

从女裤向女装的突围

——产业转型大势下郑州裤业思进谋变的调查与思考

本报记者 陶玉亮 王文霞 成燕



张璐 制图

编者按

十年前,郑州裤业首次提出“中国女裤看郑州”这一响亮口号。十年来,郑州女裤在全国服装市场攻城略地,势如破竹,无论是产业规模还是销售额,都雄踞着全国市场的“半壁江山”。

但是,在全球制造业普遍产能过剩和人力成本、商铺租金快速上涨的大背景下,郑州女裤业陷入生产成本急剧上升,而销售进入平台期的“内忧外患”中。女裤业较低的进入门槛和低附加值,让“领秀、梦舒雅”、“娅丽达”、“逸阳”等郑州女裤领军企业清晰看到,若想做大做强,就必须实现从单品向系列化、从贴牌生产到自主设计研发的可持续发展之路。在“转与不转”的历史性选择中,他们集体勇敢地迈出转型突围的铿锵步伐。打造郑州经济升级版,就是从这样的一件件具体事情做起,尽管艰难,甚至可能会遇到不少挫折,但坚持下去,前面的天空一定会更加明亮。

今日起,本报刊登“产业转型冲击下的郑州裤业变局”系列报道,真实记录郑州裤业在漫漫转型路上的科学思考和生动实践。

昨日,市民廖女士收到某女裤专卖店发来的季末促销短信:若买一条裤子再搭配同品牌上衣,可享受超低“打包价”。“没想到,现在郑州女裤厂家拉长产业链,开始重点推女装了。”从五六年前开始,廖女士就喜欢穿娅丽达、梦舒雅等本土知名品牌女裤,但在她的印象中,郑州女裤专卖店一般只卖女裤。

这样的短信,让敏锐的市场人士觉察到,郑州女裤业正在走出一枝独秀的单品时代,即将迎来百花齐放的系列化经营新时代。

低迷下的转型

郑州女裤企业为何要转型生产女装?在国内服装业普遍产能过剩的经济低迷期,这次转型突围意味着什么?带着这些问题,记者走进这些女裤企业。

来到位于西四环的郑州娅丽达服饰有限公司,在董事长赵孙立办公室,正碰到他和设

计总监研究秋冬女装设计。从1995年创立起,“娅丽达”就一直心无旁骛,专做女裤。谈起从专攻单品到涉足女装,在服装业摸爬滚打数十年的赵孙立感慨万千:经过十年发展,郑州女裤业已过了2005~2010年的高速成长期。近几年,受劳动力成本、房租成本上涨、百货商场提高服装经营比重等因素影响,郑州女裤业已进入发展平台期。

“在中国服装界,女裤只能算是个单品,很难走进主流百货商场,虽然初期发展很快,但到了一定时期就必然迎来瓶颈预期。经过深思熟虑,我们选择了‘两条腿’走路。”去年6月,“娅丽达”召开新品发布会,靓丽的女模首次穿上了娅丽达品牌女装。这意味着,在梦舒雅、戈洛瑞丝、逸阳等相继试水女装后,郑州知名女裤品牌全部开始生产豫派女装。

据业内人士介绍,在郑州,目前除了部分小规模服装企业还单品做女裤外,较大规模的女裤企业都已涉足女装。

全新的消费理念

其实,在郑州裤业,赵孙立一直是走专业化之路的坚守者。而早在2009年,“领秀、梦舒雅”就确定了走轻系列化路线,即在做好女裤的基础上兼卖女装和部分饰品。“戈洛瑞丝”、“逸阳”等品牌也开始生产女装,尝试开辟一片新天地。

助推女裤企业纷纷涉足女装的深层次原因是,经过多年发展,郑州女裤品牌拥有了较高市场占有率和遍布全国的销售渠道。经过十年原始资本积累,郑州多家女裤企业也具备了转型的实力,这为女裤企业转型创造了良好基础。伴随着顾客消费理念的日趋成熟,开始由倾向于产品的单一功能性,转变为倾向于品牌综合价值的体验。

