



中国裘皮城精品购物区。(黄程 摄)



前来参加裘皮服装设计大赛的嘉宾。(资料图 余姚市委宣传部供图)



裘皮城内的服装秀。(王焯江 黄程 摄)

朗霞以及周边区域,既远离裘皮产业的原料源头,也不是裘皮服装的消费市场所在,却成为全国最大的水貂皮加工生产基地,裘皮服装销售量占全国的四分之一、全球的七分之一——

余姚裘皮产业: 星星之火何以燎原?

本报记者 黄程 余姚记者站 谢敏军

冷空气长驱南下,位于余姚朗霞街道的中国裘皮城以及周边的裘皮一条街上,人气一路高涨。线上线下定纷至沓来的订单,给不少商户和厂家带来了“幸福的烦恼”。

“裘皮服装的生产,原材料是关键。从原皮的拍卖到生产再到出货,有一个较长的周期,短期内订单激增,我们根本来不及备货。”在余姚欧意皮毛服饰制造有限公司总经理杨利峰看来,裘皮业也是“看天吃饭”的行业。

朗霞裘皮在余姚十大块状经济中位居次席。从1979年原朗霞镇西干村(现为朗霞街道杨家村)办起第一家裘皮服装厂到现在,裘皮产业在姚北大地扎根繁衍已近40年,从无到有,从小到大,创业之路充满艰辛。目前,余姚朗霞辖区内有裘皮生产企业1580多家,解决劳动力就业25000余人。去年,这些企业加工水貂皮750万张,年销售裘皮服装约65万件,销售额达到45亿元。

朗霞以及周边区域,既远离裘皮产业的原料源头,也不是裘皮服装的消费市场所在,却成为全国最大的水貂皮加工生产基地,裘皮服装销售量占全国的四分之一、全球的七分之一。人们不禁要问,这样的产业奇迹是如何发生的?近日,记者来到朗霞街道,走访了余姚裘皮商会、中国裘皮城、裘皮厂商和当地政府部门,探寻星火燎原背后的故事。

姚籍港商回乡投资 播下裘皮产业火种

说起裘皮业,朗霞人对干如良先生充满崇敬与感激。1979年10月,早年由沪赴港经商的干如良回到家乡西干村,经了解、考察后决定在村里建皮草厂,为家乡建设出力。双方商定,由干如良先生出资60万元港币,用以兴建厂房、购置设备、购买原材料,西干村以土地和劳动力作为投资参与组建。合同期限5年,在此期间由港商经营;合同期满后,皮草厂的固定资产所有权转归西干村村委会。

建厂之初,干如良委派香港师父亲来姚为村民传授技艺。经过一年多的学习培训,这批村民成了西干裘服厂的骨干。1980年4月1日,西干裘服厂正式投产。原料来自香港、广州,工人大部分是西干村人,也有部分外村人。随着工厂的发展,产品销售势头良好,裘服厂的工人数量也逐步增加,最多时有280多人。厂里实行的是计件工资制,这些世代以耕作为生的农民成为裘服厂的工人后,家庭收入普遍增加,西干村的面貌也随之改变。

后来,集体裘服企业渐渐消失,工人们纷纷回家创办了属于自己的裘服企业。说是企业,其实就是前店后厂式的加工作坊,由于当地政府的积极引导和扶持,这种经营灵活的个体裘服企业如雨后春笋般在朗霞蓬勃兴起。

如今这些裘服企业已经传至第二代手中,他们自称朗霞“皮二代”,杨利峰就是其中之一。他的父亲是第一批进入西干裘服厂的职工,后来成为这家厂的承包人,并把学外贸的儿子杨利峰叫回来上班,企业规模一直保持在当地前列。

圣梵雅皮草的“掌门人”蒋浩,也是一位“皮二代”。他的丈母娘是第一代女工,后来离开家乡南下广东打工,一边学习,一边积累资源。“当初做出这样的决定,很不容易,后来的创业过程更加艰苦。”那时候,结伴南下的几个人把钱塞在袜子里,坐着硬座火车,千里迢迢去深圳进原料,进的都是些初级的狗皮、兔皮、碎貂皮。回来做成衣服,再一件件拿到杭州、上海的商场去推销。

在蒋浩看来,这样的创业精神,正是朗霞人能够抓住机遇做成产业的内在支撑。“跟第一代比起来,我们有着良好的基础。虽然第二代也面临新的困难,但只要肯吃苦耐学、敢闯敢创的精神,就可以在转型升级中优化产业。”

与此同时,政府部门还依托裘皮城三期,搭建小微企业公共服务平台、品牌工作指导站,并开辟双创基地,为以家庭作坊和夫妻店为主的小微企业提供工商注册、网络拍卖、物流运输、金融服务等多方面的服务。

2007年之后的五年,是朗霞

举办11届。这个国家级节庆盛会,于2012年被商务部列为重点扶持的节庆会展,成功引进了美国赛斯、意大利阿玛尼等国际裘皮品牌企业,长江皮草、京都皮草、奥仕卡迪、曼卡丽、报喜天使等香港毛皮业协会企业,以及兽王、雪豹等内地服饰界著名企业。

