

波司登：

“暖时尚”释放品牌消费正能量

波司登集团是以羽绒服为主营业务的多品牌综合服装经营集团，也是生产规模、装备技术在全国具领先优势的羽绒服生产基地。作为中国纺织服装领军品牌，波司登羽绒服连续19年（1995-2013）全国销量遥遥领先，连续17年（1997-2013）代表中国防寒服向世界发布流行趋势。2013年，国家有关部门首次组织开展中国自主品牌价值评价，波司登品牌强度达95.5，品牌价值达184.03亿元，列服装鞋帽行业前列。



波司登生产线引入瑞典ETON吊挂系统

在波司登集团董事长高德康看来，“暖时尚”不仅仅是外表的时尚，更是品牌与消费者的沟通，是人与人之间的关爱、交流、信任，是一种正能量的传递。近年来，波司登持续深化卓越绩效管理和社会责任管理体系，不断增强价值发展的协调性和可持续性，彰显品牌经济转型升级的强大内生动力。公司连续多年荣获AAA等级（银行）资信企业，并被评为中国工业大奖、全国重合同守信用单位、全国文明诚信示范单位、江苏省重合同守信用企业、全省依法治企诚信经营先进单位、江苏省质量诚信企业、江苏省出口质量优质奖等称号。

加强领导,完善机制,规范诚信经营管理

早在上世纪90年代，波司登就设立法务部，配合市场财务部推动企业诚信建设。为强化内部管理，公司又先后调整设立了审计法务总监及审计法务中心，并出台法人委托书管理制度、合同签订评审制度、客户授信与年审评价制度、应收账款与商账追收管理制度、失信违法行为责任追究制度等规章制度，形成了一套适合企业发展需要的诚信管理机制。

波司登全面推行卓越绩效管理模式，加强技术改造和设备更新，提升生产工艺和质量保障水平，打造国际制造品质。同时制定“件件是精品，处处有服务”的质量标准，建立了完善的质量控制



波司登博士后科研工作站推进研发新型多功能阻燃面料

及服务体系，先后获评全国质量奖、亚洲质量卓越奖，成为服装企业质量管理的标杆，践行卓越的楷模。2013年2月10日，被授予江苏省质量奖。

波司登顺应电商、物联网等新经济浪潮趋势，不断加大网购平台、现代物流科技园和企业信息化建设力度。在提升优化终端渠道的基础上，2008年起公司筹办电子商务平台，2009年4月设立电子商务部，2012年8月成立上海波司登电子商务有限公司。高德康董事长非常重视新生的电商平台的规范运营，亲自主持召开工作会议。公司先后制定电子商务运营部管理制度、企划部标准制度、物流部标准制度、系统开发管理制度、信息系统安全管理制度、人力资源管理、财务管理等一系列配套制度，确保电商各部门的密切衔接与各项流程的严格执行。2013年淘宝“双11”购物节上，波司登全网销售额达1.10亿元，较上一年增长近10%。

波司登还以“两化融合”为抓手，改造和提升传统服装制造业，发展现代产业体系。2013年，波司登入围“国家信息化和工业化深度融合示范企业”名单，波司登电子商务集成创新试点工程项目也入选大企业电子商务和供应链信息化提升方向试点项目。

转变思路,创新方法, 强化诚信经营自律

波司登在企业价值观上，突出强调“诚信、忠诚、责任”，重视从内部、外部和组织治理三方面培养良好的企业道德行为。充分利用入职教育、岗位培训、网络大学等形式强化对员工的道德操守教育。公司党委还在全国非公企业中率先成立纪律监督委员会，结合企业党建及创先争优工作，将诚信的舆论宣传、制度措施、考核评比、社会评价贯穿于企业活动的整个过程、各个方面，使诚信真正成为企业和全体员工的行动准则，做到对用户诚信、对员工诚信、对政府乃至社会诚信。

波司登重视品牌推广活动对社会公众的影响及社会责任。公司严格依法合规推进广告宣传和品牌推广活动，自觉规范企业营销行为。在品牌推广过程中，坚持用户体验，坚持公众利益，坚持环境保护，以时



精益求精,一丝不苟,努力实现“件件是精品”

