

擁抱「互聯網+」 避免賒數和庫存壓力

淘工廠浪潮席捲服裝業

川盛針織是東莞大朗鎮首批進駐「淘工廠」的代工廠，該公司電商經理李兵在二樓接到網上客戶加印數百件衣服的返單後，一步跨幾級樓梯，飛奔到一樓車間交給師傅趕工。這種「小單、快返」模式，正催谷珠三角服裝業經歷一場「互聯網+」的轉型風暴。而身處風暴眼的「淘工廠」或已站到席捲下一波製造業升級的浪尖上。

文/圖： 大公報記者 方俊明 盧靜怡

川盛原以外貿代加工為主業，加入阿里巴巴「淘工廠」一年間大變樣。「淘工廠」訂單量後來居上，「搶佔」了原作為外貿加工的主要車間。李兵辦公的二樓，便是「淘工廠」的運營部；一樓則是生產部，板房、橫機、縫盤等應有盡有，工人一片忙碌。

零學習「淘工廠」，是外貿業態日漸下滑的無奈之舉。「幾乎每家代工廠都遇到過除數和庫存壓力。」李兵說，即使川盛的財務狀況良好，但月結被拖上兩個月也是家常便飯。在倒閉的廠家中，90%源自資金鏈斷裂。而線下交易的客戶傾向於下偏大訂單量，再分批拿貨，滯銷風險往往由廠家承擔。

「淘工廠」通過支付平台「錢貨兩清」的交易模式，避免傳統廠商繞不過的賒數、庫存壓力。唐興針織廠老闆張鳳金，從電商賣成衣轉戰「淘工廠」，也是因為資金周轉靈活和減少風險。

小單快返利潤更高

然而，並非每家工廠都能玩轉「淘工廠」。「小單、快返」四個字利落地總結了電商客戶的需求。

「相比動輒數千件的線下訂單，電商客戶每次下單貨量很少，只有幾百件乃至數十件。但這些客戶多為淘寶中高端賣家，去貨快，首單過一周後往往便有返單。」李兵稱，「小單、快返」款式更新快，對工廠生產和設計效率的要求亦更高。

為搶灘「淘工廠」，不少廠家對外貿加工生產線進行調整，經常出現「鵲巢鳩佔」的場景。「外貿訂單的單期往往一個月，而淘工廠一周內要出貨。」李兵說，廠裡今年專設「淘工廠」快單車間，配備員工30多人，最高日產2000件衣服。

帝銀針織也當年初電商「二人組」，發展到20人「淘工廠」專業團隊，今年還將擴充人手大施拳腳。張庚華特意調配了一條「快車道」生產流水線，以更好地適應「淘工廠」的生產節奏。

「『淘工廠』單量小，但單價更高，通過多次返單，利潤比傳統線下要高。目前我們已有60個線上客戶，而線下只有1個。」李兵充滿信心，今年「淘工廠」交易額料達600萬元，同比翻一番。

隨著「淘工廠」走上正軌，越來越多的代工廠業務亦出現明顯變化。「不僅通過涉足『淘工廠』學會了觸網，還憑藉代工廠品質培育了客戶，開始嘗試自己設計品牌。」葉梓欣透露，在目前大朗181家「淘工廠」中，已有超10%試水自主品牌，掀起新一輪的轉型潮。

上線企業激增8.5倍

川盛並非獨例。這種「廠店一體」的「淘工廠」經營格局，在珠三角服裝業已成燎原之勢，涵蓋了廣州潮流女裝、佛山時尚童裝、中山牛仔T恤、深圳高端時裝、東莞精品針織等領域。

作為全球最大的毛織產業集散地，大朗鎮已成為進駐阿里巴巴最大的「淘工廠」區域。大朗電子商務協會副秘書長葉梓欣透露，截至今年八月，累計有181家工廠上線「淘工廠」大朗毛織專區，較去年激增逾8.5倍，90%已接到訂單。

葉梓欣稱，中小型代工廠如果一下子轉型做品牌，生產現貨內銷會很吃力。「因為他們缺乏品牌知名度，很難賣，且自己要承擔買賣風險。而『淘工廠』不失為更加踏實的轉型模式。」

