

陆文勇：世界级服务型企业必在中国

2016年4月19日，本年度最令人期待的电商与O2O行业盛宴“2016电子商务与O2O领袖峰会”在北京金隅喜来登酒店圆满举办。本次峰会由中国互联网协会指导，中国互联网协会网络营销工作委员会主办，会议主题为“拨云见日，‘遇’见未来”。大会立足于推动O2O行业健康稳固发展，得到了百度糯米、58赶集、神州租车、京东、国美、e代驾等业内众多优秀领先企业的大力支持。峰会吸引了近千名观众参加，现场座无虚席，19位演讲嘉宾各抒己见，发表行业观点、参与巅峰对话，推动电商与O2O行业的交流与发展。

e袋洗CEO陆文勇在会上分享了“世界级服务型企业必在中国”的演讲。

陆文勇说道：今天我分享的主题是世界级的服务型企业一定会诞生在中国。为什么分享这个主题呢？是因为我们一直在做服务行业，做网上的洗衣店的。我们之前有过一些思考，因为中国的服务业现在经历过最近的几十年都没有很大的发展，因为中国整个GDP的发展并没有从服务业上有很大的体现，包括我们刚刚追求完自己几十年前的温饱的解决到现有的物质产品的解决，现在可能人们会越来越关注生活本身跟服务本身。

最近的几年时间，从中国本身的经济到政府的支持，到现在整个创业环境跟投资环境的涌起，我们觉得中国有可能会诞生一些原创型的公司。这些公司也许不像过去的很多互联网公司一样，是我们从国外学习过来的，有可能是真正地诞生在中国并且去影响周边甚至是影响世界的。



第一，我们这一代的年轻人他们所渴望的生活，我们不愿意做自己不愿意做的事情，我们愿意去做一个懒人，所以我去做e袋洗去改变生活，让自己有机会不做那么多自己不喜欢的家务。现在年轻人有很多的渴望，他们渴望专心地追求梦想而不是说把自己的时间放在琐碎的事情上。可能我们渴望的是做自己喜欢做的事情，快速地成长和追寻梦想，而不是把所有的时间放在家务洗衣做饭等上面。去年其实有这样的一个调查，中国懒人有多少，这

这个话题有非常有意思，大家可以发现通过调研中国 76%的人都是懒人，他们不愿意做一些生活琐碎的事情。这个事情应该谁去做？应该有非常专业化和规模化的公司帮我解决这个问题，不愿意做家务是不是有家务专业的公司帮我去解决，也许我所渴望和喜欢的事情，我获取的价值会更多，远远大于我洗一次衣服花 80 块钱、100 块钱。

如今诞生了一个时代是懒人经济时代。是因为我们发现生活中很多的需求都可以通过一个软件，比如说打车，比如说我们叫餐，通过周边的服务去解决，去年的 O2O 非常火，包括吃饭、美甲、洗衣，我们通过手机可以解决自己生活上的大部分的问题，而且这个优越感我相信会超越过去几百年、几千年的生活，甚至是以前皇帝的的生活，我相信在座的各位今天离开会场会打一个车，同时周边可能有几百辆车甚至是几千辆车在等待大家。以前的皇帝出行也不过是几辆马车，现在各位自己出去的时候可以享受这么好的待遇。随时饿了想吃完就可以呼叫周边的餐饮，比如说百度外卖，随时想洗衣服可以呼叫 e 袋洗来解决，这样一个生活是让如今生活的品质变得不可思议，每个人都像帝王一样享受现有的生活，所以说我对生活本身是比较乐观的，因为我们在享受一个非常好的时代，而不是大家所抱怨的，说中国的经济或者是这个环境，说实话我觉得还是比较乐观的。

懒人已经成为了一种时尚，这种时尚已经不是传统意义上的懒，我不愿意做一件事情，而是我更愿意做我喜欢的事情，也许我做自己感兴趣的事的价值高于我对家务的付出。我们在想这个时代有什么样的意义或者是机遇，我觉得这是最好的时代，因为只有这个时代才有可能让我们的生活本身跟个人的生活品质有非常大的提升，而不仅仅是去获取信息或者是享受物质的服务。

