

2023中国(安庆·望江)现代纺织服装产业展览会开幕

139家企业共赴一场时尚之约

本报讯(全媒体记者 江露露 见习记者 苏轻舟 实习生 徐晓丹 通讯员 方明)3月22日上午,由中国纺织工业联合会指导,安徽省经济和信息化厅、安庆市人民政府主办,望江县人民政府等承办的2023中国(安庆·望江)现代纺织服装产业展览会在安庆会展中心开幕。

望江县是中国新兴纺织产业基地县、安徽纺

织服装第一县,现有纺织服装企业1000余家、电商主体2500余家,产业从业人数超10万。该县纺织服装产业在加工制造方面已初具影响力,“做服装,到望江”已在华东地区唱响服装生产加工的名牌和口号。

本次展览会主题为“宜时尚、望未来”,共有139家企业参展。开幕式上还进行了项目签约,全

市共新签约亿元以上项目26个,总投资116.36亿元,其中望江县签约项目16个,总投资额61.3亿元。展览会将持续到23日,主要活动有长三角纺织产业一体化发展峰会主旨演讲、长三角纺织产业一体化发展峰会高端对话、知名服装企业看望江、首届中国望江时尚童装设计大赛发布暨望江童装秀、时尚大秀等。

配套服务提振发展信心 打造自有品牌让“货找人” 望江服装拥抱电商“云销四方”

□ 见习记者 管焯

全媒体记者 沈永亮 通讯员 柯思德

山东临沂、黑龙江齐齐哈尔、河北石家庄、江苏南通、广东江门……3月20日,望江县意达童装城内,一辆辆物流车进城、出城,将一件件望江服装运往全国各地。

繁忙,源自入驻童装城的543家电商主体,每日发货近15万单。这火热的发货、运货背后,是望江县纺织服装产业蓬勃发展的态势。

经过几十年的积聚发展,纺织服装产业已稳占望江县工业经济半壁江山、成为名副其实的支柱产业,该县也成为中国新兴纺织基地县、安徽纺织服装第一县。目前,全县拥有纺织服装企业1000余家,年产服装5亿件,2500余家电商主体年销售服装2.5亿件。近年来,搭乘直播电商的快车,望江服装实现“云销四方”。

产业园配套设施完善 企业“云上”发展信心足

2016年通过招商引资到意达童装城开办童装公司之前,童杰制衣有限公司的创始人汪余清一直在浙江创业。3月20日下午,汪余清告诉记者,较低的场地租金、童装城完善的基础配套设施、便利的物流、落在实处的奖补政策……这些是吸引他留在家乡创业发展的重要因素。

近年来,望江县内搭平台,统筹推进纺织服装产业新城、望江童装城二期、亮亮轻纺科技园等建设,建成6个特色服装产业园,使得一大批纺织服装企业纷纷落户投产和蝶变升级,汇聚起纺织服装产业发展的澎湃力量。同时制定出台一系列激励政策和驱动方案,利用龙头企业带动产业链延伸和市场细分,向打造“千亿级纺织服装产业集群”和“全国纺织服装名县”进一步迈进。

汪余清所入驻的意达童装城,正是望江县建成的6个特色服装产业园之一。通过“互联网+”发展模式,意达童装城形成了集纺织服装生产、加工、物流、贸易、电子商务的全产业链,吸引500多家电商主体入驻,有直播间近百个,日发快递近15万单。

“我们正在打造数字创意产业园,将为跨境电商、传统电商、直播电商提供出口通关、跨境物流等一站式运营服务。”3月21日,望江县望江服装城策划负责人孟醒介绍,服装城集中了短视频拍摄服务机构、主播及模特经纪公司、电商直播培训等电商产业配套服务。企业入驻投入运营后,还享受特惠物流、用工等多项政策支持。

去年11月,传统电商企业花又明服装有限公司入驻望江服装城。“正是看中了服装城所提供的电商产业配套服务才入驻。商品网销所需的平面摄影图和展示视频,在服装城内即可完成,比以前方便太多。”负责人叶竹南坦承,其公司准备试水直播。目前,直播间已装修完成,园区提供的服务



2023中国(安庆·望江)现代纺织服装产业展览会在安庆会展中心开幕。 全媒体记者 徐火炬 摄

让其对走上直播之路信心满满。

农民工返乡创业 搭乘电商“快车”扩大销量

今年51岁的孙雪平是望江县一名返乡创业的农民工,3年前在意达童装城开了一家布业超市,为服装城内的企业提供面料。

创业之初,因为没有客源,超市运营陷入困难。意达童装城工作人员在了解情况后,立即为孙雪平与童装城内电商企业搭建合作的桥梁。目前,孙雪平有了不少固定客户,去年年收入超过20万元。

孙雪平告诉记者,他的大儿子在浙江做服装电商,他本想留在儿子身边创业,但为了照顾年迈的父母和在望江上学的小女儿,最终选择了回乡。这一回,便让他的生活迎来巨变,不仅收入显著提高,更欣慰的是可以陪伴家人。

现在,孙雪平负责跑客户、送货,妻子则接一些服装代加工的订单,在布业超市加工服装。回家后,可以每天陪伴父母、接送女儿上下学,是孙雪平认为最幸福的事。谈及在老家创业的感受时,孙雪平笑呵呵地说,“赚钱的同时能顾家,陪在家人身边,是我这个年纪最大的快乐。”

目前,孙雪平计划搭乘电商“快车”扩大销量,“看着客户通过电商增加了销量,再加上儿子在浙江做服装电商,打算延用他的服装品牌。”孙雪平说。

虽然在手机和电脑上使用各个平台还不熟悉,但孙雪平每天都会利用空闲时间学习,和儿子视频通话请教问题、学习经验。

打造自有品牌让“货找人” 望江电商企业正走向全国

“打造自有品牌,对于电商走向全国十分重要。”汪余清说,其公司的6个服装品牌各有各的风

格,始终坚持“一个品牌一个账号一个直播间”的理念运营电商。

得益于望江县多次举办网络直播大赛、主播技能大赛,公司招徕所需的直播人才,于2020年开始直播销售童装。每天6时至24时,19个主播在6个直播间轮班直播,商品日交易额约30万元。如今,汪余清的公司年销售额达4000万元,电商线上销售占比超90%,其中直播间销售占线上销售比重的70%。

设计专业毕业的汪余清深知,在拥有具有品牌特色的服装后,如何让品牌走出宣传“第一步”,便是需要更多的展示平台和宣传机会。因此,他带着服装产品参加2023中国(安庆·望江)现代纺织服装产业展览会。

“这次展览机会,对于服装企业进一步扩大品牌知名度和影响力有很大帮助。在我看来,望江服装是一个整体,举行展览会能让望江服装更具品牌性、知名度和凝聚力。”汪余清说,他对望江服装进一步走向全国充满了信心。

同样带着服装产品参加纺织服装产业展览会的,还有入驻望江县亮亮纺织·轻纺产业科技园的童心坊童装负责人彭昌金。他告诉记者,2020年之前,他通过向平台交付推广费,依托平台流量,打下一定客户基础。而随着电商竞争的逐年加大,纯粹依靠平台流量已无法满足获客需求。

2020年,彭昌金开始拍摄短视频,利用社交媒体扩大品牌影响力,继续深化打造自有品牌。如今,内容化运营让品牌获得更多流量和复购率,优质产品也随着这些内容走进更多客户的选择列表。

“品牌具有影响力后,优质的货会找到有需求的人,我们不再完全依赖平台推广,正努力形成自身的流量属性。”彭昌金说,在服装销售旺季,线上日售2000单左右。