

在疫情反复、贸易摩擦等多重因素影响下,服装产业正面临变局

# 服饰企业如何在困境中逆势而上?

本报记者 李国

“衣食住行”,在老百姓的购物清单中,“衣”是排在第一的消费热点,服饰产业也成为众多城市竞相布局和追逐的热门“赛道”。近日,成立仅4年的知衣科技,已连续完成3轮近1亿美元融资。

天眼查数据显示,截至目前我国有服装企业超2100万家,其中2021年新增注册企业523.5万家,增速达39.2%。然而,经营效益却不容乐观。统计数据显示,2022年1~5月,我国服装鞋帽、针纺织品零售总额5093亿元,同比下滑8.1%。5月单月服装鞋帽、针纺织品零售总额958亿元,同比下滑16.2%。

## “渝派”服饰正加速跑马圈地

服装服饰是永不落幕的朝阳产业。但服装产业普遍面临生产基地分散,品牌号召力不强的困局。定位为“全球时尚T台、服装产业新城”的重庆中国轻纺服装城的建成,令3000多家服装制造企业结束了长期四处租房打游击的日子,它与近在咫尺的尚盟重庆时装周一道,在重庆巴南区,形成年产值近1000亿元的轻纺服装产业基地,成为西部最大的、集服装创意研发、生产、物流、商贸为一体的“时尚硅谷”。

“入驻轻纺服装城,仅是厂房一项,我就投入了一亿元。”在国内颇有名气的浙江海宁某皮革服饰董事长童先生7月3日对记者说,相比沿海,在重庆制作服装的成本至少可以降低10%左右。

数据显示,重庆市现有16.9万家服装企业。“重庆人性格开朗,有很强的包容性,比较容易接受先进的潮流时尚信息。发展时尚产业,有很好的软件和硬件。”身为服装设计大师,同时也是西南大学纺织服装学院设计学教授的梁明玉说。

据他介绍,重庆有16所大专院校开设了服装设计专业,青年服装设计队伍也逐年

## 政策紧困困难走

## 吉林为个体工商户发展纾困

本报讯(记者柳姗姗 彭冰)为帮助全省个体工商户克服疫情带来的困难,尽快恢复正常生产经营,近日,吉林省出台《关于进一步助力个体工商户纾困解难健康发展若干措施》,强化地方政府责任,提出29条纾困措施。

个体工商户是市场主体的重要组成部分,截至今年5月底,全省登记在册个体工商户237.5万户,同比增长12.9%。在开展大量实地调研和跟踪监测工作的基础上,此次出台的措施细化了国务院稳住经济一揽子措施中关于个体工商户和小微企业的相关内容,完善了国家和吉林省已经出台的一些支持个体工商户发展的政策措施,并根据近期个体工商户反映突出的问题和诉求,结合该省实际量身定制了一些支持政策。

在强化政策支持,增强发展信心方面,措施提出,利用现有财政专项资金帮助个体工商户减轻税费负担、减免房租(摊位费)或物业费、将符合条件的个体工商户纳入消费券政策范围等6条针对性措施,切实降低个体工商户经营成本。在优化营商环境,支持创业发展方面,提出实行登记注册“容缺办理”、允许个体工商户摆摊经营、持续支持“个转企”、推行歇业制度等9条措施。

此外,措施还提出要优化信用监管,严查乱收费等加重经营负担违法违规行为,加大价格违法行为查处,强化社会兜底保障4条措施,力求营造良好发展环境,促进个体工商户经营者安心经营,公平竞争,健康发展。

吉林省市场监管厅副厅长王淑英表示,为落实措施,吉林省市场监管厅将建立个体工商户联系点工作制度,实施“点对点”精准帮扶,依托全省580余个基层市场监管分局(所),通过省、市、县、所四级联动,建立7000个个体工商户联系点,及时帮助解决遇到的困难和问题。

## 国内最大轮式起重机正式交付

本报讯(记者王鑫 方大丰)6月28日,由三一重工生产、型号为SAC24000T的全地面起重式正式交付客户。据悉,这是目前国内最大的轮式起重机,也是三一重工第三次刷新国内轮式起重机最大吨位纪录。

作为一台“巨无霸”,SAC24000T举重若轻,可将270吨额定载重吊至百米高空。同时还拥有强大转场能力和超高拆装效率,八桥驱动、三种重载转场模式让它得上山下坡如履平地,首次入场10小时即可完成组车。“针对国内风机产业技术迭代加快趋势,这台起重机还加装了可变超起桅杆技术、智能辅助安全系统等,有效解决超起回转半径大易碰塔筒、叶片难题,帮客户解了后顾之忧。”三一重工技术人员慕容晋说。

