

### 新常态下新发展 > 新空间⑦

# 布局时尚产业 扮靓浙江制造

记者 徐齐 通讯员 林小雷 张婧

本报讯 41岁的老板范长达最近一家本土皮鞋定制店定制了一双“完全属于他”的皮鞋,一双鞋子花去4000多元,范老板却直呼“划得来”。“定制来的鞋子,让我百分之百的满意,价格比国际大牌要便宜。”范长达告诉记者。

事实上,越来越多的范长达们在消费国际大牌的同时,也开始关注产自中国本土的时尚产品。早在2010年,中国首部时尚产业蓝皮书就预测,到2015年,时尚产业增加值增长速度要高于GDP以及服务业和第二产业的增长,年均增长大体在20%左右。这几年来我国统计部门发布的实际数据与此大致吻合。

近年来,上海、深圳、广州、厦门、武汉等大城市十分注重时尚产业发展,积极通过时尚产业发展规划制定、时尚产业园区建设、时尚潮流信息发布、时尚品牌培育、时尚大师工作室设立等。“但总体来说,国内时尚产业发展尚处起步阶段,在如何加强原创设计鼓励与知识产权保护、如何形成对消费者富有吸引力的品牌与消费体验、如何形成健康的时尚品牌认知与消费习惯、如何借助互联网来提高消费参与程度与热爱度等方面,还有很长的路要走。”业内专家指出。

在时尚产业起步的进程中,浙江在全国时尚产业发展与布局中占据重要的一环。省发展规划研究院的产业专家指出,浙江在时尚产业中的优势明显。一方面,浙江轻工产业发达,已在服装、鞋类、家纺等诸领域形成一批知名品牌,市场占有率较高;另一方面,浙江专业市场和会展发达,义乌小商品市场、海宁皮革城、温州国际轻工产品博览会等平台,已成为国内有一定影响力的时尚潮流发布中心。同时,浙江起步较快的文化创意业为时尚产业发展奠定了较好支撑;而有一定优势的互联网经济又为时尚

产业发展提供了良好环境。

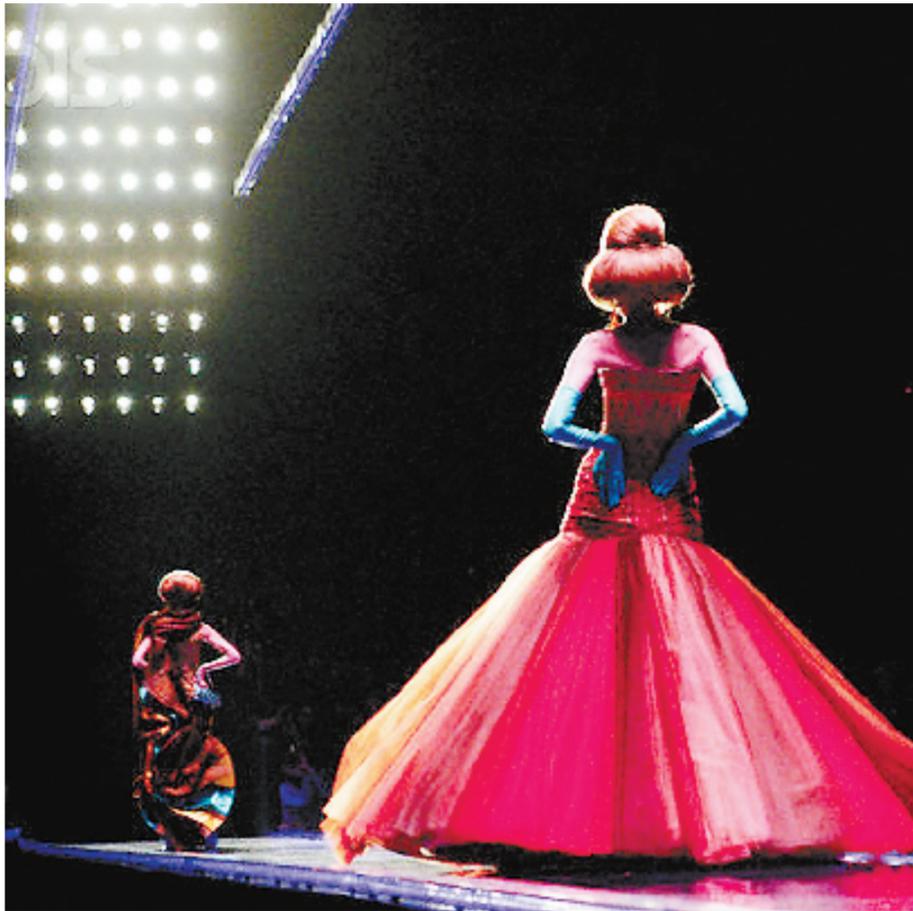
近年来,时尚产业也进入了浙江产业布局的视野。我省明确提出,要把时尚产业发展作为升级、改造传统轻工产业的战略方向与路径,要把时尚产业培育成新的万亿级产业集群。目前,杭州、温州、义乌、海宁等城市正开展时尚产业相关规划或扶持政策制定工作。

