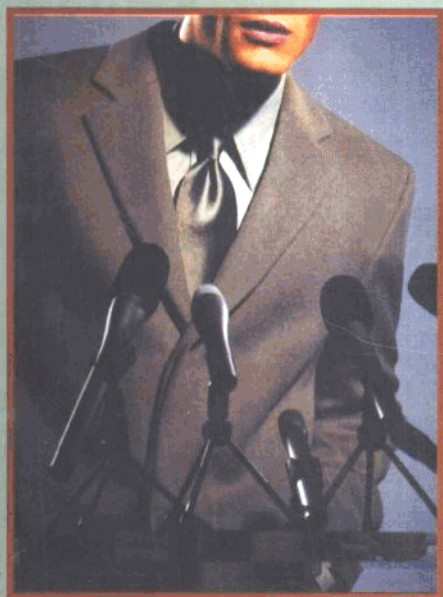


穿在温州



温州-中国服装名城

宣传报道材料选编

6.86
37

 温州服装商会 编印

二〇〇〇年十月

目 录

第一篇 穿在温州与服装名城

- 1、宣传“穿在温州” 建设服装名城…………… 温州市市长 钱兴中 1
- 2、温州实施服装强市战略…………… 新华社记者 张和平 3
- 3、温州欲做服装名城…………… 中华工商时报记者 叶正积 4
- 4、温州要选择什么样的“服装名城”? …… 中国经济时报记者 林春霞 冀文海 5
- 5、温州新名片:中国服装名城
——温州市长钱兴中谈如何建设中国服装名城…………… 林春霞 7
- 6、向全国传递“穿在温州”的魅力
——温州市服装商会会长陈敏访谈录…………… 中国服饰报记者 毛 文 9
- 7、霓裳羽衣飘起来
——我市创建中国服装名城扫描 …… 温州日报记者 陈建东 11
- 8、钱兴中阐述建设“中国服装名城”目标
发挥五大优势 建好五大工程 …… 温州日报记者 胡恩强 13
- 9、高人指点:与“浪”共舞
——京城专家研讨中国服装名城建设方案 …… 温州侨乡报特派记者 王 蓓 14
- 10、构筑服装名城…………… 温州日报社 金辉 陆健 金建树 15
- 11、找准定位建“名城”…………… 温州日报社 金辉 陆健 金建树 16
- 12、拓展我市服装行业发展空间
中国服装名城产业园区昨奠基…………… 温州日报记者 胡恩强 董其勋 17
- 13、市领导蒋巨峰、钱兴中展望温州服装
融入瓯越文化 进军国际市场…………… 温州日报记者 金 俊 17

第二篇 专家、学者、记者述评温州服装产业经济

- 1、大鹏一日同风起 浙江日报 述评 18
- 2、温州服装要走向世界
——访美中时装协会会长许权荣 温州时报记者 潘贤群 19
- 3、世纪之子
——献给服装名城温州 潘坤柔 20
- 4、走出去请进来
——温州经济在跳跃中实现巨变 今日华东报记者 伍木 22
- 5、温州模式再创辉煌 新华社记者 张和平 24
- 6、“穿”出一个大产业
——对温州服装业发展的调查和思考 浙江日报 记者 方汇瑛 张燕 25
- 7、服装业“华山论剑”温州人叫板“第一” 信息时报特派记者 贾弘业 莫鸿柱 27
- 8、专家出的12个“金点子”等 中国经济时报 记者 28
- 9、区域品牌雄起 温州服装称强 潘坤柔 29
- 10、温州：从小市场走向大市场 浙江市场导报记者 祝愉勤 31
- 11、温州服装凭什么胜出 温州侨乡报记者 刘琳琳 32
- 12、温州服装面面观 温州晚报记者 王若江 田方俤 33
- 13、做产品也要做“概念” 温州日报记者 召华萍 35

第三篇 商会与行业

- 1、铸就温州经济新支柱
——访市服装商会会长陈敏 联谊报记者 纪江明 陈小敏 36
- 2、用民间力量营造社会品牌

——记温州市服装商会	中国服饰报记者 视界	37
3、温州服装业回眸	温州时报载	40
4、商会为“名城”搭桥	中国经济时报记者 易碑 双木	41

第四篇 第三届温州商品交易会 暨国际服装精品博览会有关报道

1、温州商品交易会暨国际服装精品博览会开幕	浙江日报记者 方汇瑛 胡冠平	42
2、姜春云同志的贺电	姜春云	43
3、温州“服博会”倾情演绎“穿在温州”	浙江日报记者 方汇瑛	44
4、穿在温州 走向世界 ——祝贺第三届温交会暨服博会开幕	温州日报记者	45
5、温州,向中国服装名城迈进 ——访温州市服装商会会长陈敏	朱梅品	46
6、树立温州服装新形象 ——在第三届温州商品交易会暨国际服装精品博览会 新闻发布会上的讲话	陈 敏	47
7、市领导昨在“服博会”记者招待会上提出 温州要成为中国服装强市	温州日报记者 周潮忠 张健	48
8、海内外专家昨聚首建言献策 共商温州跨世纪发展大计	温州日报记者 金建树	48
9、霓衫羽衣 风云际会 ——写在温州服装精品博览会开幕之际	温州日报记者 唯 敏	49
10、金秋,盛产激动	温州侨乡报记者 丁香灿	51
11、灯火斓珊霓裳 ——写在服博会开幕之际	温州时报记者 陈 理	52

12、克劳蒂亚·希弗做温州“形象大使”	服装时报记者	陈格葛	54
13、“穿在温州”不谢幕	温州日报记者	王来	55
14、奏响“穿在温州”主旋律 ——写在服博会闭幕之际		胡恩强	56
15、永不落幕的盛会	温州侨乡报记者	丁杏灿	57
16、温州商品交易会成交六亿	人民日报华东新闻记者	潘凡平	57
17、温州“商交会”暨“服博会”开花又结果	浙江日报记者	方汇瑛	58
18、温州商品交易会暨国际服装精品博览会闭幕	中新社记者	朱小央	58
19、衣过温州尽飞扬 ——第三届温州商品交易会暨国际服装精品博览会后记	中国服饰报记者	刘萍	59

