

攪局者竟是「救命藥」？ 中國毛衫之都的痛苦轉型

「其實三年前就有電商平台找我進駐，當時我線下六家檔口忙到團團轉，線上賣貨壓價太厲害，我嫌利潤少不肯做，沒想到現在卻被迫學起了更新潮的直播賣貨，真的是三十年河東三十年河西。」浙江溫州人林仕微坐在位於濮院時尚中心五樓的店舖裏，遞給記者一個剛剛洗乾淨的甘肅蘋果，笑稱這是她的「牛頓蘋果」，讓她義無反顧決定投身新的賣貨方式。

新經濟浪潮
大公報記者
俞畫（文、圖）

作為「中國毛衫之都」，浙江省桐鄉市濮院鎮是全國最大的羊毛衫集散中心，佔全國總量60%以上。每天早上四點半，當大多數人還在熟睡的時候，濮院的幾大線下毛衫市場裏已是燈火通明。在這個1.7平方公里的集聚區，超過1.32萬家檔口分布在15個交易市場裏，伴隨著響亮的音樂，各家檔口的店員拿着話筒招攬顧客，塑料模特身上的衣服很快被扒下又換上，來自全國各地的實體店批發商們拎着塑膠袋穿梭在各個檔口挑貨。

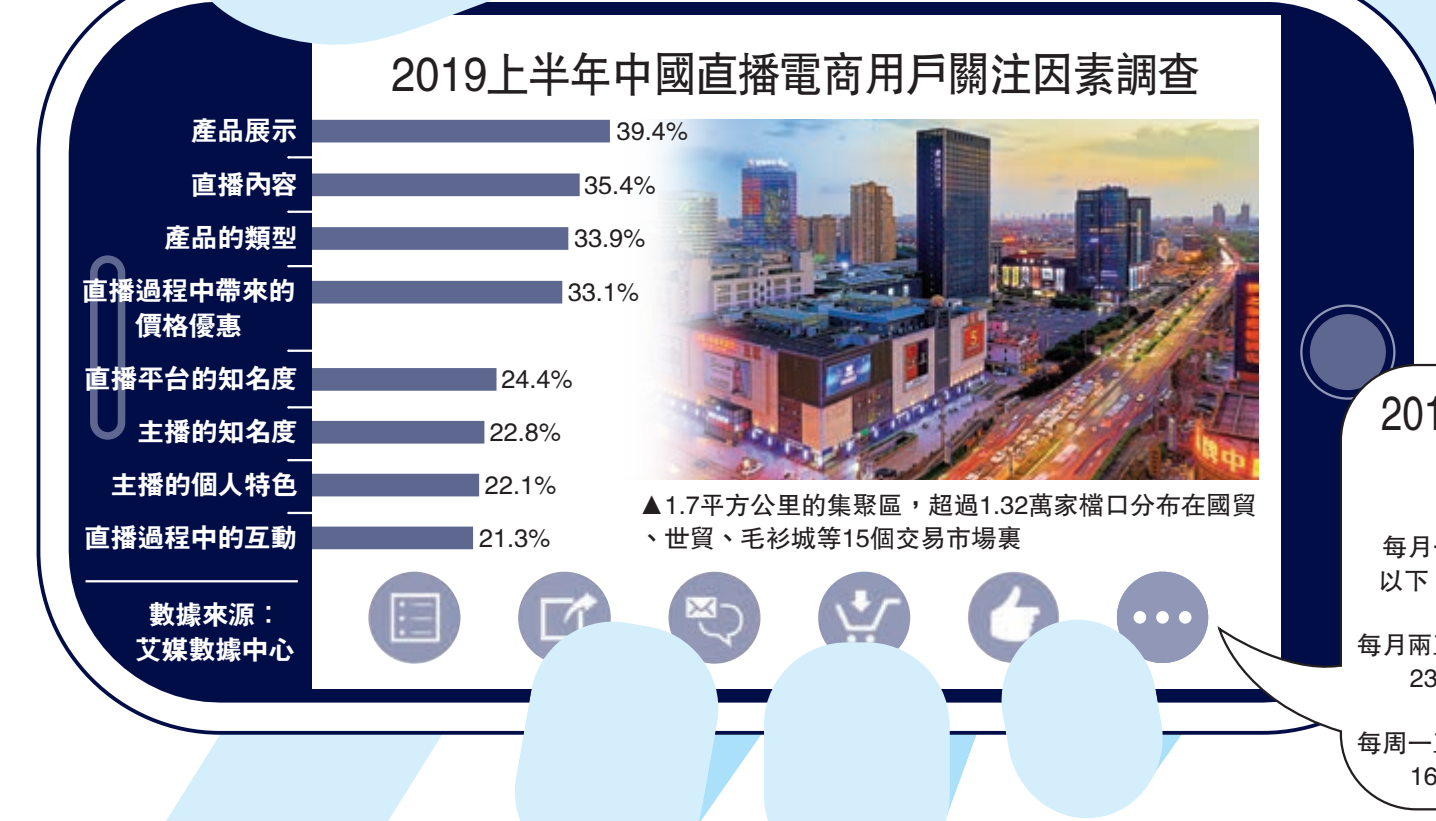
風光不再 老客戶流失貨款拖欠

這是延續了40多年的濮院毛衫市場批發模式。哪怕與誕生了阿里巴巴的杭州僅一小時車程，電商並沒有給濮院帶來太大的改變和衝擊，「一手交錢一手交貨」的方式有利於貨款回轉，一單就賣幾十手（一手等於10件衣服）的老客戶也更傾向於見到實物。對很多濮院人來說，走入線上意味着存貨積壓風險、售後服務增加、價格透明、線下用戶流失。

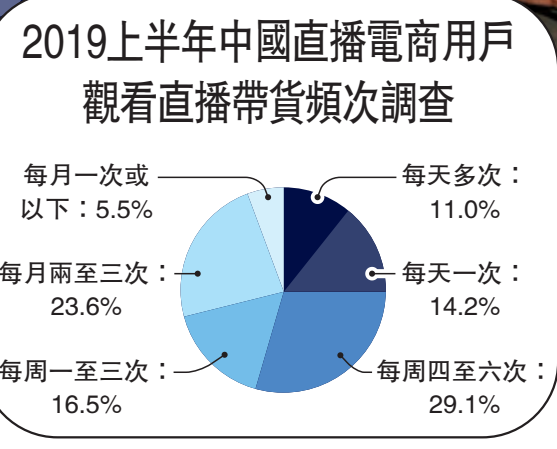
「我十幾歲就跟着家裏人出來做服裝批發生意，2012年來到濮院創業，巔峰時期在濮院的幾大線下服裝市場裏都有攤位，每年銷售額三、四千萬（人民幣，下同）。」法國淺奈爾服飾有限公司總經理林仕微穿着時尚，在她看來，電商更像是一個來勢洶洶的攪局者，會把線下市場給做亂掉。

