

广东新塘牛仔服装品牌设计调研

金玲

(广州大学 纺织服装学院, 广东 广州 510165)

摘要:广东新塘被中国纺织工业协会授予“中国牛仔服装名镇”,享有“世界牛仔看中国、中国牛仔看新塘”的美誉。通过调研分析新塘牛仔品牌成功或失败的原因,以品牌设计经验指导广东新塘牛仔的品牌发展,增强新塘牛仔品牌的国际、国内竞争力。

关键词: 新塘;牛仔;设计;品牌

中图分类号: TS 94.714.7 **文献标志码:** A **文章编号:** 2096-1928(2016)04-0438-03

Xintang Guangdong Cowboy Fashion Brand Design

JIN Ling

(College of Textile and Garment, Guangzhou University, Guangzhou 510165, China)

Abstract: Xintang Guangdong has long been granted as "China's most prominent town of jeans" by Chinese textile and garment association. It is well-known for the quality and quantity of jeans production all over the world. This paper first analyzes the success and failure of the jeans brands in Xintang. Then modern and advanced experience of brand design is adopted to guide the brand development so as to enhance the international competitiveness of the jeans brands in Xintang Guangdong.

Key words: Xintang, jeans, design, brand

综观国际流行市场,牛仔服装之所以成为服装设计领域的常青树,是因为它在日常生活中为大众所接受,几乎存在于任何风格的服装品牌中。牛仔布又名劳动布,是一种紧密粗厚的色织棉布,纬纱用藏蓝色染色纱,经纱用漂白或原色纱,采用平纹、斜纹、破斜纹、复合斜纹、缎纹或小提花组织织成。它雅俗共赏,流行于世界时装行业^[1]。

广东是服装制造和出口大省,新塘被誉为“中国牛仔服装名镇”,素有“世界牛仔看中国、中国牛仔看新塘”的美誉。据统计,全国60%以上的牛仔服装出自新塘,这里聚集了牛仔服装相关企业近3 000家,日加工生产能力可达250万件,年生产牛仔服装2.3亿多件(条),年产值达175亿元,牛仔服装的产量和出口量占全国首位^[2]。

目前,新塘牛仔服装品牌大部分还处于新塘制造阶段,要实现从新塘制造到新塘创造还有很长的路要走。

1 新塘牛仔服装品牌设计的调研方法及问题

1.1 调研方法

1.1.1 实地调查法 进入厂区直接观察,通过图像记录与分析、收集数据、问卷调查等方法,发现阻碍新塘牛仔发展的问题,找到解决问题的依据和可能蕴藏的设计元素。

1.1.2 文献研究法 本次调研采用二手资料,一部分来自官方数据,这些数据比较宏观,专业性强。还有一部分来自行业协会、或专门的咨询公司,此类数据通常更新、更快。比如广东服装设计师协会、广东牛仔俱乐部、T100网站等。

1.1.3 跨学科研究法 通过学科知识交叉,对设计管理学、市场营销学,以及牛仔服装设计等方面进行学习与借鉴,解决在具体设计中遇到的新问题^[3]。

1.2 存在问题

针对新塘企业的调查问卷,发现阻碍新塘牛仔发展突出问题源于两个方面,一个是外部因素。具体表现在:2008 年,整个行业受美国金融危机的影响,使得以出口为主的牛仔服装企业几乎抹平了利润;2010 年危机扩展到内销企业,加上原材料上涨,使得整个行业跌入谷底;2014 年欧洲债务危机还没有完全平缓,外销市场需求订单大幅下降;2016 年国内消费者的购买力也因房产等因素占去大量市场份额,使得购买力下降。这些都是制约新塘牛仔服装品牌发展的外部因素。另一个是内部因素,具体表现在:设计不到位;工人流动量大;资金短缺^[4]。文中主要研究广东新塘牛仔服装品牌设计不到位问题。

由于广东新塘贴牌企业较多,自主创立品牌较少,面对不可抵抗的外部因素,又没有找到新的切入点和创新点;加之人工成本不断上涨,技术岗位人员流动大,使得本来低利润企业转向零利润,无法用更多的资金去创新和再生产,这无疑阻碍了新塘牛仔服装品牌的发展。

