



■ 本版撰文 本报记者 栾鹤

编者按:2013年,中国国家主席习近平访问哈萨克斯坦,提出了共建“丝绸之路经济带”的战略构想,毛皮行业一直关注着这一热点。中国毛皮行业发展迅猛,从最初的毛皮原料产地发展为世界毛皮加工中心,再到世界毛皮消费中心,产业链条的地位不断攀升。值得注意的是,中国毛皮产业的两大传统消费市场分别为俄罗斯和乌克兰,但近两年来,俄罗斯市场疲软,乌克兰政局动荡,给毛皮产业带来很大影响,以哈萨克斯坦、土库曼斯坦、土耳其为代表的中亚市场的兴起为中国毛皮行业的未来发展带来了曙光。

中国毛皮产业的新丝绸之路

中国是目前全球最大的毛皮原料进口国、最大毛皮服装生产国和出口国,毛皮服装生产和出口规模约占全球的70%。可以说,中国是国际毛皮市场上地位最牢固的国家,但俄罗斯和乌克兰两大传统出口市场的不景气,仍给中国毛皮产业发展带来不确定性。而且,俄罗斯毛皮协会主席谢尔盖·斯托尔波夫(音译,Sergey Stolbov)近期明确表示,俄罗斯正在发展自己的毛皮养殖业,以摆脱对进口的依赖。俄罗斯已经制定很多相关的策略,预计会带来养殖效率的成倍增长。

中国毛皮产业亟须开辟多元化的市场渠道。借由建设“丝绸之路经济带”的战略构想,中国毛皮产业将目光投向哈萨克斯坦、土库曼斯坦、土耳其等中亚市场。

中亚毛皮市场待开发

产于中亚地区的卡拉羊羔皮闻名于世,乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦、哈萨克斯坦和吉尔吉斯斯坦都是阿富汗人从事卡拉库利羊羔皮加工的原料供应国。

哈萨克斯坦共和国轻工企业协会会长利尤波娃·库多娃(音译,Lyubov Khudova)表示,由于中亚国家普遍缺乏技术,其毛皮加工的质量不高,只能做初级的原皮供应。她坦陈,哈萨克斯坦毛皮行业的发展阶段比俄罗斯还初级。俄罗斯至少已经有了毛皮行业发展的战略,而哈萨克斯坦连完整的规划都没有。

由于缺乏饲料生产企业,哈萨克斯坦许多养殖场被迫停业或关闭。目前,当地没有发展养殖的基础,不具备毛皮经济动物的养殖及防疫新技术。

中国是哈萨克斯坦重要的合作伙伴,哈萨克斯坦60%的毛皮产品都是从中国进口的。目前,一些中国合作伙伴非常愿意进入哈萨克斯坦市场,这对哈萨

斯坦毛皮产业的发展是一个利好消息。

利尤波娃·库多娃认为,哈萨克斯坦应该与中国合作,不仅打造从养殖行业到毛皮加工再到产品制造的毛皮全产业链,还可以在哈萨克斯坦建立一个发展毛皮的产业密集区,引进中国先进的理念和技术。

据了解,从上世纪90年代末起,中国已有一些毛皮企业陆续开始在新疆乌鲁木齐发展,中亚地区的商人也来到当地小规模采购。伴随中亚各国对服装需求的提高以及国内皮草行业的良好发展势头,这些企业便开始大规模向中亚市场出口皮草服装。产品多为中高端的男士及女士皮草,出口市场包括土库曼斯坦、哈萨克斯坦等中亚国家,一般的皮草产品价格约为7000元至10000元左右。

据经销商介绍,中亚地区的居民体形偏高大,他们多喜欢宽松、舒适的服装,土库曼斯坦和俄罗斯居民的生活习惯和文化背景都比较相似,他们更趋于民族化,也比较保守。一些有实力的毛皮生产厂家拥有自己的加工厂及设计师,可以根据当地居民对服装的需求特点进行设计生产,注重满足当地消费者的需求。

香港马克西姆(国际)服饰有限公司也是一家出口专业皮草帽饰的企业,自2004年开始对中亚国家出口产品,拥有自主品牌维卡王,每年向中亚地区的出口约占公司总出口额的1/3。该公司总经理张凯彪表示,除一般时尚、流行的产品款式外,土库曼斯坦同中亚其他国家一样也比较喜欢民族化的产品,马克西姆公司最初是与俄罗斯伙伴共同组建的,后来俄罗斯伙伴退出,但多年发展经验的积累使企业更加了解这些与俄相邻的中亚国家居民对帽饰的喜好,马克西姆出口全手工作的专业民族帽饰,也满足了当地订商对特色民族产品的需求。

