



新經濟浪潮

7月20日，「2019第三屆連雲港·灌雲情趣用品展」開展，吸引2000餘海內外商家擁臺。注視着展廳中央的T型台上風情萬種地表演情趣內衣秀的中外模特，灌雲電商協會副會長、江蘇美麗詩服飾有限公司董事長馬占祥眸光閃亮。他對大公報記者表示，情趣內衣市場持續火爆，該公司今年上半年的銷售額已超過去年全年。

大公報記者 陳旻（文、圖）

數據顯示，灌雲縣500家規模以上情趣內衣生產廠家和6000家活躍電商網點，在2018年創造了市場銷售45億元，網絡銷售佔據內地市場份額60%至70%，今年上半年市場銷售比去年同期增長30%。灌雲已成為內地最大的情趣內衣產業聚集地。

新蓋萬平米廠房 產能增五倍

和馬占祥一樣意氣風發的常凱林，是連雲港千秀服飾有限公司的總經理，他的展位正對着展廳T型台，處於展廳的「黃金地段」。身高一米八的他忙着接待客戶，黝黑的臉上容光煥發。

常凱林屬當地情趣內衣行業的「元老」之一，自2009年建廠生產情趣內衣並同步做電商批發銷售，迄今已10年，年年都賺得盤滿鉢滿。由於產品銷量年年遞增，原先租用的2000平米廠房早已捉襟見肘，擴大生產成為當務之急。今年初，常凱林投資1500萬元（人民幣，下同），蓋一萬平米新廠房，待今年10月竣工後，產能可驟升5倍。

僅僅一年，情趣內衣市場風雲變幻，「原來的購買人群是30歲以下女性，現在40歲以下的也在接受。」常凱林說：「最大的變化是質量提升，用戶從原來買低端產品到現在買高端產品，原先買幾塊錢產品的用戶，現在要買幾十塊錢的，這證明社會人群觀念在提升。」

創業初期做了8年中低端產品打基礎，「為了以後會有更好的拓展空間」，從2016年起，常凱林開始做中高端情趣內衣，今年已完全淘汰了低端產品。

他說，精湛的做工是提升產品質量的關鍵，以前使用的人工做工便宜，「現在我們在做工上大的本錢，原來工人工資是3000塊錢一個月，現在甚至發到一萬元，讓她們做好、做精。」

在產品面料選取上，原來低檔、粗糙、不柔軟的都被淘汰，「現在都變成錦氨綢，柔滑、細膩、無毒無害無氣味。」他意識到，產品必須環保，「我們都走上這條路了。」

引進高端設備 嚴控產品質量

常凱林今年還投資30萬元，更換了一批新型的高端設備和特種設備，「普通的平針不用了，全部用電腦的。還有自動切線、自動剪線頭，自動鎖眼，這些都是高級的。原來稍微做一做，找人剪一剪就行了，現在為了提升產品檔次，我們必須要引進高端設備。沒有這些設備，你就做不好。這是肯定的！」

常凱林性格果斷，他的整個家族在他的帶動下都在開廠生產情趣內衣，「我是第一個做，我是老大，下面還有4個妹妹，她們看老大賺到錢，做得好了，每家都來跟我學，每家都做。那麼他們就一個一個地起來了，包括我的兒子、舅老爺。」

常凱林的外甥范潤民在舅舅的影響下創辦公司，他誇耀說：「賣出的情趣內衣布料連起來可繞地球百十個來圈。」

視頻APP營銷 吸引年輕女性

7月22日，在灌雲縣表彰的「十大電商創業人才」頒獎台上，上台領獎的萬瑾服飾有限公司的創始人陸長雲笑容格外甜美。

情趣制服是情趣內衣的一大種類，回味青春，以視覺刺激與激情結合。今年38歲的陸長雲一直在做情趣內衣銷售，2015年，面對情趣內衣市場的殘酷競爭，她與丈夫李健琢磨另闖蹊徑。他們試了打底襪、童裝、圍巾等熱門產品，陸長雲說：「折騰來折騰去，發現情趣水手服很小眾，屬冷門。搜淘寶，只有幾家店，於是便決定先做一做試試。」

