

李洁/文

4月21日,在上海拉法耶艺术中心,衣邦人举办2021品牌升级发布会。

在这个属于衣邦人的重要时刻,公司创始人兼CEO方琴挑了一身定制的粉色西服套装,西装下摆加上了双层荷叶边元素,显得温柔而有力量。

发布会上,她宣布了全新品牌口号——重要时刻,我有衣邦人。在方琴看来,这是一个更具温度,更有凝聚力的slogan。“希望陪伴在用户身边,见证他们的每一个重要时刻。”

衣邦人的升级自然不止于口号。从品牌传播、会员体系、定制标准、面料开发、云裁剪与大数据平台等维度,衣邦人推出一系列业务升级举措。这对方琴和衣邦人来说是全新的挑战,也创造了更多属于衣邦人的重要时刻。

▲精益求精的陪伴者

“重要时刻,我有衣邦人。”这句透着浓浓温情的新口号,灵感从何而来?方琴说,源自用户的真实感受。

决定品牌升级,市场调研是第一步。“你眼中的衣邦人是怎样的?”方琴把这个问题抛给用户,得到的答案让她有了新思路。

有的用户说,每到我的重要时刻,我就穿上在衣邦人定制的西服,披挂上阵。有人说,平常你们的衣服我都舍不得穿,只有在那些重要的时候才会拿出来。听到这些反馈,方琴有了主意,要不我们就叫“重要时刻,我有衣邦人”。

简单的9个字,背后是方琴对于行业的深入思考。“这个口号搭建了一个真实场景。很多客户定制服装,是为了具有特殊意义的时刻。比如婚礼、会议和晚宴。衣服本身的价值之外,希望通过高品质的衣服,给客户带去信心和力量。”

新的承诺,意味着更高的期待,更高的标准,“要配得上客户的重要时刻”。在这次品牌升级中,衣邦人公布了自有品牌等产品地图,为广大消费者带去多款灵感升级的定制产品,比如全品类定制YBR、团队定制ybr、休闲系列分码定制K、商务系列分码定制克尼恩、奢级定制YBR Miracle等。

定位奢级定制的衣邦人全新子品牌YBR Miracle在本次发布会上正式亮相。SCABAL旗下TREASURE BOX系列、Ermenegildo Zegna旗下TROFEO及TRAVELLER系列、PIACENZA旗下ALASHAN FANTASY及PANAREA系列,成为YBR Miracle首批引入的高阶面料产品。

其中,TREASURE BOX系列面料,是缝有24K黄金线和白金线的SCABAL独家面料,采用质量上乘Super150's美利奴羊毛,透过贵金属天然光芒和优质羊毛自然柔顺,进一步凸显服装的品质与优雅。TROFEO及TRAVELLER系列则享有“商旅之王”的美誉,抗皱易打理,透气不变形,提供良好穿着舒适度的同时,满足高阶人士高频商旅出行的商务着装需求。

新的产品是品牌升级的一部分,在产品品控、团队培养、技术创新、行业标准制定等方面,方琴也下了不少功夫。衣邦人正计划筹建企业研究院,特聘专家,并申请研究生工作站,从而使自身具备服装版型数字化、身材大数据、工艺流程优化的相关研究水平。同时,积极参与相关团体标准、行业标准乃至国家标准的起草和修订工作。

要让美好的愿景落地,需要日积月累的下苦工。方琴举了降低平均发货时间的例子。“一件西服从下单到收货,中间有398个步骤。不久前我们把平均发货时间从9.7天降到了9.5天。”看似不起眼的0.2天,需要团队在每个细节处精益求精。裁剪、面料、质量……分析每一个异常情况,让标准化流程更加科学,不断改善定制体验。

“提高一点,再提高一点,像是在升级打怪。不断引领我们的供应链升级,定制品质提升,提高交付稳定性和交付速度。”方琴说。

▲从99定制节到99定制周

2021年刚开年,衣邦人就迎来了重要时刻。

1月6日,在公司六周年庆典上,衣邦人以2022年第十九届杭州亚运会官方供应商的身份亮相。这意味着,衣邦人将以商务定制高标准向亚运会工作人员持续提供专业定制服装,为杭州亚运会的筹备与圆满举办提供支持,并以杭州亚运会为契机,传播定制文化与中国新定制理念,让更多消费者了解并逐渐接受定制服务。

在这场庆典上,衣邦人同时发布了另一个重要消息。为了促进服装定制行业的发展,衣邦人“99定制节”迎来焕新升级,正式更名为“99定制周”,不仅活动时间持续更长,还将由中国服装协会定制专业委员会共



●衣邦人创始人兼CEO方琴 楼晋瑜/摄

方琴:重要的时刻

重要时刻,我有衣邦人。在方琴看来,这是一个更具温度,更有凝聚力的slogan。“希望陪伴在用户身边,见证他们的每一个重要时刻。”

“衣邦人诠释了什么叫乐观积极,这一点很关键。”采访中,“乐观”是方琴一再强调的关键词,无论谈到逆境还是顺境,她自信的笑容从未消失。

同发起,成为服装定制的全行业品质购物节。

“99定制节”已经举办了三届。2018年,衣邦人首次提出中国新定制。这个“新”,包括新用户、新目标、新技术、新模式、新供应链。2019年,由衣邦人平台主导,供应商联动,推出了大牌秒杀、订金膨胀等促销措施。2020年,衣邦人与供应商深度合作,首次推出衣邦人战袍系列、AI定制系列。此次“99定制节”升级为“99定制周”,把衣邦人成熟运营的IP分享给全行业,无疑是一场定制狂欢盛会。

