

石狮市服装产业在阿拉伯市场的营销现状和创新策略

王珊瑜 胡湾*

闽南理工学院

DOI:10.12238/ej.v8i8.2832

[摘要] 本文基于39家企业调研,揭示石狮服装产业在阿拉伯市场面临高附加值产品占比低(18%)、数字化渠道依赖不足(跨境电商渗透率23%)、跨文化人才短缺(专职阿语团队仅5%)等瓶颈。企业过度依赖传统代理商(51%)与线下展会(44%),产品以运动休闲装为主(72%)。提出“文化元素创新+双渠道+阿语数字人才+弹性供应链”四维策略,为县域产业国际化提供样本。

[关键词] 石狮服装产业; 阿拉伯市场; 创新策略; 跨文化人才; 供应链韧性

中图分类号: F713.5 文献标识码: A

The Current Marketing Situation and Innovative Strategies of Shishi's Garment Industry in the Arab Market

Shanyu Wang Wan Hu*

Minnan Institute of Technology

[Abstract] Based on a survey of 39 enterprises, this paper reveals that Shishi's garment industry in the Arab market is facing bottlenecks such as a low proportion of high-value-added products (18%), insufficient reliance on digital channels (the penetration rate of cross-border e-commerce is 23%), and a shortage of cross-cultural talents (only 5% of enterprises have dedicated Arabic language teams). Enterprises overly rely on traditional agents (51%) and offline exhibitions (44%), and their products are mainly sportswear and casual wear (72%). It proposes a four-dimensional strategy of "cultural element innovation + dual channels + Arabic digital talents + flexible supply chain", providing a sample for the internationalization of county-level industries.

[Key words] Shishi's garment industry; Arab market; innovative strategies; cross-cultural talents; supply chain resilience

引言

在“一带一路”与中东“2030愿景”对接背景下,阿拉伯地区年均420亿美元服装消费市场成为焦点。石狮虽拥有年产值超770亿元的产业集群,但对阿出口面临产品文化适配不足、渠道数字化滞后等问题。本文探讨县域产业通过“文化解码—数字破局—人才赋能—供应链韧性”实现转型的路径。

1 石狮市服装产业对阿拉伯市场出口概况

1.1 石狮市服装产业发展现状

石狮市作为“中国休闲服装名城”,纺织服装产业是其经济核心支柱。2024年数据显示,纺织服装规上工业产值超770亿元,规划到2027年男装产业链年产值将突破800亿元,带动周边形成超千亿产值集群^[1]。目前全市集聚纺织服装及配套企业超8000家,其中规上企业超500家,中小微企业占比达85%以上,形成“大企业引领、中小企业协同”的产业生态^[2]。

石狮服装产业在内外贸融合中活力强劲:2023年电商交易额突破1000亿元,连续5年居福建县域电商首位;借助市场采购

贸易试点与跨境电商平台,产品出口至全球160多国,东南亚、中东等新兴市场份额显著提升。

代表性企业差异化突出:卡宾以“潮流+科技”驱动营收增18%,联名系列打入阿拉伯高端市场;鹏泰通过亿级产能与数字化改造,以72小时“小单快反”开拓中东;HOTSUIT后秀依托供应链建全球研发中心,暴汗服借海外仓布局实现2024年海外营收超100%增长。

经营模式上,石狮构建“一网一总部十二园区”数字化商贸体系,通过智慧工信平台实现数据共享,原料采购效率提升40%,库存周转率提高25%^[3]。如传洋服饰利用智能吊挂系统将生产周期缩短至3天,满足跨境电商高频补货需求^[4]。政策支持与平台建设上,政府推进工业标准化园区建设,最高给予1000万元技改补助,设立海外仓联盟降本;石狮国际商贸城等平台提供报关、退税及品牌孵化“一站式”服务^[5]。品牌建设上,全市拥有13个中国驰名商标、145个省著名商标,形成“石狮面料”等区域品牌,为拓展阿拉伯等国际市场奠定坚实基础。

1.2 阿拉伯服装消费的核心特征

阿拉伯服装消费呈现传统与现代交融、文化符号与功能需求并存的特征: 男性正式场合以白袍(Thobe)为主, 日常趋向运动休闲风; 女性在黑袍(Abaya)规范下创新, 斋月刺绣长袍(Jalabiya)销量显著增长, 国际品牌推出穆斯林专属系列。

材质适配热带气候(夏季棉麻/雪纺、冬季羊毛混纺), 科技融合产品突出; 色彩承载文化意涵, 男性服色素净, 女性偏好高饱和色, 沙特国徽色(棕榈绿、沙漠黄)成本土符号。

