

# 服装产业景气指数 解读



## “点线面”提升服装产业创新能力

前瞻

仍将保持  
平稳运行态势

专家解读

中国服装业产业转型升级的核心在于创新能力的提升,未来应从科技进步、产业链上下游集成创新和产业集群升级发展这三个方面,形成点、线、面发展格局



山东闽南纺纱(集团)有限公司工厂内,工人正在搬运棉纱。

房德华摄



中国服装协会常务副会长

陈大明

中经服装产业景气指数报告显示,2015年四季度,中经服装产业景气指数为95.4,比上季度下降0.3点。从具体指标来看,与上季度相比,服装行业主营业务收入、利润总额、税金总额和固定资产投资总额增速均有所放缓。

2015年,面对复杂变化的国内外形势,中国服装业在运行压力加大的情况下,呈现出总体平稳、调整变革的主要特点。1至11月,规模以上服装企业15586家实现主营业务收入同比增长5.94%,利润总额同比增长5.01%。主要盈利指标保持稳定或略有增长,说明行业转型调整从未停止。

服装行业是基础性消费品产业,是市场化程度非常高的行业,越是面对困难,调整、创新、转型、变革的步伐和力度就越大,整个行业、企业的努力也越大。

中国服装业产业转型升级的核心在于创新能力的提升,创新能力包括技术创新力、文化创新力以及商业

模式的创新力,最终集成为品牌的价值创造力和生命力。提升创新能力,未来应从科技进步、产业链上下游集成创新和产业集群升级发展这三个方面,形成点、线、面发展格局。技术进步是着力点,产业链上下游的集成创新是一条线,产业集群代表着整个中国服装业的基本面。

技术是有时代性的,掌握不了科技的进步,必将落后于时代。迎面而来的新一轮科技革命和产业变革,将是产业转型升级的重大支撑和重大机遇。未来中国服装业发展的立足点首先是技术的进步,它将贯穿下一步产业升级的始终。

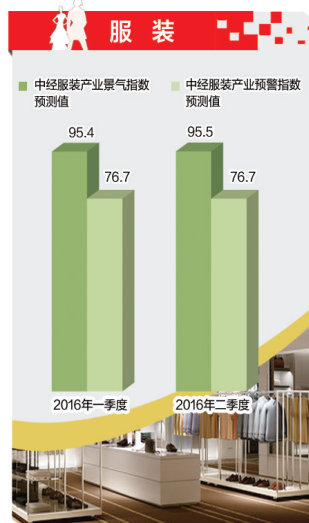
我们需要继续加快科技进步的步伐,通过信息化和产业的深度融合,重构品牌和消费者、市场之间的链接关系,改变生产方式以及价值创造方式。对行业而言,技术不仅仅意味着应用自动化、智能化装备,还包括了智能化的生产管理、产品开发、终端零售、运营模式等方面。

服装业不论是产品制造,还是品

牌建设,都不是孤立发展的。目前,以服装为龙头的产业集成创新体系日趋完善,跨行业、跨区域、跨领域的协同创新更加紧密,产业上下游融合发展加速。中国服装业在十三五期间的发展,产业内上下游对接,抑或是关联产业对接,都离不开资源的整合和集成创新。

产业集群代表着中国服装业量大面广的中小企业,产业升级不是单靠一家企业爬到山顶,而是需要整个行业的水涨船高。产业集群的升级意味着专业化水平的提高和创造能力的整体提升。

十三五是推进服装行业由大变强的关键期,未来的五年是关键五年,也是充满希望的重要五年,中国服装业将力争在十三五未建设成新经济时代具有国际竞争新优势的创新型产业。这就要求中国服装业必须脚踏实地,摒弃浮躁,以不断创新的企业精神、诚实守信的契约精神、精益求精的工匠精神以及以人为本的人文精神,打造中国服装行业新文化,寻找服装强国建设的根本动力。



通过模型测算,2016年一季度和2016年二季度中经服装产业景气指数分别为95.4和95.5;中经服装产业预警指数均为76.7。

2015年四季度,服装行业企业景气调查结果显示,企业家对2016年一季度企业经营状况预测的预期指数为107.7,比对本季度企业经营状况判断的即期指数低6.7点,比上季度的预期指数低8.0点。四季度接受调查的服装行业企业中,80.2%的企业订货量增加或持平,比上季度低2.5个百分点,其中86.8%的企业出口订货量增加或持平,比上季度低1.5个百分点;88.5%的企业用工需求增加或持平,比上季度高0.2个百分点;79.3%的企业投资增加或持平,比上季度低2.1个百分点。

展望2016年,从国外需求来看,国际市场需求仍将低迷。与此同时,发达国家制造业回归、其他新型经济体低成本劳动力优势的显现,也一定程度削弱了我国服装出口的比较优势。因此,未来服装出口或将延续低迷态势。从国内需求来看,新常态下宏观经济下行压力继续存在,而排浪式消费正在逐渐消失,因此,服装行业的国内需求提振也面临较大压力。从宏观政策来看,2016年去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板成为政府经济工作的重点,服装行业库存压力有望缓解,生产成本也有望不断下降。在供给侧改革发力的背景下,相关政策也有望支撑行业的平稳运行。综合来看,2016年服装行业或将呈现平稳运行的态势。

产业观察

## 行业并购整合将加速

中经万里匡家研究所纺织服装行业研究员 王立平 许一枫

消费端增长乏力,未来机会来自于供给端的并购整合

2015年四季度,内需方面,12月全国百家重点大型零售企业同比下降4.2%,服装类和化妆品类降幅分别为7.7%和2.6%。四季度零售终端呈现加速下滑态势,预计全年零售终端增速较去年持平或略下滑。出口方面,据海关总署统计,11月份服装出口133.1亿美元,下降10.1%;1至11月累计出口1572.6亿美元,下降7.7%。

由此,我们判断,消费端增长乏力,未来机会来自于供给端的并购整合。

当前,新常态经济下消费品的投资逻辑已经发生改变。消费品成

长驱动力从需求量转向细化和专业化,行业发展驱动力从需求量转向消费升级、提升效率、极度细分化下的规模效应。消费品商业逻辑也已从外延开店转向B端的并购整合,因为外延开店带来的C端消费量增加和零售管理能力的提升均已遭遇瓶颈。在这样的背景下,B端被迫通过并购整合来提高整体效率以达到规模效应。

消费品成长逻辑的改变也带动服装行业呈现三大趋势。一是专业化趋势,从商品转服务,从重资产转轻资产,轻资产服务型将占有

一席之地。二是整合化趋势,行业进入过剩产能去库存阶段,纵向整合、水平并购等方式是未来做强做大的主要方式之一。三是精细化分工,分工细化带给产业整合者机会,重构产业链价值体系,提升市场占有率。

强者恒强,未来行业集中度会明显提升。目前行业已出现一些代表性公司。比如,搭建新型分销体系或精准化营销渠道的代运营公司、微商等;比如,全产业链整合者,各环节做到高效率的行业龙头优衣库、ZARA、海澜之家、森马服饰等。