夫妻倆跑面料市場選面料，找設計師定款式，聯繫服裝廠代工，「但人家不願做，好不容易第一批做出500套，每一款做5個碼，用了半年才銷掉。」陸長雲說，她想做「不僅有情趣，而且日常能穿着有質感的衣服」，她親自一件件驗收，嚴格把控質量。「品質提升後銷量猛增，就有了第二批、第三批產品。」

2016年，陸長雲註冊了自己的品牌，客戶越積越多，2018年銷售15萬套情趣水手服，今年上半年賣出50萬套。

她發現，現在抖音、快手等多個視頻APP上聚集了眾多年輕女性，她們熱衷發自拍展示自己，展現青春活力的水手服是她們的摯愛，往往一傳十、十傳百，扎堆來購買。

今年4月，心花怒放的陸長雲豪擲120萬購買了一輛奔馳450，犒勞自己。

情趣內衣

火爆背後的生意經

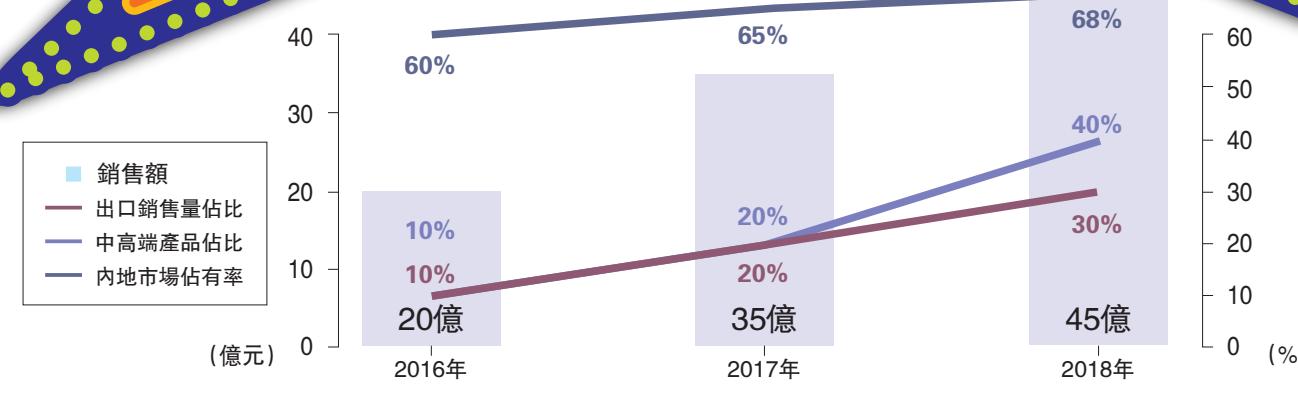


▼灌雲情趣用品展期間舉辦情趣內衣秀

灌雲情趣用品展期間舉辦情趣內衣秀

(單位：人民幣)

灌雲情趣內衣產業市場概覽



捷足先登

「這次帶來的樣品是讓他們看的，沒有想到直接就被買掉了。」傑克縫紉機股份公司（603337.SH）蘇北區域經理崔展銘開心地笑着。為了捷足先登，

在灌雲情趣用品展開展前，傑克公司於7月18日搶先辦了一場縫紉機展會，展出最新的平台式高速電腦縫紉機、新一代超快電腦包縫機、高速電腦平頭鎖眼機等高端設備。

崔展銘表示，物聯網技術的日漸成熟，縫紉機再次迎來顛覆時代的數字化轉型，公司在灌雲展示的專為網紗類情趣內衣研發的C4物聯網縫紉機，有語音



▲灌雲情趣用品展，參展商展出最新款，以真人秀招徠客商

蜘蛛俠情趣服亮相展會

展會火爆 展廳一搶而空

行業動態

在展廳內巡展，灌雲縣副縣長陳新洪感慨良多，「展會就像一個逐漸長大的孩子，捧在手心。」他介紹說：「縣裏讓我抓電商，我就想電商從哪裏切入？調研下來，發現農產品做成功的少，講故事的多，能做成產業的不多，但是情趣內衣產銷已有基礎。」