所有企业的使命都是去满足人性的需求，大家会看互联网这十多年的时间，一直是从信息时代到物质时代到服务时代，信息时代有百度和四大门户满足人们阅读信息的需求，物质时代有京东阿里满足人们对物质生活的需求。最近几年我们发现我们不仅仅满足于买一个东西或者是看新闻，我更加希望的是能提升这个个人本身的品质生活和现实的生活，现实的生活是服务行业最深刻的意义，因为它是人对人是有温度的，是有情感的。在这样一个时代，服务比以前的电商或者是信息更多一些，多的是人性，人与人之间的情感。

这个时代我们会发现很多的事情是失效的，比如说流量，大家知道大公司有很多的流量，可是流量有没有用呢？他会发现很到时候是没有用的，拥有这么多的用户并不以为着我可以做很多的事情，特别是服务行业，经过最近的几年其实剩下的没有几家，因为会发现真正的巨头其实并不擅长做这些事情。比如说我原本是电商的基因，我能不能做服务，这是不一定的，因为服务的本质跟电商不一样，举一个非常简单的例子，电商是我需要挑选商品，而服务是我希望你能给我提供非常有品质的服务，本身的交易环节都是不一样的。

我们在做这个事情的时候在思考什么？我说我们就从一件小事情做起，从最简单的家庭服务洗衣开始。比如说单身的男士没有时间洗衣服，而且要穿得非常干净，没有时间熨烫，包括没有停车位，洗衣店的时间也是朝九晚九，我们下班的时候洗衣店已经停止服务了，这是不符合人性需求的。我们在设计产品的时候能不能符合用户的习惯，能不能在洗衣店前台交接的时间变得非常短，能不能把我们的计价变得更加地简单，而不是以前几百个品类，能不能做一些事情使得我们的流程可以透明化，可以更加有服务保障。所以我们做了 e 袋洗这样的一个产品。当时我们做分析调研的时候，记得做了很多的问卷，问用户说到底喜欢什么样的服务，什么样的服务你是比较满意的。后来我们会发现，用户的需求比较简单，他的需

求就是洗干净早点给我就 OK 了，因为他本身是希望有一个干净的衣服。我们对比跟传统店的需求的时候，其实传统店是麻烦，可是 e 袋洗比较方便、比较高性价比。

在完成这个事情之后，我们看我们服务的背后能不能做得更加地智能化，左边是我们的用户，我们的用户可以通过一个 APP 和微信可以预定一个服务，可能 30 秒之内可以完成一个预定，背后的服务不能简单，当你预定之后会由周边的社区的小 E 官价上门服务，这不是我们的全职而是这个社区的网上洗衣店的店主，是我们的众包加盟，他最了解这个小区可以随时随地地上门服务，这样取完了之后送到我们合作的洗衣店、洗衣厂清洗，这么简单的流程解决了用户很大的痛点，我晚上回去怎么办我不希望大半夜有陌生人进我家我希望可以信赖这个人。

我们做这个事情的时候能不能想把这个事情做成最高的标准和品质，我的合伙人是荣昌的董事长，他在洗衣行业做了 26 年，我们在洗衣品质上有很高的沉淀经验和要求，同时，我们前段时间引进了宝洁中国区的洗涤的研发中经理，他在我们这儿研发整个的洗涤技术，我们也成立了洗涤研究院。我们整个的流程会变得很轻松，通过手机的下单取送完成，是非常流畅的。我们在做这个事情的时候在想服务行业最大的不同是在于人，因为服务是人提供的，我们在思考是什么样的标准，我们是全职人员服务还是社会化的力量，后来我们先了一个特点，我们相信社会发展的规律，因为未来百万员工的公司都将不复存在。社会每个社会唯一不变的事情是每个人更自由。我觉得百万员工的公司就是一个帝国，帝国是逆潮流的，未来每个真都是属于自由体而不是一个团体，基于这个想法我想能不能让每个用户获得自己想要的服务，让每个人想做有意义的事情帮助到别人加入到这个事情来。

我们在 2014 年 9 月份做了一个尝试，因为我们以前做过洗衣店的加盟，加盟一家店需要 50 万到 100 万，我们做了什么事情呢？我们发现洗涤服务最核心的 50% 的问题是在于前端的的服务者而不是洗衣本身。我们就开放说开一家洗衣店，让社区里真正愿意做服务的人加入进来，长他们做这个小区的服务，因为大就在这个小区可以很快地上门，他本身是邻居，所以你不用担心家里的安全问题，而且未来会越来越地影响这个社区的生活，其实所有的设计都是基于用户懒人的场景来设计的我周末是不是要出去玩儿，是不是要约会穿得很整齐，我们没有时间去洗衣店，现在其实也是一个换洗羽绒服的旺季，拎着几件非常厚重的羽绒服去洗衣店也是很痛苦的，而且没有停车位。我们做了一些尝试，是什么样的情况用户会更加喜欢这种懒人的生活，越来越喜欢使用 e 袋洗，大家会发现人们越来越在意品质的生活对感情的满足。我们前一段时间做了一个喜新不厌旧，我们喜欢新的东西的时候不能忘记过去的情感和一路走来的历程，包括过去使用的东西和过去相处的人，我觉得应该去洗干净。

