



服博会20年 服装品牌“搏杀”中求生

■ 本报记者 周春雨 郝昱

第二十届中国国际服装服饰博览会(CHIC2012,以下简称服博会)没有预期的那么“惊艳”。3月26日,在北京中国国际展览中心(新馆)开幕的第二十届服博会,缺少“逢十大庆”的隆重氛围,采购商也没有业界期盼的那样多。这些似乎都在表明,服装行业形势并不乐观。上海贝狄实业有限公司设计总监李莹接受本报记者采访时表示:“大量企业转入内销,免不了恶性竞争,尤其是一些中小企业为抢占市场,将产品压价促销,导致利润大幅下降,甚至出现部分企业亏损、破产现象。”

今年服博会的主题为“穿越”。作为中国服装产业最大的国际性展会,服博会陪伴与见证了中国服装行业的部分企业成长。

本土企业内外交困

“中国服装行业现在的确面临困境,不仅是外贸,内销也不好做。随着大量中国企业转做内销,再加上人工、原材料成本的上涨,竞争非常激烈。”米兰朵(北京)服装有限公司经理苏青松对记者说。可见,中国服装行业“内外交困”已成不争的事实。

针对中国服装业面临的困境,野豹实业(香港)有限公司商品研发中心研发总监周主国认为,“中国服装行业发展虽然很快,但现在仍没有一个具有较强实力和影响力的国际型品牌。”

郑州赛隼服饰有限公司总经理沈凯同意周主国的说法,他认为:“现在很多服装企业,尤其是中小企业不知道哪条路才是出路。”

在谈到中国企业该如何发展时,周主国表示“中国企业其实也可以抱团发展,大家应该求同存异,共同探索出一条道路。现在,在中国,一些区域性品牌已经有抱团共进的实例,如虎门很多服装企业就已经开始以抱团方式发展。但各个服装品牌要团结一心,还需要一个‘牵头人’。希望国家、地方政府、协会、商会等能发挥这一作用,带领服装企业共渡难关。”

海外品牌中国布局

本届展会上来自法国的服饰零售集团博马努瓦对中国市场充满信心。据其相关负责人透露,“到2013年中期,博马努瓦旗下的女装品牌Cache Cache将在中国开设1000家店铺。”据这位负责人介绍,3月17日,法国时尚女装品牌Cache Cache在中国的第五家店铺,于山西晋城开业。需要提及的是,Cache Cache进入中国市场只有6年时间,已在中国的一线城市,以及二三线城市开设了500家店铺。在博马努瓦集团高层看来,目前,全球的服装市场并没有那么糟。截至目前,Cache Cache品牌已在全球开设了1260家店铺,这个扩张速度惊人的国际品牌引起了中国服装业界的关注。

该负责人还介绍,博马努瓦集团旗下的多个品牌,至今已在欧洲、亚洲、非洲的几十个国家开设门店超过了2330家。据记者了解,Cache Cache进入中国市场后,首先扎根于一线城市,使Cache Cache品牌在中国市场得到了极大发展。站稳脚跟后,Cache Cache又进入中国的二三线城市。



据悉,今年内,Cache Cache还将在中国再开250家店铺,其目标是进入中国的每一座城市。

北派服饰品牌投石问路

一边是多数服装企业在探索出路,一边却是新品牌在市场低迷时期高调上市。辽宁海城纺织服装产业集群西柳市场建设管理委员会为本届服博会上带来了一股强劲的北派服饰风。据了解,西柳大市场是中国起步早、规模大、影响广、交易额高的服装专业批发市场之一。为实现西柳市场转型升级,西柳镇政府规划建设了占地443万平方米,总建筑面积718万平方米,投资280亿元的东区专业市场集群项目,于2010年建成,运营国内单体规模最大、设施环境一流的第六代高端市场——西柳中国商贸城,为广大商户搭建了商品品牌化、营销展贸化、管理专业化的发展平台。

自2009年起,西柳开展了北派服饰万里行,北派服饰新秀设计大赛,组织北派服饰参加北京服博会、大连服装节等系列活动。此次服博会期间,西柳北派服饰迅速引起了中国服装业界的关注。目前,西柳市场有23个地产品牌被评为中国服装成长型品牌,在本届服博会上,又有获利鸟、澜捷、逸灵、爱登路、龙戈尔、南极鸟、金鲨王,7个北派服饰品牌获此殊荣。西柳镇也被中国纺织工业联合会授予中国服装品牌孵化基地和中国裤业名镇等称号。

