



他靠一双高跟鞋『跑』出飞驰人生 曾负债三千二百万元



▲ 肖龙穿着高跟鞋带粉丝参观生产线。

▲ “阿么手工女鞋”亮相意大利，肖龙向客户作介绍。

从日销百万元到负债3300万元 他把自己“搬”进直播间

肖龙出生于巴中市恩阳区下八庙镇印盒山村。年少时，一次偶然机会，他在学校微机室第一次接触到计算机。轻点屏幕，万千新鲜资讯扑面而来，广阔世界就此在眼前展开。多年后他回忆说，“那一刻我便笃定，计算机将改变我的命运。”深知儿子满心向往，父亲咬牙凑齐3700元，为肖龙买下一台电脑。可新机刚到家，他便做了一件惊天动地的事：亲手将电脑拆了。

“我从小就好奇心重、爱钻研，总喜欢把东西拆开研究，再一点点组装复原。”少年的心底，始终藏着对未知世界的热忱探索欲。“家里的电器都被我拆过。”肖龙随口补充道。

凭着这份热爱与天赋，肖龙顺利考入成都一所高校，主修计算机专业。在校期间，在专业导师的引领下，他早早接触电商赛道，并顺势开设了人生第一家网店，主打女鞋与大码女装。

2007年，中国电商迎来“资本狂欢”。各大电商快速发展，大量投资涌入，那是肖龙做电商的第二年，用他的话说——“赶上了风口”。

2009年淘宝双十一启幕，电商热潮席卷全网，肖龙在这一年成立了自己的品牌“阿么手工女鞋”。2010年电商团购大战打响，借势流量红利，阿么女鞋积累了首批核心用户，顺着风口一路扶摇直上。

2015年至2016年，品牌进入高速增长期，渠道从淘宝延伸至唯品会、京东等平台，巅峰时期团队超200人，日销售额突破百万元。“那时候自己非常自信。”肖龙坦言。

但福兮祸所伏。2021年，因错误决策和盲目扩张，阿么女鞋陷入前所未有的危机。日销售额跌至几千元，仓库积压57万双鞋，肖龙背负3300万元债务。

数百平方米的仓库里，各种款式的鞋层层堆叠、密密麻麻，堆积如山的库存就像压在肖龙心头的巨石。

一边是巨额债务，一边是员工的生计，在家人的陪伴鼓励下，肖龙毅然冲进电商直播这条全新赛道。

“线下走不通，那就把仓库搬到镜头前，让每双鞋能‘开口说话’。”肖龙说。自此，高强度成为他的日常：凌晨4点半起床、6点开播，午间稍作休整便奔赴仓库盘货。每场直播前，他必仔细掌握每款产品数据，精准推荐给客户。

这样的日子，肖龙足足坚持了1500多天。

每年报废上百双样鞋 他做出“能爬长城”的高跟鞋

每天直播结束后，肖龙都有一个雷打不动的习惯——花数小时翻阅买家评价。

自2009年打造出第一双高跟鞋起，“舒适+手工”就是阿么女鞋始终坚守的核心准则。在肖龙看来，直播从不是单纯卖货，而是直面消费者的沟通桥梁。他坚持通过这样的方式，精准捕捉需求与反馈，发现问题便第一时间组织团队优化。

海量留言中，一个普遍痛点浮出水面：平底鞋舒适却缺乏优雅，高跟鞋美观却磨脚后跟。

“为什么不能让两者兼得？”带着这份思考，肖龙组建了一支由“60后”“70后”资深老鞋匠组成的匠人团队，潜心钻研工艺改良。

很快肖龙找到了磨脚的根源：高跟鞋让重心前移，脚踝紧绷后勾，脚后跟持续挤压摩擦；加之后跟多采用硬质定型材质，内里粗糙无缓冲，新鞋尤甚。

那个多年前爱拆解东西的少年又回来了。

找准症结后，肖龙开始重构高跟鞋构造设计：前掌加入气泡棉，垫入柔软马皮垫，鞋内植入运动气囊，后跟材质全面软化……把运动鞋的舒适元素融入高跟鞋设计。这份潜心研发，很快引爆市场——2026年，改良版手工马皮高跟鞋3个月总销量突破13万双。

