

26年的匠人情怀 借体育产业东风再腾飞 张伟军:小袜子也有大学问

□本报记者 沈梦雪 文/摄

名片册 26

张伟军

浙江东方百富袜业制造有限公司董事长

籍贯:浙江诸暨

生日:1964年6月21日

个人理想:悍将品牌理念是积极向国人推崇户外运动健康生活方式,为广大专业运动和户外人士提供装备级的功能运动袜。

“

匀称的身材,说话不紧不慢,办公室并不宽敞,却很整洁,所有的办公用品错落有致,桌上还放着写着“横刀立马,唯我悍将”的书法作品。坐落于杭州经济开发区的浙江东方百富袜业(以下简称东方百富)董事长的办公室并不奢华,却在简单的布置中透露着不平凡的气息。正如这26年来东方百富董事长张伟军所执着的事业一样,看似传统平常的表象之下却有着太多不为人知的故事。

前不久,东方百富旗下最受欢迎的“悍将”系列装备级功能运动袜还获得2016年中国好设计奖银奖。有幸前往北京人民大会堂参加颁奖典礼,张伟军内心极不平静,“‘悍将’就是将功能运动袜这件事做到了极致,才能有现在的市场反响。”

”



Q&A

从乡镇企业到个人创业 用“悍将”重新定位企业发展方向

提起自己之前的创业经历,张伟军说得并不多,但东方百富目前所取得的业绩是不少国内同行所羡慕的,他们自主设计生产的“悍将”系列产品也让不少世界级运动装备商啧啧称赞。东方百富能取得现在的成就,归功于张伟军把一件事做到极致的工匠精神。

张伟军从26岁就从事袜业制造这项事业,他说:“50年代的时候外国人看到咱们国家生产的织袜机都觉得不可思议,可以将一根头发丝一样细的锦纶丝做出一双漂亮的提花卡丝袜,那时候中国的针织机械生产技术领先欧美国家好大一截呢!”

2001年,张伟军创办了东方百富袜业,起初只是代加工。从早期的日本市场

到后来欧美市场,国外很多知名品牌东方百富都代加工过。那时候,为了企业生存,只要有订单,商务袜、休闲袜、丝袜、连裤袜、儿童袜……什么订单都接。一开始,生意红红火火,可越往后,利润越来越微薄。“价格恶性竞争,生产成本不断上升,最大的原因是产品没有特色,所以客户粘性很低,好不容易开发的客户一两年就流失了。”这让张伟军一度陷入瓶颈,要想公司继续发展,必须重新定位,打造独特的竞争优势,拥有自主品牌显得尤为重要。

8年前,张伟军下决心进行企业转型升级,提出“运动袜品专家”的战略定位,之后他果断砍掉了所有和运动袜无关的

产品线,重新梳理客户,专注分类运动袜的研发,“悍将”的故事也就从此开始。

如今“悍将”品牌已拥有35个分类运动袜系列,几乎对奥运和非奥运项目做了全品类的开发。张伟军自信地说,自己在这一产业坚持了26年,不但是企业的创始人,更可以说是这个产业里最资深的产品经理人,他说:“随着体育产业不断纵深发展,人们对专业运动装备的需求也更强烈,但国内分类运动袜的市场几乎是一片空白,即使在国外,在这一领域做精的品牌也很少,所以运动袜的市场空间巨大。”

“研发是第一生产力,持续的专业研究和创新设计才是企业的核心竞争力。”这正是张伟军的信念。

Q:在创业过程中,“悍将”的产生是否受到了体育产业发展的影响?

A:在体育产业发展的这几年,户外运动装备的竞争也越发激烈,但是专业的运动装备生产却很少,为了改变企业发展方向,所以提出了运动袜“分类”这个概念,从某种程度上来说,这也是借着体育产业发展的春风,以及体育消费的大环境,因为无论企业生产什么产品,最终都是要卖给消费者,有需求才有市场。

Q:在“互联网+体育”的今天,东方百富如何借着这股东风更好地站稳脚跟?

A:我是一个坚持实体经济的创业者,我知道现在“互联网+体育”很热门,但是一个好的品牌想要有长久的发展,质量是命门。我觉得工厂生产出来的产品首先要质量好,才会口耳相传,才有资本去通过互联网运用品牌优势,仅仅只靠品牌和互联网,这家企业无法长久。

Q:作为企业的掌舵者,除了生产产品,您还想通过产品传递什么企业理念?

