

光耀东方

——“电子商务自主品牌时尚个性化业态”创造者与梦芭莎的“中国之梦”

朱建华

“梦芭莎”终于开始了梦寐以求的世纪起飞!

快速时尚：品牌至上高速增长“东方ZARA”

梦芭莎的高速成长，首先缘于李曙东的自主品牌战略及快时尚的顶层设计。

1975年，学徒出身的阿曼西奥·奥尔特加在西班牙北部的偏远的镇开设了一个叫ZARA的小服装店。而今，昔日名不见经传的ZARA在传统的顶级服装品牌和大众服饰中间开辟蹊径，开创了快速时尚模式，成为全球时尚服饰的领先品牌，并于近年超越了美国的CAP，瑞典的H&M零售额全球排名第一。有人称之为“时装行业中的戴尔电脑”，也有人评价其为“时装行业的斯沃琪手表”。ZARA作为一家引领未来的趋势的公司，俨然成为时尚服饰业界的标杆。



梦芭莎电子商务有限公司总裁李曙东（左五）陪同广东省省长朱小丹（左一）体验“广货网上行梦芭莎秒杀”活动。

梦芭莎要成为“东方ZARA”!李曙东最早推出的颇具时尚元素的“功能性”女性内衣，一改传统内衣实体店按花边分类的做法，以体型、职业、收入等另作归类，匹配不同的设计元素，设置不同的版型，深受25岁到35岁女性消费者喜爱，获得了巨大成功。2008年，梦芭莎创立一年后，公司销售信息反馈让李曙东意识到，仅靠内衣单个品类的市场已无法满足整个电子商务快速增长的需求，公司迅速作出反应，于当年8月将产品线扩展到女装，伴随着优雅自信系列、时尚休闲系列、日韩少女系列的不断推出，梦芭莎女装成为上班族白领女性追逐的时尚品牌。公司根据消费者不同需求，每年推出数千个款式。2010年，创下了销售额一天300万元、一个月过亿元，年发货额8亿元的服装业的奇迹。

梦芭莎女装的崛起，使梦芭莎成为了领先的“全球女性时尚网购的平台”。

李曙东没有停下脚步，而是与余晓成一起聚拢服装业各路精英在“多品牌战略”道路上向着“东方ZARA”目标加速奋进。

2010年5月，一位设计师来梦芭莎报到，早有准备的李曙东用信任的目光看着这位应聘者说：“我将公司新创的李曙东品牌‘若缇诗’交给你，放手干吧。”

这位毕业于武汉纺织工学院服装设计专业的高材生，崇尚并追求欧美风格，善于运用钻石珠宝材料制作工艺手法，设计优雅性感女装作品。从一个人到一支团队，从设计到制作搭配、拍摄上线、只用两个月就完成所有程序，第一季度就设计制作推出上百个新款。“若缇诗”品牌一上市，便以浓浓的欧美风格博得消费者关注，知性优雅、时尚高贵、摩登大气……品牌风格时尚鲜明，让人印象深刻，颇受高级白领女士追捧。2010年10月，参加中国国际时装周一举夺得“最佳女装设计奖”，2011年发货额突破1.5亿!

2012年梦芭莎要创建日系甜美、欧韩时尚少女女装品牌产品线，另一位有着创新的设计理念与工作经验、担任过一批世界著名品牌的首席设计师或设计总监的加盟者在李曙东的鼓励下，创办兼容中西文化、欧洲大气、简洁、中性、以日韩的讲究设计精美、搭配多层次柔和糖果色，二者合一推出时尚女装“韩伊儿”品牌。清闲时尚、少女甜美、玩转潮流的“韩伊儿”上线仅4个月销售额就高达数千万人民币。面料定制于韩国、元素新颖、颇具公主梦幻色彩的“韩伊儿”，已成为梦芭莎与国际时尚潮流同步快时尚的杰出代表品牌。

