



探秘特色淘宝村
系列报道 2

24小时直播 10秒换件衣服

“淘宝镇”即墨通济街道数千家服装电商全力备战“双11”

依托江北最大服装批发市场，青岛即墨区通济街道成为中国首批“淘宝镇”，5个村上榜“淘宝村”，即墨服装市场周边区域的电商聚集区，每年“双11”都会上演一场没有硝烟的“网战”。服装“淘宝村”发生了哪些变化？11月3日，早报记者深入服装业户实体店、实体工厂调查发现，数千户传统服装实体凝聚成一张巨大的“网销矩阵”，在全国服装电商中占有很大比重。“双11”前夕，各商家纷纷备货迎接销售旺季的到来，客商拿货、商家打包、快递员取件……到处呈现繁忙热闹的景象。“青岛网红直播基地”内，商家们也早早确定下销售计划，备足货源、上传更新产品，开足马力冲刺。作为辐射山东、面向全国的服装物流集散交易基地，即墨通济街道已成为全国“网批电商”的重要货源。

现场： 24小时直播不打烊

“这个款式和颜色非常时尚，穿在身上的效果一定显瘦又好看，只要95元，最后20件了，喜欢的宝宝快来下单。”11月3日，记者走进即墨服装市场墨云直播基地，各处都能听到主播通过直播平台给粉丝介绍产品的声音，一个直播架、一部手机，像这样的场景每天在即墨服装市场的上千家商铺里上演。

“正好天气降温，今年的‘双11’开启24小时不间断直播模式，主播10秒换一件衣服，为的就是在短时间内让买家看到更多款式。”在即墨服装市场“电商村”经营多年的业户李方静介绍，这几年随着即墨电商发展迅猛，网销知名度越来越高，去年“双11”期间，两天直播销售额超100万元，这就是即墨服装市场上千家服装业户形成电商聚落的品牌效应。这几天，大家都在忙碌着备战今年的“双11”。

对于即墨服装市场而言，眼下正是最忙碌的季节。像李方静这样的电商在即墨还有上万个，每年的“双11”，他们都要准备十几万件服装。记者注意到，各电商都早早确定了打折活动，很多都执行24小时不间断直播，每一家实体店都有着自己的品牌和直播间，直播人员有着专业技术，不仅口才好，而且个个练就了秒换衣服的本领。

调查： 5000家服装实体店“触网”

因为这几天降温，来选购服装、进货的多了不少。对于即墨服装市场的商户来说，上午销售最为繁忙，因为顾客多集中在这个时候。眼下，商户们正在抓紧时间清理秋冬的库存，大家都在卖力吆喝，网上直接明码降价：毛衣60元、卫衣90元、羽绒服230元、加绒皮衣260元、羊羔绒外套280元……记者在墨云直播基地看到，很多业户正忙着备货、打包、贴标签，经过他们的辛苦忙碌，买家才能更快地收货。

在一家店内，两名店员正在整理直播设备，说下午要继续直播。他们称，现在有了电商直播，不少服装实体店开始依托电商平台发展壮大，大家都在转型求变中“触网”。

墨云直播基地负责人高金山介绍，目前入驻墨云直播的电商机构20余家，商户200余家，辐射带动市场及周边直播商户2000余家。每年从11月1日到11日，墨

云直播基地日均有200余家业户直播带货，每天发运物流快递服装包裹达到50万件。今年有更多的业户加入电商，经过专业培训，有的小型实体服装店最高一天卖货两万件。

记者了解到，作为江北最大的服装集散地，即墨服装市场年交易额超过500亿元，凭借设计时尚、款式新颖、性价比高等特点，每年“双11”的网络平台上都会吸引全国各地的消费者，而“即墨服装”已成为全国消费者心中的一个地理品牌。即墨国际商贸城管委会相关负责人介绍，目前，整个服装市场区域至少有5000家实体店“触网”，成规模的直播商家就有2000多户。