「三年前，有一家電商平台找我合作，我想都沒想就拒絕了。」林仕微笑着說，那時候線下的錢「不要太好賺」，「好的版還在工廠的機器上就被預定掉了，批發商都是拿着現金來搶貨，剛開門就十幾單生意做掉了。」那個時候，到我這裏批發新款，必須每個碼訂五手以上，不然我都不考慮的。」

風起於青萍之末。2018年，內有經濟下行的壓力，外有貿易摩擦的風險，林仕微也逐漸感受到了市場的寒意。「最初是



林仕微與她的「牛頓蘋果」



電商供貨大戶：退貨率高令人卻步

商家心聲

桐鄉東牛服飾有限公司總經理俞富強是土生土長的濮院人，從小就在家中的毛衫作坊中長大，在他的印象中，無論是親戚還是鄰居，好像十個濮院人裏有八個從事的都是毛衫行業。「做毛衫技術含量低，買幾台機器就能開工，搖出來以後再拿到市場上去賣，過個溫飽的小日子還是沒什麼問題的。」

2004年，俞富強跟隨父輩的腳步，在濮院的幾大市場裏租了檔口，做起了毛衫批發生意。原本以為這輩子也會像父親那樣，守着幾個檔口過日子，沒想到卻迎來了電商時代。「最開始就是在阿里巴巴的B2B平台『1688』上為淘寶店鋪供貨，我們拍好圖片，發給淘寶店鋪，他們賣出了以後就來我們檔口取貨。」

隨着電商平台的交易系統和支付系統的逐漸升級，俞富強也慢慢地做起了「一鍵發貨」的生意。「最開始是一些遠在外地的淘寶店鋪，他們不方便來檔口取貨，就請我們幫忙發貨，等買家確認收貨後根據交易額分帳，再後來逐漸衍生到為京東、唯品會等電商平台的店鋪供貨。」

2018年，在東牛服飾5000多萬元的交易額中，超過4000萬元來自線上，儼然成為電商供貨的大戶。「我身邊很多人做慣了線下，都不願意做線上，最大的原因就是線上的退貨率實在是太高了，特別是在一些大的直播平台上，退貨率能到40%以上。除卻為此付出的精力，還要倒貼首次發貨的郵費。」

