

# 互联网+时代晋江市鞋服纺织产业品牌 建设与创新研究

欧阳春风

(泉州理工学院, 福建 泉州 362000)

**摘要:** 晋江是我国有名的“品牌之都”, 鞋服纺织产业是当地支柱性产业。对晋江鞋服纺织产业发展现状进行分析报告, 提出互联网+时代该产业的传统企业品牌创新的重要性, 同时对该产业如何借助互联网平台进行品牌建设与创新提出了相应的见解。

**关键词:** 互联网+; 鞋服纺织; 品牌建设; 品牌创新; 大数据

**中图分类号:** F247    **文献标志码:** A    **文章编号:** 1671-1807(2017)09-0036-04

晋江位于福建省泉州市的东南部, 是闽南金三角的核心区域, 与台湾一水之隔, 是古代“海上丝绸之路”的起点。晋江市素有“品牌之都”的美誉, 是福建省综合实力最强的县市, 也是中国经济最发达的县市之一。目前, 鞋服纺织产业作为晋江的支柱性产业经过多年的发展涌现出了一批具有代表性的民族品牌, 较具代表性的体育品牌有安踏, 361 度, 特步, 德尔惠, 环球, 鸿星尔克, 乔丹, 沃特, 匹克等; 商务男装品牌例如七匹狼, 柒牌, 劲霸, 爱都, 九牧王, 利郎等诸多企业品牌, 这些企业品牌以蓬勃发展的态势走向全国走向国际市场。但是受到多方面因素的影响, 许多具有代表性的民族品牌依然没能跻身于世界品牌之列, 走向国际市场的品牌在残酷的品牌竞争中也未能完全发挥优势成为真正意义上的国际品牌。但是, 在互联网+时代里, 企业竞争的格局在发生翻天覆地的变化, 迎合时代发展的需求, 晋江鞋服纺织产业的传统企业借助互联网平台让传统民族品牌国际化的愿望变得更加有可能实现。

## 1 晋江市鞋服纺织产业发展现状及问题分析

### 1.1 晋江市鞋服纺织产业发展现状

2016 年, 福建省晋江市连续 23 年位居福建省县域经济总量之首, 第十六年跻身于全国百强县市前十行列位列第 5 位。全年完成地区生产总值 1 744.24 亿元, 同比 2015 年增长了 7.8%, 自 2002 年以来年

均增长 12.6%, 财政总收入为 201.02 亿元, 年均增长 18.3%。目前, 晋江市已建成鞋服纺织 2 个千亿产业集群, 其中亿元以上企业有 734 家, 体育品牌领军企业安踏集团成为国内体育产业中首个营业收入百亿级集团。晋江拥有驰名商标 42 个, 全市 GDP 总量中, 来自实体经济贡献占比达到 60% 以上, 由实体经济创造出的产值、税收和就业岗位占比都在 95% 以上。

目前晋江市的鞋服纺织企业有 5 000 多家, 是我国业内主要的生产加工基地和集散地, 也是全球最大的鞋服纺织企业加工生产基地。至 2016 年底, 产业产值突破千亿元, 纳税超亿元的企业数达到 25 家, 上市企业达到 46 家。其中, 鞋服纺织产业完成工业总产值 2 225 万亿元, 占全部工业总产值的 51.6%, 主营业务收入 2 000 万及以上的企业有 905 家, 完成生产总值 1 995.7 亿元, 增长 17%<sup>[1]</sup>。

### 1.2 晋江市鞋服纺织产业发展存在的问题

晋江是全球最大的鞋服纺织企业的加工生产基地, 但是在互联网快速发展的今天, 当地大部分企业的创新力度不够, 产品同质化较为严重, 未能形成有效的产品形象差异化来进行品牌定位识别, 相关企业的产品生产、销售及售后服务产业链未能有效同步。品牌运营处于较为初级的阶段, 许多企业遭遇转型突破瓶颈。缺乏品牌创新的理念思维, 在传统的“中央

**收稿日期:** 2017-05-24

**基金项目:** 福建省教育厅基金课题(JAS171263); 泉州理工院校级科研项目(QZLGXJ16-01)。

**作者简介:** 欧阳春风(1982—), 女, 福建泉州人, 泉州理工学院, 讲师, 中级经济师, 硕士研究生, 研究方向: 营销管理, 电子商务, 农村区域经济。

五套”思维的影响下,大部分企业大多数采用传统的聘请明星做代言打电视广告为主的广告方式,使得品牌宣传效果雷同,缺乏形成区域一体化个性发展的协同效应<sup>[2]</sup>。

