



这位老板直播卖伞 一年还完200万欠债

雷鹏琳被网友称为“最听劝”的老板——他在自己的工厂“飞恋伞厂”抖音账号带货，成千上万的网友留言许愿各种千奇百怪的伞：会发光的伞、带幕帘的长伞、独轮滚动伞……

“叔，我想要一把××伞。”网友们提要求时，往往会以这样的口吻，雷鹏琳也因而被亲切地称为“雷叔”。飞恋伞的特色就在于定制，“雷叔”也特别宠粉，只有网友想不到，没有“雷叔”做不出的伞。

“我一个卖伞的，做梦都不会想到自己会火起来。”在老家河南洛宁县，雷鹏琳接受采访时，不止一次提到对一夜蹿红的难以置信。不过，相处半日后就会发现，只有初中文化的雷鹏琳能在抖音爆红，在其20多年的经商生涯中，早已有迹可循。

雷鹏琳走红，不只“听劝”。他每天总是打着鸡血在工作，早上7点过起床后，他便会去工厂里安排工作，下午处理完文件与材料后，晚上10点前，他会和客户聊聊天。10点以后，他会专门抽出将近两个小时，回复抖音粉丝的定制需求，直至午夜。

从“伞城”到老家

大背头向后梳起，雷鹏琳与在视频中的形象别无二致，他在飞恋伞厂洛宁工厂接受了我们的专访。厂房有2400平方米，机床与缝纫机整齐摆放在车间。雷鹏琳介绍，飞恋伞厂绍兴上虞工厂已投产多年，老家洛宁工厂是新租的。

回首过往，2022年之前，飞恋伞厂曾历经了4年低谷。“尤其是2018年、2019年，传统电商的三角债很严重，我们欠材料商钱，客户又欠我们钱，债务高达200多万元。当时，因为亲友的鼎力支持，我才有一股劲儿，让伞厂继续生存下去。”他颇为感慨。

最艰难的时候，雷鹏琳为了生存，除了在伞厂当老板，也会去朋友的工厂兼职做工、去工地干活，“为了几百块钱，为了活着，值得。”

后来，雷鹏琳转战电商，蹭过了层层泥泞之后，终于在2022年迎来了小爆发。

2022年3月～2023年年底，“飞恋伞厂”的新抖音账号粉丝量从0攀升至200万，这为飞恋在2022年、2023年分别带来了30万把、120万把的销售量，按照一把10元计算，两年总销售额达几千万元，净利润10%，也达数百万万元。

飞恋伞厂的直播间，早在2022年6月就从上虞搬到了洛宁。直播间的主播大多为洛宁县的“宝妈”，她们是当初和雷鹏琳夫妇一起南下浙江去伞厂打工的厂妹，为了陪伴孩子回到家乡，在家全职数年后，终于在飞恋伞厂找到了时间可自由支配的生计。

雷鹏琳介绍，老家这边的直播间，每日需要播10个小时，甚至更多。而目前飞恋伞厂的直播间采取的是24小时制，6位主播每人每天4小时轮播，每周排班，有事随时调班。

书中自有黄金屋

雷鹏琳的办公室一角，摆着一摞书籍，“书架上的每一本书，能有一句给我启示，我就觉得值。”

他看马云、柳传志、曹德旺、任正非的传记，“深知差之千里，只是希望了解他们如何一路披荆斩棘。”他以前很邋遢，两三个月才理一次发，看完《你的形象价值百万》之后，改成不到一个月理一次发。

飞恋伞厂的仓储地在洛宁、上虞和义乌。这些年，雷鹏琳没少跑义乌，《义乌——没有围墙的城市》对他如同启示录：“这本书告诉我，‘世界商贸看义乌，很重要的就在于它的海纳百川’。我当时去义乌做生意，第一件事就是买这类书来看。”

谈到义乌，雷鹏琳还联想到了在他眼中的一部商业“圣经”——电视剧《鸡毛飞上天》：“你要是想做生意，就应该把《鸡毛飞上天》看几遍。”

虽然是河南人，但义乌却如同他的精神脐带。

2014年，雷鹏琳已在一家伞厂工作10年，一路从免检工人、车间主任、厂长并做到销售业绩第一。借淘宝迅猛发展，他决定创业，自己开办了飞恋伞厂，主要为淘宝电商提供订单，2014～2016年线上订单大幅增加，飞恋抓住了机会。

