



## “拉伊卜”周边在抖音电商销量同比增6倍

### 中国授权商每天直播 16小时卖货

# 小小“飞天馄饨皮”的大生意

本报记者 楼纯 马焱

世界杯进入了决赛阶段,除了赛场上的精彩和火爆,场外的“世界杯消费”也毫不逊色。在抖音,大量与球赛相关的优质内容带动了卡塔尔世界杯吉祥物“拉伊卜”周边商品在抖音电商的销量增长,“拉伊卜”是本次卡塔尔世界杯的吉祥物,因其外形和颜色的原因,被不少网友戏称为“飞天馄饨皮”,其可爱又独特的外表征服了很多人。

据统计,11月17日至23日,也就是世界杯开幕式前后,抖音电商里的卡塔尔世界杯吉祥物“拉伊卜”周边商品销量近7万件,环比增速超2000%,诸如“拉伊卜”与足球合影的3D手办等商品受到了消费者的喜爱。

鸣鸣祖拉的爆火、义乌“预测”的准确...历届世界杯,少不了“中国制造”这个话题,而这次生产和售卖“拉伊卜”的企业中,就有不少来自中国。



## 壹

### 主播每天轮播 16小时 日最高成交额近300万

杭州孚德原本是一家外贸公司。“我们以前经常会跑一些国际的会展,通过这些展会我们有了几次与国际足联的接触,加上外贸进入转型迭代,在这样的背景下,我们开始给国际足联做官方授权商品。”杭州孚德品牌管理有限公司CEO郭志浩对钱江晚报记者说,“拿到2014年巴西世界杯授权后的半年,我们就陆续接到了来自20多个国家、近70家企业的访问。在拉美,仅智利一个国家就有12家公司争夺吉祥物代理销售权限。”

“卡塔尔世界杯是我们参与的第三届世界杯,与往届不同的是,本届世界杯我们新建了抖音电商账号来拓宽销售渠道。”郭志浩说。

谈到什么产品卖得最好,郭志浩立马便回复:“当然是拉伊卜的形象周边。”郭志浩介绍,能在开赛前就获得如此销量,抖音电商也为商家提供了诸多助力。

抖音电商平台提前上线燃情好物季专区,直到11月21日开赛式之前,通过多种平台资源和运营活动,持续营造世界杯氛围,并重点推出“拉伊卜”手办,让用户在观赛中不断种草。

据了解,本次“拉伊卜”中国授权的销售额,已经超过了孚德在前两届世界杯的全球销售额,日最高成交额接近300万元。“作为卡塔尔世界杯大中华区的官方授权商,我们除了每天满足B端的采购需求外,每天还要安排团队的主播在抖音轮番直播16个小时。我们的抖音电商直播间在满足消费者需求的同时,也获得了平台在此期间的专项扶持,两者相加大幅增加了我们的销售体量。”郭志浩说。

世界杯期间,被讨论最多的话题当属是谁会夺冠。“除了卡塔尔大中华的官方授权,法国国家队的官方独家授权也在我们公司。”郭志浩说,“所以我当然支持法国队卫冕。”



工人正在缝制“拉伊卜”毛绒玩具

## 贰

### 最开心的是产品得到了认可 下届世界杯还会继续做

“入驻抖音电商以后,我们感觉到了一股前所未有的世界杯热潮。”郭志浩说。抖音直播间强大的互动属性让郭志浩和孚德公司的其他员工看到了中国球迷对于孚德产品的热爱和认可。“作为商家,最开心的当然是看到人们喜欢我们的产品,夸奖我们的产品。”郭志浩说,“直播间里我不止一次在弹幕里看到有人夸我们的玩偶可爱,做工好,这让我还有我的同事们觉得,我们的努力没有白费。”

因为本次孚德专注于大中华区的销售,所以中国的球迷是最早得到官方授权商品的人群之一。“虽然本次世界杯没有中国队的影子,但是能让大家抢先体验到官方授权商品,还是让我们感到很欣慰。”

在2014年和2018年的世界杯上,孚德做的主要

都是吉祥物品类的商品。本届世界杯,孚德把商品品类拓展了不少,加入了例如服饰、口罩、包等商品。

“经过这几届世界杯的洗礼,我们公司在各方面已经比较成熟了,比如我们现在就有一个成熟的供应链团队在背后支撑着我们。”郭志浩说。说起是否参与以后的世界杯周边产品的销售,郭志浩毫不犹豫地表示肯定会继续做,甚至还要把更好更丰富的产品带给中国乃至全世界的消费者。

“我们希望通过周边产品,不仅仅向球迷,还要向更多普通消费者推介世界杯这个IP,在整个市场的发展中贡献一份自己的力量。”而这,也是他们在十年前的那一次拿下官方授权的关键谈判中,打动国际足联的特质之一。

## 叁

### 世界杯订单占全年的三成 “拉伊卜”玩偶做起来简单,难在“设计”

安徽天长嘉美乐礼品有限公司是孚德在本次世界杯的合作厂家,直播间里的“拉伊卜”毛绒玩偶便出自他们之手。

由于“拉伊卜”的形象是一块飞毯的样子,首当其冲的问题便是怎样把它给“立起来”。“拉伊卜的形象其实蛮抽象的。我们当初拿到手的,是一个二维平面的拉伊卜,如何通过二次创作将它变成毛绒公仔、硬质手办等立体形象,还是花了不少工夫的。”杭州孚德副董事长倪靖说。

对于硬质手办来说,由于材质的关系,做成立体的难度并不大,但是如果是毛绒玩具,设计上就得花点心思。“最初和孚德一起开发‘拉伊卜’毛绒玩具的时候做了几个版本给国际足联还有卡塔尔那边看,我们尝试做过立起来的版本,但是由于呈现效果并不好,对于毛绒公仔,他们最后还是选择了软体版本,就是一块毯子的样子。”天长嘉美乐礼品有限公司销售负责人崔先生对记者说。

天长嘉美乐礼品有限公司目前有200人的规

模,4年一届的世界杯也是他们增加出货量的一个高峰期,“因为本届世界杯举办时间的关系,大幅延长了我们的生产旺季,原本我们的生产主要集中在6~9月,到了10月份实际上算是进入淡季了,但是这次我们到11月还在忙活。”崔先生说。“世界杯的订单能占到我们全年出货量的30%左右,所以我们铆足了劲生产,就怕完不成订单。”

在崔先生和全工厂员工的努力下,他们在世界杯开赛前就出完了99%的货品。“每次在短视频和电视上看到拉伊卜毛绒玩具,我就会很骄傲地和我边上的朋友说,快看,那是我们生产的!”崔先生说。

在“抖音燃情好物季”专区里,除了“拉伊卜”,球衣、抱枕、水杯等世界杯周边商品也同样大受欢迎。相关产品的销量环比增加了近600%。球迷们在抖音看球之余,在世界杯相关短视频、直播里看到感兴趣的世界杯周边,主动搜索自己感兴趣的周边产品就可以下单购买。

本周末,我们将迎来大力神杯争夺,你更看好谁?