

时尚创意串起高端纺织产业链

■ 本报记者 周梦

当下,受国内外市场需求环境、国际产业布局调整等诸多因素的综合影响,我国纺织工业进入了增速放缓、动力转换、结构调整的新常态。

大数据显示,今年1—8月,我国纺织行业工业增长值增速5.1%,较上年同期增速降低0.9个百分点。其中服装业的工业增加值增速为6.8%,较上年同期增加2.3个百分点。

在这样的现状之下,纺织产业集群化发展却十分火爆,犹如一匹“黑马”,给市场带来新期待。

布局时尚创意产业集群

时尚产业在当下有着中国纺织行业“新三板”之称。在我国东部沿海地区,体现时尚的纺织产业集群化发展正成为一种“产业现象”。这种现象在浙江、广东、江苏、山东等纺织大省尤为突出。

在日前举办的柯桥时尚周上,浙江省绍兴市柯桥区委副书记、代区长赵如浪告诉《中国企业报》记者,中国柯桥国际纺织品牌博览会连续举办了19年,已逐渐成为国内主要的纺织会展品牌之一。

浙江省绍兴市柯桥区今年前三季度的柯桥时尚创意营业收入接近9亿元,增长20.3%,带动相关企业形成了177亿元的销售收入,成为推动柯桥纺织从制造走



向创造的有力引擎。

赵如浪告诉记者,柯桥区政府将加大对时尚创意、高端纺织两大千亿产业的培育力度,进一步加大支持以创意设计串起产业链,提升附加值,引领大发展,加快推进轻纺城的“三次创业”,以电子商务、智能物流、现代会展为重点进一步提升软硬件,有力推动柯桥从纺织产品制造中心、贸易中心向时尚创意设计中心、创

造中心转型。

中国纺织工业联合会副会长徐迎新表示,要以市场需求为导向、以流行趋势为指引进行产品开发与时尚推广专业服务,整合产业链上下游的优质资源,培养柯桥纺织企业的时尚敏锐度和技术创新力,促进纺织面料与时尚设计的资源共享和价值链接,全方位构建柯桥时尚创意产业可持续发展新布局。

差别化经营走出集群发展新路径

在新形势下,服装产业如何克服全球经济下行需求不足给中国纺织业带来的困难?如何在新形势下更有力地在全国时尚产业实现突围?如何根本性改变产业集群产品附加值低、产业处于价值链低端的状况?这些问题存在

于纺织产业集群之间,石狮市场发展服务中心主任张江滨对此有着自己的看法。

张江滨告诉《中国企业报》记者,石狮纺织服装行业的全面发展,可以说构建了相对完整的纺织服装产业链。与此同时,“集群化发展、差别化经营”为石狮纺织服装产业集群开辟了一条创新发展之路。

据石狮市布料同业公会负责人介绍,石狮纺织面料业坚持走“研发贸易”的发展模式,依托知名科研院所和高校研发新型面料产品,目前,每年有3000多种新型面料问世,涵盖棉类、化纤、丝织、混纺等多个种类,不少新型面料具有行业领先地位。

如今,纺织产业集群大多数已对原有发展模式进行优化,着力寻求产业链整体的转型升级。同时在产业集群发展的过程中,积极向智能型、创新创意型方向转变。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示,“集群在经济新常态下已呈现出新的特点与亮点,主要表现在不断探索创新集群发展新模式、不断完善产业链及专业市场配套、积极打造区域品牌影响力、积极推动技术进步和产业升级步伐、积极推动‘互联网+’战略与深化两化融合、积极开展集群公共服务平台建设。”这种产业结构的调整,让集群地行业水平、发展质量和效益都提升到一个更高的层面。

中小电缆企业或借行业重组实现弯道超车

■ 本报记者 石岩

电线电缆行业是国民经济的“血管”和“神经”。其不仅是国民经济中最大的配套行业之一,也是机械行业中仅次于汽车行业的第二大产业。

近年来,我国经济持续快速发展,城市化进程推进,使电线电缆行业迎来了新一轮景气周期,巨大的市场需求,为其发展提供了沃土。与之另一面,行业集中度低、规模小、质量不一的问题也被无限放大。