据了解,这已是三一重工继2019年1600吨、2021年1800吨之后,第三次刷新轮式起重机“国内最大”的吨位纪录。

**阅读提示**  
服装服饰是永不落幕的朝阳产业,然而受疫情等因素影响,企业经营效益却不容乐观。困境中,企业抓住“互联网+”的转型机遇,用流量效能推动“新国潮服饰”崛起,各类特色服饰的“出圈”,将促进消费的新场景、新趋势和新活力,为行业带来新的增长动力。

壮大,但很大一部分流向了外地,下一步要考虑如何留住人。

记者从重庆中国轻纺服装城人才培训中心了解到,近年来,重庆服装企业开出年收近百万元求才,吸纳设计与管理高管。“在企业与政府的联动下,一旦形成品牌高地,人才也就会从沿海等地流向重庆。”重庆尚贤人力资源顾问有限公司总经理陈茂认为。

“纺织产业布局在周边区县,主城重在时尚服装设计、研发和加工。”重庆市经信委消费品工业处负责人说,根据市政府规划,未来重庆轻纺服装将形成主城(巴南)、涪陵、库区、渝西、渝东南五大产业板块。以都市时尚服装产业链为龙头,各个板块各具不同特色,带动由纺织到服装的全产业链的错位发展。

尚盟重庆时装周负责人唐均才告诉记者,产业园一直致力于整合国内国际服装产业资源,实现行业资源的全球化配置。目前“盟韩上品”服务平台,吸引了韩国上百家居面料企业及优秀的服装设计师品牌加盟。

## 用流量效能推动“新国潮服饰”崛起

在当下,以90后、00后为代表的“Z世代”,在服饰的消费上呈现出兴趣买单、为颜值买单、为时尚买单的新趋势。

今年“618”,网上服装店铺再次感受到一阵疯狂,而一些老牌的休闲服装却在经历线下的“缩铺”潮。

根据抖音电商发布的“2022抖音618好物节”数据报告,借力场景构建和话题营销,抖音电商服饰行业通过多元玩法为商家拓展营销通路,实现大促突围和销量突破。抖音“618”好物节期间,服饰鞋包行业GMV破百

万品牌商家2467个,GMV破百万商品2625个,行业新客峰值环比增长57%。

记者发现,从李宁、安踏、特步等运动品牌迎来全新生机,到建依、马克华菲带来的艺术时尚国潮,一个属于服饰国货之光的时代正在到来。

据相关公司财报显示,2021年国内服饰品牌李宁体育年营收超过200亿元,涨幅达56.1%;安踏体育年营收近500亿元,涨幅38.9%;特步年营收100.13亿元,也是其首次突破百亿大关。

作为中国原创品牌,创建于1994年的北京建依体育用品有限公司已扎根服装行业28年。据介绍,该企业服务过40余万家机关企事业单位和社会团体,参与过2008年北京奥运会等重大活动服务工作,在包括重庆在内的全国300多个城市建立了服务中心。

“我们始终弘扬中国文化、坚守原创设计为根本,将中国优秀的传统文化作为企业、品牌、产品指导文化。”建依创始人、首席设计师王玉明日前向记者表示,“疫情下,企业虽然遇到了很多困难,但有了这个文化自信,我相信困难是暂时的。”着眼未来,建依将继续深耕服装团购领域,目前正在进行产品创新,并结合智能化数据管理,融入互联网系统化工具,努力让中国文化以鲜活的形式呈现在人们的视野中。

作为新国潮服饰的代表品牌之一,马克华菲成立20年来一直信仰“为潮而生”。根据拼多多的数据监测显示,在购买马克华菲的人群中,95后占比超过48%,且主要集中在一二线城市。

“用融合文化的个性追求回应消费需求,用广阔高效的电商平台追赶市场节奏,这就

是游戏获胜的唯一秘诀。”马克华菲电商总经理陈允说,公司旗下的山海经神话、中国瑞兽羊尊、“及时雨”宋江等形象为主要元素的联名款服饰,都受到了青年消费者的追捧。

“风口一直在变,但是市场永远缺少优质的供应商。”四季青网络公司副总经理章天翔在接受记者采访时表示,一门心思做好线下产品的研发与生产,自然会有优质的线上渠道方、淘宝店会去找他们下订单、贴牌、拿货。

