

在拼多多直播测款 一家民营鞋企的创新实践

通讯员 宋荣轩

王凯办公室的墙上，挂着一张超大的中国地图。十年间，地图上被他贴了密密麻麻的五角星，每一个五角星，都代表一块他打下的“江山”。

这张地图背后，藏着一个退伍军人的“电商兵法”——精准、直接、狠劲。2015年，他作为“小白”来到温州，在鞋厂从技术学起，当同行还在为维持线下营生而焦虑时，他率先将温州鞋搬上拼多多。注册店铺第二天，后台“叮咚”一响，卖出了两双鞋子。十年时间，他所在的工厂已发展成拥有500多人，年产值达三四亿元规模型工厂。

这张地图，也见证着温州制鞋业的“隐形实力”。温州作为中国鞋都所在地，集聚着上万家大大小小的鞋企。以前大部分鞋企没有自己的设计研发能力，主要依靠代工维持生产。如今，当地鞋企纷纷开辟自研设计，打造品牌。无数像王凯一样的年轻人，将温州品牌通过互联网推向大众。

温州皮鞋厂的“变”



2015年初，转业不久的王凯，和妻子一起到温州大舅哥的鞋厂帮忙。此前，他在北京做玉石、木炭生意均未成功，却因“敢闯、有头脑”被大舅哥看中，开出年薪20万。

因对女鞋一窍不通，王凯在厂里花了两个月时间，将所有的技术岗位了一遍，“从最基础的工作做起，又学了前帮机、后帮机的操作，再接触下料等流程。”

当时鞋厂依赖传统“坐商”模式，客户零散、利润消耗在人情中，王凯果断引入订货会制度，将全国各地的线下客户邀请到温州，现场挑选厂里每个季度打版的三三百款鞋子、当场下单，根据订单量精选款式，淘汰订单率不高的鞋子。首场订货会两天成交4000多万元，鞋厂出货量在王凯加入后从往年的80万至100万双跃升至400万双。

也是这一年，王凯注册了拼多多店铺。“拼多多店铺经营起来不需要太多的手段，简单。”他上传了十几款鞋，定价78.99元。意外的是，第二天就卖了两单，他直接从床上蹦起来回消息。

此后，他坚持每天优化商品图、报名平台活动。仅半年，日销突破两三百单，一双鞋子利润有十余元。

“坚持了一年，日销冲到了1000多单。”他在厂区角落辟了间小仓库，后来货架塞不下，鞋盒堆到了门外。

回过头看，他虽然是“小白”入行，



但却赶上了好时候。

在温州这个民营经济发达的地方，早已形成了以鞋革、服装、电气、汽摩配、泵阀等为支柱的产业体系。鞋革方面，自改革开放后，温州就迅速兴起了第一批家庭作坊，在鹿城、瓯海等区域形成“前店后厂”的初级产业链，靠低廉的劳动力成本与灵活的生产机制，占领市场。

进入20世纪90年代，以奥康、红蜻蜓为首的头部企业带头技术升级。从鹿城区的广化街道到瓯海区的瞿溪街道，从瑞安市的仙降街道到永嘉县瓯北镇，制鞋厂的招牌几乎覆盖了每一条主干道。

在鹿城双屿，几公里的街道两侧，挤着上千家鞋厂，空气中常年弥漫着皮革鞣制的味道。尽管很多工厂只有一两条生产线，但机器一启动，就是一派繁忙。每天凌晨，货运三轮车的轰鸣声此起彼伏，工人们将打包好的鞋盒送往物流集散中心。

