



没有最低价只有更低价

在直播间里喊着“买它买它买它”的李佳琦，和当年靠八心八箭闯荡央视的侯总有什么区别？

如果要回答这个问题，一千个人有一千种回答。

但对企业来说，归根到底就是卖货。采访中，有品牌方毫不讳言，他们觉得，只要能带来流量的同时把货卖出去，直播与小红书、短视频、微博、微信之间，并没有本质区别。

不论企业采用哪种方法论，殊途同归的是，他们必须考虑如何把货卖得更好，每家受访企业都表示，虽然网红的带货能力很重要，但卖货不仅仅是主播的事情。

最关键的是，直播间里卖货的价格必须要比其他渠道便宜，甚至比淘宝上卖得还要便宜。

“粉丝精明得很，他们在观看直播的同时，也会在各个电商平台上查这个产品的价格，如果发现有更低价时，他们会直接在直播间留言。”作为宁波跨境进口电商的领头雁，正正电商对电商直播有着自己的理解——一定要低价，他们在直播间里卖的产品有的逼近成本价。

这也意味着，企业在做好成本把控之外，还要不断提供优惠券，用让利刺激粉丝下单，把观看量转化为实实在在的销量。

没有一个企业能笃定地说“我们不看重转化率”。有业内人士分析，电商直播与内容直播非常相似的一点在于，大部分用户贡献流量只看不买，小部分用户因为喜欢这个主播而冲动下单，只有极少数用户会因为自己需要这个产品而购买。

从这个角度来说，如何把更多的用户从“只看不买”转化到“冲动下单”，成为能够发力的地方。

所以，企业在挑选主播的时候，除了关注该主播的专业程度之外，还要衡量他们是否能在直播中保持与粉丝的良好互动，主要表现在他们回复粉丝的提问及不及时，他们的老粉丝多不多等。

正正电商自去年年中尝试淘宝直播。初期，找合适的主播就花了他们将近半个月的时间，找过七八家MCN机构，也和不少明星经纪公司对接过，主播的报价从几十元到几百万元一场不等。他们把商品链接添加到主播的直播间里，相当于在主播的粉丝中间卖货。

“这显然不是长久之计。”

正正电商相关负责人告诉记者：“每场直播都要砸一笔钱在主播身上，投入大不说，更重要的是，流量无法真正地沉淀到品牌，粉丝与品牌之间始终处于一种弱关系。”

因此，他们打算从今年开始，培养自己的主播，签一两个素人或者宁波本地小有名气的网红，在正正电商的官方账号中进行直播。最理想的状态是，品牌在内部成立一个专门的电商直播团队，包含市场、电商、运营、营销等多项职能，能够有排期、有计划地建立一套包含活动促销、新品首发、内容宣传等多种方案在内，自播与代播并行的做法。

即便他们知道在培养主播的过程中，不可避免地也会产生一笔较大的费用，但正正电商清晰地认识到，他们目前亟待解决的是，如何让粉丝与“正正”这个品牌产生一种强联系，如何让粉丝在需要买优质优价的跨境进口商品的时候，会想到“正正”。

记者了解到，目前，淘宝直播的四大头部品类是服饰、珠宝、美食、美妆，但别轻易以为电商直播只能囿于颜值，它还能在泥潭里滚一身地气。

为了拓展直播场景并突出商品的性价比，淘宝直播还尝试将一些一手批发市场转型为批零兼售的直播场景，湖州织里童装城、海宁皮革城、南通叠石桥家纺城、河南镇平珠宝基地等线下产业基地出现了淘宝主播的身影。

宁波，是望湖市场。

望湖市场始建于1986年10月，建筑面积12000平方米，因地处繁华商业区，又毗邻火车南站，交通便捷，南来北往的小商贩都喜欢来这里进货，这里每天的人流量一度达到过10万人次。

今年3月底，望湖市场多家商户进驻阿里巴巴签约平台，将批发生意做到了网上，他们还可以借助开设在市场3楼的直播间卖货。

同时，更接地气的“村播”正流行。淘宝直播平台通过帮助农民在农闲期间架一台手机直播农产品，两天卖出40万元滞销猕猴桃、13天卖出200万斤橙子的故事被广泛传播。有数据显示，淘宝直播农产品类每月的直播场次达到6万次，拉动成交额1.5亿元。

