

东莞大岭山到北京 奶油食品冷链 冷链物流公司 踏信欢迎致电

产品名称	东莞大岭山到北京 奶油食品冷链 冷链物流公司 踏信欢迎致电
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	300.00/吨
规格参数	广东踏信:安全送达 公司定位:深圳 服务对象:奶油
公司地址	深圳市龙岗区平湖街道平湖社区平安大道1号乾龙物流园1栋103
联系电话	15986619992 15986619992

产品详情

尹剑侠：不能浪费任何一场危机

成立：2014 年

产品：“真实、有趣的时髦大妞”会穿的女装

门店：约 100 家（一半为加盟店）

团队：约 300 人（包含直营店员）

融资：创始人个人投资

对于这场疫情，尹剑侠的态度是“不能浪费任何一场危机”。

UOOYAA 乌丫在全国约有 100 家店，其中一半为加盟店。过去数月，每天都有约 20% 的门店处在停业状态，尚在营业的店铺人流也显著下降，收入腰斩。尹剑侠对未来的预测向来悲观，团队开始时按半个月解封做了计划，他说要按封一个月来做，但他没想到，封控会是两个月起。

2014 年，39 岁的尹剑侠以副总裁兼董事的职位从美特斯邦威离职，创立了 UOOYAA

乌丫。品牌定位是一个“真实、有趣的时髦大姐”。公司成立第5年，年销售额3亿人民币。

以期货逻辑运行的服装行业需要比快消品更早预判市场风向。2020年5月之后，很多服装品牌销售额大幅反弹。那年上海时装周，大量设计师品牌的订货量数倍于上一年。

不只因为所谓的报复性消费，很多国内买手店自2020年起难以去国外采购，改在国内订货。但从2021年下半年开始，整个时尚行业销售明显放缓，全年服装鞋帽、针纺织品类零售总额同比下降了2.3%。无人幸免，基本款的代表优衣库去年后一季度在中国大陆的利润大幅下降，原本被认为不太受经济波动影响的品行业增速也在去年年底下滑。

基于此，从去年下半年开始，尹剑侠决定放慢开店速度，这让他上海疫情爆发后少了一些损失。

UOOYAA 2021 秋冬系列走秀现场

今年4月以来，尹剑侠花了大量时间去实现过去想做但没做的事情：在公司所有部门以及加盟商培训，传递品牌思维。过去UOOYAA

乌丫对直营店员工、网店运营的评估主要看销售额，接下来有一部分权重会落在

“是否做了品牌价值输出”。在产品规划上，UOOYAA

乌丫过去较为依赖爆款单品，之后开始沉淀经典款。把品牌的价值主张用一套完整的产品去呈现。

日益依赖线上销售，如何统一品牌呈现也是新课题。尹剑侠选了几位骨干成员成立专门团队，和加盟商制定标准，“关于品牌的态度、价值主张，这些要不厌其烦地和加盟商沟通。这个共识比利益上怎么提成、怎么激励都更重要。”

在家待久了，他靠工作维持活力。4月一个周六，尹剑侠发朋友圈：“一直没人找我开会，抑郁了。”

5月10日，原计划在四月举办的秋冬季订货会改到UOOYAA乌丫的一家杭州店铺进行。设计师们因为不能像以往那样去工厂和师傅沟通，样衣花了比平时更久的时间才制作完毕。大部分加盟商在线上参加了订货会。设计师和商品部门负责线上讲解，运营部门负责提前和客户沟通，造型师在当地物色筛选模特。尹剑侠说：“从头到尾同事就没让我参加，一整天没人给我打过电话发过微信。我坐在院子里抽着烟，内心非常忐忑。上海所有同事都封在家里，这样远程操作，鬼知道会搞成啥样子？”

团队开始设定的目标是，今年秋冬至少要和去年持平。晚上8点半，还是没人找他，尹剑侠没忍住打了个电话。同事告诉他，订货量超标了。

好好住 冯骥

很多事无能为力但必然发生

成立：2015 年

产品：鼓励人不凑合着过的家居家装消费决策平台，3000 万用户

团队：300 人，总部北京

冯骥一下子能想到的广告客户，基本都在上海。他们大多是海外家电、建材卫浴品牌，上海是这类外企的在华总部。

“现在深刻感受到上海是商业的引擎。”冯骥估计如果下半年疫情还不能恢复常态，今年公司的收入会减少 20%

左右。广告是好好住的三大主要收入之一，另两个是设计师和品牌号认证，受疫情影响小一些。

好好住的收入包括广告收入、设计师收入和品牌号认证收入。广告受影响大，家电、家居、建材卫浴等国外品牌大多集中在华东，公司位于上海的品牌，他们的工作处于半暂停状态，对好好住今年的业绩也会有很大影响，“如果全年疫情不稳定，收入影响可能会有原先预期的 20%。”

去年 10 月，总部在北京的好好住在上海人民广场新开了办公室，八九百平米，租金每个月十几万。今年春节后刚拆完打了隔断就遇到疫情，装修还没结束，空空荡荡。

诸事不顺，但冯骥颇有一些庆幸。好好住计划今年启动一个探索型业务，所谓“第二条增长曲线”。如果一切正常，他本会在今年年中新招七八十个人，在 300 人团队里再增加七八十个大软件项目开发经验的人。

“如果是 7、8 月出事，人都招到，那现在可能就得裁员了。”
因为上海疫情，冯骥在清明节后无限期推迟了这个项目。

七年前决定要创业，冯骥看到的机会是中国人的消费观会变。之前人们总把居住和装修绑得很死，他希望可以让人们看到居住的千万种可能，不换房、不装修，也能改善自己的居住环境，而不是一直凑合。

七年之后，中国人的消费观念确实有了很大变化，国内品牌也有了显著成长。“这都是不可逆的，只是说它可能不会像我们之前想的那么快”。对应到一家公司的发展，团队能不加人就不加了，投资大的新业务也就不做了。

似乎所有人都调低了对于未来的期望。之前资本市场和经济特别热的时候，冯骥接触到的人从大厂跳槽常常要求收入翻倍，“现在不太会了，期望涨幅差不多百分之二三十、三四十。”

投资方也平静了一些，以前他们会想很多，觉得很多新业务都该做。现在拿着公司股份的投资机构更关注经营是不是稳健。

冯骥总结自己大的变化是更现实了。激进增长的年代，似乎所有的事情都应该可以被解决，总会有人来帮你。那个时代过去了，“很多事是你无能为力的，很多事它是必然发生的。”

旅游是冯骥唯一的情绪出口。他每自驾去北京西边的门头沟，工作日晚上就看谷歌地球解压。他热衷拍摄野生植物，开玩笑说自己有可能会成为一名植物摄影师。

冯骥的母亲做财经和金融类媒体 30 年，她更早提醒儿子，经济整体形势不好，会出问题。妈妈和儿子之间经常有辩论，一个讲宏观经济上层建筑，一个回答自己只是一个小创业者，无能为力，“妈妈，我影响不了宏观经济，如果真出现什么情况，大概率也只能躺着中枪。”冯骥说。