



杨秋良◎著

赢在品质

—— 欧林雅连锁制胜密码



杨秋良◎著

赢在品质

——欧林雅连锁制胜密码

图书在版编目 (CIP) 数据

赢在品质 : 欧林雅连锁制胜密码 / 杨秋良著. --

北京 : 企业管理出版社, 2015. 2

ISBN 978-7-5164-0913-8

I. ①赢… II. ①杨… III. ①服装企业—工业企业管
理—经验—湖南省 IV. ①F426.86

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 173065 号

书 名: 赢在品质

作 者: 杨秋良

责任编辑: 杨苏敏

书 号: ISBN 978-7-5164-0913-8

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701816

编辑部 (010) 68701408

电子信箱: 80147@sina.com

印 刷: 北京隆昌伟业印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170mm×230mm 16 开本 13 印张 150 千字

版 次: 2015 年 2 月第 1 版 2015 年 2 月第 1 次印刷

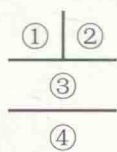
定 价: 39.00 元

欧林雅价值准则

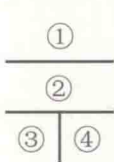
Onyou Value Criteria

企业价值准则是我们公司的最高行动纲领，是我们员工的最高行为准则，是衡量我们的决策、管理、制度、行为、形象是否准确的基准。每一位欧林雅员工尤其是管理干部一定要正确理解并时刻牢记我们公司的使命与精神。

- 企业愿景** 创造全新高品位生活
- 企业使命** 提高生活品质，打造一流企业
- 企业宗旨** 推动企业持续赢利、基业长青
- 企业客户观** 一切以客户的成功为根本
- 企业人才观** 诚信、务实、专业、进取
- 经营法则** 以人才为根本，以市场为导向，全心全意为客户服务
- 工作态度** 认真高效，信守承诺，决不找借口，保证完成任务
- 工作标准** 团结友爱，追求完美，勤奋努力，马上行动
- 品质宣言** 我是欧林雅的守护者，品质是我的生命，我要用生命去捍卫，我保证客户的满意、符合标准、每项工作零缺陷。



- ① 常务副省长于来山莅临欧林雅指导工作
- ② 湖南省人大副主任谢勇一行莅临欧林雅指导工作
- ③ 湖南省工商局局长李金冬莅临公司考察
- ④ 共青团湖南省委副书记赖馨正出席公司团委成立大会



- ① 第三季“王牌店长”特训营
- ② 欧林雅 2013 年度表彰大会暨 2014 秋冬新品推广会合影留念
- ③ 2014 年欧林雅 8 周年庆典活动
- ④ 样板店店长培训合影



① 董事长杨秋良接受 CCTV-1 《新闻联播》采访

①	②
③	④

② 欧林雅总经理傅泽星在新品发布会上

③ 省政府秘书长戴道晋为欧林雅颁发中国驰名商标证书

④ 杨秋良出席长沙市第十四届人大会议，当选市人大代表

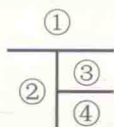


① 订货会上 T 台走秀

② 订货会上加盟商选购新品

③ 一年一度加盟商表彰会现场

④ 品牌代言人陈鲁豫为优秀加盟商颁奖





①

① 加盟店内场景

② | ③ | ④

② 四川仁寿店开业

③ 福建漳州店

④ 广西柳州店

名人推荐 / 序一



孙晓华
原全国工商联主席

我见过的企业形形色色，但欧林雅在我印象中尤为深刻，她一路走来，坚持品质之路，赢得是这般理直气壮：

8年的时光……

1000多家加盟店……

2000万的消费者群体……

每年20%的利润增长率……

这是杨秋良带领欧林雅从荒芜之中“拼杀”出来的企业履历。这份从无到有的“成绩单”让多少企业家自叹不如。

2006年，杨秋良先生凭借敏锐的商业眼光以及惊人的魄

力，在中国竹纤维市场几乎一片空白的情况下，不畏世俗的眼光，创办了欧林雅。

一路走来，欧林雅已经从一个十几个人的小公司发展几百人的公司，其加盟店的范围更是横跨了大江南北，几乎遍及了中国。

在如今这样一个“今天花开，明天花谢”的时代，欧林雅在市场经济中不仅站稳了脚，更是树立了自己独特的旗帜：中国竹纤维服饰行业第一品牌。

欧林雅的制胜点在哪里，答案是：赢在品质！

品质，是企业本质的东西，但是现今的企业面对浮华的世界，往往忽视了本质，流于表面形式。欧林雅做自己，坚持品质，守护品质，更赢在品质！

欧林雅品质赢在质量

浮躁的社会风气让大多数中国的企业本末倒置：到处拉拢资金，扩张规模，寻找企业壮大的奥秘，却忽视了企业的生命——产品质量。

问题奶粉无需再言，劣质疫苗也不用多说，一系列扑朔迷离的“标准门”事件难寻真相，一盘盘假羊肉卷甚至被端上了餐桌……对质量的漠视，最终换回的必将是自食其果，而且是难以挽回的恶果。

