



宁波男装为何“逆潮流而动”？

在目前的市场环境中，如雅戈尔等宁波男装目前的模式，是不是真的不合时宜？雅戈尔副总裁胡纲高在论坛发言时，用了“逆潮流而动”来概括目前企业的全产业链布局。

他说，雅戈尔目前在上游拥有新疆的棉花种植基地、西双版纳的汉麻种植基地、武汉的汉麻制造基地、嵊州和斯里兰卡的棉纺基地、宁波、瑞丽、珙春的西装、衬衫生产基地以及东南亚、非洲的针织生产基地。从棉花到面料到成衣，均是亲力亲为。

同时，雅戈尔拥有95%以上的自营渠道，不仅店是自己开的，连店面都是自己买下来的。上海南京路雅戈尔之家就是雅戈尔自营自产权的代表。

这样的模式，可以说在协同生产能力、管理能力、供应链稳定性与抗风险能力上可谓无懈可击，但也存在一些天生短板。

经济学理论经常教育我们，要降低成本就要分工，全球化的分工，使生产能在要素资源相对便宜的地方进行，同时供应链的优化也会提高利润，同时多渠道的供应链能使市场响应速度提高。这就是Zara、H&M、优衣库的基本套路。

显然，雅戈尔的“事必躬亲”，呈现的最基本结果就是，服装赔率的提高，全产业链的渠道成本必然反映在价格上，在快消市场，雅戈尔基本打不过前面提到的外国品牌。

“大企业有自己的定力，近40年的发展让我们摸清了自己的发展道路，因此才呈现出目前的产业生态，就是逐步往高端走。”胡纲高说。

而其中的关键，就是通过信息技术理顺营销渠道，把握消费者的需求，降低库存，提升服务。

“一个韩国的团队曾到上海雅戈尔之家考察后表示，雅戈尔衣服的做工、设计都很上乘，盖上标跟杰尼亚没什么区别，但导购员的素质太低了，没有上档次的感觉。接受我们价位的消费者大多还是青睐线下体验的，因此，我们会在消费体验上再下功夫。”他说。

同样重资产运行的宁波男装还有罗蒙，从面料库到工厂，罗蒙的取胜之道在于订制，特别是团队订制。在零售市场，罗蒙这几年几乎没有什么大动静，但依然有40亿元的服装营业收入，这就来源于大规模的团队订制。从公安、法院的制服，到银行、保险公司的工作装，再到世界500强企业的西装，罗蒙正在渗透需要穿着正装的每一个场合。

“有品牌知名度、有红帮裁缝的技术、有规模制造的沉淀、有精细的成本控制、有逐步完善的数据库支持，罗蒙通过订制走出了一条超低库存、较高利润的发展路径。”罗蒙相关负责人表示。

2



雅戈尔男装新品发布（资料图片） 记者 陈旭钦 摄

他们或许才是真正的对手

在目前的男装市场，衣帮人、拇指衣橱等主打订制的互联网企业越来越多。但在罗蒙与雅戈尔看来，这样单件订制的效率与规模并不能影响到目前的格局。反倒是另一股力量不容忽视。

东南商报曾经报道过藏在小村里的伟楷服饰，厂房一亩半的服装厂，年产值上亿元，为世界顶级潮牌做代工，而伟楷目前正在试图对接像网易严选、必要等类似平台，进入内贸零售市场。在宁波，像这样的工厂不胜枚举，许多诸如阿玛尼、香奈儿等世界大牌的服装其实都是由这些深藏功与名的宁波企业所代工的，这些企业有设备、有技术、有管理、有经验，在代工过程中也逐步摸索、组建了自己的设计团队，一旦他们经由互联网投身男装战场，也许将会影响现有格局。

相关机构指出，当人均GDP超过20000美元时，人们对品牌的忠诚度会降低，转而更加关注品质本身。宁波目前的人均GDP已经超过18000美元，也许一场“不讲牌子”的变革即将到来。这些被严选、必要收编的高端代工大军将会改革宁波男装甚至整个市场。

3