

服装出口老大上海丝绸集团告别简单贴牌代工——

磨剑十年成功推出自主品牌

转方式先要转精神
上海国企稳增长系列报告

订单减少、利润减少、现金流紧张、经营成本提高……今年以来,大批外贸企业在内忧外患中生存。最近,阿迪达斯宣布关闭在华唯一直属工厂,给国内服装代工企业敲响警钟。曾在代工领域做得风生水起、坐稳全国服装出口头把交椅的上海丝绸集团已悄然踏上一条新“丝绸之路”:从简单贴牌代工转型升级为做自主品牌。

公司董事长徐伟民说,很难转,却不得不转。做品牌可能十年看不到盈利,但若干年后,我们要靠它吃饭。

不能总为外国品牌做嫁衣裳

时尚达人人都知道,沪上一线商圈,几乎都有女装品牌 LILY。记者向 10 个消费者询问 LILY 是哪里的品牌,答案有中国台湾、中国香港、日本、韩国等,唯独没有中国大陆。实际上, LILY 是上海丝绸旗下的自主品牌。

LILY 品牌负责人陈川从事服装业十几年,一直憋着一口气:中国服装品牌什么时候能在国内外都叫得响,而不是总为外国品牌做嫁衣?他回忆,其实多年前丝绸集团就在国内外注册了不少品牌, LILY 只是其中之一。但在很长时间内,做外贸根本用不上这些自有品牌,出口欧美的服装绝大多数是贴牌。

2002 年,上海丝绸成立品牌发展公司,独立运作 LILY 品牌,为发展内贸市场打基础。“背靠丝绸集团这棵国企大树,当时心情很忐忑。外贸和内销,听上去只是市场不同,但其实是迥异的两个行业。是两套语言体系,两种游戏规则。”陈川介绍,做外贸,接单、报价、发到工厂生产就行了;做内销,从研发、采购、物流、零售,各环节都要慢慢打磨。企业经营方式,所需人才、资源,全不同。

十年荣辱,甘苦自知。国内企业习惯了毛利仅 1% 的低端外贸,运营自主品牌何其困难。但让陈川惊喜的是,丝绸集团这个外贸老大从不对 LILY 的发展指手画脚,而是

让他们放手一搏,在竞争中成长。“集团只从战略布局上指导,从不纠缠于细枝末节。”

对核心主业“不抛弃不放弃”

“今年,纺织行业处境困难,出口逐月下降,成本却不断上升。”徐伟民认为,阿迪达斯搬迁在华工厂,就是这些问题显现后的选择。

作为上海外贸的中坚力量,上海丝绸一直坚持“三条腿走路”, OEM、ODM、OBM, 分别代表服装行业贴牌加工、设计开发、自主品牌这三种发展模式。公司的 OEM 业务, 低风险、低利润, 尽管能维持公司基本运营, 但受经济下行影响, 已有隐忧。“客户订单部分转移到了越南、孟加拉等国。”徐伟民说, 随着国内劳动力、原材料等价格不断上升, 中国原有的成本价格优势渐失, 订单向周边低成本国家转移的趋势不可逆转。

从 2008 年金融危机以来, 外贸企业的日子一直不好过。拥有 60 多

年历史的丝绸集团, 咬紧牙关渡过重重难关, 对核心主业“不抛弃, 不放弃”。“中国制造必须转型, 但并非意味着做衣服的去做高科技, 而是转变经营方式, 在设计、品牌、渠道等多方面提高服务水平。”徐伟民认为, 上海的纺织外贸企业要生存, 只有两条路。一是走到中西部乃至国外低成本的地方, 这是 OEM 的唯一出路。二是升级为其他企业提供设计业务的 ODM, 甚至 OBM, 摆脱低端竞争, 提高产品附加值。

做自主品牌要“耐得住寂寞”

“说实话, 十年前外贸的日子很好过, 但公司从那时起就未雨绸缪, 布局自主品牌, 也因为起步早, 心态平和, 不急功近利, 不整天盯着利润看, 而是一点一滴打好基础。”陈川自豪地说, 事实证明, 公司的战略决策很有前瞻性。受经济形势所迫, 有些外贸企业近年来转做内销, 但鲜有成功案例。“现在做, 心态不一样, 企业很难摆脱利润压力。”