质量从来没有“终身制”，更没有捷径可走，很高兴看到欧林雅能一直守护着企业底线，从不在产品质量上心存侥幸。他们从来都是将产品质量放在第一位！在这里要向他们致敬。

为了产品质量和企业品质，欧林雅人日夜不休，刻苦钻研，多次创新行业技术专利并摘得各种荣誉，他们是当之无愧的竹纺织业“质量之王”！

欧林雅品质胜在服务

加盟意味着什么？

单一的经济效益？

欧林雅的答案：全方位服务！

在连锁加盟泛滥的时代，欧林雅绝对算一朵“奇葩”：有钱送上门不收，必须先做市场考察，看看欧林雅是不是适合在此地“落地生根”；有投诉上门，解决了问题也就罢了，非要揪着问题不撒手，使用什么“追魂枪”之类的招式，直至找出问题根源乃至公司漏洞……

他们这么做，无非是想为客户提供更优质的服务，让欧林雅的品质更上一个台阶。

于是，客户参观，全方位讲解；客户开店，他们培训还“陪卖”；客户经营不善，他们管；客户有困难了，他们解决；客户运输障碍，他们跑腿……

这是一种“傻子”的行为，但“傻”得真诚，“傻”得让人无言。

欧林雅品质立足未来

悠悠绿竹，情谊深长，意境更为悠远。欧林雅人更是用翠竹开创了属于自己的竹纺世界。

绿色、环保、健康、舒适是他们永远的追求。落脚在实处，着眼于未来。他们一步步走来，但是目光始终注视着前方。如果说中国梦就是实业报国，就是用自己的实力，打造更大的平台，帮助更多的人实现心中的梦想，那么，欧林雅做到了。

谨以此序向欧林雅和杨秋良先生表示敬意！

名人推荐 / 序二



徐浩然
远东控股集团董事、
全国品牌社团组织联席会议主席

每隔四年，欧林雅都会有一次完美的“蜕变”。

如果说2010年的《连锁制胜——欧林雅为什么赢》一书中，记载了欧林雅“从无到有”的过程；那么，翻开2014年的《赢在品质》，你会见证欧林雅“从有到优”的华美转身。

美国《财富》杂志曾经做过一次调查：19世纪世界最大的100家公司，到20世纪结束的时候，只有16家还依然存在。而众多“世界级”的

公司纷纷倒下的原因只有一个：品质不过关！

品质是企业的生命，这句话在任何时代都不过时。

严复译著的《天演论》中提及：物竞天择，适者生存。

当今的世界，是开放的世界。社会的发展浪潮波涛汹涌，创业意识势不可挡，一个企业要在竞争中乘风破浪，立于不败之地，就必须要有优良的产品质量。

企业以质量谋生存。

任何企业，若想在星罗棋布的同行中立足，若不讲求质量，注重信誉，那么后果不堪设想。

中国在改革开放初期，很多的大中型企业高投入、高成本、低质量、低效益的经营模式，注定企业发展如同一潭死水，最终导致他们只能苟延残喘，等待死亡的命运。

千里之堤，溃于蚁穴，如果一个企业的产品质量把关不严，那么不合格的产品一旦投入到市场中，就会直接损害消费者的利益，企业的形象也会随之一落千丈，产品滞销在所难免。因此，企业要以质量求发展。

企业想要发展，就是要抓住机遇，而能够抓住机遇的最强有力的手就是——质量。

任何企业，并非以优质的产品谋取生存之后，就高枕无忧了。树欲静而风不止，一个企业恰如一棵树，而发展之势则如狂飙卷地。如果企业不思进取，停滞不前，那么即使是一颗参天大树，也难敌狂风漫卷之灾。

