

本报记者 董梦婕

近几年,电子商务在曹县大集乡的发展呈星火燎原之势,被誉为“淘宝双子星”的丁楼村和张庄村荣登全国专业淘宝村。2013年两个淘宝村人均纯收入为10130元,比全县平均水平高1000元。如今,随着“双十一”的临近,各网店商户进入“备战”阶段,大集乡两个淘宝村也愈加忙碌起来,各网店不是忙着打包、装运快递就是赶工增加畅销款式库存,为即将到来的年底旺季做准备。



任庆方正清点畅销款式的库存。 本报记者 董梦婕 摄



## 年底旺季战火前移 淘宝村备货忙

“亲，现在订演出服饰可享双十一狂欢价，双十一后就恢复原价啦！”8日下午，曹县侨尚服饰有限公司的客服们正和网上客户洽谈，摆放在办公室的六七台电脑交错传出的“叮咚”提示音此起彼伏。

记者在侨尚服饰的几家网店看到,网店主营红色文化主题演出服饰,虽然在售的服装款式不多,但多种款式都极为畅销,天猫“侨茵轩旗舰店”上,

总销量最高的一款儿童演出服装卖出了4941件,销量次之的一款演出服装也卖出了3596件。而这家天猫淘宝店也只是今年年初注册,“开张”仅10个月。

“年底期间的订单经常要加班赶工,为了解年底的订单压力,我的几家网店也参与了双十一的特卖活动,近期的成交量比去年同期高了不少。”望着自家公司货架上摆放的众

多表演服饰,任庆方告诉记者,每年的1、4、5、9、10、11、12月都是淘宝演出服饰的销售旺季,为了应对旺季,目前每套畅销款都有500件左右的库存,有些款式的库存近2万套。

记者调查发现,淘宝村不少淘宝店都在为双十一积极备战,除参加促销热卖活动外还提前月余备“年货”,一年中竞争最大的年底大战即将启幕。



## 淘宝村驱动周边5个乡村 品牌建设亟需加快进程

“这些年村里家家户户开淘宝店卖演出服饰，但是缺乏品牌建设，去年6月份想到必须得有自己的服装品牌，就开始申请商标，从注册品牌到成功入驻天猫商城，一共花了一年多的时间。据不完全统计，今年以来10个月里在天猫商城注册的‘侨茵轩旗舰店’赚取了约300万元的销售额，而在淘宝的七八个演出服饰网店的销售额加起来还不到100万元。”任庆方告诉记者，品牌建设为他的演出服饰销售带来了更广的销售空间，“预计今年能完成500万元左右的销售额。”

据介绍,自2010年有个别

村民试探性地在淘宝网开设网店,大集乡农民从事网店销售的时间并不长。截至目前丁楼村300户家庭有280户开设淘宝网店,占全村总户数的90%以上;有400余户家庭的张庄村,80%以上的人员从事网络营销。如今,按照“淘宝村”的标准,大集乡的常庙村、孙庄村、刘楼村、付海村、大寺村等5个村也符合了淘宝村的标准。网商数量达到当地家庭户数10%以上,电子商务交易规模超过1000万元。

“一些产品质量不错但尚未叫响品牌的企业只能为南方出口企业代工,目前两个淘

宝村里已经注册自己品牌的服装店只有两家,越来越多的淘宝店主有了品牌意识。”大集乡常务副乡长安庆说,2013年,全乡淘宝产业产值近2亿元,淘宝表演服饰产业已成为大集乡的支柱产业之一。“预计2014年将超过5个亿,仅六一期间,销售额就突破了3亿元,但是全村的品牌化经营进程较慢,同质化竞争压力加大。”任庆方推测,“很多人买东西都认品牌,入驻天猫商城首先就需要有自己的品牌和商标,如果不是2015年的天猫入驻标准提高了,明年全村可能有几百家天猫店。”