刚开始做品牌时, 最大困难是研发能力与人才资源。不同于外贸来样加工, 做自有品牌必须要有设计人才, 和打样、展示平台。由于常年做外贸, 当年丝绸集团在这些方面都较弱。集团鼓励 LILY 品牌公司大胆在研发上突破, 加大投入。

LILY 品牌总部位于四川北路, 200 多平方米的展示中心, 布置成品牌专卖店的形式, 2012 年秋冬新款琳琅满目陈列在货架上。移步设计中心, 平均年龄不到 30 岁的设计团队正画着下一季的服装设计稿。旁边的打样中心内, 各式样衣正在紧张制作中。同一幢楼内, 还有 LILY 品牌面向全国不同大区的营销团队……

磨剑十年, LILY 的上海故事越讲越精彩: 上半年品牌销售收入增长 38.85%, 净利润猛增 121.2%。到年底, 门店数可达 400 家, 还在俄罗斯等 10 多个国家布点。到“十二五”末, 销售收入有望达到 8 亿元。

LILY 成功之道, 徐伟民总结为“耐得住寂寞”。“十家企业做服装品牌, 至少八家会死。不断投入, 是否能存活, 至少要十年后才能看出。”

企业自身的探索之路十分艰难。徐伟民坦言: 这个品牌从筹备至今已 12 年, 前 9 年都没盈利, 创造的价值在丝绸集团中占比甚微。但他坚信, 这个发展方向没错。本报记者 叶薇 实习生 黄彦彦

据新华社上海 8 月 22 日电 (记者 慎海雄 季明 陆文军) 人无信不立, 城无信不兴。作为中国最大经济中心城市的上海, 正以立信为本, 扎实推进诚信体系建设, 为创新驱动、转型发展提供强大的信用支撑。

“公正、包容、责任、诚信”, 这是上海倡导的城市价值取向, 而基石在于诚信。“诚信上海”, 已成为上海迈向社会主义现代化国际大都市征程中的不移目标。

中共中央政治局委员、上海市委书记俞正声指出, 当前上海实现创新驱动、转型发展, 一定要高度重视诚信价值取向的形成和诚信体系的建设。他表示, 十二五期间, 上海要进一步采取具体有效的措施和切实可行的计划, 扎实推进诚信体系建设, 大力推动诚信价值取向在全社会的形成。

“五个最严”让失信者寸步难行

——“诚信上海”建设纪实

千金一诺 让守信者好办事

上海作为市场经济萌芽较早的城市, 守信践诺的意识在人们心目中扎根较深。1999 年, 个人信誉公司开始在上海试点, 上海社会信用体系建设自此在全国率先起步。经过多年努力推进, 如今, 上海已制定了个人和企业的信用征信管理试行办法, 发布了企业信用信息数据规范和个人信用信息数据标准等规范。据不完全统计, 目前上海查询人行企业、个人征信系统的查询量约占全国的十分之一和六分之一, 商

业征信报告使用量约占全国 50%。良好氛围的营造, 使得诚信在上海不仅仅意味着口碑和美德, 更能为守信者带来全方位的发展优先权。

“五个最严” 加大失信惩戒力度

依法坚决执行最严的准入、最严的处罚、最严的执法、最严的监管和最严的问责——这“五个最严”, 已经成为上海对付信用不良企业和行业的“达摩克利斯之剑”。加大惩戒力度, 让失信成本远远高于守信成本, 是“诚信上海”建设的重要内容。

近年来, 上海在探索中确立了一

项组织人事制度: 对于拟提任的干部, 不仅要要求其在提任一个月对婚姻、房产、配偶及子女经商出国等重大事项进行报告, 还要求将个人重大事项报告与考察结合起来。

上海市常务副市长杨雄表示, 政府内部信用信息要充分共享, 建成公共信用信息服务平台, 完善信用联动奖惩机制, 切实做到让守信者处处受益、失信者寸步难行。

守信践诺 让诚信成城市“软实力”

打造“诚信上海”, 靠的不仅仅是监管, 更需将此目标变为全社会的自

觉。在崇尚诚信的价值引领下, 越来越多的政府部门、企业商家和百姓群众, 将守信践诺作为立身之本。

根据《上海市社会信用体系建设 2013 年—2015 年行动计划》, 到 2015 年, 上海纳入政府部门信息公开指导目录的信息公开率将达到 100%。

信用体系的完备, 信用氛围的形成, 为科学发展中的上海提供了更具竞争力的信用基础。上海市委副书记、市长韩正指出, 上海要进一步加强社会诚信体系建设, 推进信息公开、共享, 完善企业信用分类监管制度, 促进信用服务行业发展, 让诚信成为上海城市发展的重要“软实力”。