尚性、普及性、趣味性设定推广主题及内容，弘扬和谐、乐观、向上的优秀社会文化，正确引导大众消费观念，实现了社会使命与经济需求的双赢。

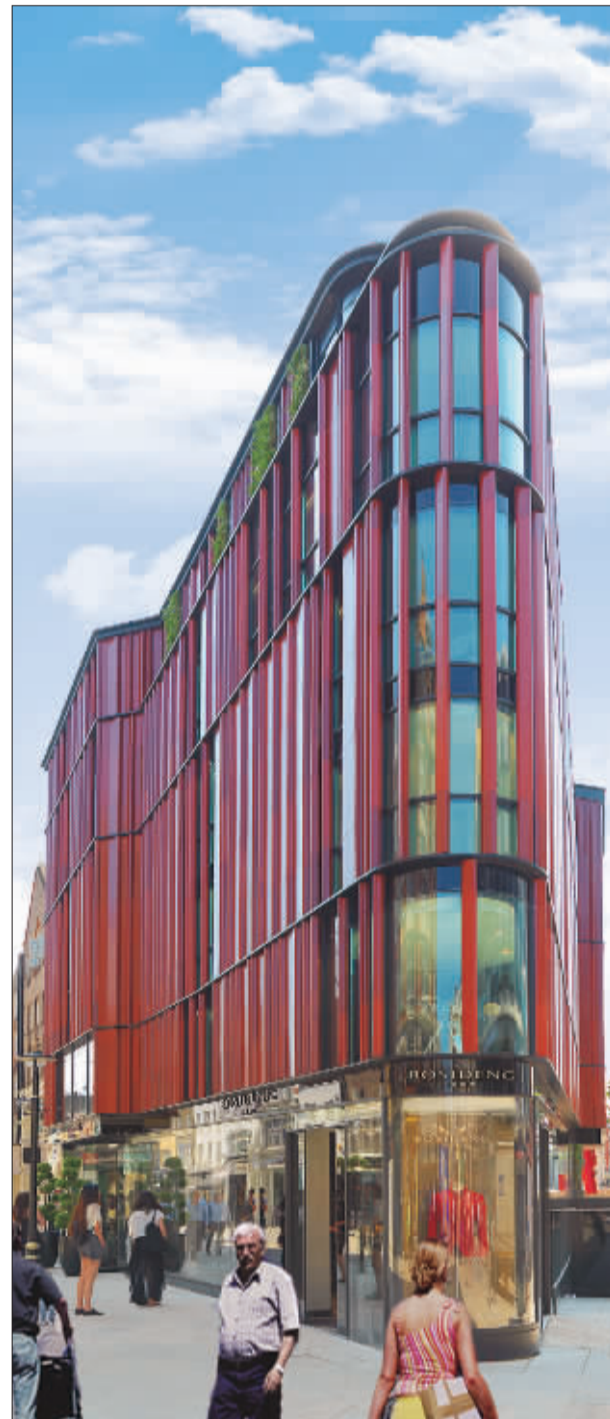
在电子商务项目运营方面，波司登非常注重降低成本，提高效率，为消费者提供超值购物体验。运营波司登官网、“波司登风尚”官方微博、“潮范”社区、终端携手明星达人等方式，全面整合线上线下营销资源，以玩乐、轻松的互动形式建立起和年轻消费群体的情感沟通；并与新浪等知名网站合作，对网络受众进行品牌文化及羽绒服文化的宣传，推广“暖时尚”新主张。制定了与线下渠道平衡的价格体系，做到网络价格体系一致，产品形象一致，货品物流统一配送，统一提供售后服务，使消费者得到真实惠。

为规范电商运营和网销渠道，公司投入数千万元导入ERP网络分销系统，在客户信用管理信息系统中建立了覆盖全国客户的档案信息，可实时监控客户的发货、销售、付款、应收款情况，避免了人情式管理，保证了交易安全。在整个营销过程中，充分顾及社会、企业、消费者以及内部员工的利益，与各大院校合作培养了一批电商高级管理人员及专业岗位运营专才，同时积极扶持数百家优质网络分销商，强化延伸与天猫、京东等电商平台的合作，在全国服装行业起到了标杆作用。

提升内涵,优化服务,营造和谐消费环境

波司登坚持“最大可能地满足消费者的需求”的服务宗旨，以消费者利益为最高利益，切实维护消费者权益。售后服务部设立服务咨询、维修、调换等质量跟踪服务，对消费者的每一份来信、来函、来电都及时登记处理。为了加强客户关系管理，公司以全国工业旅游示范点、消费者座谈会、消费者权益日、营销网络及调研走访等渠道收集、归纳、分析、总结消费者意见，在大量实效信息的基础上进行高效互动及有效沟通，为新品开发提供实时、有效的信息和建议，不断消除品牌瑕疵。此外，还与淘宝、京东、当当等电商平台的知识产权中心深度合作，严厉打击网络渠道销售涉嫌假冒波司登系列品牌及产品，规范网络销售市场，有效保障了消费者的权益。

“宁可自己吃亏，也决不让消费者受损”是波司登争创国际品牌的理念所在。依托覆盖全国的线上线下网络，波司登建成了企业、销售分公司、销售终端三位一体的产品销售和服务体系，售后服务及消费诚信建设受到消费者广泛好评，顾客满意度连年攀升，



波司登欧洲总部暨英国伦敦旗舰店

经营期间没有发生任何产品召回事故。波司登羽绒服被中国消费者协会评为“3·15标志商品”，公司先后获评质量服务双承诺单位、全国名优产品售后服务先进单位、用户满意工程先进单位、全国民营企业售后服务先进单位等称号。

诚实守信是市场经济的内在需求，是企业赢得信誉、立于不败之地的根本保证。波司登在领军中国市场的基础上，大步进军国际市场。目前，自主品牌产品成功进入欧美主要国家市场，集团在英国伦敦设立了欧洲总部及品牌旗舰店，签约成为英超热刺队官方合作伙伴，收购英国男装Greenwoods，和全球顶尖的电子商务公司——德国OTTO合作推广自主品牌，还在美国纽约开设时尚体验店，亮相纽约国际时装周，成为中国品牌崛起于海外市场的新样本。

2014年，是波司登全面转型升级、深化改革的一年。波司登将进一步完善诚信经营管理体系，致力于建设以质量为基础、以创新为灵魂、以快速反应为活力、以社会责任为实现过程的、“四位一体”的、有良好品牌生态的优势服装品牌，用创新成就时尚品牌的标杆！



波司登高效快捷的仓储物流