

经济新常态背景下我国服装产业的转型性研究

翟雨婷 赵洪珊

北京服装学院

DOI:10.32629/ej.v3i3.446

[摘要] 随着经济全球化趋势的迅速发展,当今世界的经济结构出现了新态势。为了顺应该发展趋势,我国在产业结构上不断进行调整与优化,从而确保成功实现经济转型;而在经济能力提升的同时,会带动许多要素的变化。国家主席习近平于2014年5月在河南考察时就提出了一个概念——经济新常态。我国现如今正处于转型发展的重要战略时期,因而必须清楚地认识现状与未来的挑战。经济新常态在经济层面分为两个状态:一是“新”,表示的是对传统的模式进行调整之后做出的革新模式的建立;二是“常态”,表示的是一种普遍运用的状态;而在经济新常态背景下,我国的产业结构也在不断变化,作为重要产业之一的服装产业面临着许多机遇与挑战,产业的转型升级势在必行。本文将以此作为切入点对我国服装产业进行转型升级的研究,从而开创服装业新的发展趋势。

[关键词] 经济新常态; 服装产业; 转型升级

1 经济新常态的概述

经济新常态指的是经济发展水平进入一种稳定持续发展的状态,体现了中国在探索道路上不断地追求经济转型升级,从而提升国家的竞争力与国际影响力。经济新常态并非一个独立的概念,它由许多要素组成,要素的发展在一定程度上促进经济新常态提升到更高的水平,经济新常态的变化也会带动要素的连锁变动。

1.1 经济新常态要素

经济新常态已成为我国经济新的发展趋势,其内含许多要素,其中主要有消费需求、投资需求、出口和国际收支、产业组织、生产要素、资源配置等要素。

1.1.1 消费需求

党的十六大报告提出,“发展经济的根本目的是提高全国人民的生活水平和质量”。要想提高人民的生活水平和生活质量,首要的就是改善民生。在经济新常态背景下,必须充分了解消费者的需求,也就是要知道最广大人民需要什么、想要什么。消费需求的决定性因素是消费者的消费习惯与消费观念,其影响因素是经济发展的潮流趋势。

1.1.2 投资需求

如果能适应经济发展的新常态,那么就能够一定程度上对投资的需求创

造动力;投资主体一般是企业,通过多方的投资会建立一定的产业基础。投资需求的产生,一般都是在传统产业处于饱和和状态下,由此延伸出其他创造性的投资需求,例如基础设施、新技术、新的商业模式等方面能够挖掘出投资需求的多面性。投资方向的把握与投资壁垒的及时消除能够促进我国经济水平的提升。

1.1.3 出口与国际收支

全球化经济发展的潮流趋势,为中国打开了一定的国际市场,中国的经济产业在国际上的知名度和国际影响力都在不断提升,出口也在一定程度上成为拉动经济增长的一辆“马车”。与此同时,经济全球化不仅为中国在国际打开了市场,国际舞台也把市场搭建在了中国,我国有着极强的出口竞争力优势,高水平引进来与大规模走出去齐头并进,由此也产生了国际收支这一要素,对于经济新常态的发展起着重要作用。

1.1.4 产业组织

在产业的发展上总会存在两个经济上的问题:“供不应求”与“供过于求”,其实也就是供需失衡;传统产业基本存在的是供给大于需求,这也就决定了产业组织结构优化的必然性,以此迈向更专业、更智能的产业组织体系。

1.1.5 生产要素

从过去来看,生产活动中主导的要素是劳动力,并且大多是低成本的劳动力支出,而在人口老龄化趋势不可控的影响下,劳动力这一要素色彩逐渐不明显,为了寻求新的产业生产要素活力,技术创新必须成为生产要素的引擎动力,从而促进经济新常态的持续稳定发展。

1.1.6 资源配置

传统产业利用了大多数的能源资源,并开发了许多生态环境空间,导致环境承载力受到一定的影响。而现阶段由于需求与供给类型之间的矛盾,造成一定的产能过剩,任何产业都需要用到资源,合理地利用配置资源,才能够引导经济新常态可持续发展。

1.2 经济新常态要素与服装产业的联系

经济新常态有着许多影响要素,本文考量的是要素与服装产业的联系,从而推动传统服装产业转型升级的步伐。并且基于可行性,综合多要素分析的复杂性,以及服装产业本身的典型性,选用消费需求、投资需求、市场竞争三个要素进行研究分析。

