

从3人公司小员工 到一手缔造两大全国知名童装品牌

创业分享会遇上宁波国际服装节，她来了

记者 朱一诺

从事时尚行业的人，往往也自带时尚气质。

江海润亦是如此。

一袭黑裙，长发盘起，干练得体，谈话间时常展颜微笑，提及自己所热爱的事业更是神采飞扬。

从服装设计毕业生到中国“优秀职业经理人”，从3人公司的小员工到爱法贝（Alphabet）、优佳（U·JAR）两大童装品牌掌舵人，创业21年，沉淀后的江海润仍满怀激情，并向新的领域迈步。



江海润

1

逼上梁山，跨入内贸行业

与众多渴望进入大公司、大平台的毕业生不同，江海润更希望能在小公司大展拳脚，与公司共同成长。执着于对服装和时尚的追求，江海润选择进入了当时仅有3个人的服装外贸公司——而今的百慕品牌管理有限公司。

2006年，一直在外贸行业沉浮的公司萌发了涉足国内市场的想法，引进了法国品牌爱法贝。众所周知的是，虽然同属于服装大类，但外贸与内贸无论是产品、渠道，还是客户、服务要求都是完全不同的体系，公司的这一战略步伐实则充满了未知。

在摸索方向的路上，江海润遇到了两座大山。

一是信错了人。初期，由于大家对内贸市场几乎一无所知，于是直接请了咨询公司和职业经理人。“当时对方信誓旦旦表示一年内可以开出五十家门店，外行的我们过于信赖职业经理人，便准备了五十家店的货，结果一家都没有开出来，货都堆在了手上。”这一突如其来的危机带给公司的压力是巨大的，此时，江海润站了出来，毅然决然放下所有手头的工作顶起了内贸板块，“必须先把门店开起来！”

“边厅是商场中靠近外墙的一排内铺，面积较大。大多数商圈拥有的边厅数量极为有限，能开在边厅的品牌店也通常被认为是档次较高的品牌，是品牌价值和地位的象征。因此，拿下主流商圈的边厅铺面至关重要。”凭借自己工作这些年积累的人脉，江海润首先拿下了宁波东门银泰的边厅，为了进入国内时尚之都上海的市场，她主动前往上海约见商场经理，饿着肚子在办公室门口默默等待了近五小时，连午饭时间也不敢离开。“上海市场是我们完全陌生的，没有人脉资源的，且上海方面一直有宁波品牌不够时尚的刻板印象。因此我们只能主动出击，用真诚和锲而不舍的精神感动对方，取得信任。”最终，江海润成功拿下了上海南京路宝大祥购物中心的重要门店，为品牌站稳上海市场打下了基础。

横在江海润面前的第二座大山是服装设计的问题。爱法贝这一品牌于1976年诞生于法国，是一个拥有纯正法国血统的品牌，在法国已有了一定的地位，但直接将法国的设计挪到国内却并不可行。发展内贸的前两年，由于这两座大山的阻碍，公司一下亏损了一千多万元，但在这一过程中团队也吸取了教训，汲取了宝贵的经验。

如今，公司拥有6位线下设计师，4位线上设计师，由服装设计专业出身的江海润亲自把控系列主题和风格，结合品牌特色，选用国外的时尚元素将设计本土化，每年更新超过1000个的款式，使得爱法贝和优佳两大品牌逐渐深入人心。目前，这两大童装品牌已在宁波开出了10家直营店，在全国范围内拥有280家门店，完成了全国一线市场布局。