

服装产业景气指数 解读

抓住转型时期新机遇



新疆和静县当地居民正挑选服装。该县各种花色的衣料货源充足。

本报记者 李景录摄

专家解读

2015年一季度,服装行业运行平稳。新的形势下,整个服装产业要更加重视创新,更加重视产业链本质,更加重视转型新机遇



中国服装产业经济研究所所长 陈国强

当前服装行业正处于增速趋缓、结构调整和转型升级期,后续发展面临的更紧迫和艰巨。

首先,个性化、多元化的消费需求逐步取代数量化、同质化,日益成为新的消费趋势,消费者将更加注重服装产品的时尚性、功能性和生态安全性,这为服装行业的转型升级和增长动力转换提供了巨大的历史机遇。其次,宏观经济下行压力加大,生产、投资和消费等宏观指标增速呈现不同程度的下降,服装行业亦受到一定影响。最后,生产要素成本逐年加大,资源环境的约束加剧,国内外市场品牌竞争激烈。综合来看,行业发展机遇与挑战并存,未来服装行业运行或将继续保持平稳。

新的形势下,整个服装产业要更加重视创新,更加重视产业链本质,更加重视转型新机遇。

服装产业正呈现出多元化创新

的趋势。企业从热衷电商转向了对“互联网+产业”的探索。服装企业不仅关注渠道的“O2O”,更多从“互联网+”的思维出发,探索全产业链的互联网化,实施智能制造、个性化定制、机器换人。另外,支撑或影响产业发展格局的,有大批80后甚至90后创办的新企业(包括一些老企业也专门组织90后团队来开发产品、拓展市场)。他们更了解现代市场需求,更善于协调发展,发展潜力巨大,对行业的影响将逐步显现。

未来,企业将发生积极的变化,不仅表现在实体产品的多元化,还体现在产品的服务、体验等将发生新的变化。

产业链协同创新的特征也日趋明显。今年3月,CHIC移师上海,纱线展、面料展同台举办。这不仅仅是上下游产品的展会协同,也预示着产业链上下游协同的探索。

从某种意义上来说,我国服装产业的竞争力不如欧美、日韩等发达国家,最根本差距就在于我们服装产业链的“碎片化”现象严重,行业缺乏产业链的配置者、核心领导者。在服装产业的转型升级过程中,我们必须把我国服装产业国内价值链真正构筑起来,不同的企业在不同的产业链环节发挥各自专业化的作用,从而合力推动我国服装产业竞争力的提升。

产业发展需要机遇。市场需求是机遇,科技进步是机遇,政府的政策引导也是机遇。在新常态下,政府通过改革、简政放权来激发企业活力和市场活力,从而形成新的经济发展环境。企业要善于分析新一届政府的一系列新举措,要善于把握新的发展机遇,要主动适应政府的新举措,抓住这些新举措带来的机遇,创新发展。

前瞻

景气有望 保持平稳



通过模型测算,2015年二季度和三季度中经服装产业景气指数分别为97.3和97.5;预警指数分别为76.7和80.0。

2015年一季度,服装行业企业景气调查结果显示,企业家对二季度企业经营状况的预期指数为122.2,比对本季度企业经营状况判断的即期指数高5.1点,比去年四季度的预期指数高10.8点,表明企业预期向好。

一季度接受调查的服装行业企业中,83.3%的企业订货量“增加”或“持平”,比去年四季度提升2.1个百分点,其中88.2%的企业出口订货量“增加”或“持平”,比去年四季度上升0.7个百分点;91.3%的企业用工需求“增加”或“持平”,比去年四季度上升6.0个百分点;83.1%的企业投资“增加”或“持平”,比去年四季度上升3.4个百分点。

综合分析来看,未来服装行业运行或将保持平稳。为保持服装行业的持续稳定发展,建议企业借助新型业态主动作为,开拓国内市场。在“互联网+”的驱动下,产品个性化、定制批量化、流程虚拟化、工厂智能化、物流智慧化等都将成为新的热点和趋势。与此同时,在新的国际形势下,积极拓展海外市场,加大走出去的步伐。“一带一路”战略的实施将为服装行业出口增长提供重大的机遇。服装行业在加强技术创新的同时,应积极拓展海外市场,借助国家相关政策,在国际市场合理配置资源,以使企业获得新的竞争优势。

产业观察

打造均衡共赢的供应链

申银万国证券研究所纺织服装行业研究员 王立平 许一帆

供应链是纺织服装公司的生命线,纺织服装行业的竞争已经正式进入以供应链为基础的管理制胜阶段

一季度,出口数据波动较大。据海关总署统计,2015年1至3月纺织服装出口额分别同比下降10.7%、同比增长99.3%、同比下降32.5%。2014年棉价底部不明,大多数企业持观望情绪,2015年一季度棉价基本触底企稳,订单释放带来2月出口额大幅提升。

内需方面,1至2月全国百家重点大型零售企业服装零售额累计增长6.4%。我们认为零售环境仍旧不具备显著回暖的条件,但假日消费明显,从商品消费向娱乐、旅游等服务性消费转移。

总体来看,我们认为2015年行业内部分化态势将日趋显著,品牌

公司的竞争将基于管理能力展开,出口受益棉价企稳从二季度开始或将迎来一轮补库存行情。

供应链是纺织服装公司的生命线,纺织服装行业已经正式进入以供应链为基础的管理制胜阶段。一直以来,我国纺织服装行业的供应链呈现上下游不对等的情况,即采购商和销售商不平等现象频现。未来,供应链的均衡和共赢,和谐平等的供应链是整个产业所追求的。

实际上,从去年开始,供应链改造就被多数企业列入日程之中,国内产能虽然过剩,但是优质供应商仍然是稀缺资源,只有牢牢把握上

游才会市场竞争中立于不败之地。我们观察到,海澜之家的创新商业模式的核心就是,利益绑定之下对供应商的绝对掌控,2014年开始整合供应商,以集体采购的方式提高对上游的控制力。森马服饰也在近来积极整合供应链,抢占优势供应商资源,未来有望打造服务供应商的C2M平台。

纵观纺织服装行业,自去年以来行业呈现分化显著、强者愈强、产业转型的态势,竞争不再局限在门店、产品、电商等传统业务,企业竞争已经进入一个全新阶段,供应链、中间环节等涉及管理的层面成为企业需要重点关注的关注点。