

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二十年>>

图书基本信息

书名：<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二十年>>

13位ISBN编号：9787218083728

10位ISBN编号：7218083722

出版时间：2013-4

出版时间：广东人民出版社

作者：程九洲

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二>>

前言

斗转星移，广州白马服装市场迎来了成立20周年的喜庆时刻。

20年的发展历程，不仅仅是广州白马服装市场自身成长发展的历程，也体现了中国服装专业市场整体变化、调整、提升的过程，更融入了大批中小服装品牌在专业市场中创业、成长、壮大的历程。

广州白马服装市场20年的传奇是中国服装专业市场发展的传奇。

中国服装专业市场作为商品流通的重要渠道，遍布全国各地，影响力辐射周边许多国家和地区。多年来，专业市场的市场形态、硬件水平、运营模式也伴随服装产业的发展不断改变和升级。

在此过程中，广州白马服装市场的影响力、带动作用随处可见：各地市场升级改造学白马、服务模式创新学白马、品牌商家成长借助白马。

广州白马服装市场从创立之初开始，就不断打造、巩固在专业市场领域的龙头地位，带动了全国服装专业市场的升级换代，在中国服装产业下游流通领域做出了卓越贡献，可谓“一马当先，万马奔腾”。

广州白马服装市场20年的传奇也是中国服装行业发展的传奇。

在计划经济时期，中国人的穿衣需要按照计划凭票供应，款式、色彩单调，属典型的短缺经济时代。

改革开放之后，纺织服装产业迎来了重大的发展机遇：产品供应快速丰富起来，供应渠道也逐步放开，专业市场在沿海地区逐步开始兴建，并在服装流通、集散方面展现出强大的生命力。

广州白马服装市场正是在市场经济兴起的时代应运而生、快速成长，并在服装流通市场迅速形成了强大的影响力。

新世纪以来，品牌建设始终是服装行业发展的重中之重，大批知名品牌成长起来，引领整个服装行业的发展。

广州白马服装市场紧紧抓住行业发展的脉搏，加大品牌培育和服务力度，短短几年就使一批品牌快速成长，成为国内的知名品牌，在市场中具有很高的知名度和美誉度。

近几年，广州白马服装市场又加紧经营模式的创新，鼓励引导服装品牌开展电子商务，适应服装市场发展变化和消费者需求的变化，也推动了行业电子商务应用水平的提升。

20年传奇历程，20年辉煌成就。

广州白马服装市场的成功带给我们更多启示。

首先，纺织服装专业市场的发展必须坚持以创新为驱动力。

服装产业作为时尚产业最大特点就是消费者的需求千差万别、千变万化，产品更新换代非常之快。这就要求服装专业市场要不断创新以适应消费者、采购商、品牌商不断变化的要求，以保证服装专业市场自身在流通渠道中的地位不断提升。

广州白马服装市场开业以来，从未停止过对硬件的提升改造，到今天白马服装市场成为品牌展示、流行时尚信息发布、批零兼营的现代化商厦；服务模式也不断创新，增强市场对品牌对商户的吸引力和凝聚力，举办服装采购节、参加时装周等等，各种活动开展得有声有色，又富有成效；电子商务的引入也让白马服装市场紧跟服装销售模式的变革，并发挥专业市场在流通领域的仓储物流配送优势，为商户提供快捷周到的服务。

第二，纺织服装专业市场的发展必须坚持以品牌培育为核心竞争力。

服装专业市场由于网络宽广、辐射力强而成为服装流通领域周转速度快、营业效率高的渠道，对商家具有非常强的吸引力，全国绝大多数品牌的营销渠道均借助于专业市场。

服装专业市场中的商家随着品质和销量的提高也在逐步进入品牌化发展之路。

这就要求服装专业市场在提供必要的交易服务之外，更要为品牌的成长提供服务。

广州白马服装市场始终如一坚持以品牌培育为核心，在信息发布、设计研发、质量检测、市场开拓、人才培养等方面为品牌商家服务，推动品牌成长。

如建立大客户俱乐部，引进设计师与品牌商家联合开展产品研发，参加时装周举办多场发布活动，联合相关机构在质量检测、市场拓展等方面为品牌进行培训、提供服务，这些服务工作都有力地促进了品牌的成长。

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二>>

20年来从广州白马服装市场成功走出了许多国内的知名品牌，大大提升了白马的影响力。

第三，纺织服装专业市场的发展必须坚持以开放姿态、合作共赢办市场。

专业市场作为中国商品经济和市场经济发展的产物，伴随区域经济结构的调整，在全国大中小城市均得到了较大发展，优秀的市场不断涌现，同时区域市场之间的联系不断增加，合作交流共赢成为市场之间经常面对的课题。

