

工作研究

立足路桥， 推动台州童装产业 裂变发展的调查与思考

区委党校调研组



台州童装始于改革开放之初，经过30多年的发展，目前，3000多家企业形成了以路桥市场为核心、以灵济针织和温岭童裤、牛仔服为特色的产业集群，并以款式时尚、价格实惠而畅销全国，与广东佛山、湖州织里，三雄鼎立国内童装的批发市场。但是，台州童装至今保留着民营经济早期发展模式的诸多特征：产业层次低、企业规模小、产品同质化程度高等。如何抓住二胎放开的政策机遇，推动台州传统童装产业的裂变发展？路桥如何补齐产业链上的短板，实现从市场核心向引领裂变的“核反应堆”转变？带着这两大问题，我们在深入调研椒江、温岭、玉环、路桥中国日用品商城、路桥财富商贸城后，形成简要报告，供区委区政府决策参考。

一、台州童装产业发展的整体现状

1. 台州童装内在的三大优势突出。一是链条齐全的产业配套优势。围绕椒江、温岭和路桥1小时公里圈内，台州已形成上游面料供应、样板设计，中游绣花印染、成衣加工，下游市场销售、物流配送等一整套完善的基础产业链。据企业反映，在台州，一个上千件的童装新款订单，从打样到批量生产到市场出货，仅需3—5天。二是小狗经济的企业协作优势。目前，童装生产呈现“多品种、小批量、个性化”的特征，这与家庭企业“船小好调头”的特点相吻合。他们通过俗称“做仓库”的制造模式，串联起彼此间生产、加工、销售的分工协作。即大企业主和经营大户寻找订单和样板，生产加工分配给众多家庭企业，成衣后再送回大企业主和经营大户手中贴牌销售。专业化的分工协作，使得台州完善产业链条，通过家庭企业“短平快”的灵活性，转化为台州童装特有的时间成本优势、产品价格优势和规模经济优势。三是价格剃刀下的性价比优势。价格实惠始终是台州童装的核心竞争力，但它已从过去“压价走量”转变为产品性价比。一方面，童装企业在设备和原材料上肯投入，产品用料好、做工精、美观时尚。另一方面，台州童装以仿制为多，节省研发设计的开支；以分工协作降低生产成本；以“小微”为主，避税漏税现象突出。

2. 台州童装“两无三低”的特征显著。一是无产业园区。综观台州9个县（市、区），无一家童装产业园区。其理由大致如下：家庭企业的小农意识强，缺乏龙头企业的示范效应，加上地方税收少，政策支持力度弱。二是无统计数据。调研中发现，童装产业的生产、销售、盈利等数据完全缺失。产业发展全靠零散的、追求利益最大化的企业的自发竞争而维系。三是设计能力低。为迎合负责消费的年轻妈妈的审美标准，台州童装的设计以仿制时尚的女装为本，企业需要的是专业的打版师，而非原创的设计师。这造成台

州童装同质化和成人化的现象严重。四是品牌档次低。台州童装主要定位于内陆农村和批发市场，家庭企业在创设品牌中“心有余而力不足”。台州童装品牌档次低，代湖州织里等地或网店的加工贴牌生产成为主流。五是地方税收低。因小微企业为主和“化整为零”的生产模式，台州童装对地方税收贡献低。目前，童装企业普遍缴纳以工业用电量为主、点机器和工人为辅的定额税，大约为1000—2000元/月。

二、路桥市场能引发台州童装产业裂变发展的原因分析

1. 路桥市场具备整合台州童装产业的良好基础。一是路桥市场与台州童装产业黏结度强。由于台州童装企业层次低、规模小、竞争弱，进入路桥专业市场能共享人流、物流、信息流等多种优势。因而，台州童装始终保持着依赖路桥市场产销一体的经营模式。目前，在新商城童装市场600多个摊位中，销售台州本地产的占1/3多，其中精品一条街的占50%以上。二是路桥新老商城优势互补的融合度好。老商城具有历史积淀的人脉优势和有口皆碑的品牌优势；新商城的购物环境和物流配套等软硬件功能均有明显提升。老商城的传统底蕴和新商城现代设施的相融合，使得路桥童装市场自整体搬迁后始终保持红火状态。三是相比网购和品牌专卖店，童装自身特点决定实体市场更接地气。由于儿童生长发育快，童装码子比成人装更多更复杂。与网购大多优先考虑价格因素不同，购买童装的首要因素是产品质量和穿着舒适度。因而，可产品体验的实体市场和品牌专卖店仍为销售主渠道。随着新商城批零融合战略的实施，童装市场在立足批发服务农村消费群体的基础上，也凭借“品种齐全、性价比高”的优势，分流了品牌专卖店所服务的部分城市消费群体。

2. 路桥市场的转型将引领台州童装产业的集聚。一是市场的整合领先产业的集聚。借助2016年新商城整体搬迁的东风，老商城、富仕广场、里王路批发市场，以及散布在河西街、解放路等街面童装店的经营户都集聚在新商城童装市场，尤其是37位经营大户抱团打造新商城沿街48个商铺为精品童装一条街，成为童装市场的一大亮点。二是完成整合后的路桥市场已开启转型之路。随着新商城购物环境改善，童装经营户，尤其是精品一条街的大户，通过品牌规模化经营，改变过去以“批发跑量”为主转向批发零售两手抓，批零的占比从过去的7:3提升到目前的6:4；以中低档产品为主转向销售50元以上的中高端产品为主。三是童装企业迫切要求建立转型升级的平台。由于台州无一家童装产业园区，企业既缺乏提升实力的平台，也缺失拓展空间的载体，更因为安全生产隐患大，成为“三改一拆”倒逼转型的主对

