



“看天吃饭”的鞋业正发力

□本报记者 於徐阳 文/摄

螺洋街道上倪村是远近闻名的鞋帽村,全村有1/3的面积被近200家鞋厂所利用,其中又有1/3的鞋厂闯出了些许名堂,被各地客户所熟知。

入秋以来,雪地靴等冬季鞋子的“发力季”就在当下,各家鞋厂铆足了劲来个“冲刺大冬季”。要论今年生意旺不旺,除了各家老板对鞋款时尚敏感度外,更要依赖于天气,天冷则生意旺,因而这一行也被称为“看天吃饭”的行业。

“鞋一代”的“实创年代”

一楼车间,伴着机器的轰鸣声,全自动化喷胶、手工流水线作业,一切都有条不紊地进行着。每天有近万双成品鞋“走”下露宇鞋厂的流水线。

二楼车间,缝纫机窸窣窣的声音间,可见技工们不停手中的活,身边也都堆着数不清的雪地靴鞋面。

样品间里,老板叶明正不时接待着一批又一批前来看货、下单的客户,也接听着一通又一通的业务电话。

展示厅里,今年新款的三四十款冬鞋逐一陈列,拥挤而有序。厂门口,高高堆叠已经装车的雪地靴准备发往美国,这样的靴子在近段时间每天都有7000来双要到露宇鞋厂发出。

走进上倪村,常见路旁停靠着大货车,等待着装车再发往全国各地,甚至通向世界各地。还有快递公司的小货车,也在每天的十五六时准时出现在各大鞋厂门口。

露宇鞋厂以外贸为主,往年的订单很大一部分来自俄罗斯、乌克兰等国家。然而由于当下乌克兰局势紧张,导致订单量几乎为零。不过,叶明正又拿到了美国方面的订单,因此今年鞋厂不会过“寒冬”。

亮面、仿麂皮是今年雪地靴的亮点,叶明正坦言:“我们这儿的时尚风向还得参考广东一带,只要紧跟那边的风潮总不会出错。”不过,近年来鞋子利润微薄也是大多数鞋厂共同的感受。“鞋子总体价格并没有多大的变化,但技工工资等成

本略有上涨,压缩了利润空间。”据叶明正盘算,一双冬鞋的利润只有10%,而夏季出厂价为10多元的单鞋利润甚至低至几角,因此就需要“走量”销路。

不过,在今年经济形势相对严峻的大环境下,各家鞋厂不会贸然出手接订单。“特别是一些国外的订单,都是通过有资质、合作过多年的外贸公司来承担,而非自己‘单枪匹马’,否则一旦出现‘逃票’就难以追讨欠款。”叶明正坦言道。

作为“鞋一代”,露宇鞋厂是上倪村最大的鞋厂之一,年产值在7000万元左右。在“实创年代”,叶明正凭着早起步的优势打开了销路,但他指着一款嫩粉色的雪地靴说:“这是市场的需求。”

“粉红色在实体店并不畅销,甚至无人问津,但不少网络批发商却要求我们生产。”叶明正认识到了实体店与网店的差异,调整部分生产方



向,把客户的需求提到了设计层面。有了这样的转型,露宇鞋厂的商品销往网店的数量占到了内销比例的20%,且逐年上涨。

“鞋二代”的“电创时代”

叮叮咚咚……旺旺聊天平台不停闪烁着黄灯,林欣的十指在键盘上飞舞,一刻不得停歇。

“稍等一下,我先把这个马上就要跟我吵架的客户给处理了。”林欣不得不中止采访谈话。事后她说,网上总有那么一些特别偏激的客户,为了一二元的小事,或是一点小问题,非要整出个“你死我活”的局面来。林欣也坦言,自己真不想当客服,宁愿埋头去干打包的活。

林欣是上倪村金宝骊鞋厂的“鞋二代”,去年和丈夫叶建君一起在天猫上开起了“金宝骊旗舰店”。有着“鞋一代”经营了15年的鞋厂作支撑,网店虽起步不久,但经营得风生水起,也正因为有了此“门户”,鞋子销得更远了。