温州的发展条件得天独厚。温州有门类较齐全的轻工产业体系、遍布全球的温商网络和实力雄厚的时尚消费群体,发展时尚产业条件得天独厚。2014年7月,温州市委明确要“建成一批规模大实力强的时尚发展平台,培育一批有核心竞争力的时尚企业,形成一批有自主知识产权的时尚产品,引进和打造一批有国际影响力的时尚品牌”。

记者采访时了解到,在温州市区的双屿片,温州正着手打造一个“重量级”时尚工业设计基地,有意引进国内外知名的设计师团队。“发展时尚产业,就必须依靠前端设计的力量。我们首先引进一批装备、配饰、材料、研究、检测等第三方服务机构,以此来吸引设计团队入驻。”温州市经信委的负责人表示。

明星林志颖今年出现在嵊州摆弄厨具,烹饪美食。当地的领带服装、厨具电器、电子电声三大传统产业,欲借道时尚加速转型。在桐乡,这里的毛衫、皮革、皮鞋、家纺等传统产业,正通过品牌塑造、技术改造、设计创新等手段,实现向时尚产业的“华丽转身”,重新焕发出青春活力。其实浙江从工业到农业,从计算机、互联网到旅游、商贸、餐饮、演艺、娱乐、影视、主题公园等,都在借助服务的独特化上演着时尚,成为体验经济。

有专家认为,在发展时尚的起步阶段,可因地制宜,强化在服装、鞋革、眼镜、烟具等时尚产品制造领域的比较优势,以制造向智造转型带动时尚产业发展。今年,温州



市组织500家企业开展“机器换人”,并推出多种举措来加快推进“温州制造”转向“温州智造”。在今后产业逐渐成熟阶段,还需要不断丰富时尚消费的文化内涵,培育时尚消费的新热点,做到“制造”和“消费”的双驱动。

不少浙江企业已吹响向时尚产业进军的号角。森马集团着力打造儿童事业集群,收编了一个完整的儿童服饰品牌“梯队”,并在全国范围内推广“梦多多小镇”儿童综合体模式。报喜鸟也正由品牌商向时尚供应商转向,完成

了旗下四大板块、15个品牌的多品牌集群布局,开出多家“凤凰尚品”多品牌集成店。康奈集团于前不久高调亮出首家第八代终端形象“尊享馆”,在265平方米的大空间里尽情装扮时尚元素。奥康集团则陆续开出集自有5大品牌与9大代理国际奢侈品牌于一店的“国际馆”,实行一站式体验模式和交叉营销模式。种种端倪可以看出,浙江企业正朝着重设计、营销和体验,从品牌制造商到跨界时尚供应商的角色转变。

“浙江发展时尚产业有着不

错的基础优势,但也面临着一些亟须解决的瓶颈。”省发改委相关负责人表示,时尚产业的建构是一个系统工程,不像抓工业那样可通过抓具体项目招商引资、落地生产而短期实现,它需要一个较长期的系统化建构过程。同时,时尚产业的资本重点是人力,我省需要建立以人力资本为核心的绩效评价制度。还需要加大知识产权保护力度。“时尚产业本质是创意产业,如果对专利侵犯、品牌侵犯等睁只眼闭只眼,时尚产业就难真正成熟。”

### ■ 专家说

## 抓住机遇 顺势而为

本报记者 徐齐

近年来全球最吸引眼球的热销商品是什么?毫无疑问,是苹果手机和特斯拉汽车。这些划时代的产品一诞生,就在全球范围内形成一股消费热潮,人人竞相拥有。

在德国社会学家G·齐美尔(Georg Simmel)看来,时尚消费是“示同”和“示异”的结合。所谓“示同”,就是借消费来表现与自己所认同的某个社会阶层的一致性;所谓“示异”,就是借消费显示与其他社会阶层的差异性。可以说,谁能给消费者带来“进入某个‘时髦社会圈’的门票的感觉”,谁就能成为时尚产业的巨擘。

中国的时尚产业刚刚起步,要打出一定的影响力仍待时日。浙江应当如何发力时尚产业?本报记者为此专访了浙江省发展规划研究院研究员秦诗立。

记者:您如何看待当下及未来的时尚产业?浙江能够抓住时尚产业的发展机遇吗?