一位男装设计师加盟梦芭莎时，李曙东正在组建以意大利一座小镇命名的蒙蒂埃莫高档男装事业部。蒙蒂埃莫以其精美、稳重、大气的欧意风格，深受职场精英、成熟男士的青睐，面料直接从意大利或欧洲国家进口，一流的国际品质，使这个高档男装品牌创立当年就取得了年发货额过亿元的佳绩。

2010年8月的一天，一位年轻有为的设计师在李曙东诚邀下到梦芭莎创办年轻人追逐的ING2ING“潮品牌”，这是一项颇具挑战性的专业，直面追求时尚年轻领域的大众消费群体，定位精准的快时尚，使ING2ING 2011年8月上市至今，实现销售收入2.3亿元……

为实施自主品牌战略，梦芭莎与坐落于世界知名时尚之都意大利米兰，已为世界培养了6万名杰出设计师、打版师和时尚管理大师的卡罗世纪服装学院建立了广泛的合作关系。李曙东亲自带队到意大利聆听世界顶级设计师授课，学院还定期派人员来梦芭莎为员工进行培训，使梦芭莎品牌的设计水平紧跟世界前沿，保持国际一流。

为实现那个令人心驰神往的“东方ZARA”之梦，梦芭莎的设计师们每年都要定期到纽约、伦敦、巴黎、米兰、东京、首尔等时尚都市第一线，了解服饰及配件的最新流行与消费趋势，并随时掌握商品销售状况、顾客反映等第一手信息，以多种渠道攫取设计理念与最新的潮流趋势，进而推出紧跟国际潮流的时尚服装。

超速度、多品种少量、制售一体的电子商务效率化经营，立足中国，放眼全球，已销往欧洲、美国。如今的梦芭莎，实行自主多品牌管理，产品线涵盖服饰、内衣、鞋包、家纺、化妆品等多个时尚领域，旨在以不断创新科技与服务，让全球的每一位顾客享受电子商务带来的最佳性价比产品和最新时尚潮流。

“东方ZARA”成就了“梦芭莎速度”。

梦芭莎，你究竟还能带给世人怎样的传奇？

质量固本：亿万消费者共同体验的国际品质

2011年4月，李曙东又一次来到蔚蓝色的维多利亚海

湾，应邀前往总部位于香港中环的全球服装供应链最大公司冯氏集团，会见香港服装大亨冯国经先生。

一个月前，冯氏投资公司投资部总经理郑可玄刚刚到过广州，因看好梦芭莎的未来与梦芭莎签署了投资协议，成为了梦芭莎的新股东。位于深圳观澜的冯氏集团旗下装备国际一流的利华成衣集团，亦成为了梦芭莎产品供应链的重要一环。梦芭莎产品与意大利“阿玛尼”、美国“TOMMY”等众多世界名牌在同一条现代化生产线上生产，以一流的国际品质与众多国际大牌共同成长……

“梦芭莎产品必须达到国际一流品质。”李曙东下达的“死命令”压得38岁的生产总监陈亮东喘不过气来。在传统服装企业从事了20多年生产管理的陈亮东来到梦芭莎才真正体会到什么叫严格的质量把控。

陈亮东睡不着觉了。为选择优质供应商，他怀揣着梦芭莎特殊的质量“标尺”四处奔波。

建立专业完善的品控系统及符合各类国际标准的品质标准，建立严谨慎密的品质控制流程；严格执行对采购和供应商的管理。采购布料及辅料均按照公司要求品质，要求供应商进行百分之百检验，提供给公司审批。面料必须送到与公司长期合作的国家权威质检机构进行检测，保证面料的质量性能和安全；所有货品供应商在大货生产前必须提供产前板到公司审核，合格后方可进行大货生产；生产中品控人员不定期进行巡查；生产完成后，不合格的产品坚决不予出货；货品入仓前，检验合格方能入库；客户订单发货时，产品再次检查，方能包装发给客户……

