

“赚钱”越来越难,6成经营户对前景不看好
4400余铺面闲置,每年或有超15%经营户“逃离”服饰城

芦淞服饰:下一个“春天”有多遥远?

记者 何春林



▲经营户在芦淞市场群进货 记者 刘震 摄

尴尬的现状

关店、转行甚至“跑路”
业内估测每年近两成经营者离开

刘英明1993年贷款6万元钱,从邵阳来到了芦淞市场,从摆地摊到租门面,到在合泰地区建起了一栋房子。可以说,他因为芦淞服饰发家致富,他见证了芦淞服饰这些年的迅速崛起,也遭遇了最近几年芦淞服饰的发展瓶颈,感受到了芦淞服饰的阵痛。

“说实话,离开这个行业,主要是因为赚钱越来越难了,还不如让孩子们索性早点转行。”刘英明说,2014年前,店铺经营不错,那些年每年赚个几十万很轻松。2014年到2015年,经营明显下滑,营业额至少降了30%,2016年继续下滑,去年基本是保本了。

福建人庄加福在九天国际市场从事鞋子生意,但店铺去年被迫关张。大概从2013年起,他的生意越来越难做,进货的老客户越来越少,为了保住老客户,只能通过先发货再收款的方式进行。2014年开始明显亏损,2015年和2016年基本无收入。鞋子卖不出去,还要还银行贷款和前期借款,还要缴纳市场管理费用,庄加福只好将房子变卖,关闭铺面。

到底有多少服饰经营者不再继续经营?多个服饰市场的负责人没有给出具体的数据。不过,他们均承认,服饰市场这些年确实受到很大的冲击,不少经营者转行或者不再做服饰是事实。多位业内人士预估,每年大概有15%到20%的经营者选择离开服饰市场。有的是转行做别的生意,有的是遭遇滑铁卢直接离开了株洲,还有的是亏损严重,到外面躲债去了。

商铺空置率达16%
三成经营者称无钱可赚

连续多日,记者走访了中国城、金谷、淞北、环洲、南大门、九天等市场,发现都存在不同程度的商铺空置现象。

刘英明是芦淞区政协委员,离开了服饰行业,但一直关注本地服饰发展。刘英明和芦淞区市场管理局的负责人走遍了市场群里的38个市场,发放并回收了有效调查问卷150份,并形成了一份“芦淞服饰市场经营现状调研报告(下简称“报告”)初稿。

芦淞市场群经过30年的发展,已经由一个马路市场发展成为一个全国闻名的市场群,“2017中国纺织服装行业年度精锐榜”中,芦淞市场群荣膺全国“十大活力集群”榜单。目前,市场群已经拥有各类服饰鞋帽专业市场38个,门面数量约为2.7万个。

一个数据显示,目前约有4400个铺面基本处于闲置状态,空置率达到了16%。

“报告”提到,服饰市场的经营户每月利润一般,每月利润在1万元左右的占65%,每月没利润甚至亏损的占30%,每月利润超过5万元的仅占5%。经营户对目前经营状况预期不理想,有60%经营户对服装市场前景不看好,甚至十分悲观。

“生意不好做,进来的人越来越少,离开的人愈来愈多。”刘英明说,以市场群的铺面为例,2014年以前每年租金五六万元都很多人要,现在一年两三万元的租金租户还要犹豫再三。问卷结果也说明了此事:新加入的从业者正在减少,从事芦淞服饰经营10年以上的占64%,5年以上占20%,1年以上为16%。

五年时间
他的门店从300家减至80多家

市场群里,普通经营者感叹生意不好做的同时,一些拥有品牌和厂家的服饰大佬们压力更大。

胡红亮从事服饰行业32年了,目前在环洲城有店面,同时经营着自己的服饰品牌。因为有自己的品牌,他在上海、温州、福建等地都注册了公司,并且在福建和温州有生产厂家。2012年前,依靠自己的品牌,经营模式以自产自销、全国各地开加盟店为主,胡红亮的服饰生意做得风生水起。

2011年至2012年,胡红亮的品牌服饰店遍布湖南、重庆、江西等地,最多的时候加盟店超过了300家,每年的销售额达到1.7个亿。大概从2014年开始,销售额开始下滑,2015年至2016年期间下滑最为明显,目前已经处于亏损状态。以邵阳市场为例,2012年和2013年,每年销售额为180万至220万,2015年则降至120万,2016年继续降至100万,去年则只有87万元。

因为服饰生意“惨淡”,胡红亮昔日的300多家门店,目前只剩下80多家,那些亏损严重的只能关店避免更大的损失。

不过,胡红亮并不打算离开服饰行业,毕竟做了这么多年,“瘦死的骆驼比马大”。目前,胡红亮已经注册了一家环保公司。他说,开环保公司一是希望转型,二是在等待下一个服饰业的春天到来,“只要调整及时,找准转型机遇,挺过去冬天,春天就会来了。”