眼下也进入了下半年雪地靴的销售旺季,不过旺季比去年稍晚了半个多月。“虽然南方天气还热,但网上雪地靴的价格普遍较低,是入手的好时机。若进入下个月或是冬季时,价格就会随着气温的下降而上涨。”林欣说。

在忙碌眼下的生意之时,林欣还报名参加了即将到来的网络盛典“双11”活动。除了有着自家鞋厂后盾,不担心库存的有利因素之外,她倒是忧愁着又将是一场24小时的苦战。去年,“双11”零点钟声响起后,旺旺聊天平台瞬间全部亮起“黄灯”,聊天系统一度“沦陷”。当天,“金宝骊旗舰店”接到了近6000个订单,打包、发货一直忙了两个通宵。

酒香也怕巷子深,好货还得靠吆喝。“鞋二代”的全面“外连”,让忙碌的林欣有时不得不放弃一些在阿里巴巴平台上接到的代发小单子,也开始“舍弃”了淘宝上的“金宝骊鞋店”。就在记者采访的当天16时许,“金宝骊旗舰店”已经接到订单200余件。

O2O、B2C、B2B、O2P……这些字母和数字的组合对于“鞋二代”而言并不陌生,他们也准备好



迎接这个电子商务时代所带来的滚滚热潮,也让这个以前走不出去、逐渐萎缩成买方市场的鞋业有了新的生机,迎来了销售的“春天”。像“金宝骊旗舰店”,去年半年左右的销量占到了全厂全年总销量的40%有余。

看着别人吃“香饽饽”,叶明正作为“鞋一代”早就有了投身于电商“蓝海”的想法,但无奈心有余而力不足。他感慨道,电商的世界终归还是属于年轻人的。

虽然叶明正自身没有实质性地参与到电商之中,但从前年开始,就有五六家淘宝店主选择露宇鞋厂为进货厂家,今年又新增了三四家。这样的现象在上倪村非常普遍,不时有淘宝卖家上门来找鞋款、谈价格。

淘宝卖家小叶就在这“鞋村”中,选择了其中的3家鞋厂谈妥并签订了今年的进货渠道,“选择一手货源,起码在价格方面有保证,有可能在千万卖家中脱颖而出。”



“无心插柳”的大生意

□本报记者 李 敏

“你不来不做?不做我就换其他人了。”在遇到老林的很多时候,他都是在打电话,讲话语气听起来有些强硬,他说这就是他做生意的风格:爽快、利落、不拖泥带水。

据老林介绍,他的生意与建筑相关,涉及出售建筑材料、联系建筑工人等。在某物业公司管理的小区内,只要与装修有关的事情,找老林都可以解决。

老林今年40岁不到,河南人,几年前来到台州做建筑生意,而这门生意对于他来说,陌生又熟悉。熟悉是因为他以前是建筑工人,常年在工地跑,什么地方使用什么材料、如何施工等,他都很清楚。不过,他以前是“小兵”,有包工头带队,干的是技术活,材料价格虽知道个大概,但让他自己去买材料,他就不懂了。

老林想脱离工程队自己做生意,源于一次机缘巧合。老林是很讲义气的人,是能为朋友两肋插刀的那种。多年前,他的一位朋友遇到了些事儿,老林竭尽全力帮助了他,最终事情得以解决。朋友感谢老林,看他跟着包工头干活辛苦,常年在奔波,又赚不了什么钱,便劝他做生意。

“做生意?不行,我一个工人做什么生意?”老林说,他一直在工地干活,压根不懂做生意的门道,要是现在去做生意肯定会亏,“朋友当时说不要担心,既然帮了他的忙,大家都是兄弟,说帮我想想

办法。”

这一“想办法”就没了消息,老林也没当回事,继续在工地干活。大半年之后,老林接到了这位朋友的电话,说让他来台州,为某物业公司管理的小区提供水泥、黄沙、砖等建筑材料。老林没想到朋友是真心想帮他,因此他就这么来到了台州,在朋友的安排下,老林承包了某物业公司在台州管理的小区的业务。

在朋友的帮忙下,老林开始做起了生意。小区里的业主装修,不论是选择装修公司还是选择自己装修,所需的水泥、黄沙等,只要给老林打电话,老林就会立刻送货上门,价格与市场价格一致。