李曙东经常对陈亮东说：“质量固本，才是一个让消费者信得过的长寿企业的生存秘诀。”

广州日月服装总厂总经理李成德成为梦芭莎的供应商后马上收到通知：“面料必须经由国家纺织品服装产品质量监督检验广州中心进行检测，PH值、甲醛含量、异味、耐皂洗色牢度、耐汗渍色牢度、耐摩擦色牢度、耐水色牢度、可分解致癌芳香胺染料等项目一个指标都不能少。”

位于佛山市顺德区容桂高新技术开发区的立信制衣有限公司拥有先进的电脑缝纫机、电脑裁床、全自动拉布机、电脑唛架机、激光雕刻切割机及制衣专用吊挂系统。出口产品主要销往美国、欧洲、日本，并为众多国内名牌加工产品。“质量为先、信誉为重、质量为本、服务为诚”使公司获得了FMG颁发的“最佳质量奖”。就是对这样的供应商，梦芭莎也要“鸡蛋里挑骨头”，在其为梦芭莎生产出的460912418七分袖外套过程中，对面料进行严格抽检时发现次点范围未达到国际品质标准要求，当即采取特采手段进行切片处理，最终使成品合格率达到98%以上。

广州创联服装有限公司是国内外知名品牌金利来、华斯度、卡奴路、报喜鸟、比华利保罗等的加工企业。2012年成为梦芭莎商务男装的核心供应商，每年为梦芭莎加工男装西裤、休闲裤等20万条之多，从原料到成品严格的质量控制，至今从未出现批量质量事故，产品合格率达到99.8%。

主动保质维权需要有坦荡的胸怀。有两个小故事或许能进一步见证梦芭莎出现质量问题绝不放过的决心：2009年，有一批牛仔裤出现质量问题，李曙东不惜损失数十万元，当众销毁，以铭记教训；49万件缤纷打底衫已经售出，因发现批次染色牢度不够，公司马上主动召回，同时给予顾客货款及运费的全额赔付，成就了世界服装业的第一次服装成批召回的佳话……

这就是亿万消费者共同体验的国际品质的梦芭莎，这就是一切以消费者体验为中心的梦芭莎，这就是视产品品质为企业生命之梦芭莎……

梦芭莎终于可以大声告诉世界：道德质量社会责任之旗将在珠江之岸的蓝天之上永远高高飘扬!

有人说，梦芭莎的成功在于其创立了破解电商之痛的“快速反应模式”，将传统品牌经营与电子商务技术有机结合，从而创造出一个快时尚个性化自有品牌的多品牌服装电子商务平台，梦芭莎代表电商未来。

通过网络试销，即时的数据反馈，及时调货后续面料排单和成衣工厂排单，让每天的工厂产能与实际销售相匹配，从而既降低库存积压风险，又缩短顾客等待的时间，公司从下单到发货仅需7天，顾客购买从下单到收货最快在24小时之内……

这就是梦芭莎的“快速反应模式”。

2010年11月，33岁的区艳芳受命于李曙东组建商品部。当时，中国电子商务尚没有商品管理的概念，只会关注点击率、流量、转化率、忽略商品的库存、周转率、售罄率、毛利率、库龄结构等因素。区艳芳不负众望，大刀阔斧，仅用两年就从单一的数据功能发展为强大的商品策划、商品管理和数据支持功能。

精准的市场定位与消费者市场细分，满足了不同消费者的个性化需求。产品开发前制定商品需求，以帮助设计师清晰产品开发方向，根据策划定下每季开发需求和品牌定位进行组货，根据销售测试每款商品的预估销售数量，制定广告商品的快速反应节奏，从而改写了关键指标的数字：库存周转天数35天，季末产品售罄率90%，主销品牌售罄率更是高达95%。