秦诗立:时尚产业指通过工业和商业方式所进行的时尚产品和时尚服务的设计、采购、制造、推广、销售、使用、消费、收藏等一系列经营活动的总称。时尚产业具有产业链长、附加值高、带动力强的特点。大力发展时尚产业,对于加快浙江转变经济发展方式、推动传统产业优化升级、提升城市竞争力与影响力具

有重要意义。按照体验经济发展的方向与要求,促进轻工产业向时尚产业转型升级,对浙江形成可持续经济增长点,具有重要意义。

时尚产业是与俱进、不断创新的产业,因能抓住消费者个性化消费需求,能给予消费者独特价值体验,没固定模式与业态,永不会过时。在这种意义上说,浙江当然可抓住时尚产业发展机遇。

抓住时尚产业发展机遇,浙江必须要顺势而为。其中,时尚制造发展趋势体现在“三个转变”上:由大规模批量生产向个性化定制化生产转变,由集中生产向网络化异地协同生产转变,由传统制造企业向跨界融合企业转变。时尚消费发展趋势体现在“三化”上:销售体系趋于线上线下一体化、市场需求趋于多元化、消费市场新兴化。

时尚产业发展要重点选择,有的放矢。比如要充分发挥相关专业设计服务和广告服务对轻工产业发展的提升作用,引导轻工行业向设计和营销等产业链和价值链高端环节延伸,不断增加消费品文化内涵和附加值;比如可鼓励发展互联网新媒体,打造浙江本土时尚产品推广和时尚文化传播的数字化平台;可鼓励举办各类专业时尚新品发布、流行趋势展示、艺术品交易等时尚展会及主题营销活动。

记者:浙江发展时尚产业的

### 财经微观点

## 城镇化要量体裁衣

新型城镇化的实现,需要因地制宜,充分考虑到本地的特点,发挥好本地优势,而不是削足适履或者尾大不掉。要用好改革创新的“开山斧”,着力提高新型城镇化质量,造福广大城乡群众。无论是哪种城镇化实现方式,都要通过全面推进户籍管理、医疗卫生、公共教育等领域改革的“开山斧”,为外来人口创造更为亲和的融入环境。归根结底,我们所追求的城镇化目标,是上层建筑与经济基础更相适应的城镇化,是政府有形之手与市场无形之手更协调的城镇化,是核心在“人”的城镇化。

## 物流“高铁时代”可期

随着铁路货运改革的深入,我国内地物流迈入“高铁时代”的步伐加快,前景可期。近日,武汉、兰州、西安、昆明等多个铁路局开行货物快运列车,时速可达120公里;同时,试水“高铁快运”的城市也迅速增加,货物“坐”高铁“当日达”“次日达”“次日达”已在40多个城市实现。高铁快运、货运快列的频频出击是铁路部门深化改革带来的实实在在的红利,相信进一步的市场化改革,货运高速化甚至“高铁化”还将得到更大提升,也将给人民群众带来更大实惠,甚至改变现代物流业竞争格局。

## 克服门票经济依赖症

近期,多家知名景区宣布上调门票价格。统计显示,国内5A级景区平均票价已迈入“百元时代”。景区门票越调越高背后,是门票经济逐利驱动、利益主体画地为牢。景区票价要体现公益性,应建立合理的票价生成机制;旅游业不是门票业,景区应摆脱“门票经济”依赖,破除利益短视,做强服务链条,谋求旅游业转型升级,将“门票经济”转变成产业经济。

## 发展普惠金融



普惠金融的重点在于,加快金融体制改革和金融服务创新,不断完善现代金融体系,及时有效地为社会各阶层和群体提供所需要的金融服务,让现代金融服务更好地惠及各个社会群体和经济社会发展的薄弱环节,更好地支持实体经济发展。

## 清单意识为改革助力

明确“三张清单”,先给企业松绑,再捆住政府乱作为的手,从而确立政府与市场的新关系,新秩序。推出诸如如此的政务创新,都是源于“清单意识”的强化。在全社会树立“清单意识”,为踏入“深水区”的行政体制改革点亮了方向。首先,倒逼政府更有效地进行自我约束。其次,促进企业活力更充分地迸发。第三,让社会监督权更好地行使,促使政府当好市场秩序的“裁判员”和改革创新的“守护者”。

