

关注河南女裤系列报道之一

郑州女裤业期待尽快化蛹成蝶

从默默无闻到2003年的“中国女裤看郑州”郑州女裤在中国的一炮打响,到2007年打造“中国裤业之都”,再到打造“豫派服饰”,河南裤业行业尤其是女裤经历了一个快速发展的时期。

“想不到发展这么快,郑州女裤能占到全国市场的近1/3左右,但我们做到了。”采访中,一家从事裤业生产经营已近8年的老总这样评价郑州女裤的发展。记者在这些天的采访中发现,大多数老总对郑州女裤业的发展都寄予了厚望,“基地、资金、品牌和人才等方面是首要解决的问题。”他们称自己“是在希望中艰难地前行,期望郑州女裤行业能尽快实现化蛹成蝶,从而更迅速的发展。”

晚报记者 唐善普/文 赵楠/图



集合优势 打造“中国裤都”

早在2005年,省领导对于河南省服装产业发展的批示:应趋势而上,打响郑州服装业的品牌。于是,郑州女裤乃至河南服装产业都受到前所未有的重视。

郑州市工商联服装业商会常务副会长、秘书长李延光谈起这一点则是满脸的期待。他认为政府的扶持能让相关企业有个突飞猛进的发展,包括一些制约企业发展的生产基地的扩大,资金以及人才的引进。“只要企业的经营环境有更好的优势,各方面进行配合,郑州裤业的产业提升会很快的。”

从喊出“中国女裤看郑州”,到政府提出打造“中国裤业之都”,再到打造“豫派服饰”,政府的推动行为起到越来越重要的作用。这一方面

得益于郑州女裤业自身发展的影响力,目前服饰业早已被誉为河南省的6大重点发展产业之一。

而2007年开始建设的服装工业园区也许最能说明这一点。目前,工业园已加入14家服装加工企业,娅丽达等企业都拥有了100亩以上的土地,这对于企业扩大规模和经营都非常有利。“郑州服装加工企业都面临着产能和规模之间的矛盾,这是我们行业目前的瓶颈。”郑州市娅丽达服饰有限公司董事长赵孙立曾在工业园的奠基仪式上这样表述。

郑州女裤在全国的优势地位,吸引着当地大大小小的企业纷纷进入。记者从郑州市工商联服装业商会了解到,截至2007年底,郑州市服装企业已达3000多家,其中成规模企业的达

到800家,拥有自主品牌的达1500家,从事加工业的人数为24万人。从2009年到2015年,郑州服装行业平均增速将达到15%,每年可容纳5万人就业。

郑州雪龙人服饰有限公司董事长魏新立接受采访时告诉记者。“郑州裤业将从供应链、品牌、生产加工基地几方面加速产品供应链的整合,打造‘豫派服饰’的名气来,而不只是仅仅做贴牌或为别人加工。”

避免淘汰 多元化经营产品

单品经营一直是郑州女裤这些年大多数企业采用的发展之路。“但现在已越来越显现出对行业的制约性。”一位不原具名的张姓裤业主坦言,这主要表现在款式设计跟不上消费者日益

缩短的消费变化需求,经营老板的理念和设计师间存在的对市场把握度的差异性,“更主要的是一些企业主满足于有活干的现状,不能居安思危。”

这种看法得到了记者接触到的大多数在郑州裤业发展较好的经营者的赞同。李延光对此也感触颇深:“企业要想发展得快,就要跟紧市场需求,要善于创新和勇于创新。没有创新你只能永远在原地踏步,随时就有让人超过的可能。更别说走在别人的前面了。”

当企业经营单品到达一定阶段,产品的市场占有率、企业的经营规模、品牌文化的表现已经达到某个水平而无法取得更大突破时,是继续维持经营单品产品,还是创新突破进行多元化经营,共同做大做强郑州女裤产业?这应该成为每个想在这个行业中有所更大作为的经营者都不能回避的一个现实问题。

“郑州女裤发展一直靠的是化纤这块,空间有限,而且市场变化也越来越快。”李延光说,正是看到这一点,郑州一些以前专生产女裤为主的企业,也开始在休闲、牛仔和上装等方面进行尝试。他告诉记者,目前仅水洗厂就已发展到了8家,去年才4家。

记者了解到,从战略发展上考虑,目前梦舒雅、雪龙人、娅丽达等已开始在向多元化产品发展。“除了仍以女裤为主外,休闲、牛仔和上装等都有不同程度的产量。”郑州雪龙人服饰有限公司董事长魏新立断言,“这应该是郑州女裤企业未来生存和发展壮大所要走的一条必由之路。”

