

# 近千家商户直播带货打好“翻身仗”

## ——专访青岛时尚饰品产业协会秘书长陆云生

□半岛全媒体记者 黄冬梅

2020年年初的新冠疫情,对很多行业影响都很大,特别是对主要以出口为主的青岛时尚饰品行业来说,打击更是致命。从2020年3月中旬开始,海外客户对青岛的合作厂商取消订单或者要求延期发货的情况不断发生,涉及青岛饰品完成品公司面临长达几个月的时间没有订单,导致工人无法正常工作。

为尽快走出困境,在青岛时尚饰品产业协会的组织推动下,行内企业迅速转型自救,转战国内市场,尝试互联网+实体店的新营销模式,通过直播带动,线上销路活力十足,线下订单也逐渐恢复,到2020年年底,协会里的800多家企业商户不仅弥补了疫情带来的损失,还获利不少。

### 危中求机,义乌之行满载而归

“疫情发生后,出口贸易受到很大影响,很多企业迟迟不能复工。”青岛时尚饰品行业协会秘书长陆云生介绍,为此协会及时召开会议,共同协商寻找出路。“当时我们了解到广州、义乌的饰品行业面向国内市场,依靠电商直播销量十分火爆,就萌生了去学习交流的想法。”

2020年4月21日,青岛时尚饰品产业协会会长李金生、秘书长陆云生带领100余名会员开启义乌之行。陆云生介绍,在中国网红直播第一村——义乌北下朱村,他们看到周围商业氛围十分浓厚,村子里每幢楼商铺外面贴着许多关于直播和网红的标语。“每家店铺内基本

都设有直播间、展品展示区、办公区,进去之后让人第一时间就能捕捉到当时抖音、快手等平台上火爆的产品。义乌直播链的成熟,让我们很是震惊,也再一次肯定了直播带货的强大。”陆云生回忆。

义乌之行结束后,协会成员收获满满,也为自己重新规划了新的思路。“回到青岛,我们就开始依托淘宝、抖音、快手等网络平台为直播带货做准备,商户没有经验,我们就请专业人员开展跨境电商贸易优商培训,把商家最关注的内容做最细致的讲解,同时帮忙对接快递物流公司谈合作,降低运费成本。”

### 外贸转内销,靠直播走出一条路子

近日,记者来到位于中韩国际小商品城二楼的“流行饰界”区,商品琳琅满目,耳环、发卡、项链等种类众多,设计风格简约大方,新颖独特。现场,挑选产品的顾客并不多,但每家店铺的员工都在忙碌着介绍自己的产品,只是他们面对的都是手机摄像头,声情并茂地介绍着。

“现在我们大的直播间里正常保有量有几百人,最多的时候单个直播间4个小时成交额达到了100万,有时候各地首饰店的小老板在抖音上认识我们这些商户,知道这是源头生产厂家后直接下单采购,我们很多单子都是在线上认识,在线下谈成的。”陆云生介绍。时尚饰品协会会员孙蕊告诉记者,她原来也是做饰品的,但是模式和现在完全不一样。“之前我面向的只是线下、城阳局部,现在我是线上和线下结合,面向全国的消



青岛时尚饰品产业协会秘书长陆云生。

费者,机遇更大了。”

与此同时,青岛时尚饰品协会也积极发挥协会力量,一边与各大电商平台进行交流,一边鼓励更多的成员单位加入电商行列。“2020年对我们青岛时尚饰品行业来说,是充满机遇和挑战的一

年,很庆幸我们走过来了,很多商户在短短的几个月赚到以往一年的钱,在2021年,我们还要继续创新、开拓思维,在大力引进时尚产业项目的同时,积极发挥平台作用,把青岛时尚饰品做大做强。”陆云生表示。

# 共享“朋友圈”,共谋消费市场新生态

## ——专访城阳区万业联盟发起人徐刚

□半岛全媒体记者 葛梦杰

2017年城阳区万业联盟成立,现有盟员企业24家,涵盖家居、餐饮、健康、婚纱摄影、婚庆服务、教育等各行各业,全部都是中小微服务行业企业。在疫情大环境下,面临着服务行业市场拓展的难题,中小微企业互帮互助实现了自身发展。2020年,万业联盟也通过抱团做好“朋友圈”,直面疫情带来的挑战,逆势突围,共谋共享消费市场新生态。

### 联盟聚力,应对危机更有底气

作为一个跨行业、跨产业而自觉形成的民间商业联盟组织,就是要抱团聚势,不断整合优势资源、渠道甚至是资本,并将其反哺于消费者,把更优质的消费服务,更多元的消费体验,更经济的消费模式不断地推向市场。“我们每年都会举办联盟活动,通过产品分享、空间分享、经验分享等方式,刺激消费,并且增强企业的品牌效应。”万业联盟发起人、青岛蒙娜丽莎婚纱摄影总经理徐刚告诉记者。

也正因为所有的工作都做了在前面,所以联盟内各企业也有了应对危机的底气。据介绍,2020年虽然没有举办像往年一样的联盟线下活动,但各企业之间密切交流,相互借鉴发展经验,结合自身实际情况制定不同经营方案,助力企业快速恢复“元气”。

此外,联盟内无直接竞争的企业还

将既有的客户群体相互推介,相互融合,尽可能增加创收。“各行业都有比较忠实的客户群体,企业之间可以利用自己的客户群互相发布促销信息,从而促进进行生效益。其实在效益好的时候,虽说各行业之间没有竞争,但也考虑不到这些。在这样困难的时期,反而能考虑到客户共享这样的办法,这也是未来联盟在发展互相借势的趋势。”徐刚说,这次疫情各企业也都加强了危机意识,不断提升自我的竞争力,争取在未来的市场中持久向好发展。

### 推出营销活动,渡过市场艰难时刻

“通过联盟单位之间相互交流经验,资源共享,确实给企业带来了营收,也提升了我们的品牌影响力。除此之外,我们在2020年还策划了专场婚纱摄影抢购会、进店订购直降等很多优惠活动,来打造消费热点。从下半年的经营情况来看,基本与往年持平。”徐刚说。

据了解,疫情期间,抱团取暖是联盟内各企业冲破危机的一种方式,除此之外,企业自身也通过推出线上营销、优惠活动、策划品牌活动等一系列举措应对困难。

“健身房未开业的那段时间,我们做了很多线上居家训练视频,带领老会员们一起做居家锻炼。5月份健身房恢复营业后,我们陆续推出了各种优惠活动,12月份我们还在线下举办了全国性的



万业联盟发起人、青岛蒙娜丽莎婚纱摄影总经理徐刚。

健身健美赛事,全国200多名体育达人参与了赛事,目的是提高我们的品牌影响力,反响还挺不错的。”联盟单位青岛奥维斯健身管理有限公司董事长姜鹏告诉记者。联盟单位月兮瑜伽也通过推出私教一对一定制服务及优惠活动维护老客户、吸引新顾客,2020年下半年整体

运营情况良好。

“2021年,我们在发展好自身的情况下,将会继续通过联盟活动,凝心聚力,努力将我们最精彩、最具价值与吸引力的一面展现给所有人,提升我们的品牌影响力。对于未来,我们还是充满期待的。”徐刚说。