

苏中地区服装外贸企业转型策略

刘妍, 陈欣*

(扬州大学 美术与设计学院, 江苏 扬州 225009)

摘要:通过调研分析苏中地区服装外贸企业发展现状,发现企业所存在的问题及不足,提出企业解决生存发展困难的思路。从自主设计研发、开拓消费市场、转换营销模式、实施管理监督及培养创新型人才5个方面进行探讨,研究外贸企业转型的应对策略。

关键词: 苏中地区;服装外贸企业;转型;策略;发展

中图分类号: F 272.3 **文献标志码:** A **文章编号:** 2096-1928(2018)01-0091-04

Research on Transformation Strategy of Foreign Trade Apparel Enterprises in Central Jiangsu

LIU Yan, CHEN Xin*

(School of Arts and Design, Yangzhou University, Yangzhou 225009, China)

Abstract: This paper investigates the status quo of the development of foreign trade apparel enterprises in the central part of Jiangsu Province and finds out the problems and shortcomings of these enterprises. Based on this, this paper puts forward some ideas for these enterprises to solve the development difficulties. In addition, this article also discusses the counter-measures for the transformation of foreign trade apparel enterprises from five aspects: independent design and development, opening up the consumer market, changing marketing mode, implementing management supervision and training innovative talents.

Key words: central Jiangsu area, foreign trade apparel enterprises, transformation, strategy, development

受到全球经济危机的影响,经济贸易大环境中存在很多不安定因素,纺织服装企业作为中国第三大贸易出口行业,不可避免地受到了严重的影响。发达国家市场订单需求大幅萎缩,使得传统“低价跑量”的出口模式受到挑战;随着劳动力和商务成本上升、原材料和能源价格上涨、人民币升值、环保标准日趋严格等因素影响,使得服装外贸产业低成本、低价格优势受到严重削弱;加上受到中西部地区服装企业或者第三世界服装企业的价格挑战,外贸订单持续流失。

江苏省是中国第二贸易大省,在国际贸易出口

市场上占据一定比例。就纺织服装贸易行业而言,苏南地区凭借其得天独厚的地域优势及良好的经济发展掌控着全省纺织服装出口贸易的大局,苏中、苏北地区则落于其后。据不完全统计,苏中地区现有服装外贸企业二千多家,主要经营棉纺纱、服装、家纺等,但因地域及吸纳人才的局限,在产品研发、服装设计及对外贸人才的培养等方面存在着不系统性、不专业性,致使苏中一带的服装企业产值远远落后于其他发达地区。国内外市场竞争,以及愈来愈严峻的出口形势,令苏中地区服装外贸企业的生存发展受到了严重制约,为了改变这一状

收稿日期:2017-10-24; 修订日期:2017-11-30。

基金项目:扬州大学大学生学术科技创新计划项目(x20160988)。

作者简介:刘妍(1995—),女,硕士研究生。

*通信作者:陈欣(1971—),女,副教授,硕士生导师。主要研究方向为服装设计与工程。Email:chenxin_nixnehc@163.com

况,苏中地区服装外贸企业必须探寻新的出路,而转型已成为其寻求更好发展的必然途径。

1 经济形势对苏中服装外贸企业发展的影响

1.1 国家政策的调整实施制约企业的发展

随着社会经济的发展,人们的主体意识越来越强,国家相关政策也随之调整,根据《社会保险法》要求,企业最低应按基数比例的 32% 为员工缴纳社保费用,具体见表 1。而据最新发布的江苏省 2016、2017 年最新工资调整报告^[1]指出,苏中地区每月最低待遇标准为 1 720 元(南通市 1 890 元、泰州市 1 890 元、扬州市 1 720 元),较 2016 年上调 120 元/人,这带给苏中企业较大的经济压力。与此同时,苏中房地产市场的兴盛带动了土地租赁资金的增长,加重了苏中企业场地租金的成本,人口红利及地区廉价优势降低,导致低价位的订单因高生产材料成本而无法承受,这使得苏中外贸服装企业面临接单难的困境或即使接了订单也难于盈利的局面^[2]。另一方面,资源环境保护的政策也制约了苏中地区纺织服装产业的发展。纺织服装生产加工过程中的印染、水洗及后整理工序不可避免的使用大量的化学助剂,其中含有大量污染环境的有害物质,而有害物质的排放造成一定的环境污染。根据国家的规定,企业必须对环境污染进行处理,而高成本的污染处理,也令企业不堪重负。

