

服装业加速迈向“高精尖”

本报记者 刘瑾

产业聚焦

前三季度,受到复杂严峻的国内外形势以及多重超预期因素影响,我国服装行业产销增速总体呈放缓趋势,企业盈利压力较为突出。在近日召开的2022中国服装论坛高精尖创新峰会上,中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长、中国服装论坛主席陈大鹏表示,前三季度,我国服装业固定资产投资实现了快速稳定增长,表明行业在加快技术进步、转型升级的步伐,通过强链补链、优化产业布局等方式推动行业高质量发展。

内销回暖向好

11月21日,为期4天的2022江西纺织服装周落下帷幕,期间22家企业签下51.25亿元订单。

内销回暖向好,成为服装业复苏的重要力量。特别是自6月份以来,各级政府高效统筹疫情防控和经济社会发展,促消费政策发力显效,服装内销呈现改善恢复趋势,降幅持续收窄。国家统计局数据显示,1月份至9月份,我国限额以上单位服装类商品零售额累计6562.1亿元,同比下降5.0%,降幅比上半年收窄3.0个百分点。

国内市场的线上服装零售保持稳定增长,1月份至9月份穿类商品网上零售额同比增长4.7%,增速比上半年加快2.3个百分点。高田时尚集团董事长高淑丽介绍,公司乘着国潮东风,找准市场空白,锁定高端商务女装赛道,迎来快速增长。

线下服装经营持续改善。随着消费场景不断拓展和消费需求日渐提升,实体店开始回暖。根据中华全国商业信息中心的统计数据,1月份至9月份,全国重点大型零售企业服装类商品零售额同比下降9.5%,降幅比上半年收窄3.1个百分点。从各大服装品牌发布的2022年第三季度财报信息来看,7月份、8月份线下消费短暂复苏,9月份受疫情影响部分线下门店经营受限。

从服装品类来看,运动户外服饰维持高景气,中高端和大众休闲服饰保持稳定。“女装复苏迹象明显。”赢家时尚集团副总裁袁琼表示,全球女装消费市场回暖明显加速,领涨全球服装市场。受“她”力量和新风潮、新概念、新技



术的影响,女装消费呈现多元化风格。

与此同时,出口下行压力加剧,整个行业受到影响。前三季度,受国际市场需求恢复、成本上涨推高出口价格等因素影响,我国服装出口在2021年高基数的基础上继续保持良好增长,出口金额再创历史新高。但8月份,服装出口增速明显放缓,9月份服装出口转为负增长。

打造品牌矩阵

在近日召开的品牌20周年发布会上,海澜之家正式发布品牌全新价值理念——“创造有生命力的服饰 服务每个人的光彩”。海澜集团董事长周立宸表示,当前,人们对服装的追求从过去寻求公共价值发展为满足个性化自我表达。为实现品牌向新,海澜之家将与消费者开展零代差互动,坚定围绕“多品牌、多品类、集团化”战略,深化数字化、智能化供应链体系,与消费者建立长久紧密连接。

从品牌、产品、体验、传播等多个维度合力,海澜之家正蓄力新一轮突破。海

澜之家的品牌升级正是我国服装品牌向上的一个缩影。如何走品牌化之路,树立品牌形象、提升品牌价值等,成为服装企业最关心的话题。

品牌力能够带来新增长已在业内成为共识。设计师品牌MASHAMA首席执行官孙盼表示,公司从设计之初就开始打磨产品,力求呈现差异化,满足大家对美好生活的追求。

品牌矩阵需要全方位打造。安正时尚集团股份有限公司生产总监陈贤淑认为,消费者的生活方式和消费属性正在改变,要在主力品牌的基础上拓展新品类,寻求新的增长点。江苏华佳丝绸股份有限公司桑罗品牌总经理姚凤认为,千禧一代和他们的父母、银发一族都是多元化需求的代表人群,品牌不要盲从市场需求,要寻找适合的消费群体。

在此前召开的2022中国服装论坛上,国际纺织制造商联合会主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲对品牌内涵进行了深度阐释:“消费升级的本质是追求高品质生活,现代文明的演进正在带来生活方式、文化形态、审美能力等维度的深刻变革。希望服装企业能够

在风险挑战中砥砺前行,在乱云飞渡中笃定前行,在一针一线中磨砺品牌,在正心明德中缔造奇迹。”

推动提质增效

目前,超过6000个国际品牌来到中国,未来3年至5年还有不少于2000个高端小众定制品牌、设计师品牌、奢侈品品牌通过电商平台进入中国。国内的服装企业数量在过去10年高速增长。天眼查数据显示,我国现有超2258.5万余家服装相关企业。其中,2021年新增注册企业超500万家。