据初步统计,本次参展,西柳北派服饰签订代理合作协议300余份,订单成交额预计2000余万元。

品牌大赛是一种激励

多年来,服博会组委会一直致力于中国服装品

牌的培育。如每年服博会期间,由中国服装协会主办的杰克·中国服装品牌年度大奖赛(以下简称品牌年度大奖),为倾力打造中国服装业的年度品牌作出了贡献。

中国服装品牌年度大奖被誉为服装行业的“奥斯卡”。本次第八届中国服装品牌年度大奖设立了风格、创新、潜力、品质、策划、营销、公众、价值、成就、推动大奖以及中国服装品牌年度大奖特别奖,共11个奖项,并通过提名、社会检验、终评等环节,最终确定各奖项归属。

本届品牌年度大奖肩负起未来变革的使命,将调整与创新始终贯穿于宣传、评审等系列环节,力求在微调中升华,不断推进中国服装原创品牌的发展。

统计显示,7年来,共有44个品牌成为大奖得主,58个品牌获得提名,其影响力日益扩大,对中国服装品牌的发展起到了重要的推动作用。浙江伟星实业发展股份有限公司有关负责人表示,这些奖项是对服装品牌多年来坚持和付出的一种肯定。他认为,中国服装品牌化,是可持续发展的长期战略。

业内资深人士表示,近年来,服装行业都在谈品牌,但在创建品牌的过程中,需强调品牌作为企业发展的驱动力不是短期的行为。中国服装需坚持精工制造、时尚设计和专业销售,完成品牌打造的全过程。

展业聚焦

信息集结号

2012 面料设计大赛 开设区域专场

本报讯 3月29日,2012中国国际面料设计大赛启动仪式在京举办。本次大赛由中国纺织工业联合会主办,中国贸促会纺织行业分会、法兰克福展览(香港)有限公司和浙江绍兴县政府联合承办。

本届大赛旨在鼓励面料设计师寻求创意与产业之间新的结合点。作为中国纺织面料行业唯一的专业设计赛事,自今年起,大赛将与全球最大的纺织类专业展——中国国际纺织面料及辅料博览会携手,融入展会成为其中一项重要的专业活动。据悉,今年大赛将特别组织开设具有区域产业特色的赛事专场和推广活动,树立区域品牌的行业地位。(春雨)

2012 海西时装周 打造“时尚石狮”品牌

本报讯 以“时尚之都、海西风情”为理念的2012海西国际时装周将于4月17日至20日在中国休闲服装名城——石狮举办。本届时装周在体现国际风尚的同时,将全方位打造“时尚石狮”这一城市品牌。

自2010年创办以来,海西国际时装周一直致力于搭建企业与海内外设计师的对接平台,打造石狮乃至闽南纺织服装产业的孵化器。本届时装周,将举办福建本土服装品牌、以及台湾地区、意大利、德国等多个地区时装品牌的系列发布会。(邱安妮)

亚洲智能卡及支付展 将吸引超过8000人次观众

本报讯 第十七届亚洲智能卡及支付展,将于近日在新加坡举办。令公众及业内人士期待已久的近距离无线通信(NFC)和非接触性支付技术的突破性科技以及整个智能应用科技体系最新的研究成果将成为本次展会的最大亮点。

为期3天的展会预计将吸引超过8000人次的观众,据本届展会组织者Terrapinn公司亚太区首席执行官Richard Ireland介绍:“今年的亚洲智能卡及支付展不仅为参与者提供有关如何利用电子商务、移动商务的指数性增长实现资本增值等,同时也分享了诸如为提高有效用户黏度而采用的多管齐下策略之类的先进经验。”(李文)

国际风筝会 牵线潍坊放飞城市梦想

本报讯 由国家体育总局、国际风筝联合会、潍坊市人民政府共同主办的第二十九届潍坊国际风筝会,将于4月21日在山东省潍坊市开幕。

“潍坊国际风筝会自1984年开办以来,其影响力不断扩大。”潍坊市副市长王树华介绍说,小小风筝让潍坊走向了国际,也让世界走进了潍坊,潍坊先后与110多个国家和地区建立了经贸合作关系,与60个国家建立了文化交流关系。近5年来,每年风筝会签约的项目资金都在300亿元以上,带动了旅游、文化、住宿等产业的快速发展。潍坊国际风筝会不仅是一项高层次的国际体育赛事,同时也成为国际文化经贸活动的重要交流平台。(范丽敏)

