

宁波装三巨头历史性携手 带来哪些启示

殷浩



近日，本报官方微信公众号东南财金刊发了一条消息——宁波三巨头历史性携手（详见A03），刷爆宁波人朋友圈。三巨头为何要在此刻携手？背后有何深意？又有何启示？

历史性的牵手

服装业在宁波是一个百舸争流、百花齐放的产业，体量庞大的头部企业的举动，向来是宁波乃至国内媒体关注的焦点。历史上，巨头间的竞争攻伐甚至座次排位易成大家津津乐道的谈资。

不过，这个时代，一切都在变。以至于吴晓波前几天在写文章时感叹，这五年终于活成了原本没有想到的样子。

同样，宁波服装大佬们的思路也在变，而且变得让人意外，甚至可以说有些猛烈。

本周，本报官方微信公众号东南财金刊发了一条消息——宁波三巨头历史性携手。文章称，雅戈尔、太平鸟最近分别与杉杉集团签订战略合作协议，这三大巨头将围绕杉杉奥特莱斯的平台优化零售渠道，完善全场景的零售模式。三巨头对此次合作也非常重视，出席此次签约仪式的，分别是杉杉集团董事长郑学明、雅戈尔总经理马其华和太平鸟董事长张江平。三巨头携手拓展新零售，而且重量级关键性人物悉数到场，显示出极其重视，让人充满了好奇。

在A股服装业上市公司中，雅戈尔、杉杉、太平鸟三家企业2018年的营收规模均跻身前30强，其中雅戈尔和太平鸟均位居前十。

三巨头携手！这篇微信文章被广为传播，转发400次，收藏量破100，微信阅读量已破万，东南财金头条号的阅读量甚至突破3万。包括杉杉官方微信公号、宁波服装节官方微信号等多个微信公众账号都向东南财金后台申请开白名单授权转载。这也显示了此事件的非同寻常，高度受人关注和巨大的想象空间。

三巨头在此刻携手，背后深层次原因是什么？一方面是新零售的探索已在服装业成趋势，而三巨头此前都较为重视设计、制造，对新零售的合作探索不多，但这个话题已经成为行业热点，大家希望能够看到新零售的现实路径，巨头们的动作或许更具启示意义。另一方面，数据驱动在服装业是另一个焦点话题，而三巨头携手合作，就是要做数据驱动方面的尝试。头部企业以其庞大的体量，在数据方面无疑具有优势地位。

所以，这次三巨头的合作，不仅仅只是三家企业之间内部的事，或许将对整个服装行业的发展带来深远影响。或许十年之后回头再看，这将是一次历史性携手。

B

灯塔般的意义

灯塔，照亮人们前行的方向。行业的里程碑事件，往往在行业内具有风向标的意义。这次中国服装业三巨头的携手，或许也具有灯塔式的意义。

首先是竞合时代的到来。以往，同行之间尤其是行业头部企业之间合作并不多，比如阿里不会与京东合作，电信不会与移动合作。但现在竞合时代到来了！移动通信联通们发现，抢走他们业务的不是原来的同行，而是腾讯阿里这些OTT；各大商业银行也强烈地感受到，竞争对手已经由同行变成了支付宝和微信支付。

英国前首相丘吉尔曾经说，没有永远的朋友，也没有永远的敌人，只有永恒的利益。竞合时代的到来，正是印证了这句话的准确性。所谓“一滴水只有放在大海才不会干枯”，正确认识时代趋势，拥抱变化，才能在市场竞争中更好地生存。

其次是市场研究时代的到来。宁波服装企业是宁波的代表性行业，其他类似的行业还有文具、家电等。这些行业在宁波最大的特点是生产企业多，零售终端企业少，需要依附于市场渠道才能开拓比如银泰、京东、天猫、苏宁等。

在如今这个时代，对市场的研究，其重要程度不逊于对产品的开发。随着消费升级的到来，市场需求的变化、渠道的变化、服务质量的需求变化等，都需要进行研究和观察，尤其是在互联网时代，研究的工具多了，数据获取也更加容易了，在这种情况下对市场趋势的准确把握与否，往往可以决定一个企业的生死。

再次，对其他行业也有启示。宁波的家电电子、轻工文具，甚至外贸行业这些具有优势的传统产业是不是也可以携手合作？合作点是什么？如何合作才能产生1+1>2的效果，让整个行业站到C位重现辉煌？这些都是值得研究的。此前在政府主导下宁波外贸业曾经出现过外贸G18，但后来无疾而终。百度腾讯万达也曾经高调合作砸下800亿元却遭失败。问题又出在哪里呢？

或许，宁波同行三巨头的合作，可以给大家带来更多思考。

 永赢基金
YONGWIN FUND

信任传承
相伴成长

