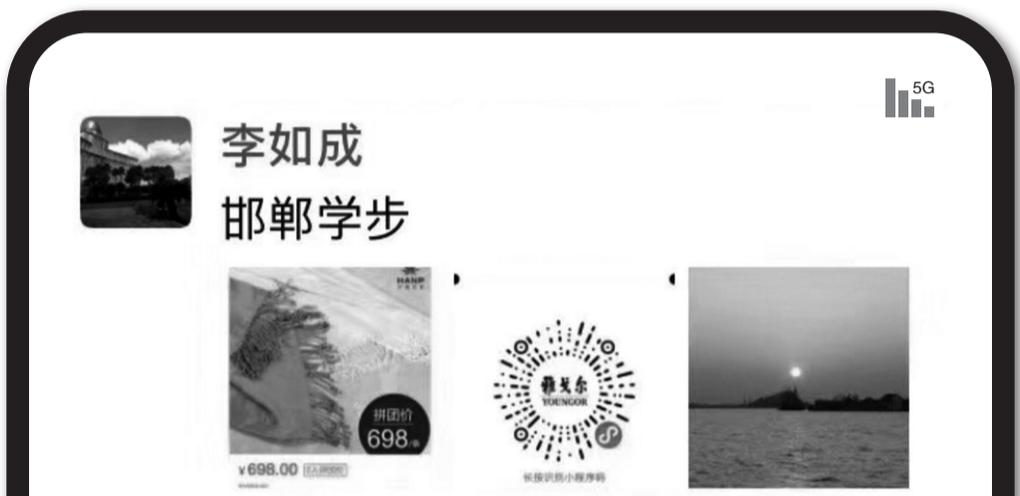


拐点——疫情下的危和机

在朋友圈“带货” 李如成“邯郸学步”做微商

前几天,雅戈尔掌门人李如成的一条朋友圈截图在网络上不胫而走。李如成发了几张产品的照片和二维码,配了四个字——“邯郸学步”。一位年近70的大企业家转型做“微商”,意味着宁波消费品工业领域最老牌企业向新零售挺进的坚定信心。



李如成朋友圈。

我市一企业 量产熔喷布专用料

日产20吨
可供生产2000万只普通医用口罩

随着新冠肺炎疫情在全球的发展蔓延,口罩核心关键材料——熔喷布专用聚丙烯材料十分紧缺。近日,宁波能之光新材料科技股份有限公司一次性试产成功口罩熔喷布专用聚丙烯材料并投放市场。日产量达20吨,可供生产2000万只普通医用口罩。

能之光自主研发的熔喷布专用聚丙烯材料产品熔指1500g/10min,可满足熔喷无纺布对物料高流动性的工艺要求。

熔指越高,加工性能越好,喷出纤维越细,过滤效果越好。在熔喷布生产中,熔喷布专用聚丙烯材料经塑化后进入熔喷模头流道,经分配均匀后再进入喷丝板,高温高速高压热气流喷射出来,形成了熔喷非织造布,也就是口罩中间层最关键的一层过滤材料——熔喷布。

公司博士后研究员贾静璇介绍说,这种材料的特点还体现在纯净度高,挥发分达到小于0.05%,从而具备了稳定性强、气味低的独特优势。

记者了解到,公司已经收到了上百家企业的咨询,意向订单超过150吨。

总经理张发饶说,为加大产能,公司正在调试新的三条生产线,计划两周内将每天的产能提升到60吨,可供生产6000万只普通医用口罩,这将有助于缓解当前口罩熔喷材料极度紧缺的现状和市场供应压力。

从1月28日公司成立防疫材料重大专项项目组,2月17日公司复工进行产品调试,到26日一次性试产成功,能之光的生产研发进展迅速。张发饶解释说,这得益于其在国内高分子功能改性领域的独特优势。

记者了解到,除熔喷聚丙烯专用料外,能之光其他抗疫和医用级高分子材料正在紧锣密鼓研发中,预计不久将陆续投产。

据透露,他们正在进行驻极母粒的试产工作,在熔喷布的纺丝过程中加入2%到5%的驻极母粒,可以让纤维带上电荷,用静电捕获病毒所在的气溶胶,病毒过滤性达到95%,这种材料可以用来生产N95口罩。