1.2.1 我国服装产业与消费需求的联系

消费需求在服装产业显示出来的特性就是消费者的需求,它主要是由消费者的观念和习惯决定,而近年来我国消费者消费观念的变化是非常大的,开始由穿得暖向穿得好转变。以温州服装为例,温州是全国服装业五大产业集聚区域之一,它拥有极大的生产规模和多样化的生产,消费者形形色色的需求都能在这里得到满足,这也就奠定了它在服装产业能够树立一面旗帜的地位。

1.2.2 我国服装产业与投资需求的联系

服装产业的投资需求指的是企业或生产公司发现了新的服装产业发展苗头,从而确定投资的偏好。投资偏好分为三种类型:成长期投资、成熟期投资、并购整合投资。服装产业在不同环节也会有不同的投资需求机会,一般情况下为四个方面:一是生产环节,比如服装品牌代工厂、供应链、数字化服装产能集群等;二是渠道建设,一般为实体店营销渠道+D2C、淘宝、唯品会、京东等互联网营销渠道;三是品牌建设,例如腾讯收购海澜之家、淘品牌等合并或收购延伸出的品牌投资机会;四是服装技术,像是服装的面料研发、智能设备等方面产生的服装产业投资的需求渠道开拓。

1.2.3 我国服装产业与市场竞争的联系

根据中商情报网进行数据收集统计可知,近五年来我国服装产业市场销售量一直都呈上升趋势;同时受到消费升级和消费者提升生活水平需要、收入增加等因素的影响,我国服装产业发展具有很大的不稳定性,其中面临着巨大的挑战。

2 我国服装产业的研究性分析

2.1 我国服装产业的现状

我国现阶段的服装产业仍然处于转型升级的重要探索时期,理论上讲,我国的服装产业依旧是传统型产业。有数据显示,中国着衣类价格百分比有下降的趋势,服装行业的销售量主要是靠打折促销活动而实现的,甚至一些世界顶级名牌服装也必须通过打折活动作为销售手段。城市消费者对服装产业的流行



(数据来源: Euromonitor International, 中商产业研究院整理)

元素趋势有着很大的关注度,调查显示,近半数的消费者会购买服装类杂志和报刊,因此不难看出,流行趋势在很大程度上引导着消费者的偏好选择,从而决定服装产业发展状况。

2.2 新型服装产业出现的必然性

我国现如今服装市场正处于转型升级的关键时期,由于新兴服装产业需要以消费者需求为基础而发展,其本身便具有战略性、时尚性、高预期收益性等显著特征,新型服装产业的产生无疑是一个必然趋势,它是在传统服装产业的基础上实现高质量发展的重要引擎。现如今我国经济发展秉持着五大理念:创新、协调、绿色、开放、共享发展,由此必须挖掘出服装产业的发展潜力以及其独特优势,并由此推动我国传统服装产业的产业结构调整、技术结构调整、产品结构调整和服务创新,以此来促进服装经济的转型发展。

3 国服装产业转型升级面临的难题

3.1 预估消费需求难度大

在全球经济危机的影响下,我国消费者的消费观念开始发生了一些转变,多元化的消费需求越来越成为服装产业转型升级的发展主流,从以前的“服装产业生产什么我需要什么”到“我需要什么服装产业生产什么”的转变,这也就意味着服装产业转型升级的难度增大。由于消费者的需求已经成为主导要素,且这一要素极具主观性,不具备客观物质的易研究原则,所以在我国服装产业转

型升级过程中如果错误估计了消费者的需求方向,就意味着服装产业的转型升级面临着一定的起步困难。

3.2 阶段投资风险高

服装产业在转型升级阶段会产生许多投资需求,企业等组织凭借着敏锐的嗅觉,会抓住投资产生生产的这一态势,进行服装产业的引导发展。但是服装产业的发展有着许多不同的阶段,这也意味着不同阶段有着不同的投资机会。

一般分为四个环节:生产环节、渠道建设、品牌建设、服装相关技术研发。生产环节一般是一些服装代工厂、服装供应链,批量生产等方面,生产环节大多为批量生产,但服装产业现如今不管是在生产还是设计环节,都必须做到软硬件兼备,因此会从之前的单品加工转变为个性化生产等,因此选择投资于生产环节也面临着巨大的挑战。

3.3 内外市场挑战多

随着全球化经济的快速发展,我国服装产业的转型升级势在必行;要想做好服装产业的转型升级,就要积极面对市场竞争的挑战,寻求最优发展道路。而市场竞争不单存在于国内市场,国际市场也给产业转型升级带来很大的挑战。

