸引

韩资企业到虎门开办企业,而今天再次站在首尔的经贸讲台上,推介会已经是一种新的提升,目的是为了继续加强两地经贸间合作及时尚产业的升级合作,引进韩国的一些时尚元素能更进一步推动虎门服装产业升级。”

目前虎门品牌国际化步伐已取得了初步的成效,以纯在英国等欧美地区设立办事机构,松鹰在意大利设立机构,狐仙品牌在俄罗斯设立机构,虎门品牌海外专卖店也有了一定的规模,如狐仙品牌,仅在俄罗斯专卖店已经有200多家。



□本版撰文 信息时报记者 林建敏 通讯员 秦英福 本版摄影 信息时报记者 林建敏

2008年,对于中国服装业来说,是不同寻常的一年。由美国次贷危机引发的全球“金融海啸”,让纺织服装业经历了一场前所未有的“寒冬”。在遭遇全球经济危机和东莞经济、社会双转型的大背景下,堪称中国南派服装领头羊的虎门服装业,将何去何从。在第十三届中国(虎门)国际服装交易会开幕之际,记者走访这座服装名城,同时在对政府官员、企业经营者和专家的采访中欣喜看到,虎门服装业已呈现出整合、调整和提升的趋势,吹响了产业升级转型的新号角。