

高峰期每分钟卖出一单！
宁波外贸人掘金“海外版抖音”

TikTok直播

“樱桃好吃树难栽”吗？

“Hi Lam!
You wake up
so early in the
morning! Let
me show you
our products.”
3月7日下午，在
宁波跨境直播孵
化基地，专职主播
岳顺化身外贸版“李
佳琦”，在“海外版抖
音”TikTok直播间
前，为一款氛围灯卖力
吆喝。

不到10分钟，岳顺的同
事们便在电脑大屏看到“跳
动”的数据——尽管是英国时
间工作日早上8点，这个新开
设的账号，竟也能吸引200余
人在线观看。她告诉记者：
“要是在晚上高峰期，我们1分
钟就能卖出1单！”

眼下，火遍中国的短视频
和直播，已是全球互联网的
“流量密码”。日活用户数接
近10亿人的TikTok，成为广
大中国企业品牌推广、跨境出
海的重要渠道。一批宁波外
贸人正抢占风口，希望在复杂
的外部环境下，率先掘金这片
“蓝海”。



一家宁波TikTok服务商聘用菲律宾主播带货。受访对象供图



岳顺在TikTok直播间带货。记者 严瑾 摄

1 摸索“套路”，掘金“蓝海”

TikTok是风靡全球的短视频平台，和抖音同属字节跳动旗下。目前，TikTok已在英美、东南亚等地，开设类似抖音商城的购物功能，还能在直播间里添加购物“小黄车”，方便观众为“相中”的产品一键下单。

这个兼具“种草”和“带货”功能的平台，让宁波优普拉思网络科技有限公司总经理唐小月看到了商机。她基于多年从事国际物流的经历，联合具备TikTok实战经验的跨境卖家，在鄞州区成立宁波跨境直播孵化基地。

“我们成功‘跑通’东南亚和英国的TikTok直播，和10多家本地企业达成合作，帮助宁波外贸人品牌出海，希望为宁波的跨境直播产业贡献绵薄之力。”唐小月告诉记者，经过数月的筹备，她和同事们已摸索出一些海外直播的“套路”——

比如，主播们不必模仿国内“网红”高喊口号催人下单，反倒可以先“唠家常”，再巧妙地植入家居用品的推介，顺便准备些“中国风”小赠品。东南亚的消费者更注重价廉物美，而英国的观众们则偏爱有设计感的精致好物……

和唐小月一样试水TikTok卖货的，还有宁波云翼港网络科技有限公司总经理王建波。公司已在印度尼西亚成立直播基地，不仅聘用当地主播，还“牵手”印尼“网红”带货，销售美妆、服装、箱包等日用品，一个月能卖出20万-30万单。

“我们相信TikTok将是未来3年-5年内，中国外贸企业重点布局的平台。近期欧美传统市场外需下滑，但东南亚等新兴市场却表现不错。电商在印尼年轻人中的普及度已和中国相仿，正处于发展TikTok直播的红利期，推广成本也相对实惠。”王建波分析道。

2 “海外版抖音”是一门好生意吗？

经过疫情的“催化”，直播和短视频正与外贸行业深度融合。从线上广交会到如今的TikTok，向来习惯幕后耕耘的宁波外贸人，日益习惯站到“触网”的台前。但“樱桃好吃树难栽”，TikTok前景广阔，可要想赚钱并不容易。

“外贸人做TikTok直播，不外乎‘卖艺’和‘卖货’两件事，需要聘用既懂小语种，又懂产品和高素质主播，再加上流量投入和视频制作成本，是一笔不菲的开支，得长期投入才有收获。”宁波西舟数字科技有限公司总经理吴向进分析道。

更何况，这笔投入是有风险的。王建波坦言道，他曾在2020年尝试英国TikTok直播，花重金聘用主播却效果甚微，不幸“踩坑”亏损数十万元，因为彼时的当地消费者尚未养成直播购物习惯，“试水新媒体，总是要交学费的”。

这场“试错”，让王建波意识到贴近市场的重要性。他更看好人口迅速增长、电商快速普及的东南亚国家，最近打算组建“直通印尼”商务考察团，邀请更多宁波外贸人一起去印尼的海外仓、MCN机构、TikTok运营企业“临市面”。

另一个痛点是，宁波以制造业见长，却缺乏数字营销领域的人才储备。传统外贸企业掘金TikTok，还需从产品思维向互联网思维转变。而杭州、广州、深圳等城市都在TikTok运营方面，比宁波起步更早、走得更远。

浙江网际文化发展有限公

司是一家坐落在网红聚集地杭州滨江区的TikTok服务商，为宁波知名跨境电商卖家——黑米信息科技有限公司做直播培训。现在，宁波黑米平均每个TikTok账号都有过万粉丝，引流效果可观，直播时还能收到观众“打赏”。

“许多宁波外贸人对TikTok的看法，都是‘想做但不会做’。他们不光要了解注册流程、网络搭建等基础知识，更要培养打造爆款视频的‘网感’。”网际文化联合创始人汪兴阳告诉记者，TikTok不仅是销售工具，还能为传统外贸获客“做广告”。

汪兴阳认为，TikTok和抖音都是内容创作平台。一款视频能否深入人心，并不在于把产品拍得多精美，而是需要向观众“讲故事”。比如实拍一款产品如何从生产线制造成型，就是宣传工厂形象的好办法。

有分析认为，TikTok Shop将于2023年新增12国站点，成为全球电商的“新基建”，或将和亚马逊的地位平起平坐。宁波企业开启相关布局，将有助于从国际贸易向跨国经营转型，从产品出海向数字营销升级。

据悉，今年5月31日开幕的中国（宁波）出口跨境电商博览会，将专门开辟跨境电商直播专区，吸引全国领先的数字人公司、AI技术、无人直播等新业态亮相。届时，宁波的TikTok直播相关企业将迎来开阔视野的良机。

记者 严瑾 实习生 张翼飞