



质量是竞争出来的

质量是竞争出来的。高质量产品一定是与更高质量的产品竞争出来的。高品质的企业也一定是与世界一流企业的同台竞争中诞生的，是打出来的。反过来，保护主义是没有出路的，保护只能使落后更落后，也会使先进走向落后。

——华为公司总裁 任正非

存量时代，质优者胜。谁能够提供与消费者萎缩的消费需求相匹配的优质产品和优质服务，谁就是优胜者。

——第一财经日报原总编辑 秦朔

质量管理必须构建在流程之上。企业应开展削足适履式的流程变革，规范质量活动，在产品领域不再依赖个人英雄，而是基于流程开发出可预期的、质量有保障的产品，快速满足客户需求。

——胖东来董事长 于东来

假如把企业的质量体系比喻成一棵树，产品的质量和售后服务的质量就是花和果，品牌是花、产品是果，但是品牌也是靠产品质量与服务质量去建立的，所以优质品牌与优质服务应该互为花，互为果。

——前海思想CEO 胡赛雄

当你的产品品质和竞争对手区分度甚至有很大距离时，用服务的高品质弥补产品的缺陷和不足，从而赢得客户的理解与认可，是完全可以做到的。

——奥凯体育董事长 吴晓明

对大企业来说，战略质量关乎生死存亡。它包括企业家的战略决策层对国际经济政治关系的长期和短期洞察、对产业趋势的洞察、对技术演进方向的洞察、对产品周期及其演变的洞察、对组织和人才的洞察、对变革的洞察等。

——均胜电子董事长 王剑峰

让用户成为品牌故事的讲述者

新品牌是将品牌根植的商业文化，作为品牌生长的土壤。真正将议题之美，贯彻到品牌的每一个动作中，一次策展、一场活动、一段文字、一张海报，都是品牌态度内核一致的作品集。

——分众传媒董事长 江南春

对于一个品牌来说，不断地增强自身活力，形成一个持续、长时间的良性循环至关重要。这个过程需要时间积累，一旦形成，就能带来显著和持久的正向效果。

——搜狐公司董事局主席 张朝阳

当品牌面对新一代消费者，如何创建新故事呢？让用户成为品牌故事的讲述者和发起者，利用品牌播客、短剧共创、社群中心，真正打造开源社区。

——清华大学全球产业研究院首席专家 何志毅

洞门、麦门、赛门……品牌背后的符号价值和意义承载，成为社群的自组织暗号，形成更多的再传播与再创作。延伸产品价值背后，是生活方式的用户定义。

——丹娜丝董事长 温从见

企业出海优质产品是基石

企业全球化要想成功，就必须建立可依赖的5大支柱：技术与产品创新，制度与流程国际化，法律遵从与文化遵从，人才的全球获取与员工本地化，以奋斗者为本的激励机制。

——申洲国际董事长 马建荣

企业出海要想成功，就要有一个坚强的基石：以优质产品、优质服务赢得市场。优质产品是基石，企业出海绝不能走低质量、低价格的竞争道路，那会摧毁公司的竞争力。

——字节跳动创始人 张一鸣

以低质低价或者优质低价参与国际化竞争，不仅会牺牲、削弱企业自身的生存发展基础，也会破坏全球产业生态的平衡。内卷式的低价竞争也会影响我国企业走向世界的整体实力。

——顾家家居董事长 顾江生

个人观点仅供参考

产品占据棕垫品类60%电商市场；平台快递云仓设在车间

“徐师傅”床垫为啥这么火

本报记者 吴梦 通讯员 任振宇

多家快递公司上门收件

10月24日15时，申通快递公司等多家企业的物流车准时来到位于渤海新区黄骅市的河北绿享棕垫制品有限公司厂区，车门打开，大家纷纷按照快递单将包装好的床垫装车。

与此同时，京东等电商平台还将快递云仓设置在绿享公司，工作人员在生产车间现场调度各家快递企业物流运力。

这不禁让人好奇，绿享公司有什么魅力吸引这么多企业上门服务呢？

“我们公司连续多年稳居京东、拼多多等天然棕纤维床垫（简称棕垫）销售前列，超过95%的产品实现了线上销售，占据棕垫品类60%电商市场。”绿享公司总经理徐林安无不自豪地说。

“我们的棕垫采用天然棕纤维，软硬适中，可为人体提供良好支撑，有助于保持正确睡眠姿势，尤其适合儿童和中老年人；同时，棕垫生产过程中全部采用手工艺，静音效果好，即使人在上面弹跳也不会有多大声音，保证了人们的睡眠质量。产品推向市场后，得到了消费者广泛认可。”徐林安介绍道。

