



码上看报



码上订报

丝瓜络布鞋+直播 闯出乡村致富路

“我这款手工做的丝瓜络布鞋,买一双也是批发价,要下单的抓紧哦。”日前,重庆市巫溪县文峰镇长兴村,在重庆何航鞋业有限公司的直播间里,聚光灯下,一名女主播正热情地向网友推销该公司生产的巫溪布鞋。

“今天开播一个多小时,就销售了4600元。”一旁的电脑显示屏有节奏地跳动着实时销售数据,何航鞋业负责人何财明告诉记者,“现在还不是销售高峰期,旺季时我们每天能卖几万元。”

一个位于大山里的鞋厂,一双价格只有四五十元的布鞋,缘何每天都能卖出几万元?

专门到杭州学习直播技巧

2013年,时年33岁的何财明和妻子张啟翠结束了在江苏等地的打工生活,返乡创业。

“当时我们的想法是做布鞋。”何财明告诉记者,鞋厂很快就创办了起来,价廉物美的布鞋也赢得了市场的青睐——通过走批发市场的途径,销量倒也过得去。

没过多久,何财明便发现了实体批发销售的症结:利润太低。那时,电商销售已比较火爆,何财明也“跟风”在网上开了一家小店,但由于没有任何电商销售经验,几乎没人光顾。第一次“试水”无疾而终后,何财明不得不回归实体销售,继续维持着夫妻店的状态。

“那段时间我想了很多,最终还是觉得不破不立。”2020年底,已经40岁的何财明自费一万多元,到杭州学习直播技巧。与他一起学习的,有小网红,有想当主播的年轻人,也有少数像他这样做实体谋求转型的小老板。

坚持直播三个月等来爆单

四天三夜的学习,让何财明大开眼界:他头一次知道了什么是选品、推品、促单,也了解到直播还要做视频、拍照片、会运营。

从杭州回来之后,何财明在2021年3月开通了直播账号,做了人生中的第一场直播带货。

直播有一个积攒人气的过程,这个过程可能是几天,也可能是几个月甚至更长,许多人未必能坚持下来。3个多月下来,口舌费了不少,销量却没有一丝起色。就在快要坚持不下去的时候,爆单突然而至。

2021年6月28日,他们做的丝瓜络布鞋视频在网上有几万的点击量,让何财明心里对销量的提升有了些期待。当他像往常一样进入直播间后,发现看直播的人越来越多,这符合他的预期;但出乎意料的是,下单的人也络绎不绝。那一天,他们连续直播了好几个小时,但一点都不觉得累。

打通从田间到直播间的产业链

从那天起,何航鞋业的粉丝越来越多,销量逐渐攀升。2021年9月,何航鞋业有两条短视频火了,其中一条介绍丝瓜络布鞋的短视频获得了3.5万点赞,另一条记录丝瓜络鞋垫诞生过程的视频获得了2.1万点赞。短视频为何航鞋业的视频号带来稳定的粉丝数增长,一天涨粉5000到10000不等。

上涨的各项数据最终体现在了交易转化里。今年前5个月,何航鞋业的营收也超过了1000万元。利润方面,由于直播减少了许多中间环节,每双鞋的利润达到了25%左右。随着鞋厂的生意越来越好,何财明开始尝试打通从田间到车间再到直播间的产业链。在田间,丝瓜络布鞋是何航鞋业的特色产品,为此他流转了300亩土地种植丝瓜,让农民每亩地的收入翻了一倍。

(据《重庆日报》)

“电商快车”助特色农产品跑出销售“加速度”

6月14日,笔者走进云南省元江县鲜森农业科技有限公司仓库,浓郁的芒果香气扑面而来。头天采摘来的芒果经过一夜的平铺散热,正由此打包发往全国各地。

该公司总经理李旭告诉笔者,每年6月到8月是芒果电商销售旺季,公司主打“蛮鲜森”元江芒果品牌,在供货端主导成立了元江山禾果蔬农民专业合作社,有100余户果农加入固定供货,在采后处理、销售端主打精品包装,对接外地代理渠道。经过近几年的探索沉淀,公司电商业

务稳步发展,由成立之初的2个人发展到如今近30人的团队。在去年的芒果季,通过电商业销售出3万件芒果,今年有望达5万件,销售收入可突破300万元。

“茉莉花茶厂直发,产自云南元江。小产区,大味道……”中午1点,在云南温飛燕商贸有限公司的直播室里,3名主播分别在抖音、快手、拼多多等平台上直播,娴熟地从手边10多种产品中选择样品进行介绍。该公司总经理于飞说,公司与本地120户花农全年固定合作,平均每天