供给端的快速扩张,使我国服装市场的竞争进一步加剧。不过,我国服装产业也正迎来新一轮产业变革和消费升级。麦肯锡公司最近发布的一份报告显示,中国人均GDP显著增长推动中国成为鞋类和服装消费市场最大的国家。研究显示,2021年中国鞋服消费市场规模达4270亿美元。

党的二十大报告提出,要坚持推动高质量发展为主题,把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来。这为服装业巩固优势产业领先地位、深度融入双循环发展新格局提供了方针指引。

“‘时尚新征程,迈向高精尖’是服装产业下一步的发展方向。”陈大鹏表示。何为服装产业的“高精尖”?“高”代表了企业研发强度,“精”指的是具有自主知识产权的原始创新,“尖”是能够引领行业发展方向的国际技术前沿。

越来越多的服装企业正在靠创新提质增效,实现逆势增长。波司登国际控股有限公司执行总裁助理兼数字运营总监戴建国介绍,公司把建设服装智能制造工业互联网平台放在首位,目前工厂自动化程度已提升至32%左右,智能装备、智能机器人入库装垛准确率高达99.9%。猫人集团品牌中心总经理裴于雄介绍,公司销售数据增长依靠的是整合全行业优质供应链、强力管控产品质量等措施。

“在服装产业新发展时期,我们要以实现时尚强国为目标,攀登世界时尚产业的最高峰。企业要做到专、精、特、新,打造世界级企业。”陈大鹏表示,产业要构建实现“高精尖”的内生能力和外在实力,真正把“科技、时尚、绿色”内化到企业运营管理中,将精益化管理、协同创新、工匠精神深深扎根企业发展理念中。

业界点睛

加快建设贸易强国,是党的二十大报告提出的明确要求。党的十八大以来,中国政府高度重视进口贸易,积极主动扩大进口,进口贸易额从2012年的11.48万亿元上升到了2021年的17.36万亿元。2021年,我国进口占世界进口的比重达到11.9%,已经连续13年稳居全球第二大进口贸易国的地位。

10年来,我国进口发展呈现一些新特点和新趋势。进口目的地结构持续优化,中西部地区占比不断提高。民营企业的占比大幅度提高,进口贸易主体从以外商投资企业为主转变为外商投资企业和民营企业并重。一般贸易在进口贸易中的主导地位得到了进一步巩固。

建设高水平进口促进平台,为进口发展开拓了新渠道。中国国际进口博览会是我国最具代表性的高水平进口促进平台,赢得了国内外广泛赞誉。进博会通过充分发挥国际采购、投资促进、开放合作、人文交流四大平台作用,切实促进了进口发展。此外,我国还新建了多个高水平进口促进平台,如设立进口贸易促进创新示范区、举办中国国际消费品博览会等。

共建“一带一路”倡议的提出,为进口发展挖掘了新的增长点。自倡议提出以来,“五通”建设取得了显著成就,为促进我国与“一带一路”相关国家之间的贸易往来奠定了良好基础。我国自“一带一路”相关国家的进口额从2012年的4584.51亿美元升至2021年的7733.24亿美元,增长68.68%,远高于同期进口总额的上升比例。

高水平对外开放格局的构建,为进口贸易开辟了新局面。党的十八大以来,我国先后设立了21个自由贸易试验区,《自由贸易试验区外商投资准入特别管理措施(负面清单)》由2015年的122项特别管理措施降低至2021年的27项。2021年,21个自由贸易试验区以不到十分之一的国土面积实现了占全国18.5%的外商投资、17.3%的进出口。另外,海南自由贸易港正在加快建设。

贸易新业态新模式的加速发展,为进口发展培育了新动能。近年来,跨境电商等新业态新模式蓬勃发展,成为外贸发展的新生长力量,各类平台和商户充分发挥在线营销、无接触交易、短距离配送等优势,助力外贸逆势突围。2021年,我国跨境电商进出口规模达到了1.98万亿元,外贸综合服务企业超1500家,海外仓数量超2000个。

从进口对经济的贡献来看,初级产品进口多元化格局逐步形成,有效地保障了国内市场需求。消费品的进口种类、进口额和进口占比均不断上升,满足了人民群众日益增长的消费需求。此外,高技术产品的进口占比大幅上升,促进国内企业加速创新以及转型升级,从而加快国内经济高质量发展。

