

前三季度限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额增长10.6%

服装市场稳步回暖

本报记者 邱超奕

大数据观察

核心阅读

今年以来,随着国家稳增长扩内需政策持续发力显效,人们消费活动逐渐增加,消费场景日益丰富,我国服装市场正稳步回暖。服装企业抢抓机遇,增品种、提品质、创品牌,依托全球最完备的产业体系和超大规模的消费市场优势,正不断努力开辟新渠道、赢得更大市场。

中秋、国庆节假期期间,全国服装类重点大型零售企业销售额同比大幅增长17.5%;多家国产中高端女装品牌公布的半年报显示,上半年企业销售额和净利润同比显著增长……

“随着人们消费活动逐渐增加,消费场景日益丰富,我国服装市场正稳步回暖。”中国纺织工业联合会(以下简称“中国纺联”)有关负责人分析,前三季度我国限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长10.6%,增速较上年同期回升14.6个百分点;穿类商品网上零售额同比增长9.6%,增速较上年同期加快4.9个百分点。

当前服装行业展现出哪些消费亮点?面对竞争压力,如何推动产品转型升级?下一步怎样深挖消费潜力,拓展销售市场?记者采访了有关专家和服装企业。

服装消费更加多样

满足个性化、时尚化、健康化穿着体验

“细看今年服装内销市场表现,呈现由降转增的变化,这反映出我国服装市场活力与韧性持续提升。”中国纺联有关负责人表示,随着消费场景不断更新,不同年龄、收入的群体表现出多层次、多样化的消费选择,推动服装企业加快捕捉消费变化,更好满足个性化、时尚化、健康化的穿着体验。

走进位于江苏省无锡市荟聚购物中心的红豆舒适男装门店,一款蓝色的“0感衬衫”吸引了不少顾客试穿。“衬衫的面料不但柔软亲肤,还能调节体温。”红豆股份连锁第一事业部部长景小丽说,这款产品已销售80多万件。

“科技、时尚、绿色已成为服装产业发展的关键词和新趋势。越来越多企业和品牌参与进来,推动中国服装产业加快发展。”中国服装协会会长陈大鹏说。

国家纺织制品质量检验检测中心的实验



室内,一名测试人员使用测试仪器,模拟面料穿着时的摩擦,用来检验一款新型面料的耐磨性能。“这是我们与东华大学合作研发的生物基高分子环保化纤面料,研制成功后可用于外套、裤子等品类。”太平鸟时尚服饰股份有限公司副总经理欧利民介绍。

今年夏季,太平鸟推出“科技面料矩阵”产品,包括凉感速干、凉感防晒等不同功能的面料制成的服装。“凉感服装的售罄率明显高于同类普通产品,这鼓励我们继续加大产学研投入力度,推出更多有科技含量的服装。”欧利民说。

越本土,越时尚。“这一系列服饰,绘有松树、蹴鞠等图案,古今结合、趣味满满。”近日,在服装品牌卡宾的抖音直播间内,主播这样介绍产品。

“融入传统元素的服饰深受消费者喜爱。”卡宾服饰创始人杨黎明介绍,目前相关服饰销售额占公司总销售额的比重已提升至18%。

中国纺联流通分会会长徐建华认为,近年来,国产服装在设计感、科技感、原创力等方面取得长足进步,无论是产品外观调性,还是消费体验环境都明显改善,再加上我国服装产业稳定的供应链、显著的性价比和快速的市场反应能力,市场竞争力有效提升。

转型升级步伐加快

推动服装企业增品种、提品质、创品牌

今年4月,工信部、商务部联合印发关于开展2023纺织服装业供给提升活动的通知,明确提出将扩大纺织服装市场需求,深化供给侧结构性改革有机结合,深入推动纺织服装增品种、提品质、创品牌“三品”行动,