土耳其商家积极进军中国市场

土耳其是中亚毛皮产业发展的翘楚。毛皮行业无论从产量还是出口量来说,都是土耳其经济的支柱产业之一,同时,土耳其也是世界上最有潜力的毛皮市场之一。

据土耳其出口协会和伊斯坦布尔纺织服装出口协会统计,2013年,土耳其皮革及皮革制品出口额达19亿美元,较上一年增长16.4%。

国际毛皮协会中国代表处媒体总监朱晓琳表示,土耳其皮革行业在近年来取得了长足发展,现在不仅出口皮革产品,而且还出口皮革加工技术、设备和专有工艺。

据了解,土耳其皮革加工业质量优良、品种丰富、款式新颖,在全世界享有盛誉,产品销往世界各地。而优越的地理位置更是使土耳其具备得天独厚的优势。土耳其国土横跨欧亚大陆,无论是原料采集,还是产品外销都十分便利。同时,当地养殖业非常发达,为皮革业以及毛纺织的发展提供了较强的原料保障。此外,土耳其人意识比较开放,特别是在服装的流行方面,紧跟意大利的流行趋势,产品时尚且国际化。

为打造过硬的产品质量和品牌信誉,土耳其政府为皮革行业提供了一定的鼓励政策。加之劳动力便宜、加工成本较低,土耳其已成为欧洲众多国家及品牌的主要生产加工基地。在土耳其可以看到欧洲最新的流行款式、先进的加工技术、市场的消费趋势。

据记者了解,土耳其的皮革生产者主要集中在伊斯坦布尔、伊兹密尔等地区。这些地区是土耳其皮革

工业最重要的生产和贸易中心,仅位于土耳其地中海岸的安塔利亚市,就有270家皮革和皮革产品店。

每年有超过200万名俄罗斯游客到访安塔利亚,每名旅客平均购买5件皮革或皮革产品。踏出店铺的顾客每每提着十多件皮革产品,已是司空见惯的情景。

这些公司通常从香港进口鞣革,然后自行设计生产长身大衣和短身外套。他们主要招待俄罗斯购买力强的顾客,这类买家垂青款式独一无二的外套系列。

而除了在伊斯坦布尔和安塔利亚设有分店,不少土耳其皮革公司还在俄罗斯开店,部分土耳其皮革公司的俄罗斯分店甚至多达15家或以上。

俄罗斯买家倾向采购款式多样化的皮革,因此,土耳其皮革业一直不愁生意。到安塔利亚旅游的俄国人越来越多,上述趋势将持续和扩大。

“相比中国生产同类服装的厂家,土耳其皮革服装订货制度比较灵活,设计感强,加工工艺也更精良。”朱晓琳说。不少中国毛皮企业在看到土耳其的皮革后,都认为该国的产品不仅在设计风格上独具一格,皮革质地和生产工艺也都达到了中国皮革产品无法企及的水平和高度。

据朱晓琳介绍,近年来,土耳其公司也经常在中国寻找代工企业,他们提供款式,在中国采购价格便宜的国产水貂皮原料,加工为成衣后销往俄罗斯市场,土耳其的皮革公司已经成为国际皮革市场上中国皮革公司的主要竞争对手,他们看中中国市场潜在的巨大消费能力,目前也正积极进军中国市场。

贺素成:设计决定品质

产品设计的意义重大,具有“牵一发而动全身”的力量。在青年企业家毛皮委员会主席贺素成看来,设计决定了产品品质。

贺素成说:“我经常劝我的设计师同事以及各行各业的朋友,有机会一定要到国外走走看看,只有见的东西多了,思想才能更丰富,脑袋才能更灵活。我自己也经常读书,研究一些设计,但当我到市场亲身体验时,仍会发现现实感跟书中完全不一样,文字和图片给人的印象是抽象而短暂的,只有走过、看过、摸过,充分调动视觉、听觉、嗅觉,才能留下真实、深刻的印象。时间久了,这些积累才会转化成设计师自身的内涵,这种内涵就会成为设计的动力和灵感,并在作品中体现出来。此外,看了先进的设计,了解到更成熟更进步的东西,你会发现自己做的其实还不够,会对自己有新的要求。这种来自外界的压力,能很好地促进设计师向更高更远的方向前进。”

细节是设计表达的显要部分,它聚集着人类丰富的情感和智慧的想象。服装设计师在把握服装的整体造型、色彩及面料时,往往会受到国际流行趋势及国际服装设计师的影响。贺素成常常对设计师讲:服装细节设计上进行创新是区别于他人而取得成功的秘诀所在。服装的细节设计不是独立存在的,其与服装的整体设计相辅

相成,并对服装的整体设计起到至关重要的作用。

首先,设计师要严格把控原材料、辅料的选材。一件作品要达到设计师理想的效果,选材非常重要,这要从选择合格的供应商开始进行监管,选择符合标准、市场占有率高、市场研发能力强的供应商很关键。

其次,设计工艺的开发也很关键。设计师根据未来流行趋势研究新的制作工艺也是毛皮设计的重要内容,例如编织服装的新编法等。

最后,设计师须把控整个设计流程。成功的设计师会控制设计作品不同阶段的质量,做到细致入微,步步为赢。

总之,服装设计细节是否得当,完全取决于其在整体服装上的地位与作用,若喧宾夺主或画蛇添足,即使局部设计再精彩出色,也会破坏服装整体造型的美感。因此,所有的设计要素都必须服从整体设计思想,统一在整体造型和风格中,一切细节设计与整体的关系体现了形式美的基本原理并围绕着一个标准,即功能与美的统一。

好的产品,不仅表现在功能上的优越性,还要使产品便于制造,从而提高产品的综合竞争力。当然,企业要把设计看做核心的战略工具,因为,成功的设计是赢得顾客的关键。

毛皮产业发展剑指何方?

