

# 抖音“松口” 晋江泳装抢滩布局

本报记者 施珊妹 董严军 实习生 周雨莲

抖音平台终于“松口”了。官方传来的消息,让晋江泳装企业振奋不已。

受疫情困扰,常年从事外贸经营的晋江泳装企业,近来纷纷尝试通过线上渠道,开拓市场。疫情加速了线上渠道的培育,也推动了消费者对线上渠道的接受度和消费习惯的养成。抖音,作为近来新兴的火热APP,凭借人们碎片化的高频使用,成为新晋流量洼地,正成为企业们掘金的香馍馍。而此前,抖音平台对于泳装、内衣行业属性的限制,让不少泳装企业望而却步。

此番,抖音官方对外宣称,于4月尝试对泳装行业逐步开放,于7月对该行业进一步开放。面对近乎空白的市场,晋江泳装企业“闻风而动”,欲抢滩布局。

## 01 新赛道 “您有一封邀请函请查收”

“抖音开放泳装赛道,对于泳装企业而言,将迎来该行业的新契机。”虽然泳装赛道还未开放,但业内对该行业的潜力做了一个保守预估。字节跳动福建区域产业带服务商、天盛文化传媒运营总监庄志强说,以鞋服行业为例,泉州地区月销达到千万级别的商家目前有几家,百万级别的有一两百家。泳装在抖音平台上基本是空白的,谁尽早介入,谁便成为下一个月销千万级商家的可能。

庄志强对泳装前景的可观判断,还基于抖音平台本身。

电商,讲究流量为王。在庄志强看来,抖音是除微信之外,使用频率最高的APP,其使用时间之长、使用频率之高,正是电商所需要的流量。“抖音 APP 目前日

活跃用户超5亿,是国内最大的直播电商平台之一,也是泳装企业关注的重要线上销售渠道。”

事实上,泳装企业关注该渠道的时间已久。

“我们一直考虑入驻抖音,但平台方此前对于泳装行业设卡,进入门槛极高。”晋江市依润服饰有限公司总经理李治润告诉记者,平台对于行业属性有所限制,对于企业的要求也不低。有品牌知名度的企业,才可以获得平台的邀请进驻。而无品牌影响力的企业,要进入平台,几乎成为“天方夜谭”。

随着平台规则变化,原本没做品牌的企业由此有了新的机会,这也让疫情下的泳装企业看到了机会。

“疫情对晋江泳装行业的影响还是挺大的。”晋江市泳装产业协会副秘书长施芳芳告诉记者,晋江泳装企业大多为外贸型生产企业,疫情之下,订单取消、利润挤压多有发生。晋江市泳装产业协会希望借此机会,跟抖音平台对接,让生产型企业通过直播渠道往终端去发展,让企业进一步拓展国内市场,做到两条腿走路,国内外双循环。

万事俱备,只欠东风。东风将至,能否乘风而上,就看商家们是否扬起帆、做好准备。“一方面我们希望将抖音开放泳装赛道的消息告诉商家,尽早入驻享受抖音这个流量池,另一方面,我们也想跟大家分享,如何开店、如何把自己的店铺账号和团队培养起来,等到7月份泳装赛道开放之后,商家就可以马上抓住风口去直播,抢占第一波流量,分得第一块蛋糕。”天盛文化传媒合伙人郭延昂说。

## 02 有优势 “向自有供应链要效益”

“内容平台电商化”和“电商平台内容化”正在加速,内容、流量、消费之间的联系前所未有地紧密,已成为共识。当传统电商流量触顶,拉新成本变高,当内容电商成为新增长点,抖音平台便成为诸多企业的选择。

字节跳动大众消费行业总监廖李玮表示,抖音用户持续高速增长,市场渗透持续增强,已成为品牌曝光、涨粉的顶级渠道。“短视频种草+直播带货”的火爆,抖音平台的营销势能持续加码,为企业创建了品效合一的营销环境。