杨秋良，一个拥有敏锐洞察力的企业家。从2006年成立欧林雅起，杨秋良就紧盯企业品质不放，这一坚持就是8年。

这一切源于杨秋良的梦想：欧林雅要打造成生态竹纺帝国，将健康、绿色、环保的理念传达到全球！

现在，“中国制造”早已经不是国人的骄傲了。“民族品牌”迅速升温，我们需要自己的民族品牌，我们要踏踏实实坚持做好

每一个企业，守护好“中国品质”。欧林雅就是其中最鲜明的例子。

为了自己的“竹纺帝国梦”，也为了“中国梦”，杨秋良不盲从于当时混乱的加盟市场，坚持“科技改变生活”的理念。于是，他花大力气到处拜访名师；更是投入了巨资引进先进的管理理念，以及专业的系统，完成了欧林雅从“生活品质”向“品质生活”的华丽升级。

而今，品质已然成为了欧林雅的标志！提及欧林雅，人们只有一个字：赞！

纵然服饰市场“万花齐放”，欧林雅依旧步步为营，打下自己坚实的基础，用产品描绘，用质量说话，开创出一片属于自己的蓝天。欧林雅的信心源自何处——高品质。

提及欧林雅，就意味着环保、健康、舒适。这就是大众对欧林雅品质最直接的认同！

如此的品牌认可，如此卓越的品质，让人信得过的质量，让人舒适的感觉，让人动心的美丽，欧林雅怎么会让人忘怀？

这样的欧林雅，人们会很安心，每个使用欧林雅产品的人，心中同时延伸着一个绿色的梦……

Preface

自序 / 杨秋良

“千磨万击还坚劲，任尔东西南北风。”

在写这篇序言之前，我先借郑板桥先生的这句话表达一下我做企业的态度。坦白地说，我是一个有野心的人，从第一天做欧林雅的时候，我就希望能把欧林雅做成一个像 LOUIS VUITTON 那样可以传承百年甚至更久的企业。而创业之前的研究和经验告诉我：要做到这一点，唯一的途径是保证产品质量，坚持高品质的企业文化。

从欧林雅创建开始，我没有把目标瞄准那些光芒万丈的“高大上”企业，因为我知道，那离我还很遥远，我们是小企业，我们才开始创业，我们要做的和能做的就是扎实打好自己的基础，所以从最开始我就一直告诉自己、告诉所有欧林雅人：只有做出最好的产品，并坚持做最好的产品，我们才能谈以后，才能向往美好的未来。

有人说做百年企业靠的是文化，也有人说做百年企业靠的是

制度、是流程，也许他们说的都对，可是我还是相信做企业最终靠的还是产品的质量、企业的品质。所以这几年的时间，我们没有费尽心思去编造属于欧林雅的令人肝肠寸断的故事，也没有倾全力去引进和打造国际流行的管理体系，我们一直在做也只做一件事——仔细研究竹纤维的特性，开发让消费者感觉更舒适更贴心的服饰产品。我们所做的一切宣传、服务、管理、流程，一切的一切都是围绕“创造全新高品位生活”这个企业愿景而进行。

为解决“起球”的行业通病，我们奔前跑后，寻找相关机构，花费巨资，耗时两百多个日日夜夜；为了弥补自己的错误，我们敢于回收并销毁100多万条问题毛巾……我们一直在默默地做着许多同行不以为然甚至不屑一顾的事情，只因为我们希望老百姓真的可以因为使用欧林雅的产品而改善自己的生活品质，至于我们自己的利益，我深信水到渠成，我们的真心也必然会获得消费者的认同。

我们都知道中国连锁加盟行业的大环境是什么样子的：大部分的加盟都是乘着“给钱就能加盟”，加盟商经营没有系统、利益没有保障。欧林雅在这样的大环境下，依然选择了加盟模式来发展，因为我们相信凭着自己的品质，能开辟一条不一样的加盟之路，因为我们敢做到“不是给钱就能加盟”、“不是收了加盟费就万事大吉”。经过几年的摸索和总结，欧林雅也终于开发出了一套让加盟商可以信任的独特加盟系统——“一条龙呵护”。

我是一个有野心的人，但我从来不是一个自私的人，我不知道按照我的做法能不能真的把欧林雅做成一个可以传承百年的企业，但是所有的迹象表明：我们走在正确的路上。这也是我今天敢于把欧林雅的一切拿出来和大家分享底气所在，我也真心希望能有朋友和我一起坚持走这条目前看起来貌似还算正确的路。

最后，感恩所有欧林雅的认同者、所有欧林雅的合作伙伴，以及所有关心和支持欧林雅的人，我们会一如既往努力让自己走在正确的路上，谢谢大家！