

植根时尚男装,覆盖线上线下 宁波“慕尚”成为港交所新零售第一股

前不久,宁波的慕尚集团股票在香港联交所正式挂牌交易。据了解,慕尚集团是目前港交所唯一一个以新零售概念上市的企业,被誉为新零售“第一股”。

提起慕尚集团,很多人会觉得陌生,但提到时尚男装品牌GXG,很多人都很熟悉,慕尚集团就是GXG的母公司。

慕尚集团植根于时尚男装领域,在经营2250线下店铺的同时,亦覆盖天猫、淘宝、微信小程序、唯品会等线上渠道,旗下有GXG、gxg jeans、gxg.kids、Yatlas、2XU等多个品牌,致力于追求时尚穿着和个性的年轻顾客提供高质量、多层次的时尚体验。

电商发力

慕尚集团位于宁波鄞州,成立于2007年。早在2010年,慕尚集团便将业务拓展至线上渠道。当年,GXG品牌上线天猫仅3个月,便于“双11”创下单日销售额破千万的纪录。此后才进驻上海、北京等一线城市,几乎没有经历转型的阵痛期,成长也超乎寻常的顺利。

天猫公开资料显示,2011年至2018年,GXG男装在男装品牌中连续八年排名前三,并于2011年、2016年和2018年荣居第一。去年天猫“双11”,GXG更超过优衣库成为销售额最高的男装品牌,12个小时销售额达3.35亿元,超过前年“双11”单日销售总额,连续十年领跑行业。

回顾其近几年的发展经历不难发现,无论是线下门店营收还是线上渗透,慕尚集团都给出了不错的答卷。根据其招股书显示,以零售总收入计,2018年慕尚集团在中国时尚男装市场的占有率约为3.3%,全国排名第二,稳稳站在第一梯队。而以线上零售收入计,公司排名第一,线上渗透率全中国领先,达到

36%,高于同期21.5%的全国水平。

正是在电商、数字传媒、社交App等多渠道线上拓展,近年来慕尚集团得以快速提高线上渠道销售比例,去年,该公司来自线上渠道的销售额占比为35.7%。

拥抱新零售

在品牌服装行业,新零售已是大势所趋,慕尚集团早就觉察到线上、线下两个渠道潜在的协同效应,2014年就开始尝试线上付款、线下取货,2016年开始建立云端库存共享及分配系统,推动线上、线下融合的新零售商业模式,让消费者买到合适的、超出预期的产品。

去年,慕尚集团又迈出重要一步,开始升级线下零售店,将其打造为智能店铺,并与天猫等平台建立涉及会员、商品、数据及门店的全链路深度合作。11月4日,GXG与天猫合作的首家新零售体验店在南京建邺万达正式开业。这家店里聚合了天猫上众多新零售技术,从“一键试衣”“微笑领红包”到“互动游戏”一应俱全,一系列有趣的玩法吸引了大量消费者前来体验。店铺内设置的微笑打折机,成了年轻人必到的打卡点,只需要在机器前展示一下笑容,就会被匹配到折扣红包。

慕尚集团准确把握当下粉丝经济时代的特点,打通线上线下渠道建立基于忠实粉丝群体的“粉丝经济”。数据显示,截至去年底,该公司会员总数约1120万人,两年来增长83%以上。日前,GXG联手网易共同打造以“濒临动物”为主题的沉浸式快闪店,消费者们不仅可以在展区内通过互动装置与动物们进行互动,还可以在展区内购买到GXG造型独特的罐装T恤。不仅如此,四大“濒危动物”还是今年GXG 2019

夏季新品的创作元素,如此独特精妙的营销模式在以创意为先导的时尚行业内也是少有的。

慕尚集团CEO余勇表示,凭借之前积累的用户数据,该公司还计划将线下店面升级,增加人脸识别、店铺感应器等,掌握商品的试穿次数、顾客的店内购物足迹等重要信息,增强线下的数据收集能力,优化用户购物体验。

未来可期

中国中产阶级崛起,消费者的消费力提升,服装市场潜力十足。中国服装市场产生的零售收入由2014年的1.41万亿元增加至2018年的2.31万亿元,年复合增长率为13.1%。2018年至2023年,预计线上平台的年复合增长率将达到21.6%,高于其他渠道,这意味着线上渗透率最高的慕尚集团占据着中国时尚男装增长最快的赛道,也将是线上平台增长的最大受益者。

