

# 電商成就行業發展「雙十一」一天掙逾億 情趣內衣讓「一夜暴富不再是夢」

見到江蘇美麗詩服飾有限公司董事長馬占祥時，他正在密鑼緊鼓地準備百餘套最新款「情趣內衣」，滿心期待自己的產品，能在8月28日香港會展中心舉辦的香港亞洲成人用品展會上「一炮打響」，他預計今年銷售額會從去年的1300萬元（人民幣，下同）提升至2000萬元。記者從採訪中了解到，在千餘家情趣內衣生產廠家和銷售網店扎堆的江蘇省連雲港市灌雲縣，日生產與銷售「情趣內衣」逾30萬件，年銷售額超20億元，內地市場佔比超過六成。

**新經濟浪潮**  
大公報記者 陳旻灌雲報道（文／圖）



「一夜暴富不再是夢，不再是為之奮鬥幾十年才能達到。」今年54歲的千秀服飾有限公司總經理常凱林，從事「情趣內衣」行業十年，他的感受是，灌雲「情趣內衣」的發展，與阿里巴巴同步，電商平台使原始的經營模式重新洗牌，意外成就了「情趣內衣」行業的迅猛發展。常凱林和記者分享了一個故事，他介紹說，當地有情趣內衣電商一年就準備一次「雙十一」，平時的網店僅維持，「備貨、囤貨，到「雙十一」的時候，一天能掙上億元！所以說一夜暴富不是夢想。」

## 往境外每日發貨逾十萬件

據當地官方數據顯示，灌雲生產的情趣內衣銷售覆蓋淘寶、京東、阿里巴巴1688、易貝、亞馬遜等全部全品類電商平台，每天發往印度、馬來西亞、美國、日本、非洲等境外訂單超過十萬件。今年上半年電商平台整體發貨2200萬單。談起自己是如何進入這個行業的，常

凱林回憶道，2008年，淘寶創立五年，灌雲有一批「情趣內衣的先驅」從廣東進貨上淘寶賣，「賣的很火！火到什麼程度？火到進不到貨。」當時灌雲有一家企業就自己生產「情趣內衣」，同樣好多人去搶貨。產品從生產線上剛下來，就被商戶搶空，「都沒有剪線頭、沒有包裝，廠家只提供了包裝袋和剪線頭工具，商戶拿回家自己剪。」

那年，常凱林還是縣供銷社的普通員工，妻子高潔在「淘寶」上開店，她跟着同伴一道賣情趣內衣，也總因「進不到貨」而氣惱。高潔還記得，當時「拿不到貨，心情特別不好」，「老公問我怎麼了？我說，今天賣了幾千件衣服，都拿不到貨了，他讓我拿給他看看是什麼衣服」，高潔笑着說：「一聽是情趣內衣，他還挺害羞呢。」

學過機械製圖的常凱林一看衣服，就說「這東西我自己都會做啊」，隨手就畫出衣服的圖形，兩人研究着用縫紉機踩出

## 辦情趣內衣展 建「衣趣小鎮」

灌雲當地目前有兩萬餘人從事生產與銷售情趣內衣行業，已形成內地最大的情趣內衣產業規模集群。馬占祥說，情趣用品已成日用品，不再是少數人使用的特殊產品。

灌雲縣委、縣政府為了聚集產業帶，在2017年4月成立電商協會，於2017年7月牽頭舉辦了第一屆連雲港（灌雲）情趣用品展。今年7月21日，「第二屆連雲港（灌雲）情趣用品展



▲灌雲縣連續兩年舉辦情趣用品展。圖為今年7月舉辦的第二屆連雲港（灌雲）情趣用品展 受訪者供圖

雲）情趣用品展」開展，85家海內外企業參展，內地全部電商平台無一缺席。展會上展示展銷的產品種類千餘種，涵蓋情趣內衣、情趣用品、服裝面料、輔料、服裝機械等，三天吸引2.1萬餘人參觀。

據灌雲縣商務局統計，展會現場簽約下單500餘筆，實現訂單交易額2000餘萬元（人民幣，下同），意向訂單1500餘筆。其中內地情趣用品專業銷售商寶維、醉清風，分別與灌雲縣情趣內衣龍頭企業達成長期採購意向，每年採購額至少5000萬元。

7月21日上午，灌雲縣還舉辦了「互聯網+灌雲情趣用品發展論壇」，中國電子商務協會、中國生殖健康產業協會領導輪流致辭，果果網、海贏、華邑、阿里、名淘等內地各主流電商平台高層分別演講。

據悉，灌雲縣正在全力打造以情趣內衣為主的「衣趣小鎮」建設，「衣趣小鎮」規劃面積3平方公里，建設用地面積1696畝。

## 絕殺技：款式更新快 保密發貨

據常凱林介紹，灌雲當地的情趣內衣生產廠家有500餘家，競爭極為激烈。他自己是「始終被模仿，從未被超越」，因為「一味模仿超越不了人家」。

常凱林每年至少投入40萬元人民幣研發新品，每周要出三、四個新款，迄今已設計生產情趣內衣2000餘款。馬占祥更是將研發設計團隊視作公司的重中之重。

馬占祥說，說電商成就了情趣內衣，是因為情趣產品在實體店裏，顧客購買還有隱私顧慮，而在網上買，「你看不到我，我看不到你」，採取「保密包裝、保密發貨」，發貨單上只寫產品編號。