俞富強說，當他的企業做大了以後，也有不少同行前來取經的，但一聽到退貨率都打起了退堂鼓。

「在直播平台上買東西，很大一部分是衝動消費，特別是在主播的降價倒計時的吆喝聲中，很怕錯過了就虧了，於是頭腦一熱就下了單。結果到手一看，要麼覺得面料款式與自己想像中不一樣，要麼覺得『賣家秀』和『買家秀』差別太大，甚至有的是從衝動消費中醒悟過來，連包裹都沒拆就點了退貨。」

針對退貨率高的問題，俞富強的應對方式是不斷拓展供貨平台，目前東牛服飾除了供貨給天貓、京東、唯品會等主要傳統電商，也把貨供給微淘、雲集、抖音、快手等新型電商。「我們的目的始終是賣貨，儘可能利用多渠道多方式把我們的產品推向消費者，這一旦這家平台退了貨，我們還是能在渠道內把貨盤活，供應到另一家平台去，而不會積壓太多的庫存。」



▲桐鄉東牛服飾有限公司總經理俞富強

老客戶的流失，有兩位合作五、六年的老客戶突然就失聯了，後來聽說他們在廣州的實體店已關門了。到去年年中，客戶流失的情況變得頗為普遍，而勉強維繫的一些老客戶，也從一單就賣幾十手，變成先拿幾件貨賣着，而且第一次出現了拖欠貨款的情況。」

內憂外患 千萬投資近乎打水漂

最讓林仕微感到頭疼的，是她賭上大半身家進駐濮院時尚中心的一搏。早些年，濮院幾大線下市場均生意火爆，2018年在濮院鎮政府引導下，一座投資近12億元、定位為「國內一流的中高端時尚服裝服飾一級批發市場」的濮院時尚中心拔地而起，進駐商戶必須具備品牌策劃、自主研發、原創設計能力，是實力的象徵。

「早些年的順遂讓我有些衝昏了頭腦，我想做自己的品牌，而不仅仅是普通的服裝批發商，所以我開掉了其他線下市場的檔口，拿出近千萬元進駐了時尚中心。」說這句話的時候，林仕微坐在門可羅雀的店舖裏，皺了皺眉頭。「讓我沒想到的是，由於時尚中心走的是中高端路線，很多批發商都認為這裏的衣服肯定比其他市場貴，根本就不進來。」

事實上，見到林仕微以前，記者正在濮院時尚中心裏閒逛，臨近初秋，理應是毛衫的銷售旺季，偌大的時尚中心卻見不到幾位買家，如光從客流量上看，確實有些冷清。「我的店舖在五樓，總不能跑到外面去攬客，所以只能看着生意一日天地虧下去，千萬投資幾乎是打了水漂。」

外行看熱鬧，內行看門道。雖然沒有買家上門，但濮院時尚中心的不少店舖門口卻橫七豎八地鋪滿了等待發貨的快遞袋，舖頭小夥們手腳麻利地分裝、打包，走進店舖還能隱隱約約聽到裏面傳來「寶寶們下午好，這個價格只賣最後五分鐘」的吆喝聲。

「大概是從去年開始，身邊的商戶越

來越多地開啟了直播賣貨的方式，有時候一小時的直播，能賣掉線下一天的營業額。」林仕微看着有點心動，卻仍未付諸行動。「跟那些年輕的商戶們相比，我實在是搞不懂這些玩意兒，特別是他們賣貨還不是在淘寶，而是去抖音、快手這樣的短視頻平台，我連這兩個應用的APP都沒下過，玩不來。」

直到有一日，躺在家中百無聊賴的林仕微在兒子的建議下，下載了抖音的APP，刷起了短視頻。「我看到一個甘肅的老農民在抖音上直播他家的蘋果園，一邊直播還一邊賣蘋果，買家下單後，他就現場把蘋果摘下來打包發貨。」跟淘寶賣家相比，這樣的直播賣蘋果不僅看起來新鮮，而且價格還更便宜。「我也沒忍住，買了20斤蘋果，三天後就寄到店裏了。」

農民啟發 決定嘗試直播賣貨

林仕微遞給記者一個洗乾淨的蘋果，笑着說，當她拿到蘋果的那一刻，她就想通了。「六、七十歲的老農民尚能玩直播，我怎麼就不能去試試了？」於是，第二天，她就到店舖裏的幾個店員集中起來，讓她們都去下載抖音APP，宣告了她的新計劃。

