

从订制到定制,细分市场成就民企



市场经济最大的魅力与残酷莫过于其瞬息万变。我们看到诸多企业迅速崛起、名噪一时,同时,更多的企业在市场大浪淘沙中无奈没落颓败,被无情地湮没在历史洪流之中。

如何应对市场的瞬息万变,记者从专注于西服订制的派意特董事长姜学军身上找到了答案:守其初心,以聚焦应对市场万变。



湖南派意特服饰有限公司生产车间内,工人正在赶制客户订制的西服。 记者 刘尚文 摄

从创业时的7个人到现在拥有近千名员工,从500平方米的简陋厂房到占地近百亩的现代化工业园,从沙滩裤、衬衣起家到如今年产值近4亿元人民币、出口创汇1000万美元,派意特有令人艳羡的发展业绩。然而,翻开派意特的企业成长史,从1993年创业至今,尽管先后历经房地产、股市等各类黄金时代,派意特对服装行业近乎痴迷,从衬衣到职业装团购、高档西装出口,再到现在的高端个性化定制,始终一脉相承。

近日,林女士乘坐湘AT8239从长沙华天大酒店至友谊商城,下车时不慎将自己的

派意特的专注,显然与其董事长姜学军的观念与决策紧密相连。1993年,姜学军大胆接管了一个经营不善的服装企业,创建湖南派意特服饰有限公司。当时在湖南服装零售行业,圣得西、忘不了已经声名鹊起,姜学军决定专注职业装这一细分市场,只做团购不做零售。历经多年的市场沉淀与深耕,凭借过硬的产品质量,而如今的派意特已在职业装这一细分市场做得风生水起,不仅业务范围涵盖工商、税务、法院、检察等10大制服行业,而且将业

行李遗失在了车的后尾箱,行李遗失后林女士非常着急,立即拿出小票拨打公司电话联系上当

务开拓到海外市场并站稳脚跟,成为我省唯一一家服装创汇企业。2010年,派意特收购了意大利著名品牌“帝凯利澳”的部分股权。第二年,在北京开出首家“帝凯利澳”高级定制品牌店。紧接着,派意特在长沙也设立了一个私人定制会所。姜学军表示,尽管个人定制这一市场尚在培育期,但前景广阔,未来将成为企业安身立命所在。

■三湘华声全媒体记者 潘海涛 侯小娟

班驾驶员刘卫国,当天下午便将行李送回林女士手中。 ■三湘华声全媒体记者 刘玲玲

民间借贷用途应明确

湖南师大法律援助中心、湖南金州律师事务所陈平凡团队、湖南中盈律邦投资管理公司联合开展“理财维权律师帮”活动,为市民免费提供法律咨询8起,其中市民最关心的热点话题为:民间借贷是否需要约定借款用途?

李某以承包公路工程为由,向林某许下高额利息,向林某借款五十多万元,全部挥霍一空。后法院以李某构成诈骗罪判处承担刑事责任。对此,著名律师、中盈律邦首席法律顾问陈平凡提醒市民,民间借贷的出借人最好与借款人约定借款用途,以保证借款资金安全,在必要时,可以追究恶意借款人刑事责任。

陈平凡还指出,借款合同约定借款用途主要有两个合同条款:一方面是出借人可以监督借款人使用借款情况,发现借款人擅自改变借款用途的,可以停止发放;提前收回借款或者解除合同;另一方面,借款人如果虚构借款用途或者隐瞒借款用途而骗取借款的,有可能涉嫌诈骗罪,需要承担刑事责任。

更多理财维权咨询,请关注中盈律邦公众微信zylbmjtd或登录官方网站www.hnzyblb.com,拨打免费法律咨询热线400-998-5859。 ■通讯员 吴静 三湘华声全媒体记者 刘永涛

中盈律邦 借款先登记 免费打官司
理财维权律师帮
互动热线: 400-998-5859

乘客丢行李的哥立即送还

蒙牛总裁孙伊萍勉励同门 担时代责任 为梦想奋斗

11月13日晚,蒙牛总裁孙伊萍回到母校中国农业大学,发表了题为《时代·责任·青年》的演讲,结合自己多年的职场经历以及对行业的洞察,并融合蒙牛企业文化和她推动蒙牛变革的心路历程,与大学生朋友分享了新时代青年应该树立怎样的成才观和价值观。

孙伊萍还与同学们分享了她对当今社会时代变化的一些观察和思考,提炼总结出了“3I”和“4F”的观点,鼓励青年勇担时代赋予的责任,

坚持为梦想而不断奋斗。

以蒙牛为例,他们的价值观是阳光的,这也体现在用最真诚、诚信的方式与消费者沟通,在我们集团内部质量大会上,我们第一次邀请了很多家媒体参加,这种“自揭家底”的开放沟通让企业收获更多信任,也向消费者展现了企业最真实的蒙牛。

青年人要坚持自己的信念。一个人,只有结合了自身的兴趣爱好,才会把职业转化成事业,用毕生的精力去坚守。企业也是如此,蒙牛愿意一

直坚持在自己熟悉的行业、专注牛奶事业的发展,专注每一个消费者的健康营养需求才成就了今天。

在演讲最后,孙伊萍提到,希望看到更多优秀的青年学有所成、学有所用,在社会的大舞台散发自身的光芒,成为一个对社会有用、为更多人服务的人。

同时,蒙牛携手各大高校正在进行宣传,希望借由这一契机,未来有更多的农大学子进入到蒙牛乳业这个大家庭,共同繁荣食品行业。

易车 KBB CADA 合作 建立二手车估值新标准

中国领先的汽车互联网企业易车控股有限公司(简称:易车或公司,纽交所股票代码:BITA)11月7日在北京宣布,公司与美国领先、权威的新车及二手车内容提供商 Kelley Blue Book, www.kbb.com(简称:KBB)、中国汽车流通协会唯一的国家级协会,中国汽车流通协会(简称:CADA)已达成战略合作,以成立合资公司的形式共同发力中国二手车估值服务市场。

