

工装,也能做成时装

一分执著让蔡蓬春在服装界走出自己的T台

文/本报记者 马辉 李倩 片/本报记者 张晓科



蔡蓬春

为了心中的一个梦想,10年前,他毅然从国企辞职,凭着自己的坚持掘得了第一桶金;为了实现企业的一次飞跃,他曾在一个月之内把批发门市设到了济南,急于求成而败走冻口市场;为了证明自己,他再次凭借自己的诚信东山再起,并走出一条“工装时装化”的康庄大道。他就是济宁诺亦浓服饰公司总经理蔡蓬春。

为梦想毅然砸掉铁饭碗 凭质量价格掘到首桶金

“我这个人啊,跟服装有着割不断的缘,17岁就进了一家国营纺织厂,30年过去了,没转过行,现在还是干服装。”9日下午,蔡蓬春在他的办公室里告诉记者,一路走来,虽然也遇到过很多艰辛和波折,但他天生是一个乐观主义者,一直相信,有了目标只要坚持下去就一定成功。

说起当时毅然下海的那段经历,蔡蓬春对记者说,那是1999年前后,他那时在那家国营纺织厂里从事业务销售工作,而且排名靠前。可是,在蔡蓬春的心底一直有一颗“定时炸弹”,他总觉得,在工厂里,现在就能看到自己二十年后的样子,于是,他决定赌一把。

就这样,蔡蓬春不顾家人反对,将一纸辞职书交到领导办公室,砸了自己的

“铁饭碗”。那是1999年的冬天,蔡蓬春稍稍整理了一下思路,决定还是做自己最熟悉的领域——服装。当时的蔡蓬春可谓一穷二白,自己用凑来的两万多块钱采购了一台旧服装加工机器,后来通过朋友,在城南很偏僻的地方找到一片厂房,恰巧租金也是两万多元,可此时的蔡蓬春是一点钱也拿不出来了。他找到这家房东软磨硬泡,他对房东说,“我这台机器值两万多块钱,我用你的地方干上一年,如果赢了,我补交房租,如果败了,机器归你。”当时的房东被蔡蓬春这股子执着劲感动了,于是把厂房租给他。

1999年的冬天,为了揽下订单,一个月的时间内,蔡蓬春坐着绿皮火车往返济宁、青岛四五趟。那段时间,他几乎跑遍了整个胶东,凭

着真诚,他终于说动了威海一家客户,1万件的出口羽绒服订单,虽然没赚到什么钱,但是,他用自己的信誉逐步打开了一片市场。

说起他真正的第一桶金,蔡蓬春说,要感谢济宁的一家大型国企,正是那一单工装订单,让他的企业在济宁的工作服市场里慢慢打出了自己的影响力。这家企业有1600多名员工,他当时通过社会关系打听到这一消息,于是便去南方考察防静电面料,安排技术人员设计多套样服,凭借自己的质量和价格,最终拿下了这一订单。

2003年,蔡蓬春的厂子逐步走上正轨,成立了自己的公司,并注册了商标“诺亦浓”,“这个商标的寓意就是,承诺的话说了,就一定要去实现。”

冒险抢滩遭遇“滑铁卢” 好口碑赊面料再战江湖

当地的市场稳定了,自己的公司成立了,也有了自己的品牌。蔡蓬春盘算着,像杉杉、雅戈尔等品牌店可以遍布全国,自己也完全可以走这条路,市场前景肯定一片光明。2003年,蔡蓬春通过向朋友筹款,仅用了不到一个月的时间,就在济南泺口服装批发市场开设了自己品牌的服装批发门市部,开始在全省主打自己的诺亦浓品牌。

“当时在电视台打了广告,光广告费就花了7万多元。”蔡蓬春对记者说,自己当时走的路子是虚拟经营,就是从南方做了裤子,然后

贴上自己的品牌进行批发销售。可是一周时间过去了,收效却远比蔡蓬春的想法差得多,仅有宁阳、东营两地的客户打来电话,表示有加盟品牌的意向。

兵败如山倒。由于缺乏运营经验,一切都操之过急,产品没有销路,资金链又出现了问题,蔡蓬春的数万份包装袋和成堆的裤子就这样积压在了库里。“好梦彻底破灭了,那段时间成夜成夜睡不着觉,确实无力去支撑了,于是,我决定撤回去。”蔡蓬春当时非常绝望地做了这样的决定,到此为止,连本带外债,

蔡蓬春两个多月赔进去30多万元。

蔡蓬春当时找来了一辆大货车,看着成堆的货物和包装袋,他不禁感慨万分。蔡蓬春说,回到济宁,他就忙着处理这些裤子,亲戚朋友里面能动员的都动员了,除此之外,他还跑到街头去摆地摊,“现在,那些裤子还没有处理完呢。”

当时蔡蓬春承受着外债的压力,公司的资金链出现了问题,但是凭借着自己以往的口碑和诚信,蔡蓬春先从厂家赊来面料,继续专注于他的工作服加工行业,并逐步恢复了企业的元气。

重新专注工装时装化 高端路线从未放弃

低端的工装没有什么技术含量可言,而且利润也十分微薄。蔡蓬春通过去外地考察,参加各种面料博览会、服装博览会,并结合当地的特色,逐步梳理出自己今后发展的一套思路:专注于“工装时装化”的道路。

工装的市场份额较大,以前做工装仅局限于一些企业工人的工作服,肥大笨拙。“为什么不能结合企业自身的特点,为他们量身定做符合自己企业形象的工作服?”蔡蓬春认为,让工装时尚化,也成为企业外塑形象、内显素质的一个载体。而在行业内,多数企业的做法是,客户提什么要求,工装也就一味地根据要求去定制,从来没有从企业客户的角度、行业特点去进行量

身定制。有了这个想法后,蔡蓬春开始着手更新设备、招人手,提升技术实力,进行研究进行工装时尚化的革新。

就这样,蔡蓬春投资70万元进购了一台CAD打版系统,这70万元的设备费用,对于刚刚遭受过一次挫败的蔡蓬春来说是笔不小的费用,而对同行业来说,此类的设备也仅有两套。蔡蓬春认为,如果仍然一味走老路,企业就会慢慢走进一条死胡同,市场会越来越窄,最终会湮没在茫茫商海之中。

对此,蔡蓬春也是做了专门的调研,他告诉记者,机械行业企业的工作服大都是深色的,给人的感觉显得十分扎实和厚重,它能充分体现出这个行业的特点,让客户购买设备时,感觉买它的

产品很安全。而食品行业就不适合用这种风格的工作服,相比之下,浅色工作服更适合他们,让人们感觉,这家食品企业的产品很安全。

“工作服的范畴很广,不仅是工厂的工人,一些企事业单位的白领同样需要工装,工装是一个企业外塑形象、内强素质的载体。”蔡蓬春对记者说,顺着工装时装化的路子逐一攻破,蔡蓬春渐渐打开了局面。

蔡蓬春说,对企业的未来发展,他有着很多的想法,但前提是理性发展,步步为营,今年,他们公司又注册了一个商标——“爵士敦”,在坚持走“工装时装化”道路的同时,他的公司也会逐步迈进高端成衣市场的殿堂。

创富

英雄

系列报道之二

主办

齐鲁晚报