

东莞服装产业带 供应链物流洞察白皮书

INSIGHT WHITEPAPER ON
SUPPLY CHAIN LOGISTICS OF
DONGGUAN CLOTHING
INDUSTRY



运满满



引航咨询
Pilotage Consulting



目录 CONTENTS

1. 独树“衣”帜、“装”点虎门

01

1.1 平地起高楼：“服装时尚之都”是产业和东莞双向奔赴的结果

02

1.2 穿越周期：任凭风吹雨打，虎门服装产业优势持续领衔

04

1.3 数字时尚：东莞服装供应链数字化升级标杆效应已形成

05

2. “链”通时尚、“服”务全球

06

2.1 东莞服装分销格局已然“天翻地覆”

07

2.2 服装分销供应链在内外部新形势下走向扁平、高效

09

2.3 东莞服装生产供应链已然“无孔不入”、“无所不能”

10

3. 数字物流助力东莞服装如“虎”添翼

12

3.1 快递为主，快运、专线为辅的物流格局统治东莞服装物流

13

3.2 数字物流日趋成为东莞服装产业升级的核心推动力

13

3.3 东莞服装产业由经销渠道转向电商，数字物流将更加“如鱼得水”

15

4. 危与机并存：新局面催生新动能

16

4.1 内外双重压力和机会点倒逼东莞服装产业价值升级

17

4.2 东莞服装数字物流从加分项变为门槛，稳步实现价值升级

19

01

独树一帜 “衣”帜 “装”点虎门

1.1 平地起高楼：“服装时尚之都”是产业和东莞双向奔赴的结果

1.2 穿越周期：任凭风吹雨打，虎门服装产业优势持续领衔

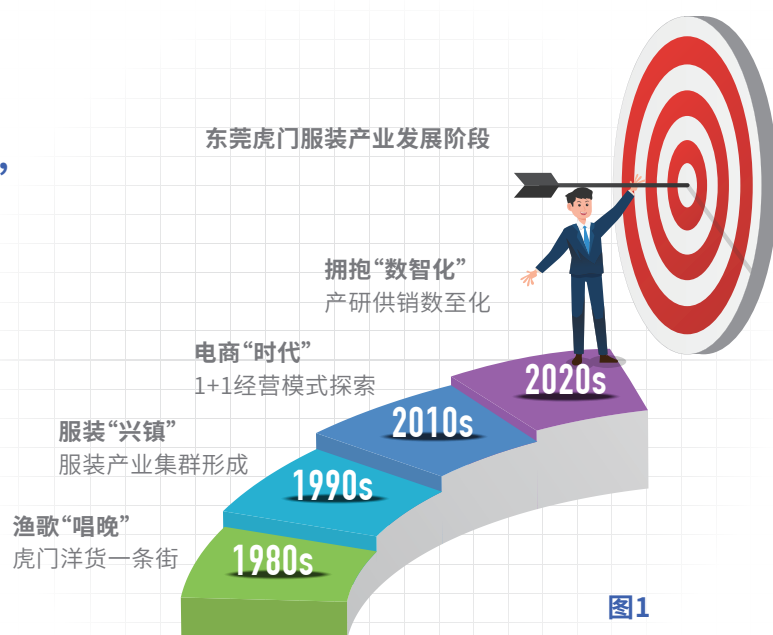
1.3 数字时尚：东莞服装供应链数字化升级标杆效应已形成

1980s

(1) 从摆地摊开始的“服装时尚之都”

东莞虎门，作为世界级的服装产业集群，最早的雏形来自于一条小小的“洋货街”。

1980年代，位于珠江口东岸的虎门渔民，利用出海的机会，从香港带回来一些颜色鲜艳、款式新颖的服、鞋、帽、袜进行摆摊销售，令当时多数穿着“灰、黑、蓝”服装内地人大开眼界。随着摆摊者的数量越来越多，虎门“洋货一条街”逐渐形成，并开始衍生出小型服装作坊。到80年代末，从事服装经营的商户已达60多家，东莞服装产业雏形初显。



1990s

(2) 时装城+服交会，需求缺口推动东莞形成产业集群

1990年开始，东莞服装产业正式走上轨道。东莞虎门镇先后打造了：富民时装城、黄河时装城、新时代市场等大型专业服装市场，吸引了来自全国各地的服装客商，虎门一跃成为了享誉国内的“中国服装服饰名城”。

1996年，东莞虎门举办了第一届国际服装交易会，现场人流量超过40万人，近300家国际展商参展。此后“服交会”成了东莞的国际性商贸平台，帮助虎门打开了全球市场。

随着国内、国外市场的双重驱动，东莞各类制衣厂及配套工厂密集创办，市场、车间、面料、配件、物流等服装产业链资源纷至沓来。市场驱动产业，产业推动市场，两者互动发展，良性循环，东莞最终形成了规模庞大、配套完善、市场体系成熟的服装产业集群。



2010s

(3) 电商时代, 虎门服装贸易大转型

2008年, 东莞的大莹服装城开始转型做电商, 采用了“1+1”, 即实体店+网店共同经营的模式, 将服装城四、五楼转型为专业的电子商务城。这是广东首家“1+1”服装电商城。随后东莞多家企业试水电商, 全国服装的商贸转型就此拉开序幕。

2010年后, 东莞电商发展势头迅猛, 先后建成东莞虎门电商产业园、东莞虎门跨境电商园、东莞虎门电商品牌孵化展销中心、裕隆小商品电商城等电商专业园。各服装品牌企业也在拥有成熟实体专门店的基础上主动开拓网络市场, 纷纷取得不俗的业绩。

2016年, 东莞虎门全镇通过第三方平台实现网上销售额385亿元; 2020年, 全镇从事电子商务的企业及个体户超过10000家, 其中经营服装服饰的达90%, 通过第三方平台实现网上销售额518亿元。

2020s

(4) 拥抱数智化, 提升整体竞争力

2020年, 东莞开始推进数字化和智能化转型, 以提升整体竞争力和市场适应能力。

首先, 数字化转型需要和智能制造紧密结合起来。推进生产端的智能化, 主动适应“小单快反”等新模式, 并积极推动原料采购、研发设计、销售运营等产业链各环节的数字化。