广州白马服装市场一直坚持与全国各地同行保持交流合作，互相学习，互相支持，取长补短，共同发展，从不以“老大”自居，从不封闭保守。

自2009年与北京天雅服装大厦结成兄弟市场后，广州白马服装市场又相继与上海新七浦服装市场、成都大成市场、郑州世贸商城、辽宁西柳市场等多地服装市场结成了战略合作关系，并在品牌资源、市场渠道、人才资源等方面合作共享，成为“开放办市场”的典范，成为同行学习的榜样，有力地推动了专业市场间的合作交流，有力地推动了更多纺织服装专业市场的管理水平提升。

第四，纺织服装专业市场的发展必须建立一支富有创造力的专业化管理团队。

专业市场发展至今已经成为产业的重要组成部分，对经营管理团队的要求更加专业化，当初的物业管理者职能已转变成为服装专业市场的运营管理者 and 经营专家职能。

广州白马服装市场20年历经几代管理团队，每一个团队都秉承白马的优良传统，坚持以服务品牌、服务行业为己任，打造高水平的管理服务体系。

目前，广州白马服装市场的管理团队成为行业中专业化程度最高、创造力最强的管理团队之一，这是白马市场保持快速健康发展的根本保证。

广州白马服装市场20年的发展留给我们的成功经验还很多，是行业发展的宝贵财富，值得我们不断总结、深入挖掘。

衷心祝愿广州白马服装市场：百尺竿头更进一步，再创新的辉煌！

夏令敏 2012年12月10日于北京

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二>>

内容概要

本书从发展历程、企业文化、品牌塑造、代表人物等方面对白马服装市场进行了全方位的介绍，重点突出了这一全国知名的服装批发市场的企业魅力及其成功之道。

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二>>

书籍目录

第一卷 白马万里 序章 潮起珠江 第一章 春天的故事(1993—1997) 抢滩白马山 缘定“服装城” 招商攻坚战 开业大典 白马啸春风 “军管时代” 首次扩建 由乱到治 登陆央视 第二章 成长的历史(1998—2005) 白马黑马 风暴来袭 抗洪赈灾 二次扩建 突破重围 来去空空 走出国门 “非典”的日子 情牵俱乐部 上市之旅 第三章 走进新时代(2006—2013) 回到原点 升级改造 泪洒采购节 北上巡展 品牌孵化 白马讲堂 E城上线 国采中心

第二卷 白马群雕 第一章 涅槃 凯撒——从白马起飞的“中国女装第一股” 兄弟——与你一起“深呼吸” 歌莉娅——“环球发现” 真善美 铠琪——成就“美丽人生” 朵以——奏响“家族企业”百年品牌的辉煌乐章 名鼠——掀起量贩式男装革命浪潮 第二章 雕琢 “安纳云妮”的“达人”之秀 百年“名豪”王者风范 “圣地亚”著天地人时尚之经典 “老人头”的不老传说 “名兰世家”丝绒里舞出优雅人生 “高尼奥”爱拼才会赢 “时尚佳丝蔓”的茉莉情怀 第三章 筑梦 “迪文”掀起时尚旋风 “神雕侠侣”情定“莉欧雯” 诚信演绎“高秀”之美 燕飞“百帛” “度邦丹尼斯”与梦想同在 “柔妆”的卓尔不凡附录一 白马模式、白马效应与专业市场转型升级附录二 我眼中的白马后记 在路上

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二>>

章节摘录

第一章 春天的故事(1993—1997) 抢滩白马山 “地块你们可以征收，但这个风水宝地是我们最后的命根子，你们必须保证我们今后持有一层物业，必须帮我们解决村民的农转非名额，还要解决村民们的就业问题，否则我们坚决不卖！”

”村民们“漫天要价”，明显是为未来的谈判让步预留空间。

1983年，尽管“统一祖国振兴中华”的标语还没有矗立在广州火车站的主楼之上，但是来自四面八方怀着同一个梦想的人们，或迫不及待地穿梭于广州城内大街小巷，或奔赴于深圳罗湖中英街的路上，寻觅着父辈们不敢想象的创富机会。

此时隶属于广州市政府的“住宅建设办公室”正在酝酿改制成全国首批八大“城市建设开发总公司”之一，负责统筹开发急速发展的各大城市建设项目，全广州100多个用地红线项目全部划拨给“城建总”，其中也包括了当时还是偏远郊区的西郊村白马山地块。