“顾客希望通过服装提升自信,塑造完美形象,这促使我们不仅要提供高品质商品,更要提出组合搭配建议,这种一站式购物理念倒逼郑州女裤开始选择走系列化。”郑州领秀

支付宝将停线下POS业务

新华社杭州8月27日专电(记者 张邈)支付宝27日宣布将停止所有线下POS业务,并称停止线下POS业务是出于“某些众所周知的原因”,对原有合作商户会妥善处理,不会影响商户的正常业务。

据了解,支付宝POS业务此前主要面向电商线下收单市场提供服务,业务范围覆盖电商物流、航旅酒店、在线生活服务(如汽车、房产的O2O销售)等多个领域,目前为市场提供的支付宝POS终端收单设备近万台。

支付宝称,已经与个别银行取得联系,后续会由银行接手继续为商户提供服务,不会影响商户正常的POS收单。

支付宝曾在2012年3月披露其物流POS支付方案,并宣布投入5亿元升级中国电商货到付款体系。支付宝副总裁樊治铭当时表示,支付宝不抢银联和银行的生意,支付宝物流POS支付业务只围绕电商展开,例如B2C电子商务网站当当网当时已支持支付宝的物流POS支付方案。

我省将赴泰参加商品博览会

本报讯(记者 成燕)记者昨日从省商务厅获悉,为促进中国—东盟经济互补发展,由东盟国际贸易投资商会、中国对外贸易经济合作企业协会主办的第四届东盟(曼谷)中国进出口商品博览会将于11月22~24日在泰国曼谷蒙通他尼展览中心举办。届时,我省将组团参会。

本届博览会以“依靠东盟自由贸易区,力推进出口市场多元化”为主题,展览面积1万平方米,室内标准展位600余个,除涉及建材、机械、农业、能源、轻工五大行业外,还将特设医药设备专区。展览会期间,主办方将举行第五届中国东盟经贸论坛、中国东盟投资项目推介会、东盟市场分析说明会、中泰企业贸易对接会等多项活动,并安排相关企业实地考察泰国工业园区。

二七区招商引资 50 亿元

本报讯(记者 赵文静)9月底前招商引资50亿元,新开工20个项目,重点项目投资完成220亿元。三季度,二七区以“强投资”为总引擎,以提升主导产业层级为主导,以项目建设为抓手,以土地供应和融资工作为保障,深入开展“招商、项目、土地、资金”百日攻坚行动。

围绕年度目标任务,二七区积极开展“招商引资百日攻坚”行动,将依托市、区开展的大招商活动,进一步健全完善全区选商引资项目库,围绕高端商贸、生态文化、现代食品制造三大主导产业,精心策划、重点推介,积极走访、对接国内外500强、行业20强企业50家以上,签约“三力型”项目5个以上,签约总额50亿元以上,不断增强全区发展的活力和动力。据悉,在落实“五职招商”、“三位一体”招商的基础上,二七区还成立了3个招商引资小分队,由书记、区长和区委常委带队,从7月上旬开始分别赴长三角地区、珠三角地区、环渤海地区拜访企业,积极与企业进行洽谈对接,力争引进带动性强的三力型项目。



郑州市人民政府征兵办公室咨询电话 67449611
郑州市征兵办开通微信公众平台: zzszyb,加关注后可查询相关政策

郑商所发布通告征求意见

动力煤期货上市在即

本报讯(记者 宋建巧)动力煤期货上市又向前推进一步。26日晚,郑州商品交易所对外发布了《郑州商品交易所动力煤期货合约(草案)》等相关规则合约,公开征求意见,截止时间为9月2日。

根据动力煤期货合约草案,动力煤交易代码为TC,交易单位为200吨/手,上市运行后,还可根据市场实际需要,实时调整单位;依据期货市场运行特点,针对动力煤单位价值较低的情况,郑商所将最小变动价位定为0.2元/吨,据介绍,这样的最小变动价位有助于提升期货市场价格发现功能,使价格发现更准确、更连续,同时充分考虑投资者交易风险,促进市场稳健运行。

