

# 6 经营故事 Business Story

2006 年,中国儿童用品市场虽然火热,但在健康儿童用品仍有很大的市场空白。祁康丰适时地创办了开心米奇儿童用品有限公司,专注于儿童健康鞋及儿童健康用品的研发生产。创业过程中,祁康丰认准发展方向,抓住儿童健康用品市场空白的机遇拼搏实干,从而让理想照进现实,为童鞋贴上“健康”标签,一手开启开心米奇儿童健康鞋王国。

## 祁康丰:为童鞋贴上“健康”标签

祁康丰,开心米奇儿童用品有限公司总经理,一个扎根在晋江童鞋行业中造牌的温州人。创业过程中,祁康丰也曾失败过,但他并不气馁,认准发展方向,抓住儿童健康用品市场空白的机遇拼搏实干,从而让理想照进现实,为童鞋贴上“健康”标签,一手开启开心米奇儿童健康鞋王国。

### 升级终端 植入儿童健康体验

冬日苏州,寒意渐浓,但丝毫阻挡不了祁康丰身上那股热情,眼见着第一家开心米奇儿童足部健康体验店落地,他感觉自己离梦想又近了一步。

在刚刚装修一新的开心米奇苏州店里,一台银白色的机器设备放置着,引起了进店家长和孩子们的好奇。祁康丰告诉记者,这台机器就是儿童足部健康检测仪器,能够为儿童提供免费脚部健康体检。

祁康丰介绍,开心米奇店将推行免费儿童足部健康脚配垫服务,专业的足健助理员借助专业仪器,测量评估儿童足部情况,如扁平足及后足外翻程度等,让家长了解孩子的脚部健康状况,并根据检测结果建议选择合适的儿童健康鞋及合适弓矛托幅度和后跟斜度的鞋垫,为孩子们提供更好的护足产品,达到护足效果。

事实上,儿童足部健康概念是这几年来才开始被提及,“现在的父母们会关注孩子的眼睛、牙齿和身体其他部位,却很少会在意孩子脚部是否健康,社会并没有形成对脚部健康问题的足够重视。而孩子由于正在成长,他们对悄然变形的脚毫无自觉,到最后发现患有脚疾时已经错过了最佳的矫正时间。因此,我们希望儿童脚部健康的问题能够引起家庭、社会的关注。”祁康丰感慨道,在中国台湾,每个人对足部健康的理解都比较深刻,家长在给孩子们挑选鞋子时,除了考虑鞋子的舒适性和款式外,首先考虑的就是孩子们的穿鞋健康。

一双童鞋的舒适度不仅在于面料舒适,还要求鞋型合脚。“比如,有的小孩脚是瘦型的,我们就配制瘦型的鞋,还有胖型的鞋款跟正常的鞋款,根据儿童鞋维度上的不同,我们有 1E、2E、3E 三种不同的形状可供选择。另外,在扁平足、高弓足上也有区分,扁平足的鞋垫把扁平的部分托起来,以防它越来越扁平;有些高弓足时间久了腿会很累,我们在设计时会适当衬托一些部位,让使用者感觉更舒服。不过,这一切归根结底需要科学的数据分析来支撑,除了和专业脚型研究机构合作,必要的研发设备同样不可或缺。”祁康丰说。

## 海航牵手 Uber 达成战略合作

1 月 11 日下午,海航集团总裁谭向东与优步创始人兼 CEO 特拉维斯·卡拉尼克(Travis Kalanick)在北京共同宣布双方将在全球范围内展开战略合作,海航集团作为中国优步的重要投资人之一,将在 2016 年与中国优步以及 UBER Global 携手打造无缝连接的出行平台。

届时,乘坐海航航班的旅客将以优惠价格享受优步提供的接送机服务,并可在优步专车中完成乘机手续办理;海航旗下及 Swissport(地面服务及货运服务供应商瑞士国际空港服务有限公司,2015 年 被海航收购)提供地面服务的机场还将开辟优步专车专属等候区。将来,旅客在海航集团的所有酒店办理入住时,也均可获得相应的优步乘车优惠。

## 阿里招募“城市合伙人”

在农村电商市场,阿里招募的“农村淘宝合伙人”与京东招募的“乡村推广员”正在不亦乐乎的比赛“圈地”,如今,马云又把“征兵”的视野扩大到城市。

1 月 12 日,阿里巴巴在“全球 B2B 生态峰会”上宣布,将启动“城市合伙人”计划,由“城市合伙人”为城市社区零售店提供货源、配送等一系列服务,同时也为有志于 O2O 零售业的城市年轻人提供创业平台。

阿里巴巴集团资深副总裁、B2B 事业群总裁吴敏芝表示,阿里巴巴希望通过城市合伙人计划,打造下沉到城市社区的互联网服务体系,解决传统社区零售商业的痛点,实现互联网对实体经济的反哺。