不過，如今的直播電商也已成紅海，要在上面開一間能吸引粉絲來買貨的店鋪並不容易。「我問過代理商，如果要到店鋪導流活躍粉絲，一場1小時的直播至少也要幾萬元的代理費，還不能保障有多少的轉化率（從直播中下單的比率），成本並不低。」

「我現在一場直播能賣兩萬多元的貨了，但主要還是一些老客戶在看，再往後可能還是要跟代理商合作，請一些有帶貨能力的網紅來提人氣。」林仕微說，她眼見着身邊有店舖靠直播賣貨「活過來」的，線上市場固然競爭激烈，但面對的客戶群來自全國各地，總歸是比線下強。「不管怎麼樣，我都會去試一試。」



▲八十年代的濮院羊毛衫市場



▲如今正在進行的直播賣貨

模特改行做直播 收入翻三番

賺錢效應

Sammy決定做直播時，還是濮院市場裏「第一個吃螃蟹的人」。

畢業於浙江傳媒學院的她面容姣好，一雙又長又直的美腿讓她在學校裏就接下了不少淘寶店鋪的拍攝訂單。「其中有一家賣針織衫的店舖就在濮院，她家的衣服基本上都是我拍的，所以我也常到濮院來。」

大學畢業後，Sammy也來到濮院，剛開始是開了一家線下的服裝店，沒想到遇上了市場寒冬，一年時間就把大學裏攢的錢都虧了進去，還欠下幾萬元的外債。

為了還債，她在濮院毛衫城的一家檔口應聘成了店員。「底薪1200元，賣掉一件衣服，能拿5%的提成。」

2018年的夏天，正是傳統的毛衫銷售淡季，眼見着毛衫城的人流量越來越小，Sammy決定在抖音上嘗試直播賣貨。「第一次直播超級緊張的，生怕會冷場，還在直播前背了幾個冷笑話，衣服也是事前搭配好的，用的是店裏賣得最好的款式，吆喝了兩小時，只賣出五件衣服。」

不過，Sammy並未氣餒，她深知「養粉」是直播店舖最艱難的第一步，等粉

絲黏性做起來了，店舖銷量自然也就上去了。如今，Sammy一場直播的同時在線人數在千人上下，遇到「爆款」，1小時能賣出200多件衣服，就算是淡季，一天也能發出幾百個快遞。

直播的影響如同波紋在濮院市場裏蕩漾開來，不少原本處於觀望態度的檔口老闆紛紛找到了Sammy，向她請教直播賣貨的玩法，還邀請她去自己的檔口駐場，賣一件算一件的提成。「我現在每個月收入都有七、八萬元，比原來翻了三番還不止，債早還完了，下一步打算開一家屬於自己的直播店舖。」

搭建數字化平台 力拓新零售

流量風口

「我們在定義一個新的產業。」淘寶直播運營負責人趙圓告訴記者，今年，淘寶直播將打造10個銷售過億元的線下市場。「產業帶直播，是一個擴展場景和貨品的開始。未來，淘寶直播很可能成為橫跨新零售到新製造的重要工具。」她分析，產業帶與線下大型傳統商城優質的一手貨源，將通過淘寶直播，更直接的進入電商循環體系。

「在當前的經濟形勢下，我們濮院人必須創新求變，搶佔互聯網和數字經濟時代的先機。」浙江省羊毛衫協會會長吳炳明告訴記者，在2019中國·濮院時尚周上，由浙江省羊毛衫協會、毛紡織原料商會、濮院毛衫業成長企業聯合會等18家商協會發布了《促進服裝時尚產業數字化發展倡議書》，大力發展新零售、數字營銷，推進「電商換市」。

「具體來說，我們要在流量經濟的熱潮下，抓住網紅流量風口，大力發揮直播基地優勢，引領新零售發展。」吳炳明說，在此基礎上，濮院啟動了服裝時尚產業數字化平台，通過區塊鏈3.0底層技術將設計師信息、產品信息、生產信息、物流信息、客戶信息及財務信息上鏈，通過數字化平台的快速響應需求，降低庫存，真正

做到「個性化定製、柔性化生產」。

從經營戶自主觸網到市場領銜帶動，從試水直播賣貨到市場全面搭建直播平台，濮院用一根毛線織就了毛衫行業的航母，又用一根網線推進了產業鏈的裂變。來自濮院羊毛衫市場管委會的數據顯示，今年上半年，濮院市場成交額160億元，其中電子商務交易額超過40億元，線上市場正與線下市場形成新的合力，助推這座「中國毛衫之都」迎來二次生長的可能。



▲浙江省羊毛衫協會會長吳炳明認為濮院現在要「電商換市」



掃描微信公眾號二維碼 關注新經濟故事