“高度分散化的格局,不仅很难取得规模经济效益,而且也加剧了生产能力过剩和市场的过度竞争状况。”亿航线缆有限公司总经理张自圆在接受《中国企业报》记者采访时表示,“小微企业想生存,质量可谓企业发展的根本。表面看,电缆行业是一种粗加工行业,因为你看不见、不常摸。但它确实关乎民生,与每一个人息息相关。从这个角度讲,电线电缆行业看似是粗加工的精加工行业。”

几千家企业共存乃是常态

据不完全统计,中国电线电缆行业内的大小企业达9000家之多。有行业报告显示,国内主要的电线电缆生产企业所占市场份额也不过在1%—2%,这同发达国家产业高度集中的特点形成了鲜明对比。公开数据显示,日本、美国等国家的主要电线电缆制造商销售额占本国销售额的比例均超过50%,英国甚至达95%以上。

几十年的发展,行业整体规模逐步增长;从结构细分上来讲,电力电缆占电线电缆行业的比重不断加大,电力电缆的市场空间仍然比较乐观。张自圆说,石油、化工、城市轨道交通、汽车以及造船等行业快速发展和规模不断扩大,行业不发展都难。如此大的市场,定会有大量的企业。也正是大量企业所提供的产品才能支撑起中国的市场。

“企业的年产量是有计划和限制的,如果企业数量骤减,反之

订单猛增,这有可能会打破企业的供给和产能平衡。本来年产量为1吨,突然增加到5吨,为了赶数量就会影响质量。这对企业乃至行业来讲,都是一件值得思考的事。”张自圆对记者表示,未来几年,行业几千家企业共存的情况会依然存在。“行业重组兼并是大势所趋,但短期内仍然会有大量企业共存,这由中国国情所致。”

小微靠技术实现弯道超车

据了解,我国工业化在主要产品已经可以基本满足国内需求的同时,发展先进生产技术、逐步淘汰落后产能、实现产业结构调整,给包括电缆电线的相关配套行业也带来了广阔的市场空间。

“现阶段,我认为行业的主要矛盾是普通电缆产品供应有余,高端产品供应不足。”张自圆表示,“在中低压电线电缆市场领域,集中了国内绝大部分的电线电缆企业,因技术含量低,生产企

业众多,产能严重过剩。在高压、超高压电缆市场领域,因技术要求高,需要雄厚的资金实力,高技术、高附加值产品在国内未形成批量产品仍需进口。”

而现在随着战略性新兴产业与推动产业结构的升级,未来绿色环保、低碳节能、智能化、互联网等新的发展趋势,将为电缆行业提供新的增长点。“这对小微企业而言是个弯道超车的机会,市场优胜劣汰法则就要求企业自我革命,企业只有在这个历史节点抓住机会,通过生产工艺、研发创新等手段进行升级改造,才能占得一席之地。”张自圆说。

亿航经验:给每条电缆一个“身份证”

20多年前从销售干起,到2005年作为亿航线缆有限公司的创始人之一,张自圆始终坚持一条原则:靠口碑为产品铺路。

“‘互联网+’的环境下,我这是背道而驰。口碑是市场最好的反馈,但这条路终究要走的迟缓。就

是这种笨方法,让亿航在激烈的竞争中活了下来。”张自圆说。

电缆行业看似粗,实则需要精细的工艺作支撑。张自圆解释道,“原材料是不是合格?生产过程是不是做到了精确到每一米?出厂试验是不是超额达标?这都是需要考虑的问题。为了生产出质量过硬的产品,从原材料进场时我们就对其进行编号,这就好比给每条电缆一个‘身份证’,通过这个号码就能调出关于产品的所有数据。为的就是让质量公开化、透明化,全方位无死角,让客户监督,让客户鉴定。”

基于这样的基础,亿航也有自己的打算。张自圆介绍说,“未来5年,亿航要做到京津冀知名品牌。这需要在现有基础上,向前迈进一大步。而对于以后,亿航需要建立自己的连锁品牌,像苹果手机一样,不需要生产制造工厂,所有的工厂可皆我所用,通过提供品牌、监管流程、生产工艺等方式,实现产品生产。这样既节省了社会资源,也可为企业发展节省大量资金。”