童装运营人陈琳：每个孩子都独一无二，他们的优秀不应被定义

邢侠

伴随经济发展带来的消费水平提升以及庞大的儿童人口基数，我国童装产业近年来处于高速成长期。数据显示，我国0—14岁人口超过2.5亿人，2017—2020年，中国童装市场零售额从1800亿元增长至2292亿元，年均复合增长率为8.39%。

当前童装发展实力日强，设计更加多元化，面料选择、印染技术等更加精益求精，从而带来了品质的提升。童装产业的快速崛起带来了生活方式的巨变，现在80后、90后父母成为消费市场的主力军，更加追求童装的时尚化与品牌化。

赋予童装“灵魂” 优秀不被定义

童装的品质与设计都在提升，然而好的品牌更要具备精神内核。“每个小朋友都独一无二，他们的优秀不应被简单定义，不仅仅是学习成绩好或者报了哪个班就是优秀的小孩，我希望他们穿上童装后可以释放本真，自信大胆做自己，绽放出快乐阳光的风采。”陈琳是一位有着十几年童装从业经验的操盘手，她这样表述自己关于童装的理念与愿景。“无论在哪里出生，父母是谁，只要你做好自己，都值得尊重。”陈琳曾任多家童装品牌高管，对童装经营有着独特心得。

本土化创新打法 引领童装中国风

现在陈琳担任Lee童装的中国区品牌总裁，深耕国内市场以及研究消费者，谈到如何做好品牌的本土化，她强调，如果简单地从货盘中复制几个童装款式在中国销售，很难被市场接受。在她操盘下，原料、生产线等100%在中国完成，同时启用中国本土设计师、本土模特。

陈琳带领的团队以90后为主，设计师的审美与这一代父母十分契合。在T台上，90后的设计才华、模特的自信尽情绽放。

针对中国农历新年，陈琳将“中国红”“十二生肖”以及民族花纹等大量中国传统文化元素融入设计，打造富含文化底蕴的中国风童装。此外，她也计划与国内知名插画师做跨界联名合作，“接下来我们计划与国内的慈善机构合作，让设计师与特殊儿童的创作融合，或者举办慈善活动，让更多人看到特殊儿童的艺术世界。”

在市场营销领域，陈琳也“入乡随俗”，采用线上和线下同步运营，拓展了小红书、抖音等国内流行渠道。通过合作达人，投放话题等成功“种草”；直播购物则成为常态化运营，将创新元素、体验感带入新营销场景，短短三四个月内就掀起了一定声量，且已有小爆文，在新消费时代，用创新打法奠定了市场基础。

在国内，随着碳达峰碳中和战略稳步推进，服装产业的绿色发展也成为新风向。谈到童装的环保理念，陈琳介绍，自己注重选择绿色环保面料，同时也布局面料回收计划，通过回收旧衣服再加工，还原为面料纤维，从而实现循环利用。

“衣服的包装，我们也计划将纸袋改为环保袋。有些衣服悬挂了一串吊牌，其实顾客买回去也都仍掉了，还造成污染和浪费。我们将把吊牌精简为一个，印上二维码，扫码就可以获取面料成分等相关信息。”

陈琳在运营童装品牌时，核心理念之一是希望每个小孩都能穿上品质最好的衣服，相较童装的品质，安全与健康同样重要。

数字化转型的“破”与“立” 童装新赛道迎新机遇

根据中研普华产业研究院报告分析，到2025年童装市场规模预计将达到4915亿元。然而由于难以把握市场需求，很多服装企业普遍存货过高，从而影响了利润，甚至导致亏损。



数字化转型为服装产业发展带来新机遇，谈到这个话题，陈琳表示，大数据分析堪称解决行业痛点的“良方”。“我们聘请了年轻的设计师，但也无法确保他们的审美风格符合市场需求，只能通过做调研，利用大数据分析来锁定爆款。现在，版型、颜色都可以用数据沉淀下来。”