变化： “网批工厂”日销200万元

经过几年的发展，以即墨服装市场为中心的电商聚落，已经形成了一条集网店和生产为一体的电商产业链条，从成本上说，仅运费就降低了许多。商家的商品价格更便宜，加上自己的生产企业可以根据市场变化快速调整商品类型，也为网上销售增添了不少优越条件。即墨服装“电商村”辐射的区域也越来越大，电商正是占尽了即墨众多市场的优势，才能引来众多创业者。

与以往相比，电商平台发生了巨大变化。作为以批发为主要业务的即墨服装市场，随着许多实体店的“触网”，更多的服装生产企业也步入了“网批时代”，青岛纳钦服饰有限公司的刘国兴不仅有自己企业的直播室，而且在墨云直播基地也设立了直播工作室，他的主要业务并不是直播带货，而是通过电商平台向零售的电商提供货源，也就是“网批”。

“每年的‘双11’，是供应链商家最忙碌的时候，最高创下一天200万元的销售纪录。今年我们准备了百万件服装。”刘国兴说，他们主要生产童装和卫衣，经过几年的奋斗，创立的“N&F”品牌被推荐为2022年度“中国服装成长型品牌——原创设计师品牌”，成了网络销售冠军。

记者采访了解到，像刘国兴这样的实体服装工厂在即墨还有3000多家，目前“网批”供应链已经成为传统服装企业转型的机遇，正是依托这些企业，即墨才能形成电商聚落，而通过电商“网批”，也让大量的即墨服装品牌销到全国各地。“每家工厂都有自己的直播间，主要针对全国各地的零售电商开展网批业务。”青岛亮晶服饰有限公司负责人周玉福说。

打造直播电商数字经济产业园

10年前，早报记者曾来到即墨服装“淘宝村”采访，当时的服装电商数量还没有这么多，只在一个小区内聚集。而今，即墨服装已经形成了电商聚落，面积越来越大，形式也日趋多元智能。在即墨服装市场做生意的张杰说，他的实体店已经开了很多年，但是开网店才一年多，现在网店的收益跟实体店基本一样，去年，他在开实体店的同时开了两家网店，效果很不错。线上走量越来越大，网店也越来越多，在即墨形成了一个大的电商平台。

“以服装市场和直播基地为依托，在即墨区岷山时尚广场很快形成了一个青岛市直播电商数字经济产业园，赋能市场的服装业户和服装企业。”即墨国际商贸城管委相关负责人称，直播带货和下沉市场是电商新的流量来源，但电商的本质还是卖货，供应链创新是卖货的基础，规模供货、稳定供货以及性价比都基于供应链的创新。供应链的成熟又决定了成本能力、交付能力等，网红直播带货可以使电商迅速了解到服装爆款款式等市场行情。

靠实力撑起“电商矩阵”

记者：相比10年前现在的电商有什么变化？
高金山（墨云直播基地负责人）：当年的电商，规模和形式上处于起步阶段。随着这几年的发展，电商平台已经走向了多元化、智能数字化道路。此外，一个地方的电商云集，一定需要浓厚的商业根基，服装是即墨传统支柱产业，有了这个根本，电商发展的道路会走得更稳。

记者：作为即墨服装电商基地，墨云直播基地这几年主要做了什么工作？

高金山：经过几年的积累，墨云直播基地已构建起集“智慧供应链资源”“众多国内外大牌战略合作”“超强内容与运维团队支撑”“多种电商模式融合发展”等为一体的直播生态体系，不仅为服装市场业户提供平台，更多的是在整合优质资源和数字智能上为即墨服装电商产业赋能。

记者：以批发为主的即墨服装迎来了“网批时代”，这条供应链有多长？

高金山：随着直播带货成为常态化，越来越多的实体店、实体工厂加入其中，成为直播产业的重要基础。即墨许多服装企业转型后主要通过电商进行批发交易，这条供应链条的触角可以延伸到全球每一个角落。 本版撰稿摄影 观海新闻/青岛早报记者 康晓欢

发展

对话