

以时尚的名义加快产业转型升级 中莹皮草：创新力成就皮草企业未来

■记者 潘晓琴 本版图片由受访者提供



7月5日至7日,2018“时尚深圳展”在设计之都、时尚之都、创新之城深圳开展,崇福皮草首次以组团形式亮相展会。这次组团的9家崇福皮草企业是该镇优中选优,具有丰富创新活力和品牌影响力的企业。桐乡市中莹皮草服饰有限公司就是其中一家极具代表性的企业。

从“时尚深圳展”回来后,桐乡市中莹皮草服饰有限公司总经理徐卫国笑意盈盈:“这次参展收获不小,尤其是和深圳几个知名服装品牌建立了联系,接下来还要来我们公司深入洽谈,寻求合作,我们很高兴。”

让徐卫国如此兴奋的原因,不仅在于公司的知名度提升了,客户有进一步合作的意向,同时更多地还在于他们在深圳这一创新之都打响了“崇福皮草”的品牌。他说:“以前我们都是专注做自己的产品,很多时候品质做出来了,但是只赚取了生产、加工那部分小利,大头都被品牌公司拿走了,都是在帮别人做‘嫁衣’,现在出去了一趟,崇福皮草产业的影响力提升了,让我们更有信心做自己的品牌。”

事实上,从1992年在崇福创业从事皮草行业以来,徐卫国专注这个行业已经26年,从家庭作坊做起,以毛领、毛条起家,到如今公司转型主要从事貂皮服饰生产。从徐卫国的创业之路,我们可以一窥崇福皮草的转型发展。今年,公司从年初开始就订单不断,加紧生产,5月起更是加班生产,截至目前,公司今年销售额已超1200万元,预计全年产值同比增长一倍。

从附加值较低的毛领、毛条加工到定位高端的貂皮服饰,公司转型背后凝聚着怎样的付出和努力?为何在皮草产业深度调整的当下,中莹皮草能保持如此强劲的发展活力?接下来,公司又有着怎样的发展蓝图?围绕这些问题,记者日前来到崇福,走进桐乡市中莹皮草服饰有限公司,深度对话徐卫国。

【企业名片】

桐乡市中莹皮草服饰有限公司是一家专业生产水貂服装、帽条、毛领、毛花、围巾、披肩、裘皮包以及各种皮毛装饰品的公司。产品源源不断地出口美国、德国、意大利、加拿大、西班牙、日本、韩国等国家和地区。

公司关注并把握服装的流行趋势,创立自主品牌——“冰妃天使”,深受国内外消费者的喜爱。公司在竞争中不断攀升,取得GB/T19001-2016/ISO9001:2015国际质量体系认证,GB/T24001-2016/ISO14001:2015环境体系认证,保证企业全面进步,高速发展。在立足国内市场的同时,本着“在质量中求生存”,企业荣誉“真皮标志”称号,并连续多年取得“企业资信等级AAA级”荣誉称号。

记者:当时为什么从事皮草产业?能回忆一下创业之初的情况吗?

徐卫国:我是崇福人,崇福镇的皮草产业起步于20世纪70年代,形成于90年代,21世纪后得到迅速发展,是镇上的支柱产业,也是传统优势产业。当时,我们那一片几乎家家户户都从事这个产业,主要是毛领、毛条的生产加工。1992年,我也随大家加入这个行业。那时的竞争没有现在激烈,人工成本很低,就是做加工,小日子也过得不错。

渐渐地,这个行业的“水温”开始上升,人工成本不断攀升,做加工,拼价格,利润空间越来越小,我开始意识到,这样下去企业走不远。大约2008年的时候,我调整定位,目标高端,开始做水貂服饰。

记者:从毛领加工到做高端水貂服饰,转型中,你认为最关键的是什么?

徐卫国:最关键的是创新能力。加工技术含量低,对设计等也没有特别的要求,但是做服装不一样,尤其是要做高端

服装,设计就是灵魂,这考验的是一家企业的创新能力。

为此,我们不仅成立了自己的设计师团队,而且与意大利设计公司建立长期合作关系,共同开发产品。每年,我们在设计上投入的成本平均超200万元。高额的设计费用也带给我们较高的产出回报,现在我们每年可以推出200余个款式,而且爆款几率很高。这也说明在设计上,我们现在确实是领先别人一步。

记者:今年在款式方面,我们有哪些新的产品推出?