其次, 数智化转型不仅包括生产流程的自动化和智能化, 还需要供应链管理的数字化协同和可追溯性, 做到全链条、全产业数字化与智能化。

随着国内、国外市场的双重驱动, 虎门各类制衣厂及配套工厂密集创办, 市场、车间、面料、配件、物流等服装产业链资源纷至沓来。市场驱动产业, 产业推动市场, 两者互动发展, 良性循环, 虎门最终形成了规模庞大、配套完善、市场体系成熟的服装产业集群。

1.2 穿越周期:任凭风吹雨打,虎门服装产业优势持续领衔

四十多年来,东莞服装产业凭借其深厚的产业积淀、完善的产业链条、高效的生产机制、强大的品牌价值以及政府的积极支持,继续保持其在国内外服装产业中的领先地位。

数据显示,截至2022年底,东莞虎门镇拥有服装服饰生产企业近**3000家**,从业人员超过**20万人**,服装服饰产业年工业总产值约**420亿元**。

2023年,东莞虎门世界服装大会上,中国纺联向全球发布《世界服装大会虎门愿景》,“虎门服装”区域品牌价值达**1782.8亿元**,东莞服装企业在国内依然遥遥领先。

虎门服装“四名工程”

01

“名师”工程

- 奖励服装设计高端人才
- 扶持名师设计机构
- 鼓励培育技能型人才
- 奖励高学历人才和企业高管
- 鼓励企业加强人才培养
- 落实人才公共服务保障

02

“名企”工程

- 支持企业做大做强
- 支持企业租赁物业
- 支持培育时尚企业孵化平台
- 支持企业发展融资
- 鼓励企业上市

03

“名牌”工程

- 资助企业创建名优品牌
- 资助名优品牌企业参展
- 资助品牌参与“莞货全球行”
- 资助组织品牌参展单位

04

“名园”工程

- 支持服装服饰类重大项目建设
- 鼓励打造服装服饰类电商直播基地
- 支持新建产业园区
- 企业进驻园区方面补贴

图3

未来,东莞将全力打造“虎门服装”区域性品牌、地理性标签,通过实施服装服饰业“四名工程”、推出服装区域品牌示范区项目、推动东莞“虎门服装”在《商标国际注册马德里协定》相关国注册国际商标帮助虎门服装走向世界等举措,进一步扩大东莞服装在国内外的影响力和美誉度。

同时,在深圳、东莞两地分别成立专业服务东莞服装外贸业务的镇属企业;推动世界服装大会、东莞服交会、大湾区时装周并会合展,做实行业大会和专业展会,为东莞服装提供更广阔、更优质的交流与业务服务平台。

1.3 数字时尚：东莞服装供应链数字化升级标杆效应已形成

(1) 以纯、听雨轩等服装标杆企业的数字化升级

东莞服装产业的数字化转型已经成为推动产业升级的重要手段。以纯集团作为中国服装企业标杆，通过实施5G+柔性制造系统项目，显著提升了生产效率和响应时间，从原来的单线流只能同时生产1款衣服，现在最多可同时生产9款，急单首批平均出货缩短到8小时，紧急插单平均响应时间10分钟。

另一家标杆企业听雨轩服饰，在数字化转型方面也进行了多项举措。听雨轩投入约2.1亿元，在赤岗社区打造了时尚科技总部基地，建设了全自动太空舱智能制造生产线，旨在实现绿色、环保和低碳目标。听雨轩的数字化转型不仅体现在硬件设施的升级上，还包括对新技术的应用和创新思维的运用。公司积极采用大数据、AI、5G、边缘云等新技术，以提高生产效率和产品质量。

(2) 运满满为服装供应链数字化提供新动能

在传统的服装分销模式中，存在许多中间环节，导致供应链缺乏弹性，不经济。运满满的出现则解决了这一问题，运满满依托大数据和互联网技术，能将服装产业的供需两侧连接到数字化平台上，减少了中间环节，从而降低了物流成本。

在现代“小单快反，柔性生产”的服装供应链模式下，运满满同样能够发挥重要作用。运满满旗下“省省”品牌，是专门针对服装、五金、家具等大型批发市场提供全链路解决方案，为中小企业和司机提供省时、省心的服务体验。这种服务模式不仅提高了订单整合能力，还能帮助企业实现更高效的物流管理和运营，降低了企业的运营成本，提高了周转效率。

02

“链”通时尚 “服”务全球

2.1 东莞服装分销格局已然“天翻地覆”

2.2 服装分销供应链在内外部新形势下走向扁平、高效

2.3 东莞服装生产供应链已然“无孔不入”、“无所不能”

从改革开放之初民间自发交易形成的鞋服“洋货一条街”，到摸着石头过河、自主探索生产的“前店后厂”模式、再到新千年之交“批发市场的黄金时代”、再到非典后期电商的兴起，直至当今的品牌化、线上线下混杂、内外贸结合数智化的立体产业样貌，东莞真真正正地一步步把服装做成了大产业、大文章。

2.1 东莞服装分销格局已然“天翻地覆”

东莞服装产业自诞生起，经历的每一步变迁、在每一个特色鲜明的发展阶段，其背后都是服装产业自身供需关系的自发演进在做根本性的支撑。时至今日，伴随着供给的极大丰富，以库存转移逻辑和传统经销渠道为绝对主体的时代已然成为过去，以数智化供应链、数字化物流能力为底盘的新供应链和新分销渠道正在成为东莞服装产业价值变现的中流砥柱。

(1) “洋货一条街”是供需失衡的具像化结果

起初，在内地服装鞋帽品类供给极度单一、匮乏和需求整体上被压抑、未完全释放的市场环境下，境外“洋货”的零星合法或灰色输入无疑是缝隙里射入的一道强光，激发并小部分满足了内地消费者需求的同时，供需双方自发形成了以“洋货”交易为基本样态的街边市场。

(2) “前店后厂”其实是一场伟大的“供给觉醒”