第五篇 重点服装企业报道

1、华士：推动温州西服升级	温州时报记者		61
2、激情“百先得”	温州侨乡报记者	黄展	62
3、美特斯·邦威 虚拟经营迈大步	温州日报记者	胡恩强	62
4、“雪歌”以时尚设计打天下	温州日报记者	胡恩强	63
5、乔顿“百米冲刺”闯市场	温州日报记者	胡恩强	63
6、温州休闲服的黑马 ——服博会前访“森马”公司董事长邱光和	温州日报记者	邵建多	64
7、“法派”：制度大于总经理	温州日报记者	胡恩强	65
8、庄吉引领温州服装品牌升位	温州日报记者	张敏	66
9、品牌与质量比翼双飞 ——记温州丹顶鹤服装有限公司	温州侨乡报记者	孙小彭	67
10、胡薇薇获“全国杰出创业女性”称号	温州日报记者	马玉瑛	67
11、圣人之梦 诚信为本			

——服博会前访“圣人梦”董事长张辘	温州时报记者 刘彩玲	68
12、不求最大 但求最佳		
——服博会前访“夏梦”公司董事长陈孝祥	温州时报记者	69
13、迈向新世纪的报喜鸟集团	温州侨乡报记者	70
14、品牌文化是企业的精华	中国服饰报记者 吴文	71
15、求精务实·持续发展创品牌	中国服饰报记者 杨文	71
16、品牌的集聚效应	中国服饰报记者 黄旭生	72
17、探寻“雪歌”发展的轨迹	中国服饰报记者 刘中正 曾君诚	73
18、力创驰名品牌的乔顿	中国服饰报记者	74
19、名牌兴业 规模出效益		
——森马企业有限公司发展纪实	中国服饰报记者 张杰生	75
20、法派要做中国的乔治·阿玛尼	中国服饰报记者 陈伟新	76
21、美丽的丹顶鹤	中国服饰报 刘文	76
22、庄吉 2000 新纪元	中国服饰报记者	77
23、金万利：浙江女人创造的名牌	中国服饰报 平文	78
24、起点高，走得就高		
——记圣人梦服饰有限公司	中国服饰报	79
25、“夏梦”与“夏蒙”	中国服饰报记者 正军	80
26、风飘飘兮独树一帜		
蓄艳艳兮夺目一枝	温州侨乡报记者 汤琰琰	81
27、奥奇：蓄势待发	中国服饰报 记者	81
28、上演“色彩魔方”		
——服博会前访浙江红黄蓝集团董事长叶显东	温州日报记者 陈重	82
29、首家温州境外服装设计室在米兰成立	中国纺织报记者 沪文	83
30、温州童装“赴”奥运盛运		
五万套“千千万”童装昨运抵悉尼	温州日报记者 信国	83
31、霓裳舞时 群星争辉	温州时报	84

宣传“穿在温州” 建设服装名城

钱兴中

服装业是浙江温州优势行业之一。去做了鞋业的文章,特别是举办了'99温州国际鞋文化节,打响了一“温州——中国鞋都”的品牌。今年,看重要做服装的文章。切入点在哪里呢?我的考虑是:宣传“穿在温州”,建设中国服装名城。

“穿”是一种服饰文化,有狭义、广义之分。狭义的就是平常所说的服装;广义的还包括头、手、颈、脚等穿戴的各种饰物,主要是服装和鞋子,温州都占据重要地位。服饰在人类生活中占有极重要的地位,衣、食、住、行,衣被列为首位。“穿在温州”有两层意思;其一,温州是服装消费大市。温州人注意形象,追求个性,讲究美感,喜好新颖,所以注重穿戴,服饰消费市场广阔。其二,温州是服装生产大市,是服装生产、销售的大基地。温州服装业确实有很多优势,特别是经过近几年的发展,提高得很快。

从低价竞争转向质量、品牌、网络竞争

温州服装已经从过去低价竞争,转向质量竞争、品牌竞争、网络竞争,出现了整体实力明显增强、质量大幅度提高的良好局面,市场占有率不断上升,在全国的影响面和知名度迅速扩大,呈现了五大优势和特点:

一是行业规模大。温州市现有服装企业2000多家,其中年产5万套以上西服企业有200家,销售额超亿元的有8家。鹿城、瓯海、龙湾、乐清、瑞安、平阳、永嘉等地形成了一定规模的各类服装专业生产基地。1999年全市服装产值203.4亿元,约占全国的1/10。温州服装企业个体规模不大,但通过社会化分工协作聚合成了一个相当大的行业规模,被专家称为“区域性规模经济”,为温州服装业资源的有效配置,以及市场竞争力的提高奠定了重要基础。

二是生产设备好。近年来,温州服装企业大举引进了先进设备。德国粘合机、日本自动拉布裁床、意大利全自动系列整烫机等,相继大量进入温州服装生产流水线。去年,服装企业技改投入10多亿元。服装生产设备整体水平全国最高。在引进计算机服装辅助设计和制造系统方面尤为明显。

三是产品档次高。1996年温州服装有2个品牌达到国家优等标准,1997年增至8个,1998年达到28个,现在已达35个。至1999年全市已有10家服装企业通过ISO9000国际质量体系认证,这都是全国之最。去年9月,温州5个品牌的服装代表中国,以“国家队”的资格参加“'99中国巴黎文化周”,登上国际舞台,影响空前。近年来,在全国各类服装评比、比赛中,温州服装均获大奖。国家服装质检中心专家评价说“温州服装整体水平在国内已处于领先地位。”温州服装的档次,也表现在款式新颖方面。温州服装创新意识强,富有特色风格,紧跟国际潮流,更新换代快。温州服装业已经从过去的模仿为主演进到以自我创新为主的阶段。现在企业越来越重视设计师,不少知名企业开始与知名设计师联手,进行深层次合作。由于设计师的参与,使企业的产品定位更趋明朗,设计风格更有个性。另外,服装品种类型多,童装、女装、休闲服异军突起,发展迅猛,形成了百花齐放、万紫千红的大气候。

四是经营方式佳。温州服装企业基本上是民营企业,经营机制十分灵活,特别是在市场营销上,紧紧把握市场脉搏,充分利用温州人广阔的市场网络,采取了灵活的营销方式,使产销率保持在很高的水平。目前,温州服装业在全国设连锁专卖店达到1万余家。温州企业在市场开拓的实践中,形成的独特而灵活的经营方式,从而能适当千变万化的市场形势。

五是发展势头强。去年全市服装业销售产值比上年增长103.4%。许多企业订单充足,任务饱和,有的加工企业生产能力达到极限。在全行业市场疲软的情况下,我市服装业呈现超高速增长态势,是疲软声中的一个强音;是低迷状态下的一个亮点。充分表明我市服装行业不仅有实力,而且有潜力、有后劲。