张发饶信心满满地说,公司的多个产品在这一领域有着很高的应用前景,在满足国内需求的基础上,下一步将积极拓展海外市场。

记者 徐文燕 通讯员 王虎羽 刘健

全员带货做“微商”

疫情发生后,雅戈尔在全国的3000余家门店悉数关闭。眼看春夏季新款服饰将成库存,如何另辟蹊径拓宽销售渠道已是当务之急。

春节以来,从董事长到售楼处的负责人,几乎所有雅戈尔员工都开始在网上带货。

2月13日上午,李如成召开万人视频会议,传递雅戈尔向新零售挺进的坚定信心。他说:“全体员工要在做好防疫工作的基础上,学会线上销售技能,加入销售大军。”

视频会议上,专职人员对全体员工进行了微商城营销

操作和技巧的培训,并进行了实时线上答疑。

一时间,微信群、朋友圈成了雅戈尔疫情下的“主战场”。下到车间工人,上到管理层纷纷“参战”,借助发放专属优惠券等方式吸引用户消费,拉动销售增长。

衬衫、西装、夹克、袜子、床上用品,几乎所有雅戈尔的商品品类都可以在他们员工的朋友圈看到。

与实体店相比,浏览线上商城更方便快捷。除了雅戈尔的“镇店爆款”衬衫、西装等,更具设计感的休闲服

饰、女式套装等的销量也非常可观。

对于线上销售带来的新需求,雅戈尔已提出数项调整。提升设计、降低成本、加快新产品研发是眼下最为关键的任务。随着疫情逐步平稳,投资10亿元的国际时尚研发中心已复工建设。

更让李如成感到意外的是,旗下品牌汉麻世家一款价值近万元的高端羽绒被也屡次冲上销售榜——雅戈尔的潜在客户,也许比他想象的还要多,线上平台的单日销售额最高时已突破600万元。

大举进军数字化

为什么一个以线下为主渠道的老牌服装品牌,能够在特殊时期创造这样的线上销售额?

这首先源于雅戈尔近几年对数字化的提前布局和巨大投入。从2017年开始,雅戈尔启动了智能工厂改造和“智慧中台”建设。

雅戈尔“智慧中台”在2018年“双11”就发挥出了惊

人的效力:这套O2O的智慧营销系统有个派单系统,与滴滴打车类似,有逻辑算法的排序,同店多件优先。

去年“双11”,雅戈尔线上订单在线下门店就近发货的比例已达25%,线上线下已经跑通“一盘货”。雅戈尔所做的不只是销售环节的创新,集团还与阿里云智能合作了业务决策平台。

而雅戈尔之所以在疫情期间能够做到全员当“微商”,就是源于数字化体系的建设。数字化体系让雅戈尔每个员工都有一个单独的商城二维码(葵花码),统计每位员工的线上销售情况。整个平台实现了单品管理,每一件衣服都有轨迹可追溯——哪里有货、哪里发货方便、由谁生产、原料来自于哪里,后台都有数据。

顺应时代探新路

时代在变,而市场嗅觉灵敏的李如成正顺应时代探索一条新路。

对于未来的零售,李如成给出了六个方面的定义:第一个要有号召力的品牌;第二个有竞争力的成本;第三有快速反应体系;第四有良好的舒适的体验平台;第五就是高科技应用;最后一个也是最新的,做到两融,就是线上推广、线下体

验,线上销售、线下服务,线上线下深度融合为客户做好最佳的服务。

“与实体店相比,目前的线上销量也只能算是缓解困境,但公司全体上下稳定了信心,增强了凝聚力。”李如成说,全员动员也推动团队主动接触消费者、了解消费者,增强消费者黏性,最终将流量转为“留量”。

随着全员“上云”,企业管理更为扁平化,曾经的层级会议制度也正悄悄发生着改变。李如成透露,新的一年,雅戈尔还将会更多的“软投入”,在集团内部体制机制上做出系列新的创新。

这些就是当下宁波消费品工业领域最老牌企业的深刻变革。 记者 乐晓立



这就是熔喷布专用聚丙烯材料。