



# 波司登：叩开中国服装未来之门

■ 本报记者 沈海燕

作为传统的、规模庞大的劳动密集型产业，多年来，中国纺织服装产业解决了大量社会就业，贡献了数值庞大的外汇储备。作为中国纺织服装领军品牌，波司登在“十一五”时期克服了各类严峻挑战和不利影响，全面完成了各项发展目标：波司登羽绒服16年蝉联中国市场冠军，并一直保持两位数的增长速度，五年间累计实现销售收入超过593亿元，上缴税收超过31.9亿元。波司登积极实施名牌战略，培育自主品牌，波司登品牌价值达180.16亿元，波司登羽绒服成为国内服装业唯一的“中国世界名牌产品”，在国际市场打破中国制造“物美价廉”的悖论，实现了从“民牌”向“名牌”的嬗变。集团所属的波司登国际控股有限公司在香港主板成功上市，踏上了资本国际化的新起点。波司登男装、Rocawear(洛卡薇尔)、BOSIDENG·RICCI(瑞琦)等四季化转型项目持续成长……波司登实现了从加工制造、品牌经营到资本运作的精彩跨越！

不经意间，“十一五”已悄然隐入历史的天空，“十二五”将是充满希望的新五年。未来五年，中国纺织服装业将呈现怎样的发展格局？如何打开中国服装品牌的未来之门？

“十二五”规划建议提出，制造业发展重点是优化结构，改善品种质量，增强产业配套能力，淘汰落后产能。“传统产业不是老朽产业，以创新提升纺织服装产业已经成为业界的共识。”十一届全国人大代表、波司登董事长高德康对此有强烈共鸣，“服装业不仅是基础制造业，更具有时尚创意的基因。中国的纺织服装不能再处于产业价值链低端了，我们应努力从低层次、低品质的产量取胜向高附加值、高品质的价值创造迈进。”

## 科技创新、改造提升：开创传统产业再造新格局

“十二五”规划建议指出，纺织工业发展形势中还存在许多粗放的、不协调、不可持续的因素，特别是经过金融危机冲击后，全行业更加清醒地意识到已经实现的转变和提升还远远不够。中国纺织服装协会会长杜钰洲也强调，实现“十二五”纺织工业科技进步纲要的目标，需要加快构建强有力的科技创新体系。

2010年12月，波司登与天津工业大学合作共建的国家级博士后科研工作站苏州挂牌成立，研究开发满足军需保障、抢险救灾、体育竞技等特殊场合需求的专用防寒服，力求实现高端防寒用品的全面国产化。“十二五”期间，波司登将积极探索与专业组织、科研院所的多元化合作模式，推动产学研密切结合。同时，积极推进信息化建设，以网络信息技术和电子商务平台强化服装设计制作用、货量统计、大货生产、物流配送等供应链管理和决策。

波司登利用科技创新加快改造步伐，优化产品结构，促进产业转型升级，赶超世界先进水平。同时，还积极支持和主导产业技术标准，扩展企业影响力和话语权。目前，波司登已拥有国家专利42项，并先后承担来自中国科学院百人计划支持的重点研究项目、国家“十五”科技攻关项目及国家863计划子项目，参与5项国家标准、2项行业标准的起草、修订工作，直接制定各类企业技术标准218项。2007年8月，全国服装标准化技术委员会羽绒服分技术委员会秘书处落户波司登，标志着波司登成为国家标准制、修订的主导者。2010年7月，第六届ISO/TC133服装尺寸系列和代号国际标准会议在江苏常熟召开，确定由中国和南非以“联合秘书处”的形式承担ISO/TC133秘书处的工作，并将制、修订相关国际标准。波司登作为主要协办单位，积极承担秘书处落户中国后的各项工作，推动中国服装在国际标准化工作中取得了历史性突破。

高德康对传统产业的升级再造充满信心，“我们这一代人用心血和汗水在国际市场上挣得‘中国制造’质优价廉的口碑，今天我们迎来了与几十年前日本、韩国产业再造同样的困境。我们的困难不比他们当年恶劣，条件却比他们充裕，没有理由做得比他们差。传统产业再造如同鲤鱼跳龙门，跨过这道坎，未来，‘中国制造’也可以成为‘先进制造、价值体现’的代名词。”