4 我国服装产业转型升级的策略及建议

由于我国服装产业转型升级过程中会面临许多挑战,主要体现在消费需求(需求)、投资需求(供给)、市场竞争(市场)三个方面,因此针对这三个要素在转型升级中存在的问题,提出相对应的

电子商务时代农业经济管理信息化建设探讨

顾宝坤

云南经济管理

DOI:10.32629/ej.v3i3.447

[摘要] 我国作为农业大国,农业经济管理水平会直接影响到我国经济发展。随着电子商务时代的到来,给农业经济管理发展调提供了了动力,建设农业经济管理信息化模式,可以进一步促使我国发展农村经济,实现统筹调控,实施全面管理和评估。在此背景下,本文主要对现阶段我国农业经济管理发展现状以及电子商务时代农业经济管理信息化建设提升对策进行分析。

[关键词] 电子商务; 农业经济管理; 信息化; 建设途径

电子商务的兴起带动了很多行业发展,目前我国农村经济发展的主要形式之一就是农业,发展农业可以全面推动农村改革和建设。基于电子商务时代,可以促使我国农业经济向产业化、规模化方向发展。但是从以往的农业经济管理模式看,还存在诸多问题,其发展已经无法适应现代社会需求,因此,有必要加强信息化建设,为保障农业发展做好基础铺垫。因此,本文对电子商务时代农业经济管理信息化建设相关问题的研究,有着重要意义。

策略与建议,以确保我国经济新常态背景下服装产业转型升级的正向态势。

4.1 把握消费者多元化需求

服装产业、消费者、生产者三者的关系正在不断地重新架构,随着经济新常态的出现,消费者成为服装产业转型升级的主导因素,也就是服装产业是随着消费者的需求应势而生的。因此把握消费者多元化需求就成为一个非常关键的策略机制。服装产业必须抓住时代发展潮流,做好充分的市场调研,明确自身的目标市场定位,根据目标群体的特性以及心理追求,抓住消费者的核心需求,更好地提升消费者的体验感受。

4.2 找准投资切入点

由于消费者多元化需求趋势越来越为大家所接受,对于服装企业的投

1 现阶段我国农业经济管理发展现状分析

1.1 缺乏健全的信息化管理体系

技术体系的建立可以说是促使我国农业经济管理信息化建设的重要基础,但是经济信息化管理体系缺乏完善的标准和规范,这给新技术的融入造成了一定阻碍,导致原有技术和新技术进行兼容,对农业经济管理信息化建设发展造成了严重阻碍。此种不够完善的管理标准与规范,会在很大程度上影响到农业经济管理信息化建设的成效,进而对国家管理农业

资也增加了新的难度,并且投资有着不同的环节,不同环节也有着不同的投资机会。

4.3 打造自身品牌文化

就国内市场而言,我国服装企业应摒弃低价竞争这一市场营销策略,而要更多地创新市场营销方式,比如融入绿色营销、时尚营销等重点领域,打造自身的服装品牌优势,提升自身的知名度,建立起一定的市场基础。

就国外市场而言,则应取其精华,弃其糟粕,在学习国外先进技术和理念的同时必须坚守自身的品牌特色,做到借鉴性的学习,比如快时尚品牌就利用了现如今消费者消费周期短、需求多元化等特点,做消费者满意的快时尚品牌。此外,我国服装企业在转型升级过程中可以融入一些中国元素、绿色观念等,这可

经济工作增加了一定的困难。

1.2 信息化平台功能缺乏完善性

基于电子商务时代,为了更好发展农业经济管理,需要建立在网络信息化平台基础上。我国相关领域研发技术人员虽然在不断探索,但是从目前网络平台实际运行过程看,其功能缺乏完善性。究其根本,主要是农业经济管理信息化建设本身就非常复杂,在整体系统中,存在诸多下属分支系统,所以在管理建设中不统一实现统一规划管理,在加上系统之间缺乏足够的紧密性,所以导

使其成为自身的市场竞争优势,做独一无二的中国服装品牌,从而开创走向国际市场的道路。

基金项目:

北京市教育委员会社科计划项(SM202010012001);“新零售驱动的服装企业商业模式创新研究”。

[参考文献]

[1] 郜成龙.“互联网+”背景下服装产业升级研究——以温州为例[J].电子商务,2017,(09):20-21.

[2] 朱旭明.“一带一路”战略下的无锡纺织服装产业升级策略研究[J].轻纺工业与技术,2018,47(12):33-35.

[3] 董正.聚焦智造赋能服装产业转型升级——第四届中国服装智能制造高峰论坛召开[J].中国纺织,2018,(12):109.