



2  
海  
都  
记  
者  
汤  
先  
增

“冲锋衣是男人最好的医美”“大街上的‘骆驼’比沙漠里都多”“被确诊‘冲锋衣’，外壳很硬，内心柔软，风雨都能抵抗”……最近，随着天气愈发寒冷，社交平台上，围绕冲锋衣的讨论层出不穷。

曾经被群嘲“既土又丑”，年轻人避之不及的冲锋衣，如今正被冠以舒适、实用、方便的名头，迎来大批拥趸。

冲锋衣的走红得益于近两年持续升温的运动户外热潮。露营、徒步、攀岩、登山等运动爱好者增多，具有防风、防水、透湿功能的冲锋衣几乎人手一件。伯希和、骆驼、拓路者、吉普、龙狮等传统运动户外品牌进入大众视野，波司登、雪中飞、蕉下等跨界玩家也相继布局，冲锋衣逐渐从限定场景变为日常服饰，甚至成了“过年战衣”之选。

每5件冲锋衣，就有1件来自福建。以生产纺织服装闻名的福建冲锋衣产业带抓住了这波机遇。当地商家陈文城发现，在运动户外风潮带动下，公司冲锋衣销量上涨明显，其拼多多店铺月销西部省份订单涨了数倍，“秋冬销售旺季，甚至有西部消费者找到店铺订货”。

近年来，随着拼多多等平台引领电商西进，推动优质商品向偏远地区加大供给，福建冲锋衣的销售半径从东北扩展到了西部。这不仅提升了产品的市场影响力，还增强了就业带动效应，为当地经济发展注入了新活力。



制衣车工如今正成为“离家近、有钱赚”的好工作(摄影:洪山)

# 拼多多引领电商西进 福建的冲锋衣在西北卖爆了

## 冲锋衣在秋冬“冲锋”

冲锋衣最早源自北欧，上世纪80年代开始在中国生产加工，以抗风防水功能见长。因宽大简约的版型和单一饱和的配色，冲锋衣一度被诟病缺少设计感、不够时尚。

2003年，福建省福州市诞生了一家服装生产加工企业——福建省尚飞制衣有限公司(下称“尚飞制衣”)。创业之初，企业没有照搬传统外贸服装企业为国际品牌代加工的模式，而是走上了自主研发的道路。

尚飞制衣希望将冲锋衣日常化，兼具功能性和舒适度。公司成立了一个20多人的设计团队，对面料防水透湿、抵抗极端气温等性能反复测试，寻找最适合的冲锋衣面料；还与高校院所合作，研发了兼具透湿、防

水、保暖、抗摩擦等高性能面料。这不仅为公司创建、发展中国自主运动户外服饰品牌奠定了基础，也为海内外市场业务提供了基础的保障。

为将冲锋衣从小众户外圈层拓展到主力消费人群，过去几十年里，整个产业带的生产商们不断在款式、颜色和功能上尝试突破：在腰间安上可调节抽绳；配色从饱和鲜艳变得日常百搭；样式也开发出三合一、羽绒内胆、抓绒内胆等款式，以适应各类用户不同场景下的需求。

紧抓趋势，尚飞制衣推出了单层冲锋衣、抓绒三合一冲锋衣、软壳冲锋衣等一系列品类。2021年，为了探索多元市场，公司进一步拓展国内零售，登陆

拼多多，主营速干服、冲锋衣等户外产品。

这几年，品牌负责人陈文城明显感觉到冲锋衣赛道火起来了，“看的人多了，买的人也多了”。尽管是新品牌，但其拼多多店铺日访问量和转化量增长明显，“今年9月，店铺访问量环比增长了五六倍，进店转化率超过10%”。

这并非个例。福建石狮商家李显经营服装生意十余年，从面料加工做到服装制造，由线下发展到线上。最初，他也瞄准运动户外类目，包括针织卫衣、卫衣、T恤、防晒衣等。

自从冲锋衣市场火起来后，李显大胆尝试冲锋衣、抓绒衣品类，2022年单品类成交突破千万。“需求太大，产能跟不上，我们把裤子、T恤品类都砍掉了，

专做冲锋衣和防晒衣。”李显介绍，目前公司冲锋衣产量占全部产能的40%，营收贡献达到60%。“今年在拼多多又开了几家店铺，想往高端市场发展，做品牌生意。”

与前两家根据市场销量调整产品赛道的策略不同，福建石狮商家吴是贤坚守冲锋衣市场十多年，专注40~70岁的中老年人群。运动户外风潮的兴起，让他迎来了生意增量。“这两年国内广场舞、马拉松赛事等户外团体活动很多，一些博主边运动边直播记录，带火了我们的衣服。”吴是贤透露，秋冬季节，店铺的冲锋衣持续热销，今年在拼多多平台高峰期日销量破千件，不少30岁左右的年轻人群也进店购买。



工厂货架上摆放着打包待发的冲锋衣(摄影:洪山)

## 电商西进激活消费、拓宽就业

福建是海上丝绸之路的发祥地，受海洋文化影响，包容吸纳、乐善好施成为闽商的重要特征。这点在福建冲锋衣商家过去十多年的生意中，体现得更加具体。

创业二十余年，尚飞制衣在福州、江西、江苏、河北、山东等地建有十几家工厂，秉持“大道不孤，天下一家”的理念，雇佣员工逾万人，带动、支持周边村民就业、增收。

在福州闽侯的南通镇、长乐的金峰镇，尚飞制衣都建有打包发货的仓库。为了助力附近乡村振兴，让当地村民生活有奔头，公司没有简单向村庄捐赠资金，而是专门为经济困难、收入微薄的人员提供就业岗位，持续稳定发放薪资。