2017年4月23日，陳新洪專門去「上海國際成人用品展」觀展。他認為，發揮情趣內衣產業和電商優勢，為企業搭建一個產業集聚、訂單集中、信息集散的高水平展會，應該是縣政府的使命與價值所在。於是，他就土辦法上馬，先發動本地企業報名，再請進電商平台授課，重點邀請專業觀眾。

「過去兩屆情趣用品展累計吸引3萬餘人次參觀，其中專業觀眾4000餘人次，訂單簽約500筆，交易額超2000萬元人民幣。」今年展會內地多家採購團已在灌雲簽訂意向訂單超過3500萬元人民幣。

據灌雲縣商務局副局長李勇介紹，今年的展會報名者擠破頭，6000平方米的展廳被一搶而空，「實在沒有招展空間，一些老商戶不得已只能壓縮展位，以前給100平方米，今年只能給25平方米。」

陳新洪表示，今年展會還特別請來跨境電商平台與企業對接。

江蘇未遲數字技術有限公司市場部總經理黃磊在對灌雲企業家分析情趣內衣市場全球趨勢時介紹，2018年全球市場規模約299億美元，2019至2025年複合增長率預計可達7.5%。

目前，灌雲情趣內衣今年的跨境銷售增加四成以上，外貿訂單大都由深圳、蘇浙滬的多家外貿公司承攬。陳新洪強調：「跨境有很大的市場！外面市場不小，包括東南亞、非洲、歐美、俄羅斯市場。」

李勇說，圍繞灌雲情趣內衣產業怎麼走出國門去？正是該縣商務局研究的重點方向，「全世界有200多個國家，我們給各企業分工，你到美國去，他到阿聯酋去，大家都走到國際市場上，美國、日韓市場已經銜接上，中國的台灣市場也已銜接上端口。這樣實現內地做集聚，境外做跨境。」



▲灌雲情趣用品展中新款

掘網紅直播營銷 輕市場裂變式增長

開拓創新

今年6月，馬占祥在灌雲的情趣內衣行業內，率先成立了第一家場景式營銷工作室，招聘了一位網紅模特，正積極準備以直播、小視頻等手段，上各視頻平臺嘗試場景式營銷，期待產品銷售出現「裂變式」增長。

後發先至，雖然在2016年才踏足情趣內衣市場，但馳騁商場數十年的馬占祥將情趣家居內衣作為自己的市場的定位，2018年銷售額達2000餘萬元。

馬占祥堅定地認為，當下，場景式營銷正是風口。

今年初，馬占祥發現天貓店情趣內衣的營銷量明顯下滑，「不像以前那麼火爆，我就想這些東西從什麼渠道走？」他打開手機，關注了火山小視頻、快手、小紅書、唯品會、寺庫等APP，「我發現那些搞怪吸粉，場景的帶貨量爆發的速度在成倍增長，不得了！」

馬占祥說，各個平臺有自身的功能性定位，如小紅書定位於都市白領，「因網購70%是女性，一定位，價位空間就出來了。天貓上的同款產品，在小紅書上因定位高端，價格要比天貓高出好幾倍，銷量還火。」

「而火山小視頻，定位於三、四線城市。」馬占祥詳細分析道，「大城市的人工作壓力那麼大，哪能天天有時間拍視頻發抖音、火山小視頻。但三、四線城市，及大量的農村女性，成天無所事事就拍攝視頻發出去，收穫成就感，順便再去關注別人，這類人群沉積下來就帶動消費。」

馬占祥研究後發現，許多商品在拼多多、火山小視頻上賣的價位雖不高，但卻能鎖定大批消費人群，「這種營銷策略我給他定位為場景式營銷。」

去做，這是服裝老闆最感興趣的。」崔展銘認為，灌雲的服裝業以網紗類情趣產品為主，「因為網紗比較薄，公司專門針對這個特點進行研發、調試機器，專門設定了一個網紗模式，能自動識別和剪線。C4超快電腦縫紉機是專門針對網紗開發，對於灌雲特別適用。」

「很多老闆跟我們談的都是未來發展。」崔展銘說，物聯網縫紉機在灌雲大受歡迎，不僅智能縫製，還可以採集服裝生產數據，克服服裝生產的工序難點，提高整體效益，出現故障可通過聯網遠程調試與修理，「50多萬元的設備當場賣掉一台。」

智能化省人工 物聯網縫紉機熱銷

