



深耕本土 守业破局

飞尼克斯杨帅的服装之路

消费浪潮迭代汹涌,实体服装行业历经流量冲击、市场变革与消费升级的多重洗礼,诸多本土老牌企业陷入增长瓶颈。在行业洗牌的关键时期,天津市飞尼克斯信息技术研究院有限公司董事长、天津市服装商会会长杨帅,以新生代掌舵人的清醒与魄力,跳出流量狂欢的误区,告别盲目扩张的浮躁,带领深耕天津三十载的飞尼克斯,完成从追逐热度到扎根本土、从粗放增长到精耕品牌、从单一经营到产教共生的华丽转型,书写了本土服装企业的守业答卷与突围新篇。

试水直播踩坑 看透流量虚火

作为接棒父辈事业的青年企业家,杨帅身处电商飞速崛起的时代,深知传统服装企业固守线下、陈旧模式的局限性。在全域流量爆发的风口期,直播电商成为行业快速起量的主流赛道,为抢抓市场机遇,2022年底,他带领团队远赴杭州艺尚小镇,全力布局电商直播业务,开启企业向外扩张的全新尝试。彼时的杭州汇聚全国服装电商优质资源,流量红利充沛,飞尼克斯的直播业务迅速打出声势,单场直播销售额可达数十万,单月营收更是突破五六百万,亮眼的数据让团队一度看到快速扩张的无限可能。

然而,流量浮华之下,暗藏着行业深层的发展陷阱。轰轰烈烈的销量数据背后,是居高不下的退货率,峰值一度达到90%。看似热闹的直播场景,亮眼的营收报表,最终无法为企业创造实际利润,纯粹的流量变现模式,让企业陷入“有量无利”的尴尬困境。这场轰轰烈烈的流量试水,让杨帅彻底清醒:企业发展的核心从来不是虚无的体量与数据,而是健康的经营模式、稳定的用户根基与可持续的发展路径。

这次试错成为企业转型的重要转折点。杨帅果断摒弃无序扩张的发展思路,终结盲目追逐外部流量的策略,确立“向内求索、深耕本土”的全新发展战略,开启飞尼克斯的复盘重构之路。

回归天津本土 做实百姓生意

深耕天津本土市场,是杨帅基于企业积淀与消费趋势做出的核心抉择。三十载深耕津门,飞尼克斯的根基与口碑早已扎根天津百姓心中,大批忠实本土用户是企业最核心、最珍贵的财富。相较于追逐陌生的外部流量,深耕熟悉的本土市场、服务稳定的本地客群,才

是老牌服装企业的立身之本。

扎根本土的核心,是贴合本地消费需求迭代产品、升级服务。杨帅敏锐察觉到天津消费者的审美与场景需求早已悄然变革。过去,本地消费市场偏爱规整正式的商务正装,也是飞尼克斯多年的核心产品方向。但随着生活方式升级,大众消费愈发追求松弛、舒适与多元场景适配,刻板的正装穿搭逐渐淡出日常,休闲化、场景化、舒适化成为服装消费的主流趋势。

精准把握市场变化后,杨帅针对性搭建全新产品体系,聚焦天津主流消费群体,重点布局适配中老年群体的特色产品线,顺势深耕银发经济赛道。他坦言,飞尼克斯的核心客群以50至65岁的本地消费者为主,这一群体拥有稳定消费能力、充裕休闲时间,热衷旅居出游、邻里社交,对服装的场景适配性、舒适度与质感有着更高要求。围绕用户“居家一公里休闲、轻社交往来”两大核心生活场景,团队持续优化产品设计,改良面料材质、优化版型剪裁,弱化传统正装的僵硬感,兼顾正式场合的得体性与日常穿着的舒适性,让服装适配居家、出游、聚会、轻商务等多元场景,精准击中本土用户消费痛点。

在产品迭代的同时,飞尼克斯同步完成渠道体系的全面升级。过往企业依托社区临街门店,主打“贴近居民、便捷购物”的传统模式。但随着天津商业版图迭代,龙湖天街、乐堤港、河东万达、杉杉奥莱等新型商业综合体崛起,消费者更偏爱“吃喝玩乐一站式”的沉浸式购物场景。杨帅顺势调整布局,从传统街边门店转向高端商业综合体,贴合本地消费场景升级趋势。同时,企业对线上渠道进行精准重构,摒弃纯电商冲量模式,转型深耕抖音本地生活赛道。依托深耕本土的品牌口碑与真诚的服务品质,飞尼克斯本地生活团购核销率突破40%,远超行业15%至20%的平均水平,用实打实的口碑赢得天津消费者的认可与信赖。

