

直播电商，给“宁波制造”带来变化几何？

记者 黄程



宁波抖音电商直播基地。

(受访者供图)

直播电商，是以直播为渠道来达到营销目的电商形式，是数字化背景下直播与电商双向融合的产物。2020年，在新冠疫情的冲击下，“直播+电商”的新零售业态加速兴起。

今年以来，新冠疫情继续影响全球经济，很多行业无法正常开工。同时，另外一些行业仍在高歌猛进，直播电商就是其中之一。据预测，到明年，国内直播电商规模将超过4.9万亿元。

新形势下，各行各业纷纷“牵手”直播电商，制造业也不例外。业内专家认为，直播电商的“风口”，为制造业转型升级提供了契机。面对机遇，不少宁波企业闻风而动，迅速融入新赛道，在营销、制造、供应链、出口等环节创新出招，取得了让业界惊叹的成绩。

星星之火，渐成燎原之势；瞄准市场，宁波全方位出击。今年1月，市政府办公厅印发《宁波市促进直播电商经济高质量发展实施方案》，对于借助直播电商平台带动、扩大“宁波制造”的内销和“出海”渠道，方案提出了明确方向。

直播电商，正在给“宁波制造”带来深刻而全面的影响。

A 拥抱直播 营销思路转变带来新增长

深耕电商领域多年并且一直处于行业前列的方太，在去年“双十一”中再次斩获佳绩——实现全网纯零售额8.6亿元，并夺得京东平台烟灶零售规模和天猫厨电行业零售规模两项第一。

业绩的背后，离不开直播的“助推”。方太电商有关负责人在接受采访时表示，该企业很早就开始尝试店铺日常自播并长期坚持，不断提升自播能力，同时在电商重要节点比如“6·18”“双十一”期间邀请明星、企业高管等参与直播，吸引流量。方太拥有“千平百万”厨房直播基地，拥有多套不同风格的厨房实景场地，并且匹配了专业直播团队，从结果来看，直播销售

占比得到了大幅提升。

方太电商有关负责人表示，直播是方太营销中扮演着非常重要的角色，作为销售环节的“临门一脚”，直播拉近了营销和销售的距离。“当前的营销，已逐渐演变成直播营销，过去销售体验中无法实现的现场体验，现在可以通过直播展现得淋漓尽致。直播已经成为一种趋势，并将在社会关系、社交变化、消费体验等方面扮演越来越重要的角色。”

直播“风口”之上，太平鸟的“飞翔”有目共睹。公司董事长张江平曾表示，“太平鸟已经全面拥抱直播经济”。除了淘宝之外，这两年太平鸟还加大了微博、小红

书、抖音等新平台的营销。

去年上半年，太平鸟在抖音平台的销售额达3亿元，占线上总销售额的18%，曾创下单月平台成交金额破亿元的业绩。抖音等社交电商平台，也被太平鸟视为增长的第二曲线。

在身边榜样的带动下，越来越多的本土企业开始转变营销思路，转战直播电商。宁波天虹文具有限公司将工厂变成了一个小型直播间，货架前的工作人员通过手机销售自家产品，走出了后疫情时代制造业销售新模式。为了扩大直播经济效益，该公司在鄞州区建立了直播间和直播团队，每天在抖音、天猫、拼多多、京东等平台直播，抖音

粉丝量24万余人，天猫粉丝量10万余人，每月销售额接近100万元，占企业电商销售额的10%。

这两年，抖音、快手、阿里巴巴等各大直播电商平台纷纷布局宁波，宁波本土的前洋电商直播中心也加速成长。宁波抖音电商直播基地自去年5月下旬在江北洪塘试运营以来，战绩辉煌。目前，基地已有600多家商家和品牌入驻，其中宁波本地的商家和品牌占62%，去年，平台成交金额超过60亿元。

去年年底，宁波抖音电商直播基地项目二期正式开工，将打造一个更为完善的直播经济产业园，带动更多“宁波制造”进入直播电商领域。

B 通过直播 推动企业数字化转型

在疫情“寒冬”的阻击战中，制造业所遭受的“冰封”困境，在直播经济的助力下得到一定程度的化解。有关专家认为，直播经济不仅仅是疫情防控时期恢复制造业全产业链的权宜之计，更是疫情后制造业企业形成集聚发展、实现智能化转型升级的加速器。“制造业企业的核心竞争力关键还是要重视货真价实，只有优质的产品和服务才能在直播红利中行稳致远。”该专家表示。