▲美麗詩公司設計師設計出的情趣內衣新款，剛完成打樣

◀電商成就了灌雲情趣內衣行業發展。圖為淘寶店



英國 288億元（37億歐元）

中國 200億元

中國 200億元

中國與西歐國家女性內衣消費支出對比  
（單位：億元人民幣）

法國 133億元（17億歐元）

一件紙內衣。高潔又驚又喜，「真的挺像的！」

2009年，常凱林夫婦找面料、集樣品、進設備，迅速籌建工廠，開工生產情趣內衣。高潔將自己生產的情趣內衣取名「柔情天使」，建立品牌。果真，「做多少就賣多少」，產品持續旺銷，夫婦倆一夜暴富。如今，他們的工廠是阿里巴巴等電商平台和外貿公司光顧最多的批發大戶，年銷售額遠超1500萬元。

## 生意紅火背後有隱憂

而馬占祥在進入情趣內衣行業前，是一家食品廠的老闆，同時還開着一個小額信貸公司。他說：「四年前，我有一個電商夢，眼看着灌雲情趣內衣蓬勃發展的趨勢，感覺這塊市場是一個很大的蛋糕。」

2016年，他關閉了食品廠，果斷進軍情趣內衣。投資1200萬元，建起5000餘平方米的廠房，添置進口及國產縫製設備百餘台，去年生產衣服百餘萬套，銷售額達1300萬

元。雖然灌雲的情趣內衣行業看起來依然紅火，但馬占祥認為，大部分產品出自家庭作坊，存在互相模仿抄襲、質量高低不一，市場價格偏低，缺乏長遠發展後勁。

今年不到50歲的他，初中畢業後就在商場歷練，讀完南京理工大學的EMBA後，思維格局已不再僅僅是掙錢。他的目標是成為內地情趣內衣行業的領跑者。他認為，後發制人的優勢是「一張白紙好畫」，「電商成就了情趣內衣，我再用情趣內衣成就事業」。

他註冊了品牌，直接提升產品檔次，以產品質量為競爭力，在做「純情趣內衣」的同時，帶領行業朝「居家加性感」方

## 海外需求旺 非洲客戶慕名上門

今年10月，常凱林將專赴非洲塞內加爾首都達喀爾，與當地經銷商簽訂授權合同。「他們是通過阿里巴巴電商平台慕名找上門來的」，常凱林說，此前有內地外貿公司把自己的產品銷往達喀爾，「量很大，非常受歡迎。」非洲商戶找到他們，要直接進貨。這次去，「準備齊一個海外倉給他們，用了海外貨倉以後可以直接鋪貨。」

塞內加爾客商近兩個月已經兩次到灌雲與常凱林商談，並提供了他們的模特版型，「先拿了10萬元（人民幣）的貨，後面預計量會很大。」常凱林的產品在印度、馬來西亞、美國、日本、非洲都有可觀銷量，其中以美國為最多。

今年5月20日赴日本參加服裝展會，馬占祥收穫頗多。他說，那次參展是江蘇省商務廳組織的，灌雲有兩家企業報名，「真正去的就我們一家」。「到了

日本，300多家展位，只有我們一家展情趣內衣」，其他都是時裝、工裝、寵物裝。

## 憑獨特設計打開日本市場

馬占祥表示：「我去日本是想考察情趣內衣市場。」此前，有日本客戶來要衣服款式，「我寄去圖冊，可客戶不滿意。」在日本實地考察，與日本設計師交流，「才發現日本女人普遍胸小，更喜歡制服類款式。」回國後，公司設計師針對日本市場，重新設計了帶罩杯及胸托的情趣內衣數款，「報了幾款過去，很快接到訂單。」「在展會上結識的中國外貿公司也找到我們家在做。」

5月自日本參展回國後，馬占祥的公司就接了十多個日本訂單。不過，他仍然強調：「展會參展不單單是展示自己的產品，更重要的是學習的機會。」

## 白領大學生最愛購買

閻家的貨質量特別好，很好賣。」

黃昌龍補充道：「（情趣內衣）產業大了，優勢很明顯。廠家出的新款，我們第一時間能拿到。廠家在本地，拿貨肯定比在外地要便宜，運費就能省掉不少錢。」

常凱林說，情趣內衣是隨着內地的改

革開放才進入市場，消費人群以白領、大學生為主。他說，這兩類人群思想前衛摩登，接受時尚能力強。「現在是淡季，因為大學生放假了，我們生意就差一點。」「大學生開學了，銷售量就明顯上升。我們通過大數據分析，大學生購買佔37%。」

▶製作、配貨、發貨，灌雲當地聚集了千餘家情趣內衣生產廠家和電商賣家



掃描微信公眾號二維碼關注新經濟故事