

夫妻直播卖服装 2小时订单破千

记者跟访即墨批发市场两对“夫妻档小老板”临近春节服装市场产销两旺



徐兰兰在直播中。

临近春节，服装市场迎来销售旺季，每天成千上万件快递从即墨发往全国各地，甚至漂洋过海运往日本韩国。青岛早报记者在即墨服装批发市场看到，主播们热情洋溢地介绍服饰，工作人员紧张有序地打包，发往各地的快递已堆成小山，临近春节服装市场一派繁荣景象，所有商家似乎都按下了加速键。



工作人员在发货前进行检查。



每天下午，打包好的服装会统一发出。



扫码
观看
相关视频

艾越、徐兰兰夫妇 直播2小时订单破千

1月2日上午，青岛早报记者在即墨服装批发市场D区二楼看到，一个直播架，一个地灯，一个柔光灯，一部手机，39岁的老板兼主播徐兰兰正忙着向直播间的粉丝介绍一批牛仔裤：“这是烟管裤，比烟管裤稍宽一点的叫男友裤，他们都属于直筒裤，但是裤腿宽度不一样，我现在穿的这个是1号的小直筒，裤脚只有21—22厘米，超级好穿。”她的丈夫艾越正忙着打字回复粉丝的问题，并记录买家的下单信息。

店门口堆满了准备邮寄的服装，两名店员正不停地进行检查、包装，不到半天时间已打包了几百件。“除了‘双11’促销外，春节前是我们最忙碌、最赚钱的时候。”徐兰兰说，最近一段时间，采取“直播带货+批发零售”的形式，她平均每天都要打包五六百件，多的时候超过千件，门口的四五百件商品就是她昨天抖音直播两小时售出的。

今年39岁的徐兰兰从没想过自己会从服装实体店老板转型成为网红主播。2022年初，她从广东购进了一大批牛仔裤，后来积压在仓库里让她犯了愁，为了维持店铺的正常运转，徐兰兰决定亲自上阵直播带货，用新媒体营销的方法提高销量。“没受过专业培训，就是学着别人直播，没想到效果还不错。”徐兰兰说，她在平台的粉丝量也从最初的几个增加到现在的十几万个。

夜幕降临，服装批发市场停止了一天的营业，徐兰兰和丈夫艾越却到了一天里最忙碌的时候。徐兰兰告诉记者，做主播当网红并不是年轻人的专利，无论是开实体店铺还是做电商，都要有过硬的商品质量和对消费者心理、需求的深度了解，她也在“转型升级”中捕捉到

了商机。“2022年3月，在家闲了一个多月后尝试直播，没想到效果超出预期，往年靠零售批发每天也就一百多个顾客，现在直播两小时最多能卖出一千件，比实体店一天卖得都多，直播最多时有十几万人在线观看。”徐兰兰说，每天早上7点开业，下午4点市场关门后，回到家他们还要忙到晚上11点，年前的忙碌一般要持续到小年这一天。

徐兰兰介绍，直播卖货最大的优势就是没有“跑账”，以前做批发不通过平台，经常被赊账，每年都有客户“跑账”，而直播平台相对更有保障。徐兰兰说，这几年直播平台的兴起，让销售模式发生了变化，她庆幸自己赶上了风口，转型成功。徐兰兰下一步打算延长直播时间，争取能把直播做大。

于基伟、白淑娟夫妇 让即墨卫衣远销海外

火爆的市场行情，也带动了上游的针织企业，催生出越来越多自主研发、创建服装品牌的小老板，于基伟便是其中之一。在位于即墨通济街道的国际商贸城内，聚集了上万家商户，每年“双11”期间，这里就成了全国电商关注的进货地之一。今年43岁的于基伟告诉记者，入驻国际商贸城的基本上都是即墨本地人，多数都是原来做淘宝生意的，后来建起了自己的小型服装工厂，加上有网销的经验和固定的客户群，所以很快就打出了一片天地。于基伟除了在国际商贸城的直营店，还经营一家面积2600平方米的服装工厂。据他介绍，目前在国际商贸城外围的服装工厂大约有3000家左右。

1月2日下午，青岛早报记者来到于基伟位于即墨区恒山路的卫衣工厂，只见裁床车间里，工人们正在忙着裁剪布料。于基伟介绍，他们是一家以针织卫衣、卫裤、衬衫为主的女装企业，车间里在忙着将年前的订单赶出来。在隔壁的配货仓库里，成排的货

架上装满了各种款式的服装。“这些是明年春天的新款，这段时间忙着给国内各个平台的电商发货，既为节前的消费热潮赶货，也在为新春的订单忙碌。”于基伟介绍。

在该公司，同样忙碌的还有生产车间，这里有五颜六色的半成品。除了发力电商平台抢占国内市场外，于基伟的卫衣工厂正重点开拓国外市场，其生产的女装主要销往日本、韩国、美国。除了自己设计生产，根据市场需要，工厂也会接一些外贸公司的订单，“前两天有个客户刚下了美国的一个订单。”于基伟告诉记者，因为他们设计的服装款式新颖，质量优良，性价比高，吸引了不少新老客户前来下单。

于基伟的仓库正忙着打包发货，几名工作人员正在搬运堆成小山的货物。于基伟介绍，目前他的工厂每天出货2000—10000件，一年出货近150万件。“电商客户订货后，先做出产样，备好少量货，卖爆后再跟客户沟通，备货面料准备大批量生产。”目前，于基伟的“前颜”品牌服装已销往全国各地，他负责找客户，妻子白淑娟则负责设计，从事服装行业20多年时间，夫妻二人把爱好做成了事业。如今，随着服装市场加速回暖，工厂的订单增加，开工率大幅提升，于基伟的厂房规模也从最初的800平方米发展到现在的2600平方米。

“俗话说‘干一行爱一行’，做事就要用心去做，不用心肯定干不好。”在于基伟看来，做企业最重要的是经营思路。为了把工厂做好，他们夫妻二人每天早上7点半就开工，晚上9点多才收工，时间和精力全放在厂里，为了紧跟市场潮流，夫妻二人几乎每个月都要到杭州、深圳等地考察学习。

/ 新闻延伸 /

即墨纺织企业有3800余家

记者了解到，像于基伟、徐兰兰这样的小老板在即墨成千上万，尤其是在服装市场里，夫妻店特别多，很多年轻人冲着服装批发市场这棵“大树”而来，将自己的店开在这里，而即墨卫衣更是靠直播“火出圈”。

据中国纺织建设规划院调研情况显示，预计2023年全年，即墨纺织服装产业产值将突破700亿元，产业规模在全国同类集群中位居前五。目前，即墨拥有纺织服装企业3800余家，年产值621亿元，年产各类服装约8亿件。自2021年市场采购贸易试点开展以来，即墨市场采购出口纺织服装73.4亿元，产品销往123个国家和地区。

为顺应新的市场趋势，即墨区及时采取措施，不仅帮助服装业主学习直播知识，还建立起青创城、网红基地等平台，墨云直播基地构建起集“供应链+智慧云仓”“品牌集成+网红分级覆盖”“产业带+流量精准分发”“产品引领+跨平台融合”等于一体的直播生态体系，为市场业户加入直播产业搭建起一个更大的平台。

本版撰稿摄影

观海新闻/青岛早报记者 康晓欢 袁超