此外,行业协会也发挥了很好的作用。温州服装商会在促进同业有序竞争、加强质量监督、引进先进技术、扩大温州服装知名度等方面做了大量实质性、基础性工作。

穿在温州宣传报导材料选编

以全新观念深掘潜在优势

宣传“穿在温州”，建设中国服装名城，我们要确立“四个观念”。

一是要确立“既求其多，更求其佳”的观念。在市场经济条件下，特别是进入买方市场以后，区域经济的发展，不再取决于你生产什么，生产多少，而取决于你能卖多少。这个“佳”字就是产品质量优良、款式新颖、价格实惠、营销通畅，就是市场竞争力之所在。

二是要确立“既求其全，更求其特”的观念。我们既要使服装门类齐全作为市场的有利条件，更要把服装长远发展的着眼点放到“特”字上。只有这样，才能把服装业的优势凝聚起来，才能把潜在的优势转化为现实优势，才能把资源优势转化为市场优势。

三是要确立“既求其大，更求其强”的观念。实践表明，一个区域经济的市场竞争力，来自特色经济。我们要下决心在比较短的时间内，在服装业培植、形成这样一批重点骨干企业。

四是确立“既求面广，更求外向”的观念。要认真做好市场的细分工作，根据不同的需求层次，不断开拓各个层面的服装市场，特别是开拓国际市场上，更要有举措、有力度、有声势、有实效，扩大温州服装业在国际市场上的份额，提高国际市场占有率。

由服装大市向服装强市转变

现在我们看到，人们的消费观念正在不断成熟，对服装质量、特性、品牌、文化内涵的认识在不断提高，对服装品质也相应提出了新的更高的要求，市场的激烈竞争也将随之升级。这些都使温州服装企业在面临大好发展机遇的同时，也承受着极大的竞争压力。因此，实现温州由服装大市向服装强市转变，需要温州服装业抓住机遇，狠下苦功，外塑形象，内强素质。我们考虑从现在起，要通过政府、协会、企业的几年持续努力，推动我市服装业再上新台阶。具体地说，下一步工作就是要着力抓好“五大工程”：

第一，形象工程。一是展览宣传。在本地、外地举办参加各种展览会，搞好形象宣传。要精心组织“第三届温州商品交易会暨国际服装精品博览会”。二是舆论宣传。围绕“穿在温州”、“温州——中国服装名城”开展系统宣传，连续报道。三是广告宣传。利用各种新闻媒体报道进行这个“大广告”的宣传，我们温州服装如果与有的地方有差距，那么广告宣传不够恐怕也是一个差距。四是其它方面的宣传。经过几年宣传，逐渐让国人认同：“穿在温州，吃在广洲，住在杭州”。达到这样一个宣传效果——“穿在温州，世人共识；服饰服饰，走向世界”。

第二，开发工程。要像开发中国鞋都产业园区一样，开发一个温州中国服装名城产业园区，使之成为服装综合基地，成为龙头集聚、品牌集聚、要素集聚的基地，并起到示范带动作用。同时按“免收费、降地价、树形象、引客商、养财源、求发展”的指导思想，在园区建设全过程充分体现优惠政策的导向性。

第三，龙头工程。培养几个温州服装业的领头羊，使之成为国内行业的龙头企业。我看到一个材料，1997年全国服装行业销售百强企业中，最高的达38.67亿元，最低1.2亿元，而温州服装业很大程度上是靠区域规模，还缺少“大哥大”。我们要采取政策倾斜、服务从优的办法扶强培优，发展几个龙头老大，争取搞几个大集团股票上市。

第四，精品工程。一是大力推进科技进步。从某种意义上说，经济结构调整的动力在科技进步，希望也在科技进步。虽然服装行业对经济增长贡献很大，但产业升级的任务很重。产业要升级，就必须广泛采用先进技术，提高服装生产技术装备水平和技术开发能力。二是加快人才的引进、培养。提高科技含量，必须广纳人才、招才引智，同时加强现有人员的培养，提高其管理、技术水平。温州的职业学校要在培养方向上作一些调整，努力与温州发达的鞋业和服装配套。这里还要强调设计师和企业的有机结合。设计是服装的灵魂，以加工为主的服装业，在从数量向质量效益转变的过程中，服装产品的设计含量在其中扮演着很重要的角色。设计师在我市现阶段服装发展中起着重要的作用。知名设计师与知名服装生产企业的联手，将给服装生产和销售注入更多的文化艺术气息和活力。当然，搞精品创品牌的同时，也要注重大众化，生产不同档次的服装，适应不同的要求，特别是大力开拓农村市场，而不能只盯着有限的城市市场。三是做好企业结构调整的文章。随着品牌工程的实施，涌现出一批骨干企业，产生一批品牌营销公司。同时，应该有一批企业转为加工型企业，专门在企业、虚拟经营公司加工服务。这样，才能形成更为完善社会化的分工协作，形成区域性的规模效益，形成低成本的环境，真正使服装行业企业的组织结构合理化，生产经营规模化，发展增长集约化。

第五，文化工程。服装业如同鞋业，再上一个新台阶，就要注重文化。鞋文化节期间，有外地记者问我：“你说的鞋文化指的是什么？”我说，文化渗透于鞋业，鞋业融合了文化，鞋文化中有历史，有学问，有美感，有民俗，鞋与历史学、语言学、民俗学等都十分密切。服饰文化也可以作类似表述。现在我们穿西装，就不仅是属于中国文化，而且是属于世界文化。另一方面，当我们把服装不仅作为商品而且作为艺术品生产的时候，需要的不仅是工人，而且应该是艺人。人的高品位才能产生服装的高品位。

政府、协会、企业要齐心协力，把“穿在温州，建设中国服装名城”这篇文章做细做好，为温州服装业的跨世纪大发展作出更大的贡献。

专家点评

我国加入世界贸易组织之后，纺织业作为一种劳动密集型产业，有着广阔的发展前景。为了迎接“人世”挑战，我国的纺织业必须在经营战略、运行方式等方面进行战略转变。在中国建设服装名城是纺织业迎接经济全球化挑战的战略思路之一。

在温州建设中国服装名城具有良好的条件。第一，温州市的服装业已具有相当的基础。第二，温州市政府与企业之间的关系比较符合市场经济发展需要。政府对企业的行政干预少，服务意识强。第三，温州市的文化氛围好，温州人经商意识强，敢于面对市场风险。