巩固纺织服装优势产业领先地位。

“‘十三五’期间,国内主要大型商业实体的服装家纺自主品牌增长近三成,达到约4500个。在国际市场上,2022年我国纺织服装出口额达3409.5亿美元,再创历史新高。”中国纺联有关负责人表示,在一系列政策支持下,服装企业加大转型升级力度,推动服装产业高质量发展。

“当前,中国纺织服装出口总额占全球比重约1/3。深入推进‘三品’行动,是我们从纺织工业大国迈向强国的关键。”徐建华说。

推陈出新增品种。今年夏季,森马服饰旗下童装品牌巴拉巴拉推出的一系列动漫联名T恤销售额破亿元。眼下,森马服饰又上市新款“轻松羽绒”系列产品,预计销售量将突破百万件。新款迭出,不仅体现出设计能力的强大,还体现了供应链体系的高效。“我们每季度都会推出约1500款新款服饰。”森马服饰总裁徐波说,“消费者如果总能看到切中他们需求的新品,会对品牌产生更多认可。”

持续创新提品质。邀请国际著名设计师联合设计,外形更轻盈;创新8层复合保暖结构,创新针织面料……9月底,红豆股份新上市了一款鹅绒服。“去年这款服装仅是试销,就赢得不少消费者青睐,有的门店直接卖断货。”红豆股份品牌负责人夏玥说,公司在改善舒适度方面积累了多项专利。

多措并举创品牌。如钻石切割般的前卫造型、能锁温聚热的先进气凝胶面料、工装元素和羽绒巧妙混搭……9月底,米兰时装周上,雅鹿打造的高端羽绒服系列“极钻”获得在场专业观众肯定。“我们致力于树立更具科技感、时尚感的品牌定位,通过登陆国际秀场,让世界看到中国品牌的创造力与自信。”雅鹿控股股份有限公司副总裁宁永华说。

“我们看到,中国服装产业已经在数字

化、智能化转型和业态模式创新上走在前列。同时,服装产业文化创意水平、自主品牌的市场认可度和国际影响力正逐步提升。”陈大鹏认为,建设现代化产业体系、走新型工业化道路,为服装产业提供了新机遇。

“我国服装产业要在丰富品种、提高品质的基础上持续涌现更多品牌,走出单纯的成本价格竞争,在价值链中高端拥有更多话语权。”徐建华说。

深入发掘市场空间 开辟销售新渠道、赢得新市场

随着新型城镇化战略和乡村振兴战略深入实施,我国服装消费市场格局正加速重构。

中国纺联有关负责人分析,各大电商平台加快布局下沉市场,县城和农村地区的电商交易规模进一步扩大。同时,互联网、云计算、大数据等新技术快速发展,直播电商、社群营销等新模式助推服装消费潜力持续释放,这些新情况、新变化倒逼服装企业转变经营思路,不断开辟销售新渠道、进军新市场。

今年7月,在吉林省长春市九台区,一家森马旗舰店开业。“虽然店址位于郊区,但开业当天就吸引上千名顾客。”店长吕影说。

“随着居民生活水平普遍提高,地级市、县城、乡镇等地的消费者对优质品牌服装的需求更加强烈。”徐波说,森马近年来加大下沉市场投入力度,专注在一批小城、县城打造标杆门店。

除了开发下沉市场,拓宽线上渠道同样重要。“早在10年前,雅鹿就在电商网站开设了网店。近几年直播电商兴起,我们又入驻了抖音平台。”宁永华介绍,现在雅鹿在各大电商平台已开设2000多家网店,今年线上销售额预计突破120亿元。

与此同时,在国际贸易面临更多不确定性、全球产业链供应链调整变化的情况下,一批中国服装企业正积极探索,让产能和品牌“走出去”,巩固在国际市场的竞争优势。

“总体看,处于恢复阶段的服装市场虽然面临不小压力,但我国拥有全球最完备的产业体系和超大规模消费市场,这为服装产业做大做强提供了坚实支撑。”中国纺联有关负责人建议,一方面,国内服装企业应加快构建面向全球的供应链网络;另一方面,应加强与国际知名设计师、研发中心等合作,建立国际化的研发体系。