## 与时俱进、资源整合：坚定走新型工业化道路

近年来，ZARA、H&M、C&A、GAP、UNIQLO等国际品牌大举进入中国市场，“快时尚”等优秀商业模式被大量引入。在与国际品牌同台竞技、贴身竞争的同时，波司登积极推动自主创新、结构调整和资源整合，拉开了以业务精细化与产业链整合为主要内容的转型升级大幕。

高德康表示，波司登的转型升级，不是在细枝末节上亦步亦趋的模仿，而是要寻求产品和品牌、企业与产业的结合点，成长为一个有生命力、有责任心的品牌。据介绍，近年来，波司登确立了四季化发展战略，调整产品结构、优化品牌组合，实现了从羽绒服到男装、女装等非季节性产品的时尚版图扩张。2010年，波司登在北京和上海的两家旗舰店开业，在原有羽绒服产品的基础上，增加了男装、女装等四季化服装，让消费者一年四季都能享受到波司登的完美产品和周到服务。波司登代理的美国顶尖街头潮流品牌Rocawear(洛卡薇尔)也在上海举办了首场发布会，正式登陆中国市场。同年11月，新锐女装品牌BOSIDENG·RICCI(瑞琦)举行2011年春夏时尚发布会，正式进军女装市场。未来五年，波司登将全面进军四季化服装领域，转型成为一家拥有羽绒服、男装、女装、休闲装、童装、户外服装等多品类的综合服装企业。

“未来，品牌之间的竞争，更多体现为企业资本实力和资源整合能力的竞争。波司登有牢固的产业基础，有优秀的人才团队，有充裕的发展资金，完全可以做得更好。”高德康表示，“十二五”期间，在做大做强羽绒服市场、巩固服装主业发展的基础上，波司登的产业调整将不再局限于“大服装”的业态，将面向更为广阔的市场空间，加强与高速公路、酒店运营、农村金融、太阳能光伏等基础产业、新兴战略性新兴产业的互动融合，在横向集聚竞争和纵向链群整合的基础上，构建结构优化、技术先进、清洁安全、附加值高、吸纳就业能力强的现代产业体系。

## 探险海外、勇为人先：引领中国服装品牌走向世界

波司登是中国品牌国际化的先行者，也是全球防寒服领域知名品牌。在中国企业“走出去”向国际知名品牌迈进，“走上去”向更高产业价值领域挺进的潮流中，波司登利用名牌优势整合国际优质资源，着眼于打造与国际品牌比肩的渠道资源和营销运作方略，国际市场的开拓实现了质的飞跃，为中国探索出了一条由“服装大国”转变为“服装强国”的成功之路。

波司登积极加强国际合作，在与NIKE、BOSS、TOMMY、GAP、ELLE、The North Face等国际品牌的合作过程中潜心学习，促进生产管理和工艺水平与国际接轨。2007年9月11日，波司登羽绒服被国家质检总局评为服装业唯一的“中国世界名牌产品”。同年10月11日，波司登国际控股有限公司(03998-HK)在香港联交所主板上市，站在了品牌国际化的新起点上。

波司登立足海外融资、融智，积极探索网上贸易、境外专卖店、分公司经营等模式，扩大国际影响和销路。在创建海外“根据地”的过程中，坚持本土化管理、本土化经营，先后注册了波司登(美国)有限公司、波司登(俄罗斯)国际有限公司、俄罗斯波司登·友谊国际有限责任公司、波司登国际(加拿大)有限公司等海外销售机构，打破了“中国制造”物美价廉的悖论，在欧美国家主流市场树立起了中高端精品服装的良好形象。其中，波司登男装更是凭借卓越的制造工艺，进驻英国连锁品牌GREENWOODS的强大营销网络，取得了骄人的销售业绩，成为中国自主服装品牌“走出去”的经典之作。2010年，波司登集团完成出口产值1.85亿美元，同比上涨16.3%。