相对于成衣行业,服装定制行业在中国的产业化时间并不长,要加速行业发展,显然不能依靠一己之力。“我们希望‘99定制周’能像第一年双十一一样达到出圈的效应,共同打造的IP能为行业带来更好的增长。”方琴说。

据悉,本次“99定制周”计划在9月1日至9月9日举行,活动将联合数百家定制行业相关企业。其中一部分为TO B企业,包括面料供应商、加工商等等,另一部分为TO C企业,主要是服装定制行业零售商,它们直接面对着消费者。

连接厂家、商家、消费者,方琴希望通过“99定制周”,架起一座定制行业的沟通桥梁。“在传统的观念中,同行是相互竞争的关系,如果大家可以放下芥蒂,促进行业协作,是非常有价值的事。”同时方琴认为,这是一个契机,让更多的消费者认识定制、体验定制、了解定制文化。

▲创造美好生活

在衣邦人总部的展厅中,电子屏幕实时滚动着最新的业务数据。在注册用户那一栏,数字已近340万。公司成立至今,走过7年的行业迭代,最终成为佼佼者。衣邦人的

成功之道是什么?

“衣邦人诠释了什么叫乐观积极,这一点很关键。”采访中,“乐观”是方琴一再强调的关键词,无论谈到逆境还是顺境,她自信的笑容从未消失。她说,“只有真正保持乐观,才能发现危中有机。遇到困境,有人会觉得是天意,但乐观的人就会想办法排除万难。”

方琴举了疫情期间的例子。疫情对服装行业的冲击不言而喻,有媒体用“惨”来形容定制行业的境遇——出差受到限制、大型活动取消。西服是定制行业的核心产品,人们穿着正装的机会减少,需求不在了。在常人看来,行业陷入了极端困境。

但方琴选择用另一个角度看问题,为公司团队和客户带去信心。“全社会都在积极抗疫,社会运转最多是按下暂停键,不可能按下停止键。我们可以试着找一找其中的机遇。”

她分析公司面对的问题,以及在行业中的处境。她很快意识到,相对于成衣来说,定制行业没有库存的负担。相对于实体店而言,衣邦人以网络销售为主,没有太多租金压力。“在行业中我们是有优势的。而且疫情发生,上门量体裁衣是比逛商城更安全的方式。”

衣邦人也向消费者们传递积极的信号。疫情让人们待在家中的时间延长了,原本忙碌的商务人士慢下了脚步,在这个时候试一试定制,成为一种迎接生活的方式——生活还将继续,调整步伐,以全新的状态投入到下一阶段。

衣邦人以乐观的心态应对,积极主动地与客户沟通,推出更高质量的服装,疫情中取得了比往年旺季更高的销售额。“客户也被感动了,觉得大家都这么努力,会下单支持我们的工作,也是在给自己加油鼓劲。”

经历了疫情这场硬仗,方琴更重视精神

的力量,她将乐观转化为发展动力,亲自上阵为品牌宣传推广,传递正能量,激励了上下游企业,带动了行业稳定发展。

方琴相信有志者事竟成,不断交出更亮眼的答卷。她说,“如果一个企业能够推动一个行业发展,并且让行业成为人们美好生活密不可分的一部分,这本身就非常有价值。”

一个新兴行业要发展并非易事。正如罗杰斯在创新扩散理论中所描述的,客户中存在着创新者,他们热衷于大胆尝试新观念,定制已经成为他们生活的一部分。紧随其后的是跟随用户,他们愿意去尝试、去体验定制服务,这是客户中大多数。当然,同样存在着“顽固用户”,但随着行业发展,出于对美好生活的追求,“顽固用户”更多成为了潜在客户,改变了对定制的观念。

现在,有越来越多的用户反馈说,他们每天都穿衣邦人,每天都是重要时刻。对方琴而言,这是最大的收获和鼓励。

▼采访手记

连续两年入选杭州市“准独角兽企业榜单”,入选浙江省新零售示范企业,获评浙江省电商百强企业、风云杭商……在过去的一年多里,方琴和衣邦人获得了不少荣誉,她将一些看得很淡。她觉得,荣誉是对过去的肯定,是对未来的鞭策。更应该重视的是,做企业要肩负社会责任,对个人而言要崇德修身。

乐观是她非常看中的品格,所有的成功密码,似乎都能归于“乐观”这一处事态度。她分享了最近阅读的一本书《苏东坡传》,苏东坡的豁达精神让她深受感染。苏轼在经历了种种不幸之后,没有怨天尤人,还是充满热情地生活,不断寻找乐趣,种田、做美食,写下“日啖荔枝三百颗”。

将这种精神借鉴到自己的生活中。方琴勤奋地工作,每天的工作时间往往超过12小时。她努力带动行业发展,为客户、为伙伴提供支持,将“99定制节”升级为“99定制周”。她也认真地生活,每周留出半天闲暇,放松心情,陪伴家人,阅读与品茶。

也正是这一份积极、达观,创造了衣邦人一个又一个的重要时刻。