正是意识到这一点，许多宁波企业开始把目光转向营销背后的产业支撑。制造业与电商直播结合最直接的方式就是工厂直播，以新的工厂模式促进制造业的数字化转型升级，为此，不少制造业企业将工厂变成了直播间。

2020年新冠疫情突然来袭，让宁波祈福电器有限公司董事长方曙光有些不知所措。但是没过多久，在家电行业摸爬滚打20多年的他便找到了工厂直播这条新思路。在第一场直播中，他将镜头拉向公司的生产车间、产品展厅和生产流程，让经销商直观地感受公司的技术实力和品牌形象。“这场直播一炮打响，一名湖北的经销商当场下单，买了1000台智能饮水机。”方曙光告诉记者。

从自己的车间做到别人的工

厂，连着做了几十场，方曙光俨然成了“直播达人”。但是他也清醒地认识到，“直播只是一种形式，企业的数字化生存才是未来趋势”。

近年来，祈福电器积极探索数字化及产业互联网发展新模式，成为省级制造业与互联网融合发展试点示范企业。通过生产数字化改革，公司生产效率同比提高38%，销售额同比增长20%以上，员工小时收入提高30%以上。方曙光说，如今工厂直播的频率降低了，但是推进生产线数字化、智能化提升的步伐在加快。

同样是位于慈溪的卓力，被誉为“全球电熨斗王”，2006年以来产销量一直位居全球第一。目前，卓力已经形成电熨斗、吸尘器、煎烤器、油汀、蒸汽拖把、空气炸锅等六大产品链全球化布局，并具备全球五大设计中心的创新优势。

2019年，在英国帝国理工大学读博的张卓凡回国接手卓力电器集团。上任后，他第一步就抓了工厂信息化建设，新注塑车间建造时，已经实现了数字化连线。

去年11月4日晚9时，张卓凡进行了他的直播首秀。张卓凡在直播间对网友说：“数字化转型，将是卓力近30年创业史上的新起点。”

新闻 1+1

直播电商经济发展扶持资金实施细则出台 单个企业最高 补贴1000万元

本报讯（记者孙佳丽 通讯员蔡朝晖）记者昨日从市商务局获悉，宁波市直播电商经济发展扶持资金实施细则已经出炉。根据细则，我市将拿出“真金白银”，通过扶持符合条件的直播电商平台企业、直播电商基地、网络直播经纪机构（MCN）、直播电商品牌企业、直播电商代运营企业、直播电商示范（试点）创建主体等，推动直播电商经济高质量发展。

近年来，直播电商经济呈现爆发式增长，网络直播购物已成为消费者日常购物的新模式。今年1月，宁波发布了促进直播电商经济高质量发展实施方案，计划构建直播电商经济发展体系，推动宁波成为国内直播电商经济领域最具发展特色的城市之一。

本次发布的细则，正是根据该实施方案，将扶持的重点放在直播电商产业链企业引进和做大做强、直播电商经济核心集聚区建设、直播电商基地建设、直播电商示范（试点）创建等。

细则规定：对上年度落户宁波且主营业务收入5亿元（含）以上的“头部”直播电商产业链企业，落户前三年分别按照300

万元、240万元、180万元给予奖励；对符合条件的网络直播经纪机构、直播电商品牌企业、直播电商代运营企业等，将分别按照政策期内主营业务（不含商品销售）收入、直播销售额及直播代运营服务收入，进行全额补助或差额补助。

针对符合条件的直播电商经济核心集聚区，则按照上年度入驻直播电商产业链企业直播业务收入总额进行分档，分别给予直播电商经济核心区运营单位最高不超过500万元、800万元和1000万元的全额补助。同时，运营满一年且符合条件的市级直播电商基地，以及符合区（县、市）产业特色的新设直播电商基地，也将获得相应的补助。

“根据细则，同一企业单年度获得的扶持资金累计补助额最高将达到1000万元。同一企业分别获评国家级、省级荣誉项目并获得奖励的，会按照‘从高、不重复’原则享受补差奖励。”市商务局相关负责人表示，今年1月1日以来符合细则要求的企业均可享受相关补助政策，资金扶持将持续至2025年12月31日。