表 1 社会保险缴纳费用比例

| Tab.1 Proportion of contributions to social security | | |
|--|-------------|------|
| | % | |
| 五险一金 | 企业缴费 | 个人缴费 |
| 养老保险 | 20 | 8 |
| 医疗保险 | 8 | 2 |
| 失业保险 | 2 | 1 |
| 工伤保险 | 1 | 0 |
| 生育保险 | 1 | 0 |
| 住房公积金 | 根据各单位规定缴纳费用 | |
| 合 计 | 32 | 11 |

1.2 人民币升值影响企业的发展

人民币汇率上升,原有价格优势不再,这直接影响服装外贸企业贸易出口。据有关研究估算^[3],人民币每升值 1 个百分点,服装外贸企业的净利润将下降 1 个百分点,若人民币升值幅度较高,企业则面临亏损的局面。苏中地区服装外贸企业多为中小型企业,人民币的升值无疑对企业又是一项严峻考验。人民币升值影响是客观且不可转换的,因

此苏中服装外贸企业在发展的过程中只能寻求方法改善目前的形势。

1.3 国际市场需求缩水而国内市场竞争加剧

欧美等发达国家是苏中服装外贸企业出口最直接、最主要的市场。随着全球经济低迷,发达国家消费需求长期处于消息状态,出口订单量日趋减少;与此同时,新兴发展中国家凭借更廉价的劳动力竞争、瓜分海外市场,导致服装的出口订单数量更是持续减少^[4]。苏中地区服装外贸企业多以“低价跑量”的形式从中获取利润,订单量的锐减使得企业稳定的生产模式被打破,订单利润空间一再被压缩,出口形势愈发严峻;另外,国务院发布关于支持新疆纺织服装产业发展促进就业的指导意见^[5],产业发展逐渐向中西部地区转移,加剧了中东部地区,包括苏中地区在内的服装企业形势的恶化,迫使企业进入了“生存危机”的困境。

2 企业内部环境对苏中服装外贸企业发展的影响

2.1 企业结构性产能过剩阻碍企业发展

纺织服装企业是经济产业结构过剩问题较为严重的行业^[6]。纺织服装外贸企业的订单仅为寻求低成本而做,而低成本附着着产品的低质量。企业的产能过剩体现在产值过多的中低档产品,缺乏一定的高端产品,一味地追求高产值而忽略品质是很多企业都存在的问题。以生产中低档产品为例,企业只注重产品加工制造环节的效率,忽略产品的质量,缺乏先进的生产技术,导致面辅料质量低下,从而使企业产能过剩,阻碍其更好地发展。

2.2 生产成本升高不利于企业发展

原材料价格的不断上涨,服装生产成本持续攀升,直接影响着企业的发展^[7]。企业对原材料的需求保持不断,而原材料产量却在减少,致使国内需求紧张,从而引发价格的上涨甚至是垄断;再因国内技术能力相比国外技术较弱,大量高档货物原料须从国外进口,增加企业的生产成本;而劳动力成本增加、土地租用费的提高以及生产加工环节技术成本的投入,加重了企业的经营负担。生产成本的提高,迫使企业采用高产量、低价格的经营模式,驱使企业在面料使用及订单加工环节“贴牌”处理,产品的附加值越来越低直至消失殆尽,因而企业获取利润越来越少。

2.3 自身研发能力缺失不利于企业发展

企业利用广泛的资源,吸引国外服装商的视野,与之进行合作,由服装商提供设计好的图纸,指

定相应款式与面料,而企业直接进行生产加工,将完成的订单销售到国外,这种合作模式完全将我国服装外贸企业变成了“加工型企业”。苏中现有服装外贸企业多以此生产模式生存,凭借多年与外商的合作,积累生产技术经验,形成完备的生产加工流程,但因生产技术受限、合同签订条款的制约及自身研发能力的缺乏,企业只能被动的进行部分生产加工以及低附加值低利润出口^[8]。