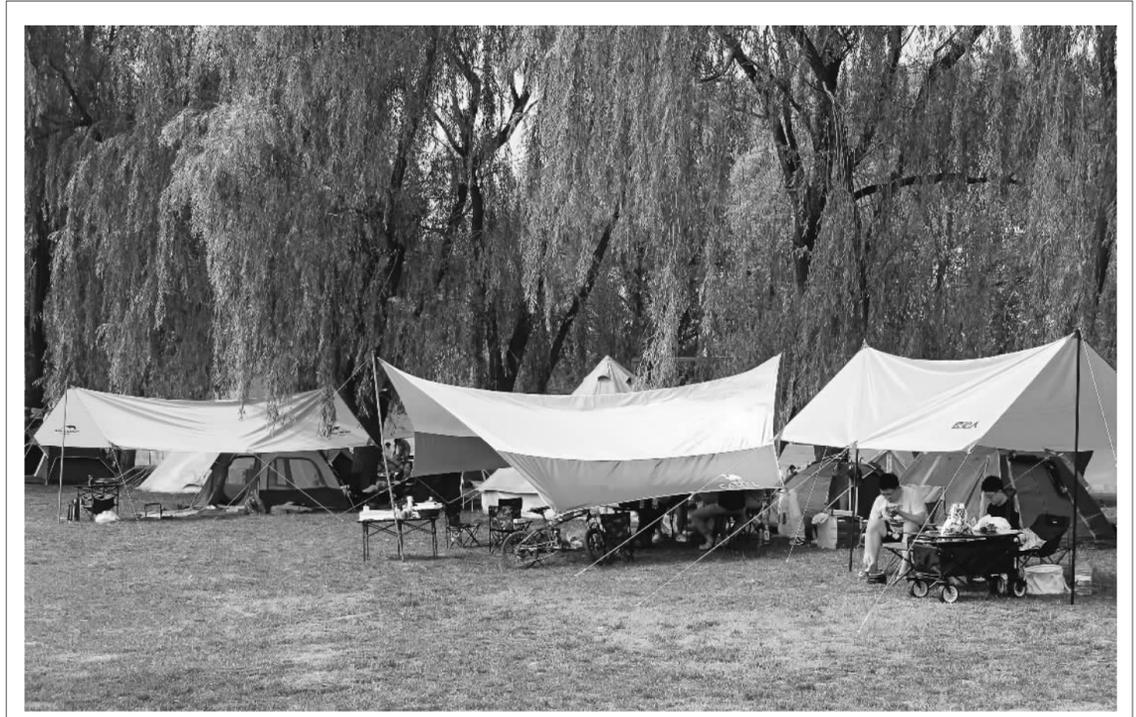
## 特色服装服饰或将推动行业复兴

目前,我国服装零售行业整体运行稳中趋缓,进入产业结构加速转型升级的重要时期。抓住“互联网+”的转型机遇,将为行业带来新的增长动力。目前来看,我国服装零售行业市场发展前景较好的领域主要在运动服饰、童装市场、高端女装市场和老年服装市场。

章天翔告诉记者,以女装占据90%以上份额的四季青服装市场,成为杭州服饰产业的崛起地。如今,在四季青的“输送”和孕育下,杭州女装产业迅速“出圈”。

华映资本主管合伙人王维玮指出,特定人群和场景的投资的全面开放,我国童装市场将保持较快的增长速度,预计到2023年童装市场规模将达到2820亿元,年均复合增长率为10%。未来,随着经济发展以及二、三、四线城市的迅速崛起,高端女装更为广阔的潜在市场将被开发出来,高端女装市场潜力巨大。

“我国已成为世界上老年人最多的国家。预计到2023年,老年人数量将进一步上升,老年服装市场作为一个蓝海还有待进一步开发。”重庆工商大学成渝地区双城经济圈协同发展研究中心研究员、远明智库创办人莫远明表示,各类特色服饰的“出圈”,将促进消费的新场景、新趋势和新活力,助力形成更新更潮的城市“烟火气”。



“露营热”成就户外经济新消费“风口”

7月2日,周六,北京通州一处公园内的露营区。近期,以露营方式为主的“轻旅游”等度假方式受到越来越多人的青睐,“露营热”已经成为户外经济新的消费“风口”和经济增长点。“露营热”也带动了帐篷、炊具、天幕等户外用品产业的高速发展。据预测,2022年中国露营核心市场规模将首次超过千亿元。