凭借易车对中国市场的了解及其在二手车在线信息服务的领导地位,KBB长达87年的汽车估值及其具有公信力的独家二手车市场数据,三方建立的合资公司将研发一系列互联网和移动应用产品,向消费者、汽车厂商、经销商、保险公司、金融公司提供覆盖全中国的汽车估值产品。

“我们非常高兴易车能与KBB和CADA合作,一同将全球领先的汽车估值产品带入中国,”易车董

事长兼首席执行官李斌先生表示。“中国二手车市场已经进入快速发展期,准确及时的二手车估值产品有着巨大的市场需求。

我们坚信通过合资公司所提供的产品和服务能让用户快捷、准确地获取最贴近市场的产品信息,帮助消费者在车辆交易中做出明智的决定,同时为经销商获取二手车价格信息提供最佳的辅助工具。”

李斌先生补充说,“在结合易车的综合经验、技术和品牌优势推动三方合作发展的同时,此次合作将激励我们推出更多创新的产品和服务,以把握中国二手车市场未来的增长机会。我们相信,这次与KBB和CADA的强强联手将进一步巩固易车在二手车互联网市场的领先地位。”

汽车的市场价格对于二手车买方和卖方是最重要的信息,合资公司推出的基于互联网和移动互联网的新产品系列将成为中国二手车信息服务重要的流量入口。

“中国是世界汽车增长速度最快

的市场之一,我们很高兴能和我们长达87年的精确并且贴近市场的汽车估值经验带入中国市场,同时我们相信,作为权威的内容提供商,Kelley Blue Book具有得天独厚的优势来完成这项任务。”Kelley Blue Book总裁Jared Rowe表示。

“越来越多的中国汽车消费者通过互联网来获取购车资讯,我们希望为消费者创造一个更加透明和令人放心的购车体验。”Rowe说道。

Rowe继续讲道:“我们非常兴奋能够与易车和CADA共同合作、开发这一举足轻重的估值工具以推动汽车行业发展并使消费者受益。”CADA常务副会长兼秘书长沈进军先生表示,“中国的二手车市场正不断成熟,我们很欣慰地看到三方联合开发的产品将帮助提升行业透明度、增强消费者对购买二手车的信心。

我们相信这些创新的互联网和移动互联网产品将提供全面的车辆估值信息,满足中国汽车买家和卖家的需求。”

销量才是目标 汽车之家创立汽车电商铁律

订出17776辆车汽车,订购总额达到26.43亿,高峰期1秒订出3辆车,不仅如此,今年双十一的最大黑马汽车之家在官方微博宣布,截至11月15日上午,已经有4000多张购车发票被上传至汽车之家。

当各大电商平台都在着急为双十一当天的交易额庆功时,汽车之家显得异常冷静。首次试水汽车电商的这家汽车网站给自己设了一道苛刻的关卡,从订购数量上完成1万辆的购车转化。

针对此问题,汽车之家CEO秦致认真地表示,销量才是目标!销量是检验电商平台的唯一标准,汽车电商也不例外,而销量这一标准也必然成为以后规范汽车电商行为的铁律。

有业内人士用很难说来评价汽车之家此次的目标:“26.43亿,仅仅是汽车之家此次的订购总额,而汽车之家这种大宗消费品,大规模网上售卖还是第一次,最后的成交额,很难说。”

独立电商分析师李成东表示,目前3255辆的销量已经很惊人

了,过往在传统电商平台上进行的几千订单,通常情况下预订的不过个位数而已。

“事实证明,中国汽车消费者对线上购车的接受程度比我们想象的要高很多,尤其是你给的提供实惠的时候”,秦致表示,“汽车电商是汽车行业营销变革的开始,新的营销渠道和传统营销渠道的融合。”

天猫等电商企业多年来的双十一行动,培养了大家的消费习惯,这次汽车之家携众汽车厂商全面出击并一举成功,和全社会电商消费习惯的成熟是分不开的。

汽车之家副总裁马刚补充道,我们后台统计表明,上传发票的用户正在大幅增加,这次汽车之家在订单转化率上也希望能一改历史最高纪录。

当笔者问到面对天猫等电商平台的高额汽车订单数字时,是否有压力,马刚称,“我们只接受购车发票的比对,一切不以销量为目的的电商都是耍流氓”。

广汽丰田与你一起“玩转”广州车展

2013广州车展即将于11月22日拉开帷幕,广汽丰田也“摩拳擦掌”,做好准备迎接这一一度的汽车嘉年华。

据悉,广汽丰田将携全新阵容“主场作战”,主力车型凯美瑞、汉兰达、逸致,进口车ALPHARD、埃尔法、FJ酷路泽、ZELAS杰路驰、VENZA威飒悉数登场,车展前夕将正式上市的致炫也将首次亮相广州车展展台。值得关注的是,广

汽丰田在此次车展提出“全民媒体计划-天天媒体日”概念,让每位消费者作为自媒体参与到车展体验中,并相应推出多款数字互动体验产品,包括微博价值测算应用“全民媒体-媒力分析器”以及致炫赛车游戏等,希望能与一众小伙伴们“玩转”车展。

从现在起到车展期间,消费者通过转发或参与游戏的方式,即可赢取车展门票以及油卡等礼品。