在计划经济向市场经济转变的那个时期，土地远没有今天火爆，对于囊中羞涩的计划生产型的公司，在既没资金、又缺人才的情况下，土地或许还会成为烫手山芋。

广州火车站虽然早于70年代已经落成使用，但是直到80年代，广州市政府为火车站配套的商业大楼包括白马山项目、酒店项目等等还迟迟未能开工建设，而广州“城建总”作为当时广州住宅开发建设的急先锋，在这一时点上更多考虑的是作为国有企业的社会责任，而不仅仅是经济效益。

1984年初夏，下午6时，“城建总”召开班子会议。

会议室中央的桌子上放着一张巨大的广州市城区地形图。

在这个夏天，这样的会议已经开过好多次了。

所有的会议都是同一个议题，如何抓住改革开放的大好时机，寻求城建总的大发展。

手头上掌握了几乎全广州地皮资源的“城建总”对地皮的眼光当然是非常人可比，但这次他们相中的地块在当时却毫不起眼，甚至显得破败不堪，既不属于老城区中心，也不属于政府规划的未来商业中心天河区，但它却坐落在交通要道，经商要冲的中心位置，它就是广州火车站对面的白马山。

白马山是一个颇具传奇色彩的地方。

在秦末楚汉相争之际，时任南海郡尉的赵佗顺势创建了南越国，定都番禺(今广州)，沿袭五代，共九十三年，开创了广州发展史上的第一个灿烂辉煌时期。

相传白马山就是南越王后宫的所在地，当时这里住着后宫佳丽，个个花容月貌，倾国倾城。

杜牧的《阿房宫赋》或许可以让我们对南越王后宫的生活情景窥视一二，“明星荧荧，开妆镜也；绿云扰扰，梳晓鬟也。

”“一肌一容，尽态极妍，缦立远视，有望幸焉。

”这是极为典型的后宫场景，嫔妃们为了博得南越王的宠爱，非常注重自己的穿着打扮，此处自然成了各式各样的华衣美服的集中地，并影响着民间服饰的流行潮流与趋势。

据史料记载，汉代的织造工艺技术已相当高超，以至“汉服”成为汉民族传统服装的统称。长沙马王堆一号墓出土的“禅衣素纱”是西汉纱织水平的代表作品之一，轻纱薄如空，举之若无。而南越王墓出土的金缕玉衣则体现了南派服装的水准同样上乘。

这一历史渊源让白马山与服装结下了永世的不解之缘。

时光荏苒，从南越国到新中国，时间跨度已经两千多年。

白马山在历史的长河里历经岁月的变迁，遗世独立，但它身上所具备的传奇色彩并没有因为时间的流逝而褪色，冥冥之中早已注定这个古代后富还会在另一个时代里演绎属于它的另一番精彩。

1974年，白马山周围突然在一夜之间热闹起来，不断有手提蛇皮口袋的人来去匆匆，嘈杂而混乱。顺着熙熙攘攘的人群往东走去，原来不远处矗立起一栋崭新的建筑，那便是新建成的广州火车站。经过数度迁徙，广州火车站终与白马山相伴，巧合之中带有几分上天注定的意味。

早在秦汉时期，广州就已经是闻名于世的通商口岸，两千多年从未闭过关，海上丝绸之路也始于广州。

因此在中国改革开放之初，商业文化底蕴深厚的广东商业急速发展，广东成为无数淘金者的目的地，他们大多是通过广州火车站踏上这片南国热土。

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二>>

很快，广州火车站便成为珠三角地区的交通枢纽，旅客流量仅次于北京西站和上海火车站。这种大爆炸式的人流量在当时极为罕见。

随后不久，作为火车站的配套设施，广东省汽车站、广州市汽车站先后在白马山周围落成，交通物流条件更为便利。

当一个由多种交通方式交叉集聚而成的大型交通枢纽出现之时，它必然催生该地区某些行业的率先发展，而商业自然是首当其冲，白马山也因此而引起人们的密切关注。

1987年的白马山，杂草丛生，山上农田、菜地零乱，早已没了昔日的夜夜笙歌。

但它上面却趴着一个小农贸市场，每到早晨或下午，周围的七大姑八大姨就稀稀拉拉地穿梭于各个档口，她们的讨价还价声和档主们的吆喝声交杂，这是唯一能让白马山显现还有点生气的景象。

