

牵头成立首家数字经济领域妇联组织，档口传奇“华丽”蝶变

# 中南地区最大服装市场群的“女人江湖”

今日女报 / 凤网记者 周雅婷

“新中式冬衣，特别适合姐妹们的设计……”每天早上八点，隔着手机屏幕的叫卖声，让市场里的宁静被划破，商户们的一天被唤醒。

这些叫卖声的主人，来自株洲本地人俗称的“天泽华丽”（株洲市芦淞区天泽华丽服装批发市场），它坐落在芦淞服饰市场群中——这是中南地区最大的服装集散地、全国排名前列的服装批发市场集群。经过40余年的发展，这里已经成了全国知名的服装贸易市场之一。

近年来，电商平台的崛起使得服装行业面临了巨大的变革。传统的零售模式逐渐向线上转型，消费者的购买行为也随之改变。数据显示，2024年电商销售额占服装行业总销售额的比重已经超过70%。

而正在经历变革的“天泽华丽”也有自己的运行规则：晨起大量的店铺开始营业，操着各种口音的买家来“挑货”，销售跟在一旁帮着搭配、选款；店铺中心的台子上有几名穿版模特，一边对着手机频繁地更换新衣，一边处理线上订单。

在这个专做女装的“天泽华丽”，90%的员工都是女性。线下经营火爆时，女商户们天天“飞”往全国各地当买手，成就了一个个档口传奇，直播电商时代来临，她们积极转型，带来了一场拥抱互联网的“华丽”蝶变。

## 平均40秒换一套衣服

“在这里待得久的老板娘，能吃苦，意志力强，都不简单。”宋洁由衷地竖起了大拇指，这是她在“天泽华丽”做了18年生意的真实感受。

今年39岁的宋洁，刚进入服装批发行业时，正是这个行业和市场的巅峰。

得益于京广、浙赣、湘黔等铁路干线交汇的优势，20世纪80年代起，株洲芦淞市场群就是中部地区最具影响力的服饰集散地之一。

1994年，华丽女装批发大市场成立，这是湖南省内第一家专业女装批发市场，当时的专业化、细分市场领先于全国的服装批零产业，在实体经济时代，这里的服装畅销20多个省份。宋洁目及之处，都是服装生意繁荣发展的场景，于是，她离开家乡西安，跟着

男朋友来了株洲，在“天泽华丽”盘下了一个10平方米的档口，专做活泼、青春的运动风T恤。

市场里有一句出名的话：“每一个老板都是买手。”老板们奔波于全国各地，用最敏锐的视觉和审美带回一件件靓丽的女装。听上去光鲜，但宋洁也吃了不少苦头：抢不到绿皮火车的硬座，随身自带小马扎，一坐就是十几个小时；创业初期资金紧张，住二三十元一晚的家庭旅馆都嫌奢侈……

宋洁不爱当“甩手掌柜”，进货、销售、穿搭、发货，几乎每个流程她都了然于心，还有着自己的“窍门”。“我是市场里第一家用穿版模特的商户！”没过几年，宋洁将档口换成了更宽敞的店面，装潢上花些心思，



宋洁准备发货。

有服装陈列的雏形，还在店铺最中间摆上了展示台，模特在台上换衣服，这在当时的市场里，是很时髦的做法。

又努力还肯创新，宋洁的服装生意越发红火。盘下了几间档口之后，她干脆租下了一间100多平方米装修精美的宽敞门面，从只请得起一两个临时工帮忙，变成了十几个人的小团队，跟着时代的潮流，做起了快时尚。

生意好时，批发商排队拿货，有时候批发商还会因为拿不到货而争执甚至吵起来，店里的销售模特从凌晨就要开始工作，平均40秒要换一套新衣。“还有好多散客消费者来逛，但当时我们不做零售生意，10件才能起批。”

“肯吃苦，就有回报！”宋洁说，这是服装生意带给她最大的认知和收获，也是市场里所有女商户的共识。

## 线上销售火热，线下服务更热

今年，潘冬梅在市场创建了自己服装品牌的线上线下批发中心，20个自媒体账号同步发力，还在坚持自己研发、制作新产品。“我一直觉得传统服装人需要更‘年轻’，要与时俱进。”潘冬梅习惯做超前的预想，早已构思好明年的商业计划。“我要在长沙开零售直营店，还要花更多时间研发自产自销的服饰，我相信我们的模式能让更多实体店服装店生存。”

“在市场里，50%的商户都选择了线上线下融合发展。”冯军英说，她们将市场人流与线上粉丝群相结合，将市场线下的货品推荐到线上，用新“人货场”定位走出了一条适合传统服装市场拥抱互联网的新模式、新道路。