不过，到了2018年，抖音、拼多多崛起后，淘宝流量大幅度下滑，倒逼飞恋伞厂寻找新入口，



雷鹏琳锚定了抖音。

雷鹏琳也曾请团队运营直播，但他们的主播不懂雨伞业务的门道，销量不佳，退货率也高。后来，主播变成了他自己，妻子则成了拍视频的摄影师。

“即便如此，初期粉丝量也不见涨。”提起2020～2021年上半年的那段经历，雷鹏琳仍会挠挠头。一直做号、废号、花钱买已有粉丝基础的账号、再废号，雷鹏琳屡败屡战。

在总结经验后，2022年春节后他再次从0开始，新做了现在的账号，两个月突破了30万粉丝。

雷叔的座右铭是“听人劝、吃饱饭”。当用户嫌“雷叔”的带货视频“话太多、不如闭嘴”时，他就把伞的性能与耐用性，从大白话变成肢体语言；当用户在他的视频下发各种奇形怪状雨伞的图片，希望能变成真实产品时，“雷叔”就开始另辟蹊径地生产定制伞。他对这两个建议的采纳，使得飞恋伞厂在产品属性与视频效果上，具备了双重网红性质。这也是他如今的粉丝量能达到200多万的直接原因。

卖馒头练出的胆识

1986年生于农村的雷鹏琳，有着与同时代城里人迥然不同的童年。

那时候，他父母和四兄妹，住在30平方米的逼仄家中。家徒四壁是刻在雷鹏琳骨子里的记忆：屋子是租的毛坯砖房，厨房由塑料布搭起，总共一间卧室、两张床，父母一张，哥哥、弟弟、妹妹和雷鹏琳挤在另一张床上，室内余下的几平方米，全部堆满了杂物。

家境窘迫，他毫无意外地早早当了家。14岁那年，他才读完初一便辍学开始卖馒头。两年后，和哥哥在镇上开了一个档口。

从小很少面对镜头的雷鹏琳，为何可以从容地直播？雷鹏琳的答案简单朴素：“少时卖馒头给我壮了胆，让我后来什么都不怕了。”

十几岁时，雷鹏琳第一次骑着三轮车回村里卖馒头。车上的馒头摞得老高，稚气未脱的他手里拿着喇叭，急着张嘴吆喝，却因为脸皮薄，半天出不了声。

“那时候，我看到以前的同学来了，放下车子，人躲得远远的，不想被熟人瞅见。”说起当时放不下的自尊心，雷叔早已释然。

如果说卖馒头给了雷鹏琳商海打拼最初的胆量，那在造伞的红海领域闯出一片天，更多来自于他的胆识。

雷鹏琳敢于从淘宝转战抖音，从代播走向自播，从做批量传统伞到兴趣定制伞，最大的敌人一直是他自己。

如今，在尝试了一年多后，雷鹏琳的定制伞业务业已成规模，形成了从选品、设计到销售、小规模预售的固定模式，整个周期平均只需3天。

也有个别从提出到落地比较久的款式，脑洞会更大一些。比如，目前已经卖出7万把的网红镭射伞，雷鹏琳和团队从研发到落地，用了10天；周期最久的则是一位想法稀奇古怪的网友许愿的“会下雨的伞”，耗时达6个月。

将生意拓展到海外

飞恋伞已小有名气，愿意与飞恋跨界合作的品牌也越来越多。在过去的一年中，雷鹏琳已经应邀参加了几场动漫展，并与一些动漫IP达成了联名合作。

飞恋蒸蒸日上，雷鹏琳则对品牌定位依旧有着严格的尺度：只推平价伞，自己售卖的雨伞，净利润不超过10%。他唯一拒绝过的动漫公司，是一家打算将联名伞卖到300多元的企业：“成本只有不足50元，即便是文化IP溢价，我觉得也太离谱。”他果断终止了合作，宁可为此损失一笔订单。

抖音账号价值提升后，雷鹏琳下一个目标，是把单一的“飞恋伞厂”号做成矩阵号，致力于飞恋品牌价值的最大化。除了带货飞恋雨伞外，雷鹏琳还企划着未来可以甄选其他家乡好物，做洛阳产品的代言人。

就未来的产品风格而言，雷鹏琳希望尽量多做国风雨伞。“随着人民生活水准的提升，雨伞承载的早已不只是功能价值，还有IP价值。”雷鹏琳说。

除了把业务从浙江拓展到河南外，今年，飞恋伞厂的另一项计划是将生意拓展到海外。雷鹏琳的视频也火到了TikTok，一些东南亚经销商已经开始和他谈合作。

2023年，雷鹏琳完成的大计是“还钱”。2018～2019年欠下的200多万元，已经全部还清。今年，他的家庭规划关键词是“安置”。他希望在经常奔波的绍兴上虞工厂旁买一套房。

此外，雷鹏琳还打算回馈社会。8岁那年，是雷鹏琳家最难熬的时刻，父母连100多元的学费都负担不起。当时，希望工程一年的学费救济让雷鹏琳渡过难关。为此，他还曾给捐款者“张伯伯”写过感谢信。如今，他希望将爱心传递下去。

据中国企业家杂志