建设服装名城是一项综合的系统工程。为使这项工程能够顺利完成，首先要对服装名城进行形象设计。我国沿海地区服装业比较发达的城市有10个左右，温州市要想脱颖而出，其服装名城的设计必须具有自己的特色。其次，政府和企业要通力合作。政府要在征求社会各界特别是企业界意见的基础上，科学制定服装名城的发展规划，并做好服装名城的包装宣传工作。企业则要创立有自主知识产权的名牌，建立广泛的社会信誉。

总之，建设服装名城应成为温州市中长期经济发展战略的重要组成部分。

（作者李善同系国务院发展研究中心发展战略和区域经济研究部部长）
（人民日报·华东新闻）（2000年09月28日第二版）

穿在温州宣传报导材料选编

新华社报道

温州实施服装强市战略

据新华社杭州9月27日电

温州市拉起“穿在温州—建设中国服装名城”大旗,以实施特色产业名城战略为新的启动点、推动个体私营经济进一步发展,不断创造“温州模式”新辉煌。

去年,温州市委、市政府撬动一个新的启动点,即利用举行一年一度的商品交易博览会的机会,推出建设中国鞋都之主题,激起广大个体私营企业经营者极大的投资冲动。在市政府的统筹规划、引导下,一年之中聚集起6亿元资金,总扩地7000亩,在政府新开辟的鞋革工业园区,兴建了一个集科研、生产、检测、信息、文化为一体的中国鞋业基地。

今年,温州市政府借鉴这一“树旗兴业”的成功经验,再次利用将在10月举行海内外大型招商引资(智)活动的契

机,借助全市业已形成2000家个体私营服装企业规模、35个国家优等产品、年产值达203亿元的服装整体优势,以树立“穿在温州”形象,建设中国服装名城的新思路,实施服装强市的宏伟战略。据此,温州市营造了一个占地5000亩的中国服装名城新园区,着手制订优惠的投资政策,引导、鼓励、支持服装界兴建中国服装名城。与此配套联动,温州市政府将在10月12日与中国服装协会联合举行的温州商品交易会和国际服装精品博览会中,将邀请海外2000名客商、100个商团聚集温州,共举营建中国服装名城之大事。这一大手笔搅动温州服装业的“一池春水”,该行业的大批个体私营企业经营者拉开竞争架势,掀起一股强劲的投资势浪,纷纷将投资转到新的经济启动点上。 记者 张和平

中華工商時報

2000年7月20日

温州欲做服装名城

【记者叶正积温州报道】温州市自1999年打响了“温州——中国鞋都”的品牌后，今年又致力于做好“建设中国服装名城”的大文章，以产生行业性的综合效应，以特色行业带动全市经济发展。记者在日前由温州政府召开的新闻发布会上获悉，为推进“建设中国服装名城”的战略，该市政府将于今年10月12日至15日，与中国服装协会联合举办“第三届温州商品交易会暨国际服装精品博览会”

温州市市长钱兴中介绍说，温州服装已经从过去的低价竞争，转向质量竞争、品牌提高的好局面，市场占有率不断上升，在全国的影响面和的知名度迅速扩大，呈现了五大优势和特点：

一是行业规模大。温州市现有服装企业2000多家，其中年产5万套以上西服企业有200家，销售额超亿

元的有8家。鹿城、瓯海、龙湾、乐清、瑞安、平阳、永嘉等县(市)、区形成了一定规模的各类服装专业生产基地。1999年全市服装产值203.4亿元，约占全国的十分之一。

二是生产设备好。近年来，温州服装企业大举引进先进设备。德国粘合机、日本自动拉布裁床、意大利全自动系列整熨机等，相继大量进入温州服装生产流水线。去年，服装企业技改投入10亿元，服装生产设备整体水平全国领先。

三是产品档次高。温州服装品牌中达到国家优等标准的，现在已达35个。至1999年全市已有10家服装企业通过ISO9000国际质量体系认证，这都是全国之最。去年9月，温州五个品牌的服装代表中国，以“国家队”的资格参加“99中国巴黎文化周”，登上国际舞台，影响空前。服装品种类

型多，童装、女装、休闲服异军突起，发展迅猛，形成了百花齐放、万紫千红的局面。

四是经营方式佳。温州服装企业基本上是民营企业，经营机制十分灵活，特别是在市场营销上，温州服装企业紧紧把握市场脉搏，充分利用温州人广阔的市场网络，采取了灵活的营销方式，温州服装业在全国设连锁专卖店达到10000余家。

五是发展势头强。去年全市服装销售产值比上年增长103.4%。许多企业订单充足、任务饱和，有的加工企业生产能力达到极限。“穿在温州”这个口号正成为一个地方品牌和温州的名片工程，把服装业的地位确立起来，使温州这个服装大市场变成中国服装强市，这是今年温州经济的主打动作。

穿在温州宣传报导材料选编

中國經濟時報

4 中國經濟時報
2000年10月9日 星期一

温州要选择什么样的“服装名城”？

- 生产基地型：温州已拥有什么？
- 时尚中心型：温州还需要什么？
- 集散贸易型：温州要强调什么？

□本报记者 林春霞 冀文海

9月27日，在北京人民大会堂举办的“温州中国服装名城发展高级研讨会”上，温州市市长钱兴中透露说，温州市政府准备进一步扶持服装业发展，正在构想将温州建成“中国服装名城”，以确立温州在我国服装业的领先地位。

作为我国市场经济起步最早的地区之一，温州发展的每一个重要举措都会引起关注。会上，来自国务院发展研究中心、中国社会科学院、中央党校、中国人民大学、清华大学、对外经贸大学等单位的十余名著名专家学者从区域经济、产业经济等方面对此进行了深入分析，提出了极有价值的意见和建议。

温州为什么提出建设“中国服装名城”？

温州市市长钱兴中介绍，服装业是温州最大的优势行业之一，目前呈现五大优势和特点：

一是行业规模大 全市现有服装企业2000多家，其中年产5万套以上西服的企业有200多家，销售额超亿元的有8家。1999年全市服装产值203.4亿元，约占全国的十分之一。

二是生产设备好 近年来温州服装企业大举引进先进设备，如德国粘合机、日本自动拉布裁床、意大利全自动系列整熨机等。据统计，去年全市服装企业技改投入10多亿元。

三是产品档次高 目前全市有35个服装品牌达到国家优等品标准，通过ISO9002国际质量体系认证的服装企业已有10家。去年9月，温州五个品牌服装参加“99中国巴黎文化周”，在国际舞台上产生空前反响。还有很多知名企业大量引进知名服装设计师，使企业产品不断向高档化、个性化、多样化发展。