梦芭莎正是通过对商品库存和售罄的严格把控，实现资金的快速流转。依托梦芭莎所推动的快反流程，传统品牌的期货与补单的比例通常在8:2之间，而梦芭莎却是3:7。梦芭莎所有销售数据都是即时的，有些款式甚至是才售卖一天就开始进行补单，在高效IT技术支持下，甚至可提前测试市场反应，很多传统品牌被库存压得喘不过气的时候，梦芭莎却能保持微笑。

怎样洞察消费者需求？如何利用信息系统快速有效组织供应商资源、生产出顾客所需商品？怎样使上千家供应商快速有效与公司总部实行对接满足市场？如何让货品通过物流系统快速送达顾客手中？这一切都让毕业于国防科技大学计算机专业现任梦芭莎IT中心副总经理的陈翔寝食难安。

严峻的现实告诉陈翔和他所领导的IT研发团队，梦芭莎要在自有品牌供应链基础上搭建新的快速反应个性化的

电商平台。传统电商很难实现顾客个性化需求，更不能与生产资源有效匹配，根据顾客需求信息规划生产线，实现根据顾客需求，及时找到匹配适合的生产资源，快速生产出顾客需求产品，因而必须打通从顾客需求到生产供应直面顾客产业链！这一切的一切，市场没有先例，技术更无处去购买，只有靠自己创新，去探索，去实现世界零的突破!

面对梦芭莎销售量激增、系统承载能力不断加大，业务需求变化快、信息系统必须能快速响应业务变化需求的挑战，在品牌运营专家李曙东和IT专家余晓成的指导鼓励下，陈翔率领年轻而充满活力的研发团队，攻坚克难，一路前行。

陈翔终于成功了。智慧的交锋，灵感的碰撞，调研路途的艰辛，工作间里常常几天几夜的坚持，终于结出了硕果：信息系统版本升级从3.0到5.0再到7.0，渗透发现顾客需求快速生产制造各个环节；在营销推广方面，顾客访问网站数据可通过信息系统记录下来，通过模型搭建分析出顾客的购物习惯及偏好，网站智能广告系统，可在顾客访问网站时，通过推荐最新商品，通过EDM系统，向顾客发送个性化产品，通过智能网盟系统、短信系统、手机等发布梦芭莎个性化产品广告及销售信息，并可通过网站、电话、手机应用、平板电脑等多种方式订购产品；在个性化客服方面，通过使用信息系统记录顾客消费信息，通过邮件沟通，及时发现顾客诉求，并快速给予服务回应，通过邮件、短信、自助语音、来电、在线客服与公司客服人员互动，高价值定单通过网站和电话及时沟通服务；物流仓储订单信息可通过信息化系统快速发送到仓库，快速分拣，自动匹配最优物流公司，以最快速度送达顾客手中……

这是一张何等先进的电子商务时尚个性化业态的“天网”啊!

创造超乎想象的客户体验，30天无条件退换货服务，提供客户购物零风险保障……

梦芭莎的“快反模式”为顾客提供了快捷优质的贴心服务：一位王氏顾客因故突然出国，梦芭莎自愿付费将其订购的货物紧跟其后飞越重洋送达美国；上海徐汇区顾客王燕和浦东新区顾客陈容清，从网上下单到收到货物分别只用了12小时和7小时!

“创新、超越、奉献、感恩”，梦芭莎优秀的公司文化和员工团队是其取胜的关键。公司员工努力践行“罗文精神”，拼搏奉献关键时刻挺身而出。能打善拼，面对任何困难时，无怨无悔的坚守，发自内心的热爱，真诚自愿的全身心付出。在梦芭莎鲜艳夺目的旗帜上书写着一串串闪光的名字：运营副总魏平波、行政副总田成林、总裁助理颜彦、广告副总陈华丽、化妆品事业部副总谢晓敏、仓储总监杨日辉、客服总监谭永娟……

梦芭莎文化，已成为改写中国电子商务未来的“蓝色梦想”和“崛起之基”!

