

中小企业数字化转型研究

——以服装业为例

杨 雨

北方工业大学经济管理学院, 北京

收稿日期: 2023年4月27日; 录用日期: 2023年6月18日; 发布日期: 2023年6月25日

摘 要

由于全球政治、经济和社会环境的急剧变化, 中小企业的数字化转型与升级显得尤为迫切。作为中国传统支柱产业的服装业, 其智能化、自动化和数字化转型已成必然趋势。本文从经济环境、国家政策、数字技术和自身发展需求4个方面阐述中小服装企业数字化转型的必要性, 发现其面临数字化基础薄弱、融资成本高、缺少可参考案例的现实困境, 从而提出须建立数字生态化企业系统、培养数字化人才、完善营销体系、健全相关政策的对策, 以推动数字中国的早日实现。

关键词

数字化转型, 服装业, 中小企业, 数字经济

Study on Digital Transformation of Small- and Medium-Sized Enterprises

—Taking the Garment Industry as an Example

Yu Yang

School of Economics and Management, North China University of Technology, Beijing

Received: Apr. 27th, 2023; accepted: Jun. 18th, 2023; published: Jun. 25th, 2023

Abstract

Due to the rapid changes in the global political, economic and social environment, the digital transformation and upgrade of SMEs is particularly urgent. As a traditional pillar industry in China, the transformation of the garment industry into an intelligent, automated and digital industry has become an inevitable trend. This paper elaborates the necessity of digital transformation of small-

and medium-sized garment enterprises from four aspects: economic environment, national policy, digital technology and their own development needs, and finds that they face the real dilemma of weak digital foundation, high financing cost and lack of reference cases. In order to promote the early realization of digital China, we propose countermeasures to establish digital ecological enterprise system, cultivate digital talents, improve marketing system and sound related policies.

Keywords

Digital Transformation, Garment Industry, Small- and Medium-Sized Enterprises, Digital Economy

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,随着我国企业数字化转型的不断深入,数字经济已成为推动我国经济发展的强大引擎,成为实现经济腾飞的重要支撑力量。二十大报告描绘数字经济发展蓝图,明确提出了“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合”,持续推进“数字中国”的国家战略[1]。在这一背景下,产业数字化转型升级成为各行各业都要面临的重大问题。2023 政府工作报告又进一步指出,“加快传统产业和中小企业数字化转型,着力提升高端化、智能化、绿色化水平”[2]。中小企业具有规模最大、成长最快、活力最强等特点,其数字化转型已经成为不可逃避的课题。服装行业作为我国的传统产业,对我国的经济的发展起着至关重要的作用,但是从实际情况来看,我国服装产业的数字化水平不容乐观。目前,我国服装产业的供应能力大幅超过市场需求,服装行业面临着供需失衡的挑战,中小企业存在产能过剩、库存积压、利润下降等问题,阻碍其进一步的发展。由此可见,在数字经济的背景下,如何与国家整体发展战略相结合,推动传统中小服装企业向数字化方向转型升级,实现降本增效的目的显得尤为重要。

因此,本文通过分析目前国内传统中小服装企业数字化转型的动因,探究实际转型过程中面临的现实障碍,从而提出对策建议,解决数字化时代下企业转型升级的困境,为经济高质量发展重塑生机。

2. 中小服装企业数字化转型的必要性

2.1. 数字技术进步

随着数字经济的蓬勃发展,大数据、云计算、元宇宙等前沿科技层出不穷,深刻影响着我们的生活方式。在这个背景下,企业面临着前所未有的挑战和机遇。数字技术与传统经营模式的深度融合,为各行各业带来了全新的竞争优势。新一代信息技术的应用,能够帮助中小服装企业变革组织方式、快速应对市场变化、提高资源配置水平,实现全产业链、全价值链、全场景的数字化。越来越多的企业开始利用互联网实现双赢,我国服装业电商也蓬勃发展起来,线上服装零售业近年来保持稳定增长。