波司登的成功，已成为后金融危机时代“中国制造”向“世界名牌”跃升进步的典型案例。未来，波司登将以全球视野和包容度开展跨国资本运作，加快收购、兼并、重组、代理有潜质的国外品牌服装，推进自主销售终端在国际市场的延伸拓展。并持续优化在美国、加拿大、英国等发达国家的专营店经营业务，提升波司登服装在国际上的地位。努力使波司登在中国乃至世界500强中争得位置，成长为具有全球知名度和市场辐射力的一流跨国企业。

## 以人为本、大行大义：担当企业公民社会责任

一个真正优秀的企业，不仅要为社会创造丰富的财富，推动经济快速发展，更应该热心慈善公益事业，积极履行企业公民责任，并深怀良知、正义和感恩。

波司登积极发展环保经济，推动行业加速升级，促进人与自然环境的和谐。公司推广使用生态环保纺织品原材料，杜绝使用低劣有害颜料和化学助剂，开发出符合国际环保纺织协会标准的生态羽绒服。还紧密结合高新技术在生产中做减法，如循环利用工业废气，节省能源和原材料；积极应用互联网等新技术在经营上做减法，如导入ERP管理、B2C电子商务等，降低运营成本，大幅降低了碳排放量。“十二五”期间，波司登将加快技术进步，在节能减排、提高资源利用水平、生态环境保护等方面取得明显成效，持续提高企业可持续发展水平。

波司登积极担当行业领军企业责任，努力营造良好的品牌、产业发展环境。公司在山东德州、江苏高邮、泗洪、徐州等地建设6大生产基地，推动区域经济产业集群和品牌集聚，促进产业链和谐平衡发展。每年要用8000多万米布料、2000吨羽绒，带动华东、华北地区从面料、辅料、羽绒、包装、染织到终端销售的上下游产业链，使全国200多个原辅料单位及280多个外发加工单位得到蓬勃发展，为数十万名群众创造了就业机会。

作为全国知名企业家，高德康还有一个重要身份是江苏省常熟市康博村党委书记。1999年以来，高德康带领康博村人走上生产发展、生活富裕、生态良好的发展道路。十多年来，他以个人名义用于修建康博苑、拆迁补偿和配套工程建设的投资累计达1.2亿元。如今，全村1646名村民住进了423幢现代化庭院式别墅，过上和“城里人”一样的生活。康博村先后当选苏州市农村现代化建设示范村、江苏省文明村和全国十佳小康村，成为社会主义新农村建设的典范。

多年来，波司登在光彩慈善、科教文卫、扶危救困和公益环保等方面投入了大量资金，多年累计向各级慈善机构捐款捐物超过5.34亿元，先后被授予慈善募捐工作先进集体、爱心慈善奖、江苏省慈善之星、中华慈善突出贡献单位(企业)奖等称号。高德康董事长两次入选“中国大陆慈善家排行榜”，先后获得光彩事业先进个人、关爱员工优秀民营企业家、中国当代慈善企业家等称号。

“十二五”时期是我国全面建设小康社会的关键时期，也是我国纺织服装业由大变强的战略机遇期。随着产业结构调整进程加快，中国的纺织服装行业将迎来吐故纳新、大浪淘沙的五年。波司登将一如既往地坚持以价值为核心的品牌建设，在品牌、研发、科技、管理、营销等系统上不断创新模式，实现中国自主服装品牌的跨越式发展和弯道式超越，为推进中国从“全球服装大国”向“全球服装强国”的伟大转变，做出应有的贡献！



江苏省省委常委、苏州市委书记蒋宏坤(左)与波司登董事长高德康共同为波司登国家级博士后工作站揭牌。



作为亚洲规模最大的羽绒服生产企业，波司登吸纳了数以万计的劳动力，为繁荣地方经济、促进充分就业做出了巨大贡献。



第六届ISO-TC133国际会议召开，波司登承担秘书处工作。



BOSIDENG·RICCI(瑞琦)精彩亮相，波司登进军中国女装市场。