四是经营方式佳 由于温州企业基本上是民营的，经营机制十分灵活，在市场营销中有优势。目前，温州服装业在全国的连锁专卖店达到1

万余家。

五是发展势头强 在近年全国服装行业市场疲软的情况下，温州市去年服装业销售产值比上年增长103.4%。许多企业订单充足，有的加工企业生产能力达到极限。

钱兴中说，去年温州做了鞋业的文章，特别是举办“99温州国际鞋文化节”，打响了“温州——中国鞋都”的品牌，今年着重要做服装的文章，通过大量调查发现，温州进一步发展服装业、建设中国服装名城已具备了较好的现实条件，因此要大力宣传“穿在温州”，规划建设服装城具体方案，使温州继鞋业之后把服装业的地位确立起来。

专家赞同温州建设

中国服装名城的总体设想

国务院发展研究中心农村部部长陈锡文研究员认为，按温州目前服装业现状来看，说它已成为服装名城也不为过。如今温州提出建设服装名城以确立其在中国服装业系列城市中的地位，对温州服装业今后的发展，包括市场占有率、品牌开发等都会产生积极影响。

清华大学经济管理学院党委书记吴栋教授分析，按温州目前服装业年产值203亿元计算，如果全世界每3件衣服有1件是中国人生产的，那么全世界每30件衣服就有1件是温州生产的。因此温州建设中国服装名城的口号不是凭空提出，它是有产业基础的。服装业是长盛不衰的产业，只要有人存在，它永远有市场，温州提出建设服装名城是具备基本条件的。

中国人民大学区域经济研究所所长张敦富教授说，温州政府在改革开放20年中为当地企业发展搭建舞台，这在全国是很典型的。现在提出建设中国服装名城，进一步为当地企业发展创造良好环境，是温州政府的一贯作风，值得肯定。

著名经济学家、全国政协经济委员会副主任董辅述，温州发展服装名城的思路很好。首先它可以提高温州

市各个服装企业的知名度。第二，把服装业作为一个主导产业，会对整个温州经济发展起到很好的促进和带动作用，也进一步提高了温州的知名度，树立温州一种好的形象。

温州要抢占服装业加入WTO发展先机

中国人民大学张敦富教授说，温州提出建设中国服装名城非常及时，是温州人民对即将“入世”的一种战略决策，表现出温州人民适时顺势努力在即将到来的世界经济自由竞争中抢占“制高点”的胆识，做好了“与狼共舞”的准备，是温州人民继改革开发以来创造“温州模式”精神的继续和发扬光大。

国务院发展研究中心发展战略和区域经济研究部部长李善同研究员分析，我国即将加入WTO，有利于劳动密集型产业的发展，特别是纺织服装业，但如何利用这个优势，要有新的思路。有人说加入WTO是“与狼共舞”，也有人说这是“与狼共舞”，浪潮的“浪”，运用新的思维方式，在新的竞争中发展。

中国WTO研究会会长、对外经贸大学教授薛荣久先生是当前我国最权威的WTO问题研究专家之一，他认为温州应把“入世”后的情况充分考虑进去。按照纺织品服装协议有关内容，2005年以后中国出口纺织品不再受配额限制，这给我国纺织服装业带来很大机遇，服装出口潜力可以大大发挥。但同时也要注意一些问题，一是纺织服装协议中有防舞弊条款，这就要求我国服装企业出口不要虚报数量，伪造官方文件及利用别国配额等；二是墨西哥已取代中国成为美国进口服装第一大国，土耳其等也成为服装大国，对我国服装出口单位形成挑战；三是不少西方国家服装业发展已进入高档化、智能化、科技化，这已成为世界服装业发展趋势；四是“入世”以后，中国进口关税大大降低，对我国服装面料企业可能造成较大冲击，但对进口面料加工的企业带来了发展机遇。

穿在温州宣传报导材料选编

温州应该选择什么样的“服装名城”？

原国家纺织工业部副部长王曾敬是纺织服装业界老领导，也是知名专家。他说，中国这么大，各地经济、自然、人文等条件千差万别，我们不认为只搞一个服装名城好，应该多搞几个，而且，服装名城可以有不同类型，温州的定位在哪里需要认真研究。

◆关于生产基地型

中国纺织报中国服饰报总编辑魏林认为，消费者认可服装品牌，但服装生产场地对消费者也有很大的影响。比如说买服装，只要是产自巴黎的，我们都会觉得不错。因此营造一个名城，制造一个城市的品牌和国家品牌都是很重要的。温州要考虑能否做到有所为有所不为，没有丰富的文化资源和内涵底蕴，很难形成时尚中心，温州的定位可考虑以加工生产为主，形成一个加工生产基地主要加工生产高档、精品服装。在此基础上，再发展为一个服装贸易中心。

温州服装生产加工还可以向外扩展。中央党校经济学部副主任王东京教授说，我国目前有不少服装企业处于停产半停产状况，温州企业可以采取兼并、收购或其他方式与其他服装企业合作，或者采取虚拟联合的形式，既降低了成本，又扩大了市场覆盖面，既打“阵地战”，又打“游击战”，除了在全国建立销售网点以外，还要考虑建立全国范围的生产网点。WTO研究会会长薛荣久教授还提出，温州企业家可以到国外建服装加工厂，如在欧美服装贸易大国投资，在当地生产销售服装，建立跨国的生产和销售网络。董辅教授也提出，产业的制造和经营是可以分离的。温州将来可能是个服装业制造基地，而经营基地可以转移到别的地方，比如到上海建公司。目前国内已有个别服装企业这样做了。

◆关于时尚中心型

董辅教授说，引导服装潮流的必须是大城市；要求人们的生活水平高、文化水平高，跟国际交往多，高级人员集中，中国的城市中能担当此任的可能不是温州，也不是北京或广州，可能上海、香港这样的城市更有优势。因此，温州在规划建设中国服装名城时一定要考虑得更周到些。

王曾敬先生说，关于服装时尚中心城市，业内有过不少讨论。一部分人主张上海，一部分看好北京，还有其他的意见，见仁见智。但是，原则上时尚中心城市不能太多，因为世界服装时尚中心只有四个：巴黎、米兰、纽约和伦敦，连东京和香港都没被认可。至于中国未来的服装时尚中心在哪里，还需要方方面面进行探讨。

中国社科院工经所区域室主任

魏后凯研究员说，温州目前没有形成引导全国乃至世界服装时尚潮流的文化氛围，温州要想成为中国服装名城必须在这方面有所突破。

他提出，温州要努力创造一种有温州特色的服饰文化，还可以考虑建立一个关于建设服装名城的网站，为温州建设中国服装名城搭建一个现代化的平台。

吴栋教授则强调了服装设计的重要性。他认为温州要建设服装名城必须在设计上下功夫，要有一流的服装设计师，就是要有服装设计人才，可以通过自己培养，也可以从外面引进，这是服装业发展的基础工程，一定要做好。