2.2. 国家政策支持

在信息化和消费环境升级的背景下,伴随着数字化和智能化的发展,传统服装制造业已经不满足时代发展的需要。中国服装协会编制的《中国服装行业“十四五”发展指导意见和 2035 年远景目标》提出“十四五”规划期间打造世界级服装品牌和产业集群,推进中国服装行业迈向世界产业链中高端,体现了对我国服装业的高度重视[3]。此外,数字经济下中小企业如何优质转型是我国数字化建设进行中正在

面临的重要问题,为了促进中小企业的数字化转型,国家制定了一系列的战略规划并出台相关政策措施。2022年11月,工信部印发《中小企业数字化转型指南》,面向中小企业、数字化转型服务供给方和地方各级主管部门,从降低数字化门槛到加快数字赋能共提出了14条具体举措,提升为中小企业提供数字化产品和服务的能力[4]。2023年全国两会期间,多位代表委员聚焦中小企业数字化发展频频发声,政府工作报告提出“加快传统产业和中小企业数字化转型,着力提升高端化、智能化、绿色化水平”,这些都为中小服装企业营造了良好的政策环境,激发中小服装企业转型的活力[2]。

2.3. 经济下沉压力

目前,我国服装业面临着非常严峻的局面,一方面,国际贸易保护主义盛行,加上中美贸易战下美国对我国的敌意,导致国际市场的竞争尤为激烈。我国人口红利流失致成本上升,越来越多的国外订单流失,转移到了印度等劳动力更为廉价的周边国家,这使得我们的出口业务面临着较大的困难[5]。另一方面,受疫情影响国内经济在一段时间内持续陷入低迷,国内民众消费者预期收入下降,消费意愿降低,导致我国服装出口贸易和内销市场压力均明显增加,中小企业普遍存在订单不足的问题。面对如严峻的经济形势,中小型服装企业若想摆脱困境并提升核心竞争力,数字化转型是一条行之有效的道路。

2.4. 自身发展需要

随着国际快时尚品牌的大量进入和快速扩张,传统的本土服装业面临着消费群体流失、库存积压、资金周转和战略转型等一系列挑战,国内本土大型服装企业一度深陷关店潮的泥潭。面对行业竞争如次激烈的环境,中小服装企业更是困难重重,其普遍存在着产业链产能过剩、库存过高、品牌推广成本高等系列问题,同时实体店销售量大幅下滑,店铺租金持续上涨,人工成本不断攀升,从而造成利润率下降。如果中小企业不想被时代淘汰,就要努力提高其自身价值,而数字化转型是解决这一难题的优先解。因为服装企业通过数字化转型不仅可以实现业务流程和管理的自动化、智能化,还能减少不必要的工作,提升生产经营效率,达到降本增效。

3. 中小服装企业数字化转型的现实困境

中国是制造业大国,全国有4,842万家制造业企业,其中服装生产企业17万家,占比0.35%,无论是国内制造业还是服装业,90%以上都是中小企业。根据《中小企业数字化转型分析报告(2021)》,有79%的中小企业目前正处于数字化转型升级的初期阶段,12%的中小企业处于应用实践阶段,只有9%的中小企业达到深化应用阶段[6]。总体而言,中国服装行业大部分中小企业仍处于数字化转型的初期阶段,虽然中小企业在数字化转型方面表现积极,但面临着许多实际困难。

3.1. 数字化基础薄弱, 缺乏数字人才

在数字经济的大背景下,数字信息技术为中小企业在技术和管理两个层面上实现高效的数字化转型提供了有力的助力,同时也是中小企业在新的市场环境下实现可持续发展的关键。当前,我国大部分的中小企业都还处在数字化转型的初级阶段,它们对数字信息技术的应用还只局限在企业内部,并没有对所从事的核心业务进行全面的覆盖[7]。此外,传统中小企业使用的老旧生产基础设施和缺乏支持整体数字化转型的IT设备,进一步阻碍了中小企业的数字化转型。想要实现成功转型,中小企业还需要有强大的数字化人才来支撑,从而能够高效和高质量地开展工作。然而,大多数中小企业在制造、运营、管理和服务方面缺乏数字化人才支撑,尚未实施数字人才培养体系,这意味着它们无法招聘和留住人才,降低了数字化转型的效果。