和几乎所有“中国制造”的传奇故事类似，东莞的服装之所以能够做成产业，最直接的推动力在于服装产能在东莞的持续落地、生根和成长。进而在产能以前店后厂的形式落地东莞的同时，天然带动了服装生产所必须的上下游全生产要素在当地的汇集，并最终形成以丰富、多元、高频交易为特征的集群化产业样貌，可以说是一场名副其实的在“洋货”交易收益刺激下的自发的“供给觉醒”。并在此基础上，构筑起了后来以批发市场的黄金时代为标志的传统服装分销渠道的根基。

(3) 电商推动东莞完成了服装产业迈向线上化、数字化的“质的飞跃”

在供需关系逐步由供不应求向供过于求转化的过程中，以库存和货权的层层转移为基本特征的传统服装分销渠道日渐承压，东莞也不例外。2003年前后，电商的出现和兴起，以及近年来直播平台、直播带货的大红大紫，给传统服装供应链带来了切实的解压效果竞争压力。

订单的线上化、交易的线上化，打破了传统分销渠道信息割裂、市场需求敏感性不足的顽疾，使得东莞服装工厂、服装品牌、传统经销商都有机会直面消费者，体现在供应链上，则是点发全国的“短链”供应链开始出现、电商仓配甚至云仓开始陆续崭露头角。

而作为底层履约资源的物流交付职能，作为东莞服装产业数字化供应链的有机组成部分，其数字化水平的高低，直接决定东莞服装产业数字化供应链的总体水平。运满满数据显示，在2019到2023年的5年间，由东莞出发的服装货类线上发运货量呈现出稳步增长的态势，期间平均增速达49.5%。

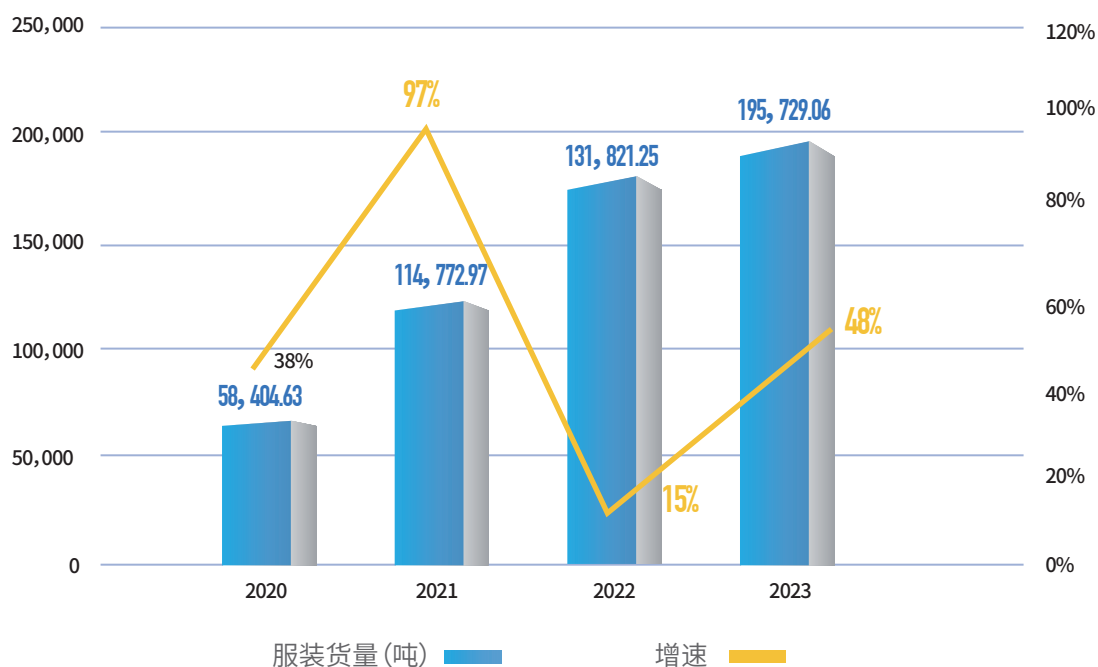


图4：东莞服装近5年销售TOP5省份

时至今日，在货架电商和直播电商叠加的化学反应中，东莞服装产业分销供应链早已在电商的助力下完成了数字化蜕变，分销渠道格局已经由以传统经销商模式转变为以数字化经销模式叠加电商驱动的“数智新时代”。据引航咨询团队与运满满联合现场调研，当前东莞服装工厂的电商渗透率已接近100%，尤其是近年来异军突起的直播电商，正在从服装销售渠道的新增量转变成服装品牌、经销商营销矩阵中的标配。

2.2 服装分销供应链在内外部新形势下走向扁平、高效

东莞服装产业供应链的日趋扁平、变短，其实是电商和品牌化共同驱动的结果。电商化和品牌化，也恰好是互为助力的车之两轮、鸟之双翼。在以以纯为代表的“东莞造”服装品牌矩阵中，无一例外地都将电商作为宣发品牌价值、维护品牌形象、直接触达消费者的必备渠道。

就当前东莞服装产业分销供应链全局而言，正处于传统长链供应链、新兴短链供应链交织并存的相对稳态格局。此种稳态局面的形成，就其内因而言，主要在于东莞服装产业带自身长期存在的以中小工厂为绝对多数、本土原创设计品牌及设计能力仍需提升、同质化竞争仍司空见惯的基本现实。而传统长链供应链天然适配白牌、热销款、中低端价位服装的分销需求。

