

受网店冲击,即墨服装企业曾经的高利润率不复存在。转型电商,是他们在生死存亡间做出的抉择。

依托于即墨服装批发市场的众多服装企业、批发商、小店主,在这种转型过程中交过不菲的学费。转型的过程同样也充满机会,中小企业凭借船小好调头的优势弯道超车,逆袭大企业;而越是一些龙头企业,就越面临转型难的问题。

毋庸置疑,电商经济正引领着即墨商贸业的又一次革命,拥有30多年历史的即墨服装批发市场在这场洗礼中面临脱胎换骨的变化。而曾经依托这个江北最大的综合批发市场而生的众多企业主们的成功转型,正是有赖于一个成熟的电商生态圈在当地的建立。

## 寻路电商



8月2日,青岛童装商盟举行的童装发布会,吸引了国内上千家网商到场。(资料片)

# 政府帮忙搭平台,打造电商生态圈 即墨服装城再生记

本报记者 姜宁

### 童装电商抱团“网批”

8月2日下午,即墨世贸大厦,一群穿着即墨童装电商自主品牌服饰的小模特,正在台上走秀。

博洋、欧诺佳、名扬、澜特、吉美誉……这些即墨电商自创的品牌童装,出现在这场由青岛市童装商盟组织的2014年童装秋冬新品发布会上。

让人惊奇的是,这场区域性童装发布会,居然吸引了国内上千家网商、代理到场。

宋海燕也没想到这场发布会最终搞到这么大,尤其是即墨市政府通过关系,出面邀请到广东以及浙江义乌的同行,这些来自电商经济活跃地区的网商和代理商们手中都握有不少订单,这让宋海燕很兴奋。

看着小模特穿着企业自创的“欧诺佳”品牌童装轮番上台,这位青岛欧诺佳制衣有限公司的当家人脸上已经没了三年前的凝重。

三年前,宋海燕试水电商实属无奈。十几年前,童装行业线下净利润在20%左右,但现在整体利润率只有5%不到,一个很重要的原因是受到了网店的冲击。

在淘宝开店让宋海燕赔了不少钱。花大价钱雇了几个“电商高手”,再搭上不菲的开店成本,虽然精心挑选了几款童装款式,但每个月只有一千多块钱销售额,点击量更是惨不忍睹。

做了十几年服装生意、每年坐拥8000万线下销售额的宋海燕这才明白,就算他是服装业老手,但是电商这东西还真不是他想玩就能玩的。

宋海燕关了淘宝店铺,但他不甘心失败。一年前,即墨一些做童装的企业联合起来成立了青岛童装商盟,形成一个地域性的童装电商品牌,在阿里巴巴1688批发平台上抱团网批,宋海燕也加入进去。不到一年时间,通过电商渠道的销量就做到了1000多万。

青岛童装商盟会长王晓红也是被这股电商大潮冲击到童装商盟的,这名30多岁的女子是青岛吉美誉服饰有限公司的创始人兼首席设计师。她告诉记者,电商的快捷、低价,是线下生意比不了的。吉美誉刚推出一款新品,网上立即就有了山寨产品,而且还打着官方网店旗号,凭借低廉价格对正品产生了冲击。就这样,王晓红加入线上销售行列,去年,吉美誉还夺得了“阿里巴巴年度销量王Top8”。

从去年成立到现在,青岛市童装商盟已经吸纳了像欧诺佳、吉美誉这样的100多家相关电商企业。这些入盟企业一般是“三位一体”,在当地都有自己的加工厂,在即墨服装城有摊位做批发。电商大潮袭来,他们又像宋海燕一样在淘宝、天猫开店。

在王晓红看来,即墨童装商圈创立的这个商盟,实际上形成了一种价格联盟,使竞争对手从即墨圈子里的内部竞争,变成了抱团与广东以及义乌的电商竞争。童装商盟每两周组织一次会员企业核心网络运营团队的培训学习,相互交流,取长补短。去年10月,即墨服装品牌孵化中心投入使用,这个专门为即墨服装企业提供电商孵化、品牌运作等服务的平台,还给了童装商盟一间40平方米的办公室搞活动。

目前,即墨大多数电商大都处于草莽创业、单兵作战的阶段。电商技能水平低、人才匮乏、经验不足,尚未形成具有集聚效应的区域性品牌网络交易群体,这成为即墨电商实现跨越式发展的障碍,“网批”时代下,形成有品牌、有规模、有辐射力的电商联盟,抱团闯市场势在必行。”王晓红说。

再回首当初“交学费”的惨痛经历,宋海燕总结说,当时做电商之所以失败,是因为不懂行又没人带。现在看来,像欧诺佳这类中型服装企业,选择用零售网店这种渠道做电商是个错误,通过B2B模式搞批发最适合,现在他觉得,一千万以上的网销量,对“欧诺佳”而言也仅仅是刚起步。

### 背靠大树,“淘宝村”兴起

11日下午,即墨市城西的曼谷阳光小区又开始忙碌起来。物流货车来回进出,工人们从各家淘宝店搬出货物,准备装箱运往外地。这些大件的服装,最快第二天中午就能到达广州白马服装批发市场。

五六年前,曼谷阳光还是一个卖不出去的烂尾楼。那时房价每平方米只有四千块钱不到。现在,来自东北、江浙地区的淘宝店主大量涌入,“曼谷阳光”变成了寸土寸金的“淘宝村”。前一段时间,王晓红一套只有18平方米的网点房,就卖了44万元。

曼谷阳光毗邻即墨服装批发市场,最近几年电商运营模式急速发展,小区里千余户淘宝店主凭借着原产地优势和低廉的价格,对周边的服装制造加工企业销售造成了巨大影响,他们也从原始

的服装加工向电商渠道转型,同时还带动了5000余人就业。

对“淘宝村”的变迁,在即墨服装批发市场经营某品牌男装的李振涛感触很深。

李振涛干实体店接近10年,两年前,他听从朋友建议,将店里的衣服拍了照片挂到网上卖,结果卖得不错。后来线上走量越来越多,他就在义乌城租了间房当办公室,雇了八九个人专门负责网店。

目前,李振涛的网店月销量5000件左右,一年利润50余万元,收益基本跟实体店对等,“这样充其量算是淘宝村里的中等水平,比咱赚得多的有的是。”

比起李振涛这类专职淘宝店主,“淘宝村”里还有很多家庭主妇在家兼职做淘宝,或者两口子直接搬到曼谷阳光,倚靠即墨市服装批发市场这个充足的货源地做淘宝。

不光在曼谷阳光小区,在即墨东部一些乡镇和小区中,电商网售的发展也非常迅速。

淘宝店主张刚就是一个例子。张刚的父亲是即墨市小商品批发市场里的一个私营业主,做皮鞋销售生意将近20个年头。张刚初中毕业后就去父亲的店铺帮工。看到别人在淘宝开店铺很赚钱后,他也试着开了一个小店,结果三年时间越做越大。

去年,张刚的父亲为儿子投入了将近50万元在淘宝上开店,专门代销阿迪、耐克等名牌服饰鞋类。现在这家淘宝店每年有将近2000万元的销售额,10%左右的利润率。半年前,张刚的父亲关掉了实体店铺,和儿子一起在位于辛戈庄的家中开起了淘宝店。

(下转B02版)