

服装企业借直播 C 位突围

河南服装行业产能恢复九成,部分企业“新电商”营销同期营业额上涨三成



河南服装行业产能已恢复九成

作为劳动密集型行业,服装企业如何顺利复工复产,复产中正在面临哪些问题? 26日,记者从河南省服装协会了解到,历时8天,《河南省服装行业复工复产调研报告》(以下称“报告”)出炉,调研走访了河南6处产业集聚区、3处服装特色园区、1家商会、3家专业市场、96家企业。报告显示,河南服装行业从2月末开始复工,截至3月23日,总复工率为80%,恢复产能近90%。

□东方今报·猛犸新闻记者 李莉/文图

吸纳“滞留”务工人员,实现复产复工

服装行业是劳动密集型行业,复工复产需要劳动力,然而劳动力短缺成为很多服装企业面临的问题。“调研中,我们发现很多地方巧妙地把无法返岗的劳动力吸纳到了服装企业中去。”省服装协会会长李刚说。

疫情向好,光山县大批返乡人员无法返回原务工工地,恰逢当地服装企业复产复工需要劳动力,在当地政府的支持下,光山县服装企业开始在本地进行招工,既破解了“招工难”问题,又缓解了劳动力闲置的困扰。

潢川县滞留了逾4万未外出

务工的人员,其中一部分通过“533稳岗奖励”等方式进入服装企业就业,保障潢川服装企业有充沛的劳动力和复工动力。西平县政府对本地毛衫产业推出“封盘下乡”举措,调动工人的积极性,并且加大资金扶持,使企业平均用工规模较去年同期扩大10%至30%。

记者了解到,该报告走访了109家企事业单位和机构(以下称“样本单位”),涵盖6处产业集聚区、3处服装特色园区、1家商会、3家专业市场、96家企业。包括纺织、印染、服装生产、代加工、自

主品牌、设计、工贸一体、贸易、供应链、代理商、电商、服务咨询、零售等共13个类别。覆盖内销和外贸,销售模式涉及线下的批发、代理、零售和线上的传统电商,以短视频、直播、微店为代表的“新电商”等。

本次调研结果显示,全省服装企业从2月末开始复工,截至3月23日,总复工率为80%,恢复产能近90%。据所调研的企业反映,已有13425名员工上岗复工,各类生产用厂房43.5万平方米。受疫情影响,企业生产经营状况较去年同期有所下滑。

探索新营销路径,“新电商”成首选

“河南的服装企业复工复产中有很多难题,但是他们不断探索新路径,目前来看已经取得了成效。”李刚说。

记者注意到,在调研的96家企业中,近90%的企业采取了多种模式经营、多种渠道销售。一部分企业在疫情期间迅速转产防疫用品,或者快速回归卫材主营业务,使得企业实现复产。一部分外贸加工订单的服装企业由外贸转内销,开辟线上销售渠道,为企业带来了生机。

还有一部分服装企业在传统电商的基础上,试水以直播、微直播、短视频等“新电商”模式,其中郑州地区的部分自主品牌类企业,通过“新电商”使营业额逆势上扬,如“逸阳”、“娅丽达”电商板块较同期营业额上涨30%。

实际上,在疫情发生之前,服装行业“新电商”与传统电商的竞争就已经白热化。与以图片、评

论为特点的传统电商不同,“新电商”更注重动态视频展示、主播产品介绍、社群体验交流,是一种情境式的社群经济。疫情之下,服装行业的“新电商”表现尤为突出,发展势头强劲,线上体验、线

下购买正在成为一部分批发、代理商、零售企业的销售新模式。“全省各地的自主品牌、电商类企业,均在招兵买马,进一步探索‘新电商’的运营方式。”李刚透露。



印染企业也已经全面复工

复工复产冰火两重天 小微企业影响最大

“真的没有办法复工,如果不想等就先退款吧。”这是河南一家服装加工厂给客户的回复。

河南服装行业小微企业众多,长期各自为战、无序竞争,导致低效重复生产、跟风销售、产品质量提升缓慢等问题。此次调研发现,在复工复产中,由于企业类型不同,复工复产的情况也不同。大型园区、“规上”企业抗冲击能力强,受疫情影响不大,小微企业是这次疫情的受害者。同时提前布局多种渠道、试水新兴事物的企业生存能力较强,而思维固化、坚持传统的企业难以抵御疫情的冲击。

该报告提出,调研的样本单位中,不乏一些“二代”企业家接手的企业和“90后”企业家,这些经营者充满活力,以创新力强、时尚度高、探索新模式速度快、适应市场迅速,更替了一批观念落后、缺乏活力、墨守成规的企业。但这些年轻企业家在疫情之下,表现出经验缺乏、盲目跟风的情况。

随着疫情在国外蔓延,外向型服装企业面临较大压力。报告中提出,在订单方面,来自美国、欧洲的订单被部分取消,欧洲地区的订单量较同期出现下降,企业在完成第一、第二季度的订单生产后,后续订单数量不明朗。然而,来自日本及“一带一路”沿线国家的订单则较为稳定。目前,企业因对外贸形势难以准确判断,已经影响下半年企业生产计划,接单、招工和添置设备的意愿较为保守,并逐步开始寻求内销订单以减轻压力。一些企业出现了因疫情期间停工停产而导致的外贸订单索赔问题,值得行业关注。

建议理性转型 规避“新电商”模式野蛮生长

“口罩”和“防护服”成为近段时间的关键词,也是一些服装企业转产转型的方向之一。李刚表示,调研中他们发现目前防疫物资的国内市场容量已经饱和,建议疫情期间已转型生产防疫物资的大型企业,回归本身业务范围。

同时,有业内人士提出,建议企业理性转型,规避“新电商”模式可能出现的野蛮生长。河南的服装行业电商发展长期滞后,但在电商发达的广州,服装电商从业者河南人居多,可以利用这部分人口红利,创造河南“新电商”发展契机。如今,多数企业开始积极开拓电商板块,探索运营模式,“新电商”发展将成为未来河南服装行业发展、企业盈利的助推器。

李刚也提出,事实上,我省服装企业对“新电商”模式的探索还在持续中,主播、培训人员的质量良莠不齐,存在野蛮发展的可能。政府要将相关政策前移,引导、规范“新电商”发展。记者注意到,广州市商务局近日已出台政策明确扶持直播电商。

疫情加剧了行业洗牌,提前淘汰无法在激烈的市场竞争中快速适应和生存的企业。“在复工复产正日趋向好的时期,被抑制、被冻结的消费需求终将会在短期内呈现爆发性释放,这将持续引领新的行业风向,带来新的增长极,成为服装行业、企业的新机遇。”李刚说。