

# 中国裤业杂志

产品名称	中国裤业杂志
公司名称	郑州霓裳广告有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	郑州市管城区紫荆山路72号5号楼93号
联系电话	0371-66293378

## 产品详情

### 散落式发展

就目前郑州男裤产业的发展态势看，企业正处于散落式发展阶段，尚未形成一种产业合力。具体表现为：领头企业成功转型逐渐跳出裤业圈，一大批中小企业无法跟进而呈现散状分布。

#### a、先看领头企业，渡森和德亿斯顿。

无可否认，渡森作为业内的老大哥，已经成为大家首肯的代表，但令大家略微失望的是，与女裤企业相比，渡森似乎并没有起到引领整个男裤产业发展的旗帜作用，他没有抓住一次可以大肆造势的机会进而将整个产业推广，尽管他的品牌知名度较高，但他逐渐淡化了裤装单品的概念，他的系列化发展的思路并没有给后来者更多有益的借鉴和指导，致使诸多中小企业无法跟进发展。从另一方面，也间接造成了渡森的“高处不胜寒”，领头羊路上的孤单是侯建超不讳的事实。

德亿斯顿对未来的发展方向似乎更加清晰而自信，他走的路子更显步伐的坚定和执著性。只做男女裤，不做上衣是其目前践行的发展思路，“我就是要模仿百斯盾的成功发展模式，将德亿斯顿打造成北方的百斯盾。”不管其以后的市场远景如何，至少从目前来说，德亿斯已经有了自己的标杆企业与参照物，说得更明白一点，他对未来有了一种清晰的定位和认识，与诸多中小型男裤企业盲目于要转型系列化发展还是要坚持做男西裤相比，德亿斯盾显然是执著的典范。

## b、散落的中小型企业。

这部分企业的发展特点呈现为两个极端，一是盲目无序、危机重重，这部分企业主要是以发展男西裤和休闲裤为主。

首先，面临男西裤市场萎缩，这些企业既无创新的魄力又无营销的潜能，只能随波逐流，任之恶化，永远在省内市场打滚，走不出销量下滑的漩涡。

其次，这部分企业不赚钱在做西裤的同时，不断增加休闲裤的生产。休闲裤发展的瓶颈是：洗水工艺与技术均可以达到福建休闲裤的洗水标准，但水质问题始终是困扰企业无法超越福建洗水的最大障碍。水质问题属于客观因素，是人为所无法改变的，因此，诸多企业也在感叹，难道是上天在故意捉弄郑州的男裤业吗？为此，很多做休闲裤的企业纷纷走上了贴牌的发展路线。靠广州或石狮的贴牌生产，才得以勉强提高销量，但贴牌的日子并不好过，每条裤子的贴牌费用平均占据了12.5—14元的成本价，再加上运费等其他开支，靠贴牌为生的企业只能是赔本卖吆喝，白白养活了一大批工人。

企业发展的另外一个特点是，有自己的经营思路与营销手段，通过对产品的改良走上了稳健而良性的发展道路，这部分企业主要以生产男西裤和上衣为主。首先，坚持只做男西裤的企业，是业界发展思路的典型代表。面对诸多企业的转型和男西裤市场的萎缩，这部分企业表现出来的魄力与韧性值得所有企业借鉴。在业界的诸多企业中，雷欧金盾是一个代表，他另辟蹊径，从市场的夹缝中分得一块蛋糕，用其姜总的话说，“做西裤，对别人说是滞销，对我们却是畅销。”雷欧金盾主要针对高端人群销售，进驻发达的一、二级城市，每年的销量在稳步增加。

对于在西裤的基础上增加上衣的企业，由于产品类别丰富，其无论是在省内市场还是在省外市场，尽管没有品牌知名度，但因其低廉的价格优势，生存的还比较滋润。

中国裤业网，中国裤业杂志，裤子厂家