2 新塘牛仔服装品牌设计分析

2.1 新塘牛仔服装品牌设计的现状

新塘目前仍有很多牛仔企业拥有领先的 OEM/ODM 服装生产硬件设备和最优秀的产品设计师。OEM 业务简称“贴牌加工业务”。ODM 业务是建立自己的品牌。新塘的牛仔服装品牌目前主要以 OEM 为主,也就是贴牌企业占很大比例,使得新塘牛仔服装企业利润空间非常狭小。因为大部分企业都没有自己的品牌,营销环节的大部分利润被国外品牌运营商和代理机构盘剥。其次,大部分厂家是靠第三方转口贸易,没有与目标市场直接关联,将大量利润让给了中间商^[5]。

虽然新塘拥有创兴、增致等多个较为知名的品牌,但在世界服装业中屈指可数。比如今年市场上某些品牌出现了一个“爆款”,很快就会出现许多在款式、面料、色彩上类似的产品,分解了该品牌应得的市场份额,大大降低了销量和利润,使得此类新塘牛仔品牌很难生存。新塘企业之间的无序竞争无疑阻碍了新塘牛仔服装品牌的发展。

新塘牛仔比较重视生产环节,然而却忽略了商业流通渠道的建设和品牌培育,技术创新的资源不足,导致该行业一直处于低水平运营状态。

2.2 新塘牛仔服装品牌设计分析

文中主要调研了广州市创兴服装集团有限公

司和伟华制衣有限公司。创兴集团公司是全国最大的牛仔休闲服装生产厂商之一,在新塘比较具有代表性。该企业自 1992 年成立以来,业务蓬勃发展,现有雇员 3 000 多人,设计、裁剪、车缝、洗水、整烫、包装、销售一体化,日产 50 000 余件。产品以专卖形式辐射全国 30 多个省、市、自治区,深受广大消费者喜爱。目前,创兴在全国已经有 200 多家专卖店。其中,广东 38 家,主要集中在万达广场、天虹百货、广州百货等商场。在继续发展高品质品牌的同时,积极开拓国内外 ODM 业务,除了一直为 POLO, CBA, VERO MODA, PIECES, ONLY, TAKE TWO, PHARD, EXPRESS, TEXWOOD, GUESS, HOLLISTER, LEE, 威格, 利郎, 卡宾等著名品牌提供产品开发及加工服务,还注册了“创兴”和“HITWON”品牌,均为广东省著名商标,是全国知名的牛仔休闲时尚品牌。其中“创兴”品牌共有 6 名设计师和 6 名打板师,一个季度推出 300 多件新品;而“HITWON”品牌共有 8 名设计师和打板师,一个季度推出 50 多件新品^[6]。

调查显示,目前这两个品牌在广东大学生消费者中具有很强的影响力。因为该品牌价格适中,款式时尚,容易搭配等赢得了年轻消费群体的喜爱。创兴品牌风格时尚、经典、大方、简约,注重细节、剪裁,款式、洗水效果,适应不同的消费阶层需求;而 HITWON 品牌为了满足潮流女性对整体衣着的需求,致力于打造一个百搭百变的衣橱,为时尚女性打造一种既可体现温柔的女人味又可体现自信而帅气的穿衣风格。HITWON 产品结构已发展到拥有 T 恤、衬衣、短裙、连衣裙、外套、大衣、毛氈、羽绒服、皮衣等系列化产品,为爱美女性提供了完美的搭配。

以创兴集团为代表的企业虽已具备了示范性,但与世界服装品牌还存在一定的差距(如与国际服装品牌之间的交流学习、设计师培训、设计大师塑造、未来概念引导、牛仔服饰全球营销模式探索等领域尚属空白);另外,在品牌设计理念和市场结合平衡点的把握上面较为保守,缺少创新;再者,上货周期远不如 H&M 和 ZARA 等国际品牌,创兴集团平均需要 60 天的上货周期,而其中 45 天都用在了面料外购方面。

新塘除了创兴集团这样的大企业外,大多数企业属于中小型企业。伟华制衣有限公司是新塘小型企业的代表,它创建于 1992 年,注册资本为 389 万人民币,经过 10 多年的积极开拓和不懈努力,已发展为一间外向型制衣企业,专业从事牛仔服装及

洗水服装生产设计、来料加工(FOB单)企业。

伟华制衣有限公司在从事外销和(FOB单)合作的同时,积极创立自己的品牌,公司目前拥有“伟士特”、“新喜路”品牌,并在国内享有较高的知名度,公司产品销往全国各地。但是,设计仍然是以FOB单为主,制作流程也只是赚取低廉的加工费用。它没有创兴集团强大的设计开发团队,产品比较单一,以生产加工牛仔裤为主,基本没有自己的品牌文化,企业员工的归属感较差,劳动强度大,并且资金短缺,三角债务问题是影响和阻碍该企业发展的致命问题。

