



3

“做一家慢公司”

创立大朴之初,王治全还带着从库巴延续下来的惯性思维,他很自信,有好的产品和熟悉互联网打法的优秀团队,自己的大朴很快能给传统家纺行业带来一次颠覆式革命。

因此在获得鼎晖创投3000万元A轮融资后,为了迅速打开市场,大朴针对目标受众展开了一波大刀阔斧的营销攻势。线上,有在视频软件做弹窗、在门户网站做贴片、在搜索引擎做SEO……线下,公交车、电梯上都铺设了大朴简约文艺的精美海报。

然而回报却不尽如人意。

2013年的垂直电商们,日子都不太好过,企业倒闭、资本逃离、媒体唱衰。大背景之下,大朴也没能幸免,整个2013,大朴在营销上烧掉1000多万,营业额却只有1500万。

产品单价高,销售乏力,导致库存压力大,后来,现金流也出了问题,2013年,大朴迎来了前所未料的困境。

王治全开始调整自己的思路。

虽然没有做过一天记者,但大学时代在新闻系学习的经历一直影响着王治全的思维方式,“传播有三个要素,信源、信宿、信道。就零售而言,好的产品就是最吸引人的信源,而使用你产品的人自发帮你宣传,是最有效的信道。”王治全如是说。

“信源”——大朴的产品并不差,问题出在“信道”,为什么大把金钱投入营销,却一直没有形成很好的宣传效果,症结在哪里?王治全认为,大朴没有找到正确的用户。

“大朴最初定位的客群是30-45岁左右,事业有成、经济自由的女性。她们有购买力,但没有很好传播力,她们不会去跟别人谈论床单毛巾怎么样,我们意识到,如果目标人群不爱传播你的信息,那一定是定位出了问题。这并不是说这样一个人群没有号召力,而是你的产品,你做的事情,并没有方便于她传播。所以她们不应该是我们的定位人群。”王治全说。

在调研、实践过程中,大朴发现,年轻的妈妈是交流欲望最强烈的女性群体,于是大朴重新调整目标受众,把目光从知性的白领金领女性转向为30岁左右的辣妈,减少SKU做聚焦,把所有产品价格下调15%,并策划了一系列有针对性的营销活动。

而对王治全来说,那个阶段更为重要的一个认识则是,以往在库巴那种以资金换流量的打法,可能并不适合现在的大朴。

王治全反思:“我们的团队从库巴而来,几年时间就做了20多亿的公司,心态一下子拗不过来,虽然知道做品牌要慢,但是资本的速度太快,一下子很难刹住。”

但想要按照他最初所想的那样,做一个“生活方式品牌”,心急不得,只能慢下来,一步一步走。

先做好产品,服务好小众的目标受众。等到形成明确的消费者印象,让大朴的品牌能向消费者传递明晰的价值理念,才有可能延伸开去拓宽品类。

2016年8月,王治全《写在大朴四周年:下一个四年,做一家慢公司》剖白了自己四年创业的心声:

“融资1.2个亿,今年规模才能达到一个亿。资本没有换来想要的规模,反而让我们丢掉了初心。四年后大朴回到了原点,我做了一个艰难的决定,踩刹车,让公司放慢速度,像匠人一样安静和专注。”

调整思路后,大朴的销售额有了立竿见影的增长。

2014年,大朴的销售额增加到了5000多万人民币。

2015年上半年的销售额已经超过了2014年的总额,而营销费用仅为前一年的三分之一。

2017年3月大朴实现首次盈利,盈利呈现阶梯式增长,到今年7月,单月盈利已超百万。

4

从北京到宁波

在刚刚看到盈利曙光的节点,王治全又做了一个出人意料的决策,把大朴的总部从北京搬迁到宁波。

在众多互联网企业都削尖了头要往北上广安营扎寨的时候,王治全深刻感受到,这其实也是一个“城外的人想进去,城里的人想出来”的围城故事。

在北京不缺人才,对人才来说亦不缺机会。在全行业不景气的大背景下,大朴给出的薪水与BAT巨头们相比并无优势,导致大朴内人员流动性非常大。

一路白手起家的王治全很理解自己公司里那些来北京打拼的年轻人,对他们来说,一线城市昂贵的生活成本和遥不可及的房价,几乎是不可承受之重。

“上海还能用积分解决户口,在北京根本没有解决的通路。靠这点薪水在北京根本买不起房,有了孩子上学也是一大堆问题。”王治全无奈的说道。

但流动性大、人才无法沉淀,必然不利于大朴的发展。2017年初,王治全有了搬总部的念头。

发展潜力巨大的新一线城市成了他的首选。而相比之下,宁波有更好的政策环境和成熟的纺织产业结构,在综合分析房价,空气,供应链距离,产业上下游的聚集程度等因素之后,王治全把宁波放在了第一备选。