近期,中国纺联发布了《建设纺织现代化产业体系行动纲要(2022—2035年)》,推动行业高端化、智能化、绿色化、融合化发展,持续强化创新能力与发展优势。

“积极主动适应和引领新一轮科技革命和产业变革,笃定科技、时尚、绿色的发展方向,服装行业一定能争取更大优势,赢得更大市场。”陈大鹏表示。

(实习生冯心怡参与采写)

数据来源:中国纺织工业联合会 制图:张丹峰

武汉汉口北国际贸易城推动数字化转型

消费投资两头旺

本报记者 田豆豆

找出房屋户型图,说出自己想要的家居风格、家具种类,再戴上VR眼镜,梦想中的温馨小屋瞬间展现在眼前。“这也太方便了!”10月下旬,在武汉汉口北国际贸易城刚刚开业的一站式全屋整装定制馆,沈女士一番体验下来,现场就预订了一套全屋智能系统和家具配饰。

根据指令自动调节的电动沙发,能实时监控血压等指标的智能床垫,可语音操控的投影机……在这里,各类商品琳琅满目。现场看中,手机下单,商品便可及时送达消费者家中。

数字经济和实体经济深度融合,给传统大市场“汉口北”带来了新机遇。10月下旬开幕的第十四届武汉(汉口北)商品交易会(简称“汉交会”),目前各类展会促成贸易采购额超过2000亿元。

汉口北国际贸易城是全国建筑规模最大、交易规模第二的现代商贸市场,交易商品涵盖服装、酒店用品、农产品、小商品、二手车等32个品类,拥有3.2万名商户、10万名从业人员。“近年来,我们积极推动数字化转型,线上线下结合,推动数字化发展,线上线下结合,推动数字化转型。”汉口北集团总裁曹天斌说。

连日来,刚开业的汉口北“渔人码头”人头攒动,收银台每天都排起长队,多家海鲜加工餐厅生意兴旺。石蟹、面包蟹……新奇的品种让习惯了吃淡水鱼的武汉消费者大开眼界。

汉口北“渔人码头”与数字渔业平台“海上鲜”及象山港、舟山港、祥芝港、大连港等港口码头建立供应链合作,源头直接采购海船上的渔获。通过冷链运输,不到20小时就能直达武汉消费者餐桌,形成“从大海到卖场,从源头到餐桌”的海鲜供应链运营模式。汉口北“渔人码头”负责人介绍,开业一周来,平均每天零售顾客就超过5000人。

宽敞明亮的店堂内,汇集了中外100多家源头面料厂商的产品,上万款时尚面料分门别类、整齐陈列。在汉交会上,由华纺供应链有限公司建设的全球纺织面料展示中心“布码头”在汉口北开业,吸引了众多服装厂商代表。

“华纺链”是今年3月组建的湖北省纺织服装行业数字化综合服务平台。截至9月底,该平台系统注册上线企业客户约6000家,活跃用户超千家,串联起从面料到服装、从生产到销售的整条产业链,提升服装行业生产、销售方面的数字化运用能力。

新技术、新业态、新消费带来了更多新投资。此次汉交会上,目前仅服装产业投资额就超过300亿元,农产品贸易合作金额超过200亿元。汉口北国际贸易城出现了开店投资小高峰,近百家新店、首店进驻,新增实体市场经营面积约16万平方米。

澳门特区首个产业发展规划正式公布

本报澳门11月1日电 (富子梅、唐佳)澳门特区政府1日正式公布《澳门特别行政区经济适度多元发展规划(2024—2028年)》,这是澳门特区首个全面系统的产业发展规划。