3.2. 融资成本高，收益不确定性高

企业数字化转型是一个长期又复杂的系统性工程，需要大量的资金和资源，长期的转型成本对大多数中小企业来说是一项巨大的负担，而转型的结果是不确定的和滞后的。一方面，疫情的发生使大多数中小企业财力有限，甚至还面临生存的压力。数字化转型的投资成本高、转型时间长、效果慢等特点，使中小企业难以单纯依靠自身投资来实现。另一方面，融资困难是中小企业长期以来面临的主要问题，许多中小企业只能通过内部筹资或民间借款来融资。金融机构往往认为结果不确定性高的项目投资风险较大，为此会要求较高的回报率来弥补高风险，导致融资成本较高[6]。由此来说，中小企业在决定进行数字化转型时往往面临着巨大的资金压力，而未来收益的不确定性也挫伤了许多中小企业进行数字化转型的积极性。

3.3. 缺少可参考的成功案例和适配的解决方案

目前来说，大部分中小服装企业仍处于数字化转型初步探索阶段，甚至还未开始，对开展数字化转型的路径知之甚少，缺少可以参考的成功经验。想要进行数字化转型，只能参照行业内的一些龙头企业，然而某些情况下大型企业的数字化转型路径对中小企业并不适用，盲目地照搬会加剧中小企业的经营和资金压力，最终适得其反。此外，就现有的数字化转型方案来看，大多数的方案提供商更愿意为各方面条件都较好的大中型企业设计方案或者提供一些通用方案，很少有服务商能够从中小企业的实际情况出发，针对业务场景设计专门方案，从而无法满足中小企业的核心需求。

4. 推动中小服装企业数字化转型的对策和建议

4.1. 建立数字生态化企业系统

中小型服装企业的数字化转型必须构建起一个以数据驱动为核心的企业数字化平台。通过收集和分析数据提出优化措施，通过数字技术来逐步打破设计、生产、物流和零售之间的壁垒，打造生态数字化能力[8]。数字生态化系统依托于企业传统核心资源，将供给端和消费端建立有效联接。利用大数据分析打造出贴合消费者心理的商品，将供应商管理、仓储管理、运输管理和门店管理系统进行整合，推动企业加快从生产端到销售端的供货速度，完善服装品牌的柔性供应链体系，降低运营成本，为顾客提供更高品质的服务，同时也为企业创造更高的价值[9]。

4.2. 培养数字化人才

在中小服装企业数字化转型的过程中，缺乏具备综合素质的数字化人才，这也是一个亟待解决的问题。和大型企业不同，中小企业缺乏竞争力，外部引进人才难度较高，因此我们可以将重点放在企业内部现有的员工群体上。一方面，借助线上授课，组织学习数字化转型相关技能，利用互联网技术和工具搭建虚拟实训平台，加强对企业员工的培训，促进数字化转型进程。另一方面，要与高校和科研机构进行合作，建立多样化的人才培养机制，既可以通过校企合作引进人才，也可以让内部员工前往机构学习，挖掘员工潜能、激发其创造力，营造良好的学习氛围，培养出符合企业未来目标的人才，从而长远地推动企业数字化转型升级[10]。

4.3. 完善营销体系

在数字化经济的推动下，电商和新零售正在以惊人的速度改变着传统商业模式，网络购物、移动支付和线上线下融合等为服装行业开启了新世界的大门。在此背景下，服装企业可以采取线上线下融合的全渠道布局。通过线下渠道如购物中心、大型商超等吸引顾客前往实体店进一步体验，逐渐引入 AR