本报记者 王伟伟 摄

同比增加1.02亿吨,增长5.5%

# 国家铁路1至6月份发送货物19.46亿吨

本报讯(记者刘静)记者从中国国家铁路集团有限公司(以下简称国铁集团)获悉,今年1至6月份,国家铁路货物发送量持续保持高位运行,累计发送19.46亿吨,同比增加1.02亿吨,增长5.5%,日均货物发送量等多项货运指标创造历史纪录。

据国铁集团货运部负责人介绍,1至6月份,国家铁路日均装车完成17.8万车,同比增加1万车,增长5.9%,单日货物发送量、货运周转量、装车数、卸车数等多项指标屡创历史新高纪录。

电煤运输保障有力。持续开展电煤保供行动,对电煤运输需求做到“充分满足、应装尽装”,用好北煤南运、西煤东运主要通道能力,加大陕西、山西、内蒙古、新疆等主产区煤炭外运力度,浩吉、唐包、瓦日铁路煤炭发送量分别同比增长49.5%、13.6%、25.6%。针对部分地区电煤供应紧张情况,先后下达15批电煤保供调度令,对13省272余家电厂实行精准保供,解燃“煤”之急。1至6月份,国家铁

路发送煤炭10.4亿吨,同比增长7.9%;其中电煤6.9亿吨,同比增长9.1%。截至6月30日,全国363家铁路直供电厂存煤6464万吨,可耗天数25.4天,保持较高水平。

保供稳链畅通高效。坚持靠前服务,主动对接,与地方政府和重点企业加强沟通协调,动态掌握运输需求,精心制定物流方案,科学调配运力,开辟绿色通道,对关系国计民生的重点物资实行优先装车、优先挂运、优先卸车,强化两端接驳,确保快速送达,畅通物流循环,保障人民群众生产生活急需。1至6月份,国家铁路发送粮食、化肥等涉农物资8826万吨,同比增长15.9%。高效完成援港援沪、援吉运输任务,采用定制专列、高铁快运及行李车等运输方式,将防疫、生活物资及时运抵重点城市,有效缓解了供应紧张局面。

国际联运稳中有进。发挥中欧班列战略通道作用,统筹用好西、东通道能力,积极推进阿拉山口、二连浩特、满洲里等口岸扩能改造,与沿线各国铁路部门加强合作,开辟了

跨越里海、黑海经罗马尼亚进入欧洲的南线新路径,实现中欧班列稳定开行,助力高质量共建“一带一路”。1至6月份,中欧班列累计开行7473列,发送72万标箱,同比分别增长2%、2.6%,综合重箱率达98%。西部陆海新通道海铁联运集装箱班列固定线路由9条增至12条,累计发送货物37.9万标准箱,同比分别增长33.4%,保持强劲增长态势。

在货运服务提质增效方面,积极推动“公转铁”运输,大力发展多式联运,紧密衔接公路、海运、内河等交通运输方式,提升综合运输服务能力。

1至6月份,国家铁路集装箱日均装车41702车,发送1508万标准箱,同比分别增长19.9%、19.7%,铁水联运完成569万标准箱,同比增长31.1%。铁路货运业务完成数字化转型,95306货运电子商务平台保持稳定运行,累计网上办理货运业务2500万单,涉及货物19亿吨,大幅提升了铁路货运便利化程度和货主体验。

## 市场观潮

本报记者 杨冉冉

最近几天,两则食品安全问题引发社会广泛关注。据相关媒体报道,7月3日,市场监管部门对某牛奶品牌的产品进行抽检后,在多批次产品中发现问题,要求企业立即停止生产,及时下架、封存、召回不合格产品。

无独有偶,7月2日,某雪糕品牌“31度室温下放1小时不化”的话题登上热搜,并引发网友质疑其是否因添加剂放得太多牛乳含量不够导致融化缓慢。

其实,上述涉及问题和被质疑的两个品牌,都是近两年非常受欢迎的“网红食品”,出现这样的问题,着实令人遗憾。虽然两家品牌都做出了解释和回应,但消费者信任危机并未完全解除。

近几年,众多网红食品品牌强势崛起。他们重营销轻包装,摆脱铺货传统线下渠道的束缚,借助电商、微商、直播等形式让品牌获得迅速传播,并形成购买风潮。

但是,与行业的高速发展形成鲜明对比的,是食品安全、虚假宣传、无证销售、逃避监管等问题的屡屡发生。

某奶茶更换标签使用过期原材料;某号称直播间两分钟卖出八万包的流心榴莲饼,经检测存在菌落总数不符合食品安全国家标准的情况;某热卖的网红零食品牌开心果产品被查出霉变。这些大大小小不胜枚举的关于网红食品的消费投诉和新闻报道,一次又一次试探着公众和法律的底线。天眼查数据显示,2021年食品企业的行政处罚总数约有2600余条。

