



经济复苏

当90后接手五金店会发生什么？是瞎折腾还是另辟蹊径

看
浙江

深夜外卖给年轻人“江湖救急”

本报记者 陈婕

你有没有注意过街边的五金店？门头通常很简陋，老板们多半上了年纪，小店总是堆得满满当当。它们似乎没啥存在感，但在关键时刻总能救急。

“老板，搭帐篷的螺丝怎么选？”“10米线长的插座有吗？”除了接待到店顾客，90后的五金店老板周月宝每天会花不少时间，在外卖平台上解答更多年轻客人的问题。

周月宝原本做销售，2020年开始跟着老爸在五金店干了1年多。去年他在滨江又开了一家店，成了这个行业里难得的年轻血液。而这个五金店，借助外卖平台，成了一家万能小店。



外卖小哥上门取件

开了10多年的五金店上线外卖
每月订单多了数百单

走到江汉路附近，打开大众点评搜五金店，第一个跳出来的就是筑家五金。这家店开在滨和花园西门附近，走过去一看，门头崭新，店里没客人，周月宝正忙着理货。

五金店，顾名思义就是售卖五金的店铺，卖的是五金工具、钉子螺丝、电线水管开关，做的都是一些鸡毛蒜皮的零售小生意。

“看看，真·工业风吧？”周月宝笑着说，这家店面积有100多平方米，在同行中算大的，店里塞满货架，货架上层层叠叠塞满杂七杂八各种产品，“上千种肯定有的。”

周月宝老家在江苏，10多年前，父母来杭州做起五金生意。他告诉记者，在杭州，这一行的老板们其实多来自福建，大部分人靠着吃苦耐劳诚信经营，在这个城市安了家落了户。

相比于互联网、金融等，这个行业更加草根，不是那么有创新与活力。周月宝为什么愿意接手？“的确有些枯燥，而且是重资产投入，前期要能沉得住气。”周月宝说，“不过，这个行业有想象空间。”

周月宝做的第一件事就是上线美团外卖。“爸爸刚开始完全不能理解，觉得我是在瞎折腾。”

的确，店里上千种商品要一一拍照，写简介，在爸爸看来，周月宝经常“玩”手机到半夜。

半年过去了，外卖单子越来越多，开了10多年的老店，现在已经成了美团外面平台上该品类第一。爸爸自然很欣喜，而这个成绩更是让周月宝很受鼓舞。去年，他开了这家新店，“距离老店3个红绿灯，这样方便互相调货。做这一行，货物必须全、杂。”

“老板，油污分离管有没有？”一个顾客上门来问。周月宝在小店里走了几步，从角落里拿出管子递给顾客。没几分钟，顾客折返，“再细一点的有没有？”周月宝像变戏法一样，又拿了一根出来，顾客笑了，“老板，就属你这里东西多，啥都能找到，万能。”

时不时有外卖小哥进门，拎走两桶油漆，拿走一袋钉子……现在，周月宝的这家店在外卖平台上每个月有好几百单生意。

深夜给年轻人救急
每一个五金店都是一座宝藏

周月宝一个人在店里，从早上7点守到晚上9点，是他的常态。上午主要接待线下顾客，比如，装修工人等，下午下班之后是外卖高峰了。

“您有一个消息，建议5分钟之内回复……”“系统提示，有人在售前咨询。”周月宝解释，跟线下不同，通过线上平台下单的多是年轻人。

让周月宝印象深刻的订单往往发生在深夜，有一次，一位顾客打电话给他，家里的空气开关突然坏了，急需换新。还有一次，一位顾客加班回到家，发现水龙头突然坏了。“他还来问我，该怎么装，我把视频找给他们，一看就会。”

所谓“术业有专攻”，周月宝愿意花更多时间帮助年轻人。他还希望外卖平台能成为自己和年轻消费者沟通的桥梁。“你看，这种墙面修补膏、热熔枪，都是年轻人喜欢的网红产品。”周月宝说。