目前,中国有实力的毛皮产品制造企业在加工生产中不断加强设计、工艺、制作过程质量控制和成本控制,并取得了明显的成效。

流程把控至关重要

青年企业家毛皮委员会主席贺素成认为,中国毛皮产品制造要加强生产加工每个环节的把控,针对不同环节建立相适应的质量把控流程控制标准。

一是鞣制、染色的质量控制。毛皮的鞣制染色工艺是整个服装生产的开始,首先,选择标准环保的染料,确染的皮张不仅要在PH值、色牢度、净度、缩水率、耐光等方面符合国家标准,同时鞣染的污水排放也应符合国家标准。如此一来,鞣染出的产品才会更加的自然、柔和。其次,鞣染环节工序比较复杂,毛皮鞣染技术的整个流程涉及60多道工序,其中化学药品用量的细微差别、专业技师对鞣制时间的掌握以及其他特殊技术技巧的应用处理等需要制定工艺流程和操作规范,每个环节设置严格质检,达到层层把控的原则。例如,为了达到某颜色的净度,选料、用量、温控、时间等都有严格的标准。

二是毛皮服装制作过程的质量监管。质量监管是企业内部建立的、为保证产品质量或质量目标所必需的、系统的质量活动。它根据企业特点选用若干体系要素加以组合,加强从设计研制、生产、检验、销售、使用全过程的质量管理活动,并予制度化、标准化,成为企业内部质量工作的要求和活动程序。

因此,制定工艺流程和操作规范,然后形成标准和制度是首要工作。比如,制作整皮服装,从钉皮、配皮、裁剪、缝皮、装配、手针到成衣每个环节都有详尽的质量标准和操作规范。

“多年的工作经验告诉我们,有一套完备的质量监管体系很重要,但更重要的是监管体系的执行者——员工。完备的质量管理体系和成熟的员工队伍是制造精美产品的必备要素,二者缺一不可。相信,有了成熟的员工队伍、成功的设计、规范的操作流程,我们的毛皮产品才能有合格的质量。”贺素成说。

出口贸易不断“做大”

“10余年来,中国裘皮及其制品进出口持续保持着贸易顺差,即使是经济低迷时期,裘皮贸易的稳定表现也令人刮目相看。”中国国际裘皮革皮制品交易会副秘书长王意表示。

据王意介绍,中国裘皮制品出口额呈持续上升趋势,从2003年的8.87亿美元到2013年的36.55亿美元,增长了4倍;而裘皮制品进口额也呈持续上升趋势,从2003年的2.12亿美元到2013年的12.02亿美元,增长了6倍;即使2008年金融危机影响,也没有阻止其持续上涨的趋势。

而自2007年起,国际市场毛皮鞣制、染色加工业加速向中国转移。目前,中国毛皮加工总量约占世界的75%,产品销往俄罗斯、日本、美国等裘皮服装消费大国。同时,中国在世界裘皮贸易中扮演的角色也由散户、部分品类养殖带动的原材料出口商,发展为世界最大的工业化裘皮制品加工中心;而伴随经济的发展,中国更一跃成为世界裘皮消费的重地。中国,已成为世界裘皮产业链条的重要环节。

王意分析,中国毛皮产业发展将呈现四大特点:

一是平民化。中国政府已在全面推动内需市场消费向平民化的转变,未来的皮草消费将进一步向平民化倾斜。拥有一件裘皮服装对于普通消费者来说,已经不是什么难以企及的事情,而且消费者对于裘皮服装的消费也已升级换代,即不仅仅停留在对价格的考虑上,也越来越追求个性化的产品与服务。

二是时装化。裘皮不再是过去那种一成不变的臃肿大衣,而变得更加像一件时髦的服装,从造型、色彩、材料、图案、细节修饰各方面都在改变,并且更加注重低碳与环保。

三是多元化。裘皮不再停留在自己的世界唱独角戏,而是积极与其他面料跨界搭配,与羊绒、羊毛、羽绒等面料的结合使用成为一种新趋势;而裘皮做为一种特殊面料,已经被更多地应用到时尚生活的各个领域,比如家居饰品,还有高端车内饰等。

四是营销品牌化。近年,裘皮销售从过去专卖店的“候鸟”模式向“品牌化”“规范化”发展,网络营销也让许多裘皮商试水成功。

