

重品牌小企业壮大

经过义乌稠州西路的时候，翁荣弟指着车窗外说，“这就是我们起步的地方。”

这个地方，留给集团副总金洲斌的最初印象，充其量也就是个家庭式作坊。1995 年，金从新疆某国营工厂辞职，到义乌宏光针织有限公司(浪莎的前身)学习修理袜机，当时的浪莎既做袜子又搞绣花，还跑贸易，所有员工加在一起不过几十人。

现在的浪莎，则拥有 5000 名员工、占地 60 万公顷的工业园以及近万台(套)全球最先进的数码设备，日产量超过了 200 万双。

成功的关键是品牌。1995 年，浪莎刚刚成立，企业还未投产，翁氏三兄弟就向国家商标局申请注册商标，花了“好几万块钱”把当年 42 个大类的商标统统注册了。1996 年，中央电视台还没有一条袜子广告，三兄弟就投入 500 万元在央视《每周之歌》节目打广告，5 秒钟的广告播了一年。

2007 年 1 月 10 日，中国品牌研究院公布了《中国最有价值商标 500 强》，浪莎以 6.77 亿元的价值跻身其中。

相形之下，浪莎的同城对手梦娜虽然起步略早，却因无品牌意识而被浪莎远远抛在了身后。

随后，浪莎迎来了快速增长的几年，“跨越的幅度很大，一年就增加一两个亿。”金洲斌说，“直到 2000 年。”

与国际品牌沃尔玛之争

在浪莎采访，2000 年是一个被广泛提及的年份。在金洲斌的记忆里，这一年，国内市场开始饱和，同业竞争开始变得激烈，发展速度开始放缓。翁荣金则回顾说，这是浪莎开始拓展国际市场的一年。

起初，浪莎只是做一些日本的小单。中国人世之后，浪莎的出口发展到了欧美。据翁荣金透露，2006 年，浪莎的出口订单额是 7000 万美元。然而，这 7000 万美元里，有多少利润可图呢？

在浪莎集团内部的凯来宾馆，我们巧遇来自意大利的工程师安吉洛·艾米丽夫妇，受大客户的委托，夫妇俩在浪莎生产袜子，然后运回意大利，以其他三四个品牌销售，因为，“在意大利人的概念里，看到中国品牌，下意

翁氏三兄弟澄清“中国第一妖股”

迷失的浪莎

◆ 杨柳



袜子的利润连 10% 都不到，浪莎只能去股市掘金了

识就会觉得这个产品相对来说很廉价。”

贴牌是浪莎出口的主要形式，加之这几年人民币升值、出口退税调整、原材料价格上涨、人工成本增加、土地价格上涨，浪莎简直成了国外客户的廉价工厂。

2007 年，隐忍已久的浪莎终于爆发。7 月，浪莎公开表示，除非沃尔玛提高至少 30% 的价格，否则浪莎不再为它加工产品。浪莎 2003 年进入了沃尔玛的全球销售体系，2005 年接了沃尔玛 300 万美元的订单，2006 年接了 250 余万美元的订单，2007 年订单降到了 220 万美元。截至 7 月底，沃尔玛的订单全部完成。

“我真的无所谓，有就做，没有就算了，亏本的肯定不能做。”翁荣弟压低了声音说。

“浪莎”发展到了临界点？

翁荣金习惯将浪莎的成功归结为“天时、地利、人和”，在潜心研究义乌模式多年的蒋小华看来，这些优势，正在慢慢消逝。

首先是地不利了。义乌拥有全国最活跃的

小商品市场，但当义乌模式在全国各地被复制，它的优势就弱了，地价上涨也是个问题。

跟着是人不和了。在义乌，招工变得越来越难。华略服务的所有企业几乎天天招人、天天缺人，人工成本也比 1995 年至少翻了一倍。

至于天时，更是要命。人民币升值、出口退税下调、原材料价格上涨、治污成本增加……袜子生产的利润，借用一句歇后语来说是：老鼠尾巴熬汤——没多大油水。

当这所有的一切一齐来袭，浪莎是不是已经走到了一个临界点上？

翁荣金显然感受到了产业转型升级的压力，除了每年投入几百万元用于研发，浪莎已经开始向高端市场靠拢。而且，这几年浪莎也做过一些多元化的尝试。它收购了一家国有工厂，生产高压锅；成立了浪菲日化有限公司，生产日用品；它还投资房地产，在义乌城区尝试着开发了一个小区。高压锅业务，因为股东之间的合作不好，浪莎已经退出。房地产方面，因为赶上宏观调控，这两年也没去发展，不过，公司还保留着开发房地产的人才，