近年来,牛仔服装企业开始逐渐转型,由内销转向承接外贸加工订单,由国内加工制造企业转型成外贸服装加工企业。在承接外贸订单总利润比加工国内品牌服装利润更大的前提下,基本放弃了内销市场。但是受到金融危机及人工成本等因素的影响,承接外贸加工订单的利润下滑比较大。如原先承接一条牛仔裤,除去可变成成本后,一条裤子做下来仍可以赚钱;然而,随着人工、水电、厂房租金等不断上涨,即使牛仔裤单价增加,一条裤子做下来也并不怎么赚钱,反而导致该企业成本上涨。对于这类小型企业,生存是首要的,如何通过设计要素优化更好地降低生产成本,提高生产利润,是企业要解决的首要问题^[7]。

2.3 新塘牛仔服装品牌设计的不足

通过调研新塘牛仔服装品牌可以看出,大多数企业在设计方面非常不足:色彩单一,面料落后,款式陈旧,廓形保守,抄袭现象严重,缺乏创新,缺乏品牌的风格特征。这和设计师的经验、艺术修养、人才流动以及企业管理是分不开的。

目前,国内很少有专门的牛仔服装设计专业,设计师通常在学校学习的是设计方法和设计原则,进入工作岗位后,不具备丰富的牛仔服设计经验;在艺术修养方面,设计师的视野往往不够开阔,不能很好地根据世界牛仔服装流行趋势设计出新颖、时尚的款式,对于工艺的掌握和新科技的应用更是匮乏。另外,新塘还没有成熟的绿色生态工业园区,不能给设计师提供一个理想的工作和生活环境,造成设计师流动量大,无法长期留住设计人才。

3 结 语

通过调研新塘牛仔服装品牌发现,大多数中小

企业在设计方面非常不足,款式陈旧,抄袭现象严重,缺乏创新,缺乏品牌的风格特征。当然,新塘的牛仔服装品牌还面临其他的一些问题,如设计师流动过于频繁,设计师普遍艺术修养不高等。为此,可以在新塘牛仔企业建立设计平台或者加大人员和资金投入,培训设计人员,建立公共服务平台;针对工人流动量大的问题,可以通过广大技师学校为新塘培养专门的技术人才,签订长期劳动合同,建立校企合作关系,同时健全产业结构,避免发生招工难情况,尤其是90后几乎无工可用的现象;另外,需要企业和政府配合建立绿色生态工业园区,给新塘牛仔企业工人提供一个比较人性化的生活与工作环境;针对资金短缺问题需要政府支持,为企业提供政策扶持,帮助大企业可以进驻国际和国内一线商场,扩大品牌知名度和影响力,帮助中小型企业解决资金短缺问题,使其真正成为全球著名牛仔品牌聚集地。

参考文献:

- [1] 杨静. 服装材料学[M]. 2版. 北京: 高等教育出版社, 2007: 116.
- [2] 方志. 新塘选拔形象大使——中国牛仔看新塘[J]. 中国纺织, 2008(8): 100-101.
FANG Zhi. Xintang selection of ambassador—Chinese Jeans town[J]. China Textile, 2008(8): 100-101. (in Chinese)
- [3] 桑德拉·J·凯瑟, 麦尔娜·B·加纳. 美国成衣设计与市场调研营销完全教程[M]. 白敬艳, 译. 上海: 上海人民美术出版社, 2009: 39.
- [4] 蒋明倬. 牛仔裤名镇发展困局[J]. 中国市场, 2011(8): 26-27.
JIANG Mingzhuo. Jeans town development dilemma[J]. China Market, 2011(8): 26-27. (in Chinese)
- [5] 董月梅、谢汉文. 新塘牛仔探索品牌之路[N]. 民营经济报. 2005-10-18(A07).
- [6] 广州市创兴服装集团有限公司[EB/OL]. [2016-07-03]. <http://www.conshing.com.cn/>
- [7] 余勇. 新塘牛仔服: 如何走出寒冬[J]. 中国纤检, 2009(1): 28-31.
YU Yong. Xintang Jeans: How China Xian Jian out of the winter[J]. China Fiber Inspection, 2009(1): 28-31. (in Chinese)

(责任编辑: 张雪, 杨勇)