对于抖音而言,在这一采取中心化流量分发机制的平台上,优质内容更容易得到流量扶持。掌握平台推荐规律,新账号也有可能短期内从0粉丝账号实现千万级涨粉。

“天猫等平台现在真的很卷,而在抖音这个赛道上,只要产品足够好,足够勤奋,有一定的资金,大家还在同一起跑线上,总有出头机会。”天盛文化传媒培训部总监、兼职品牌直播项目运营负责人林虹晶说。

对于晋江泳装产业而言,深耕细作的数十年经验,是其进驻抖音平台的底

气。

在庄志强看来,晋江泳装产业拥有自有供应链,可以对价格进行较好管控,毛利足够高到支撑团队及广告费用,这是晋江泳装入局抖音渠道的底气所在。而其对于产品款式、上新节奏的掌控性,更能进一步完成流量的变现转化。

“晋江作为知名鞋服产业基地,从原材料到仓储,在之前传统电商的铺垫下,已经形成完整的供应链优势及人才供应链。晋江的抖音直播带货也已经遍地开花,大行业趋势下,给泳装产业提供了优秀的抖音人才储备跟直播经验。”庄志强认为,相比2019年刚入局抖音渠道,很多人是摸着石头过河,泳装企业如今有了更为丰富的直播经验可无缝对接。

好风凭借力,企业更应顺势而为,借助短视频爆发的风口抢占营销新阵地。

虽然去年依润服饰的订单较往年逆势增长了数倍,但李治润依旧看到了潜在的威胁。“不久前,我让同事做了一个统计,我们工厂的员工平均年龄是48.5岁。再过几年,这一大批人就要退休了。”李治润说。

这些年的市场环境,亦令李治润担

忧。“订单增长已经达到了临界点,我们接下来想花更多时间寻求新增长点。市场一直在变,企业也要随着市场而变。不紧跟变化,就会被市场淘汰。与市场贴近一点,企业的存活机会就更大一些。”李治润认为,外贸是被动型的合作,客户出款式,企业只要为其做好就可以。而如果通过抖音进行经营,便可与市场关联更紧密,跟上市场节奏。

外贸经营中,所沉淀的经验,是依润服饰的优势。李治润判断,源于国外客户对于泳装产品的接受程度。外贸企业做国内市场,其产品本身极具优势。因为国外对于泳装款式、面料的用法,都更为超前,这对国内是很有借鉴意义的。与此同时,国外客户与国际流行趋势更接近,相信对于指导国内产品有积极影响。

用户的迭代,让李治润对市场充满期待。“随着‘90后’‘00后’的崛起,未来泳装会更具个性化。”

这一观点有了数据的支撑。有数据显示,2020年7月,“90后”“00后”线上用户数量再创新高,正式取代“80后”成为移动互联网新主流人群。身为互联网的原住民,他们线上购物的习惯是与生俱来的,线上购买力与购买渠道也更加多元、更容易接受新玩法。



## 03 解痛点 “让卖得好的更好”

“听闻抖音于7月份对泳装产业进一步开放,让我们看到了机会。”三鸿网布花边总经理洪鸿俊去年在抖音平台上销售休闲裤、运动鞋等产品,但并未赚到钱。对于平台运营不够了解,让他走了不少弯路,他渴望摸索全新路径,解决主播资源、平台实操等痛点,以期长久经营。

洪鸿俊说出了大多人的心声。

“花两个月做好内容,做好产品定位,开好店铺,这是眼下要做的第一件事。”廖李玮认为,对于任何一个赛道,都不能漠视抢占先机的重要性。

小步快跑,把握新机遇,内容生产上,视频应尽可能短小精悍,明确卖点。对于小件产品来说,过长的视频讲解和内容包装反而无法让用户捕捉功能重点,导致视频完播率低,种草效果差。种草视频不应千篇一律,应根据产品特色产出内容。如操作便捷,使用门槛低、效果直观的产品可通过短视频对功能性卖点强输出,用户的一个滑动空隙便可完播,观看的时间成本低,也可快速达到种草目的;而功能点分散、使用门槛高的产品则需要推销型讲解辅助,以帮助用户快速了解产品卖点,检索自身需求,有针对性种草。

