# 这群小镇创业者如何将“婚纱产业”搬回家乡？

2017年，在苏州打拼了十年的安徽六安人查兰如，关掉婚纱工厂，卖掉了房子，带着家人和工人回到了老家丁集镇重新创业。“说实话当时还是很犹豫的，因为事业还有家庭都在苏州，孩子也在当地读书了。”查兰如回忆道。

苏州是国内最大的婚纱礼服市场，占据着国内七成市场份额。此前大量六安人涌入苏州，掌握着当地婚纱礼服的主要产能，其中又以丁集人为主。2017年前后，随着苏州、丁集两地政策调整，大批丁集人带着制作手艺和工人，返回了丁集，查兰如也是其中一员。最初，查兰如等人靠着传统网店将生意维持了下来。但他没想到两年后消费环境开始变化，生意逐渐分流，这给他的工厂运转和网店经营，带来了变数，也带来了更大的机会。 记者 祝亮

查兰如购置了五百平方米的厂房 郭家宝/摄

## A 二次转型布局拼多多 有商家年销七八百万元

返回丁集小镇次年，查兰如就感受到了转型的压力，以十五万元的价格卖掉了经营两三年的网店。“那时候传统电商平台几乎没多少流量了，而且婚纱礼服本就不好卖，我们也发愁在找其他路子。”查兰如说，自己还曾尝试转型批发生意。

很快，他幸运地碰上了拼多多崛起的时刻。2019年，抱着试一试的心态，查兰如在拼多多上开设了第一家店铺。经过近半年的短暂磨合期，查兰如的生意很快步入了正轨。“婚纱礼服这个类目天然就很特别，用户买来只穿一次，客群其实很小众需要时间积累，所以前半年日销售额大概有三四千元。”查兰如说，但一到2020年网店生意开始爆发，年销售额迅速达到了五百万元，他也趁势将工人规模扩大至数十人。

在查兰如看来，相较其他平台，拼多多经营成本更低，是自己转型成功的重要原因。比如，一件敬酒服算上投流、年费等投入，在传统平台售价往往高达三百多元，但拼多多没有年费，全靠自然流量，因此售价仅有一百多元。

他也观察到，拼多多爆发的流量，让店铺的启动期较其他平台更短。比如，刚上的敬酒服，当天就会在拼多多产生销量，其他平台可能四五天都没反应。

后来，查兰如发现，当地一批头部商家与自己的经历类似。1988年出生的王川，与查兰如同期返回丁集。投身拼多多之前，王川经营着三家礼服网店，每年销售额达三四百万元。但2022年经营环境骤变，王川压力陡增，不得不关闭了两家网店。相较查兰如，王川更精准地踩中了拼多多爆发的节点。2022年6月，他在拼多多开出了第一家网店。不到一个月，店铺日销售额就达到了五六千元，这也让他吃下了“定心丸”。

“当时拼多多店铺保证金只收一千元，还不用投流，有工厂都能开，经营成本很低，我也是抱着试一试的心态去做，说实话最初我心里也没底。”

不到两年，王川店铺的年销售额就稳定在七八百万元，这让他成为当地有名的礼服商家。在王川们的故事传开后，“在拼多多上能找到更多订单”成为当地人的共识，吸引无数丁集人。

数据显示，截至2024年初，丁集的婚纱礼服网店数量高达六百多家，快递年发出量五百多万件，这也推动当地婚纱礼服产业的年产值达24亿元。

通过改良面料提升做工，查兰如在拼多多经营中高端敬酒服。郭家宝/摄

## B 同质化竞争加剧 产业转向中高端礼服

近两年来，服装行业渐高的退货率，也蔓延到了丁集。“2019年刚进入行业的时候，婚纱、礼服的退货率只有60%，2022年年末退货率上涨到了70%，今年巅峰时期行业退货率甚至超过了2022年。”有其他平台的商家表示。

关于逐年攀升的退货率，王川的理解是，用户消费习惯的改变，叠加产业带同质化竞争的结果。

“以前礼服有个线头，用户都不会退货。现在用户的要求更高了，且习惯一次性买多件，试穿后只挑一件。”王川说，从产业方面来讲，婚纱礼服的准入门槛本就不高，这也是行业陷入同质化竞争的根源。