节庆快递

2012 深圳婚庆文化节 展示20多项产品和服务

本报讯 4月3日至5日2012第十届深圳国际婚博会暨深圳婚庆文化节将在深圳会展中心举办。本届节会将展示包括婚纱摄影、婚礼服务、婚宴酒店、婚纱礼服等20多项与婚庆相关的产品和服务。节会为企业提供了一个品牌形象展示、产品服务推广、行业交流学习的平台。(静安)

■ 张岚

2012第十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会于3月27日在上海新国际博览中心开幕。据统计,本届展会规模再次刷新纪录,覆盖上海新国际博览中心11个展馆,展出面积达12.7万平方米,仅在线预登记注册的专业观众人数就高达2.69万人左右,较去年增长28%。记者在现场发现,地板企业不仅在材质、设计、技术上做足了文章,知名品牌更是走起“高端路线”。

设计:拼花地板成流行

拼花地板是今年展会上最为耀眼的

亮点。从实木地板到强化地板,各类拼花地板让人目不暇接,这种地板不失木纹的天然纹理,同时又能变换出各种图案,设计非常大胆而且漂亮,是在传统木纹地板基础上的突破。

记者在现场看到,各企业所展出的实木地板,体现出强烈的环保性、人文性及风格化趋势,贝亚克青花瓷地板、安信拼花地板、大友纯手工“雕刻时光”地板等风格化的设计受到了现场观众的一致好评。

跟过去的拼花地板相比,现在的拼花地板更具有主题化、个性化、多元化的特点。拼花地板产品外观漂亮,是实用性

地板展会凸显潮流趋势



艺术性完美结合的产品,业内人士认为,拼花地板可能会成为未来一段时间的消费趋势。

材质:实木复合地板将被广泛使用

随着地暖的普及,实木复合地板以其出色的稳定性、实木质感以及超高性价比受到市场欢迎。展会上,几乎每家品牌都会推出各自的实木复合地板产品。

上海固牌地板总裁赖申晖认为,实木复合地板将成为消费趋势。“一是环保,二是比较经济实惠。从地板的材质来说,橡木还是一个主流,但是其他的材质也是百花齐放。从产品类型来说,复合地板趋向于宽长板,但从这次展会来看,小复合地板,会是接下来的一个趋势。因为宽长板在整个铺装过程中只能对它的着色、表面进行处理,比如说碳化、烟熏、返古、拉丝等,但是这种小片的复合地板,除了可以进行以上工艺处理外,同时通过铺装进行多样化的调整,使地板能够更加活泼或更有个性。”

技术:参展商注重产品技术专利

在展会上不难发现,现在地板企业除了在材质、颜色上“玩花样”,在产品技术上更是不遗余力地推陈出新。目前,国内已有不少企业已自主开发出新的专利产品。柏金地针对实木地板材质易损坏、易变形问题推出了“三防锁扣”专利技术。柏尔地板致力于研发地暖用实木地板,克服重重技术难关,推出纯实木双锁扣地热地板。

正是看到中国巨大的市场潜力、技术的进步以及专利产品的不断推出,全球领先的地板、板材及保温隔热材料供应商尤尼林(UNILIN)负责人,在展会接受记者采访时透露,其旗下尤尼林技术部(Unilin Technologies)计划逐渐转型成为一家向企业提供知识产权管理、保护和授权等综合服务的专业咨询机构。

据尤尼林全球技术部负责人史博达(Bart Vander Stockt)介绍说,尤尼林在过去10多年地板专利全球推广的过程中,积累了深厚的知识产权保护和专利授权经验。在欧洲,尤尼林已经开始与一些拥有创新理念的地板公司开展合作,提供从专利申请到授权的全方位服务,成功帮助它们将专利转化为公司的利润来源。

史博达表示:“近年来,随着中国经济的快速增长,各种创新理念层出不穷,中国企业也逐渐拥有了更多的自有专利和更强的知识产权保护意识。在中国,目前已有超过90家地板企业和尤尼林签署了专利授权协议。我们希望将尤尼林技术部在欧洲的成功运营模式带到中国,依托我们在地板行业专利授权和保护领域的丰富经验和全球网络,借助于中国企业走出去的大趋势,更好地将中国企业的自有专利推向全球市场。”

市场风向