據阿里巴巴官網介紹，「淘工廠」是連接電商賣家與工廠的加工定製平台，前者可解決找工廠難問題，後者則增加新訂單來源。李兵直言：「跳過中間人，直接與賣家搭線，利潤不必多次被擠縮，是『淘工廠』的最吸引之處。」

「相比過去做一家『天貓店』成本動輒過百萬元，現在做個『淘工廠』店僅需10多萬元（人民幣，下同），還沒有庫存壓力。」品輝服飾公司電商負責人陳傑說，對於中小型代工廠而言，這無疑找到最適合的一種經營方式。

政府設專項扶持資金

在這一波「淘工廠」浪潮中，地方政府是主要推手之一。如大朗鎮政府今年三月便設立200萬元「淘工廠」專項扶持資金。

在政府一呼百應的表面風光底下，當地傳統製造業卻激盪着複雜的暗湧。受外貿低迷、成本上升、匯率波動等影響，內地中小型代工廠出現倒閉、轉移潮。

「以往靠外貿訂單已『吃飽』，對電商不了解，也不迫切去冒險。」帝銀針織總經理張庚華坦承，從



▲東莞市大朗電商協會副秘書長葉梓欣



▲川盛針織公司電商經理李兵



▲東莞唐興針織廠老闆張鳳金



▲帝銀針織公司經理張庚華

傳統線下接單	分類	淘工廠接單
主要靠跑展銷會等渠道找訂單，與客戶建立聯繫，並見面洽談；對方走訪廠家	接單方式	加入阿里巴巴「淘工廠」；網上通訊，未見過面。客戶通過網上備案了解廠家
海外及珠三角地區	客戶來源	內地各省市
數千到上萬件	訂單規模	可低至數百件乃至幾十件
一個月或數月	訂單貨期	一周或10天交貨
通常有一個月或數月賒數期	結算方式	通過阿里巴巴支付平台「錢貨兩清」
數個月	下單速度	下單後往往一周或十多天返單



▲趕工中的「淘工廠」車間工人

新手起步 喜中帶憂

「『淘工廠』把工廠都搬到網上了。」帝銀針織總經理張庚華透露，目前工廠生產業務已有逾10%來自電商，「每周諮詢的商家達10個以上。」但不少「淘工廠」新手仍處於學步階段，在報價、用料、質量等方面遇到新難題。東莞市外商投資企業協會常務副會長黃日榮指出，「淘工廠」對代工廠排單、排期考驗較大，做價外貿或線下大單的大型工廠未必能適應。「小單、快返」模式比較適合中小型工廠嘗試，如今外貿不明朗，通過網上訂單可穩定工廠運營。

「『淘工廠』跟電商不同之處，在於針對工廠生產資源，而不是零售貨品，讓工廠在淡季也能充分開工。」唐興針織廠老闆張鳳金對「淘工廠」寄予厚望，專門引入讀紡織專業的接單員、不同樣板的製作師傅。同為「淘工廠」新兵的裕和製衣公司，特意派出既有的電商團隊擔綱。經理葉小姐表示，有觸網經驗的工廠運作「淘工廠」並不難，成本也不算高。

有時遭遇「割喉式壓價」

然而，「淘工廠」也讓代工廠有些不適。葉小姐說：「因工廠在線化，資質、技術、報價等趨於透明化，有時遭遇『割喉式壓價』的窘境。例如我們報一件羊毛衣的生產成本55元，而客戶在其他店發現只需50元，就以此來壓價，利潤壓縮得很低。」

阿里巴巴規定「淘工廠」給客戶首單優惠，也讓廠家承擔較重成本。葉小姐嘆道：「以往工廠批發最少200到300件單色單碼才生產，但『淘工廠』給客戶首單優惠可去到50件，而且不代表第二單仍會找我們。」

此外，對「淘工廠」處於觀望狀態的廠家還普遍擔憂：傳統訂單工長期、款式固定，而原料基本每次都有剩餘，能循環再用。但「淘工廠」線上訂單頻繁更換、更新快，除了浪費原料外，還難以保障質量。

「與傳統客戶相比，部分淘寶賣家只在乎款式並不太注重質量。」有工廠負責人直言，平時網購到「超性價比」的衣服，其質量和線下門店相差明顯。對此，阿里巴巴官方回應說，「淘工廠」將增加材質承諾服務，讓出貨更有質量保證。