收购5吨鲜花。靠着小小的茉莉花茶,去年已成为元江县规模以上工业企业,今年线上销售额预计达2000多万元。

目前,元江县已从最原始初级的“电商+经纪人+农户”发展到“电商+农户”“电商+种植企业”“电商+合作社”等模式。已萌发出融合度更高的电商企业自我种植、种植企业衍生电商业态的独立垂直组织,建立发展了微商及社交电商、渠道商、平台电商等多种销售模式。

(李晓兰)



电商主播 田头“卖”菜

日前,安徽省蒙城县小辛集乡葛海村蔬菜基地,电商主播在田头帮助农民推销包菜。近年来,蒙城县整合全县电商直播平台资源,通过电商主播下乡、建立“团购群”等多种形式,组织电商主播走进田间地头等,开展直播助农活动,推荐乡镇特色农产品及各类农副产品,帮助农民打开农产品销售新渠道,为乡村振兴增添“云动力”。 胡卫国 摄

电商助力多肉变“多金”

孟夏时节,走进河北省定州市周村镇南陵头村寄中多肉花卉基地,一片片色彩斑斓、形态娇憨的多肉植物或晶莹剔透,或娇艳欲滴,呈现一派生机盎然的景象。

“欢迎大家来到直播间,我手中的这盆多肉叫美杜莎……”大棚里,该种植基地负责人郭雪苹正在通过直播带货的方式,向“粉丝”们介绍自家种植的多肉品种。

目前,郭雪苹已成立两个多肉种植基地,建有种植、精品大棚10个,占地面积55亩,年产多肉24万

株,涵盖景天科、仙人掌科、番杏科3大类500多个品种,产品销往河南、山西、北京、天津等多地。

近年,随着“互联网+农业”的快速发展,农村电商发展势头愈加迅猛,郭雪苹也紧跟时代潮流,把手机作为“新农具”,成了电商路上的一名“新农人”。

2008年,郭雪苹在北京务工期间,得知一个原本种植草莓的棚室因经营不善想重新对外租赁,便投入多年积蓄,引进了韩国多肉母本进行温养培育。为钻研多肉种植

技术,郭雪苹多次赴江苏、云南等地参观学习,哪一款多肉容易生病、生什么病,都要认真记录下来,然后再查阅大量资料或请教专家加以解决。

2016年,随着全国多肉销售市场的不断扩大,郭雪苹从北京回到定州老家,并在镇、村支持下,扩大成了两个基地的规模。今年春季,郭雪苹的多肉基地迎来销售旺季,每天都能拿到四五千元的订单,效益很是可观。

(李玉素 周永)

推动农产品从“不愁卖”到“卖得好”

“新农人”直播带货带俏凤凰李

眼下,从田间到直播间,电商经济如火如荼,乡村振兴也搭上了这趟电商快车,手机变成新农具,直播带货成了新农活,农户变身直播带货“新农人”,推动了农产品从“不愁卖”,到“卖得好”升级转变。

进入6月中旬,四川省泸州市古蔺县太平镇煌家村的百果源专业合作社内,凤凰李陆续成熟。6月16日,一场雨后,果树上满挂着晶莹的水珠,衬托得果子更加水灵鲜美了。在凤凰李开园的第一天,一场主题为“相约蔺州·香脆‘邮’李”的惠农直播专场走进了果园。

直播中,古蔺县麻辣鸡、凤凰李等众多“明星”农副产品一一亮相,主播们通过“品相介绍、吃播展示、

现场互动”等多种方式,向观众推介着古蔺的特色农副产品。当天,百果源专业合作社负责人周光奎受邀进入直播间推介自己种植的凤凰李,并不时与直播间的粉丝互动交流,气氛十分活跃。

没有专用的直播棚,没有补光灯,与专业的直播相比,周光奎的直播略显简单,仅靠着一部手机,以果实累累的果树为背景,用朴素的语言和饱满的热情向大家介绍自家的凤凰李,这种“土味儿”十足的直播方式,反而为消费者带来更加“对味儿”的体验感。

据介绍,百果源专业合作社连片种植有1200亩李子,其中,目前正处于成熟期的凤凰李有300余亩,

预计精品果产量在12-15万斤,通过线上销售,一件5斤的精品果可以卖到65元,而线下批发每斤仅能卖到6元左右,售价差不多翻了一倍。

田间地头的农产品搭上“直播电商快车”,减少了中间流通环节,让客户买到的价格更低,种植户卖出的价格更高,使凤凰李变成大家争相购买的“香饽饽”。“就拿目前热销的凤凰李来说,精品果基本在线上就可以销售完了。今年,我们整个果园预计有三分之二的果子通过线上销售完毕。”周光奎介绍说。据统计,截至6月19日,自凤凰李开园以来,周光奎的果园在4天内进行了近4场直播,累计销售凤凰李精品果近2万斤,销售总额约20万元。

(蔡琳)