而这一点,同样得到了李延光等人的认可。“从销售的角度考虑裤子市场,更有利于裤子的设计、销售。而且,对于企业而言,一是可以同时在市场上占据更多的份额,而且同时做其他相搭配的产品,会使品牌的赢利点变为多个。”李延光肯定地说,“对企业来说,多种产品的利润肯定比单纯女裤的利润大。这是经营者会首先考虑的。因为更有利于做大做强企业。”

剑南烧坊系列报道之市场篇

剑南烧坊·热销郑州市场

——剑南春姐妹酒郑州侧记

剑南春酒厂2008年新推出的剑南春姐妹酒“剑南烧坊”酒,在郑州上市半年,受到了郑州消费者的热捧。笔者通过郑州市场调查和对剑南春剑南烧坊郑州办事处的访问,了解到剑南烧坊酒在郑州市场的一些情况。

晚报记者 唐善普

产品篇:剑南烧坊酒为剑南春酒厂2008年的重点品牌,被称为“剑南春姐妹酒”。

剑南烧坊酒采用了剑南春酒厂最古老的酿酒烧坊“天益老号”酿造的机酒,与剑南春同一生产线。

剑南烧坊酒古朴、典雅,传呈了剑南春的千年历史。

剑南烧坊酒的价格定位合理。

剑南烧坊酒先天的优势基因决定了其市场前景。

推广篇:剑南烧坊酒自上市以来,一直以品牌为导向。

2008年3月份,组织了核心消费者“剑南春之旅”,让更多的消费者亲眼看到了名酒的酿造过程和品质特点。

2008年4月份,组织了核心消费者品鉴会,让客户充分了解了产品的内涵。

2008年4月份,组织了重点消费者的旅游活动,更好地回馈消费者。

喜讯:凭本报道到指定地方购买剑南烧坊酒,可获八折优惠;同时,赠送精美礼品。

剑南春剑南烧坊河南办事处招专、兼职团购经理

服务热线:0371-68851557 0371-68898071



“妈妈好孩子” 拉开行业整合大幕

儿童用品龙头企业好孩子集团旗下的“妈妈好孩子”一进入婴童零售业便有不俗的表现,在1~8月份间开出50多家加盟店,在北京、上海、哈尔滨、青岛等地开了9家直营店,而且直营店的规模在1000~3000平方米。除了实体店外,好孩子还在南京、上海、北京等十几家城市展开妈妈好孩子的目录销售,其销售状况呈直线上升趋势,仅在南京,针对目标客户,目录免费发放每期达6万份。

我国婴童用品市场是世界范围内公认的最有“钱”景、发展最快的市场。有关统计显示,我国目前0~6岁婴幼儿数量约为1.08亿人,以平均每人花销2000元计算,该市场的远景容量约为2000亿元。

实际上,近年来一些资本力量对婴童市场的介入,正推动着局部市场上行业整合步伐的加快。2005年11月,好孩子从NEA、北极光两大投资基金获得了第一轮投资,之后开始进行并购和扩张,收购上海小阿华母婴健康机构的并购整合工作。

随着好孩子在北京、上海、哈尔滨等大规模的开店,年内即实现340家门店的计划,7月、9月、10月、11月,将会陆续在杭州、深圳、广州等直营店开出。而在武汉、昆明等地,好孩子则以并购为主。好孩子的并购对象是母婴产品的批发商、目录销售商、零售商,其条件一是要求对方是当地零售第一、第二名,二是年销量须在2000万元以上。

据了解,好孩子目前已与昆明和武汉当地拥有七八家零售终端的母婴零售品牌谈判正深,双方已有良好的意向。而对于各地被收购的零售终端,好孩子将会为合作对方提供资金、管理等支持。

晚报记者 王敬卿

绿城欲吹 “芳香”健康美丽风

国际芳香大师莅郑举办千人大型演讲会

在今年5·12汶川地震后,国内不少知名人士来到灾区,对灾后幸存者进行心理干预和辅助治疗,那些熟悉的身影中我们看到了杨澜、于丹、濮存昕等明星的身影,而对这些学术界和演艺界明星进行心理学短期培训的是一位台湾籍人士、著名心理学专家、国际芳香大师金韵蓉女士。

9月20日14时,金韵蓉女士将在中州皇冠假日酒店围绕健康与心理、提升女性魅力、芳香疗法艺术等进行友情演讲。

关于美与健康,人们一直在尝试音乐疗法、色彩疗法、心理干预等,而这些年在国内推出的芳香疗法也是一种人们追求健康与美的绿色疗法。

此次金韵蓉女士的讲学,势必将在河南省会健康美容业界引起关于芳香疗法的绿色健康新风潮,引领起现代都市追求健康美丽时尚一族的流行生活新范式。

郭永震