

14年四次大转型 舒朗走出品牌路

吴健民：时尚追梦人的“舒朗天下”



烟台民企榜样

本报记者 姜宁 通讯员 宋成莉

从因病退学，到“王者归来”考取烟台文科状元进入中国人民大学；再从28岁的年轻局长位子上退下，到白手起家创立一个市场帝国，成为让时尚沙漠开出舒朗之花的第一人。在品牌建造的道路上，舒朗董事长吴健民始终有一颗永不满足的心。

1 每天注入新的热情，才能不断创新

走在舒朗大院的小道上，经常看见骑着自行车一闪而过的吴健民；在定款的创意空间，经常听见吴健民细致入微的点评和一连串爽朗的笑声。

吴健民的工作穿插在舒朗的各个环节，小到与研发团队讨论每一件衣服的款式、颜色与用料，甚至每个扣子、拉链都要细细探讨，大到对创建国际化服装品牌及企业经营战略布局运筹帷幄，了然于胸。设计、技术、生产、营销、线上线下各个环节在他的把控下齐头并进，他把近万人的舒朗团队管理得井井有条。

作为舒朗的灵魂人物，吴健民总是充满着正能量，热情而不知疲倦，和他接触的人也

会不由自主地被感染，自信并快乐。谈起做服装十余年，吴健民捻起一小撮花白胡子，一脸认真地说道：“只有每天都注入新的热情，才能不断创新，才能做成一个十几年的品牌。”

从决心做自己的自主品牌那一天起，吴健民就没放松对自己的自省自律，做事非常严谨，小心求证，反复地判断时势，就像狮子捕捉猎物，行动的时候已经谋略很久了，这才成就了今日的舒朗。

身边人对吴健民的一致评价是：他一直在做自己。他认为人生一辈子快快乐乐走过来就是一种最高境界，这也是他赋予舒朗的价值观，大家

快乐舒畅后就会明朗了，“舒朗”由此而来。

吴健民对舒朗提倡的“纯粹”做了如下解释：“纯粹”是一个创业团队对生活的理解、对人生的把握，逐步完善提炼对自己、对生活真谛的领会，通过服装这样一个载体传导出去，这就是服装品牌的灵魂。

有人说时尚是梦，时尚中人是追梦，吴健民却说：“如果确实没有了梦，人会成了什么，梦太多，梦太久恐怕也不好，追着每天的梦去时梦时醒更现实！”

2 始终在路上，舒朗实现四次大转型

自从有了舒朗，自称为“地球人”的吴健民就开始了围绕“地球村”的环球之旅。

吴健民每次归来，都带回了国外的见闻与感悟，并能运用到企业的日常工作中。转了地球大半圈后，他觉得，品牌的主要市场依然要在国内，但是市场经济是主流，品牌全球化是趋势，企业要做大、做好，品牌要做好，没有国际化这条路肯定不行。

于是，舒朗的国际化就伴随着品牌的诞生而来，优选全球先进设备、面辅料的同时，还从全球选择时尚界的设计人才，这些国外知名设计师携手国内设计师一起打造高度风格化的各个品牌，让人们体验到

一种不因潮流而改变、永恒并具个人风格的穿着感。即便是在市场相对低迷的今年，这种融合中西、创新、浪漫、自然、古典的产品依然深受市场的欢迎。

今年，舒朗的国际化得到进一步升级，“既然国内经济转型还没成熟，那我就到美国去，在美国创办舒朗的子品牌。”吴健民说，进军美国的计划他筹备了十几年，今年终于付诸实施。

至此，“14岁的舒朗，完成了‘人生’的第四次大转型。”吴健民介绍，1999年年末公司迁址，舒朗实现由小作坊到现代化服装企业的转变；2008年，面对全球经济危机，舒朗实现弯