A:以前逢年过节总有许多人会送礼,送烟送酒是常事,却没听过送运动袜,我希望未来“悍将”能成为一样礼物,不仅仅是送袜子,而是送一种运动概念,若是国人能够想到送运动装备作为礼品,那运动的理念一定已经深入人心。我想通过专业的运动装备传递一种运动习惯,人人有了强健的体魄,我们的国家也会更加繁荣昌盛。

7年2000万元的研发投入 “悍将”在圈内圈外都火了

现在市面上普通运动袜很少区分运动用途,但“悍将”系列却分出了30多个大类,包括篮球袜、足球袜、网球袜、马拉松袜、徒步袜、越野袜、登山袜、滑雪袜等,平均售价在100元—200元之间,专业用户已经多达100多万人,拥有专利70多项,其中发明专利5项。

走进工厂,记者见识到了什么叫生产专业范。标准的检测实验室、恒温恒湿的自动化生产车间,还有测试袜子压力值的进口专业设备、功能纤维中心,产品开发中心,5000平方米的企业技术中心,只有亲眼见到,才能感受到“悍将”作为行业专家的气势。

不同的运动,对足部的运动保护功能需求也完全不一样。比如说滑雪运动员脚部易出汗,低温下容易冻伤;滑雪鞋又是一次注塑成型,材质较硬,高速运动时容易在脚踝和后跟处产生距离摩擦。因

此,滑雪袜采用的纤维需要有良好的吸湿快干功能,并通过不断配比和改性试验,实现最佳功能;而袜身可以进行湿热空气导流设计,加速散热导汗;脚踝和后跟处则要进行跟腱保护结构设计。

像长距离徒步者的脚容易起泡,那么徒步袜需要采用经过复合改良的美丽诺羊毛,这种天然的动物纤维有极好的柔软度,可以极大地减少对脚部的运动伤害。

这些基于理论的研究都是东方百富设计团队多年来做的基础工作,当然也离不开专家团队的支持。2009年,一次偶然机会,张伟军认识了浙大教授王健。王健是浙江大学体育科学与技术研究所所长,是国内著名的人体工效学专家。而运动袜的理论基础之一就是人体工效学。双方一拍即合,由王健教授带领一支浙大和悍将设计团队共同组成的20余人研发小

组,开始了这场长达7年的“分类运动袜”战役。据悉,从2016年开始,公司每年投入“悍将”功能运动袜的研发金额超过800万元,多年来企业投入了巨大的研发费用,研发人员已达50余人。

虽然有了专业的研发团队和几代储备产品,但是东方百富并没有急于推出自己的产品,而是邀请了爱燃烧、悦跑圈众多的户外大咖进行专业的体验测试,国家篮球队、十三届国家冬运会51支运动队都参与了专业的测评,“悍将”连续多年投放了大量的体验测试产品,累积收集了大量的测试数据和专业意见,功夫不负有心人,“悍将”袜还没推出市场就已经在竞技运动员和户外圈里火了。张伟军表示,“悍将”追求的目标就是十年磨一剑,就是要一鸣则已一鸣惊人的效果,如今,“悍将”的月销售已突破百万元,“悍将”品牌粉丝迅速壮大。

组建专家平台深耕功能纤维再应用 由“悍将”打开高端运动袜业制造平台

对于“悍将”现在所取得的成绩,张伟军觉得这只是第一步,见证了中国袜业兴衰的他深知现在的“悍将”仅仅只打开了中国消费市场的一扇窗,而他想要做的不仅如此。他说:“我想通过‘悍将’整合更多资源,打造专家平台,组建产业联盟,在全国招募1000+悍将合伙人,经过十年的努力实现百亿元营收千亿元市值。”

在日前结束的重庆马拉松上,东方百富为11900名马拉松参赛者定制了“悍将”系列的压力跑步袜,以小窥大,张伟军想要做的就是将这双“悍将”功能袜推广到更多赛事,更多体育项目上,让更多人受益,“悍将”品牌还成为国家男篮连续两年

定制赛事级的专业篮球袜,深受运动员的一致好评,他们还给出了专业的改进细节,这为“悍将”产品继续研发提供了专业支持和保障。”

随着运动理念深入人心,不同阶层的人也会选择不一样的运动,像戈壁徒步、马拉松、越野等极限运动的风靡,也为专业制造运动袜企业带来了春风,目前这一专业运动袜的生产和研发在国内还属空白。张伟军说:“悍将”已经拥有了一流的自主研发平台,接下来公司会继续吸引相关专家和专业人才,对弹力纤维以及一些功能型纤维、智能产品进行更系统的研究,创新设计永远在路上。”

公司里的人都说张伟军行事风格事无巨细,对待自己的产品永远事必躬亲。参加戈壁马拉松,徒步四天,行走了116公里就是他对产品鉴定的最好方式,他说:“如果我自己都不去体验公司设计的袜子,不与用户进行深度交流,不去感受‘悍将’产品的每一个细节,就无法做出真正专业的产品,只有对产品的每一项功能以近乎疯狂的激情追求极致,才能完成每一款产品一次又一次的功能升级。”

正因为张伟军带着这份亲力亲为专家态度和匠人情怀,才有了“悍将”的今天,有了这份坚持26年的匠心,“悍将”的未来也让人有了更多期待。