象。因此，他们要求政府建立产业园区的愿望非常强烈。

3. 破解路桥市场的隐患亟需童装产业裂变发展。一是较大规模的童装企业已崭露脱离路桥市场的蝶变趋势。温岭已出现一批知名度较高的品牌企业，如鲨鲨纺、欧抱抱、小资范等，他们把品牌经营总部设在杭州等大城市，把生产基地定位于产业链齐全的台州，通过品牌的加盟代理形成相对稳定的客户群体和遍布全国的销售网络。二是台州羊毛衫产业衰败外迁的深刻教训。在调研中，企业和经营户都指出，汲取台州羊毛衫产业的前车之鉴，别让童装产业再演后车之覆。同以家庭企业为主的台州羊毛衫产业，曾占据全国中低档产品80%的市场，但随着濮院羊毛衫工业园区的建立，知名企业的纷纷进驻，其中包括一大批举家外迁的路桥商人，濮院依托工贸互动率先完成产业升级，取代台州，成为全国最大的羊毛衫集散中心。三是破解路桥市场的隐患之道，在于做精做强一个强势产业支撑下的产地型市场。创建一个扎根在路桥的童装产业园区，将补全台州童装产业链的缺失环节。以完成整合的路桥童装市场为龙头，以集聚路桥的童装产业园区为根基，以市场销售的扩张拉动产业发展，以产业园区的货源奠定市场拓展的基础，推动市场与产业形成“以商促工、工贸互动”的良性循环，既实现台州童装产业的裂变升级，又夯实路桥商贸的立业之本和发展之基。

三、立足路桥，推动台州童装产业转型升级的三点建议

1. 以工业地产方式，建台州童装产业园区，补齐产业链的短板。一是尽快上马台州童装产业园区一期项目。借鉴织里童装产业园区的建设经验，在新商城二期地块或周边螺洋、桐屿等街道圈定200亩土地，其中100亩建设5—6层的标准厂房约20万平方米，50亩建设约8万平方米的高楼用于工人宿舍和公共食堂，50亩用于道路、绿化等配套设施建设。二是以工业地产的模式，开发建设童装产业园区。据初步测算，建设童装产业园区，财政主要支出约为6.2—6.7亿元，即200亩的土地成本（60万/亩）约1.2亿元和园区建安成本（工业厂房1600—1800元/平方米，住宅2000元/平方米以上）约5—5.5亿元。按照当前椒江和温岭3600—3800元/平方米的价格售卖约20万平方米的厂房，财政可得约7.2—7.6亿元，收支相抵，将有近1亿元的收益；另还可获得企业定额税和高楼租金的长期稳定收入。三是优中选优，拓

展招商选资的空间。据调研，童装家庭企业普遍需求2—3亩（即1000—2000平方米）的用地，20万平方米的产业园区能容纳150家左右企业。以台州3000多家企业中的佼佼者和湖州织里较为知名的台商企业为招商引资的重点，政府设定准入门槛、优中选优的操作游刃有余。

2. 以母子商标方式，创台州童装区域品牌，塑新的核心竞争力。一是突出产业园区的平台作用，推动区域品牌的创建落到实处。以童装产业园区和童装产业网站为载体，打造线上与线下“台州童装”的区域公共品牌；以台州童装+企业品牌的母子双商标模式，帮助园区的个体企业克服品牌的困难。二是突出童装国标的强制作用，凸显区域品牌背后的质量安全。以2016年出台的新童装国标为红线，严格检测园区内实施双商标的企业质量标准，建立政府强力背书下的童装产品质量安全可追溯体系，顺应童装选购从美观时尚向高品质的健康安全的转变。同时，强化双商标的产权保护，打击冒牌侵权行为。三是突出台州元素的引领作用，彰显区域品牌的特色文化形象。以台州历史名人如小济公、小拾得等人为切入点，创造出一个台州特色的卡通动漫形象，作为区域品牌的形象代言人；并以他们脍炙人口的传奇故事为背景制作玩趣十足的动画片在中央、省、市儿童频道上映，拉开台州童装动漫营销的序幕。

3. 以事业合伙方式，设台州童装产业公司，促进利益捆绑一体。一是创新机制，实施产业公司的事业合伙制。整合新商城和产业园区所涉及童装产业的国有资产，注册组建台州童装产业发展公司，聘请专业机构对其资产量化评估，确定股份。并以此为蓝本，以增资扩股的方式，选择台州童装产业精英为合伙人，通过股东利益的纽带，联合国有资本与民间资本组成台州童装发展的利益共同体。二是公开竞聘，选择产业公司管理层的合伙人。童装产业公司取消国企干部、正式工的身份，统一实施岗位聘用制；同时以创始合伙人的身份赋予受聘任的全体职工，让他们在享受薪酬基础上可获得增资扩股的优先权，把竞聘上岗的管理精英、职工与产业公司捆绑为命运共同体。三是明确职能，强化产业公司破解台州童装外部性问题的作用。委托产业公司专业打理童装市场、产业园区、区域品牌的营销推广，发挥产业公司的集团采购、联合接单、集体签约的作用，帮助台州童装中小企业降低生产成本，拓展外部市场。



本报记者 王挺 摄