徐卫国:今年我们推出了“全抽”工艺的水貂服饰。一般来说,为了保持较好的保暖度,貂皮服饰越厚越好,但这样穿在身上,往往会有臃肿的感觉。我们这种采用“全抽”工艺的水貂服,较普通水貂服更轻盈,贴合度更好,不仅可以更好地凸显穿着者的身材,而且其保暖性丝毫不会减少。穿上这款服饰,非常显瘦,很符合现代女性对美的追求。

一针一线 创意无限

品质是创新的基础

记者:做高端皮草,对品质的要求也很高吧?

徐卫国:那是当然。品质是创新的基础,如果没有好的品质支撑,那么,再好的款式只能是快消品,对我们定位高端貂皮服饰的企业来说是没有生命力的。

这次我们去“时尚深圳展”,让我感到很自豪的是,影儿时尚集团的相关负责人来我们展会后,对我们的品质非常肯定,认为我们的产品不仅款式新颖,而且品质非常好,很符合他们挑选供应商的条件,具有较强的产品竞争力。

事实上,这些年来,我们在品质的把控上付出了非常多的努力。首先是从源头把关,做皮草产业,没有好的原材料,

好品质就是空谈。我们去国外拍卖会上拍原皮,都是不惜重金拍下最高等级的原皮,一般来说,皮草原皮分7个等级,最高等级是紫金级别,我们基本都是拍这个皮,这样下来,光是原材料,一件貂皮服饰的成本价就会比差的等级高出1500至2000元。

其次就是做工。我们的产品生产工艺全部采用意大利工艺,这是我们专门选派员工去意大利学的。我们车间这几年建立了标准化质量体系,每一道工序都有严格的生产制作标准。从针迹、针痕、表面、领子、扣里、门襟等都有严格的要求,比如,我们规定,一件衣服缝边的地方,每3厘米不少于7针,员工必须按照这样的标准来

生产,否则产品就是不合格的。

此外,我们还有一套严格的检验程序,每一道工序后就会有专门的检验人员复检,一件貂皮服饰出厂前,要经过8至10关的检验。这样严苛的生产要求,大幅提升了我们公司的产品品质。

记者:听说我们还有专门的售后服务?

徐卫国:是的。做服装有售后电话的,但我们定位就是高端人群,必须做好售后服务。为此,我们不仅推出了“一年免费清洗,终身保修”的服务,还专门成立售后服务部,建立回访制度,开通400电话,以最好的售后来提升消费者对对我们品牌的认可。

记者:在品质、售后方面这么注重,你们企业有什么样的收获?

徐卫国:最重要的是赢得了顾客的心。买貂皮服饰跟一般的服装不一样,客户带动客户的比例很大,尤其是我们做高端产品的,这些人不差钱,但是他们对品质的要求非常高,而且他们有一个圈子,如果你有好的口碑,那么,发展会很快,反之就会举步维艰。从现在我们的销售情况来看,口碑效应正在显现,比如,我们会出现一个区域的销售攀升,这就是你一旦打开了一个消费者,那么,这一片都会成为你的潜在客户,而我们一个区域的销售攀升也恰恰说明我们的产品赢得了消费者的心,让他们成为我们产品的最好代言人和推广者。

微笑曲线两端发展

记者:这几年我们在营销方面有什么创新举措吗?

徐卫国:这几年我们借助电商,发展也很迅速。一般来说,大家觉得电商销售高端貂皮服饰可能比较难,其实不然。一方面,我们的产品定位在25至50岁,这部分人中,网购的比例非常大,另一方面,我们在电商平台推出了“7天无理由退换货”,消费者也可以放心地购买我们的产

品。当然,这样一来,更加倒逼我们提高品质,否则,退换货带来的成本也非常大。

这几年,我们从尝试电商销售,到如今线上销售占据近半壁江山,可以说,品质是最大的支撑力。

记者:接下来,我们企业有怎样的发展愿景?

徐卫国:这次去深圳,我们和几个国

内知名服装品牌公司有了不错的接触。以前我们合作商大多在北方,现在南方的这些大品牌也有了合作意向,尤其是一些国内高端的品牌,希望接下来我们能有更进一步的合作。

当然,和品牌公司合作不是我们的最终目标,我们最终是希望打造自己的品牌。但是,品牌的打造之路很长,也很难。我们想通过和国内这些高端品牌商合作,

倒逼自己进一步提升品质,学习他们的品牌经营理念,让这些成为自己打造品牌的养分。

解码桐企

JIEMA TONGQI

桐乡新闻与桐乡市经信局联办

讲文明树新风



晓之底車
脚踏車

传家风、扬家训



风雅桐乡