阿里方面预计,到今年 3 月份,将招募 500 名城市合伙人。以社区为中心,平均每个城市合伙人可覆盖 30 万人口,总服务人口将达到 1.5 亿。

### 阿里商品可直达社区



● 开心米奇总经理祁康丰在生产第一线。

### 不怕失败 带领品牌切入空白市场

其实,在 2006 年品牌创立之初,儿童运动、休闲鞋类是当时开心米奇的主营产品。据祁康丰回忆,那时,儿童鞋服行业高速发展,和十年前的成人运动品牌一样,只要你的货来得及做出来,就不怕卖不掉。然而 2008 年,以鞋服行业为代表的中国制造产业低迷的浪潮也影响了处于儿童鞋服行业的开心米奇,行业大环境的持续低迷及竞争压力的不断增大,同质化严重的儿童鞋服品牌纷纷打起了价格战。

此时,一方面行业环境越来越严峻,另一方面本土童鞋企业相继加入了造牌大军,祁康丰决定寻找新的出路。“当时很多儿童品牌都没有提出一个很明确的品牌理念,大家都在追求产品外观的时尚美观,产品同质化严重。最后拼的是价格、是渠道,这样就容易形成恶性竞争。”

在这样的市场竞争中,差异化的定位就成了品牌必然的出路。针对当时国内儿童品牌多数定位于休闲时尚产品的情况,2009 年,祁康丰正式决定带领品牌走向儿童健康用品的道路。

2009 年,开心米奇正式进军儿童健康用品市场,引入日本技术,采用日本鞋型楮头研发儿童健康鞋。由于产品推广不到位,新产品并不被市场所接受,祁康丰的健康鞋计划以失败告终。但祁康丰并不气馁,他决定寻求专业力量的帮助,找到中国皮革制鞋研

究院、台北科技大学、台湾医学院等专业机构进行不断合作尝试。最终,2010 年开始,开心米奇健康鞋项目终于有了突飞猛进的发展,随着开心米奇专业实验室正式建立,通过与更多专业科研机构的深度合作,持续性提升开心米奇产品的研发能力与科技含量。

“对于我来说,选择做儿童健康用品其实并不是一件很偶然的事情。中国儿童用品市场虽然火热,但是大家都集中在产品的时尚、美观方面做文章,而儿童健康用品正是一个很大的市场空白,当时在国内还比较少有品牌专注去做儿童健康用品。所以我们也针对这个市场空白提出儿童健康用品的发展方向,主要是想真正脚踏实地地做有关儿童健康的事情。”祁康丰认为,儿童用品虽然在整个市场中份额不大,但却竞争激烈。企业若想在市场中获得长久发展,从“增加产品的附加值”上考虑打造健康童鞋,才是童鞋行业发展的趋势所在。

### 整合资源 提升产品优势

伴随着鞋服市场大环境的变化,儿童健康用品行业也“渐入佳境”。商机四射的同时,竞争也愈演愈烈,给予了企业无限压力。

“随着市场变化,产品升级势在必行,你所要整合的资源便要与时俱进,特别是在开心米奇锁定健康和科技后,这是一个全新的领域,我不但自己要从头学习,还要带领团队学习,更要学会整合,快速进入产品升级状态。”祁康丰表示,现在,自己把更多的高科技资源融入产品,丰富产品功能,如加入

防丢失、运动测试等功能,将安全及智能化的开心米奇产品与同类产品区隔,提升科技、安全、智能等产品优势。

对开心米奇而言,2016 年不仅是整合资源、全线升级产品的一年,也是回归本质、注重产品品质的重要一年。“我们开心米奇要做百年品牌,不会只注重短期效益。相反,我们更希望通过长期的市场培育,获得消费者对开心米奇的认同。未来儿童产业必将朝着个性化、科技化、健康化的方向发展,我相信开心米奇凭借着科技、健康产品这一显着的品牌标识,必然能够经受住未来市场的考验。”

优质的产品生产需要强大的后方支持,生产线的强弱直接影响了产品的供应补充速度,也直接影响企业对市场的反应灵敏度。为此,祁康丰扩大生产车间,提高生产力,调整出一条快速补充、补单的生产线,以满足品类丰富的产品,提高市场供货、补货速度,跟上快时尚步伐。产品决定市场,快速的市场反应及供货速度也是产品升级的重要内容。

此外,祁康丰认为,在“互联网+”时代,特别是单店盈利备受互联网冲击的前提下,整合互联网资源也显得尤为重要。“我一直在想如何去解决单店盈利问题,能不能用 O2O 来解决店铺打烊后还可以营业的问题,把实体店销售与线上销售结合起来,让 O2O 终端体验巧妙融合进品牌的终端升级,这方面将值得我们进一步探索。”

### 心怀理想 低调务实

作为一个将晋江作为创业根据地的温州人,祁康丰身上不仅继承了浙商“善取舍、有抱负”的文化基因,更有闽商“爱拼敢赢”的性格特征。从只身一人来晋江做童鞋、做品牌,到抓住机遇率先进入儿童健康鞋产业,走差异化路线,“心怀理想,低调务实”也是许多熟识祁康丰的人对他的中肯评价。

让理想照进现实,这要靠不断的拼搏与实干。以“为中国儿童提供更多更好的儿童健康用品”这一远大理想为指导,祁康丰正带领着开心米奇在实干的道路上不断前行,虽然这条路上,关于市场、关于消费者的认知都还需要时间的沉淀,但至少有一点是可以预见的:儿童足部健康鞋市场的未来令人期待。