正正电商就用直播推广过一款名为“哆吉栗”板栗，也是他们目前为止，转化率最高的产品之一。



接地气的「村播」正流行



在“1688义乌国货节”当晚，湖南卫视明星公益官汪涵加入网红主播“烈儿宝贝”的直播间，为贵州黔东南州望谟县的“哆吉栗”板栗打call，两分钟一万件，3个小时突破20万件，这个销售额是2017年哆吉栗年销售额的五分之一。当晚，有五六六个平台，包括像四季严选的大型采购商找到“哆吉栗”，想把这款农产品铺到线上线下平台。

“传统农副产品还能这样卖，不敢想象。”正正电商相关负责人表示，连日来，望谟县相关负责人带队到正正电商考察，希望把“哆吉栗”模式复制到当地的火龙果、猕猴桃，把其他特色农产品带火。

敏锐的不止企业。

值得注意的是，直播逐年成为宁波各地农户、政府机构推介销售的一个重要手段，象山白枇杷、红美人，奉化水蜜桃、油焖笋，鄞州雪菜，慈溪杨梅等农产品频频“触网”。

去年，宁波市“甬品千创”三年行动计划以来，宁波市供销合作社联合社针对当下主流的短视频、直播等销售模式，结合宁波不同农特产品相应的技术和要求，以及特有的生长环境和自然旅游资源等情况，到宁波象山、余姚等地开展了数十场实战训练营，对产区农民、电商、农产品经纪人进行培训。

好戏似乎才刚刚开始。

(应受访者要求，陈姝为化名)

宁波银行专栏

耕耘四载 “租”赢未来

2015年5月，永赢金融租赁有限公司(以下简称“永赢租赁”)在宁波成立，经过四年发展，逐步成长为一家具有专业影响力和特色辨识度的金融租赁公司。截至2019年4月，永赢租赁资产总额超过200亿元，宁波地区累计投放超过70亿元，先后荣获“中国快速成长金融租赁公司君鼎奖”“最佳普惠金融服务机构”“鄞州区大力鼎奖”等荣誉。

聚焦民生 为实体经济提供源动力

永赢租赁紧扣地方经济动向及城市发展战略，充分发挥融资租赁集融资与融物于一体的特性，加大对公共交通、污水处理、文化旅游等项目的支持力度，为民生产业、绿色产业等提供多元化的金融服务，持续推动宁波地区公用领域建设。开业以来，永赢租赁累计购置新能源及传统能源公交大巴近千辆，并助力市、区、县级供水区域更新供水设施、发电设备以及管网，助力4A级、5A级景区优化基础设施及附属设施，助力污水处理厂提升处污能力。

关注重点 为小微企业注入强心剂

小微企业在转型升级过程中，面临“融资难、融资贵”等问题。为此，永赢租赁结合宁波区域实情，设立零售金融租赁部，配置宁波地区专职团队，持续提高服务能力；探索融资新方式，应用特色产品满足企业设备采购与售后回租需求，并通

过预留额度、费率折让，保障项目投放；加大活动推广，联合各区经信局、行业协会及智能制造设备厂商，开展政策宣导、产需对接等专项活动，协办2018中国塑机发展创新峰会并多次参展成套设备专业展会。开业以来，永赢租赁累计服务宁波企业超200户，投放项目200余个，切实解决了宁波地区小微企业在设备引进、技术革新等方面的难题，为小微企业实现机器换人、产能提升及产业升级提供综合金融服务。

行稳致远 为区域发展注入新动能

面对新趋势、新挑战、新机遇，永赢租赁将坚持稳健经营、科学管理、特色发展、高效服务的经营理念，不断增强业务发展、资产经营、风险控制、人力资源、金融科技、内部管理等方面的竞争力，为更好地服务区域发展积蓄动能。同时，永赢租赁将围绕国家及地方产业政策导向，依托股东宁波银行的网络、客户资源和市场优势，立足宁波，放眼全国，继续深化“民生工程、智能制造、零售租赁、厂商租赁”四大板块发展路径，助力实体经济发展；继续落实政府经济方针，加大对重点项目支持力度；继续践行普惠金融，助力小微企业技术革新、产能扩容。

