



出圈的风扇服和晋江机遇

本报记者 施珊妹 董严军

今日进入芒种时节,气温显著升高。夏天穿得再少还是热?面对这样的“烤”验,消费者对于能降温的“神器”需求飙升。

近来,由晋江企业生产的降温风扇服在海外走红。“无论生产多少货,都会立刻被拉走。”接到大量来自日本、越南等客户的风扇服订单,连月来街潮浪人、爱情海等服装企业持续处于赶货状态。

业内人士指出,时代在变,人们对衣服的品位也在变,对价格不再那么敏感。而新材料、新工艺、新技术的应用,使得服装具备越来越多的科技感。依托于多年积累形成的技术储备、产业链配套、整线交付、设备一致性、良率提高、大规模制造等竞争力,极具创新力的晋江制造风靡全球。



晋企生产的风扇服风靡日本、越南等地。

01 “热浪”来袭

“谁的生产线有空,这边有批订单需马上上线。”“新招的第三组人员已上岗,人手还是不够。”“天气热起来了,风扇服也‘热’了。”……连日来,泉州市街潮浪人服饰有限公司总经理柯朝敏在朋友圈更新着动态,全部都与火爆的风扇服有关。

这些天,他要同时赶两批货,一批发往日本,一批发到越南。6月2日00:26,柯朝敏的朋友圈再次更新:“等车装货,终于完成任务。”

而这,也仅是片刻的空闲。接下来,他还需继续昼夜不停赶下一批货。

柯朝敏忙着生产的风扇服,缘何火爆?与当下的季节有关。

夏天炙热的高温,对每个人来说都是一种煎熬。“如果能穿个空调出门就好了。”相信很多人都这样“妄想”过。位于晋江市永和镇的街潮浪人服饰,便生产出了这样一款解决消费者痛点的“特制服装”:在衣服下摆两侧旋转装进小风扇,插上充电宝,按下开关,便可任意选择自然风、舒适风、速爽风,尽享清凉。从安装到穿着,整个过程只需20秒。消费者亦可轻松拆卸清洗。

“在树林里割橡胶的劳动者,担心蚊虫叮咬又害怕高温,穿上长袖的风扇服便能一举两得。我们还有马甲款、防晒款、电焊工、清洁工等高温劳动者都可根据自身需要选择。”柯朝敏说。

柯朝敏告诉记者,今年是其做风扇服的第四年,但却是订单最为火爆的一年。这或许与今年的高温天气有关。

5月3日,世界气象组织宣布,今年7月到9月产生厄尔尼诺现象的可能性为80%,并且有60%的可能性将在5月到7月出现。厄尔尼诺现象将对全球许多地区气候产生与拉尼娜现象相反的影响,可能加剧全球升温。

这种苗头,从4月份就冒出来了。彼时,他接到了不少越南的订单。5月,这种趋势愈演愈烈。“为此,我们陆续扩充了生产线、招聘新员工。至今已经扩了5条生产线,但生产的速度仍然赶不上订单的供应。”柯朝敏告诉记者,所有的货一下生产线还“烫”着,就被包装、拉走。

在采访柯朝敏的1小时里,记者在其不间断的电话中,感受到客户的“热情似火”。

无独有偶。位于晋江市龙湖镇的晋江市爱情海服装制造有限公司,也在为风扇服的订单忙碌着。

“每年‘6·18’前,风扇服便开始火爆。环卫工、交警、工程工作者对这款衣服都青睐有加。因此,我们也在不断地开辟不同的销售渠道,如今在阿里巴巴、淘宝、拼多多、抖音、快手等平台上皆有销售。”爱情海总经理张华兹告诉记者,这款产品在日本等地也十分受欢迎,公司在雅虎平台上的销售靠前,一年可售超7万件。

02 提前“应战”

“从下单到交货只用了5天,货能够这么快交付,是我没想到的。”

记者在街潮浪人服饰采访时,遇到刚下动车、前来验货的杭州客户方立友。



03 从生产到品牌

风扇服日新火爆,越来越多企业也在思考着,如何让这一“功能黑科技”,成为未来的夏日穿搭趋势。

最近,日本潮流品牌 FreshService 联手空调服科技公司 Kuchofuku 推出了一款全新“空调马甲”:采用柔软亲肤的 SOLOTEX 面料,背部有2个小型嵌入式风扇,可以向内吹风建立气流循环,让汗水快速蒸发达到清凉的效果。该产品在市场引起不小关注。

事实上,随着不断的发展,风扇服早期出现的硬件问题,例如电量不足、电池寿命、吹风噪音、风力不足、衣服沉重等,在不断持续改良中,渐无技术壁垒。而越来越多企业也认识到,既然硬