为何低迷

电商冲击明显,二级代理优势锐减

调查数据显示,芦淞服饰市场目前的销售方式以实体店销售为主,占90%左右,有10%为线上线下同步进行的销售模式。另外,芦淞服饰市场目前的经营类别以二级代理为主,占90%左右,有10%为本土品牌。

综合150份调查数据,经营者们总结了三个原因。大家普遍认为,电商对实体店销售冲击最大,从成本上来说,实体店铺人工、门面租金、物业管理费都远远高于电商店铺。其次,对于芦淞服饰群来说,影响经营状况的还有市场周边的购物环境、市场的管理、产业方面的政策等。

经营户余红艳说,随着交通愈来愈便利,很多批发者选择绕开二级代理,直接到厂家或者到别的大市场进货。目前,株洲的服饰大部分来自广州、常熟、上海、福建。此前,怀化、江西、贵州等地的批发商往往会选择坐火车到株洲进货。现在,他们坐高铁直接到广州、上海等地一样方便,自然不会从二级代理的株洲拿货了。另外,服饰城的交通状况也会影响一些开车来进货的批发商。

此外,芦淞服饰市场自身还存在短板,具体表现在市场定位不准,同质化现象严重、物流中转不畅、销售假冒伪劣商品影响了市场声誉等。

服饰行业处于发展低谷期
部分经营模式风险大

批发经营户觉得电商是首要敌人,但对于拥有自己品牌的服饰来说,电商的冲击并不是最大原因。富贵鸟、百丽等在其年度业绩报告中都指出,鞋服行业受宏观经济景气度及鞋服行业自身发展周期的影响,加上面临国际国内各大品牌的竞争,不具备转型能力的公司将逐渐被市场淘汰。

“某种角度上来说,男装面临整个消费结构的改变和重组,消费者的生活方式在改变。”胡红亮说,男性对服饰的消费力在下降,再加之男装同质化严重,未能形成有效的差异化,营销渠道、经营方式、促销方式等都差不多导致竞争加剧,利润下降。

“这两三年是服饰行业的低谷期,也是一个洗牌和转型的档期。”胡红亮说,根据他的了解,这几年只有部分童装和女装在逆势上升,而且每年的销售额以10%的幅度上涨。

一些经营方式也给自己挖了一个坑。很多经营者并没有雄厚的资金,而是通过办理多家银行的信用卡,通过信用卡进货,出售回款再还款。由于货不好卖,一些上门拿货的顾客又会提出赊账,担心客源流失只好任凭对方赊账拿货。在经济疲软低迷的大环境下,一旦市场萎靡或者市场定位出现偏颇,货物滞销,信用卡无法顺利还上,银行上门催贷,结果资金就难以盘活。

近日,曾经的老牌鞋服巨头“富贵鸟”陷入债务危机遭调查再次将服饰行业这几年的低迷推上了风口浪尖;2016年,深受年轻消费群体青睐的美邦服饰资产下滑严重,至今没有缓过神;百丽鞋业在长达数年的困惑挣扎中以退市告终;虎都、卡宾、利郎及七匹狼等响当当的服饰企业的报表显示,2016年起利润下滑明显……随着众多品牌服饰行业巨头折戟商海,包括一些经济学家在内的人士感叹,服饰行业芳华已逝。

视线回到株洲芦淞服饰市场群,“老板”们的日子同样过得不舒服。春节一过,刘英明选择离开已经做了25年的服饰生意行业。他将芦淞服饰市场里的两个门面低价转让给了别人经营,儿子则选择了另谋职业;有着自己服饰品牌的胡红亮,三年已经亏了5000万,被迫关掉了200余家店保本,并希望通过其他产业转型……

实际上,社会各界也已意识到了这个问题。芦淞区政协从3月份开始,对芦淞服饰市场产业经营状况进行了系统调研(文中绝大部分数据来源于该调研),希望找准芦淞服饰发展中的症结所在,从而开出药方,推进芦淞服饰产业健康发展。



▲芦淞某服装市场内景 记者 刘震 摄

未来之路

事实上,株洲部分服饰企业也在“逆风上扬”,这也让一些服饰经营者和政府部门对芦淞服饰的信心倍增。大家要做的就是,把准市场走势,发挥自己的优势,做好转型而已。

企业经验:重金搞研发,智能化产销

2001年来株务工时,胡轩每月收入仅300元。2004年,他在家人支持下,拿着4万元开始创业,先后在结谷门、环洲城等市场从事服装批发、代理,还涉足生产加工。

“没有品牌的时代已经过去,靠来料加工和贴牌、套牌生产维持,很难有长远发展。”2014年,看到广州服饰产业有着雄厚的基础和良好的发展势头,胡轩另辟蹊径,在此成立公司,创立二狼狐轩品牌,并在株洲成立子公司,自主设计,直营销售,定位快时尚男装。短短三年时间,二狼狐轩已在湖