折后均价 9000 多元 /m², 景源名墅公寓 9 月推出

随着上海“东进浦东”战略取得战略性成功, 空间战略从“东进”向“东南并进”转型。“南下杭州湾”战略步伐开始加快, 由金山、奉贤和南汇构成的南上海迎来高速发展的历史性契机。在大南桥板块被定位为奉贤区的政治、经济、文化中心之后, 毫无疑问的荣登上海服务长三角南翼以及大浦东开发的重要门户枢纽, 更成为南上海崛起的重要发力点。

大南桥崛起 目标: 生态之城!

在政策的支持之下, 大南桥的发展一天快过一天, 版块内以景源名墅为代表的物业销售皆有不俗的成绩, 有不少业内人士都认为: 当前南桥正处于从巩固发展期向快速发展期过渡, 其前景将会非常可观。尤其在“十二五”期间, 大南桥板块以生态、宜居为目标, 引入一批世界级的环境工程和城市综合体项目, 比肩迪拜棕榈岛的市级旅游重点项目“上海之

鱼”从建造之初就吸引了无数期待的目光, 如今一期项目已经完工, 这个金鱼造型的蓝色水系, 联合外围两条活水, 并在周围大量种植栽培各种绿色植物, 形成“蓝绿交融”的美妙景致。

另外全上海最大的城市绿肺之一——南桥中央生态林地也将落户南桥新城。这座 4.78 平方公里的郊野公园, 其中一半是湿地公园, 一半是坡地和森林, 成为大南桥名副其实的“绿肺”。公园建成后, 面积将超过目前最大的顾村公园, 成为上海最大的郊野公园之一。

折后均价 9000 多元 刚需轻松入住大南桥

依赖大南桥的迅猛发展和无限潜力, 这里的房价也跟着水涨船高, 均价动辄 1 万 5、1 万 6, 让许多有心安家于此的人大呼吃不消, 预计在 9 月推出景观公寓的景源名墅, 以不可思议的低均价杀人市场, 立刻就引起了轰动。目前景源名墅即将推出的二期公寓产品优惠空前: 针对前 50 名预约客户优惠 2000 元 / m² 的装修基金, 同时如果一次性付款还能获得 10 万现金优惠, 按揭付款款 5

万现金优惠。这样算起来, 6 楼的一套三房户型, 最低仅 9144 元 / m², 这对于经济能力有限的刚需一族来说, 无疑是一个值得欣喜的消息。

除了低价, 作为一个低密度排屋 + 公寓的项目, 西班牙风情的小区环境也是对刚需置业者的另一个致命诱惑。高大挺拔的树木搭配绚丽灿烂的鲜花, 生长出自然的层次感, 社区内精致的几何形图案和石雕艺术品则诠释了西班牙式的热情与大气, 而在热烈之外, 安静的水池、轻盈的浅流贯穿整个小区, 带来清新之风。

◎链接

周末看房成新时髦

现在每周六, 景源名墅都会组织看房活动, 上周六, 我们和看房者一起乘坐景源名墅设在莘庄地铁北广场的免费看房班车来到售楼处, 许多看房者都是看到“折后均价 9000 多元”的宣传后抱着难以置信的心情前

去现场一探究竟, 在售楼处工作人员介绍了房型、地段和交通之后, 不少意向购房者的问题都集中在价格, 在再三确认 9000 多元 / m² 是折后均价而不是最低之后, 不少都展现出购买意向, 并进行了预约登记。



市区免费看房班车
每周六上午 9:00
莘庄地铁站北广场

上海买房呼叫中心: 400-635-8880 转 666

(广告期间, 朝九晚八)

贤明路 378 号 (原解放西路近浦卫公路)
开发商: 上海五洲国际电器城发展有限公司

本广告仅供参考, 广告中具体确定的内容可作为购房合同附件。
预售证号: 奉贤房管 2011 预字 0000332 号。以上均为建面。
9144 元 / m² 为 48# 楼 2 号 603 室一次性付款价格。价格有效期一个月。