

宁波服装产量的全国份额从11%急跌至去年的6% “宁波装”真的碰到“天花板”了？

一组数据足够让人震惊——宁波服装产量占全国的份额，已从辉煌时期的11%左右急跌至去年的6%；规模以上纺织服装企业总产值占全国的比重，也已从辉煌时期3%下跌至去年的2.62%。

昨天下午，宁波市纺织服装行业管理办公室主任周安邦忧心忡忡地告诉他的服装企业界同行。

这似乎从另一组数据可以得到印证——据统计，去年宁波规模以上纺织服装企业总产值和销售产值的增幅分别为1.1%和2.4%，低于全国的9.7%和9.8%。

“宁波装”占全国的比重为何急跌如此之多？

“这其实与宁波许多纺织服装企业把生产基地逐步转移到中西部地区甚至国外有关。”中国服装协会产业经济研究所常务副所长陈国强一言以蔽之。

事实上，雅戈尔集团已经把部分服装生产基地转移到重庆，把纺织生产基地转移到新疆喀什、阿克苏和云南西双版纳等地；太平鸟集团也把部分服装生产基地转移到湖北宜昌；洛兹集团把部分服装生产基地转移到湖北秭归；培罗成集团把部分服装生产基地转移到江西鄱阳；斐戈集团把部分服装生产基地转移到江西抚州；维科集团把部分纺织生产基地转移到安徽……

而这些宁波以外生产的纺织服装，数据不在宁波的统计范围。

“宁波装”表面上量在急跌，但质却在提升。昨天，浙江纺织服装学院公布了《2009/2010宁波纺织服装产业发展报告》，在盘点去年宁波纺织服装产业的变化特征时认为：宁波纺织服装产业率先从全球金融危机的阴影中走出来，效益逆势而涨，亏损面进一步缩小，利润率大幅提高；产业结构调整持续推进，表现为量减价增，利润增速，昭示产业发展转型，纺织服装产业进一步向大企业集聚，大企业的经济效益明显好于中小企业。

“宁波纺织服装产业是中国纺织服装产业的一个缩影。改革开放以来，宁波纺织服装业一直扮演着标本的角色。”雅戈尔服饰有限公司董事长李如刚说，“宁波纺织服装企业现在的任务不仅仅是做大，更要做强。”

今年1至8月，宁波纺织服装业实现工业总产值589.3亿元，销售产值568.2亿元，出口交货值303.3亿元，利税52.44亿元，同比分别增长17.88%、17.54%、16.12%和16.17%。

但同时，受纺织服装原材料成本上升、劳

动力成本增加、国内外市场需求不稳等因素的影响，未来发展形势依旧严峻，创新突破，转型升级，对“三高”（高大品牌、高新技术、高附加值）产品的追求，已经成为宁波纺织服装业的“新使命”。

《2009/2010宁波纺织服装产业发展报告》的发布，让每家宁波纺织服装企业清醒地看到自己在国内外同行中的坐标位置，同时更要找准目标对症下药。虽然宁波服装业拥有众多“中国名牌”产品，但服装品牌运营仍缺少品牌提升的能量以及创造世界一流品牌的条件，服装业总体上存在着产品的创新研发能力不够、缺乏具有一定影响力的品牌、品牌文化内涵不足、品牌推广效果较差等问题。”中国服装协会专职副会长冯德虎坦称。

“建议宁波纺织服装企业在质量、创新、快速反应、社会责任进行互动，提高品牌附加值和品牌贡献率。同时，要发展现代产业体系，培育发展战略性新兴产业，加强物流体系建设，全面提高信息化水平。”中国服装协会产业经济研究所常务副所长陈国强建议。

(记者 陈旭钦)



穿上阿拉的“发热服” 时不时髦？

本报讯 记者昨天在服博会上发现，宁波企业推出的一款能随时“发电”的衣服颇吸引眼球。

羽绒服在此次服博会上的受关注程度，不亚于客商对保暖内衣的关注。北仑区一家羽绒服生产企业负责人告诉记者，他们近期接到的订单，比去年这个时候多了50%。赶到寒冬到来前，宁波斯纳格力服饰有限公司推出了一款能随时充电发热的衣服。

这款衣服的外形和普通服装并无两样，但在衣服内层接近腰部的地方，多了一条黑色的发热带，据工作人员介绍，这其实是一个取暖器，里面还有一个远红外理疗仪，充电3小时就可以持续发热8小时。

有趣的是，记者看到发热带的充电装置上有一个USB接口，也就是说，一旦衣服的电量用完，只要用导线将电脑跟这件衣服相连接，就能随时充电发热。

这种能发热的衣服还获得了国家知识产权局颁发的实用新型专利和外观专利。

据介绍，昨天一天就有四五个客商提出要做代理，而在参展之前，斯纳格力服饰公司已有2万件衣服发往东北。

(记者 徐文燕/文 王勇/摄)