涨跌停板制度和保证金制度是期货市场进行风险控制的有效手段。根据动力煤现货价格波动情况,郑商所拟将动力煤合约的涨跌停板和保证金比例分别设为±4%和5%。郑商所认为,±4%涨跌停板可以覆盖约97%的价格波动,5%的保证金可以提高资金的使用效率。实际运行时,还可以根据市场发展情况,适时采取扩大涨跌停板、提高保证金比例等措施,保证市场运行平稳。

鉴于动力煤长期储存品质变化风险较大,现货流通呈现“北煤南运、西煤东运、铁海联运”等特点,郑商所拟采用指定港口车(船)板交割的实物交割制度,指定动力煤现货市场集中的北方五港(秦皇岛港、曹妃甸港、京唐港、天津港、黄骅港)和南方三港(福州港、广州港、防城港)为实物交割地点。同时,引入厂库仓单交割作为车(船)板交割的有益补充。

据郑商所工作人员介绍,征求意见阶段结束后,将把结果上报中国证监会,至于具体上市日期,需要等证监会批复后才能确定。业内人士分析认为,在当前煤炭价格处于下行通道的市场环境,动力煤期货可以为企业提供有效规避价格风险的平台和工具。动力煤期货上市,还有利于健全煤炭期货品种序列,提升我国在动力煤国际市场的定价影响力。

上半年全省零售额同比增长13.2%

本报讯(记者 侯爱敏 实习生 陈丽颖)省统计局近日发布信息,上半年全省实现社会消费品零售总额5843.25亿元,比上年同期增长13.2%,高于全国0.5个百分点。

总体来看,上半年全省消费品市场呈现以下特点。

乡村市场火过城镇。近年来随着农村居民收入增速持续高于城镇,农村消费环境不断改善,消费市场不断壮大,零售额增速持续高于城镇。上半年城镇市场增长12.8%,乡村市场增长15.1%,高于城镇市场2.3个百分点。而限额以上企业零售额,农村高于城镇7.7个百分点。

限上企业零售主角地位更巩固。近年来,限额以上企业零售额增速持续高于限下企业及个体,零售额比重持续提升。上半年,限额以上企业零售额同比增长14.4%,高于零售额增速1.2个百分点,占零售额的比重为36.2%,比上年同期提高1.2个百分点。

家电、金银珠宝、书报杂志增速靠前。21类零售商品大类中,家用电器和音像器材类、金银珠宝类和书报杂志类零售额增幅较大,分别增长了20.2%、33.7%和21.6%。受金价下降刺激,金银珠宝类商品销售火爆,4、5、6月份,珠宝类商品零售额分别增长了58.3%、36.2%和41.3%。

两场大型展会 周末亮相绿城

本报讯(记者 成燕 通讯员 唐巍)本周,两场大型展会将亮相绿城。记者昨日从郑州国际会展中心获悉,8月28日至30日,第六届中国冷冻食品产业大会暨中国冷冻与冷藏食品工业展览会将在该中心举行;8月31日~9月2日,2013中国国际发制品展览会也将在如意湖畔开展。

据了解,第六届中国冷冻食品产业大会展出面积12000平方米,涵盖原料、辅料、包装、机械、生产、冷链等多个领域,参展企业达200多家。大会将着力实现冷冻食品供应商、生产商、物流商、经销商、零售商、餐饮渠道商六大行业无缝对接。本届展会汇聚三全、思念、湾仔码头、海霸王、龙凤、双汇、永达、天津瑞尔、广州得臣等多家知名品牌。

作为中国发制品行业内的唯一盛会,中国国际美发用品及时尚发制品展览会由中国轻工工艺品进出口商会、河南省商务厅、郑州市政府等联合主办。该展览会展出面积6000平方米,主办方特邀来自美国、印度、韩国、阿根廷、法国等国200余家企业参展,同时还邀请国内知名厂商5000余家前来参展。该展会共设特装展位102个,国际性标准展位144个,集中展示电吹风、发夹、发饰、发簪、发制品、进口美发用品等多个类别。