深耕产教融合 为行业育新人

在深耕品牌、做实主业之外,杨帅

跳出单一企业经营思维,立足行业长远发展,创新性开辟产教融合全新赛道,为天津服装产业蓄力人才根基。深耕电商赛道时,他深刻发现,数字服装产业的发展离不开专业人才支撑,客服、剪辑、短视频运营、仓储物流等岗位都需要大量实战型人才,而人才短缺正是制约本土服装产业升级的关键短板。

依托天津雄厚的职业教育资源,杨帅自2017年起率先开启校企合作探索,与天津交通职业学院达成合作,通过双师制培养、订单式人才输送模式,为企业培育专业人才。他创新提出“项目进校园”模式,将企业真实业务项目拆解为实训内容,让学生依托校园实践基地沉浸式实操,在实战中积累经验、提升能力。巅峰时期,飞尼克斯单次吸纳83名应届毕业生,为企业发展注入新鲜血液。

随着探索不断深入,杨帅将个人企业的合作模式升级为行业公共赋能平台。2022年,他深度参与东疆管委会牵头的数字经济产教联合体建设,联动天津交通职业学院、天津工业大学、天津科技大学、天津美术学院等多所高校,打造专属产教融合实训教室,重构教学与实训体系。依托人社局职业技能补贴政策,开展短期实战实训课程,将理论教学与企业真实项目深度绑定,让学生在校即可参与实战项目,完成岗位适配、能力锤炼。

这套成熟的产教融合模式,实现了企业、学生、行业的三方共赢。对学生而言,沉浸式实战实训有效降低了就业试错成本,通过学历证书与技能证书“双证加持”,大幅提升就业竞争力,2025年累计培训600余名学生,就业率高达85%。对企业及行业而言,精准的人才培育模式有效降低招聘与培训成本,为本土服装、数字产业持续输送实战型人才。同时,完善的人才储备体系,更成为天津招商引资的核心优势,成功助力蓝猫动画等优质企业落户天津,用人才底气筑牢产业发展根基。

扛起行业责任 助力津服再崛起

身为天津市服装商会会长,杨帅



杨帅

始终以赋能本土产业复兴为己任。回望过往,天津服装产业曾坐拥辉煌历史,凭借雄厚的产业基础、完整的供应链体系享誉全国。

如今面对消费分化、行业内卷、技术迭代的三重挑战,本土服装产业亟需转型升级。在杨帅看来,产业破局的核心,始终是人才培育、技术升级与行业协同。

依托商会平台,他持续深化全域产教融合,为行业输送优质人才;紧跟政府产业导向,推动新疆棉应用、人工智能设计等新技术落地,助力面料研发、生产工艺迭代;搭建政企校、上下游企业交流平台,打破行业壁垒,推动跨界合作、资源共享,凝聚本土服装产业发展合力。

对于天津服装产业的未来,杨帅满怀信心。北方独特的气候与生活场景,造就了多层次、多元化的穿搭需求,天然具备时尚产业发展优势。天津坐拥顶尖高校人才资源、成熟的纺织供应链体系、完善的营销与品牌建设生态,完全具备打造北方时尚中心的实力。

未来,他将继续以守正创新的姿态,深耕本土、打磨品牌、培育人才、聚合资源,带领飞尼克斯持续突围,助力天津本土服装产业重回黄金时代,续写北方时尚产业的全新篇章。

都市频道《财富+》播出时间:每周二、周三、周四20:15;经济广播《财富+》播出时间:每周六20:00。

理财漫谈

AI时代,保险是家庭理财的安全底座

步入2026年,AI正在改变理财规划方式,不少人依赖智能工具做资产配置,但要认清:AI可以辅助分析,却不能代替家庭风险兜底,保险依旧是理财布局里不可或缺的防守屏障。

理财分为进攻与防守,基金股票追求收益增长,保险负责对冲人生不确定性。疾病、意外、养老等风险不会因科技进步消失,一次重大变故,就可能消耗多年积累,让理财成果付诸东流。AI可以测算缺口、对比产品,却无法规避现实中的突发财务危机。

很多人迷信AI给出的高收益方案,忽略风险防护。要明白,AI仅为参考工具,存在信息偏差风险,不能直接作为投资投保的最终依据。保险不是投机产品,它以小额确定投入,转移大额未知损失。保障类保险守住家庭底线,年金类保险锁定长期现金流,服务养老、教育、财富传承目标。

科学的家庭理财,应当先用保险筑牢安全防线,再借助AI工具辅助资产梳理,合理搭配各类理财渠道。不盲目追逐高回报,平衡收益与风险,攻

守兼备,才能稳稳守护奋斗成果,从容应对家庭全生命周期的财富需求。



本文作者:魏明源

泰康人寿保险股份有限公司天津分公司员工,第六届理财师大赛选手。