就其外因而言，电商造就的交易线上化大大提升了服装交易效率、降低了库存成本、减轻了库存风险，而这恰恰能让短链供应链能够充分发挥自身优势。

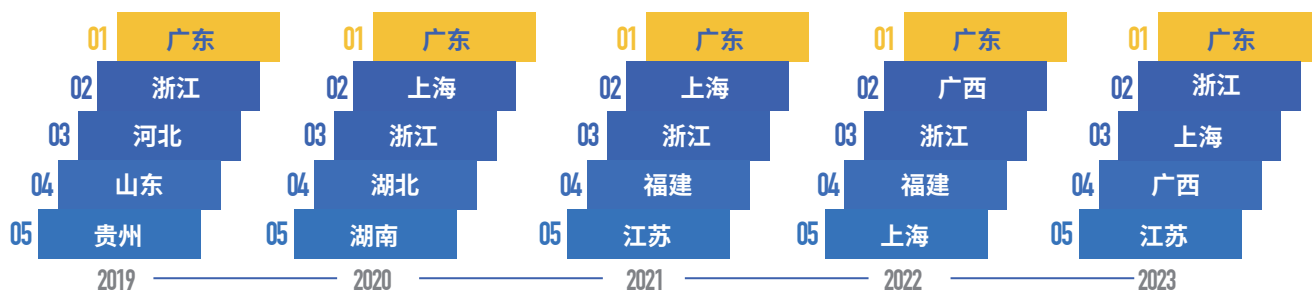


图5：东莞服装近5年销售TOP5省份

在电商的推动下，本来就具备“靠近产地”区位优势广东省内服装消费逐步从东莞服装产业的“首要客户”，质变为“全面广东化”。据运满满数据，2023年，广东省内“内部消化”的东莞服装品类货量已经占到了其全国销量的八成。

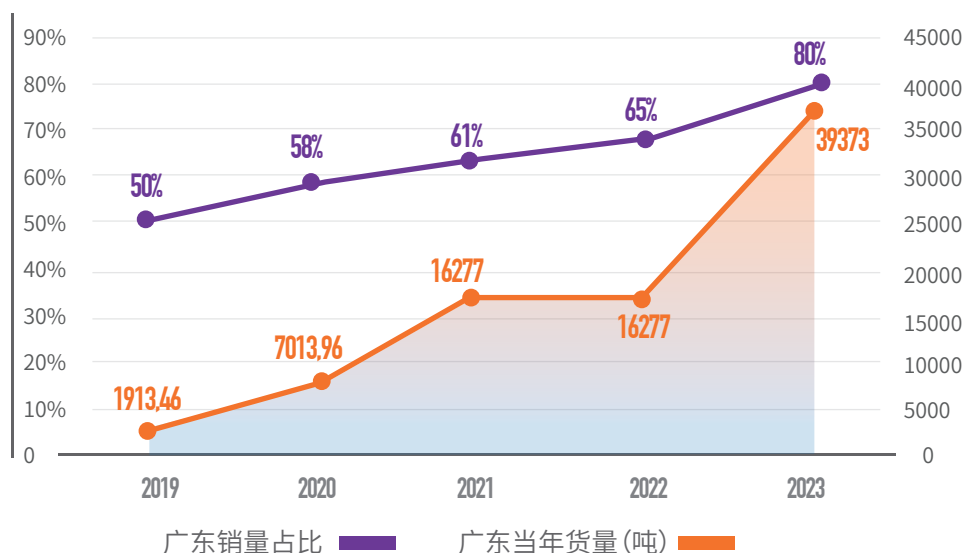


图6：广东省内销量占比(TOP5)已达80%

2.3 东莞服装生产供应链已然“无孔不入”、“无所不能”

但服装产业自身对于快速响应的高要求、对于原材料供给的齐全程度、供给稳定性、供给丰富度的天然需求，都在促使东莞服装产业生产供应链在地理空间的广度上、在原材料品类的丰富度上都要“集成”在东莞本地或周边，并最终沉淀为东莞服装生产的成本优势。运满满数据显示，近5年来，以布匹辅面料为代表的东莞服装产业上游主要原材料的平均运距也呈现出显著的下滑趋势。与之形成交叉验证的是，同期短途（单程300公里以下）运输布匹订单量持续抬升。

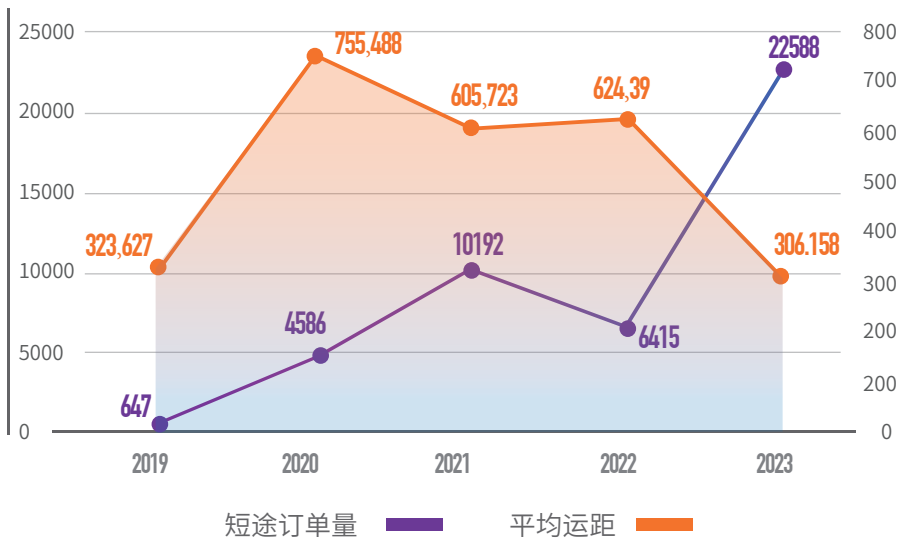


图7: 东莞服装布匹面料货类平均运距持续下滑

时至今日，在货架电商和直播电商叠加的化学反应中，东莞服装产业分销供应链早已在电商的助力下完成了数字化蜕变，分销渠道格局已经由以传统经销商模式转变为以数字化经销模式叠加电商驱动的“数智新时代”。据引航咨询团队与运满满联合现场调研，当前东莞服装工厂的电商渗透率已接近100%，尤其是近年来异军突起的直播电商，正在从服装销售渠道的新增量转变成服装品牌、经销商营销矩阵中的标配。

此外，能够更直接反映东莞服装产前供应链本地化供给趋势的是东莞布匹辅面料的发货地数据的变迁，运满满数据显示，自2019年以来的5年间，东莞、广州、佛山一直稳居TOP10供给地的前3强，其中东莞表现最为亮眼，大部分时间稳居首位。