▲「淘工廠」工人正在加工出貨



珠三角製造業
轉型新招之二

抱團發展 形成集群效應

「以往主要靠跑展銷會找訂單，如今網上接單。」聖衣旺針織公司經理張大保說，連工人都可直接在網上對接淘寶賣家，傳統的尋訂單模式正在蛻變，「不再用託關係，接二手、三手訂單，層層下來後壓縮自身利潤。」裕和製衣廠電商經理葉小姐透露，參加淘工廠後，新增了一大批來自全國各地的客戶，包括檔口批發、天貓、淘寶等從未接觸過的商家也找上門。

不過，隨著「淘工廠」規模壯大，其他地方也來廣東搶客，分薄了部分工廠的業務。由此，也讓本地廠家激發了抱團發展的力量。

東莞市電子商務協會會長修細毅表示，虎門、大朗已形成「淘工廠」集群，這種以電商產業園工廠供貨形成集群效應，可以增加與阿里巴巴、商家及異地廠家的合作談判法碼，避免出現工廠「單打獨鬥」的局面。

譬如，大朗「淘工廠」產業集群突破100家後，使得阿里商城很多活動都偏向毛紡織，還為大朗特意搞紡織節，每次活動都吸引商家下單。

修細毅還指出，互聯網化使得在產業鏈上某個環節具有優勢的生產者都有機會入場分一杯羹，這不僅讓東莞中小工廠面臨來自全國各地更大的競爭壓力，也會吸引過去未參與電商訂單的本地大型廠家，可能利用空檔期加入「戰團」。

「按最保守估計，淘寶網上的電商客戶超100萬家，非哪個工廠能鯨吞的，抱團發展才能雙贏。」華軒針織負責人表示，無論大小訂單都接，接到訂單後若本廠能消化就「單幹」，如果做不完就聯合其他工廠一起幹。



▲淘工廠可網上接單

傳統模式 正在被改寫

記者手記

隨着電子商務強勢崛起，傳統商業規則正在被改寫。對於珠三角代工廠來說，向外，外貿環境風雨飄搖；在內，電商化的衝擊與商機並存，如何加快轉型迫在眉睫。

事實上，珠三角作為「世界工廠」，有較為完備的研發、生產、物流和營銷產業鏈，在發展電商方面有得天獨厚的優勢而廣受青睞。有數據顯示，淘寶網貨品近30%源於東莞製造。

然而，不少代工廠老闆在外貿接單、工廠管理方面如魚得水，但進入電商藍海時才發現知易行難，砸入巨資卻顆粒無收的案例屢見不鮮。

在產業互聯網化不可逆轉的進程中，「淘工廠」或為代工廠「觸網」轉型提供一種新模式。「淘工廠」通過連接電商賣家和工廠，試圖解決過去工廠不懂電商、電商不懂供應鏈的「痛點」。

譬如，阿里巴巴要求入駐「淘工廠」的代工廠為淘寶賣家免費打樣、提供報價及檔期，並且接受30件起訂、7天內生產等協定。如此，工廠「被迫」對傳統的生產管理流程進行電商化改造，而專業的電商、設計團隊不可或缺。

代工廠在進行電商、設計人才的儲備和培養時，不僅有利於提升工廠的創新能力，還可理順電商化改造中暴露的種種問題，提高自身轉型的成功幾率，亦為日後塑造自己品牌奠定基礎。

在這個過程中，電商化程度較深、轉型更快的工廠有望脫穎而出，通過精準「卡位」和先發優勢佔據發展空間。

在東莞虎門鎮，便形成了全國首個「淘工廠」集群；而大朗鎮，也成為進駐阿里巴巴最大的「淘工廠」區域。作為阿里向全國推薦的「淘工廠」發展樣板，無論是虎門還是大朗，都為我們展現了「互聯網+」傳統製造業轉型的可能。

目前，「淘工廠」在服裝行業初顯身手，打通銷售者和生產者之後釋放出的力量相當驚人，僅起初半年間便集聚了上萬家工廠。但如何延伸到其他傳統產業，將產業「淘工廠」進一步昇華，更值得期待。



▲東莞市大朗鎮是目前全球最大的毛織產業集散地