## 2 互联网+时代晋江市鞋服纺织产业品牌创新的重要性

### 2.1 通过品牌建设与创新提升市场竞争力

2017年3月18日,人民日报以“晋江经验”为主题报道了晋江15年来发展传承之路,这座充分发挥着“爱拼敢赢”闽商精神的民营经济大市以“不断创新、不断探索、不断丰富”的发展精神走出了属于自己的“晋江经验”全面发展之路。其中,鞋服纺织产业不断发挥企业创新主体的作用,通过自主品牌创新不断地提升企业的核心竞争力,促进传统企业适应现代社会的发展快速转型。以利郎、安踏等一批龙头企业为主摸索的品牌拓展、供货模式创新以及渠道布局调整等途径实现了传统企业向互联网时代的快速转型,带动了生产运营效益的快速增长,提升了品牌市场竞争力<sup>[3]</sup>。

### 2.2 融合我国传统文化精髓赋予鞋服纺织产业更高的品牌价值

纵观风云变幻的国际市场,能够受到消费者追捧的几大奢侈品品牌都有着深厚的文化内涵,文化属性在提升品牌的附加价值中发挥着重要作用,例如阿玛尼品牌代表的是意大利的时尚风格;巴宝莉所塑造的英伦风格是一个完美的时尚载体,让所有有着“英伦情结”的英伦迷们满足了对英国文化的所有想象;作为百年品牌的奢侈代表路易·威登以其高贵典雅、自由浪漫、舒适自信等具有个性和魅力的精神文化元素更是体现了其深深的法国文化烙印;而倍受广大设计师们拥戴和自用的普拉达更是以冷静、简洁的设计风格引领着时尚界的主流,从服装、鞋子、手提包等产品系列完美演绎了意大利风格,缔造了一个完整的精品王国而风靡全世界。这就是品牌文化的魅力,作为产品的属性发挥着巨大作用,在经济全球一体化的网络时代里,这些文化属性具有很强的亲和力、渗透力和更快捷有效的传播力。作为一个品牌要发展得久远,一定要有属于自己的品牌文化内涵,有着自己的特色定位,才能提升品牌的附加价值。

中国是一个文化底蕴博大精深的国家,唐代的传统服饰文化以尽显温婉、亲和与明媚、具有很强的视觉色彩意象等文化特征就已经传播海内外。其中提取红花色素的方法提取出来的经典中国红在新疆丝绸之路的繁荣时期就已经传播到日本、韩国等国。近

几年,随着国家相关部门对传统文化的重视和民间相关组织对传统文化的研究与传承,传统文化开始复苏,汉服在中国年轻人中逐渐流行开来,传统服饰的理念和魅力也重现在国际服装界的视野,有些国外设计师在工艺、结构和造型上逐渐关注、借鉴、模仿我国的传统服饰文化。尽管晋江市的鞋服纺织产业已经拥有了一定规模的产业集群,在国内乃至世界拥有一定的知名度,也有一些企业开始走向世界打造世界品牌,但是在国际上能代表着经典中国文化元素的品牌还较少,也没有能与世界级奢侈品品牌并相媲美的本土品牌。因此无论是运动类还是商务类的鞋服纺织产业,都应该在品牌文化定位上给予创新,把具有中国特有的一些经典文化元素融入到品牌中,例如经典的服饰色彩设计,设计出属于自己的“新中式”文化服饰从而提升传统品牌的文化属性魅力,提升品牌文化附加价值。而互联网作为一个快速传播信息的平台能更快地促进品牌文化传播与交流,提升品牌的文化价值。

### 2.3 通过跨界融合、创新驱动求变革

互联网、电子商务是社会发展史上广泛而深远的变革,让传统企业的商业形态以及生产经营模式发生翻天覆地的变化。晋江传统的鞋服纺织企业应该充分认识到互联网所蕴含的巨大机遇,改变固有的经营管理模式,与互联网进行有效深度融合,在“互联网+传统行业”的时代里,利用通信技术以及互联网平台创造“互联网+鞋服纺织产业”新的发展生态产业链,用互联网思维求变革,发挥创新驱动力量<sup>[4]</sup>。

## 3 互联网时代晋江市鞋服纺织产业品牌建设与创新策略

### 3.1 以政府为主导带动鞋服纺织产业整合资源抱团发展

一个地方产业集群的发展离不开政府部门的大力支持,晋江市政府在人才引进及企业与外界对接上建立了许多平台。近几年来,晋江市政府将改革创新作为发展的核心动力,出台了许多相关的政策以项目对接人才、产业招揽人才、健全“1+N”的人才体系对当地鞋服纺织产业大力支持,给予来晋江工作的优秀人才购房补贴以及工作津贴等资金扶持优惠措施,支持力度在国内同等城市中位列前茅。晋江市政府还积极开展各类人才进修培训活动,以专项研修班的名义选送企业中的领军人物到香港、北京等地进行研修,提升民营企业家的综合素养。同时,注重人才培养与对接工程,对接境内外科研院校以及国字号科研机构进行产学研对接平台建立创新创业创新园,扶持