查兰如也曾短暂地陷入“价格内卷”的漩涡中，但想明白后他很快调整了经营策略，通过提升面料、做工等环节，他开始销售质量更好的敬酒服。

“行业整体退货率高的情况下，一味卷价格根本没出路，不如把礼服质量做好点，既留住了用户，利润也更高。”他说。这一策略很快奏效。“作为丁集最常见的礼服类目，敬酒服的竞争一般也是最激烈的，但这两年下来我们发现，改良后敬酒服退货率下降了很多。”随后，查兰如又将这一策略推广至其他服装。

相较查兰如，李崖不仅改良礼服质量，品类上也避开了竞争激烈的婚宴礼服。在布局拼多多之初，他就从日常礼服切入。按照他的设想，拼多多有近9亿规模的活跃用户，售价近两百元的中高端礼服既有市场，退货率肯定也不会高。李崖的设想很快被市场验证，今年10月他在拼多多经营刚满一年，粗略估计总销售额已达五六百万元，更重要的是整体退货率不足50%。

李崖注意到，来自一二线城市的人群是店铺核心消费群体。来自广东等地区的订单占比达20%，上海的订单占比也高达10%。“这间接说明中高端产品，在拼多多上同样有很大的市场。”店铺的日均访客数也令他诧异。“一般平台上每天有个三千访问量已经很不错了，但我在拼多多的店铺日均访客量就有上万个。”李崖补充道。

8月份以来，拼多多陆续推出了“百亿减免”一揽子减免计划，并启动“新质商家扶持计划”，通过“减免+扶持”的方式重点帮扶像查兰如、李崖这样的产业带优质商家。

消息传到丁集后，查兰如等商家觉得相当程度上这些政策解了自己的燃眉之急。查兰如粗略估计，仅技术服务费减免这一项新政每年就将为自己节省三四万元。

“按照行业现在的退货率，当然是能省一点是一点。”李崖则发现，每年将节省数万元技术服务费之外，平台放开异常订单的申诉权限，每年也将变相给自己增收两万元。

## C 从业人员加速回流 婚纱礼服小镇再次蝶变

婚纱礼服产业落户丁集前，当地人常年在外地打工、生活并最终定居。巅峰时期，全镇5万多人口中，45%在苏州从事婚纱相关的工作。

2017年前后，在丁集政府的政策引导下，婚纱礼服商家逐渐回流。随后出现的拼多多等新电商企业，则以确定性的生意机会促使这些人在丁集安稳扎根。

比如查兰如，此前已在苏州买房，孩子也在当地读书。2017年返乡前，查兰如卖掉了房子。在拼多多的生意做大后，他还在镇上的核心地段购置了五百多平方米的厂房。

这些商家返乡后，也带回了一批在外务工的婚纱工人，陈培昌便是其中一员。今年36岁的陈培昌，从小跟父母在苏州生活，回到丁集后一直在查兰如的工厂。在他看来，自己的月收入达到了七八千元，高峰期能达到15000元，高于在苏州的工资。更重要的是，老家消费不高，“月入七千元在丁集镇上已经可以活得足够滋润了，很多当地女性既实现了就业，又兼顾了家庭。”他说。

随着王川等人在拼多多的生意逐渐做大，也吸引更多在外地打拼的工人返乡。数据显示，目前丁集婚纱礼服产业从业人员达1.5万人，占当地常住人口的四成多。

通过拼多多站稳脚跟后，当地人也试图在原创上发力，找寻发展的新方向。去年年底马面裙的风潮也吹到了丁集，但因特质面料及款式专利，以家庭小作坊经营模式为主的丁集最终错失了这波红利。查兰如说：“马面裙使用的面料是特质的，我们找面料工厂开模定制，最低投入也要二十多万元，不适合我们这种规模有限的小工厂。”但这却启发了查兰如等新质商家在拼多多上尝试更多原创礼服。在他看来，相较面料动辄数十万元的投入，单款礼服的研发投入不过千元，可操作性更大。加上拼多多节省的投流等费用，原创礼服的投入仅剩前期研发与生产两部分。

“其实2020年以前我们也经常做原创，后来因为经营环境变化大家更关注成本。改良后的敬酒服在拼多多卖火以后，我们也有了信心在款式上做更大胆的尝试。”查兰如说。

丁集当地女性通过制作婚纱礼服月入过万 郭家宝/摄