目前,慕尚集团具备设计创新及经营管理能力,并且已经建立了良好的品牌形象,是占据消费者心智的领先品牌,由于男装品牌的消费者黏性高,在品牌地位确立后,集中度容易稳定提高。因此,在线上线下全渠道的开拓战略下,慕尚集团未来有望持续受益于行业的增长。

眼下,无论是信息技术、库存管理还是供应链,新零售模式正重新定义行业的结构及业务模式,并且正在刺激潜在需求。余勇表示,大数据技术的应用既可以让慕尚集团在产品设计上更加贴近消费者需求,也可以让公司中间环节的运营效率获得大幅提升。

笔者注意到,慕尚集团此次上市募集的资金,一部分就用于线下零售店升级为智能店铺、建设先进智能物流中心等,这必将增强集团今后的竞争力。

张文胜



“安全生产进千企”

绍兴市柯桥区总工会依托“安全生产进千企”活动,积极引导企业开展劳动安全演练、安全操作比武等“安康”杯竞赛活动,发动职工开展查找身边事故隐患、提安全合理化建议等,做到个人无违章、岗位无隐患、班组无事故,有效防范遏制重特大事故的发生。

图为安全专家在绍兴星德汽车维修有限公司正在对升降机进行全面“体检”。

钟伟 徐晖

诸暨企业多途径积极应对中美贸易摩擦 技术创新成为开拓市场的重要法门

面对严峻形势,企业如何使正常生产经营不受太大的影响?近日,记者走进诸暨市工业企业一探究竟,在应对中美贸易摩擦中,该市一大批企业都根据自身实际,采取不同的措施加以积极应对,取得了一些实质性的成效。

技术创新永远是企业应对市场竞争的主要手段。浙江海润精工机械有限公司是一家自主研发生产全自动智能化袜机的高新技术企业,近年来已获得国家发明专利28项、实用新型专利27项,抢占了国际智能袜机高端领域,在生产工艺技术上已超过了意大利圣东尼公司,成为全球第一家应用全自动电脑袜机生产制造功能性五指袜等特种袜子的针织高新技术企业。该项技术一问世,就受到了韩国、日本等国家的追捧,成为国内外许多高端客户的抢手产品,目前出口韩国、日本的订单已超200台。另外,国内企业的订单也纷至沓来,海润全自动智能袜机供不应求。

泰荣针纺集团目前在诸暨大唐、杭州、上海、安徽淮北、美国、柬埔寨都设有生产基地和研究基地。

2006年,美国对中国袜子出口设立配额制后,公司利用柬埔寨出口美国“零关税”的政策,迅速在柬埔寨征地200余亩,设立了拥有700余台袜机的生产基地,10多年来每年稳定地向美国出口价值3000多万美元的袜子。

随着中美贸易摩擦的持续,美国大客户纷纷前来企业商谈如何应对事宜。泰荣针纺集团根据自身实力和近年来成功拓展国内中高端市场的情况,经过多轮商务谈判达成协议,同意由外方企业出资,将淮北的800余台袜机转移到柬埔寨生产基地,继续为“老客户”生产加工“服务合作,外方也同意将订单转移到柬埔寨生产基地,实现企业保产增效目的。与此同时,泰荣针纺集团计划在大唐和淮北两个生产基地新增海润研发生产的全自动智能设备,大力实施“珍珠生活科技艺术园区”开发新项目,专心开拓国内外中高端市场,该项目今年国内销售预计可突破亿元。

通过自动化、智能化、信息化、先进装备技术改造,减人增效,吸引更多订单,浙江秀欣科技有限公司

自主研发的自动化智能化生产流水线,织袜工人数比过去传统工艺相比减少90%以上,人工成本大大降低,市场竞争优势十分明显,订单饱满。秀欣科技1-5月订单增长了10%左右。目前在大唐许多企业无订单停产状态下,秀欣科技刚接到几千万双的订单。

地处诸暨店口的埃里斯克工程机械有限公司近年来加大科技创新力度,大型高端工程机械研发生产走在世界前列。为加快国际市场开拓力度,应对中美贸易摩擦加剧,主动与美国特雷克斯(国际最大工程机械销售商之一)开展商务谈判,双方各自利用自己的优势,合作开拓美国市场和其他国际市场,并达成合作共识,由埃里斯克负责产品研发与生产,特雷克斯负责市场销售和售后服务。5月底到6月上旬,美方已派遣9名员工到埃里斯克店口工厂进行现场学习,掌握安装和售后服务基本要领,目前已学成回国。该公司董事长王成永说,两家公司合作后今年公司出口可增加五倍。