再怎么网红,食品的安全、营养、可口永远是核心竞争力。不能因为过分注重眼前利益,追求企业的快速崛起而忽视了规范成长。如果以食品质量安全为代价,更是彻底违背了一个品牌企业所应遵守的道德和良心底线。

一款食品能够成为网红,是不容易的,需要珍惜来之不易的成功。如果诚信失守、质量失陷,就会失去消费者的信任。

生产经营业者要担当好“食品安全第一责任人”的角色,严格遵守食品安全法律规定,始终将品质放在销售额之前;线上线下的销售方要积极履行平台责任,杜绝诱导消费、虚假宣传等违规行为的发生。

市场的规范,也离不开监管部门的严格查验。针对网红食品管理的特点,进一步创新监管模式,切实履行监管职责,建立健全相关产品生产者、销售者诚信追溯机制。同时,消费者也要积极了解食品安全知识,提高安全意识,用科学理念和法律手段维护自身合法权益。

可以说,网红食品行业的健康发展,需要从平台到企业,从监管部门到社会组织,多方协作、各尽所能。

市场竞争,大浪淘沙,想要从“网红”变成“长红”,必须有过硬的品质。追求持久的口碑,才能赢得消费者的信赖;踏踏实实练内功,才能把质量、口味、服务做到尽善尽美,实至名归。

## 海尔卡奥斯工业互联网生态园在青岛胶州开工

本报讯(记者丁军杰)7月2日,海尔卡奥斯工业互联网生态园项目开工仪式在青岛胶州上合示范区举行。据介绍,海尔卡奥斯工业互联网生态园项目占地约4100亩,总投资130亿元,项目达产后可实现工业产值400亿元,是海尔集团自创立以来在国内最大的投资项目,也是产业链配套最全的项目。该项目从原材料进到成品出,是智能化水平最高的全产业链集成园区,实现智能制造、智慧物流、智慧能源的数字化运营;园区采用绿色建筑、光伏发电等先进技术+碳资产数字化管理。

一期工程包括冰箱等家电整机生产及生态产业,聚集海尔集团家电产业链上下游资源,打造从原材料到成品家电的全产业链智慧家电科技园区。形成行业首个5G+“三全”(全产业链、全场景、全生态)的国家级工业互联网示范区;行业首个“三新”(新技术、新模式、新能源)的绿色双碳高端智能家电制造示范基地;成为上合示范区首个双循环(打通内循环、畅通外循环)的全球性综合服务平台示范样板,可有效促进上合示范区与上合组织的双向投资合作。

项目预计2023年首期投产,达产后将助推胶州形成首个千亿级产业链,为推动胶州全域智能制造产业高质量发展,加快打造世界级先进制造业高地和中国北方工业互联网生态示范区提供强力支撑。

## 中国有色集团深入推进人才强企战略

本报讯(记者蒋茜)6月30日,中国有色集团召开第二次人才工作会议,深入推进新时代人才强企战略。会上该集团举行了科技顾问、首席科学家、首席专家聘任仪式,并与北京工业大学、中南大学、郑州大学等高校签订了战略合作协议,为工程博士、硕士生兼职导师颁发了聘书。

中国有色集团党委书记、董事长奚正平表示,要深入贯彻落实国资委党委中央企业人才工作要求,以建设世界一流矿业企业为目标主线,努力营造优秀人才脱颖而出、人才活力竞相迸发的良好生态,为推动建设世界一流矿业企业提供强大动力和坚实支撑。

近年来,该集团牢固树立“人才是第一资源”理念,坚持把人才工作放到做强做优主责主业、实现高质量发展的全局中谋划推动。奚正平表示,要扎实推进实施人力资源发展规划,持续加大急需紧缺人才引进力度,大力推进平台聚才、项目引才、海外引才。要不断提升工程硕博联合培养能力,积极主动作为,深化校企合作,推动共建“研究生联合培养基地”。还要全面深化人才发展体制机制改革,进一步修订市场化选人用人,拓宽人才职业发展通道,优化人才评价体系,完善多元化中长期激励机制。此外,还要突出加强海外人才队伍建设,在干部人才选用、引进、培养、服务上加大倾斜力度。