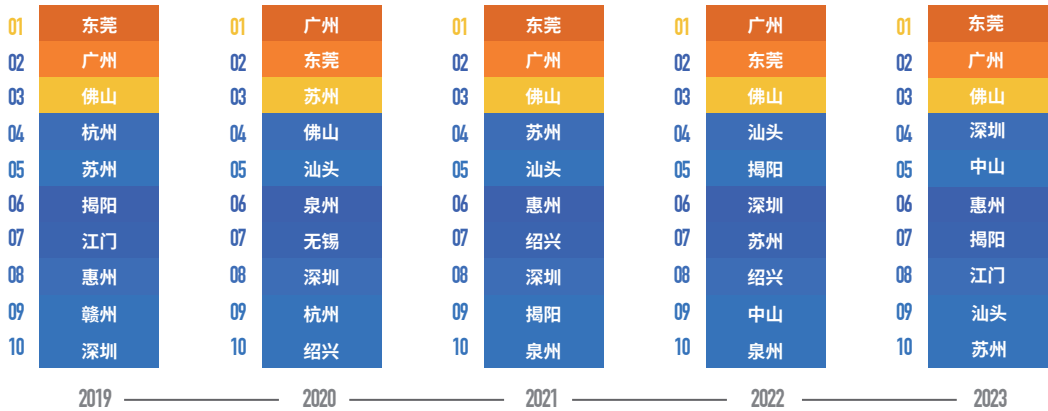


图8: 东莞、广州、佛山长期占据东莞布匹供应地前三位

如果我们把目光聚焦到东莞布匹辅面料自身就会发现，“东莞布”也正在向着“供给本土”的方向逐步发力。虽然东莞布匹辅面料仍然保持着“心怀天下”、供给全国的基本格局，但广东省内销量愈发成为核心服务目标。运满满数据显示，近5年内，以广东省内地址为收货地的货量占东莞布匹辅面料TOP5收货省份货量总和的比重也在稳步提升。

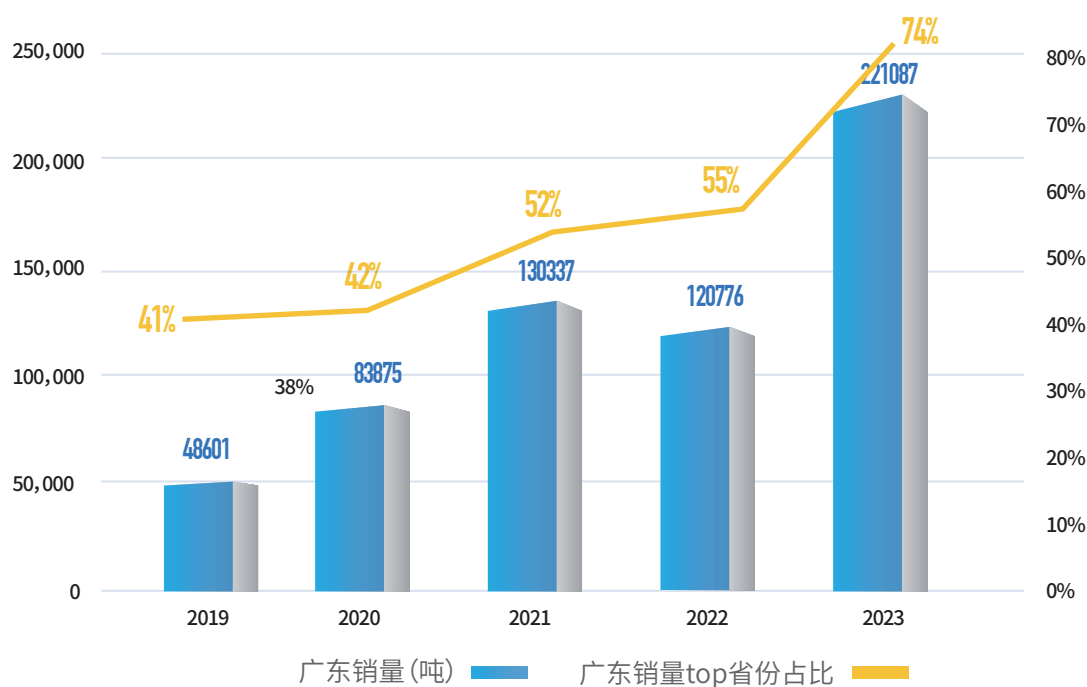


图9：东莞布匹辅面料收货省份日趋走向“广东化”

在东莞服装产业的属地化供给形成过程中，数字化生产供应链有着与其他产业类型相比更加广阔的施展空间。究其原因，一来如上文所述，服装生产供应链必须依托的极度丰富的生产要素生态给了数字化供应链管理手段极大的效率释放空间，二来则是具备在激烈的竞争环境下，数字化供应链能够赋予工厂和品牌迅速响应市场需求变化、快人一步投放新款、降低生产过程中的认人为失误等优势。

总的来说，无论是服装饰品成品销售，还是以布匹面料为代表的原材料供给，我们都可以看出东莞服装产业聚焦本土、辐射全国的总体产业影响力分布特点。具体而言，东莞服装和布匹主要销售地、布匹主要供应地的TOP级分布格局（如前文所述），也直接向我们展示了东莞服装产业的“跨区域”外溢效应。

03

数字物流助力 东莞服装如“虎”添翼

3.1 快递为主，快运、专线为辅的物流格局统治东莞服装物流

3.2 数字物流日趋成为东莞服装产业升级的核心推动力

3.3 东莞服装产业由经销渠道转向电商，数字物流将更加“如鱼得水”

作为数字供应链不可或缺的有机组成部分，数字物流在东莞服装产业的生产和分销供应链中都承担着至关重要的降本增效重任。数字物流概念中的数字货运平台则能够切实通过将服装物流履约资源的稳定性（可靠性）和成本之间的“顾此失彼”转变为可以兼顾、并行的相互促进。