张敦富教授还提出，温州可以考虑在本地建立服装研究机构，服装学院以及服装博物馆等，以此来增加温州服饰文化的底蕴。

薛荣久教授提出，温州服装企业可以利用外国留学生作“活广告”，请外国学生到温州参观服装企业，开座谈会，还可送给他们一些温州服装，以扩大温州服装在国内外的影响。

◆关于集散贸易型

国务院发展研究中心陈锡文研究员说，温州在中国乃至世界服装行业要处于什么位置，实际上可以有三种选择，一是领导市场潮流，这个目标还很遥远；二是有一批名牌厂商集聚，成为服装集散贸易中心；三是有非常强大的服装加工业。目前比较现实的是选择第二种类型。也可能是全国的、世界的一体化。中华女子学院潘坤柔教授对温州服装企业在市场营销方面的先进经验进行了评价。她说，尽管温州服装企业众多，竞争激烈，但企业之间讲究团结协作，追求双赢或多赢，在开发市场方面不是互相封锁而是开发，运用虚拟经营方式，借网捕鱼，使每个企业的营销网点资源共享，这种营销方式正为国内其它企业仿效。这也是温州发展服装集散贸易中心的优势之一。

◆关于服装面料及其他

清华大学吴栋教授说，一个好的服装企业必须有好的服装面料，而我国服装企业跟世界其他知名企业相比，一个致命的弱点是服装面料质量上不去。这个问题温州靠自己制造是不行的，可能是费了很大力气，效果却不见很好，必须建立一个良好的优质面料供应渠道，这个问题要好好考虑。

国务院发展研究中心陈锡文研究员认为，我国服装面料问题很大，各服装企业面料都不怎么过关，这个问题也不可能在温州彻底解决，因为我国整个纺织业面料与国际差距很远，温州本地更无发展面料的自然条件，也不可能集中一大批世界级面料生产企业。因此温州提出建设服装名

城要考虑自己的发展方向和重点领域。

薛荣久教授则指出，我国加入WTO后，国外优质面料将低价进入我国市场，这对国内面料企业形成冲击，而对服装加工企业却是非常有利的，温州企业应好好把握这个机遇。

一些专家学者还对温州服装发展提出了其他建议。王东京教授，温州服装企业应注意消费者定位，说要想建成服装名城，必须考虑名人效应。李善同研究员则以一位中老年女性消费的口气提出，温州服装企业应关注中老年女性消费者的需求。

温州能否回

中国服装业强国之梦？

其实，建设中国和世界的服装名城是我国纺织、服装业多年未圆的梦想。原国家纺织工业部副部长王曾敬介绍，我国目前服装年出口产值300多亿美元，折合人民币2500亿元，国内衣着消费品零售额约3000亿元人民币，两项加起来不足6000亿元，而美国服装业每年产值可达2100亿美元，相当于1.6万亿人民币，我国服装业与它的差距由此可见。因此，尽管我国是世界服装出口量第一大国，但远远称不上世界服装业强国。

“我们希望中国服装不仅在世界产量最大，出口量最多，而且品味要最高、品牌最好、甚至最强”。王曾敬说，实现这个梦想需要整个服装业界团结、联合起来，但他希望温州能作为突击部队，完成这个梦想。

中国女子学院潘坤柔教授说，中国服装名城概念是在1988年由中国服装总公司提出的，今年中国服装协会在全国服装工作会议上重申了建设服装名城的计划，温州服装业在这方面走得比较稳，发展又快，在国内其他城市并不多见，具备较强的竞争优势和发展潜力。

潘教授提出，温州建设中国服装名城要有“三个坚持”。一是坚持既稳又准的做法。目前温州男西装和男衬衫已在国内形成竞争强势，与世界上一些主要男装生产企业具备了初步的抗衡实力，下一步要在进一步巩固、完善男装的同时，将女装更快地发展起来，第二要坚持发扬行业内团结拼搏、顾全大局的良好作风。在多次国际服装博览会及国内服装展上，温州企业总是集体亮相，形成拳头。这是一个行业健康发展的需要。当然，温州服装商在这方面发挥了积极作用。第三要坚持品牌理念和先进的经营模式。温州服装近年强化精品意识，倡导个性，百花齐放，把文化理念渗透到经营中去。在营销方面讲究双赢和多赢，同行企业关系处理很好，借网捕鱼，使温州企业营销网点在全国形成星火燎原之势。

中國經濟時報

4 中國經濟時報
2000年10月9日 星期一

温州新名片：

中國服裝名城

——温州市长钱兴中谈如何建设中国服装名城

□本报记者 林春霞

谈起“食在广州”、“住在杭州”，大概不会有多少人感到陌生，而现在有人说“穿在温州”，你可能会觉得新鲜。但温州市长钱兴中9月27日在北京人民大会堂举办的“温州中国服装名城发展高级研讨会”上提出这一口号时，得到了与会专家的认可。

温州市长钱兴中对温州发展服装名城充满了信心。他在接受记者采访时说，从温州的鞋业和服装业的现有发展规模来看，说“穿在温州”是十分贴切的。

钱兴中指出，宣传“穿在温州”有两层意思：其一，温州是服装消费大市。温州人注意形象，追求个性，讲究美感，喜好新颖，服饰的消费市场广阔。其二，温州更是服装生产大市，是服装生产、销售的大基地。温州服装业经过近几年的发展，已经从过去低

价竞争，转向质量竞争、品牌竞争、风格竞争，整体实力明显增强，质量大幅度提高，市场占有率不断上升，在全国的影响面和知名度迅速扩大。

钱兴中认为，温州已具备了建设中国服装名城的条件，但如果要把“穿在温州”，建设中国服装名城这个口号当作名片叫响，使温州继鞋业之后，把服装地位确立起来，还需要树立“四大观念”。

四大观念，主要是：一要确立“既求其多，更求其佳”的观念。在市场经济条件下，特别是进入买方市场以后，区域经济的发展，不再取决于你生产什么，生产多少，而取决于你能卖多少，这个“佳”字就是产品质量优良、款式新颖、价格实惠、营销畅通，就是市场竞争力之所在。二要确立“既求其全，又求其特”的观念。既要