消费分层明显: 高收入群体青睐高端伊斯兰时尚(卡宾占石狮高端出口18%), 45%中产依赖电商(青创城年供货超2000万件), 大众市场由鹏泰(成本降15%)主导基础款。场景化需求与功能创新兼具, 开斋节刺绣Abaya销量增120%, HOTSUIT暴汗服中东订单翻倍, 好田3D量体技术占能源行业工装30%份额。

1.3 石狮市服装对阿拉伯市场出口规模

阿拉伯市场是石狮服装产业重要出口地。出口金额方面, 我国对沙特纺织品及服装年均出口15亿美金, 如2018年1-4月对中东国家出口纺织服装5.36亿元, 虽同比2.34%的下降, 但仍占出口一定比例^[6]。出口数量上, 石狮每年约有超11亿件服装销往全球, 阿拉伯市场为重要的销售区域^[7], 童装、夹克风衣、运动休闲服为出口中东三大主导产品, 石狮产舒适棉织品休闲服装因当地气候条件受青睐。

2 石狮市服装产业阿拉伯市场营销现状调查

2.1 调研设计与实施

本研究采用质性研究方法, 基于跨境电商与跨文化理论框架设计问卷, 围绕石狮服装阿拉伯市场营销现状及“阿语人才+互联网”模式优化展开调研。问卷涵盖企业信息、市场现状、模式评估及需求四模块, 发放50份回收39份(有效回收率78%), 采用Excel和SPSS分析数据。

2.2 调查对象特征

样本具行业代表性: 女性受访者占66.67%, 31-40岁年龄段占43.59%。企业类型以传统外贸(46.15%)和生产企业(28.21%)为主, 跨境电商企业仅占17.95%, 反映产业仍以传统外贸为主。市场参与经验呈双峰分布, 58.97%企业深耕超5年, 23.08%为近三年新进入者, 形成“长期坚守”与“新兴试水”并存格局。

2.3 出口现状与挑战

调研显示, 超65%受访企业近三年对阿出口规模波动增长但增速放缓。产品结构以运动休闲装与童装为主(71.79%), 传统阿拉伯服饰仅占12.82%, 出口以中低端品类为主。

渠道层面: 51.28%企业依赖当地代理商, 43.59%通过线下展会获客, 数字化渠道渗透率低(跨境电商23.08%、社交媒体20.51%)。品牌建设方面, 仅5.13%企业配置专职阿语营销团队。

市场竞争面临多维挑战: 56.41%企业视“市场竞争激烈”为首要障碍, 33.33%企业反映专业人才短缺, 33.33%企业受跨境支付安全、物流时效与成本问题困扰, 30.77%企业遭遇语言障碍。

3 石狮服装出口阿拉伯市场的问题与挑战

3.1 产品结构单一, 高附加值品类竞争力不足

目前, 石狮服装出口阿拉伯市场产品结构问题显著: 童装、运动休闲服等基础品类占一定份额, 但高附加值品类发展滞后。阿拉伯市场高收入阶层对现代伊斯兰时尚需求旺盛(客单价超200美元)而中国服装出口中高端产品占比不足20%^[8], 石狮同类产品仅占出口份额18%, 企业因过度依赖低成本制造, 品牌溢价能力弱且同质化严重, 难以满足当地个性化、高品质服装需求。

3.2 营销渠道固化, 数字化转型滞后

石狮服装出口过度依赖“看样下单+国际货代”传统模式, 新兴数字化渠道利用不足。McKinsey研究显示, 中东消费者线上购物率年均增长25%, 但传统企业因数字化基础设施薄弱, 难以适应快速变化的电商环境。^[9]且多数企业缺乏数字化营销技术, 无法捕捉消费偏好变化, 错失市场机遇。

3.3 专业人才短缺, 跨文化沟通壁垒显著

当前石狮企业面临复合型人才与文化适配双重瓶颈: 仅30%企业配备专职阿语人员, 多数依赖翻译或代理商, 导致沟通效率低下、信息失真; 文化认知不足引发设计端宗教禁忌失误(如忽视Hi jab规范)及商务端斋月习俗不适应, 造成产品拒收与交货延误。

3.4 供应链配套与政策风险应对能力不足

供应链与政策风险成为主要制约, 如物流短板表现在阿拉伯港口(如杰贝阿里)需经中转, 运输周期达25-30天, 成本增15%-20%; 政策高压表现在沙特Vision2030推行本土化制造, 对进口成衣征12%关税, 而石狮企业缺乏本地组装产能规避; Halal及SASO认证通过率<40%, 单企认证成本超5万元; 地缘风险表现在红海航运保费2023年涨30%, 进一步侵蚀利润。