2.4 专业人才的缺失不利于企业发展

苏中地区服装外贸企业缺乏对专业人才的吸纳及管理,导致企业在人才管理方面漏洞百出,诸如缺乏专业的设计、销售人才,管理人员的专业性薄弱,管理能力低下,员工素质相对较低等,非服装专业出身的业务员、销售员并不具有分析市场需求的能力,却参与进产品研发工作,把控产品质量,一定程度上导致企业的发展停滞不前。

2.5 营销模式的单一不利于企业发展

苏中地区服装外贸企业的主要营销模式分为出口和内销,且内销分为线上和线下销售。企业对出口的依赖度较高,资本投入较内销更多,投入力度较大;而内销展开的规模相对较小,无法产生大范围的影响,较出口所得效益少。重点开展贸易出口而忽略内销成为企业固定的思维,因此即使在出口之路越来越艰难的情况下,企业还是想着如何提升出口订单量,却忽略了当今形势下火热的线上内销。

3 苏中地区服装外贸企业转型策略探索

苏中服装企业的发展思路应扬长避短,在现有产业优势的基础上,不放弃大小批量、短期的供应,确保一定的市场份额,在此基础上培养专业性人才,提升企业自主设计与研发能力,开拓新的销售市场,提高服装外贸企业出口的竞争力。

3.1 自主品牌创新型技术与设计研发

企业须建立自主品牌,开发出适合流行时尚的新产品,加快企业发展。创建自主品牌须壮大设计与研发团队,能力强的研发设计人员、经验足的版型师傅、工艺精湛的面料裁剪师及样衣工艺师都是品牌发展的主力。企业可以根据不同的设计对象在不同的地区建立工作小组,负责搜集当季的流行趋势及材料,同时以产品、技术和市场为纽带,提高品牌产品的附加值,使外贸出口服装的整体效益得以提高^[9],通过摸索新的产品设计研发模式与路径,促进企业快速协调发展。

3.2 巩固传统市场并开拓新兴市场

贸易出口的集中带来很多弊端,投射出我们对于市场的依赖性,造成市场过于膨胀,同时在开辟新市场的道路上落后^[10]。企业应立足于巩固发达国家市场,保证一定的出口量,同时须寻求潜在的新兴市场,中东、南美、非洲、东欧等都是值得关注的地方,生产适销对路的产品,在新兴市场上竞争到一定的份额,依靠市场的多元化来保证基本的市场利润。

3.3 外出与内销并存的营销模式

企业须从传统接单外贸生产的营销模式,转变为外贸订单生产与自主品牌创立相结合的供销模式,加大内销及网络营销的投入力度,使用较少的经济投入,建立或利用当下各种网络销售平台,产生较大的经济性和便捷性,提升服装外贸企业进一步发展,同时通过有效地选择加入并深化国际分工和协作网络模式,进一步增加企业的竞争力。

3.4 完善内外部管理与监督体系

人员稳定性对于企业可持续发展具有重要意义,企业应予以重视,形成良性的循环体系,促进企业良好发展。一个好的管理体系的形成与监督是相辅相成的,管理当中难免会有漏洞,而监督将填补这一漏洞,监控把握每个细小环节,让每一项工作都尽量做到位。

3.5 创新型人才升级与培养

苏中服装外贸企业与国外服装企业相较之,缺乏系统的人员结构分配,如国外服装企业设计部门一般包括把控设计方向的设计总监,分析时尚流行趋势的分析师,款式设计师、面料采购师等,而在中国服装企业设计部门通常只有设计师,反映出了人员结构分配的弊端,同时也体现出人才的紧缺。产品的创新需要人才,依赖“贴牌加工”的传统方式将被摒弃,“简单的样板师及质检师就能完成所有生产流程监控”的思想及措施已经满足不了今天企业的发展。专业的设计、研发等人才是多数企业普遍缺失的,企业须招揽人才为发展助力;同时外贸企业须在现有员工基础上培养出自己需要的人才。企业须制定合适的人才培养、进修方案,邀请专家进行专业指导,通过大量的实践市场调研分析,理论结合实践,为服装外贸企业的长远发展提供有力的人才支撑。