部门作为:软硬件双管齐下

企业在寻求突围,政府部门一刻也没有闲。这些年,我市从硬件建设、服饰人才培养、服饰行业招商引资等方面发力应对着服饰市场挑战,努力将芦淞服饰打造成中国服饰名城,服饰加工业产值达1000亿元。

新芦淞(白关)国际服饰产业园,成为芦淞服饰产业新一轮突破性发展的标志。建设后的国际服饰园区,已成为一个集生产加工、饰品配套、专业批发、仓储物流、生活居住于一体的山水生态型绿色经济型工业园区。将包含中国(芦淞)少儿创意产业园、中国(芦淞)女裤产业园、中国(芦淞)国际服饰产业园、中国(芦淞)服饰品牌孵化园、中国

南、湖北等省份开了300多家直营店。

为了应对竞争和服饰行业冲击,二狼狐轩服饰规划和建立了自己的智能产业园,运用大数据分析,实现产供销一体化,并实施“以线下带线上”战略,把一部分产品放到电商平台上销售,由直营店“引流”到线上。产品线下游定位为80后、90后群体,并瞄准他们延伸产业链,发展线上童装品牌。公司设计研发费用,每年成倍增长,每周有新品。此外,胡轩还开办了狐轩商学院,邀请行业大咖及公司销售冠军等讲课分享,培训员工。

(芦淞)洗水创意工业园等五大专业园区。

与此同时,芦淞服饰国际博览交易中心、汇美国国际品牌服饰总部基地(株洲小巨蛋)、新芦淞商贸物流园等场地建设与投入,无不显示着政府部门的信心,以及对芦淞服饰发展的谋划。尤其是去年9月份,株洲(芦淞)服饰电商发展峰会举行。7位行业大咖多角度剖析了服饰电商发展环境,认为要从产品、用户、大数据三方面,拥抱互联网。株洲服饰电商选址现芦淞服饰市场群内,计划建成中南地区首座真正意义上的电子信息化专业综合大楼,通过壮大“阿里巴巴株洲产业带平台”,引进“智慧芦淞移动电商平台”。

观点

从长远发展来看应该“划行归市”
黄成宏 芦淞市场管理局局长

政协委员们调研的问题均客观存在,数据也有说服力。针对这些问题,有关部门采取了多种方式来稳定经营户军心,助推芦淞服饰产业升级发展。去年,芦淞区花大力气,将原本在地面经营的早市取缔了,统一搬到了地下管运,在一定程度上缓解了地面拥堵。

现在各个市场有点杂乱,什么都卖,一个市场里卖牛仔褲的、卖裙子的,卖老年服饰的,卖儿童服饰的都涵盖了,但从长远发展来看应该“划行归市”。因此,各个市场在转型升级的基础上,要更好的定位和规范品牌,不仅仅是规范各市场的品牌,而且可以规范到每个楼层。

采取合并方式,整合有利资源
刘英明 芦淞区政协委员

对于经营状况持续不好、人气不旺的市场,建议采取合并方式,整合有利资源。其次,可以参照其他成功转型的例子来升级,如加入电商购物、举办各种服饰节刺激服饰市场。另外,加大本地品牌的扶持力度,扩大生产企业,将二级批发逐步转化为生产、销售一体化,形成一级批发市场。

做精市场,重新调整产品定位
胡红亮 服饰经营者

从经营者的角度出发,经营者首先要做精市场,重新调整产品定位。经营者在代理品牌时,除了要把握市场,选择实力雄厚的厂家外,还可以考虑逐步转变目前盛行的联营模式,变为直营。即便是做代理商,也需要减少中间环节,降低成本。比如,与代理的品牌厂家联合生产。对品牌商家来说,一是及时转型,二是暂时蛰伏,伺机再动。

株洲服饰企业要坚守企业家精神
胡轩 服饰经营者

一方面是消费者越来越感性,既追求品牌、款式,又要求价钱不贵。另一方面,原材料、租金等各项本钱越来越高,产品要进入一、二线城市,必须打响品牌,进行推广,否则就没有溢价空间,没有市场竞争力。与沿海相比,株洲服饰企业需下大力气,开展技术设备升级,并提高工厂环境质量。株洲服饰企业要坚守企业家精神,专注行业,推动制造智能化,提高产品品质。