我国进口贸易也是世界进口贸易增长最主要的拉动力量。10年来,世界进口额增长了38537.13亿美元,我国进口额增长了8691.24亿美元,占世界进口总额增长的比例为22.55%,位居世界第一。此外,中国是多个贸易伙伴的重要出口目的地。2020年,40个贸易伙伴对中国的出口额占其出口总额的比例高于20%,61个贸易伙伴对中国的出口额占其出口总额的比例高于10%。

(作者系北京师范大学经济与工商管理学院教授、博士生导师,国家进口研究中心主任)

本版编辑 陶琦 美编 王子莹

个人碳账户场景越来越丰富

本报记者 崔浩

现阶段公众形成个人碳减排和个人碳管理的习惯,推进碳交易理念在非生产领域减排的创新应用。

事实上,我国在碳普惠制度方面的探索由来已久,早在2015年,广东省率先开展碳普惠制建设试点工作。目前,广东已经形成了6个碳普惠方法学,形成了以普惠方法学为基础的项目减排量产品——广东碳普惠抵消信用机制(PHCCR)以及普通公众参与的低碳减排量产品——碳币。截至7月15日,广东省生态环境厅已备案签发的碳普惠抵消信用机制项目171个,签发量为191.96万吨。

不仅是各级政府,许多互联网公司也在积极探索碳普惠领域。蚂蚁森林是蚂蚁集团发起的一项支持生态建设、倡导绿色低碳的公益项目。依托已有平台,用户可以通过骑行、办理业务等方式积累绿色能量,积累到一定程度

后,蚂蚁基金会将联合其他公益基金种植一棵树,通过这种方式促使公众养成低碳生活的习惯。

目前,碳普惠制已取得了一定成绩,但也存在着许多问题需要解决。吴宏杰表示,解决好活动数据计算方法和监测手段等顶层设计的一致性以及不同平台下活动水平减排因子选取一致性问题,将为未来碳账户互通奠定基础。

“要推动个人碳账户场景更加丰富。”浙江农林大学生态文明研究院院长沈满洪表示,目前减排场景少,居民兑换意愿不足。许多生活领域仍然缺乏碳排放监测手段,除了绿色出行,还要把住房、能源等领域纳入碳账户中,扩大碳账户、碳普惠的范围,更好发挥个人碳账户作用。

浙江大学公共管理学院教授石敏俊认

为,要注意地区和特定人群碳排放的差异。如何将不同群体纳入个人碳账户,从而促进消费行为和生活方式的转变,是未来应考虑的问题。

“在数据收集过程中要注重实现计算方法透明化和数据获取经济性的平衡。”吴宏杰指出,过去对传统单一场景的排放能够进行精确监测和计算,但对于普通居民很难达到类似的精准度。若收集数据过程中消耗的能源和碳成本过高,这一体系就不具备存在的基础和前提了。

“绿色低碳的生活方式不仅是一项倡导,更是一个系统化的工程。我国在移动互联网等领域拥有很好的基础,要通过加大各种激励机制,促使绿色生活成为一种时尚潮流。”北京交通大学碳中和科技与战略中心主任、中国发展战略学研究会副理事长王元丰说。

南方电网贵州六盘水供电局

在改革中提档升级“企业社会责任”服务产品

“谢谢你们,我年纪大了,一个人住,交电费都是让邻居帮我,这个月电费多了点,谢谢你们主动来帮我检查。”秦老先生说道。

近日,南方电网贵州六盘水供电局城区分局通过后台数据监测到荷城社区一户赵姓家庭电量持续异常,客户经理立即联系社区工作人员开展“CSR”客户服务用户走访,检查发现用户因室内线路损坏,导致部分电器无法正常使用,客户经理免费帮用户进行了线路检修。

自国企改革三年行动实施以来,六盘水供电局探索现代供电服务新模式,激发服务新动能,以用户需求和短板为着力点,深入聚焦特殊用电群体,智慧升级“凉都暖心云看护”“CSR”服务产品,切实满足人民群众对美好生活的电力需求,助推用电服务向现代生产性服务业转型。

创新驱动 优化服务新概念

为更好服务用电客户,六盘水供电局以需求侧引导供给侧迭代升级,先后推出了“凉都暖心管家”“云看护”数据监测平台等电力数字产品,依托数字化手段,建立从需求征集、开发建设到落地应用的全过程闭环运营机制。

“我们扩大了服务范围,改善以前单一的服务方式,为用户提供更多元化专业化的服务,同时提升员工服务意识,更加主动‘零’距离服务客户。”六盘水供电局市场营销部总经理说道。供电局通过搭建全渠道现代供电服务“基础+增值”产品体系,不断增强满足用户需求的能力,为用户提供