这让肖龙深刻领悟到：无论风口如何

变幻，始终站在消费者立场，打磨大众真正需要的产品，才是立足市场不败的核心密码。

与消费者的深度互动，也成为肖龙源源不断的创作灵感，二者如藤蔓般相互滋养、共生共长。

曾有小腿偏粗的顾客留言，渴望一双不勒腿的舒适靴子，这条普通反馈瞬间点燃肖龙的设计灵感。

短短几周后，团队研发出搭载弹性松紧带的新款靴子，上线即被抢购一空，连续多日断货，甚至带动成都本地松紧带厂家订单暴涨。

此后，肖龙建立每年一次的“优胜劣汰”升级机制，依据用户建议持续迭代——每年推出上千款新款女鞋，再根据销量淘汰一批旧款。而这样一来，每年报废的样鞋达上百双。

为了把舒适标准落到实处，亲自把控上脚体验，肖龙事事亲力亲为。

肖龙的办公室里，摆放着好几双41码的高跟鞋。为亲测舒适度，他曾穿着它们拍摄“挑战穿高跟鞋爬长城”的评测视频，全网斩获千万级播放，直接带动数千双销量。甚至痛风发作时，他仍咬牙穿着高跟鞋连续攀爬四五个小时。

“我想让消费者看到，一个大男人穿它都能行动自如，舒适度绝对经得起考验。”肖龙说。

复购率登顶行业第一 他想把门店开到意大利

走进肖龙的工作室，整洁与凌乱构成了一幅极具反差的一面。一侧的柜台货架上，款式新潮、工艺精湛的手工女鞋摆放得井然有序；另一侧的角落，各类皮料、制鞋工具却随意堆放。

“他向来如此，一旦灵感迸发，就会立刻就地取材，第一时间验证设计方案。”身旁的员工悄悄说。

始终站在消费者的角度，用心打磨每一款产品。坚守这份初心，如今“阿么手工女鞋”已推出牛皮、羊皮、鸵鸟皮、马皮等各类皮料、上千种款式，全网粉丝超600万，年销量破100万双。

凭借硬核产品与亮眼经营成绩，肖龙成功清偿3300万元债务，带领濒临绝境的企业逆境翻盘、重回正轨。

发展路上，荣誉亦接踵而至：2022年，品牌斩获抖音巨量引擎百金品牌经营奖；2023年，肖龙获评“成都最美主播”称号。2022年至2026年，“阿么手工女鞋”连续4年稳居抖音店铺女鞋类目复购率TOP1，用高口碑与强复购，印证品牌长久的用户认可度。

即便早已告别负债的日子，肖龙仍坚持每天直播。

评论区里，老粉丝的真诚好评从未间断，大家纷纷自发留言，夸赞鞋款质感上乘、舒适耐穿。更有一位远在边疆的陌生女顾客，特意写信，跨越千山万水为肖龙送上鼓励，满心感激地说，是他用心打磨的好产品，成就了自己脚上无可替代的“白月光”。

双向奔赴，终究成就了彼此的成长。

去年6月，在成都市商务局的引领下，“蓉品出海”经贸活动在意大利启幕，“阿么手工女鞋”承载东方制鞋工艺，在佛罗伦萨绽放光彩，惊艳海外市场。

当年那个转行做女鞋的计算机男生，终于踩着亲手设计的高跟鞋，一路奔跑出自己的飞驰人生。

眼下，肖龙又有了新的梦想——把阿么女鞋开到佛罗伦萨去，让双流手工女鞋真正走向国门，让世界见证中国制造的硬核实力。

华西都市报-封面新闻记者 杨芮雯 赵奕 杨霁月 受访者供图

“想了解我，你先看完这本书。”4月22日，位于成都双流的成都阿么鞋业有限公司内，采访开始前，身着卡其色短袖、腰间系着围裙的肖龙递给华西都市报、封面新闻记者一本书，封面四个大字映入眼帘：负债翻身。

这是“阿么手工女鞋”创始人肖龙长久以来的出圈标签：揣3万元白手起家，因盲目扩张负债3300万元，后躬身直播，连播1500余天逆境翻盘。

扎根成都20年，今年39岁的肖龙从负债累累蜕变为大众熟知的“成都最美主播”，其创办的企业也从濒临破产一路逆袭为女鞋行业复购率榜首、坐拥超600万粉丝的川货头部标杆企业。有人说他很拼，也有人说他很幸运。对此，他坦言只愿做“把每双鞋做过关”的中国匠人。

如今，这位打造“能爬长城的高跟鞋”的手工匠人定下一个目标：将门店开到意大利佛罗伦萨，让世界感受中国制造的硬核实力。