当地高校,通过校企合作建立高校科教园等创新载体多维度地帮助企业从产品生产到销售的转型升级。

### 3.2 企业品牌转型进一步细分,产品分销渠道转型网络化

随着竞争的加剧,近几年来,晋江市一些有实力的企业开始通过实施品牌收购、培育副线品牌等模式对接快速发展的电子商务渠道进行低成本的扩张升级,较具代表性的案例如安踏公司收购了日本滑雪运动装备品牌迪桑特和意大利时尚品牌菲乐在大中华区的代理权,九牧王也以 1 200 万美元入股了互联网电商品牌韩都衣舍,让其旗下的商务休闲男装系列产品实现产品渠道的电子商务战略转型。此外,以利郎、柒牌、劲霸以及七匹狼、361 度等一批龙头企业也抓住时机借助快速发展的互联网+渠道的平台进行多品牌的战略扩张,实现品牌跨产业链融合贯通发展。其中柒牌引进了平板搭配购物、3D 试衣方面大数据支撑的精准定制业务,七匹狼构建了线上的时尚产业生态区,贵人鸟与虎扑联手实现传统产业+互联网+校园体育+文化创意+互联网金融的跨界转型,此外,特步与智美控股携手进军体育赛事运营产业等。

### 3.3 在大数据时代利用大数据技术进行客户精准定位与主动营销

当今,互联网的发展和科技的进步让整个世界时刻发生着颠覆性的变化,大众的生活方式和消费行为也快速进入信息化的时代,消费者传统的消费方式受到手机、互联网等平台的影响开始转向方便快捷的电子消费方式。大数据时代的到来是在物联网、云计算基础上又一次跨越性的变革。智能手机的普及、微信微博等社交软件的应用以及电子商务的快速发展使得企业从各种渠道搜集用户信息的速度更快捷,获得的信息也更海量,在大数据时代通过计算机软件实时对销售信息、客户资料以及竞争对手动向等相关数据进行跟踪与分析使得信息价值更大化,通过分析较为准确地预测消费者未来的需求走向,为企业的精准营销提供有力的依据,企业将这些有用的信息快速进行处理,用数据指导生产,缩短生产时间从而抢占市场先机。因此,未来企业营销管理工作的重心将更多利用数据分析、筛选来指导一系列的营销活动。

互联网快速发展的今天,消费者进入了线上线下相结合的消费模式,不论是线下还是线上消费行为,消费都会留下相关数据,商家利用这些数据进行分析预测消费者的消费习惯和购买偏好,对消费者进行分类,同时对于节日营销刺激性做出准确判断,优化营

销的相关决策数据,将企业产品相关信息更加集中有效地传递给目标受众进行精准主动营销从而降低产品库存的风险。应该说,大数据时代让企业“以消费者为心”的愿望能够得以实现<sup>[5]</sup>。

### 3.4 利用大数据技术推进精准定制营销之路,实行品牌差异化营销

应该说,只要利用大数据技术积累足够多的用户数据,就能更好地分析出消费者的购买行为和消费偏好,能够为企业提供更精准定制营销提供有力的支持,促进传统企业的时代变革。自互联网技术快速发展以来,精准定制营销渐渐被许多企业所重视,越来越多的企业能够在大数据技术的支持下下进行品牌营销,例如将广告更加精准地投放给目标顾客,使企业的资源更加合理有效地利用,同时通过对用户相关数据的搜集进行精准地产品设计。以山东的白领集团为例,该集团开创了国内大数据精准定制的先河,其数据平台上拥有 200 多万名客户身体尺寸,消费者可以根据通过该公司“私人定制”客户端,选择相应的身体部位尺寸以及参考配图提示的相关配色、款式以及面料、配饰等细节,不超过 10 分钟即可为自己量身定制服装并下单付款。同时,后台电子商务平台通过电子标签将订单进入车间的流水线进行产品定制生产,并在七天内完成发货。白领依靠大数据进行精确定制的模式实现了零库存以及快速同比增长的良好态势。