线上直播的同时，陈琳也完成了每个款式的预售，然后再向工厂下单，这样的操作成功解决了库存问题。“现在天气冷了，秋冬款的抓绒卫衣需要备货，我们通过数据分析，预测黑白灰三个颜色是最稳的，此外也统计了每天的出货量，让销售更加顺畅。”

陈琳将童装赛道锁定为6—13岁的中大童，并且开创性地选择了童装潮服风格，在她看来，这是一片蓝海市场，虽然没什么人走，却潜力无限。作为一名典型的“宝妈”，三个孩子在源源不断地为她提供灵感，她发现，现在的小孩自我意识、自主性都非常强，“我女儿十来岁的时候，就喜欢自己挑选衣服了。这个年龄段的孩子身高接近成人，心智却在发育。对他们来说，大人的衣服太成熟，童装又太稚气，往往更偏爱宽松的潮服。”

Lee童装上线短短4个月内就做到500万元销售规模，陈琳在经营的过程中不断总结着“方法论”。未来她希望与自己的团队共同成长，拓展更宽领域的合作，创造更多优秀的设计作品，参与国内童装事业，创造更辉煌的篇章。

技术先行，场景为王

陈飞的自动驾驶干线物流破局之道

本报记者 马国香

近日，一款名为“深向星辰”的智能新能源重型卡车成功落地。作为国内首款兼具设计美学和动力性能的自动驾驶卡车，“深向星辰”自去年发布概念车以来就引起了业内强烈反响。据悉，这款车型预计在2023年6月全面开启规模量产，届时将有1000辆车正式投入市场。

“相比普通商用车而言，‘深向星辰’在配送场景复杂且长距离的道路运输中更具安全性和可靠性，为此我们从设计之初就把车子的性能和智能放在首要位置。”DeepWay副总裁兼首席技术专家陈飞说到。“深向星辰”采用楔形代替平头车身，可以降低行驶中的风险阻力，减少能源消耗，而其底部搭载的高能量密度充换电池更是能够实现超长时间续航，提高补能效率。不仅如此，以陈飞为首的技术研发团队还为车子配备了智能一体化的LED触控屏、语音交互系统和影音娱乐设备，致力于为用户打造终极舒适空间。

背靠百度和狮桥两大互联网平台的DeepWay实力卓著，虽然是新兴企业，发展速度却让人刮目相看。基于在软件开发和系统搭建方面的卓越能力，以及积累的丰富经验，陈飞带领技术团队深入智能重卡的研发和制造，力求在自动驾驶干线物流赛道寻求更大突破。“我们要解决的不仅仅是高速公路干线的自动驾驶，更要提高传感器的性能，在自动驾驶技术上改进算法，提高车辆感知能力，这是我们始终坚持在做的事情。”

面对干线物流运输存在的人力成本和安全问题，陈飞主导研发出了适用于干线物流卡车的智能HIS系统。经过一年左右的算法迭代和测试验证，目前该系统算力可扩展至超过500TOPS，支持高速上L4级别的自动驾驶，同时该系统装有的摄像头、毫米波雷达、红外探测器等传感设备，通过对车辆进行分布式驱动设计，已具备全车无盲区及超过1000米的超远距感知能力。在这样强大的技术背景下，“深向星辰”横空出世，实现了在高速公路上自适应巡航、车道保持、自主变道等各项自动驾驶功能。

我国拥有全球最大的货运物流市场，2021年我国公路货运市场规模超过6万亿元，零售和整车物流占据了市场总额的90%，自动驾驶在干线物流上的深度应用具有巨大的市场前景。陈飞瞄准自动驾驶下半场，赋能技术和场景应用全新升级，加快自动驾驶技术在货运场景的商业化落地。他根据真实场景数据进行产品设计，通过产品与服务结合打造全新运营模式，提供多种模式的自动驾驶运输服务，并完善货运基础设施，满足了用户对实际场景的需求。