“现在工厂大约有六十名员工，不少家庭困难人士已经干了十多年。”陈文城透露，随着尚飞制衣重点发力拼多多等线上平台，冲锋衣订单需求不断增加。考虑到部分二十多年“厂龄”的老员工退休养老问题，公司专门在靠近他们住处的位置选址建厂，让大家有一份“离家近、有钱赚”的好工作。

因为业绩普遍向好，今年初，全体员工领到了2~3倍月薪的年终奖，工资也上涨了约20%，“大家月薪月底都有七八千元，增长以后生活更好了”。8月，陈文城还跟六七个同事一起去了山东，在青岛、烟台、威海这些地方转了9天。“这是集

团公司每年的例行活动，一般有14天左右假期，所有花销全包。”

在江西分宜县的工厂，尚飞制衣旗下工厂也在支持周边孤寡老人、家庭困难人士工作，激励他们通过绣花获得收入补贴家用。陈文城介绍，最初工人们手艺并不成熟，许多绣品无法销售，“但老板依旧按时发放薪资，鼓励他们精进技艺”。

李显创业十多年，经历过不少起伏。2017年，大批冲锋衣积压在仓库卖不出去，生意一度陷入谷底。直到2022年在拼多多做出冲锋衣爆品，“我才终于赚了点钱”。

因为自己淋过雨，总想替别人撑把伞。次年，李显到厦门租了一间1000多平方米的厂房，专门做自有品牌冲锋衣的生产加工。他招聘了四五十名员工，“基本都是外地人，不少还是我的四川老乡，希望让外地打工人在福建也能赚到钱”。

冲锋衣一头连接希望改善生活的基层员工，一头承载着偏远消费者对好物的热切期待。在拼多多西进行动的助力下，这条冲锋衣的“西邮”道路变得平坦又宽阔。它不仅缩短了城乡差距，让每一个曾经被忽视的声音都被关注，也让每一份努力都有收获。依托冲锋衣产业的蓬勃发展，许多从业者已经在福州买房定居。对他们而言，过去的日子值得，未来更有盼头。

## 冲向大西北的“御寒衣”

冲锋衣是个“看天吃饭”的品类。寒潮来袭，人们添衣御寒，市场需求随之上升。拼多多数据显示，“11·11”期间，羽绒服、保暖内衣、秋衣秋裤等品类的搜索量同比增长150%，“95后”、“00后”成为主力消费人群。

相较只穿一季、动辄上千元的羽绒服，冲锋衣更具性价比。特别是三合一款式，既能适应春秋户外运动场景，也能满足冬季雨雪天的通勤需求。

这股冲锋衣采购风潮，从东部沿海一路向西，翻山越岭，吹到了甘肃、青海、宁夏、内蒙古等地。陈文城观察到，今年以来，拼多多平台西部地区的消费订单增幅明显，从月销几十单到几百单，“单月峰值甚至超千单，全靠拼多多政策支持，

打开了西部市场”。

几年前，尚飞制衣发往西部的冲锋衣订单很少，究其原因，还是运费太高。抱着“来者皆是客”的想法，陈文城并未限制这些地区消费者下单，但会设置运费补贴，每单收16~22元。

为了改变西部地区网购不发货、运费贵、履约时间长等问题，2022年，拼多多首创中转集运模式，通过将包裹在中转仓进行“拼单”转运的方式，大幅降低了快递发往偏远地区的物流成本。

今年9月，拼多多“百亿减免”计划再出重磅福利，全额承担商家发往西藏、甘肃、青海、宁夏等偏远地区的物流中转费。此举在行业内尚属首次，进一步摊薄了商品西进的物流成本，有力推动了更多优质好

物直连偏远地区。目前，该项减免举措已经覆盖平台全量商家。

这场坚持三年的西进行动，通过设置“中转仓”创新物流运转模式、平台“兜底”中转费为商家减负，促进了广大中东部制造企业和西部消费者的“双向奔赴”，也吸引了更多传统货架电商和内容电商跟进，共同焕活偏远地区消费活力。

对此，陈文城感受明显，西部省份的单量过去对于店铺而言几乎可以忽略不计，今年的情况却大为不同。“眼见着量起来了，消费者购买意愿大大增强，我们成本也降了。过去发一单到西部要12~18元，如今平台补贴后只要七八元。”

政策带来的“减负”效果也因人而异，吴是贤发往西部某省份的快递，每公斤

原本需支付20元，算上包材成本，过去他会向消费者收取30元运费。而甘肃、宁夏、青海、内蒙古等省份，一件衣服也会收8~9元的运费。

拼多多兜底二段运费的政策落地后，针对偏远地区订单，他主动承担从福建发往中转仓的一段运费。如此，其店铺在今年实现了对所有地区消费者包邮。“现在每月销往西部一个省的订单就有几百单，快递时效也比以前快了1~2天。”

据他透露，过去偏远地区物流时效低，消费者隔两天就会问“物流到哪里了”“还有多久到”，不仅增加了客服工作量，还影响店铺评分。而西进行动推行以来，“几乎没有人再催物流了，客服工作量也减轻不少”。