4 结 语

苏中地区服装外贸企业需要把握经济形势带来的发展契机,改善内部问题,从而更好地生存下

去。企业须根据经济环境以及自身的发展需求,寻找阻碍企业自身发展的问题所在,在解决问题的过程中,寻找到适合企业自身转型发展的道路。

参考文献:

- [1] 江苏省人力资源社会保障厅. 江苏省人力资源和社会保障厅关于调整全省最低工资标准的通知[EB/OL]. (2017-06-23) [2017-09-11]. http://jsrlzyshbz.jiangsu.gov.cn/art/2015/12/21/art_51036_6180788.html.
- [2] 陈欣, 季敏, 刘妍. 我国外贸服装企业转型策略研究——以苏中地区为例[J]. 纺织导报, 2016(11): 52-54.
- CHEN Xin, JI Min, LIU Yan. A study on the strategy for transformation of garment foreign trade companies—illustrated by the case of the central area of Jiangsu province [J]. China Textile Leader, 2016(11): 52-54. (in Chinese)
- [3] 杨欣. 人民币升值对我国进出口贸易影响的统计研究[J]. 湖南科技学院学报, 2012, 23(1): 117-119.
- YANG Xin. A statistical study on the impact of RMB appreciation on China's import and export trade [J]. Journal of Hunan University of Science and Engineering, 2012, 23(1): 117-119. (in Chinese)
- [4] 林凤霞. 后危机时代中国纺织服装产业转型升级的障碍、路径与对策探析[J]. 纺织导报, 2010(3): 13-14, 16-18.
- LIN Fengxia. Study on obstacles, route and solutions of transformation and upgrading of Chinese textile and apparel industry after the financial crisis [J]. China Textile Leader, 2010(3): 13-14, 16-18. (in Chinese)
- [5] 纺织服装周刊编辑部. 国务院办公厅印发《指导意见》支持新疆纺织服装产业发展促进就业[J]. 纺织服装周刊, 2015(24): 8-9.
- Editorial Department of Textile Apparel Weekly. Guidance issued by the General Office of the State Council to support the development of textile and clothing industry in Xinjiang in order to promote employment [J]. Textile

Apparel Weekly, 2015(24): 8-9. (in Chinese)

- [6] 沈雷, 谢展. 转型背景下江苏省中小型服装外贸企业发展研究[J]. 纺织导报, 2016(12): 85-87.
- SHEN Lei, XIE Zhan. Research on the development of small and medium-sized foreign trade enterprises in Jiangsu province under the background of transformation [J]. China Textile Leader, 2016(12): 85-87. (in Chinese)
- [7] 杨永清. 我国外贸企业转型升级面临的形势与路径选择: 以纺织服装出口企业为例[J]. 对外经贸实务, 2012, 30(6): 9-12.
- YANG Yongqing. The situation and route selection of foreign trade enterprises' transformation and upgrading in China: a case study of textile and garment export enterprises [J]. Practice in Foreign Economic Relations and Trade, 2012, 30(6): 9-12. (in Chinese)
- [8] 梁亚林, 范莉. 服装外贸企业核心竞争力评价指标体系研究[J]. 西安工程科技学院学报, 2004, 18(1): 82-86.
- LIANG Yalin, FAN Li. Research on evaluation index system of core competence of garment foreign trade corporation [J]. Journal of Xi'an University Engineering Science and Technology, 2004, 18(1): 82-86. (in Chinese)
- [9] 张岸滨. 后金融危机时代小型服装外贸企业面临的现实困境与出路[J]. 对外经贸, 2012(10): 28-29.
- ZHANG Anpin. The realistic predicament and outlet of small clothing foreign trade enterprises in the post financial crisis era [J]. Foreign Economic Relations and Trade, 2012(10): 28-29. (in Chinese)
- [10] 姜蕾, 陈红红. 外贸企业在服装出口中赢取优势之策略[J]. 纺织导报, 2005(1): 72-73, 79.
- JIANG Lei, CHEN Honghong. The strategies for foreign trading companies to gain competitive advantages in the garment export trade [J]. China Textile Leader, 2005(1): 72-73, 79. (in Chinese)

(责任编辑: 张 雪, 邢宝妹)