冯军英带客人参观市场。

“另一方面，我们线下市场有以‘穿搭’组合为特色的生产力和核心竞争力，以芦淞服饰市场群10万种以上的款式和每年10亿件以上的海量货源为支撑，满足不同客户人群的购物需求。”这些年来，以芦淞服饰为主体的株洲市线上服饰销售额常年排名全国前十位，线上交易为株洲千亿服饰产业的贡献率约达15%，常态化开展各类培训共8355人次，培养出电商主播300余人，其他各类人才1000余人，直接吸纳电商从业人员1000余人，间接带动就业5000多人。

宋洁的门面里，依然热火朝天。在服装行业将近20年，她觉得现在的变化很大。“现在大家‘拼’得很！我们要和全国的服装市场竞争。”

竞争带来了压力，也给了宋洁和老商户们动力。除了线上渠道，宋洁也很重视线下的服务：店里充满时尚氛围，时刻放着快节奏音乐；所有销售模特都精准一对一对接客户，在现场的做好试穿、搭配，不在现场的发展展示视频，“一环扣一环，实时交流，需要什么我们就提供什么”。宋洁和团队忙碌的脚步鲜少停歇，“不只是为了我们自己，也是为了身后的家庭”。

“天泽华丽”的从业人员90%以上为女性，分布在服装生产、设计、销售等各个环节。2023年9月，天泽集团牵头成立了株洲首家数字经济领域妇联组织——株洲市天泽华丽服装批发大市场妇联。

冯军英告诉记者，目前市场最重要的工作，就是跟上时代潮流变化，做好规划，带领市场的女商户们创新发展。“我们这里‘女人当家’，就要把她们就业创业的热情更加激发出来，要让她们更加发光发热。”

## 市场里的带货主播，打开另一扇窗

变幻的时代下，市场里的女商户要时刻“求变”“求发展”。

2016年，淘宝直播上线，一股新的行业潮流兴起——电商直播。网络从助推器，渐渐成为悬在实体档口头上的一把利剑。

“那时，市场开门时间延迟到了清晨7点，到了下午四五点钟，原本繁忙的市场就几乎没什么人了。”宋洁回忆，网络购物打击了线下实体店的空间，进货的主力从实体店的老板逐渐变成了网店，而一些有购买力的网店直接和工厂合作，压缩了市场那些没有自有工厂资源的实体档口生意。许多靠一批（从工厂拿货）售卖、又没积累太多老顾客的档口不得不面临转型。

怎么转？转成什么样？这些老板们陷入了思考。

2016年年中，市场管理层决定带领工作人员和商户前往杭州、广州等地“求学取经”。“链接全国乃至海外

的消费者，就靠一部手机、一个人。”在杭州一家服装市场，家家商户都在直播带货。于是，“天泽华丽”的老板们也开始决定“触网”。

潘冬梅是浙江人，2005年就来到了株洲，成为一名服装老板。2019年，在华丽市场直播孵化工作的推动下，她在淘宝上有了自己的直播账号，正式开启了产业升级之路。

“我很清楚，直播带货，不可能人人都成为李佳琦。”面对热火朝天的流量市场，潘冬梅显得格外清醒理智：主播话术、肢体语言、服饰选品、数据分析，她一边研究这些一边调整优化；每天下播后还和团队坚持“复盘”2小时以上，把第几分钟说的某一句话、某一个动作再翻出来，分析对直播间客流的影响。

但第一次尝试，潘冬梅还是失败了。“疫情期间供货不足，但我们错误地跟风热点，结果店铺观众流



潘冬梅在向客人介绍批发中心的衣服。

量骤减。”

“转型不是一件容易的事情。”湖南天泽商业集团副总经理冯军英告诉记者，为了带动市场商户转型，集团自2017年开始成立了专门负责数实融合发展的公司，组织商家开展“新零售”的发展理念培训会，同时为商户提供“保姆式”的全面运营服务，商户只负责提供货品，由天泽集团提供完整的运营团队，并且负责帮助商户将老板娘、店长、店员等从业人员培养成合格的主播。“潘冬梅团队里的销售佳佳，就是我们孵化

出来的第一批主播之一。”

在市场的推动和支持下，潘冬梅和团队从头再来，放弃这个已经初见成效的直播账号另起山头。这一次，吸取了之前的经验教训，潘冬梅团队的账号加速度发展。

“原来花3个月才积累的粉丝量，我们仅用1个月即实现目标。”这条直播路为被电商冲击与无法正常开店经营的市场打开了另一扇窗。盘点2020年，潘冬梅的店铺线上、线下年销售总量甚至超越往年，其中直播带货销售总额达到百万元以上。