“一站式服务”和“一揽子解决方案”。

6月30日,六盘水盘州供电局与盘州市景晟汽车销售服务有限公司签订生态伙伴合作协议,实现业务互通,实施购车办电“一站式”绿色服务通道,为用户提供用电报装快捷服务。

政企联动 创新服务新模式

“凉都暖心云看护”“CSR”服务产品致力于为独居老人等特殊群体提供安全便捷的用电服务。为此,六盘水供电局强化政企联动,将社区网格管理与供电服务有机结合,开展供电网格差异化服务。

8月30日,供电局城区分局与钟山区凤凰街道签订“政企联盟”框架协议,构建“供电企业—政府机构—街道社区—特殊群体”四级联动新机制,聚焦特殊用电群体,助力社区工作者及时有效地对特殊群体实施针对性管控和人文关怀。“如果工作人员从后台发现独居老人持续低负荷或负荷突增,就会主动上门帮助检查家中的用电设备是否有漏电隐患,保障他们的用电安全。”城区分局副总经理说。

下一步,六盘水供电局将持续推进现代供电服务体系建设,深化数据互联互通和共享共用,持续迭代服务渠道和产品,不断优化服务举措提升服务意识,为用户提供可靠、便捷、高效、智慧的新型用电用能服务。

(数据来源:南方电网贵州六盘水供电局)

·广告

邮储银行邵阳市分行

“一户一策”精准支持市场主体

近日,邮储银行湖南省邵阳市分行向当地某科技股份有限公司发放知识产权质押贷款1000万元,解决了这家集粮食收储与贸易、饲料加工与销售、畜禽养殖与服务、有机蔬菜种植与加工为一体的全产业链农牧企业的融资难题。2022年以来,邵阳市分行把服务实体经济和助力稳增长摆在突出的位置,通过加大信贷投放、创新金融产品、提升服务质效,做好当前形势下金融支持稳增长工作,全力稳住经济大盘,保市场主体,做好地方经济的“金融后盾”。

邵阳市分行积极加大信贷投放,制定《中国邮政储蓄银行邵阳市分行金融服务疫情防控和稳企业纾困工作方案》,成立专项领导小组,积极落实市县二级行领导带头走访对接机制,深入开展金融“暖春行动”“行行长稳企纾困”等活动,增强重点领域和薄弱环节信贷投放能力。截至2022年10月底,共走访园区小微企业1386家,走访公司客户1675余次,贷款较年初新增10.03亿元(小企业贷款2.63亿元),解决了243家中小微企业的融资需求。

为提升服务质效,邵阳市分行积极创新金融产品,为小微企业推出线上纯信用产品“小微易贷”和“极速贷”,随借随还,可循环支用,5—10分钟即可到账,便捷高效。为民营企业量身打造“医院贷”“燃气贷”“加油站贷”“污水贷”等十多种特色贷款,民生领域的固定资产贷款、园区按揭贷款,可贷10年。为专精特新“小巨人”企业推出纯信用科技贷,贷

款额度最高可达3000万元。为支持新型农业主体发展,与湖南省农业信贷融资担保有限公司联合推出“粮食贷”“生猪贷”“特色贷”等产品,贷款期限最长可达36个月,积极助力乡村振兴。为推动地方创业就业工作发展,邵阳市分行与多个相关部门开办创业担保贷款,并享有财政贴息政策。采取“一户一策”的方式,为企业量身打造金融产品,并给予优惠利率,精准支持企业发展壮大。

邮储银行邵阳市分行还聚焦疫情受困群体,加大对小微企业等受困市场主体的金融支持,不断完善“敢贷愿贷”内部机制,强化对小微企业“敢贷愿贷”的内生动力,积极运用好总行内部资金转移定价(FTP)减点支持政策。对因疫情影响的部分企业,积极开展绿色通道,对信誉良好的企业建立白名单,按照“特事特办、急事急办”的原则满足贷款需求,为企业生产经营保驾护航。截至目前,邵阳市分行累计发放抗疫及复工复产贷款395笔,金额14.1亿元;向受疫情影响的批发零售、住宿餐饮和物流运输等行业投放小额贷款9.1亿元。对受疫情影响的人员,灵活调整信贷业务还款安排,可申请最长6个月的延期还款。邵阳市分行积极对小微企业、三农、消费客户执行展期、延期还款和停息政策。今年以来,累计为小微企业和个人客户开展无还本续贷金额2.3亿元。

(数据来源:邮储银行邵阳市分行)

·广告