



服装业被认定为宁波市3511产业体系中的五大优势产业之一，也是浙江省确定的重点提升产业之一。

本周三，由甬商总会、市社科院、东南商报社联合主办的第六期12A茶座将题聚焦宁波服装产业。

“在技术升级、产业升级、消费升级的大背景下，在劳动力成本优势、商务成本优势已经丧失的情况下，曾经辉煌的‘宁波装’能否借力新技术、新渠道重塑新优势，满足人民群众日益增长的美好生活需要，在这个新时代打造出全球有影响力的品牌，实现华丽转身？新时代宁波服装产业应如何发展？哪些手段与途径可以借鉴？”

开场，殷浩开宗明义地抛出了本期话题。

杨世兵 宁波市消费品行业办公室副主任
殷浩 东南商报执行总编辑
陈琳 市社科院经济研究所研究人员
张福良 浙江纺织服装职业技术学院时装学院院长
毛屹华 宁波市服装协会秘书长
程方定 雅戈尔集团股份有限公司董事长助理
周靖 宁波诺布尔制衣实业有限公司销售总经理
孙维辉 品牌运营专家
郁俏峰 华博会展服博会事业部总监

宁波装如何再妆天下？

记者 乐晓立

关于现状

当下，宁波服装产业面临的问题诸多。杨世兵从数据层面为大家梳理了目前宁波服装产业的现状。

“服装纺织行业分为三大板块——成衣、印染纺织与化纤，目前主要的问题还是集中在成衣。”杨世兵说。

目前，服装产业的无论从利润、产业增长速度、劳动生产率等方面都低于我市规上工业的平均水平。据统计，宁波共有规模以上服装企业870余家，占到规上企业总数的11.8%，但产值有1157亿元，只占到规上工业总产值的7.3%，到单个企业产值也低于柜上企业的平均水平。

同时，服装企业的利润只占总利润的4.3%，利润额也较往年同比下降了2.8%，而同期的规上企业利润则是增长了37%。

尽管存在问题，但宁波服装业仍不失为宁波的优势产业。毛屹华介绍，中国服装协会近日正式发布“2017年服装行业百强企业”名单。宁波共有9家服装企业上榜。雅戈尔位列第二，而杉杉控股和太平鸟集团则分列第四和第八。

此外，上榜“产品销售收入百强榜”的宁波企业还包括：罗蒙集团，居第17位；狮丹努居第22位；博洋居第36位；培罗成居第54位；洛兹居第57位；爱伊美居第81位。

程方定介绍，在新零售的热潮下，公司董事长李如成提出“新零售”的新思路——“智慧营销”。

对于新零售所有人都在路上，雅戈尔根据自己企业状况，把智慧营销(新零售)概括为五个定义，即有品牌的产品、有竞争力的成本、有快速反应的体系、有良好的企业平台以及有科技手段的投入。

他认为，企业不能盲目打价格战，要以自己的产品品牌价值为依托，通过科技手段，用AI、3D等技术实现数字化生产，使得产品在同品质中成本最低、同成本中品质最优，打造具有竞争力的产品。通过快速反应的体系，合理定价，将原料、面料到成衣的产业链全面打通。产品最终将搭载良好的体验平台更好地在消费者面前呈现。目前雅戈尔已将专卖店全面升级，门店升级成VIP服务中心、O2O体验中心，雅戈尔为消费者创造的平台逐渐成为时尚文化的传播中心，怎样穿更舒适，怎样搭配更流行，雅戈尔正在创造自己的流行时尚。

而对于智能制造，雅戈尔展现的是久经沙场的冷静和睿智，雅戈尔管理层相信机械化可以带来更高的效率和品质，希望雅戈尔能够做一个完全不一样的智能制造系统，通过数据的收集及设备的改造、改良，形成一套全新的服装制造的智能化标准，如3D量体等，实现版型细分、效益提高，能够更加满足消费者的需求。

未来雅戈尔将通过标准化、自动化、信息化、智能化“四化合一”，让企业得到大程度的提升。目前，雅戈尔前道的面料裁剪和后道的打包仓储还没有完善，一旦完善将打通整个环节，实现各个环节的智慧体系。据了解该项目最快在今年年底完成。对此，李如成先生骄傲地表示，现有的新设备已经为雅戈尔的生产效率提升了20%~30%，整条生产线完成升级时，雅戈尔将成为世界领先的企业。