王凯和妻子到温州闯荡的时候，正是温州鞋业从传统制造向电商转型的关键节点。

直播打造全网爆款

崭露头角的王凯，第二年就成了工厂的合伙人。到2019年，其拼多多店铺一天要卖2000多单。

到底年底时，别的商家都关店回家停发，他往河北老家发了两挂车货，“想趁着别人都停工的时候弯道超车”。结果回家没几天，就因为特殊原因物流被停了。

担心货卖不出去，心里着急的王凯在自家院子里架起手机，大年初六开启了多多直播。为了引流，那天他大手一挥，发了一万元的红包。直播间的观众收到弹窗，点击弹窗的红包，就能直接跳转到商家直播间。很快，直播间场观人数达到170万，两小时卖空两挂车鞋。亲戚邻居齐上阵打包发货，初八他便飞回温州在厂里排工。

王凯性格外向，直播时以老板身份和粉丝“交朋友”，边直播边嗦泡面的接地气风格，让他被冠上“实在”的标签。作为拼多多直播功能的首批入驻商家，他曾在第一年的平台直播大赛中拿下温州第七名，单月广告费返利37万元。

擅长思考和总结的他，也将直播利用到了极致。

传统鞋厂最重要的是打版，但过去全靠设计师闭门造车，200个款式经客户挑选后投产率仅20%，打样成本高且

成功率低。而王凯开创“直播测款”法，直播时将两款鞋摆在镜头前，“喜欢左边的扣1，喜欢右边的扣2！”只见公屏数字翻滚，相当于让观众实时选款。根据直播反馈，他能够快速淘汰滞销款，再将胜出款式推荐给批发客户，中版率从20%提升至50%以上。

在拼多多平台，王凯的爆款思路相当清晰：直播间里选中的款式，在接下来的几天里，每天会为一双鞋子直播2小时，“连续播7天，然后参加平台‘万人团’活动”。

“一旦店里有三四个款上了万人团活动，流量倾斜如开闸放水，并且持续产生订单。那店里其他的款式，就不愁销路了。”凭借这套打法，去年，他的拼多多销售额突破了3000万元。

温州新质鞋商 与拼多多的双向奔赴

王凯在电商行业沉淀了十年。他的性格直接，做事情目的性强，拼多多简单直接的经营模式，与他有着天然的匹配度。

他算过账，拼多多直播间用户购物目标明确，投入产出比极高。

依赖电商平台，是温州鞋厂老板殊途同归的路。近十年来，鹿城的老牌鞋厂自建直播间，瓯海的胶鞋厂在拼多多开旗舰店，瑞安的童鞋老板拍短视频引流。“以前靠批发市场吃饭，现在一部手机卖全国。”

而电商平台也在反向拥抱温州的

老板们。在王凯的印象里，拼多多运营人员解决问题的能力很强。“有什么问题，他们直接会马上想办法给我们解决掉。”

去年下半年，拼多多推出“百亿减免”，全面放开商家对异常订单的申诉权限，大幅为商家经营减负。王凯预估一年能节省几十万元，这些都将作为店铺的推广费用。

在和平台双向奔赴的路上，王凯的GMV（平台交易额）曲线始终是向上的斜线，他的工厂能做到“全动销”，也能承诺一年质保。在质量基础上，他还能一直走在打爆款的路上，最近拼多多推出的“新质供给”“千亿扶持”等经营策略，让王凯更有信心加大电商的投入，他打算引入套包机等新设备，生产更环保、轻便的无胶鞋，而平台确定性的订单就像一个加速器，将他的目标不断往前推，“今年单平台要冲刺5000万元。”

当问及这些年电商生意印象最深的一瞬间是什么？王凯说，有一次他三四岁的儿子突然闯进直播间，冲着镜头笑着说：“你们好，我们家鞋子穿起来很舒服。”

那两分钟，直播间爆了，王凯在讲的一款鞋子瞬间卖了100多双，直播间实时排名从第八名窜到了前三名。

对他来说，事业对他的意义早已超过了卖货。这个退伍老兵，在电商的浪潮里踩出了一条自己的路——没有高深理论，没有华丽套路，有的只是过硬的产品、真诚的态度，和一颗永远不服输的心。

（图由受访方提供）