把服装门类齐全作为竞争的有利条件，也要把服装长远发展的着眼点放到“特”字上，只有这样，才能把服装业优势凝聚起来，才能把潜在的优势转化为现实优势，才能把资源优势转化为市场优势。从另一角度讲，特色竞争也是最好的市场竞争方式。“人无我有，人有我早，人早我好，人好我转”，讲到底就是要保持特色。三要确立“既求其大，更求其强”的观念。实践表明，一个区域经济的市场竞争力，来自特色经济。而特色经济要依托于优势产业，而优势产业要靠龙头企业来带动，只有“高、强、名”企业，即技术高、素质强、牌子响的企业才有资格成为龙头企业，我们要下决心在比较短的时间内，在服装业培植、形成这样一批重点骨干企业。四要确立“既求面广，更求外向”的观念。要

穿在温州宣传报导材料选编

认真作好市场的细分工作,根据不同的需求层次,不断开拓各个层面的服装市场。特别在开拓国际市场上,更要有举措、有力度、有声势、有实效,扩大温州服装行业在国际市场上的份额,提高国际市场占有率。

在谈到如何发展服装名城时,钱兴中强调,推动温州服装业的发展,除了确立以上四大观念外,还要力求以下五方面的突破,主要概括为“五个化”。

第一,在风格上要追求时尚化。服装业对时尚化要求是至关重要的,因此,要把时尚化的理念贯穿于设计、开发和生产的全过程。当务之急是结合中国服装设计师协会推出的“名师工程”的实施,加强知名设计师与知名服装企业的联手,改变目前服装设计师和服装产业相对“分离”、设计开发方案与市场需求相对“脱节”的状态,给服装生产和销售注入更多的时尚化气息。

第二,在特色上追求个性。服装产品具有“鲜活”性特点,生产、营销要适应顾客个性化的消费趋势。如今人们越来越讲究质量、追求流行、突出个性,服装业必须要对市场的这一需求作出快速的反应。要充分利用温州服装行业“小型巨人”企业众多的优势,全面推行电脑来辅助设计、剪裁,形成多品种、新款式、小批量、高

效率的个性化生产体系,逐步体现“因人而异,量体裁衣”,注意服装的个性、特色服务对消费者的吸引力,并对消费进行有意识地引导,扩大市场销售。

第三,在发展上追求科技化。高度重视运用高新技术来改造服装产业。紧紧抓住国家继续实施财政政策、经济出现重要转机的有利时机,围绕开发新产品、运用新工艺、采用新技术等,引导和促进企业进一步加大技术改造力度。同时根据产业升级的方向和要求,加强国外先进技术和关键技术的引进,并通过消化吸收,提高自身科技创新能力。21世纪是由工业经济向网络经济快速地多角度地转换。因此,对于传统的服装行业来说,信息是比资本更为重要的一种资源。要提高服装行业的国际竞争力,用信息及其网络等相关技术改造、武装服装企业是今后一个时期最为重要的手段。因此,我们不仅要提高认识,而且要加大投入,在应用信息化领域有所作为。加速科技进步,核心是人才,因此要打开城门,面向国内招贤纳士。同时加强现有人才的培养,提高其生产、管理和技术水平。

第四,在效益上追求高效化。实

现效益最大化,要从这几方面入手:强化企业内部管理,引进和导入先进的管理模式,实现服装企业管理的低成本、规范化和高效率。大力推进社会化分工协作,在品牌工程的推动下,形成一批骨干企业、营销企业和加工型协作企业相配套的社会化分工协作体系。形成区域性的规模效益,形成低成本的环境,使温州服装企业的组织结构合理化、生产经营规模化、发展增长集约化。此外还要努力提高产品的市场占有率。在稳固原有的市场开拓新市场的同时,进一步研究市场、细分市场,不断提高服装市场的有效供给能力,想方设法抓住良机使自己强大起来。

第五,在营销上追求外向化,我国即将加入世贸组织,这有利于调整服装产业结构,扩大服装的出口,提高服装行业的竞争力,但任何机会都是双刃刀,如果我们的服装企业没有作好充分准备,不尽快地提高自己的素质、水平和适应能力,也将面临很艰难的局面。因此,应积极行动起来正确认识加入WTO对服装行业的影响,大胆实施“引进来,走出去”的发展战略。把国内外服装的两个市场当作两种资源来对待,立足国内市场,不断开拓国际市场,利用多渠道扩大服装出口。

中国服饰报

CHINA FASHION WEEKLY

周一刊 邮发代号:1-200

国内统一刊号:CN11-0239

向全国传递 “穿在温州”的魅力 ——温州市服装商会会长陈敏访谈录

入秋以来,温州服装企业频频出击,继庄吉集团在武汉举行了隆重的品牌发布活动后,报喜鸟9月20日在四川德阳也举行了一场颇具趋势的新产品发布会,在国内服装产业和市场发展处于低潮的状况下,温州服装到底想干什么呢?在武汉东方大酒店,记者独家采访了温州服装商会会长陈敏。

用大市场观念抢占中西部地区

陈敏告诉记者,近年在国内市场上发展到一定规模的温州服装品牌,如今逆潮而动,加大拓展中西部市场的力度,基于三点考虑。

其一、瓯派服装作为全国服装行业的一面旗帜,涵盖着若干著名品牌,这些品牌在工艺精良、定位超前和创意前卫、时尚文化等方面,都成为了社会关注的焦点。这些品牌只有投放到国内市场进行锤炼,不断完善,并得到更多消费者的青睐和市场的认可,才会有意义。服装的本身是社会性的,注定了突破地域的限制才会有生存的根基。去年,温州服装已对武汉、成都等市场作为试探性的接近,发现这些地方市场潜力极大,全国各地许多品牌都准备进驻这些地域,温州品牌如果不抓紧进入,等市场饱和后机会就少了,因为反应最快,才能抢占最佳位置,温州服装虽可凭设计技术和品牌力量要相对饱和状态下创下一片天地,但慢走一步,仍会顿失机遇;

其二、瓯派服装作为全国服饰行业的重要流派之一,虽然面临WTO的到来,但不可能只把目标瞄准海外市场,而在国内无所作为,应不断挖掘国内市场的潜力,走优势互补的路子。市场潜力大、商贸位置佳,文化科技底蕴足是武汉以至西部地区的优势,对高品味的服饰品牌进入有相当大的承载力;

穿在温州宣传报导材料选编

第三、武汉市地区目前女装品牌占较大比例,男装品牌仍在崛起之中,虽然目前“阴盛阳衰”局面有所改观,但汉派男装整体水平的提高需要一大批有水平、有档次的服饰企业作撑。四川地区服装业虽有较大发展,但还满足不了四川这个极为广阔市场的需求。而温州派男装以精英品牌进入这些市场,即是一种错位竞争,也是我们实行产品定位的重要方略。

向全国传递“穿在温州”的魅力

目前国内流行“穿在温州”的说法,作为派派服装的领头人,陈敏是如何解释的呢?