本报记者 孙常云 通讯员 杨云贵

萧山商业城“品牌兴市”助发展

杭州天华伞业有限公司创始人高振芳,自创的“天丽”牌晴雨伞,不但远销全国20多个省、市、自治区,而且出口俄罗斯、葡萄牙等多个国家。像高振芳这样通过创品牌做大做强的经营户,在杭州萧山商业城很多。

多年来,萧山商业城实施“品牌兴市”战略,通过引进优势品牌、打造自主品牌、提炼管理品牌、巩固大商城品牌,从而深化整个市场的品牌战略意识,重塑商业城的品牌形象。

萧山商业城积极参与市、区购物节、美食节、消费节,举办商品展销会、订货会,搭建服务平台,各项经济指标持续十年稳健增长,年均创税利近亿元。多次召开品牌大户、经营户座谈会,推进“品牌兴市”战略,促使全城经营户转变经营理念。通过抓质量提升、长效机制建设及转企后续服务,积极鼓励经营户做大做强、转型升级。2013至2017年,共完成“个转企”(个体工商户转型升级为企业)248家。

在品牌战略引领下,从市场起步发展壮大的企业、经营大户比比皆是,他们与名优产品厂家“攀亲”,与全国各地的知名厂家建立总经销、总代理、特约经

销的关系,昔日的小商贩逐渐变成了大老板。

早在1997年,市场经营户许海森就创办杭州永和电缆有限公司,产品通过了国际质量认证,注册的“永飞”商标在业内鼎鼎有名。1995年,韩丽娟在商业城仅有一个20平方米小店面,在市场引领下,她一路摸索,目前已开办了12家企业,主营化工类产品和一次性塑料制品,产品全部出口至18个国家和地区。作为第一批市场商户之一,杭州源鸿贸易有限公司总经理何伟荣重视品牌运作,一开始就将销售目光放眼全省,逐渐形成营销网络,如今他既是红牛维他命饮料杭州地区的总经理,还是椰树牌椰汁浙江北地区总代理、旺仔牛奶系列总经销。2010年,他又进入酒类行业,目前五粮液萧山旗舰店已通过厂家审批。

星星之火,可以燎原。萧山商业城于1992年10月建成,开业27年来,“品牌兴市”之路越走越宽广,驶上了发展快车道。据不完全统计,萧山商业城12个专业市场共有总经销、总代理品牌1000余个,自创品牌130多个。商业城年销售额5000万元以上的经营户有200余家,年销售额1亿元以上的有50余家。

电商风起云涌,网络经济崛起,新形势下的实体

市场如何谋求新发展?萧山商业城与时俱进,提出“流通业态现代化”,积极推进网上市场建设,在赴外地考察取经的基础上,依托实体市场,联合城内电商实力商户优势整合。目前,萧山商业城网上市场共在册2200多家店铺,6万余件优质商品实现网上网下“两条腿”走路,以实际行动为“实体市场黯淡”之说辟谣。

思路决定出路。萧山商业城管委会、开发总公司通过积极转变思路,嫁接先进模式,创新交易方式,打造品牌效应,拉长产业链,开拓国内市场,取得较好成效,全城市场交易额持续实现增长。如今的萧山商业城,已发展成全国知名的大型综合性商贸城,多年来已连续获得“中国品牌市场基地”“全国十大综合商品交易市场第一名”“中国商品综合类百强市场”“中国商品交易市场百强”“中国十强品牌市场”“中国优秀示范市场”“中国商品市场百强”等一连串殊荣。

2018年,萧山商业城保持了持续稳定发展的态势,全年网上网下实现商品成交额278亿元,同比增长5%,创历史新高。

吴春友

太阳股份专注一根曲轴生产

日前,位于杭州湾上虞经济技术开发区的浙江太阳股份有限公司翻砂车间内,去年底全新上马的商用车水泵泵壳生产线边,工人们正忙着将产品装箱,它们将远渡重洋,发往美国、德国和非洲等地。这是这家专注曲轴生产的企业在铸造业上新的增长点。

仅去年一年,太阳股份就向美国GENERAC公司供货曲轴近20万条,销量同比翻番。太阳股份与美国GENERAC公司合作已有20余年,一开始与美国公司谈合作时,对方提出毛坯还要从日本进,太阳股份只能做加工。公司董事长王荣庆不服气,硬是拿着日方的毛坯样品和自家毛坯进行理化分析,一项项数据比对了后,成功让对方改了口。