4 石狮服装出口阿拉伯市场的创新策略

4.1 优化产品结构, 融入文化符号

企业需精准把握阿拉伯市场宗教与文化特性, 遵循伊斯兰服饰规范, 融入阿拉伯书法、几何纹饰等文化元素, 开发防晒速干科技面料及多功能服装, 实现传统美学与现代设计的有机融合。

4.2 构建“传统+数字”双渠道体系

构建“传统+数字”双轨渠道体系: 基于当地线下依赖与线上增长并存特点, 同步深化传统渠道与数字渗透。线下参与迪拜DTEX展会、联合实力进口商及高端百货构建分销网络; 线上入驻Noon、Namshi等本土电商平台, 借助TikTok、Instagram开展文化精准营销, 结合阿语直播带货与消费数据分析实现快速响应。推动线上线下融合, 如展会引流至线上商城、提供本地化退换货服务, 提升消费体验与品牌粘性。

4.3 培养“阿语+互联网”复合型人才

为破解阿拉伯市场运营壁垒, 石狮构建“语言+数字”双轨人才培养体系: 依托闽南理工学院“阿拉伯语+智能建造技术”双能力培养的成功经验, 政企协同推进“阿语+跨境电商”融合计划, 并通过海丝人才驿站引入海湾电商领域专家, 以“传帮带”模式开展数字营销、跨境物流等多领域培训。

4. 4强化供应链韧性, 提升政策风险应对能力

打造“弹性供应链+政策防火墙”双维保障体系: 借助柔性制造实现“72小时小单快反”, 建立跨境保税仓与区域性合规检测实验室, 依托石狮外国人服务中心配套人民币跨境结算及中信保专项险种。

石狮通过文化赋能、数字重构渠道、人才驱动、供应链保障, 已在阿拉伯市场形成差异化竞争力。未来需深化与中东本土品牌合作, 探索定制化与可持续发展路径, 助力石狮迈向“全球男装采购枢纽与供应链创新中心”。

5 结束语

石狮服装产业在阿拉伯市场的拓展, 需以文化适配破解“合规性”壁垒, 以数字渠道突破“路径依赖”, 以人才协同提升“本地化”效能, 以供应链韧性应对“政策风险”。当前“72小时小单快反”“阿语直播带货”等模式已显成效, 未来需进一步深化本土设计联盟与绿色制造转型, 从“产品输出”转向“文化价值输出”, 为“一带一路”沿线产业合作提供可复制的县域样本。

[项目来源]

2024年大学生创新创业训练计划项目, 项目名称: 《石狮市服装产业在阿拉伯市场的营销现状和创新策略》项目编号: 202412710014。

[参考文献]

[1] 闽南网. 县域产业链·泉州创未来|石狮: 纺织服装产业盎然规上工业产值超770亿元[J/OL].[2024-08-27].[2025-05-28].<http://m.mnw.cn/quanzhou/news/2948131.html>.

[2] 石狮市人民政府. 石狮市纺织印染产业集群入选2024年度福建省中小企业特色产业集群[EB/OL].[2024-07-19].[2025-

05-28].https://www.shishi.gov.cn/zwgk/xwzx/jrss/202407/t20240719_3061532.htm.

[3] 东南网. 石狮: 向“全球男装采购枢纽与供应链创新中心”跨越[EB/OL].[2025-05-26].[2025-05-28].http://qz.fjsen.com/wap/2025-05/26/content_31910944.htm?page=pad.

[4] 石狮市人民政府. 向存量要空间向增量要效益[EB/OL].[2024-08-05].[2025-05-28].https://www.shishi.gov.cn/zwgk/xwzx/jrss/202408/t20240805_3068366.htm.

[5] 泉州晚报. 石狮纺织服装出口承压中东市场短期波动[N]. 泉州晚报, 2018-05-16(3).

[6] 闽南网. 县域产业链·泉州创未来|石狮: 纺织服装产业盎然规上工业产值超770亿元[J/OL].[2024-08-27].[2025-05-28].<http://m.mnw.cn/quanzhou/news/2948131.html>.

[7] 石狮市人民政府. 石狮市纺织服装产业十三五发展总结[Z]. 2021.

[8] 中国纺织品进出口商会. (2021). 《中国服装出口竞争力分析报告》. 北京: 商务部研究院.

[9] McKinsey&Company. (2022). "The Future of Retail in the Middle East." Dubai: McKinsey Insights.

作者简介:

王珊珊(2003--), 女, 汉族, 福建石狮市人, 本科在读, 研究方向为石狮市服装产业营销策略。

*通讯作者:

胡湾(1991--), 女, 汉族, 黑龙江人, 博士研究生, 讲师, 主要从事阿拉伯语语言文学、阿拉伯社会与文化的研究工作。