我们在 2015 年 4 月份做了一次活动，我们当时的订单突破了 10 万，每个订单是 3 件衣服，我们一天洗了 30 万件衣服。基本上我们是中国最大的网上洗衣店了。做完了洗衣之后你会发现连带的需求都会产生了，因为当你完成了蜥蜴的需求之后，人们就认为你把家里的东西洗干净，能把鞋洗干净，所以我们前段时间又做了一次活动，我们在白色情人节那一天做了一个白鞋真爱无暇的活动，我们当时有了 1 万的订单，大概是 3 万双鞋，一天清洗完，这是象征了中国最大的网上洗鞋店。

未来我们很可能成为中国最大的高端服装的清洗商以及中国最大的奢侈品的养护品牌我们希望成为服装的售后服务一站式的平台，大家都知道我们会买手机和很多的电器，大家觉得买的到底是产品还是服务？当你家里买一个空调或者是手机的时候，你会更在意他的售

后服务还是多花一百还是两百,我相信耐用品的本质是你使用它的时间而不是购买的那一瞬间,我有一个想法是未来的服务会越来越地影响电商,因为电商完全同质化,因为在电商和淘宝买的苹果手机是一样的,无非是价格不同,可是背后的本质你愿意买的原因是因为背后的售后服务是一致的。

如果说我们未来的电器、未来的很多的商品的售后服务做的足够好,我信心用户愿意选择服务好的,因为购买之后要使用一到两年的时间,买一个空调需不需要买一个一年之内免费修理或者是免费清洗的服务,因为自己去找肯定很麻烦。我们目前做完了洗衣、洗鞋,我们也是目前中国最大的奢侈品清洗商。去年我们开始尝试能不能影响人们的洗涤生活能不能给家里的洗衣液洗手液都可以是提供服务的,我们在北京一个城市 4 个小时内预售了 1 万瓶洗衣液,这在当时是非常火,因为购买完洗衣液之后一个小时就到手了,因为每个社区小 E 管家家里都会放,当你下完单以后可以随着你的衣服到家里去,它像社区管家一样服务于你想要的干净的生活。我们以后会拓展到洗涤的周边,可能每一个人都有有一些奢侈品,这些产品你买完了以后如何清洗呢?谁提供一体化的售后服务?在中国是没有世界范围也没有,因为服装行业相对比较分散化,每个人是个性化的需求。而大家手中现在拿的手机,为什么它的售后服务可以做得很标准,有苹果店和商品之家,因为它足够地标准化,它是一个工具可以足够地量产,它的 GMV 足够地高,所以我们可以单独地建立一个售后服务体系。

我们每个人都追求个性,这样每个服装厂商哪怕再高端的服装都没有能力建售后服务,因为只是一个平台,每个平台都很分散,中国最大的服装企业也不过 1% 的市占率,这样在社区周围会渐渐地产生一些小的洗衣店,因为大家买的鞋比较高端或者是养护起来比较麻烦,又产生了洗鞋店,后来又出现了奢侈品清洗店。可是会发现一个问题,这三家店都离得太远,因为他们的需求是一致的。我们现在做的事情是把它们完全地整合做成标准化的服务,目前 UGG 我们是中国唯一的售后服务商,我相信未来的 LV、COACH、PRADA 会授权我们,我们真正地可以成为中国最好的洗涤品牌。

我们对 e 袋洗的定位是希望它能成为懒人经济中的第一品牌,能代表新兴一代的生活,代表高品质的生活。这是人类历史上离改变生活最近的一次,因为每个人都希望自己的生活得到改变,每个人都有机会参与服务改变身边人的生活,我们觉得这个时代是伟大的时代,这个时代可以使每个人都有机会寻找自己所热爱的生活。

原文出自【比特网】,转载请保留原文链接: <http://net.chinabyte.com/128/13755628.shtml>