

『甬』

潮头

合力兴甬

封面报道

编者按

“甬”立潮头，合力兴甬。明天，天下“宁波帮”将再次相聚甬城，共叙乡情，凝聚力量，为宁波经济社会发展群策群力。

这一年，我们经历了太多太多。特别是在突如其来的疫情下，广大“宁波帮”和帮宁波人士团结一心，共克时艰，充分展现了极强的家国情怀和责任担当。

今天，我们选取了其中的3位宁波企业家，从他们的奋斗经历中，让我们感受甬商甬企“乘风破浪”的澎湃力量。



20年100倍!

张江平：下一个梦想可以更大些

记者 乐晓立

核心提示

“20年前，我们的年营收只有7900万元，去年我们上市公司的营收是79亿元，刚好100倍。未来20年，我们一定要突破自己的想象力，把梦做得更大一点！”

10月22日，2020宁波时尚节暨第24届宁波国际服装节开幕式设在了太平鸟新落成的时尚中心“鸟巢”，而1996年成立的太平鸟也刚好迎来24岁生日。

在这个特殊的日子里，太平鸟服饰董事长张江平接受记者专访时，作出如上慷慨陈词。

1998年，太平鸟从横街搬到环城西路的新厂房，大楼顶上竖着一块巨幅标语——争创中国第一时尚品牌。这是当时张江平立下的第一个梦想。

“这个梦想，可以说我们已经实现了，今天我们搬新家，又是一个新的起点。”张江平说。

在大机会时代，不要机会主义

今年下半年，特别是第三季度，大家说起太平鸟，第一反应是疯涨的股价。

从7月以来，太平鸟股价节节攀升，至10月23日涨幅累计已接近200%。也因为如此，张江平和张江波兄弟今年双双入围胡润百富榜，张江平的排名也跃升了179位。

大家似乎只关注到了赚钱效应和财富增长，而忽略了太平鸟本身的华丽蜕变。

“10多年前，我最羡慕的是Esprit，几乎可以用膜拜来形容。人家的衣服做得那么潮，那么有范，专柜也是在银泰、国贸的最中央；六七年前，我膜拜的是丹麦时尚集团绫致，其旗下Vero Moda、ONLY、JACK & JONES、SELECTED四大品牌占据C位，深受消费者喜爱……”张江平回忆道。

不过，这几年太平鸟迅速追赶，在一些领域，甚至还有超越之势。是那些大牌退步了吗？不，是太平鸟在大步前进。

“我们开始成为真正的时尚品牌，真正被年轻一代消费者所接受。”张江平说。

张江平所言非虚，回顾太平鸟近10年的发展历程，我们不难发现，他们一直在超越自我的路上——

2009年，首次参加“双11”，当年线上成交额52万元；

2010年之后，在男装、女装的基础上继续强化设计、营销，连续孵化出乐町、Mini Peace（童装）、MATERIAL GIRL（女装潮牌）、童装贝甜、PEACEBIRD LIVIN'（生活方式）等品牌，进一步入侵细

分市场；

2014年，建立物流中心，进一步加强线上线下同步的供应链快反能力；

2018年，提出“聚焦时尚、数据驱动、全网零售”的新战略，创新性的为线上提供专门的商品，单独设计开版，使线上能级进一步提高……

与此同时，太平鸟还进行了一轮又一轮的跨界合作——从飞跃到大白兔，从哈利波特到火影忍者，从雪碧到饿了么。这些联名款进一步提升了太平鸟的时尚气息，也吸引了各个兴趣圈层的年轻消费者。

今年，太平鸟女装签约欧阳娜娜，作为女装全新代言人。同时，拿下了意大利的滑板潮牌COPPOLELLA的中国区经营权，看起来是准备进军下一个市场，对标Supreme、EVISU、BOY等国际潮牌了。

“在大机会时代，不要机会主义。”这是太平鸟24年来的行为准则。坚持主业，坚持“争创中国第一时尚品牌”，是太平鸟自始至终的梦想。

正是因为这一步一个脚印又富有冒险创新精神的历程，太平鸟在疫情影响下交出了亮眼答卷——

今年前三季度实现营收55.21亿元，同比增长10.35%；归母净利润3.1亿元，同比增长55.21%；其中，7~9月净利润同比增长161%。