同样利用智能化进行生产改造的还有诺布尔制衣。周靖介绍，诺布尔通过智能化改造已经实现了羊毛衫“黑灯制造”，其全自动化的电脑横机均由德国进口。正因如此，诺布尔获得了阿玛尼、香奈儿等国际一线奢侈大牌的青睐，成为他们的代工厂。

除了前来分享的两家企业外，毛屹华还简单介绍了几家目前颇具亮点的宁波服装企业。

如宁波奕玖服饰设计有限公司，通过在服装中加入设计、文创元素，打造了LivinMomento这一国内首家时尚配饰创意品牌公司，为年轻女性提供款式独特、个性鲜明、高性价比的时尚女包及服饰搭配，增长迅速。

再如宁波伟楷服饰有限公司，在面临海外市场不稳定、本地劳动力成本提升、品控不稳定等诸多问题时，果断选择产线技改与供应链优化，在2.4亩的厂房内进行零土地技改，更新生产线与设备，2017年产值突破1亿元，亩均产值约5000万元，员工人数突破300人，成为我市服装纺织行业中典型的“亩产英雄”企业。



12A茶座财经沙龙现场。 记者 史咏梅 摄

关于痛点

“宁波的生产制造能力绝对没有问题，但是缺乏前端的设计与后端的营销以及品牌建设。”张福良明确地点出了宁波服装业目前两大痛点。

“宁波服装业加工能力强，但前端的设计能力较弱。设计师人才偏少，设计师品牌稀缺，也制约了宁波服装业的时尚化程度。”陈琳也对此一观点表示认同。

此外，张福良还指出，宁波服装业是成衣强，面辅料等供应链配套相对较弱，比如纽扣就要去永嘉寻找合作伙伴，面料则要去广州中大市场、绍兴轻纺城等地寻觅。尽管现在网上啥都有，但关键是，设计师需要找到合适的面料厂家定制到合乎设计理念的面料，才能设计出一款成功的新品。对众多中小服装厂家来说，面辅料之痛也是挥之不去的。

他还强调，广大中小企业缺乏战略谋划与布局。服装企业如何认清形势，谋划下一轮发展，这不仅需要企业负责人对全球经济未来趋势的把握，也需要对行业趋势、热点以及技术发展方向敏感。从战略谋划层面上来说，在这个变革的时代，宁波服装企业还需要精心谋变。

而孙维辉则从品牌角度谈了宁波服装的问题。他表示，品牌要有生命力，首先要使品牌具象化、人格化。如雅戈尔这个品牌的英文是youngor，脱胎于青春制衣厂，是一个青春的符号，而logo中的龙马，代表着中国人积极的“龙马精神”，围绕这个IP延伸出完整的生态，构建品牌的文化体系。

郁俏峰表示，宁波服装的另一大痛点是国家级研发平台的匮乏。“尽管宁波服装业在全国具有一定地位，但宁波服装业却很少有企业在技术研发上有深厚的持续投入，院士工作站、国家级技术研发中心甚至国家级公共服务平台都非常稀少。”他表示，“在这个新技术革命浪潮面前，宁波服装企业确实需要更多这样的平台来指导未来的发展。”

杨世兵表示，目前我市正在针对设计、面料、渠道、品牌与平台五大短板谋划新的促进措施。

关于服装节

此外，现场的嘉宾也谈到了服装节的目前存在的问题。

“宁波服装节曾经是宁波一块闪亮的名片，但如今似乎存在定位不清晰、效果不佳的问题，有点尾大不掉的味道。”程方定说，“要搞好服装节，关键是要定准这个展会的目标受众是谁。”

郁俏峰表示，目前第二十二届服装节已经进入了紧张的筹备阶段，本届服博会将以服装服饰全产业链展示交易为主，启用宁波国际会展中心6大展馆，总展览面积4万平方米，设展位2000个。为进一步提升服博会的专业性，按照行业惯例，结合上一届展客商调研反馈，在打响服博会的基础上，按照全产业链要求和会展国际惯例，细分展区，进一步提升服博会专业化和精准服务水平，同期首次举办2018宁波国际纺织面料辅料展览会、2018宁波国际服装智能制造设备展览会、2018宁波服装工厂直销暨现货交易会等3个二级子展，形成1+3的全产业链展览格局。

“纺织服装产业是传统产业，但不是落后产业，更不是夕阳产业。只有落后的产品，没有落后的产业。”殷浩最后总结道，我们要继续重视纺织服装产业的改造提升，让“宁波装”重妆天下，这个信心来自于发展的比较优势、科技革命的机遇、市场需求的升级和宁波企业的创新实践。