

旗袍先生 畅谈 互联网+ 打响网商品牌 玩转粉丝经济

见习记者 康华

18日下午，旗袍先生 崔万志现身永康 ,与上千名创业者分享自己创业的心路历程和成功之道 ,分析新常态下 ,准创业者如何找准定位 ,少走弯路。

对于 互联网+ 传统企业应量力而行

身残志坚的崔万志是一个富有传奇色彩的电商 ,做过地摊小贩 ,开过书店、网吧 ,2007 年开始从事电子商务 ,最后成长为年销售额5000万的 阿里巴巴全球十大网商 。

台风来时猪都会飞 ,台风过后可能就是粉身碎骨。崔万志用这句话形容自己创业初期的经历。

他告诉创业者们 ,互联网+ 是一个风口 ,对我市正处于转型关口的传统企业而言 ,以电子商务寻求更广阔的市场空间和更高效的销售模式 ,是化解企业瓶颈的一剂良方。

但是 ,如果企业对互联网没有足够了解 ,不能把互联网科技与企业实体运营相融合达到 1+1>2 的效果 ,就不要轻易试水。毕竟任何战略都要结合自身情况 ,要 先站稳、后起飞 。盲目开发App 和网上体验平台 ,只会造成过度浪费。

偏好定位 是转型的关键

崔万志当初决定在淘宝创立旗袍品牌的时候 ,反对声淹没了他。对此 ,他不以为意。现在的人越来越个性化 ,追求自我 ,所以我要做的是偏好定位 ,中国这么多人口 ,只要有一小部分人喜欢旗袍就够了。崔万志说 ,他甚至会研究粉丝的星座、爱好 ,并据此把客户分类。

永康作为国内电子商务的源地之一 ,创业氛围浓厚 ,配套设施齐全 ,但打响知名度的网商品牌很少。

究其原因 ,没能做到细分定位、产品同质化严重、缺乏创新是重要因素。企业首先要做的是能让大家记得你 ,形成口碑相传 ,这样品牌才能起来 ,才能最终避开价格战的怪圈。崔万志说。

从粉丝经济到众筹经济

能够发展粉丝经济 ,并成功把粉丝经济转化为众筹经济也是我市企业值得借鉴的地方。

崔万志说 ,粉丝 ,不仅仅是消费者 ,他们更是朋友 ,是潜在合作者 ,有共同偏好的人聚在一起可以做一些有意义的事 ,这就是所谓的众筹。

对于我市那些准备跻身 互联网+ 大军的准创业者们 ,崔万志说 ,不要盲目追求规模 ,小而美、小而稳是更符合当下常态的。

崔万志的旗袍厂只有80多个员工 ,做出的旗袍常常不够卖 ,但他认为 ,正是手工盘扣、绣花的稀缺性成为公司的竞争力。我们要做的就是把旗袍文化做到极致 ,而不是盲目扩张。崔万志觉得小 是美而稳的。

在电子商务爆发式增长已然成为过去式的今天 ,我市企业要做的不是拼命开发新客户 ,而是要深度挖掘现有客户的潜力。举个例子 ,永康是 门都 ,每个门厂都有遍布全国的经销商 ,如果公司单单只是卖门不就浪费客户资源了吗 ? 让现有的客户和公司一起做一些相关的有意义的事 ,实现 门+ 才是明智之选。崔万志说。



见习记者 潜艇

圣发雕塑：迈进艺术圈的机会到了

我一直从事雕塑行业 ,和许多雕塑家一样 ,渴望赋予每一件雕塑有血有肉的灵魂。因此 ,从2013年开始 ,我决定将公司从加工型企业向创作型企业转型升级 ,用十几年对雕塑未改的匠心 ,凝聚艺塑家 品牌 ,制造具有艺术内涵和气息的产品。



黄胜 创始人

圣发雕塑是一家非常低调的公司 ,报纸上很少见到它的新闻 ,但它却有不少有趣的亮点。7月初 ,一批艺术家在圣发公司进行创作研讨 ,国际抽象雕塑名家比利·李教授(Billy Lee)认为圣发已具备优秀雕塑创作教学实践基地的条件。该公司创始人黄胜说