随后他在深圳见到了当年腾讯招的第一个程序员:Free吴宵光。吴宵光告诉他,当年腾讯之所以能起来,很大原因是在深圳。因为当时深圳是互联网沙漠,没有竞争,没有被大公司疯狂挖人,所以他们有机会长大。等他们做到一定规模,能开出行业较高的薪水时,别的公司也挖不动了。

这番话让王治全下定决心,要把总部迁往宁波。他意识到,宁波这个高速发展的新一线城市,仍在酝酿着属于自己的大型互联网企业,这块空白也许正是机会所在。

2018年,王治全主动跟宁波相关政府接洽,讲明来意后,获得了相关部门迅速响应。“政府部门一直在帮我们对接各种资源,落实税惠政策,还帮忙解决了员工孩子入学和住宿问题,让员工一到宁波就有房子住。甚至工作人员还帮忙找写字楼。”王治全对宁波政府的的热心与务实气质印象深刻。

大朴如何在短短3年内融到1亿多的资金?又如何返璞归真,打造一个生活方式“慢”品牌?到了宁波,大朴还会有什么样的布局?

本周六,大朴网创始人王治全将来到第二十一期东南商报创业分享会的现场,欢迎对互联网、对纺织产业感兴趣的读者前来参加。



【东南商报第二十一期创业分享会】

本期分享者:

年龄:70后

职业:大朴网创始人

互动环节:读者提问交流

活动时间:6月30日(周六)上午10:00

活动地点:鄞州区世纪大道北段333号华东城2号楼8楼伯乐工场

报名方式:扫描左方东南商报客服微信号“东南风”二维码,添加好友,留言“分享会+姓名+电话”即可。(客服工作时间:9:00—17:00)

行业资讯

中国银行关爱慈善基金成立

为积极履行社会责任,弘扬中华民族扶贫济困、乐善好施的传统美德,近日,中国银行镇海分行与镇海区慈善总会签订协议,设立“中国银行关爱慈善基金”,专门用于镇海区助学、助困等慈善救助工作。

“中国银行关爱慈善基金”由中国银行每年捐赠15万元给镇海区慈善总会,合计捐赠三年共45万元。该基金的建立,

为镇海区慈善事业又增添了一股新的力量,进一步壮大和充实镇海区慈善事业的物质基础。

地方金融与地方经济、社会发展共生共荣。中国银行将继续担当社会责任,一如既往地关注、参与和支持社会各项公益事业,用实际行动服务社会、奉献社会、回报社会。

工行宁波市分行成为市级金融消费教育基地

6月28日,工行宁波市分行被宁波市消费者权益保护委员会命名为“宁波市级金融消费教育基地”。宁波市消费者权益保护委员会、人民银行宁波市中心支行、宁波市金融消费权益保护协会等领导参加授牌仪式。

工行宁波市分行通过设立消费者权益保护办公室,制定《消费者权益保护工作管理实施细则》,在分行业务部门和支行层面建立超过100名的消保工作联系人队伍和普惠金融宣讲团青年志愿者队伍,着力让消费者得到更为安全、可靠的

金融服务。仅2017年,就累计举行各类宣教活动830次,发放宣传资料5万多份,受教人次达9万多人次,被人行宁波市中心支行、市金融消保协会表彰为“金融普惠 校园启蒙”国民金融素质教育提升工程推进优胜单位和2017年“金融知识普及月”活动先进单位。

授牌仪式上,工行宁波市分行蔡志文副行长表示,要不断创新教育活动形式,开展内容丰富、获取便捷、易于接受、更具质效的满足金融消费者实际需求的宣教活动,打造和谐金融消费环境。(沈颖俊)