



打造
名城

40年筚路蓝缕，40年精彩蝶变。10月23日，中国纺织服装行业龙头企业雅戈尔集团，迎来了创建企业40周年庆典。

从1979年以来，其每一步发展历程都紧随着中国改革开放的大潮流，商业嗅觉敏锐，踩准时代节拍，也是改革开放40年来一部中国民营经济波澜壮阔的崛起史和变迁史。

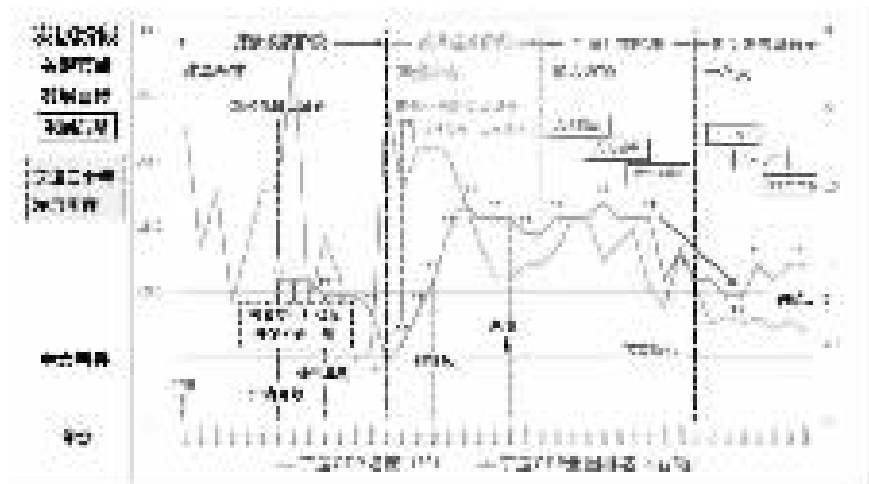
经过40年的发展，雅戈尔实现了从乡镇服装厂到综合性国际化企业集团的大跨越，不断优化经营策略，如今已构建服装、纺织、置业、康旅、金融、贸易等多元并进的产业格局。

截至2018年年底，雅戈尔集团总资产达939亿元，净资产310亿元。2018年度实现销售收入879亿元，利润总额53.18亿元，完成税收25.41亿元，提供就业岗位逾5万余人，为社会、企业员工以及公司股东创造了巨大价值。雅戈尔集团位居2019年“中国民营企业500强”第66位、“中国企业500强”第222位。

1.

雅戈尔基业长青的奥秘

国研经济研究院东海分院研究员 陈旭钦 助理研究员 管如镜 刘航



雅戈尔集团40年发展历程

从成长期迈入成熟期

一家企业的发展，通常会经历初创、成长、成熟和衰退四个时期。通常企业生命周期的变化以10年左右为一轮周期循环。纵观雅戈尔集团40年发展，其经营情况每10年左右经历一轮“低谷→快速上升→回落→再次低谷”的周期，但总体仍呈现快速扩张的态势。具体表现为：雅戈尔销售收入从1980年的35.5万元增长至2018年的879.26亿元，年均增长率达到约40%。尤其是20世纪90年代后，更是在多元化产业的布局下，进入了高速发展阶段。

但同时，总量的提升也伴随着增速的震荡下行，呈现边际效益递减的态势。尤其是2010年后，受宏观环境影响，三大板块业务出现了疲软，雅戈尔集团销售收入增速再次回落到了历史低谷，从逾20%的增速下滑到了10%~20%。

从业绩表象反观雅戈尔各项业务经营情况，可以看到现阶段的雅戈尔不论是在产品创新方面，还是市场开拓及客户群体拓展方面，都进入相对稳定的状态。但产品线拓展、技术投入、人才管理等内生要素投入，还未充分地从业绩上体现出来。

结合企业生命周期理论来看，数据表明雅戈尔集团已开始从成长期刚刚迈入成熟期。这一阶段的显著特征就是总量继续平稳上升，但增速缓慢下滑，面临的市场竞争愈发激烈。

当然，这并不意味着雅戈尔集团的发展已经走向衰退，而是在持续快速发展后，必然会经历一段平稳过渡期。不仅是雅戈尔，众多百年企业在发展的历史长河中也同样经历过数次这样的阶段。