徐林安说，绿享公司的棕垫采用天然棕纤维，透气性好，减少了螨虫等有害生物生存空间，这也是它备受消费者青睐的原因之一。

“笨”办法做电商

别看绿享公司的棕垫现在销售这么火，当初徐林安带领企业转战电商市场时，也曾经历过一段困难时期。

徐林安创业初期就看好电商市场。

“我们主打中高端市场，注册了‘徐师傅’品牌，产品采用天然棕纤维，手工缝制，成本较高，如果采用传统实体店销售，价格会让很多消费者望而却步。而电商渠道可以让产品直达目标客户，快速扩大客户人群。”徐林安十分看好电商市场。

此时，以淘宝为代表的电商平台快速兴起，为徐林安带领企业乘风破浪提供了渠道。

2016年，正当大家以为绿享公司要入驻淘宝时，徐林安却出人意料地将店铺放到了京东平台。

“当时，淘宝虽然流量大，但通过大数据分析，我们发现，京东这个平台更适合本公司产品。”正当徐林安开始憧憬新事业的前景时，市场却

给他当头浇了一瓢凉水。

由于成本高企，绿享公司的产品售价每件高出同行几百元，导致“徐师傅”一时乏人问津。

面对市场困境，徐林安没降价，也没花钱做推广，而是选择了一个“笨”办法——请客户试用。

“我们用大数据精准对接客户，请意向客户试用，满意了再付款。”

由于试用拉长了销售周期，公司一度陷入亏损泥潭。

也正是在不断亏损中，“徐师傅”棕垫得到了消费者的逐步认可，2017年，公司开始盈利。

去青岛修床垫

2018年的一天，徐林安突然接到天猫商城招商团队电话，邀请公司入驻天猫商城。

原来，随着绿享公司的产品在京东站稳脚跟，天猫商城招商团队通过大数据发现，“徐师傅”已成为棕垫品类中的主要品牌之一，于是主动向绿享公司伸出了橄榄枝。

就在绿享公司的棕垫得到电商平台青睐时，危机却再一次悄悄袭来。

2019年，“徐师傅”棕垫由于在市场上表现亮眼，吸引了众多企业模仿，一时间价格较低的棕垫产品充斥各电商平台，导致公司销售低迷。

面对危机，徐林安开始不断改进工厂生产工艺。

“面对价格战，我们没有降价，而是通过改进工艺，提高生产效率。在保证成本不增加情况下，每平方米产品原料还增加了30克。消费者得到了实惠，自然选择我们。”徐林安笑着说。

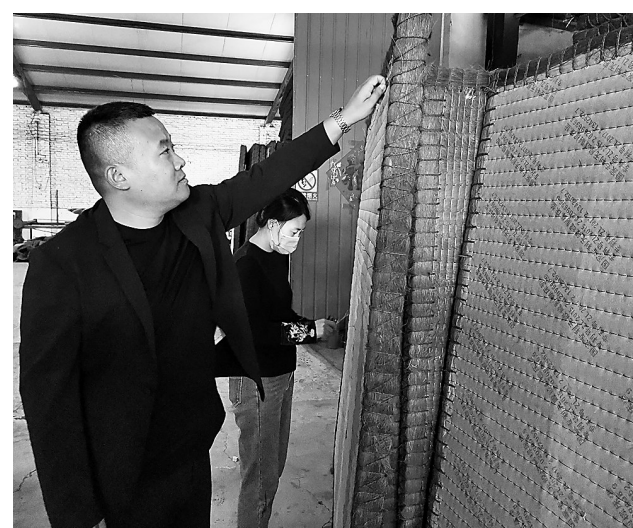
生产工艺改进，让顾客再次关注到“徐师傅”棕垫。公司还不断提升服务质量，将售后服务继续做实做细。一天，一位青岛的客户打来电话，“我们买的床垫拉链坏了，你们能派人来给修一下吗？”

徐林安亲自带上工具，第二天就坐上高铁去青岛帮助顾客修好了床垫。

“将售后服务做实做细，就要像对待家人一样对待我们的客户。”徐林安说，“棕垫出现一些小问题，又不便拿去修理，长此以往势必影响用户体验。”

改进生产工艺，提升服务“温度”，双轮驱动让“徐师傅”棕垫再次成为人们的心头好。

创客朋友圈



徐林安查看产品质量 吴梦 摄



叶子·映画

时装周特在第七届河北时装周上展示沧州企业生产的服装 苑立伟 摄

3D扫描，智能生产，打造国际一线品牌

沧州服装如此美丽

本报记者 吴梦 本报通讯员 韩梦菊 杨亮

日前，第七届河北时装周在沧州经济开发区举行。本届时装周以“数智河北 霓裳沧州”为主题，以“绿色、零碳、环保”为核心，线上线下同步发力，汇聚了国际、国内知名服装品牌，呈现出数智科技、绿色时尚、非遗创新等新趋势，并吸引波司登、雅鹿等614个知名服装品牌入驻明珠国际服装生态新城。目前，明珠国际服装生态新城内企业产品远销俄罗斯、美国以及中东国家和地区，年销售额预计可达132亿元。