3.1 快递为主，快运、专线为辅的物流格局统治东莞服装物流

东莞凭借优越的地理位置，是行业公认的快递快运“兵家必争之地”，境内快递快运品牌之齐全、分拨设施之完善，领先大湾区内绝大部分同级别市镇。再加上物流园里的“平板车们”也在永远不知疲倦地等待、配货、出发。因此，在东莞服装产业传统经销商渠道和电商渠道并存的当下，长链供应链所适配的整车+专线+落地配物流形式依然存在，短链供应链所适配的快递、快运模型后来居上，两者共同统治着东莞服装物流市场的绝大部分市场份额。

再加上服装货类轻抛、易污损的特点，专线老板往往用来调剂发车配载，以求得载重和载方的兼顾和全车运费的最大值。在此过程中，往往在临近发车时，将已有或新揽收服装订单安置在最上层，尽力做到防挤压、防污损。

调研发现，凡是应用过运满满平台发货找车的东莞服装工厂、经销商、专线老板（或调度），都对平台的极速匹配公允价下的既定线路适配车型的能力表示“印象深刻”、“上瘾”，以往都是在熟人关系里转圈，虽然在一定程度上能够保障运力供给稳定（基本都存在层层转包），但很难确保自己不当冤大头，很难有一个有足够公信力的市场基准价做参考，导致每年存在大量的成本浪费而不自知。

以运满满为代表的数字货运平台，在东莞服装产业走向数字化的必然趋势下，用算法和广阔的资源池，彻底打破了大家长期以来不得不面对的物流痛点，把物流履约的降本增效从目标、口号，真正转变为了业务现实。

3.2 数字物流日趋成为东莞服装产业升级的核心推动力

前文提到，东莞服装产业整体上的数字化必然以物流能力的数字化为最终表现形式，因为，是每一次物流交付履约，才将整个服装生产、分销所创造的价值真正落地、达成交易闭环，整个东莞服装产业的信息流、资金流也必须依赖物流才能完完整整地跑完一个交易周期。

所以说，数字物流能力的强弱，决定了东莞服装产业供应链数字化水平的底色，看似没有供应链管理数字化那么的“酷炫”和“吸睛”，但却在背后默默的承托着东莞服装产业的价值输送、价值落地的重任。

其中，数字货运平台兼具物流数字化能力和平台属性，是当之无愧的推动东莞服装物流数字化转型升级的中坚力量。一方面，数字货运平台的线上货运交易闭环，天然具备与东莞众多中小服装工厂生产、分销供应链数字化诉求的耦合属性，无论是通过系统对接（API等）、还是定制化嵌入既有供应链管理系统，数字货运平台构成了服装生产、分销供应链的数字化升级过程中必不可少的关键一环。

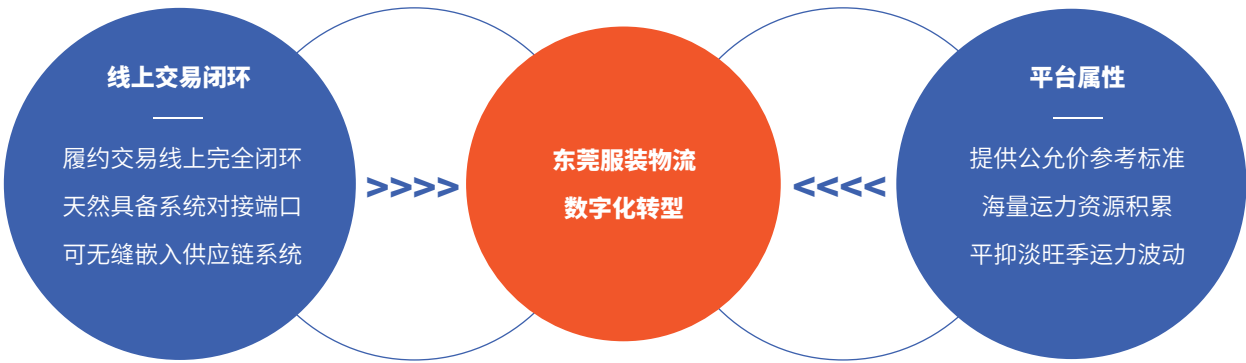


图10:数字货运平台推动东莞服装物流数字化升级

另一方面,数字货运平台的平台属性,帮助东莞服装产业有效获取市场公允价、广泛链接社会适配运力、平抑淡旺季运力需求的波峰波谷,在确保运力供给总体稳定的同时,实实在在地为服装生产商、经销商有效降低物流成本。运满满作为国内数字货运领域的代表性企业,在助力东莞服装产业物流数字化升级的历史进程中,充分发挥自身平台属性优势和算法技术优势,正在并将长期助力东莞服装产业物流数字化走深、走远。



图11:运满满叫车界面

其中,江苏南通的典华纺织有限公司就是受益于数字货运平台降本增效能力和东莞服装产业外溢效应的众多工厂之一。由于主要生产桌椅靠枕、玩具相关纺织品等的生产,产品主要销往国外。“考虑到生产技术和产品成本,公司在自己的生产线外,还和广东东莞、广西、贵州等地的工厂合作,来保证产品的多样性”,典华公司物流负责人张老板说。

由于外贸订单通常走的是FOB条款,客户指定货代也时长要求在南通提货外发,这就对合作工厂的生产计划稳定性、物流时效保障提出了很高的要求。“这次我们接到的是一笔来自国外的订单,时间紧、要求高,于是就找了东莞的合作工厂制作。制作好了我通过运满满叫车把产品从东莞送到南通来,再等着客户自己提货。”张老板一边查看手机上的运满满车辆跟踪轨迹,一边向我们介绍说。

张老板经朋友介绍用运满满已有四年,他算了笔账,6月7日他在运满满平台叫了9.6米的货车运输玩具包装套,从广州东莞发到江苏南通,运费要两千多元,算下来一车货相较之前自己托人找车省了5%的成本。今年,他已为公司节省了大概10万元的物流成本。

3.3 东莞服装产业由经销渠道转向电商, 数字物流将更加“如鱼得水”

