

# 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,将所有的技术岗轮了一遍,“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两三百款鞋子、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)