因此,在大数据时代下,晋江的鞋服纺织产业应该基于大数据精准开发新产品,探索新的营销模式。以 361 度为例,该企业抛开传统的强调自我诉求和表达的品牌诉求方式,利用互联网+技术将企业产品的研发和宣传诉求点转向消费者真实的需求点上,与互联网技术企业共享数据信息,让企业的用户需求、产品研发和市场推广上更加行之有效。该公司生产与百度携手,在生产童鞋上加入了定位装置,利用百度地图、云数据的采集和分析系统,让家长实现了能通过智能手机随时随地获取孩子所处位置的防丢功能。同时,361 度率先与百度成立了“大数据创新实验室”,对消费者信息相关数据进行筛选管理、分析与研究,从用户需求的角度出发研发新产品。此外,晋江的七匹狼、安踏等龙头企业也相继与百度共同探讨大数据应用合作。目前,对用户身材尺寸、脚型的数据搜集已经成为晋江许多本土企业进行鞋服定制的重要依据<sup>[6]</sup>。

## 4 结束语

今天的许多企业需要面临的不仅是国内市场的竞争,还面临着国外市场的考验,晋江的鞋服纺织产

业作为传统产业在激烈的市场竞争中正处于新旧动能的持续转换阶段,许多企业受到各种环境因素的影响而面临着危机与机遇并存的境遇,在互联网+时代的快速冲击下,传统产业利用互联网平台进行创新驱动有助于产业升级,依靠技术的进步和分销渠道的创新才能提升企业品牌的竞争力,才能促进晋江市的经济持续保持强劲的增长势头。

参考文献

[1] 中国晋江政府信息公开专栏[EB/OL]. [2017-04-20]. ht-

tp://jinjiang.gov.cn/zfmlshow.aspx? Ctlgid=55244773.  
[2] 肖斌,赖新峰. “互联网+”背景下中国制造业的柔性化生产研究[J]. 行业探讨,2015(9):148-152.  
[3] 余燕东. 互联网时代营销模式创新的途径与对策研究[J]. 市场论坛,2015(1):56-57.  
[4] 张瑶. 互联网思维与传统企业创新模式[J]. 投资理财,2014(3):85-86.  
[5] 乔红学. 基于产业集群视角的绍兴纺织产业国际竞争力提升研究[J]. 对外经贸,2014(3):56-59.  
[6] 钮力书,冯伟. 晋江市运动品牌企业发展的回顾与展望[J]. 体育学刊,2011(5):78-82.

Study on the Brand Building and Innovation Research of Jinjiang Shoes and Apparel Textile Industry in Internet+ Era

OUYANG Chun-feng

(Quanzhou Institute of Technology, Quanzhou Fujian 362000, China)

**Abstract:** Jinjiang is famous for “City of brands” in China, shoes, clothing and textile has already become its local pillar industry. This thesis analyses the current status of shoes, clothing and textile industry in Jinjiang, and put forward the importance of brand innovation for traditional enterprises in the Internet plus era. Meanwhile, this thesis shares the opinion regarding how this industry can take the advantage of Internet platform to build and innovate in brands.

**Key words:** internet+; shoes and apparel textile; brand building; brand innovation; big data

(上接第 31 页)

校的合作,建立产学研一体化平台,更有利于将科研成果落实到社会实践中去,为企业进行低碳科技创新提供技术支持,帮助生态产业竞争力的稳步提升。

正是政府、企业和高校及科研机构三者的共同影响,形成了低碳科技创新“三螺旋”式的运行模式,通过各方协同作用,从而促进生态产业竞争力的提升。

参考文献

[1] 陈美球,蔡海生. 低碳经济学[M]. 北京:清华大学出版社,2015:165.  
[2] PORTER MICHAEL E. The competitive advantage of na-

tions[M]. New York: The Free Press, 1990: 399-404.  
[3] 张小兰,李道凤. 科技创新对低碳经济影响研究[J]. 科技管理研究,2012,(16):14-17.  
[4] 李勤国. 低碳科技创新的政策支持[J]. 开放导报,2016(6):66-69.  
[5] 董颖. 环保产业技术创新特征及对策研究[J]. 生态经济,2007(9):134-137,141.  
[6] 匡维. “三螺旋”理论下的高等职业技术教育校企合作[J]. 高教探索,2010(1):115-119.  
[7] 武瑞梅. 基于低碳技术创新的产业结构优化升级研究[D]. 保定:华北电力大学,2014.

Research on the Internal Mechanism of Low-carbon Technological Innovation Promoting Ecological Industry Competitiveness

MA Tian-kuo, JIANG Ren-liang

(School of Public Management, Tianjin University of Commerce, Tianjin 300134, China)

**Abstract:** Low-carbon economy is the current trend of China's current economic development, and low-carbon science and technology innovation for the upgrading of eco-industry has a positive role in promoting. This paper analyzes the evolutionary model of the two roles by introducing low-carbon scientific and technological innovation to promote the ecological mechanism of ecological industry, and then analyzes the basic characteristics and operation modes of low-carbon scientific and technological innovation to promote the upgrading of ecological industry.

**Key words:** low carbon technology innovation; eco-industry competitiveness; economic mechanism