提升产品力,更切实地将种草势能转化为拔草消费。通过对高浏览量高销量产品的分析发现,抖音用户的下单购买行为还是较为理智的,冲动型消费情况减少,多会点进商品详情页查看,且货比三家。因此,企业应该摒弃侥幸心理,意图以次充好的行为,即使在前期有一定程度的业绩提升,也会因口碑太差在平台UGC内容反馈中遭到反噬。

此外,他解释,抖音是推荐机制,一定会让卖得好的产品卖得更好。商品稳定性越强,转化率越高,因此企业要拿出好产品,积极参与营销活动。如618、百亿补贴等,抖音会给大量流量给店铺做得特别好的商家。以货架的逻辑做抖音,除了直播建立的货品,还可以把其他线上平台所有商品上架到抖音店铺。

# 市科技局首次推出“免申即享”服务事项 晋江企业申报2021年度科技创新奖励扶持政策更快捷

## ►2021年度科技创新奖励扶持政策申报条款

**(一)企业享受研发费用加计扣除增量奖励。**对连续两年自主申报享受研发费用税前加计扣除政策的企业,按照企业实际享受加计扣除的研发经费增长额的12%给予奖励,每家最高50万元;其中高新技术企业按15%给予奖励,最高100万元。(2021年已申请省级企业研发经费投入分段补助<包含科技小巨人加计扣除奖励>的企业,此项奖励不能重复申请)。(责任科室:综合管理科)

**(二)首次认定和重新认定的高新技术企业奖励。**对首次认定和重新认定的高新技术企业,分别给予20万元、10万元奖励(包括各级要求配套的奖励资金)。(责任科室:产业科技科)

**(三)外地高新技术企业整体迁入奖励。**对外地高新技术企业整体迁入晋江市并在有效期内完成落户的,给予20万元奖励。(责任科室:产业科技科)

**(四)企业实施科技计划项目奖励。**对企事业单位在晋实施并列入国家级、省级科技计划项目,按上级扶持资金额的100%、50%配套。对高新技术企业、省实验室、省级(含)以上(企业)重点实验室、省级(含)以上新型研发机构实施并列入省级科技计划项目,按上级扶持资金额的100%配套;对农业类企业、农业合作社、事业单位承担的泉州市级(含)以上农业类、星创天地建设、社发类科技计划项目按100%配套。以上资金配套最高100万元。(责任科室:产业科技科、科技成果与人才管理科、创新平台科)

**(五)企业研发机构认定奖励。**新认定为国家级、省级重点(企业)实验室、技术创新中心、行业技术研发中心、(企业)工程技术研究中心、工程实验室,科技成果转化基地和产学研合作示范基地分别一次性奖励150万元、50万元。(责任科室:创新平台科)

**(六)企业共建实验室奖励。**鼓励我市企业在晋江辖区内的高校、科研院所、市级创新平台内联合共建实验室,对企业出资新购研发仪器设备的按实际费用的30%补助,最高500万元(以正式发票和实物为准)。(责任科室:创新平台科)

**(七)开展产学研合作奖励。**鼓励企业与高校、科研院所开展产学研合作,对技术开发项目(需通过技术合同认定登记)实施完成后,按照企业实际出资金额的20%给予补助,单个项目最高不超过50万元,单家企业最多申报2项。(责任科室:创新平台科)

**(八)科技特派员服务奖励。**对科技人员获评泉州市级(含)以上科技特派员(团队)、法人科技特派员的,按上级扶持资金总额的100%给予配套,奖励科技特派员服务的单位。对列入泉州市级(含)以上科技特派员工作站的,按照上级扶持资金总额的100%给予配套。(责任科室:产业科技科)