道超车，逆势扩建三期工程，实施多品牌战略；京沪深分部的成立，加速了舒朗的发展；进驻美洲，是舒朗的第四次转型，标志着舒朗全方位国际化战略布局的开始。

话音刚落，吴健民又开始畅谈起他的国际化下一步的重头戏。他正与意大利一个80年历史的品牌谈判亚太区代理分销权，并与多个新兴品牌商谈中国合作问题，他的身份摇身一变而为国际品牌代理商，引进国际具有发展潜力的品牌在中国市场乃至亚太地区一展拳脚。对于如何选代理品牌，他戏言在胸：“好品牌像好人一样值得细看深交，花俏外表不可能长久藏住浅薄的。”

3 坚守品质，奋斗一生只为做女装

刚刚回国的吴健民，大量信息涌入耳边，这儿房价涨了，那儿实业工厂倒了。不过，吴健民静下心来一想还是认真干他的服装，他不改幽默本色地说道：“不论怎样变化，人一百年内估计还不会返祖，光身子满街跑不太可能的。”

十余年，尤其是度过了最初几年，舒朗声名鹊起之后，新的机遇、新的项目越来越多，但吴健民始终坚持做女装，“你的定位就要适应你，按照目力所及和脑力所及的定位是最科学的，不能按照一个看不到、摸不着、想象不出来的定位去做。”当然，另外一个原因是：“全世

界有做成几千亿的服装企业，前面有标杆，足够让我为之奋斗一生，我为什么不去做？”

“品质坚守”四字，在吴健民身上体现得淋漓尽致。公司成立之初，资金比较紧张，但他不惜重金在北京、上海、深圳设立设计工作室，让舒朗在核心城市的时尚氛围中浸润，站在全国以及全球的高度审视和把握时尚发展趋势。随后，他聘请了一批海外知名设计师加盟舒朗，带来了国际国内最前沿的设计理念、时尚概念和服装资讯。

吴健民在舒朗明朗的品牌文化背后，最为注重品质感，从

面料选择到产品设计再到加工工艺等环节，舒朗的品质感体现在每一个细节。舒朗一直以来都将质量放在生产的第一位，对生产过程中的每一道工序都严格把关，力求做到完美。

对于商界的优胜劣汰，吴健民自有一种释然：“品牌不是谁都能做得好、做得成功的，品牌的真正价值在于它的难做，成功者可以各领风骚三五年，想永远独占市场只是件一厢情愿的事情。”他归结自己的经营理念，就是在发展过程中把自己的闪光点让市场知道，让消费者认知，追求着经营的长久快乐。



吴健民总是充满着正能量，热情而不知疲倦。 通讯员供图

吴健民其人

“我是一个平凡无比的自然人”

闲时喜欢读书的吴健民自称杂家，各式各样的书堆满书柜，随手拿来一本都可以陪伴他度过一段独处时光。正是有了随时与自己内心对话的习惯，人前的他忽而是妙语连珠的演说家，忽而是畅谈经商之道的

企业家，忽而是大谈美文化的美学家，忽而是坐在你对面笑声爽朗的老顽童。有人形容他是旋风一样不可把握的商界巨头，他却淡然一笑：“我什么都不是，我就是社会里一个平凡无比的自然人。”

“众乐乐比独乐乐好”

对于自己及舒朗，吴健民尽随在缘，从没有刻意去装饰，他始终相信每个人的形象都是最美、最健康的，因此他不给自己及舒朗设计目标，唯有不断地往前走。他的快乐是每天和员工一起工作，每次

公司活动他都会和员工一起出现在现场，“众乐乐比独乐乐好”，把自己的承重建立在大众的快乐之上，而不是大众的崇拜之上，“大家都是平等的人，平等的事情，只是分工不同。”

“人的本质是动物”

如果用几个字来概括自己，他捋着一把大胡子，不失幽默地说，那就是世间一“动物”也。在一串肆意洒脱的笑声后，他忽又一脸认真地说：“人的本质是动物，需要释放

自己，下海经商是为了不受束缚，追求自在明朗的境界，这14年来，我活得更自由、更滋润，迸发出了生命中更多的状态，‘自然而然’留起来、恣意生长的胡子就是最好的例证。”