而且，从翁荣弟谈起最近海尔投资地产的兴奋神情，你很容易判断，只要有机会，浪莎随时可能重出江湖。

其实，在国外，许多像浪莎这样靠袜子发家的企业都经历了多元化的扩张阶段。美国莎莉集团(Sara Lee Corporation)在 2007 年《财富》世界 500 强中排名第 389 位，它的前身就是由卫斯理·汉斯在 1901 年创办的 Hanes 袜业公司，但现在，食品是它的主营业务，至于袜子，虽然它仍是美国最大的丝袜公司，但那只是它诸多业务中的一小块而已。日本厚木株式会社(Atsugi Co., Ltd.)创办于 1947 年，是开发无缝连裤袜、厚连裤袜、棉(丝)袜、内衣产品的先驱者，如今，除了包括袜子在内的纺织业务，它也经营房地产的租售业务。

现阶段，浪莎的打法以收缩的相关多元化为主，它计划利用已有的近 2000 家专卖店，到 2008 年，在国内建立 5000 家浪莎时尚生活体验馆，“消费者可在馆内享受到从袜品、内衣到家居、家纺等内装产品的一站式服务，使单一的袜子品牌不断延伸。而第一步就是启动浪莎的内衣市场。”2006 年，浪莎斥资 2 亿元高调进入内衣产业，它选择的是比较高端的无缝内衣领域。

张佩华认为浪莎“掉头比较快”，可惜的是，它进入的无缝内衣行业“这两年已经做烂了”。“义乌是无缝内衣的发源地，可也是义乌把这个行业做烂的，这个产品本身的档次比较高，义乌(的企业)做一些廉价的东西，真正好的产品也就卖不了高价了。”

这些问题，翁荣金并非不知道。2003—2004 年，义乌生产的无缝内衣价格急剧下跌，翁荣金还分析，这种现象的产生，是因为义乌无缝内衣企业的研发环节相对薄弱和缺乏叫得响的品牌。

股改时，浪莎曾作出承诺：若重组完成后，*ST 长控 2007—2009 年每年实现的净利润(扣除非经常性损益)低于 1120.20 万元、1400.25 万元、1750.31 万元的差额数将由浙江浪莎控股有限公司用现金向 *ST 长控补足。但半年报显示，2007 年 1—3 月，浪莎内衣的净利润为 83.9 万元。同时在合并浪莎内衣报表之后，*ST 浪莎 4—6 月扣除非经常性损益后的净利润仅为 10.9 万元，离 1120.20 万元的全年目标差距甚远。

选自 2007 年 10 月《英才商业杂志》



用心服务 感恩回报

明牌银楼服务月

明牌银楼服务月又开始了！快让你家的珠宝来明牌银楼作一次体检吧！更有超值感恩回报行动，年中仅此一回。

用心服务 “双免” 换新

黄金换黄金、黄金换铂金、铂金换铂金，尊享“免贴金、工费减半、服务费减半”以旧换新超值优惠。（注：以旧换新细则详见店堂告示）

用心服务 更多优惠

1、钻石饰品满500元立减120元优惠

2、购买黄、铂金饰品工费优惠50%（裸件除外）

3、翡翠、珍珠、红宝、蓝宝饰品全场5.8折优惠

用心服务 免费护理

总店“首饰美容工坊”技师为您的爱饰免费提供清洗、抛光、整形、中英文激光刻字等感恩服务（源接材料费用另计）。

活动时间：11月6日至11月30日

活动内容详见店堂海报

旗舰店：南京东路388号(山西路口) 电话：63504791

五角场店：淞沪路111号黄金珠宝城 电话：55520090