**(九)新认定科技企业孵化器、众创空间、星创天地(含试点)奖励。**对新认定国家级、省级、泉州市级科技企业孵化器的运营主体,分别给予150万元、50万元、10万元奖励。对新认定为国家级、省级、泉州市级众创空间、星创天地(含试点)的运营主体,分别给予50万元、30万元、5万元奖励。(责任科室:科技成果与人才管理科、产业科技科)

**(十)泉州市级以上科技企业孵化器、众创空间、星创天地内注册并实际经营的企业首次通过高新技术企业认定奖励。**对泉州市级以上科技企业孵化器、众创空间、星创天地内注册并实际经营的企业首次通过高新技术企业认定,按每家10万元标准奖励运营主体,每年度最高100万元。(责任科室:科技成果与人才管理科、产业科技科)

**(十一)获国家、省科学技术奖奖励。**对我市企事业单位或个人作为完成单位(完成人)获得国家科学技术奖特等奖、一等奖、二等奖的,分别给予200万元、100万元和50万元奖励。对我市企事业单位或个人作为第一完成单位(完成人)获得省科学技术奖的,按省级奖励资金的100%配套奖励。(责任科室:科技成果与人才管理科)

**(十二)购买科技成果转化奖励。**对本市企业向非关联单位购买国内一类知识产权(发明专利、集成电路布图设计专有权等)和境外发明专利技术在本市实施转化的,按照实际支付技术交易额(需通过技术合同认定登记)的6%给予奖励,单个企业每年奖励金额最高100万元。(责任科室:创新平台科)

**(十三)开展技术交易奖励。**对本市企事业单位签订的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务合同,经技术合同登记机构认定登记,年实际技术交易额在1500万元以下的,按技术交易额的1%奖励技术输出方;超出1500万元的部分,按0.5%奖励技术输出方。单个项目奖励最高不超过50万元,同一单位封顶奖励100万元(国企制科研机构、事业单位科研机构等市级创新平台科技成果转化的收益分配按上级有关政策执行)。(责任科室:创新平台科)

**(十四)新认定国家级、省级技术转移机构奖励。**新认定为国家级、省级技术转移机构分别奖励100万元、50万元。(责任单位:创新平台科)

**(十五)国内外高校、科研院所晋设立技术转移机构奖励。**鼓励国内外高校、科研院所独立或与企业联合在晋设立具有独立法人资格的技术转移机构,经市科技主管部门备案确认的,开办第一年资助其办公经费50万元,一年后按实际运营情况及合同履行情况给予连续2年、每年50万元运行经费支持。(责任单位:创新平台科)

**(十六)在晋备案的技术转移机构、技术经纪(理)人促成科技成果转化奖励。**在晋备案的技术转移机构或在晋备案的技术经纪(理)人促成科技成果在我市转移转化,经技术合同认定登记的,按其促成实际技术交易额的1%给予奖励。对技术合同实施完成的,再按其促成实际技术交易额的2%给予奖励,单个项目最高不超过20万元。其中获奖励的机构应按不少于50%的比例奖励促成交易的技术经纪(理)人,每家技术转移机构每年最高奖励100万元,技术经纪(理)人每年奖励最高不超过20万元。(责任单位:创新平台科)

**(十七)福建省“创业之星”“创新之星”人才配套奖励。**对入选福建省“创业之星”“创新之星”人才,按省级资助额度的50%给予奖励,最高400万元。(责任科室:科技成果与人才管理科)

### 联系方式

综合管理科:0595-85660507  
产业科技科:0595-85669816  
科技成果与人才管理科:0595-85682584  
创新平台科:0595-85667172

识别二维码可详细阅读《晋江市科学技术局关于组织申报2021年度科技创新奖励扶持政策的通知》