近40年的发展,带来的不仅是空间上的集聚升格,更是内在生产方式和经营模式的深刻变化。在2014年11月交付使用的中国裘皮城二期,挂着一块显眼的招牌:“中国皮草在线”。这个互联网平台,给这个产业的源头——原皮拍卖带来全新的操作方式。接受采访的几位经营户都表示,在搭上互联网这趟快车之前,他们每年都要搭若干次的国际航班,参加北美或者北欧的皮草拍卖会,“时间和经济成本都都很高,而且人也折腾得很累。”

“如今,依托中国皮草在线以及移动互联网的公众平台,只要有网络,随时随地可以拍。”中国皮草在线首席运营官刘沛源说,裘皮行业内全球顶级的四大拍卖行,都在这里设立了办事处,委托他们举行拍卖会,“每一次拍卖,400多个座位的拍卖室,座无虚席。”而且,他们还起草了水貂皮毛片分级的标准体系,掌握了行业的话语权。

在一段时期内,当地政府部门将裘皮产业形象地定义为“哑铃经济”——两头在外,能握住中间的中间部分,恰恰是最细的,“也就是利润最薄的微笑曲线的中间环节。”朗霞街道办事处有关负责人说。

微笑曲线的两端,前端是设计,后端是销售。朗霞裘皮产业向两端延伸的尝试,已经进行了一段时间。目前,这里集聚了裘皮服装设计企业(工作室)25个,包括国外一些顶级设计机构也在这里设有分支。有了自主设计,才能有品牌,目前,裘皮城内已有注册登记商标350个,还有

裘皮产业爆发式增长的黄金时期,这其中集聚发展和品牌运作的因素,也有市场本身的成长因素。在这个过程中,越来越多的非本地资本和人员进入该行业掘金。

“这种情况刚开始出现的时候,有一些商会会员出现了抵触和排斥的心理。”杨利峰说,但是他觉得这是一个好现象,“比如说原先一些小厂年产100件,日子过得不错,但是外地资本进入,一上手就是年产500件,带来了竞争,逼着你发展壮大。”他鼓励会员企业在包容竞争中取得共进共赢。

行业成长遇到起伏 转型升级危中求机

300多个商标正在申报之中。“在这几项工作中,政府部门会给予相应的补贴和奖励。”

在销售端,“皮二代”们也随着形势变化迈出新步伐。2009年,蒋浩成为当地第一家走出去开设自有品牌专卖店的裘皮服装企业,足迹遍布东三省和山东等地。目前,他的企业产值中,批发和零售各占一半。“毛利润方面,零售是批发的一倍左右。”蒋浩说,还有的企业在尝试电视购物、跨境电商等新的销售渠道。

2013年之后,裘皮产业出现了下滑。在业内人士看来,裘皮的产能已经出现饱和甚至过剩,开始进入一个优胜劣汰的阶段。对此,朗霞裘皮企业深有感受,近几年的企业数量确实出现了减少的势头,“对于产业的长远发展来说,这是好事。”兼任余姚市裘皮商会常务副会长的洪立青说,经过这样的阵痛,产业发展将会更加健康,“我们对未来充满信心。”

根据规划,朗霞裘皮产业正按照“立足余姚、辐射全国、走向世界”的总体要求,深入实施提升计划,力争今年实现裘皮工业总产值200亿元,裘皮产业园用地153亩,建筑面积16万平方米,入驻产业园企业143家,年加工裘皮服装150万件;裘皮城市场交易额达到50亿元,裘皮城商业用地150亩,建筑面积20万平方米,入驻裘皮城商户862家,年交易裘皮服装45万件。远期目标要使余姚成为“全球最大的裘皮服装交易中心、裘皮原材料交易中心、裘皮服饰设计研发中心”。

评说

从草根经济走向现代产业集群

姚北朗霞是一片神奇的土地:它远离裘皮产业的原料源头,也不是裘皮服装的消费市场所在,却成为全国最大的水貂皮加工生产基地。从1979年姚籍港商干如良先生回乡播下第一颗种子,裘皮产业在姚北大地扎根繁衍已近40年。

40年间,余姚裘皮产业经历了从个体加工作坊到裘皮一条街再到中国裘皮城的跨越式发展。中国裘皮城将分散的家庭式作坊整合到专业市场中,吸引了全国各地的批发商。目前,朗霞及周边区域汇集了裘皮生产企业1580多家,25000余人投身其中,裘皮服装销售量占全国的四分之一、全球的七分之一。

余姚裘皮产业从草根经济走向现代产业集群,靠的是第一代拓荒者筚路蓝缕的创业精神,以及“皮二代”们迎难而上做大做强、开拓进取的精神。近年来,产业链

的延伸提升了余姚裘皮产业的竞争力,不断创建的品牌提升了裘皮产品的档次,一个集原料拍卖和产品设计、生产、销售于一体的裘皮产业发展格局已然形成。

中国裘皮城开业之后,当地政府搭台办起了中国裘皮服装节,至今已连续举办11届。不产一块裘皮原料的余姚能够成为全球有名的裘皮产品制造中心,一年一度的裘皮服装节起到了推波助澜的作用。

这些年,作为“浙江十大市场强县”的余姚,依托产业特色和市场优势,积极打造塑博会、裘皮服装节等精品展会,逐步形成了以中国塑料城为龙头,以中国裘皮城等细分市场为骨干的多层次、全方位的商品流通网络。在余姚十大块状经济中,裘皮产业位居次席。

(王芳)

图示