“澳门在此领域制订明确的规划尚属首次。”澳门特区经济财政司司长李伟农指出,规划对各产业未来五年发展提出了具体目标、主要任务和重点项目,从政策、人力、财力等方面多管齐下,积极促进发展新的产业,巩固和提升传统优势产业,进一步增强产业间的协同发展效应。

据悉,在规划编制过程中,举办了13场专场意见征询会,展开了为期30日的公众咨询,其中正面意见占比达92.1%,获得居民普遍支持。

澳门特区政策研究和区域发展局局长张作文表示,规划涵盖综合旅游休闲业、中医药大健康产业、现代金融业、高新技术产业及传统产业转型升级、会展商贸及文化体育产业等重点产业板块,明确重点项目部门分工和实施主体责任,确保规划落到实处。

“目前优先的工作部署是建设好重点产业发展所需的基础和生态,增强产业的内生发展动力。”李伟农表示,澳门立足“一中心、一平台、一基地”定位,将更好服务国家经济高质量发展。

我国种业企业呈现良好发展势头

本报北京11月1日电 (记者郁静娴)记者从农业农村部10月31日召开的全国种业企业扶优工作推进会上获悉:2021年种业振兴行动实施以来,种业企业特别是国家种业阵型企业呈现良好发展势头,为高质量推进种业振兴提供了有力支撑。

种业企业在优化布局、强化科技创新、提高供种保障能力等方面取得明显成效。2022年,国家农作物种业阵型企业资产总额突破600亿元,种子销售占全国比重超过1/5,市场集中度稳步提升。

2020—2022年,农作物阵型企业研发投入超过46亿元,835个品种通过国家审定,创新能力不断增强;畜禽阵型企业牵头培育通过审定的品种占比达59%,自主培育的3个白羽肉鸡品种市场占有率超过20%。优势企业积极参与县企共建,布局稳定制种基地,保障种源供应,农作物商品种子抽检合格率稳定在98.5%以上。

种业企业国际影响力不断提升。2022年,农作物种子出口额2.6亿美元,比2020年增长10%。

围绕种业全产业链,部门协同、上下联动、社会参与、共同推进的协作格局逐步形成。截至目前,涉种贷款余额已超千亿元,现代种业基金累计投资33.4亿元。

本版责编

吴燕 邓剑洋 董映雪

商业银行资本管理办法发布

构建差异化资本监管体系

本报北京11月1日电 (记者屈信明、欧阳洁)国家金融监督管理总局对《商业银行资本管理办法(试行)》进行修订,进一步完善商业银行资本监管规则,推动银行强化风险管理水平,提升服务实体经济质效,形成了《商业银行资本管理办法》(以下简称《资本办法》),自2024年1月1日起正式实施。

《资本办法》构建了差异化资本监管体系,按照银行规模和业务复杂程度,划分为3个档次,匹配不同的资本监管方案。其中,规模较大或跨境业务较多的银行,划为第一档,对标资本监管国际规则;规模较小、跨境业务较少的银行纳入第二档,实施相对简化的监管规则;第三档主要是规模更小且无跨境业务的银行,进一步简化资本计量要求,引导其聚焦县域和小微金融服务。差异化资本监管不降低资本要求,在保持银行业整体稳健的前提下,发挥中小银行的金融活水作用,减轻银行合规成本。

《资本办法》重视计量和管理“两手硬”,强调制度审慎、管理有效是准确风险计量的前提,为银行夯实经营管理基础、提升管理精细化水平提供正向激励。信用风险方面,要求建立并有效落实相应信用风险管理制度、流程和机制。市场风险方面,内部模型法计量以交易台为基础,要求银行制定交易台业务政策、细分和管理交易台。



10月30日,工人在内蒙古自治区兴安盟音召500千伏开关站施工现场进行架线作业。据悉,该项目总投资3.6亿元,是内蒙古兴安盟千万千瓦级新能源发电产业集群大型电力配套枢纽工程。

王正摄(影像中国)