A 带头砸产品 立下 三个决不 原则

2001 年 ,是我进入雕塑制造领域的第三年。有一天 ,公司正在准备一座名为 进取 的雕塑交付工作 ,当我匆匆结束武汉的行程赶回公司时竟发现 ,进取 表面做工有几处非常粗糙 ,根本达不到客户的要求。

于是 ,我当即召集所有员工 ,告诉他们 ,虽然工作忙碌 ,但不能成为生产次品的借口。正当员工们面面相觑 ,不知接下来该做什么时 ,我毫不犹豫地拎起

锤子 ,咣咣咣 地将 进取 砸成废铁 ,并要求重新制作。

由此 ,我为公司立下了三个决不 原则 :决不偷工减料 ,决不拖延时间 ,决不将不合格产品交给客户。

我时刻用它提醒自己 ,我们要做的是为客户解决问题 ,而不是制造问题。正是坚持这种理念 ,公司先后跟恒大地产、万达集团、复星地产建立良好的合作伙伴关系。

B 首创直径8米球体雕塑

有人曾问我 ,每天工作都干些什么 ?我回答 ,主要是解决一个个技术问题。因金属雕塑形体各异 ,没有固定加工模板 ,经常遇到工艺难题挑战。

2012 年 ,市场上出现了一张 直径8米不锈钢球体雕塑 订单。唯有用水压工艺才能满足客户要求 ,而在当时国内该工艺只能加工到3米 ,鲜有企业敢于尝试。圣发为了树立企业品牌 ,毅然接受了挑战。

起初 ,我们非常顺利地完成了2米直径球面的水压试验。后来 ,我们把8米直径球体放在一块钢板上 ,然后往球里加水加压 ,使其球体材料像气球一样能膨胀成圆形。没想到 ,球体竟出现漏水 ,而且底端也无法支撑。

霎那间 ,我明白了 ,这个方法行不通 ,直径2米之所以能撑起来是因为受压面小 ,而直径8米的球体 ,光加水量就达到200吨 ,仅靠球面无法支撑水的重量。眼看产品交货日期临近 ,关键技术还没突破 ,我焦急得彻夜难眠。终于 ,在查阅所有资料 ,经过三天三夜奋战后 ,我们通过多点成面的原理 ,成功解决了球体水压承载问题。

该件雕塑成功突破了行内水压工艺极限 ,而且还申请到 大型球体水压成型技术 专利。目前 ,公司还突破了直径10米球体制造技术难题 ,一举成为国内大直径球体制造专家。

C 国际知名雕塑家亲临授课

近年来 ,我一有机会就去参加各种艺术界学术研讨会 ,同国外知名创作者、雕塑家进行交流、学习 ,公司也先后与中央美院、湖北美院和西安美院成功对接 ,致使公司生产工艺水准、教学创作培训设施得到大幅度提升。

今年7月 ,公司有幸成为第

五届全国抽象创作研修班教学实践基地的机会 ,而且还吸引了国际著名雕塑家比利·李教授亲临授课。这对于我们公司意义巨大 ,不但能优化公司团队创作模式 ,还为公司向艺术品生产企业转型升级过程中 ,带来迫切需要的艺术气息和氛围。

创业心得 :方向上坚持 ,方式上创新

选择一个行业作为事业的方向 ,想好如何去做 ,不一定要想得完美。但要坚持去做 ,在实践过程中追求完美。

从1998年创业以来 ,在十七载的时光里 ,有欣喜 ,有伤感 ,有欢呼 ,有哀叹 ,生意上的起起落

落可以改变我的心情 ,却无法撼动我对雕塑艺术的热爱与追求。

为了把圣发雕塑打造成为业内优秀企业 ,我才会不断超越自己 ,挑战一个又一个的难题 ,一步一步接近心中梦想。