“随着技术的成熟和产业的发展，我们期盼更安全、高效、智能的自动驾驶重卡车队，能够自由疾驰在高速公路上，为干线物流运输的转型升级提供更多的技术力量。”在陈飞对智能驾驶技术平台和智能车联网的不断探索和创新下，DeepWay将重新定义中国货运物流行业新趋势，加速拥抱L4级别自动驾驶的到来，开启智慧货运新时代。

开辟葡萄酒产业提质升级的发展新路径

访陕西省葡萄酒商会会长苏智

本报记者 马国香

今年上半年，我国葡萄酒行业整体营收较之前两年有稳定的增长，呈现出缓慢复苏之态。经业内预测，到明年，中国葡萄酒市场规模将从2018年的148亿美元扩大到180亿美元。“未来整个葡萄酒市场将向多元化、规模化、规范化的形势发展，蕴藏着无限的生机与活力。”陕西省葡萄酒商会会长苏智如是说。

在中国葡萄酒消费行业兴起之初，为了能更好地促进供需平衡，引导行业规范化发展，壮大葡萄酒产业，苏智带领行业头部企业积极与当地政府沟通协调，促成了陕西省葡萄酒商会的正式成立，苏智则众望所归，当选了该商会会长，自此开启了葡萄酒由单一销售模式升级为多元化创新融合发展的新篇章。

作为商会会长，苏智扛起了带头构建当地葡萄酒文化体系的大旗，带领陕西省葡萄酒商会举办葡萄酒博览会、品鉴会等大型交流活动，将系统、科学的工艺与技术发展用生动、通俗的表达宣传给消费者，推广了葡萄酒历史传承故事。他结合地方特色，通过创新“葡萄酒+N”的多元模式，带领商会逐步打造文旅融合的葡萄酒创意基地；同时，他积极组织了多届集葡萄酒贸易、文化推广、旅游为一体的葡萄酒节，助力传统酒业升级转型。为适应快速发展的国际电商交易模式，苏智依托西安综合保税区、跨境电商等平台，特别是“长安号”国际货运班列等直达世界知名葡萄酒产区的畅通物流通道，串联起陕西与世界各国在葡萄酒行业的合作共赢，为中国葡萄酒行业注入源源不断的新技术和新能量。苏智说：“只有在不断学习中才能感知进步，我希望作为会长能不断探索求变，推动葡萄酒产业再上新台阶。”

苏智会长是一位勇于求变，善于创新的资深专家，在有效提升葡萄酒产业附加值和综合效益的同时，不忘坚守行业的标准，率先创建专家委员会，联合政府相关部门积极探索葡萄酒市场的长效监管机制，构建了当地葡萄酒企业诚信经营体系与规范，大力助益当地葡萄酒产业的标准化生产与销售，让更多优质的葡萄酒走向越来越多的老百姓的餐桌。

多年来，陕西省葡萄酒商会在苏智的带领下成为了一个品牌交流、文化传播、友好贸易的示范基地。如今，携手智利葡萄酒商会开办的2022年智利葡萄酒巡展，以及协同陕西省工业和信息化厅、陕西省市场监督管理局等机构承办的2022中国（西安）国际名酒展暨中国西安国际食品博览会等极具行业影响力的大型活动，也在如火如荼地开展及准备中。苏智表示，将继续以开放融合的态度，以商会为产业联动、协同发展的枢纽，探索发展葡萄酒产业合作新模式，牢固行业规范和标准，为实现葡萄酒行业的高质量发展持续贡献。

社址：北京海淀区紫竹院南路17号 邮编：100048 账号：10282000000248270 开户行：华夏银行北京车公庄支行 户名：《中国企业报》股份有限公司 电话：68701052（总编室）68485798（办公室）68701050（发行部）13683180392 耿女士 工人日报社印刷厂印刷（北京市东城区安德路甲61号）