



“新国货”如何借力新电商快速“出圈”？

当下，内容电商、直播电商、社交电商等更接近消费者的新电商快速崛起，成为众多消费品企业瞄准的“新阵地”“新渠道”。

宁波作为全国工业重镇，也是消费品企业十分集中的城市，服装、家电、轻工文具等产业产值在全国名列前茅。

新电商时代，消费品企业如何借力“新电商”加速拓市、“出圈”，政策对“新国货”发力“新电商”又有何支撑……6月10日，东南财金全媒体平台联合甬商总会、市社科院等举办了一场“12A茶座”，聚焦“新国货如何玩转新电商”这一话题，邀请专家学者、业内大咖、主管部门，开展了一场“头脑风暴”。

关键词：直播、融合

近年来，直播电商、社交电商等“新电商”迅速崛起，越来越多的宁波消费品企业投身其中。

线下销售一直是雅戈尔主要的收入来源。疫情下，严重依赖线下门店的单一模式受到很大冲击，雅戈尔快速转变思路，加大在线上拓展销售的力度。

“直播电商兴起后，我们快速进入抖音的电商圈，并在商务男装品类中确立了自己的地位。我认为，及时抓住营销新玩法，对于消费品企业而言，是至关重要的一个能力。”雅戈尔集团办副主任徐衡律表示。

与此同时，雅戈尔不断推

进对线下门店的整合，“开大店，关小店”，并加强与线上渠道配合，取得不错效果。

“线上线下融合，不可避免地会遇到定价问题，如何优化价格体系，这也是我们目前面临的一个困惑。”徐衡律说。

“与传统电商‘人找货’不一样，‘新电商’更多是‘货找人’。如何把传播内容做得更具吸引力，就显得非常关键。”贝发集团总裁办主任安江表示，贝发在“新电商”方面的探索刚起步，直播带货才做了2个多月。但在实践中，贝发已发现“新电商”为“新国货”带来的发展空间非常大。

艾优是一家专注于个人护

理领域的综合型智造企业，成立只有5年，最近3年，疫情对其线下门店冲击巨大，但也让艾优在线上突围，迎来快速成

长期。艾优控股副总裁陈强介绍说，疫情之前，艾优布局了很多线下门店。但严峻的形势倒逼公司向线上渠道寻求突围，尝试做起了新电商，并取得丰硕成果。

“现在困扰我们的一点是，传统品牌也已纷纷开始做直播电商，它们有强大的实力作支撑，像我们这样的靠产品设计起家的企业，怎么在‘新电商’渠道与他们抗衡？”陈强抛出了疑问。

关键词：产品力、品牌力

讨论中，产品力、品牌力是两个被频频提及的热词。在业内人士的眼中，产品力、品牌力是消费品企业能够在“新电商”赛道上纵横驰骋的两驾重要马车。

宁波市和众互联科技有限公司是专注于电子商务的第三方机构。该公司创始人吴鼎伟认为，从他们的实践来看，在“新电商”时代，消费品企业要紧紧抓住消费者的需求，不断提升产品创新力。

吴鼎伟还表示，在“新电商”竞争中，企业要特别重视品牌力的塑造。“品牌”一词的内

涵是相当丰富的，并不是说有了一个商标就有了品牌，现在，很多消费品企业对“品牌”的理解还亟待进一步加深。

字节跳动宁波负责人杨荣杰表示，在“新电商”赛场上，如何不断提升品牌知名度，逐步构筑起品牌壁垒，这是消费品企业需要深思的问题。“直播电商对企业品牌力的提升作用是显而易见的，但很多企业还不懂得怎么做，也找不到人才。这些企业不妨把这块内容外包给专业团队。”

宁波大央科技有限公司，

是一家以蚊虫病媒生物研究与功效性应用研究为核心、集研产销为一体的国家高新技术企业、国家级单项冠军。大央科技运营总监马明旻表示，产品力、品牌力的塑造对消费品企业的发展具有重要意义，大央科技在驱蚊产品领域拥有自己的核心技术，并已构筑起较高的技术护城河。这也是大央科技能够持续快速发展的原因。大央科技2019年才开始自主品牌拓展国内市场，仅2年，其自主品牌的内销营收已突破5000万元。

关键词：人才、生态、外贸

无论“新国货”还是“新电商”，人才都是最关键的“拼图”。“新国货”制造创新需要人才，“新电商”开拓发展也需要人才。有了人才，消费品企业才能准确把握新潮流、新技术、新打法，才能把研产销各个环节做得更好。

宁波市经信局集成电路和软件信息处副处长宋帆表示，如今，不少宁波企业都在不同程度面临着人才难题，如何引才、留才、用才、育才，还需要政企学研界的共同努力。未来，各界应携手打造更具承载力的人才大平台，营造更活跃的人才交流氛围。

曾从事过科技特派员相关工作的宁波财经学院新经济研究院王嘉箐博士，对宁波农产品领域依靠电商拓展销售有所关注。她认为，宁波很多农产品都有科技的加持，如果能够充分借力“新电商”促进农产品销售，效果可期。但宁波农业

领域的营销人才还很缺乏，应该加强对这类人才的培育。

除了人才，专家大咖们认为“新国货”要玩转“新电商”的另一块关键“拼图”就是行业生态。

宁波市软件行业协会秘书长金励君表示，宁波有一整套足以满足“新电商”需求的企业——有做产品的，有做传播的，有做平台的。这些企业应该加强合作，进一步梳理需求、整合资源，一起把“新电商”的生态链体系做起来。其中，市软件行业协会将努力做好相关环节的供需对接平台。

小匠物联创始人米雪龙也鼓励宁波企业多多“抱团”，形成更强大的生态链体系。米雪龙对艾优的产品较为了解。他举例道，艾优的电动剃须刀可以卖到299元，比很多品牌的同类产品高很多，这与艾优选择做联名款密切相关。通过切入大品牌的生态

链，企业可以进一步提升自己产品的附加值。这对宁波消费品企业也具有重要的借鉴意义。

不少专家认为，外贸也是“新电商”时代很多“新国货”绕不开的话题。“‘新国货’在线上渠道的营销，在国内可能是‘神仙打架’，到海外或许就变成了‘降维打击’。”亚马逊云科技(AWS)宁波市场经理陈伟成认为，“海外对电商的玩法还没有像国内理解的那么深，而且，海外市场广阔，如果国内市场竞争太激烈，企业不妨先把目光转向海外市场。”

宁波经信局消费品工业处(生物医药产业)副处长唐文俊表示，国际国内经济形势的变化对消费品行业带来的影响很大，消费品企业要不断提升综合素质和能力，善于把握市场机会，及时切入“新电商”“新零售”。

记者 吴正彬

12A茶座

甬商总会官方发布

邀请嘉宾(排名不分先后)

宁波市和众互联创始人 吴鼎伟
字节跳动宁波负责人 杨荣杰
亚马逊云科技(AWS)宁波市场经理 陈伟成
小匠物联创始人 米雪龙
大央科技运营总监 马明旻
艾优控股集团旗下艾优格品牌电商总经理 翁奇伟
艾优控股集团副总裁 陈强
贝发集团总裁办主任 安江
雅戈尔集团办副主任 徐衡律
宁波市软件行业协会秘书长 金励君
宁波市经信局集成电路和软件信息处副处长 宋帆
宁波市经信局消费品工业处(生物医药产业)副处长 唐文俊

唐文俊 宋帆 王嘉箐 金励君 徐衡律 安江 陈强 翁奇伟 马明旻 米雪龙 陈伟成 杨荣杰 吴鼎伟



与会嘉宾合影。记者 汪昊石 摄