宁波华茂国际贸易有限公司的外贸“主播”正在进行直播。（受访者供图）

C 内外贸双向直播 为“外贸军团”提供多重助力

宁波是全国第6座“外贸万亿之城”。直播电商的浪潮，对于外贸行业而言，影响是多重的。一方面，在内外贸一体化的趋势下，直播电商可以帮助企业更快打开内销市场；另一方面，疫情影响一直持续，海外直播电商逐步兴起，出口直播可以在全球疫情影响下继续维系、扩大海外客户群体，并尝试进入零售终端市场。

2020年，广交会首次在线上举办；去年，广交会线上线下融合举办，而今年广交会的举办形式还未明确。在这样的情况下，出口直播越来越成为外贸企业的必备技能。

华茂集团的转型，是一个很好的案例。2020年6月，一场面向海外客户的专场直播在宁波华茂集团产品展厅开播。通过在海外直播平台为直营产品带货，华茂走出了一条“直播出海”的道路。

宁波华茂国际贸易有限公司总经理顾蔚军说，当前，公司正在外贸与内销上双向发力，通过线上、线下融合，实现加速奔跑。在外贸方面，面对原材料价格上涨和海运集装箱提柜难、出运难等问题，公司积极整合外商资源，在印尼、菲律宾等国家构建起产供销一体化的海外服务网络，并开展海外直播带货等线上“屏对屏”形式，销售额不降反升。去年，该公司外贸进出口额达到7.4664亿美元，比上年同期增长59.8%。

该公司在内贸领域的“破圈”，也离不开直播助力。比如，针对儿童益智类教学玩具、动手类科学小实验学具等产品，该公司通过打造“高颜值”的教娱潮玩个性

化门店，打通线上“种草”直播与线下互动体验两个环节，让实体店大量“囤粉”年轻消费者。公司还与B站、小红书、抖音等平台深入合作，扩容数字化购物体验。据悉，该公司在抖音直播中的某次新品销售额达到了387万元人民币。

“未来，我们将继续打破产业边界、走出舒适圈，深化线上线下一体化的经营模式，加快推进数字化转型，做好直播、营销、研发、品牌建设等产业链人才的培育工作，实现从‘产品输出’到‘品牌输出’的逆袭。”顾蔚军说。

在位于江北区的贝克莱恩（宁波）进出口有限公司，每周都有几场面向海外客户的出口直播。为了打造高品质直播间，公司先后投入300多万元采购专业设备，还配备了5G移动直播车。

“公司从2019年底开始尝试用手机对海外客户直播，虽然刚开始软硬件的质量都不高，但是收获还是很明显的。所以公司决定加大投入，把直播做精做好，并把外贸直播的内容做成课程，为有需要的企业提供培训。”贝克莱恩有关负责人说，配备移动直播车，是为了方便进入工厂车间进行直播，为海外客户线上验厂提供平台。数据显示，近几年，该公司源自直播端的客户每年都有近两倍的增长，客户的转化率高达16.5%，而传统的转化率只有3%至5%。

基于宁波外贸的坚实基础和国际直播电商的发展态势，业内专家指出，出口直播电商可以成为宁波打造“国内直播电商经济领域最具发展特色城市”的重要突破口。

图 示

今年一月

市政府办公厅印发《宁波市促进直播电商经济高质量发展实施方案》，对于借助直播电商平台带动、扩大“宁波制造”的内销和“出海”渠道，方案提出了明确方向。

抖音

快手

阿里巴巴

……

直播电商平台纷纷布局宁波，宁波本土的前洋电商直播中心也加速成长。

宁波抖音电商直播基地自去年5月下旬在江北洪塘试运营以来

已有600多家商家和品牌入驻，其中宁波本地商家和品牌占62%。去年，平台成交金额超过60亿元。

去年年底

宁波抖音电商直播基地项目二期开工，将打造一个更为完善的直播经济产业园，带动更多“宁波制造”进入直播电商领域。

制图 张悦

贝克莱恩（宁波）进出口有限公司直播间设备齐全。（黄程 摄）