得益于杭州本地商品供给的丰富和即时配送网络的日益完善，“随时下单，及时送单”的即时零售正成为消费新常态，“美食外卖”“宠物外卖”“五金外卖”正在加速走进更多人的视野。这背后，是近年来即时零售覆盖的商品品类不断拓宽，消费者更多个性化的消费需求得以满足。而伴随着即时零售的快速发展，线上线下真正走向融合，实体店也为自身的流量困境找到了突破口。

这些年，周月宝和爸爸见证了周围做五金的同行变少。有些是老板年纪大了，没人接班，有些是面对竞争，经营不善。但周月宝始终觉得，无论什么时候，五金店都是刚需，只是，得顺应时代，这个世界唯一不变的就是改变。

“你看，这是我前段时间采购的电暖器。降温的那一拨，卖得很好。”周月宝说，店里现在既有五金配件，还多了一些生活小百货，更多的商品种类，才能满足附近居民的需求。

一个月卖出20万盒
小小的假睫毛
“翘”起巨大商机

本报讯 你有没有发现，姑娘们口中的“变美神器”假睫毛，正在“翘”动全球。

今年双12全民淘宝节期间，钱江晚报联合淘宝发起一场“全网淘高手”的线上寻人活动。“这才是假睫毛天花板”征集视频发出后，达人们都赶来露一手，并发出了自己贴假睫毛的狠活和趣事，抖音话题播放量近500万。

浙江台州小伙李鹏，开了一家名叫“野孩子的批发店”的淘宝店，听说本次比赛，立即报名参赛。“最直观的感受是从去年下半年，假睫毛的使用场景越来越日常化。

一年来，店铺销量同比去年上涨超两倍。”李鹏说，卖得最好的是平价“小恶魔假睫毛”，月销量冲到了七八千单。

对高手来说，贴假睫毛早已是“丝滑操作”，简直是张口就来，一气呵成。这一次，李鹏团队派出主播小钰参与拼手速环节，挑战单眼20秒贴单簇款睫毛。

世界假睫毛看中国，中国假睫毛看平度。全球每10对假睫毛中至少有7对来自“中国睫毛第一县”——山东平度。据媒体报道，这个距离杭州不到一千公里的城市，一年生产1.2亿副假睫毛，占全球总量70%，卖出的假睫毛可绕青岛市5圈。

六年来，来自假睫毛“主产区”的山东90后淘宝卖家程婷，从十块钱的“变美神器”变化进程中，觅得了巨大商机。

一副假睫毛，要经历卡毛、合线、定型、切毛、包装等多道工序。如今，在程婷的工厂，流水线上有50多位工人，单日生产上万盒“梦鹿”牌假睫毛，一个月最少销售出去20万盒。

“去年最火的是10mm款，今年就被11mm取代，单簇款也不如整根浓密纤长款卖得好。”在她看来，从A型、鱼尾款再到懒人三部曲、麦穗款、睫毛书，从热销趋势变化中，这个“小生意”，体量正在放大。

综合“梦鹿”多年的店铺数据，程婷梳理了用户画像，“浙江排在热销地区榜的第二位，浙江姑娘成为‘包邮区’最爱买假睫毛的买家，超过了江苏和上海。”

不光是贴假睫毛这项绝活，同时进行的“挖掘机比武”和“宠物服饰大赛”也在“全民淘宝节”上宣布结果。在采访中，一边惊叹高手店主的绝技绝活，一边记录他们平凡的烟火人生——生活或许坚硬，充满纠结、坎坷和不易，但是淘宝小店却藏着有趣、善良以及温暖。

小店做的都是小生意，对于李鹏和程婷，却是了不起的小生意。小店很小，卖的只是十块钱的假睫毛、几十块钱的宠物服饰，甚至还有不值钱的黄鳝骨，没有多么高深的经营理念，没有多么巨大的市场资本，但是正如阿里巴巴国内数字商业板块总裁戴珊所言，“我在他们身上看到很多美好、期待和创造力，以及他们对于新时代的理念。”

本报记者 祝瑶 柳依然 钱佳能
通讯员 韩峰