2016年底,GENERAC公司告知太阳股份,为提高曲轴强度,他们将逐步用钢铸曲轴代替原来的铸铁曲轴。怎么办?放弃还是迎难而上?公司与国内相关院校联手研究,对专供GENERAC公司的曲轴生产线引入全新沉槽滚压工艺,细抠技术参数,一年中将原球墨铸铁曲轴的抗疲劳强度提高至50%以上,强度可媲美钢铸曲轴。品质才是硬道理,GENERAC公司转而宣布,其所有产品的曲轴均由太阳股份供应。去年7月,中美贸易摩擦升级,曲轴和泵系列产品也被加征关税,GENERAC公司主动提出增加的关税部分由GENERAC公司、太阳股份和进出口贸易公司三方共同分担,太阳股份从美国“飞”来的订单不减反增,逆势增长。“美国本土企业配套零部件的全球采购量是增加的,太阳股份是贸易摩擦中少有的受益者。”王荣庆说,公司还被美国公司誉为“世界级最优秀供应商”,双方目前正在进行另一项重大合作的洽谈。

太阳股份在国内也有很多长期合作伙伴。去年下半年,一汽长春驰来了橄榄枝,太阳股份中标的45L、63L型号的锻钢曲轴量产,一汽长春要求年产达到15万条。“生产都来不及。”王荣庆说。

当别的企业醉心于“多点开花”时,数十年来一心一意做曲轴的太阳股份研发出数百个曲轴品种,获得数十项专利,并向曲轴的上游产业毛坯和铸造上进军。在太阳股份的曲轴生产车间,每一个产品只要一扫二维码标签,就可追溯是由谁具体生产制作的。另外,太阳股份还持续引进先进的生产线,让原本的传统制造企业的一线操作工人从800多人减至400余人。

太阳股份几十年不忘初心专注与坚守实业,致力于曲轴研发生产,是成为全国“隐形冠军”的奥秘所在,企业也由此走向了全国乃至世界行业的巅峰。

陈晓潮 李志清

一人操控6台机器 金威机器换人增效益

在自动化生产线上,一台名为四柱拉伸机的机械手正高高地举起铁臂,将一个已成型的锅盖稳稳地放置在流水作业台上,不多时,传送带就将整排的半成品传递给下一道工序,整个过程一气呵成,这是笔者近日在浙江金威实业有限公司车间看到的一幕。

公司董事长胡金高告诉笔者,这条流水线原先需要四人操作,如今上了这套自动化流水线设备后,只需一人就能操控。

眼下,国内不少制造业企业均面临劳动力紧缺的问题,尤其是不断上涨的工人工资进一步挤占了利润空间,在这种情况下,使用自动化设备取代人力生产的“机器换人”成为提高劳动生产率的必然选择。

2017年,主营厨房用具的金威公司进入到快速发展阶段,公司主打产品无油烟锅和不锈钢“安全锅”供不应求,人手不足成了亟需突破的难题。

为了迅速破局,该公司对厂区内的生产线进行了全面改造,加快“机器换人”步伐,基本实现了全流程自动化生产。

凭借“机器换人”的科技改革,“锅王”胡金高带领下的金威公司推动企业转型升级,不断“增”出新效益。经过一系列“大换血”后,原本全公司400名员工一下子锐减至80名,用工成本每天少了8万元。

对此,胡金高细细地核算起一笔经济账:“尤其在成型这道工序上,原本需3名到4名员工,现在仅1名员工就可操控6台设备,而且效率翻番。”

该公司还在产品上不断进行科技创新,提高科技含量,不断提升利润空间,提高市场竞争力。如一款名叫不锈钢铁锅的锅体采用不锈钢材质,多层复合结构设计,尤其是其中的一道关键工序能让这口锅表面的“毛孔”达到纳米级别,形成物理不粘的效果。此外,通过一体成型的特殊工艺,这口锅表面强度比普通不锈钢更为坚硬耐用,能使用任意锅铲烹调。

在烹饪手法方面,东西方是存在一定文化差异的,东方讲究色香味俱全,而西方更在意营养全面均衡。为了将两者有机结合起来,该公司联手中国空天系统研究院、北京航空航天大学,将这口“永康锅”赋能高科技,贴上了“无水无油、零厨艺”的“简单厨房”标签。

胡金高表示,今后公司将继续推动现代化技术改造,加强技术人才储备,让企业在双创中获得实实在在的发展动力。

章周宇

引进德国超微粉体先进技术

国家重大产业技术开发专项

国家重点新产品国家火炬项目

成套超微粉体设备

浙江丰利粉碎设备有限公司

销售热线:0575-83105888、83185888
83100888、83183618

中文搜索:浙江丰利 <http://www.zjfenli.com>