虚拟试衣、3D 智能量体等新科技, 提供专属服务[11]。线上积极探索小程序、直播带货等新型社交零售渠道, 为消费者提供更加多元化的购物选择; 在抖音、小红书等当代青年人喜爱的新流量平台上, 通过创意互动内容进行引流, 迎合当下年轻消费者的心理特点, 进行有针对性地精准营销, 更好地赋能品牌私域流量建设[9]。实现以市场需求为导向的生产模式, 优化企业库存管理, 降低费用率, 推动企业全渠道营销建设。

4.4. 政府健全相关政策

对于中小服装企业来说, 数字化转型过程中所需要的大量资金是首先要考虑的问题, 再加上现阶段, 疫情结束后, 经济刚刚复苏, 中小企业更是需要政府的进一步扶持。首先, 国家应该继续加大对数字化基础设施的投入力度, 比如购置相关设备, 培训数字化人才等, 为中小企业数字化转型奠定良好的基础。其次, 针对中小企业面临的融资难, 政府应出台一些财税政策, 例如采取减税降费、财政补贴、建立中小企业数字化专项资金等措施, 为中小企业的数字化改革营造良好的融资环境, 从而提高中小企业的转型积极性、能动性[10]。最后, 鼓励行业龙头企业与中小企业达成合作, 提供数字化转型的成功经验, 避免中小企业与大型企业出现“数字鸿沟”, 双方携手共进。

5. 结语

本文从 2023 年政府工作报告加快中小企业数字化转型这一热点话题出发, 采用内容分析法, 分析了中小服装企业数字化转型受数字技术进步、经济下沉压力、国家政策支持和自身发展需要多方因素驱动。虽有较强的积极性, 但转型过程中却面临着多方面的现实困境, 因而为中小服装企业数字化转型提出建立数字生态化企业系统、培养数字化人才、完善营销体系、政府健全相关政策 4 条对策建议。数字化转型升级可以推动企业和品牌不断向数智化、高端化、精益化发展, 未来中小服装企业应跟上数字经济发展步伐, 结合自身情况探索数字化转型方式, 提升企业竞争力, 助力数字中国早日实现。

基金项目

2023 年北京市大学生创新创业训练计划项目“中小企业数字化转型: 理论逻辑、现实困境和实现路径”。

参考文献

- [1] 中国政府网. 习近平: 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL]. http://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm, 2022-10-25.
- [2] 李克强. 2023 年政府工作报告[EB/OL]. 2023-03-14. http://www.gov.cn/premier/2023-03/14/content_5746704.htm, 2023-04-25.
- [3] 中国服装协会. 中国服装行业“十四五”发展指导意见和 2035 年远景目标[EB/OL]. 2021-10-22. http://www.acfc.org.cn/ztzlhz/145gh/145gh_002/202110/t20211022_69285.html, 2023-04-25.
- [4] 工业和信息化部. 《中小企业数字化转型指南》政策解读[EB/OL]. 2022-11-09. http://www.gov.cn/zhengce/2022-11/09/content_5725643.htm, 2023-04-25.
- [5] 李昀, 牟华伟, 宋颖昌. “三重压力”下中小企业数字化转型如何破局[J]. 新型工业化, 2023, 13(3): 67-71.
- [6] 李勇坚. 中小企业数字化转型: 理论逻辑、现实困境和国际经验[J]. 人民论坛·学术前沿, 2022(18): 37-51.
- [7] 刘静静. 数字经济时代中小企业数字化转型研究[J]. 中国商论, 2022(18): 146-148.
- [8] 任若安, 陈涵. “十四五”规划下服装企业数字化转型升级路径研究[J]. 毛纺科技, 2022, 50(4): 104-111.
- [9] 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司 2022 年年度报告[R]. 宁波: 宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司, 2023.
- [10] 薛黎娟. 浅谈数字经济背景下中小企业数字化转型问题[J]. 西部财会, 2021(5): 77-79.
- [11] 刘雅彤, 王法涛. 服装企业数字化转型研究——以酷特智能与报喜鸟为例[J]. 科技和产业, 2022, 22(8): 184-187.