

“宁波装”逆势重仓国内市场

着眼优化客户消费体验

“

上周五,在位于杭州市中心的银泰百货武林店,宁波高端女装品牌斐戈开出了省城的第一家旗舰店。这成为斐戈全新形象大力拓展市场的第一枪。根据计划,斐戈以浙江和江苏为核心区,到今年底将拓展20家以上门店。

当前经济下行压力较大,尤其是服装行业面临着外需萎缩、国内市场竞争激烈、行业效益下滑的局面。但就在这种大环境下,和斐戈集团做法相似,雅戈尔、杉杉、太平鸟、马威、麦中林等众多品牌企业不约而同地加强品牌和渠道建设,逆势谋划,布局国内市场,重塑服装时尚产业这一宁波传统优势产业的行业地位。

记者 殷浩

”

服装业真的有点冷

经济下行压力较大,也让中国服装企业感到了阵痛。

前几天,美特斯邦威服饰发布的业绩快报显示,其2015年净利润同比跌396%,亏损4.31亿元,这是其上市7年来首次亏损。与此同时,另一家服装上市企业步森股份发布2016半年度业绩预告,报告期内公司预计亏损1800万元~2400万元,同比下滑幅度314.51%~240.88%。

而今年初,曾经红极一时的品牌“班尼路”被其母公司德永佳集团有限公司以2.5亿元的价格出售。与班尼路同样遭受困扰的还有ESPRIT、VEROMODA、ONLY、佐丹奴等曾经红火的品牌。

国内市场竞争激烈,国际市场的需求也持续低迷。从全国情况来看,2015年中国纺织品服装整体出口下降5%,进口



斐戈武林银泰店

下降3.5%,是自2009年之后6年来的首次进、出口双降。在今年1月份至6月份,中国纺织品服装累计出口8028.7亿元,同比增长2.1%,其中纺织品出口3379.7亿元,增长4.2%,服装出口4649亿元,增长0.6%。中国纺织品进出口商会7月14日透露称,由于全球主要

经济体经济尚未明显复苏,各大市场的需求缺乏增长动力,2016年二季度中国纺织品服装出口虽然继续保持增长,但随着同比基数的扩大,增幅逐步缩小。

宁波的纺织服装出口也并不乐观。海关数据显示,2015年宁波的服装及衣着附件出口额累计为

849957万美元,同比增幅为-49%。今年上半年宁波市出口纺织原料及纺织制品出口375.7亿元,微增25%。

雅戈尔集团董事长李如成上周在接受记者采访时称,当前服装行业确实面临着一定的压力,全球服装消费总额已经被食品消费超越,服装业产能过剩。

“宁波装”逆势加大投资

尽管行业整体不景气,民间投资也低迷不振,但宁波服装企业却开始悄悄发力,加大了在销售端的投入。

作为中国服装业的标志性企业,雅戈尔上周宣布将在未来5年内投入100亿元优化销售渠道,将面积较小的销售门店进行压缩,在重点城市的商业繁华区域建设1000家旗舰型专卖店,以此来打造雅戈尔高端商务男装的形象,争取将每家店铺的平均销售收入提升到上千万元,大型形象店的最高销售收入要由现在的

5000万元提升到1亿元。

雅戈尔集团董事长李如成表示,前几年雅戈尔对服装的投入不多,出现了人员减少甚至人才萎缩、人员老化的现象;现在雅戈尔整合投资板块等资源,加大对服装的重视和投入,打造雅戈尔作为中国高端商务男装的品牌形象。据悉,雅戈尔也有意开展高端品牌的兼并收购,推动雅戈尔服装板块的成长。

我市另一家服装龙头企业杉杉集团也有动作。杉杉股份近日发布公告称,将对其服装业务从

杉杉股份公司中剥离,申请赴港上市。证监会也已经同意该项计划。而杉杉服装也正在进行内部规划,将推出新品牌“shanshan”(此前杉杉品牌的标识为FIRS,针对的是40岁左右的成熟商务男士),主攻二三线城市的快时尚消费群体,并选定了28岁~35岁年龄段的青年消费群体为目标客户。据透露,新品牌在2016年将开出200家门店,主攻浙江、苏南、西南几个区域。