可以预见的是,在电商的有力驱动下,东莞服装产业的线上化进程将长期演进,并将持续带动产业上下游各方数据、能力、业务持续向线上转移。以数字货运平台为代表的物流数字化进程也在此进程中承担并享受着电商的门槛化和基础设施化所塑造的履约要求新变化和数字化生长土壤。

而所谓适合数字物流生长的土壤或生态,对东莞服装产业来说,则是包含从源头设计、辅面料配饰采购、运输、仓储、进场、成衣仓储、分销运输、派送、退换货逆向物流、库内贴标、拣选等一个个具体而微的全流程供应链职能和动作所组成的“广阔天地”。

在这片“广阔天地”中,真正让数字物流“大有作为”或“如鱼得水”的,是电商对上述全部供应链环节的重塑和数字化改造(或倒逼),几乎每一个供应链环节,均必须为物流的数字化提供接口(都必须将每一个标准动作进行线上化表达),所有环节的所有接口汇集起来,就构成了数字物流或数字货运平台得以大放异彩的“广阔天地”。



04

危与机并存： 新局面催生新动能

4.1 内外双重压力和机会点倒逼东莞服装产业价值升级

4.2 东莞服装数字物流从加分项变为门槛,稳步实现价值升级

东莞服装产业近几年发展势头不错,但也开始面临来自内部和外部的多方面挑战。首先由于市场大,销量持续增长,企业间的竞争力不足,导致投入下降,发展速度缓慢。其次人才短缺趋势明显,优秀的服装设计人才更新迭代缓慢。同时国内其他省市的服装产业发展迅速,加剧了东莞服装产业的压力。此外,全球纺织服装加工行业的重心逐渐向东南亚地区转移,服装产业作为劳动密集型产业,国际竞争压力持续增加。

在此情况之下,东莞服装产业开始在政府的号召下发起变革。推出一系列传统服装产业提档升级措施,加快企业向数字化转型步伐,打出人才助企的组合拳,推动服装产业快速向新型工业化转型。在转型过程中,特别引进了SaaS服装产业供应链平台,全力打造公共服务平台2.0版,其中数字化物流平台作为服务数字化供应链的基础支撑,也成为此次服装产业数字化转型改造的重点。

4.1 内外双重压力和机会点倒逼东莞服装产业价值升级

随着消费者对服装的个性化需求增强,以及供给端的多维竞争加剧,要求东莞服装产业加强创新设计能力、加快推新速度,摆脱传统的服装产业模式,向更贴近消费者需求、更敏捷的供应链模式、更柔性的生产模式、更智能的数字化产业模式转型。

(1) 外有产业转移压力

近几年劳动密集型产业向东南亚转移趋势明显,特别是鞋服产业、电子装配等需要大量廉价劳动力的产业逐渐向东南亚国家集中。其优势主要体现在劳动力成本低、可享受欧美贸易优惠政策、产业链配套逐渐完善、本地市场需求旺盛、当地政府政策优惠支持等多个方面。因此吸引了大量全球的中低端制造向东南亚转移,目前越南已成为全球第二大纺织服装出口国。

国内许多企业也开始前往东南亚进行投资和建厂,广东省距离东南亚国家较近,原有的电子、鞋服、玩具制造等劳动密集型产业已经开始向东南亚转移。例如,汕头市的纺织服装产业已经在泰国、印度尼西亚和新加坡等地广泛展开经贸交流合作。

(2) 内有产业竞争加剧,迫使东莞服装产业迎难而上

尽管广东省的服装产业在国内处于显著优势地位,东莞又是广东服装产业的代表,但其他省份近几年也在积极发展自己的服装产业。浙江、江苏、山东、福建、河北、新疆等省份都具有非常强的服装产业竞争优势。

当前国内服装市场线上销售比例快速提升,据中国服装协会的数据显示,服装线上零售渗透率已经稳定在45%左右,很快可能与线下销售追平。数据显示2023年1-10月,服装产业网络零售规模TOP10城市中,东莞位居第6名,除广东省内的广州、深圳,江苏的苏州、福建的泉州外,剩余城市全部为浙江城市。东莞服装时尚之都的名号不断受到其他地市的冲击。

来自全球服装产业转移和其他省市的竞争压力,迫使东莞服装产业尝试快速升级。但在探索向数字化产业转型升级过程中,也面临了诸多技术难题。

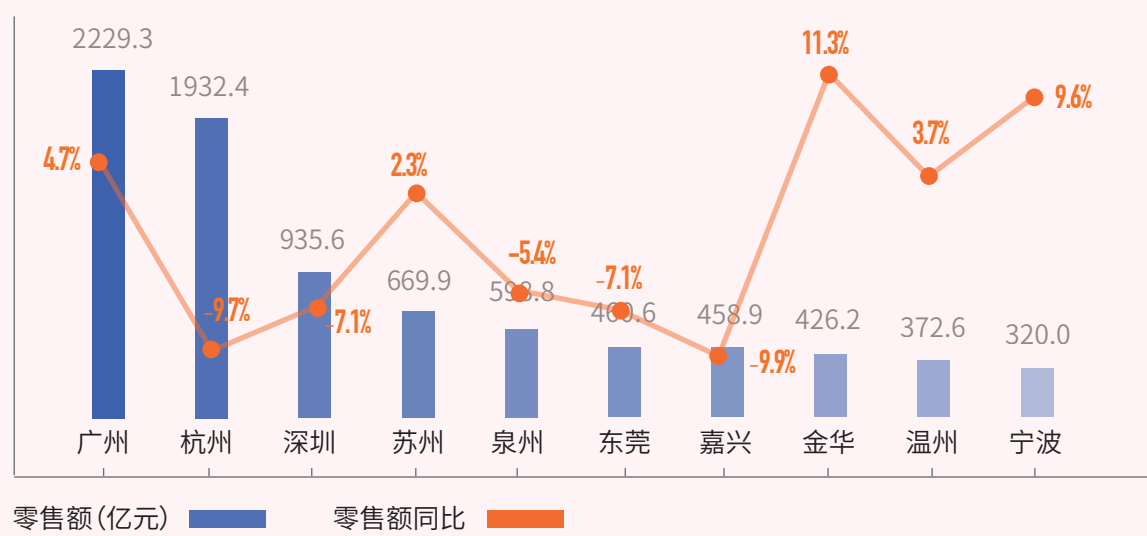


图12

数据来源：引航咨询根据公开资料整理

例如，服装生产工艺科学化和工序标准化的智能制造，如何与物联网、大数据模型和云计算新技术进行深度融合应用。如何采用更优的供应链模式适配数字化智能制造与柔性生产模式，提高效率、降低生产成本等，都是东莞服装企业正在摸索解决的难题。