但是，毋庸置疑，白马山仍是一块难得的风水宝地，人们相中它只是早晚的问题。

白马山在寂寞了几年后，终于迎来了它新的主人，而这个主人就是独具慧眼的“城建总”。

白马山当时的所有者是西郊村大队，当“城建总”向其表示想要拿下这一地块时，纯朴的村民们开始不依不饶了，谈判桌上的讨价还价本领都是无师自通，毕竟在利益面前，一切都得靠边站。

“地块你们可以征收，但这个风水宝地是我们最后的命根子，你们必须保证我们今后持有一层物业，必须帮我们解决村民的农转非名额，还要解决村民们的就业问题，否则我们坚决不卖！”

村民们“漫天要价”，明显是为未来的谈判让步预留空间。

要满足上述条件，并非易事。

但“城建总”并未因此而轻易放弃，除了锲而不舍继续游说之外，还借助国资委的背景通过政府渠道进行协商沟通，并承诺建成后首层物业将由西郊村拥有，满足了西郊村最看重的第一个要求。

而当时的西郊大队领导也是深明大义的爽直汉子，在为集体经济留有后路的同时，也全力支持城市建设开发。

最终，“城建总”在近一年的艰难而漫长的谈判后，取得了白马山这块地皮的联合开发权。

双方签署协议，约定以“城建总出钱，西郊村出地”的形式，二者共同开发，在白马山上建设一栋“综合商业大楼”。

“城建总”之所以能成功，原因有三：一是“城建总”是国企，可信度高；二是“城建总”是广州市住宅建设方面的龙头企业，属于专业的地产开发公司，专业的人干专业的事，西郊大队放心；三是最关键的，即“城建总”承诺大楼建成之后一楼归西郊大队所有。

这个条件对于西郊大队来说具有极大的吸引力，因为在火车站建成后，他们已经依稀察觉到白马山的增值潜力，但苦于一无资金、二无技术，一直无力开发利用而任由土地荒废，此时恰遇“城建总”，无异于天赐良机，岂容错过？

1989年，白马山项目正式开工建设。

两年后，也就是1991年10月，工程正式竣工，一栋六层楼的大楼矗立在了白马山上。

在凉意渐浓的那个秋天，白马山竟然生机勃勃，散发出与当时季节不相适应的质感，预备演绎属于它的另一个传奇。

楼盖好了，干什么？

“城建总”还没有想好。

这时一位领导发话了：我们先选派一个人，由他去筹备，至于做什么，由他经过调研以后出个方案，大家再讨论决定。

这个负责筹备的人就是金朱连。

P4-7

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二>>

后记

在路上 就在本书完稿即将付梓出版之际，笔者欣然收到了中国纺织工业联合会流通分会张海燕秘书长发来的短信。

她在短信中告诉我，鉴于广州白马服装市场在推动中小纺织服装企业产品开发方面做出的突出成绩，中纺联将授予白马2012年度“产品开发推动奖”的荣誉称号。

为了突出这份荣誉的珍贵和来之不易，海燕秘书长还特别善意地提醒，“在全国众多专业市场中，白马是唯一获奖单位，请程总珍视这份荣誉。

”这一奖项注定将是白马2012年最重要的收获之一，同时也是给即将于2013年1月8日迎来20周岁的白马的一份厚重的生日礼物。

高兴和激动之余，我感觉更多的是一种压力，一种白马未来之路该怎样走才能走得更稳更好的压力。

眼下的时代，一切都日新月异，既包括宏观经济和服装行业，也包括技术手段和营销策略，还有管理方式及各种新思维，他们对包括白马在内的所有企业都会产生或大或小的影响，有的甚至会引发行业巨变并直接决定企业的生死存亡。

白马不敢有丝毫懈怠，必须以变应变，以变引变，才能继续立于不败之地。

品牌化是大趋势之一。

品牌战略一直是白马锲而不舍地追求。

白马的品牌意识与生俱来，并在后来的发展中不断强化，从白马走出了凯撒、哥弟、歌莉娅等一大批知名服装品牌，也使白马成为首批“中国服装品牌孵化基地”。

尽管如此，在“品牌孵化器”这条路上，我们仍然还只能算是在路上，远未能达到终点。

未来孵化品牌的关键，是要非常明确地了解品牌需求，同时更需要较广泛的市场影响力及较为完善的管理体系，如此才能对不同阶段的服装品牌提供相应的品牌孵化服务。

白马还将继续在全国范围内进行品牌巡展、供需对接及管理输出，使当地客户能够近距离地接受白马的服务，更好地理解及认识白马品牌，从而消除地理空间对品牌影响力的弱化。

国际化也是必须坚持的方向。

白马作为流花服装商圈的领头羊，必须在“广东时尚服装国际采购中心”的建设中发挥与这一地位相称的影响和作用。

这是白马自我提升和战略发展的需要，也是对整个流花商圈的一种承担，是社会责任和使命感的一种体现。

“国采中心”要实至名归，必须具备强大的产品研发能力、产品供应能力和对外辐射能力，即最大限度地聚集于此，同时能将大量的服装产品销售到世界各地，也就是要有强大的集聚与输出能力。