加大销售渠道建设的还有太平鸟、马威、春

芽子、斐戈、麦中林等品牌。其中快时尚先锋太平鸟今年将狂砸3.5亿元开实体店,店铺将再增加500家左右;而马威则重点与万达集团合作,将在今后两年内开出100家直营店;麦中林则计划在明年将店铺由目前的150家提升到200家。

业内人士观察发现,与此前不同的是,在本轮投资中,服装企业不再安排搞产能建设,更多的是重视销售体系和渠道的建设、信息化建设、物流渠道网络建设等,以消化已经具有的庞大产能。

注重品牌形象和消费体验

在加大渠道建设的同时,“宁波装”也在品牌形象和消费体验方面下功夫。

在这方面,雅戈尔和马威更加追求开大店。雅戈尔集团董事长李如成和马威(中国)公司总经理胡纪军都表示,未来开张的新店铺面积都将在1000平方米以上。李如成表示,雅戈尔重点建设的旗舰店将要具备三大功能——VIP服务中心、

O2O体验中心和时尚文化的展示中心,并且要为客户提供时尚定制、客户关怀、商务洽谈等服务,打造成雅戈尔与客户联动的平台。

马威则重点从便利家庭采购的角度来关注客户的消费体验。马威总经理胡纪军表示,马威的产品覆盖家庭成员消费的各个年龄群体,从童装到老年装一应俱全。“我们品类很多,所以一定要大

面积店铺。”胡纪军表示。

相比之下,女装品牌麦中林更多的是走情感路线,强调客户互动体验。该品牌设在天一广场的专卖店的二楼和三楼分别开出了城市书房和女子学堂,经常组织一些绘画展示、烘焙插花茶艺以及慈善爱心活动。而其他城市的专卖店将同步引进实施这类体验活动。麦中林总经理孙维辉认为,麦中林品牌定位白领

消费群体,这部分女性感性、温暖而富有爱心,麦中林希望通过相关联的文化活动实现互动,增强客户黏性,在无形中传递品牌形象。

“在市场竞争激烈的时代,消费体验和品牌形象是消费者最为关注的,宁波服装企业在经营中能够关注到这一点,说明其已经进入到品牌的精耕细作阶段。”宁波纺织服装学院教授张福良表示。

锦浪助力G20

本报讯(记者 王婧)继去年在巴黎埃菲尔铁塔装上“宁波心”后,宁波锦浪新能源科技股份有限公司今年又助力G20峰会。

坐落在杭州市滨江区江汉路的中国杭州低碳科技馆一角的光伏车棚,已经开始发电了。这个集节能和美观于一体的光伏车棚的心脏用得正是“锦浪芯”。“虽然这次只为光伏停车棚安装了一台发电装备,但是说明锦浪的产品还是得到了市场的认可和肯定的。”锦浪科技的市场经理陆荷峰向记者表示。

2015年全球媒体报道了埃菲尔铁塔新添风力发电装置的新闻,这套发电装置的核心部件——电控部分全部是由锦浪科技提供的。

锦浪科技是一家专注组串式光伏并网逆变器自主研发和生产的高新技术企业,同时也是国内专注组串式并网逆变器时间最长的企业。此前,它曾给上海世博会添砖加瓦,中标北京冬奥会项目,为“全国最大光伏建筑一体化村(宁波市鄞州区观龙乡李岙村)”、“全球最大太阳能车棚项目上海大众”等多个分布式光伏项目提供组串式逆变器解决方案和技术支持。

宁波打造跨境电商新生态

本报讯(记者 王婧)今年以来,宁波跨境电商迎来新的发展机遇。1月,宁波成为第二批跨境电子商务综合试验区。4月18日,浙江省政府批复《中国(宁波)跨境电子商务综合试验区实施方案》。7月20日,宁波首个轻创业电商平台——NBGO中国(宁波)轻创业集合服务平台上线了。

“‘NBGO’这个以宁波命名的平台不仅为中小企业服务,更是为普通老百姓提供了一个创业的良机。让创业者能够低门槛、低风险地搭上跨境电商的快车,进行全球智能B2B、B2C。”平台创始人袁剑峰表示,在这个平台上,所有的货源都是来自保税区、海外仓。

另据了解,NBGO自4月28日试运行以来,已经开设了13000家线上创客集合店,注册会员40000多个。