件已经达到天花板,通过与潮流品牌合作,可以在设计上与普通厂家拉开差距,吸引年轻人买单,开拓更多销售市场,同时亦提升了品牌知名度,便于进一步打造品牌效应。

日本户外时尚品牌 meanwhile 在2020年联手 Kuchofuku 推出过一款“空调雨衣”,该单品在2020年发布时只接受预售,也许是卖得不错,2021年还小补了一次货;藤原浩与清永浩文共同打理的 uniform experiment,2019-2021 连续三年与日本空调服龙头 BURTLE 推出了一系列空调服产品,包括冲锋衣、运动背心、钓鱼马甲等,吸引大量眼球;2020年为了迎接东京奥运会,Nike 联合

套。“这些配件产品的技术难度不小,过去主要在广东一带生产,本土很少企业做这块。也是出于这一理由,我看到了市场空间。”去年12月,张华兹还特地从广东请了技术师傅,到公司为员工进行培训。今年正月初八,配套产品生产线正式运行。

“今年以来,车间就没有停过,订单十分饱和。”张华兹算了一笔账,公司自己生产配套产品,比向外采购能够节省15%的成本。此外,自己控制供应链,不仅方便,还能做到快速反应。

张华兹的理念里,“快反”是一家企业不可或缺的能力。这一理念,能够让企业免于受制于人。

“2017年‘双11’期间,我们所生产的热发服突然爆单,但发热服中必不可少发热片,却陷入被动。彼时,广东的供应商迟迟不发货,我们错失了很多机会。”那次的经历让张华兹意识到,这一过程中,速度是关键。作为供应链的一环,配套产品的反应速度决定了成品生产能不能跟得上客户的需求。如果原材料半瘫痪或者卡住,那这笔订单基

本就黄了。

打造快反供应链,需要对供应商端进行把控。不是密切配合的长期供应商,可能不会愿意配合进行相应的变化。因此,长期稳定的供应商资源,是实施快反供应链的必要条件。如果不能有效与供应商密切配合,不如让自己成为其中一环。张华兹的计划便是,用自己的力量夯实自己的供应链基础。

一系列潮流品牌推出东京奥运限定系列,其中 Virgil Abloh 留意到了日本特色的空调服,在联名中也融入了相关设计以示致敬。

此外,人们熟知的日本运动品牌 Asics、Mizuno 也在做空调服,甚至有公司专门为员工定制空调服,防止员工中暑,空调服已经成为日本夏季的常态。

2022年,根据日本纺织行业刊物 Sen-i News 的报道,日本的空调服市场在过去5年翻了两番,达到了1.2亿美元,并且越来越多公司开始将风扇安装到书包、坐垫、床垫甚至宠物用品上。

“我们是2018年开始生产风扇服,算是业内较早的一批。风扇服的外径

财说道

“冷”“热”之间觅商机

高温之下,晋江造“空调服”出圈了;而在去年欧洲遭遇低温天气时,晋江生产的“发热服”同样火了一把。两次走红,背后都有个共同逻辑:抓住市场的需求。

商业的本质其实很简单:洞悉消费需求,提供解决方案。马斯洛将人类需求从低到高按层次划分为五类:生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求。越靠近底层需求越是刚性需求,它是硬性的,是为人们的生存和生活提供保障的。解决“冷”与“热”的困扰,正是这种基础的刚性需求。

洞悉市场需求只是第一步,能够相对应给出解决方案,更考量企业的综合实力。

纵观晋江企业的发展历程,便是一直在不断洞悉消费需求并给出解决方案。从草创期的解决商品匮乏问题,到此后的紧抓产品质量,再到之后提升企业品牌力,直至如今发力个性化需求,晋江企业能盯紧市场大势。

近年来,晋江企业中出現不少爆品,正是抓住了消费者的这种需求。苦于衬衫机洗易皱,款项“黑科技”加持,利郎首创耐洗衬衫问世;破解男裤紧绷“掉裆”难题,创新锯齿针法,九牧王轻松裤叫好又叫座;察觉夏季穿着闷热,创新面料纤维,柒牌冰杆 POLO 葆有透气清爽……直击消费痛点,各品牌“千帆竞发”,背后的支撑,是企业多年在产品领域的创新沉淀。

今时今日,市场需求更加多元,消费痛点也在更新迭代。但无论如何变更,基本的底层逻辑依然存在。只要抓住这个底层逻辑,并敢于在此基础上笃定创新,企业与产业的未来仍旧可期。

册册

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

361°

盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者JINLONG 晋正
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY

LILANZ 利郎

KELME 卡尔美国国际

舒华
让运动更简单凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

小样! 搭|膳|

MACHINERY
HAINA 海纳机械产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

MAOTAI SOLES 茂泰鞋底

源泰皮业
SourcSAFE 服务热线: 0595-85685062星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

JILONG 佶龙机械

JIANYOU 健友皮革

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026