而祁康丰用前瞻的眼光来规划发展轨迹,开心米奇用独特的健康科技概念收获了知名度和美誉度,正是他在儿童健康用品行业多年奋斗的真实写照,对于他和儿童健康鞋行业而言,每一次的发展都是在理想指导下默默实干的成果。(李子)



● 海航集团谭向东总裁(右)与优步首席执行官 Travis Kalanick

公司合作特拉维斯·卡拉尼克坦言,中国不仅仅已经是优步在全球的最大市场,更将是公司未来发展的关键所在。去年自己在中国地时间就有 70 多天。和海航的合作,无论对于优步在中国还是全球的发展都有着非常

长远的意义。双方还宣布,春节期间将共同开展“一键回家”活动,即春节前搭乘优步出行,就有可能参与到海航集团旗下金鹿公务包机回家活动。(李由)

## 环宇上榜 温州市领军企业

■ 本报记者 何沙洲

致力于“科技型企业”建设的环宇集团又上榜领军企业啦。1 月 4 日温州市人民政府办公室公布了关于温州市领军工业企业、高成长型工业企业培育名单的通知,市政府同意了 101 家企业为温州市领军工业培育企业,其中环宇荣誉上榜。

环宇集团是国内高低压成套设备、电力变压器、自动化、仪器仪表,高低压电器元件研发制造的领军企业。环宇集团在温州、南京、上海建有 3 大电气生产基地,8 大电气专业公司,15 个控股子公司。集团综合实力位居中国企业 500 强,中国民营企业 500 强前列。环宇集团多个电器产品被评为中国名牌产品、全国用户满意产品、浙江名牌产品。企业先后荣获国家级“守合同重信用”公示企业、全国用户满意企业、国家高新技术企业、浙江省知名商号、浙江省绿色企业、浙江省纳税大户等称号。环宇集团董事局主席王迅行多次被国家和浙江省有关部门授予为全国优秀企业家、优秀社会主义建设者称号;总裁王拓宇被评为为温州市功勋企业家、中国十大科技新闻人物。

根据《温州市领军工业企业培育实施方案》(温政办[2015]115 号)、《温州市高成长型工业企业培育实施方案》(温政办[2015]116 号)要求,经温州市经信委、市财政(地税)局、市统计局、市国税局联合筛选,并向各地、各相关部门以及网络公开征求意见,温州市政府同意康奈集团、环宇集团等 101 家企业为温州市领军工业培育企业,温州市博弘电器有限公司等 216 家企业为温州市高成长型工业培育企业。温州市政府希望各地、各部门优化资源配置,落实扶持政策,实施精准服务,积极推进培育工作,充分发挥领军企业和高成长型企业在工业强市建设中的引领、示范和带动作用,不断增强工业经济综合实力,推动温州经济转型赶超发展。



● 优酷土豆杨伟东

## 优酷土豆杨伟东: 每年投 5 亿 孵化国产动漫精品

1 月 13 日,优酷土豆对外表示,公司将推出动漫“创计划”,全面布局动漫产业链的上中下游,宣布未来每年将投入 5 亿元,支持动漫产业持续性地孵化国产动漫的精品内容。

优酷土豆 BG 联席总裁杨伟东表示,未来每年投入的这 5 个亿将完全用于孵化和制作的扶持,这里面并不包括海外动漫作品的版权购买费用,而是一笔专门用于国产动漫的钱。

“这 5 个亿首先会用于动漫 IP 的收集和购买;第二会用于合作和制作方面的投入;第三,这里面包括团队的投入,让大家在资本上有一种关系。而且 5 个亿只是基础,未来每年都会有递增。”杨伟东表示。

随着《大圣归来》在 2015 年的走俏,国内动漫行业被认为是下一个泛娱乐行业的风口,这吸引了作为播放端的视频网站在动漫娱乐板块的投入。

不过,杨伟东认为,业内大多数视频网站只是保持适当的投入,而在整个投入份额里面,优酷土豆、爱奇艺和腾讯视频占了 70% 左右市场。“而这三家中,优酷土豆的投入应该是最多的,我相信至少在未来两三年里我们保持这样的速度。”

与以往低成本网生动漫投入不同,优酷土豆这次一口气推出了《侍灵演武》、《少年锦衣卫》、《京剧猫》、《时间支配者》、《剑狮》、《登陆火星》、《A 站药丸》等多部国漫作品,其中耗资数千万级的三国穿越冒险动漫《侍灵演武》,是首部中日两国精英团队合作打造的超级 IP。

据优酷土豆方面介绍,《侍灵演武》、《少年锦衣卫》、《京剧猫》等项目在项目前期阶段就已经完成了千万级游戏改编权的商业变现。杨伟东表示,项目在产品投入初期就引入商业合作伙伴。包括心动游戏、恺英网络等一线的游戏企业不仅完全参与了优酷土豆动画项目的游戏开发,还共同参与动画项目,从初期就介入共同运营,强化内容 IP 价值。(张汉涛)