陈敏认为,温州是中国的服装强市,服装是温州的支柱产业。“穿在温州”包括着三个方面的内容:

一是对温州服装业在全国的优势的高度概括,即规模大、档次高、设备好、款式新、经营方式佳、发展势头强。二是“穿在温州”作为温州市委市政府强市立业的战略决策和建设现代化新温州的最大形象活动,正处地深化之中。由温州市政府和中國服装协会主办、温州服装商会协办的第三届国际服装精品博览会将于10月中旬在温州举行,就是向全国宣传推介温州服装的最佳时机,所以,“穿在温州”也是对全国各地品牌宣传的阵地。三是温州在海外经商创业人员达50多万,在国内有100多万人,人称“百万大军”。其中从事服装行业的占绝大多数,形成了一庞大的网络,“穿在温州”是对温州信息优势的概括,是作为全国服饰企业的风向标而存在的。陈敏认为,“穿在温州”不仅是个福音,也是个警钟,它给温州服装企业以压力,促使温州服装业不断更新,富而思进,才能永保这个至高荣誉。

挖掘区域品牌内涵要有创新精神

陈敏在回答记者关于如何发展区域服饰品牌问题时认为,流派也是品牌,一个地方创一个流派,是需涵盖若干小品牌的。流行打响了,各品牌自然也添光增色,仅靠小品牌“单兵突进”往往事半功倍。2000年4月,温州服装商会组织本市服饰企业以“温州军团”的名义在全国打响了牌子,主要是靠“温州服装”的知名品牌单体的优势整合。此前,这些品牌已在全国闻名。所以,流派并不是一个全新的东西,作为共性,它存在于品牌的个性之中。

当前,温州服装企业都在推进名牌经营,并请了许多港台名星出任品牌形象大使,如庄吉、法派、仕登、报喜鸟等,这是品牌经营提升过程中的一个重要手段。当品牌发展到一定程度时,请名人作形象代言人,可以起到画龙点睛的作用。名星与名牌,只有相互提携为亮点,不断改造才会逐渐暗淡。事实证明这种创新是有极大收效的。

在激烈地市场竞争中我们发现,国际服装品牌都已将发展的目标对准了亚洲特别是中国,他们正用设计能力和品牌经营打通中国的市场渠道,所以我们在挖掘派派服饰内涵的过程中,除要以质量、技术为重点外,既要健全市场营销网络,增加抵御风险的能力,又要在创造突破性设计、树立品牌形象与文化的统一,实现个体风格国际化和技术提高上狠下功夫。目前,温州服装商会在加大行业和企业发展的服务力度同时,千方百计在增强行业协会的凝聚力、为企业创造产业增值和品牌展示的机会上做文章,并不断用最新信息、最前卫的流行意识来推动温州服装业的发展与进步。

□毛文

霓裳羽衣飘起来

——我市创建中国服装名城扫描

从渤海之滨的大连,到南国花城的广州,在这条黄金海岸上,一条中国服装工业产业带已经形成。在东海之滨,异军突起的温州服装业,犹如一颗升起的新星,正以其强劲的发展态势,在中国服装业的星空中放射出璀璨光芒,展示出迷人风采。在温州市政府提出“宣传‘穿在温州’,建设中国服装名城”之际,让我们走进温州服装业。

繁荣海上头 服饰亦风流

服饰在人类生活中占有极重要的地位。服饰文化的演变,是伴随着社会的发展而不断发展变化的。她像社会发展的一面镜子,折射出每个历史时期的社会变迁、政治沿革、经济盛衰、文化进步和风尚变化等。而推动服饰文化深变的,便是服装产业的发展。今天,在推动服饰文化演变的过程中,温州服装业在全国的影响面和知名度日益提高,去年全市服装产值 203.4 亿元,约占全国 1/10。“一片繁华海上头,从来唤作小杭州”。温州服装业发展到今天,与温州历史手工业和商业发达有着割不断的渊源。

穿越历史的天空,我们似乎可见当年温州服装业的繁荣景象。爱美之心,古已有之。旧时的温州人就讲究行头,可那时想穿一件新衣服,不像现在这样来得方便,得上裁缝店去做。民国时,温州裁缝店铺遍及城区大街小巷,著名的服装店集中于五马街。据《温州市志》所载,民国 22 年(1933),永嘉县城区裁缝同业公会会员有 256 人,居全城 40 个行业人数第 5 位。说起温州的服装业,年纪稍大一点的人不会不知道五马街“国光”这家老牌子服装店。时过境迁现今 84 岁高龄的胡孟钦老先生于 1938 年创办的。开张时,他买来几台美国产的缝纫机,精做服装,又用一两黄金买来一个四肢能活动的女模特摆放在橱窗里,引起轰动,门庭若市,后来又聘请来自法国巴黎的一名华侨技术员制作西服。在其影响下,五马街又出现了国胜、国泰、开罗、美康等一批服装店,抗战胜利后,这条不过 350 米长的五马街上就有 28 间服装裁缝店,成为当时浙光服装合作社(温州服装一厂)。当时,温州服装在全省举行的裁缝、质量、排料等比赛中曾多次被评为第一名。其所培养的一批服装技术人才,为改革开放初期星罗棋布的温州家庭服装作坊提供了的有力技术支持。

开放春风起 发展成支柱

温州服装业的大发展,是八十年代的事。改革开放,给神州大地带来了生机。“时势造英雄”,迎着这股春风,敢为天吓先的温州人,大胆抓住了“放”的机遇,找到了最低有效启动点,创造了温州服装业大规模发展的奇迹。“建一大市场,兴一门产业,活一片经济,富一方百姓”。依托八十年代温州雨后春笋般出现的专业市场,大规模的温州服装生产在这一时期开始起步。从 1982 年起,市区环城东路、铁井栏、木杓巷等服装马路市场相继面市,从成衣、面料、纽扣等一应俱全,生意红火。这些专业市场的拉动和服装辅料供应配套网络的形成,直接促成了温州服装业的量的迅速扩张,生产服装的家庭作坊大量涌现。那时许多人只是觉得做服装来钱快,便把这作为一门好赚钱的生意来做。凭借当时温州在外十万供