智能生产 小工厂服务全国电商

“沧州服装产业发展之快，数字化、智能化生产功不可没。”10月15日，沧州凌宇针织品制造有限公司总经理葛宗振边安排生产边向大家介绍说。

走进公司生产车间，头顶上的智能化吊挂流水线正有条不紊地运转，白色、灰色……各色生产配件自动分发到所需工位上，大大提升了工人的生产效率。

“这是我们去年新上的一条智能化生产线，与传统生产线相比，效

率提高了25%以上，用工反而减少了1/4，一条线一年就能生产上百万件服装。凭借不断提升的生产能力，我们已成为国内多家知名电商合作伙伴。”

近年来，葛宗振带领企业主动融入服装电商供应链，通过与电商发展同频共振，工厂年产能从初期的20万件至30万件，迅速扩大到400万件。

葛宗振说：“除了生产效率的提高，我们还逐步实现了柔性生产。这不，今天刚接到北京、广州等地的订单，数字生产系统马上就能排产。”

“智能化生产，实现了我们对客户需求的快速反应，各地电商都喜欢与我们合作。”

葛宗振认为，只有用高性价比产品才能牢牢抓住客户。

葛宗振拿起一件卫衣说，视觉上的同一款面料，在克重、支数、色牢度等方面区别很大。以棉纱支数为例，有的是26支，有的是32支等，支数越多，面料越细腻柔软，价格也就越高。而这些“看不见”的品质，才能打造企业的核心竞争力。

3D扫描 实现服装定制

作为沧州明珠服装服饰科技有限公司智能制衣生产车间技术总监，宁晓波最近压力颇大。因为深受大家欢迎的3D扫描服装定制设备未能如期修复，让不少消费者遗憾而归。

前不久，以明珠公司为代表的沧州企业开始试水3D扫描服装定制，在引领沧州市民时尚消费的同时，也开始寻找服装定制产业的发展突破口。

来自沧州市区的“00后”姑娘赵蕊是一位“幸运儿”。不久前她和“姐妹淘”们一起来到了明珠国际服装生态新城，在明珠公司的智能生产车间，体验了一把人体3D扫描服装定制服务。

赵蕊来到这里，想为自己做件衬衣和裤子。说起定制缘由，赵蕊说：“好裁缝不好找。以往网购衣服，‘买家秀’和‘卖家秀’有时差距过大。我到这来，就是想做件最符合自己身材的衣服。”

在现场工作人员引领下，赵蕊来到由四根柱子搭建起来的圆柱形空间，柱子上分布有8组摄像头和激光发射装置，摄像头可以进行360度全方位扫描捕捉，再通过计算机进行信息综合，就组成了人体的3D数据清单。

“请站好，双手伸开，与腰部间张开呈30度角。”工作人员用鼠标在



消费者体验3D扫描定制服装 麦田 摄

计算机上点击“3D扫描”，测量开始。几组摄像头同时工作，红色的光线先以水平方向投射到赵蕊的头顶，再慢慢向下移动，最后停在脚部。此时，计算机屏幕上已经出现一个人体3D模型，身形与被测者赵蕊完全一致。

这就是量体的过程。

在3D量体裁衣间，短短5秒，赵蕊的前衣长、后衣长、领围、胸围、中腰围、膝围等36个数据被一

采集。随后，这些数据立刻传送到制衣车间，通过电脑辅助设计软件进行智能排料后，数控裁剪机就可以剪裁制衣了。

“这些精准的身体数据可让衣服更加符合穿着者需求、更加舒适有型。和用尺子的传统测量方法相比，除身高、腰围等基本数据外，3D扫描还可以显示更多的人体细节数据。比如，‘肩斜’数据在传统服饰定制过程中就很难精确测量。”宁晓波说。

顶流设计 成就国际一线品牌

走进沧州首肯服饰有限公司位于沧州经济开发区的生产车间，工人们正在为即将上市的秋冬时装而忙碌，“玛拉葩塔”等多个女装品牌时装正走下流水线。

“公司主打以玛拉葩塔、索娃姐为代表的国际一线品牌女装，产品通过专卖店销售，目前已经覆盖国内主流市场。”首肯服饰生产经理胡在霞介绍。

首肯服饰作为国内主要时尚服装销售商，从代理国际一线品牌开

始，逐步切入服装设计生产产业链。

“公司多年前就制定了生产高级时尚服装的战略，并分别收购了玛拉葩塔、索娃姐等国际知名时装品牌。其中索娃姐是来自意大利的高端女装品牌，简约风带给人们一种全新的时尚体验。玛拉葩塔是来自法国巴黎的高端女装品牌，品牌创始人拿当先生是与皮尔·卡丹先生齐名的服装设计大师。”胡在霞说。

“公司主打的就是国际领先，因此每个品牌都有所在国的设计团队，

在每个季节来临之前，至少要为公司提供400件原创设计，然后我们再筛选出部分设计，交由工厂生产。”胡在霞说，玛拉葩塔品牌已拥有130家店铺，在国内高端消费市场占有了一席之地。



个人观点仅供参考