3万元一套的纯手工西服让英国老裁缝忙得直冒汗

150多年的英国高档品牌正筹划在宁波开实体店

本报讯 昨天的服博会上，最贵的西服要算是英国皇家馆推出的纯手工西服，最低3万元起价，最高卖到了14万元，但即便如此，愿意花钱的大有人在。

昨日下午3点，英国皇家馆门口被围了个水泄不通，这里正在展示英国裁缝大师的现场手工制衣过程。一位头发花白的老裁缝正用针在面料上快速穿梭，而另一边，61岁的切诺正在仔细地帮一位客人量尺寸，旁边的助理手拿纸笔帮忙记录。这家“亨利百利”的品牌创立于1857年，是英国高档的洋服定制品牌，区别于一般定制的死板的式样，它的最大特色是根据人体的曲线来设计、强调合体，因此，给客人量尺寸一定要精准——光给一个客人量尺寸，切诺就花了将近一个小时，当量体完成，切诺已经满头大汗。

切诺告诉记者，如此高的价格除了款式设计外，还有它的用材，从棉线、丝线到马鬃做的硬衬，再从后背的帆布衬里到西服里面的棉花垫里，羊毛面料以及细纹布，真丝

缎面里料，直到最后的水牛角扣子，所有这些元素都必须在手工整合的同时糅进整套西服里面，而要制作这样一套西服，一般要花费6到8个星期。

然而，这样高价位的西服，并不缺乏购买者，昨天，就有6个人当场下单定制，而已经预约在今天去量体的人还有五六个。

由于看好宁波消费者的购买力，“亨利百利”目前正筹划在宁波开出实体店。

(记者 徐文燕 文/摄)



大邱庆北服装面料 “中国品牌推广总部”呼之欲出

本报讯 高腰线、荷叶边设计，灯笼袖，宫廷风……本届服装节期间，会展中心4号馆开办的“韩国馆”布置并不起眼，但其10余个品牌数百款设计新颖、面料精美、工艺精湛的韩版服装再次引来女士们的关注。

“我们此行可不单单是为了寻找代理商，而是为即将设立的中国品牌推广中心预演。”韩国服装产业研究院本部长金昌圭称。

在金昌圭看来，宁波服装以男装、正装见长，而恰恰韩国的女装则有面料多样、款式更新快等优势，倘若在中国的服装之都宁波有一个常设性的推广窗口，相信市场前景可期。

记者了解，本届服装节后，有关方面将在韩国大邱庆北自由经济合作区召集10余家品牌服装企业及20多家面料企业，选址宁波，设立中国品牌推广总部，以宁波为中心，向浙江、江苏等其他市场推销面料、服装。

届时，不仅宁波及周边的服装企业可以直接在推广中心采购到来自韩国的面料，各品牌代理商、甚至是普通市民都可以通过网络平台选购，并就近在推广中心看到性价比最高的韩国服装。

而这，也是韩国大邱庆北团队连续6届参加宁波国际服装节，并对宁波的服装、面料消费市场作出了全面的了解和调查之后作出的决定。

“大邱是个以面料纤维著称的城市，而宁波的纺织服装海内外闻名；大邱有着60多家品牌服装企业，以女装为多，而宁波以男装为优势；每次服装节后，参展企业都会向我们抱怨，常常因为语言等原因与潜在客商失去了后续联系；实际上，新世界、金光、银泰等商场现在销售的不少韩国品牌服装在宁波市民中接受度都是非常高的，品牌推广中心的落户顺理成章。”本届服装节韩国部部长芮勇告诉晚报记者。

这个品牌推广中心的初步设想是，在写字楼设一个150平方米左右的展区，此次参展的KAKI、Mw design、ssene等经营了15年以上的中、高档品牌服装均会进入展区，服装的价位普遍在套装1500元左右、单件针织衫500元左右，品类涵盖正装、职业装、休闲装等。(记者 崔凌琳)



昨天，一进入服博会一号场馆，“世博中国红”外观绚丽夺目的布阵就引人注目。(记者 龚国荣)

宁波服博会成立采购商服务中心

本报讯 宁波服博会第二届经销商对接大会昨天举行，在3天的时间，将有近80家国内外买家与本届服博会参展企业中的150多家服装企业现场对接。

记者昨天在国际会展中心2号馆、3号馆中间的休闲区看到，整个会场有31个洽谈台，采用“一对一、面对面”对接洽谈形式，每一次对接洽谈都被安排在一个封闭式的空间，四周都有隔板隔开，保证了私密性，每场洽谈时间为15分钟，洽谈间隔时间为5分钟，即每隔5分钟安排一场洽谈。

为了便于洽谈双方语言沟通，对接会有专门工作人员在会场引导与服务，还有专门的翻译服务。

(记者 徐文燕 通讯员 邓远德 成羽)

G3 数智版

激扬上市 价格: 7.79 - 10.99 万元

比亚迪 — 戴姆勒·奔驰的技术伙伴
股神巴菲特的投资选择

数字智能中级轿车

A3销售网 G3 F3R S8 ...

宁波洛兹 0574-28816000 宁波市鄞州区石碶街道洛兹工业园区
宁波舜迪 0574-62796666 余姚市子陵路111-1号

TEL: 4008-305-888
WEB: www.bydauto.com.cn