最初老林只是做材料生意,一天,老林接到了一位熟悉的业主的电话,问他有没有认识的钻孔师傅,老林习惯性地说:“钻孔不是装修公司安排吗?”业主说,他们没有找装修公司,是自己装修的,以前联系的钻孔师傅不肯做了,暂时也联系不到人,便试着问问老林有没有认识的。这一问,让老林恍然大悟:“只要跟装修有关的,只要业主有需要,都可以帮忙。”老林在进货时,便认识了不少装修师傅,他帮忙联系,然后获得少量的提成。

老林的生意已经做了三四年,他把老家的妻儿都接到浙江,还帮两个儿子在杭州开了家汽车维修店,让他们自力更生,他每个月都会去杭州帮帮忙。明年年初,他的孙子即将出生,现在的他称得上是家大业大的生意人。

换季时 商品差价大

本报讯(记者 蔡 聪)随着气温的下降,保暖拖鞋、护肤品等都受到了消费者的青睐。10月15日,记者在走访时发现,换季是商家的“最佳赚钱季”。但是对于消费者来说,这个时段相同的物品,在不同店铺,价格相差悬殊。市民们纷纷表示可以组团来个“折上折”,或是“货比三家不吃亏”。

“市场里现在秋冬穿的拖鞋,动辄20多元一双。为了优惠点,我都喜欢叫上朋友一起拿批发价。”在小商品市场,前来买拖鞋的王女士就以10多元的价格拿下了一双20多

元的拖鞋。

走访中,在给孩子买面霜的妈妈张影表示,自己给孩子买韩国某品牌的面霜时发现,实体店在售的价格要比微商们的价格贵20元左右。“如果有时间,还是多逛几家店比较好。在网上,我们可以拿到更便宜的价格,但是就怕买到假货,毕竟是和皮肤接触的东西。”张影表示,自从孩子读幼儿园后,她就比较喜欢组织班里的家长一起入货,这样不但能拿到“美丽”的价格,而且也可以买到更多中意的款式。

“现在,微信上都有百人组团买水果的。我们买的那些猕猴桃、柚子,1箱也就二三十元,很划算。”在十里长街做服装生意的蔡女士表示,自己平日要守店出不去,而购物大多就依靠微信上的团购了。

对此,一些消费者也害怕会买到不好的商品。记者在此提醒消费者,若是购买护肤品和食品之类的东西,或是直接团购的消费者,一定要找值得信任的店家。如果有空闲的时间,可以货比三家,确保买到价廉物美的商品。

“双11”未至 预售已热

本报讯(记者 李 敏)还有不到1个月的时间,一年一度的“双11”促销大战即将开始。近日,记者了解到,一些购物网站已经开启了“双11”模式,促销产品提前开卖,不再满足仅“双11”当天进行促销。与此同时,不少实体店的商家也在准备“双11”的促销。

市民王丽娜向记者展示了两天的购物成果,从她在天猫上“已买到的宝贝”中可以看到,她已经下了10多个订单,“10月13日凌晨,睡不着看看天猫,发现已经有‘双11’预售。有些想买的东西正好有预售,就付了定金,有些定金支付得还早

有赠品。”记者了解到,天猫“双11”预售于10月13日正式开始,消费者可先支付定金,11月11日当天再付尾款便可购买到商品。预售商品价格由定金和尾款两部分组成,分为阶梯价和非阶梯价两种形式,阶梯价的预售商品,价格可以根据定购人数的不同而变化,定购人数越多价格越低,非阶梯价则是固定的预售价格。除天猫外,京东等购物网站也有部分商品开启了“双11”提前促销的形式,价格与平时相比优惠了不少。

此外,记者还了解到,为了应对“双11”可能引起的快

递不畅,部分快递公司也开始积极备战。

近年来,电商的“双11”促销战也带动了实体店商家加入促销。孙敏经营了一家服装店,最近,她正在思考怎样趁着“双11”做一场促销,“11月也是衣服换季的时候,我也想凑凑热闹做促销,目前正在筹划中。”

