

服装产业景气指数解读



服装制造要适应消费新趋势



山东基德生态科技有限公司纺纱车间，工人正在生产操作。

木禾摄

消费者和制造者关系正在重构，服装制造者要掌握新的服装消费特点，做出相应的调整和变革



中国服装产业经济研究所所长 陈国强



未来能够整合产业链资源，提供廉价物美产品的企业将立于不败之地

中经服装产业景气指数报告显示，三季度，中经服装产业景气指数为95.8，与上季度基本持平。监测数据体现了服装行业景气度基本保持稳定，同时也反映出行业景气维持在较低水平。

当前，中国服装业正处于转型的阵痛期。新技术正在改变甚至颠覆着人们的生活方式，也在重构着消费者和制造者之间的关系。面对新的形势，作为基础性消费品产业和高度市场化的行业，服装行业要重新审视消费环境和趋势的变化，研究掌握消费者新的消费特点和习惯，从而对服装制造进行有针对性的调整、创新、转型和变革。

目前，人们的服装消费特点可主要概括为三点。一是消费水平呈现多层次。我国是个消费大国，服饰消费因地域、文化和收入差异，呈现出多种层次。二是消费喜好个性化多元化。着装追求个性化多元化已经完全替代了过去的“模仿型排浪式”服饰消费。三是消费形式多样化现代化。消费的信息

获取、环境体验、购物方式、支付手段等都因移动互联网而极大改变。

服装制造如何适应服装消费的新趋势？从近几年产业环境的变化和产业自身的探索来看，服装产业的中国制造必须加快信息化、工业化和服务化进程。

一是毫不犹豫加快实施信息化。

信息技术革命方兴未艾，要主动制定战略，引导产业转型发展。近年来，无论是原有的服装企业还是新兴的互联网企业，都为服装产业的信息化做出了积极的探索和实践。在消费互联网领域，最活跃或占比最高的是服装企业和服饰产品；在产业互联网领域，运用大数据，积极实践智能制造。服装产业要不断加大对生产流程的智能化改造，进行柔性化生产，实现快速反应。也就是说，服装产业必须加快全产业链的信息化进程。

二是精耕细作加快补课工业化。

我国在加快实施信息化的同时，与发达国家相比，工业化的程度还不

解读



仍将保持

稳中趋缓态势



通过模型测算，2015年四季度和2016年一季度中经服装产业景气指数分别为95.8和95.7，预警指数均为80.0。

三季度，服装行业企业景气调查结果显示，企业家对四季度企业经营状况预测的预期指数为115.7，比对本季度企业经营状况判断的即期指数高0.9点，比上季度的预期指数低3.0点。三季度接受调查的服装行业企业中，82.7%的企业订货量“增加”或“持平”，比上季度低1.9个百分点，其中88.3%的企业出口订货量“增加”或“持平”，比上季度高0.8个百分点；88.3%的企业用工需求“增加”或“持平”，比上季度低2.3个百分点；81.4%的企业投资“增加”或“持平”，比上季度低0.2个百分点。

展望下阶段，从国外需求来看，国际市场依然低迷，我国在国际市场面临的贸易保护和竞争压力进一步加大，订单向外转移的趋势明显。与此同时，我国劳动力成本的刚性上升在一定程度削弱了服装出口的比较优势。因此，未来服装出口仍存在较大不确定性。从国内需求来看，宏观经济下行压力加大，但随着年内降息、降准政策效果的逐渐显现，货币环境整体较为宽松。服装行业仍需抓住消费升级和货币宽松的有利条件，加速转型升级和转换增长动力，实现提质增效。综合来看，未来服装行业运行或将继续呈现稳中趋缓的态势。

商业模式成就行业龙头

中银万国证券研究所纺织服装行业研究员 王立平 许一帆

三季度，据海关总署统计，1至9月纺织服装出口额累计同比下滑6.9%，其中服装出口额同比下滑9.8%，纺织品出口额同比下滑2.1%。内需方面，前三季度全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额同比增长1.3%，化妆品类商品零售额同比增长2.3%。

我们认为，目前零售终端仍将保持平稳趋势，但行业分化会愈加显著，强者恒强，龙头企业优势将会逐渐放大。

行业分化的根本原因在于，消费趋势变革带来的商业模式亟待转型下的机会。未来能够整合产业链资源、

提供价廉物美产品的企业将立于不败之地。商业的竞争不再是基于渠道的竞争，而是基于产品为王、快速反应、专注极致等以人为本的零售能力的竞争。互联网对于线下的竞争并不是在于渠道的冲击，而是在于商业模式的改变，类似优衣库、海澜之家、森马服饰的高性价比品牌将会更强。

在行业分化的趋势下，好公司的价值将会愈加凸显。比如，海澜之家之所以可以穿越行业调整周期，真正原因在于其创造了足够有壁垒的商业模式。商业模式的核心在于，对于行业资源整合充分和利益分配

到位。规模经济会放大其商业模式的优势，搭建起不可逾越的护城河。

同时，我们认为，尽管整体制造业基本面较差，但纺织服装行业轮动已经快接近尾声，行业最差时期已经过去。

从历史经验来看，纺织服装行业调整一般从大众消费开始，到高端品牌结束，调整周期一般为2至3年。子行业轮动顺序为：运动鞋服——休闲服——家纺——男鞋——男装——高端男装和女装。目前，运动鞋服、休闲服、家纺和男鞋已经调整完毕，男装预计在今年底有望筑底，高端男女装仍在调整之中。