



一眼见到周辉明，就感觉到他的与众不同。

合身适体的经典三件套西服、领带系得一丝不苟，西服口袋安放着同色系领巾，裤脚则刚刚好到脚面，与皮鞋无缝衔接。

此人对细节的考究，让我暗暗想，这做服装生意的果然不一样，俨然是一位时尚先生。

他的 Nikky NewYork 高端西服定制体验店位于集盒，店里按色块与品类整齐码列的衣服布料，角角落落别具巧思的盆栽摆件，乃至周辉明自己精心搭配好的服饰，无不体现着经营者的品味、用心，以及对定制服装的理解。

不同于一般的传统服装制造业，周辉明率先进驻海外市场，打造国际品牌，再由国际走向国内。与国内诸多服装行业从业者相比，他的发展道路独辟蹊径，而他的“反转玩法”也让宁波服装产业看到了一条与众不同的突围之路。而他说，自己的终极愿景，是打造一个中国自己的“制造商品牌”。

宁波有个“时尚先生”

记者 马欣宜

A. 初出茅庐 在加拿大挖到第一桶金

2000年，毕业后端着“铁饭碗”的周辉明不满于过分安逸的现状，只身赴新加坡留学，后又到了加拿大多伦多大学继续深造。

加拿大的高等教育体系自有一套独特模式，就读工商管理专业的周辉明被要求完成一套Co-op课程（“带薪实习课程”），即要在学习过程中同时完成工作实践，才能够取得必要的那部分学分。

和他多数进入加拿大公司实习的同学们不一样，从小在民营经济氛围活跃的江浙长大的周辉明耳濡目染，决定自己创业。初次创业，周辉明做了详尽的市场分析和自我分析，周辉明家里又经营服装面料生意的传统，于是他便将出发点定位在了自己比较熟悉也最感兴趣的服装板块。

经过三个月的学习、采样，结合家里做面料生意的优势，又考虑到加拿大地处寒冷的气候条件，周辉明最终决定从羊绒面料入手，开拓加拿大的羊绒面料销售市场。

并挖掘他资本积累的“第一桶金”。随着羊绒面料业务的逐渐稳定，周辉明意识到只做面料的进口与批发生意利润有限，一个偶然的时机，他开始接触羊绒衫。

“羊绒衫对我启发很大，它是一个成品，可以卖给终端零售商。由此，我了解了加拿大乃至北美的服装产业现状、业态，摸清了一些客户和竞争对手，知道了我该从何入手去销售成品服装。”周辉明很快凭借自己的努力打入了加拿大唯一的全国性服装展销会，成为了唯一一家卖羊绒衫的中国人创办的企业。

B. 因祸得福 打通北美市场渠道

2006年，一直与周辉明合作的一家加拿大老牌服装工厂因经营不善陷入困境，其负责人向当时的合作伙伴周辉明提出了购买其工厂的建议。经过慎重思考的周辉明接手了工厂，从外贸和采购商摇身一变成了服装制造商，并把加拿大公司的一些生产设备搬到了宁波，以宁波雅楚为立足点展开了新的产业之路布局。经此转变，周辉明开始经营从面料到成品的套餐，一跃从单纯的面料批发和羊绒衫采购，进入服装成衣制造领域。

2008年，美国次贷风波演变为全球金融危机，给周辉明带来了一次不小的冲击。受金融危机影响，一笔价值500万的国外订单，因客户的资金链断裂，对公司造成了很大的损失。“生意有亏损是正常的，但如何能在亏损的情况下，既能保持与合作商的生意又能将损失化为新的收入来源，对创业者来说是一次不小的考验。”周辉明说。

在随后的交涉中，经过几番努力，最后对方愿意提供自己的国外市场批发渠道用来补偿这笔巨款。但如此一来，反而意外地化危险为转机，有了更加宽阔的销售渠道后，雅楚服饰开始走向国际高端市场。“工厂是我做高端产品的一个重要因素，几乎每一家高端服装产品背后都有他自己的工厂。500万元的巨大代价则让我因祸得福，打开了北美市场的渠道。”

打通渠道，直面国际羊绒衫市场的竞争，周辉明将之称为“与狼共舞”。在现有的羊绒衫市场上，苏格兰和意大利的高端品牌占据了大半江山，它们价格昂贵，且都资历深厚。羊绒衫属于季节性产品，产业链较短，这也为周辉明攻占市场增加了难度。

许多生产制造业都依靠“薄利多销”的思维经营，但周辉明的目标显然不局限与此，他的经营模式是尽可能追求“高附加值”。周辉明的羊绒衫和羊绒大衣经加拿大公司研发，根据加拿大人士的体型设计款式、版型、颜色等，最后交由中国工厂制造生产。从设计到生产加工，再加上中间原辅料的采购、订单的处理、仓储和运输、批发和经营等环节，周辉明一个人打通了一整条产业链。但这仅仅是“5+1”，周辉明最终的目标是将“5+1”变成“6+1”，直面终端零售。

“目前我们唯一的客户就是终端零售商，随着设计加工到批发经营所有环节的打通，终端零售成为了我们下一步要考虑的重要内容，这是一个高附加值板块，但也存在着较大的风险。”目前，周辉明正在积极做市场调研，了解电子商务和零售渠道，为打通产业链的“最后一公里”做准备。