



打造时尚名城

探讨六大问题 叩开时尚名城大门

记者 薛智谊 史旻

曾经的世界第一大时尚集团 ZARA 在全球不断关店，业绩下滑；

快时尚集团优衣库业绩快速增长；宁波申洲针织 2018 年市值达千亿元……

在昨天举行的 2019 宁波时尚节暨第 23 届宁波国际服装节开幕式和时尚大会上，演讲嘉宾们口中传出的这些时尚业动态，可谓有人欢喜有人愁。

快时尚产业走到尽头了？时尚消费正在发生格局性的改变？宁波如何打造时尚名城？能否举办时装周？时尚如何给产业和城市赋能……针对这些问题，海内外嘉宾奉献了自己的真知灼见。



A. 哪些时尚行业在增长？

“时尚行业变得越来越难以琢磨。”优他时尚管理集团总裁杨大筠身处时尚行业多年，有“中国时尚教父”之称，他直叹全球时尚行业的变化越来越快。

“中国时尚产业制造的规模虽然全世界最大，加工企业也是全世界最多的，但是缺乏全球的话语权。”他说，“当我们认为我们的技术、品质、加工、产能和数量已经可以有竞争力的时候，如果不能打造时尚制高点，不能获取全球的话语权，我们永远是在复制、规模、低价里寻求生存。而话语权公司和非话语权公司最大的差别是，话语权公司是领导消费，非话语权公司是追随消费。”

杨大筠表示，2018 年时尚产业只有两种类别企业的销售额是在快速增长的：一是运动产业，如宁波申洲针织市值达千亿元，原因是它的主要客户是阿迪、耐克。中国安踏今年收购了世界最大的户外公司，今后两年市值有望超过 3000 亿元；二是奢侈品行业。法国由于拥有迪奥公司、开云集团、LVMH 等三大奢侈品行业最大的公司，成为全世界领跑时尚的发源地，两个公司市值接近四万亿元。

B. 如何打造具有世界话语权的公司？

一座城市如何才能成为时尚之都，杨大筠认为，要想接过世界时尚之都接力棒一定要解决一个问题——打造一批在世界上具有话语权的公司。需要有实力的企业和品牌引导全球的消费，因此，一定要扶持几家领导性的企业，这些企业在时尚制高点上有话语权。“有没有千亿、万亿级的企业，这是关键。”他说，企业要快跑、做大、做强，而做大做强的最佳办法是并购。世界上最大的时尚集团都采取并购、重组的方式做大的，安踏做大与它的并购有关，如收购菲娜，给安踏带来了巨大的增长和现金流，也为其收购世界最大的运动品牌公司带来了强大的支持。

国内现在做并购最大的是安踏和山东如意。目前，重奢侈品 87% 都掌握在三个奢侈品集团手里，宁波企业机会不大，但轻奢奢侈品有机会，像山东如意在并购时就是选择了进入轻奢市场。

杨大筠认为，宁波时尚产业的产业链非常全，企业在品质和工艺、供应链反应速度、技术能力等方面都没问题，但宁波的纺织服装企业需要把步子迈得更大一点，把眼光放得更远一点。