(3) 结合产业链与区位优势加速向数字化服装产业转型

当前服装的新消费需求形式向个性化、快时尚、品牌化的方向转；渠道流通多元化，订单被迫向碎片化、多频次的采购模式转移；这就迫使服装产业生产端必须转向短平快的创新设计与小批量的柔性化生产供应链模式。整个服装产业体系就必须配置全链数字化能力，紧抓客户需求，摸清消费倾向，改善产品质量，提升品牌高端化，提高生产流通效率，降低人工成本。

其次，东莞及周边具有非常完善的服装产业链和庞大的服装产业集群。产业基础雄厚，上下游供给流通顺畅，且各个环节数字化能力建设水平较高。只需打通各个环节，便可在统一的数字化平台上进行持续优化。

并且，东莞区位优势明显，交通便利，是广东省内的核心枢纽，可快速连接各大港口。依托SHEIN、TEMU等电商平台打造了一条成熟的服装出海产业链，具有非常强的国际影响力，逐渐走出有一批具有较强竞争力的服装品牌企业，实现了从白牌代工向品牌化升级的跃迁。

此外，东莞具有极强的数字化科技、高新产业集群，可快速实现产业间的赋能，加快推进服装产业的数字化能力建设。

虽然有产业转移和竞争压力，但东南亚在纺织产业链中主要处于中低端制造业务环节，质量较差，在国际竞争环境中仍处于劣势。东莞在服装转型升级的过程中仍具有很强的产业和区位优势。首先，政府为了加快推进传统服装产业提档升级，发布了《东莞市支持纺织服装产业发展若干措施》从品牌建设、设计创新、数字化转型、线上线下市场拓展和产业集群发展等11个方面为纺织服装行业和企业提供赋能。不但搭建了扶企惠企平台，延续实施“四名工程”，培育服装全链条优秀人才，还引进了SaaS服装产业供应链平台。除了帮助企业加快服装智能工厂建设外，还鼓励企业及品牌商户拓展“线上线下、批零结合”销售模式，推动销售端“批零结合”双轨道运行。

4.2 东莞服装数字物流从加分项变为门槛, 稳步实现价值升级

如今跟随消费者的需求快速变化, 服装产业对敏捷供应链的需求越来越强, 迫使服装产业链整体向数字化转型。这对供应链和物流的数字化提出了更高的要求, 数字化物流管理、数字化运力、高效运力、专属运力成为敏捷供应链的基础支撑。

(1) 产业数字化的实质是供应链的数字化

如今东莞服装产业全面推进数字化建设, 从设计到试产、从样品展销到消费需求反馈、从批量生产再到渠道流通, 都建立在数字化的供应链模式之上, 形成了一套高效的柔性化生产供给与销售流通模式。不仅可以提升生产效率和产品质量, 还推动了供应链和物流的全面数字化升级, 满足了市场对高效、智能化物流的需求。

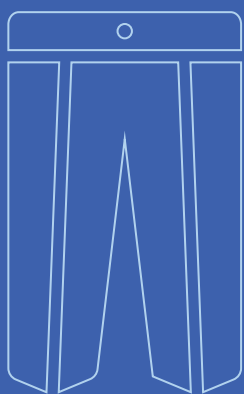
从供应链管理的角度出发, 数字化的物流是保证数字化生产的基础, 高效、及时、灵活是对新型数字化运力的要求。在生产集群场景下, 为了配合柔性生产, 减少库存浪费, 根据产线生产计划调整, 物流调度要迅速将取派订单派给最适合的运力, 在最优成本、最高效率的前提下实现最佳的运力调度。

这就需要有一个有充足运力供给、完善运力评价体系、数字化智能调度能力的运力平台作为支撑。运满满作为国内最大的数字化运力平台, 拥有数百万级的运力分布在全国, 并且对每个运力都有完善的评价体系供货主筛选, 可最大限度的满足货主对高效数字化运力的需求。在广东省内, 特别是广州、东莞、深圳等地, 运满满平台的运力具备绝对的数量与质量优势, 可满足东莞服装产业大批量长途发国内其他省市、集装箱发港口短驳、集群内多点揽送等不同类型需求。

(2) 没有数字化物流的供应链不是真正的数字化供应链

当前东莞服装产业已经探索数字化的产业链模式, 从生产端到销售端, 对数字化供应链、数字化物流的需求不尽相同。特别是推行由批发向线上线下、批零结合的销售模式转移时, 对数字化物流的需求提出了更高的要求。不但需要高效的整车运输, 还需要成本更低、效率更高的零担拼车模式。在当前的产业竞争压力下, 对数字化物流的深度理解和应用正在成为服装产业的基本门槛。

东莞各大服装市场、产业园都有到各省份的服装专线, 这些物流对专门服务和熟悉服装运输的运力需求非常强, 特别是在节日促销前, 市场运力紧张属于正常现象。运满满平台聚拢了一批专业的服装运输长期运力, 从车型到服务, 从快速响应调车到智能客服跟踪, 质量管理体系明晰、货险保证体系完善, 是目前市场上水准最高的服装专属数字化运力池。不但可以提供整车运输, 还可以实现大票零担的拼单, 在最大限度地保证效率和质量的前提下, 降低运费成本, 满足批零结合的新销售模式, 是当前数字化供应链最优的运力平台之选。



东莞服装产业带 供应链物流洞察白皮书

**INSIGHT WHITEPAPER ON
SUPPLY CHAIN LOGISTICS OF
DONGGUAN CLOTHING
INDUSTRY**