而输出能力的大扩张意味着渠道建设的大突破，需要在交易、服务、管理三方面与国际接轨，深化传统渠道、扩大传统渠道在地理空间上的覆盖范围以及开发新渠道。

电子商务方兴未艾，是必须努力开拓的新方向。

2012年最吸引眼球的商战之一就是京东商城与苏宁电器的网购之战。

网销方式还逐渐渗透到金融领域，如网上销售保险、网购基金及网上证券开户。

随着网上购物消费习惯的流行、速递物流的兴起以及各类电商的蓬勃发展，对线下传统的运营模式产生了巨大冲击，随着时间的推移，这种影响在某些领域或许是颠覆性的。

虽然由白马服装网自主研发的“白马E城”已正式上线，但总的来说，我们目前在电子商务领域的交易规模还很小，成就还不大。

电子商务已经成为专业市场发展不可或缺的补充渠道，有形市场与无形市场相结合会成为当前及未来市场发展的重要趋势，成为未来市场竞争的关键性因素。

我们在这条路上可以走得更远，也必须走得更远。

走了20年，今天白马又站在了一个新的起点上。

尽管还只是在路上，但我们相信，白马人会继续努力，继续奋进，延续这不朽的神话。

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二>>

再说说这本书本身的事。

调研与写作的过程，无疑是艰辛的，但痛并快乐着。

从2012年6月15日成立采编小组到12月8日基本完稿，期间克服了重重困难，共采访包括历任白马领导、行业人士、专家学者、业户代表等在内的社会各界人士100多人，录音时长150小时，整理录音稿60余万字，翻阅资料档案80多册，观看影视视频资料时长120小时。

为讨论确定本书的框架体系及研究探索白马20年发展模式，我们还组织召开了两次研讨会，听取各方面意见，集思广益，使本书的写作少走了很多弯路。

需要特别感谢的是，中国纺织工业联合会名誉会长杜钰洲先生亲自为本书题写书名，中国纺织工业联合会副会长夏令敏先生对本书的写作给予了很多指导意见并为本书作序。

同时，还要感谢在此书编写过程中接受采访并对本书撰写提出诸多宝贵建议和支持的各位领导、客户、同事和朋友们，感谢为编写本书而奋战了6个月之久的采编团队的各位成员。

借本书出版之际，谨对始终与白马不离不弃并给予白马鼎力支持的广大白马业户及全国各地的采购商朋友们表示衷心感谢，对长期以来给予白马悉心呵护与关照的各级政府部门及其领导、服装行业协会及其领导、广东省及广州市各界友好合作单位、全国各地的同行、服装业专家及全国各地的媒体朋友们表示诚挚的谢意！

最后需要说明的是，由于时间仓促，部分历史事件的调研可能不全面、充分，再加上编者水平有限，疏漏与不当之处在所难免，特恳请广大读者批评、指正。

领潮二十载，再创新未来。

在这里，让我们一起祝福白马二十岁生日快乐！

祝白马在未来的征途中越走越好！

程九洲 2012年12月12日于广州紫藤园

<<白马传奇一个服装品牌孵化器的二>>

编辑推荐

程九洲主编的这本《白马传奇：一个服装品牌孵化器的二十年(1993-2013)》基于实地采访、史料整理及专家专题研讨等多方论证研究，共采访包括历任白马领导、行业人士、专家学者、业户代表等在内的社会各界人士100多次，录音时长150小时，整理录音稿60余万字，翻阅资料档案80多册，观看影视视频资料时长120小时，从经营管理、品牌孵化、渠道创新、营销推广、转型升级等领域深入浅出地剖析了广州白马服装市场的运作经验，堪称国内服装专业市场的先河之作。

从改革开放之初谈起，全面、客观、深刻、系统地梳理了广州白马服装市场从创立、旺市到上市的二十年企业纪事，收录了十九个具有代表性的品牌故事、并收录了“媒体看白马”及“专家看白马”两份附录，首度完整总结了对中国服装流通行业产生了深远影响的“白马模式”及“白马效应”。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>