世纪崛起：光耀东方的“中国之梦”

已成为女装内衣B2C网站全国排名第一、自主品牌女装排名第二的梦芭莎在地方政府的有力推动下昂然崛起!

作风务实思想敏锐同是70后的年轻的广州荔湾区副区长江智涛、经贸局局长毛松柏和科信局局长赵必强深感使命光荣担子沉重。

刚刚开完梦芭莎落户花地河协调会的江智涛，眼前闪现着颇具改革创新意识的区委书记唐航涛、区长晏拥军期待信任的目光。荔湾区是广州千年商都的发祥地，抢抓广州电子商务大发展的新机遇，推进传统商贸体系的创新发展，促进区域产业转型升级，拉动区域经济增长，打造花地河电子商务集聚区是荔湾区委、区政府推动新型城市化的重大战略举措。

荔湾区的开拓者们将认真贯彻省委省政府领导和市委书记万庆良、市长陈建华等市领导指示精神，在规划范围28平方公里，园区规模超过70万平方米，集聚电商企业200家，电商交易额超3500亿元的花地河畔大摆战场。作为首批入园的龙头企业，梦芭莎在颇具战略眼光的荔湾区的鼎力支持下，入驻占地面积5万平方米，办公面积2万平方米，具有鲜明岭南特色建筑群风格的创意园区开启了新征程……

梦芭莎站在了一个新的历史起点之上。

在李曙东和余晓成看来，随着网上支付、物流配送的逐渐成熟，未来电子商务必将形成规模庞大的经济体，并通过与实体经济的切实结合，经济发展注入动力，呈现出高普及、常态化趋势。这场革命性变化，打破了时空的局限，改变了贸易的形态，市场潜力巨大，发展前景诱人，传统商业必将进入电子商务新时代!

梦芭莎的瞄准微笑曲线的两端创新盈利模式、实施自主品牌和多品牌相结合战略、快速响应机制成就网络快速时尚、以超值顾客体验实现品牌溢价、强势推广快速放大销量的创新模式，必将成为新型工业化的典范。

美国新经济学家杰里米·里夫金将新能源与现代信息技术相结合称作第三次工业革命，那么，梦芭莎正在探索实践的传统制造业的创新发展与现代信息技术的有效融合诞生的新业态，难道不也是一场新的工业革命吗？

世界潮流，浩浩荡荡。自1996年6月联合国国际贸易法委员会提出电子商务示范范本，1997年4月欧盟提出“欧盟电子商务行动方案”，1997年7月1日美国政府发表“全球电子商务框架”文件，世界商业运营模式的电子化已成必然趋势。克林顿政府曾将国际互联网的影响与200年前的工业革命相提并论……

中华要复兴。这正是中国共产党“十八大”产生的新一届领导集体提出的二十一世纪上半叶的“中国梦”。

离开广州前，我来到1859年曾沦为英法租界的珠江岸边的沙面，住在澳大利亚设计师设计的英国山寨风格的红楼里，我面前是耸立着百年细叶榕和高大香樟树的古老的沙面大街，我身边矗立着颇具殖民色彩的哥特建筑风格的露德圣母教堂、法国兵营遗址和旧中国三大洋行之一的东方汇理银行。

回望百年，滔滔珠江可以作证，中华民族曾饱受蹂躏、任人宰割，今天则是巍然屹立于世界民族之林，展现出伟大复兴的光明前景。一面旗帜，一条道路，梦芭莎探索新工业革命创立商业模式振兴国强的“中国梦”与一代代中国人的夙愿一脉相承。中国雄狮一旦觉醒定会惊撼世界。

沿着复兴路，共筑中国梦。

怀揣梦想的人，才能奏出时代最强音!

梦芭莎有幸成为了中国电子商务及新兴工业模式的探路者，面临新挑战，迎接新考验，正承载着世人惊奇与赞叹的目光破冰前行。

