

在做好线下销售的同时,江苏南通国际家纺产业园区积极引导家纺从业人员“奋战”网络平台——

# 打造消费新场景 满足消费新需求

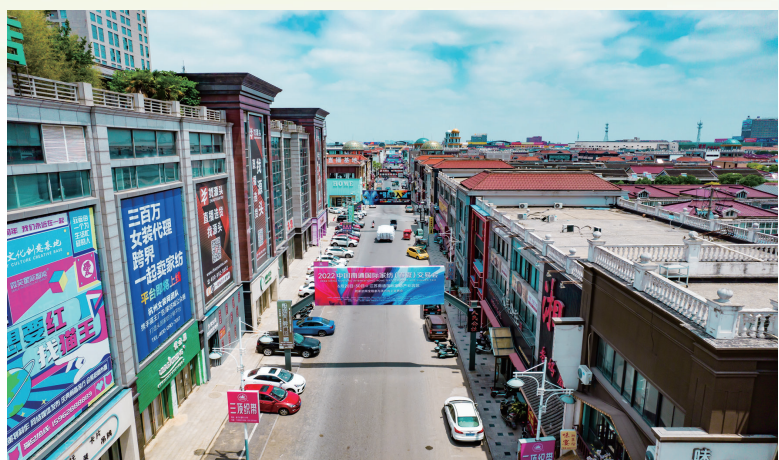
进入深秋,走在江苏南通国际家纺产业园区的大街上,道路两旁商铺林立,运货车来往穿梭,消费者在一家家门店进出,挑选着自己的“心头好”。

门店热闹的同时,也有新情况。

各个建筑楼顶的广告牌不再是普通的商品介绍,更多的是各种“直播”“电商”网络平台的信息,展示着占据全国家纺市场半壁江山的南通家纺正在快速向“线上”转型的澎湃动能。

随着流量结构与用户消费习惯的变化,网络电商为南通家纺注入了新的活力,南通家纺园区也正因势利导,积极打造消费新场景,满足消费新需求。

## 直播电商“逆流而上”



2022中国南通国际家纺(春夏)交易会外场氛围

“学好两句话,月入八千元。”最近,电商直播团队中的“中控”火了,网友形象地称之为“捧哏”,侧面反映了当下电商直播行业的持续火爆。

今年“双十一”大战即将爆发前,记者走进家纺园区内的直播间。“龙年限定,龙纹双层纱被芯,既舒服又大气。”在有笙家纺“法兰丽娜”抖音直播间,用心打造的销售场景和工作人员饱满的带货情绪,让直

播间销售量噌噌上涨。

这里的负责人是来自福建宁德的张发贵,也是南通家纺行业首批试水电商直播的“吃螃蟹者”,业绩做得风生水起。往年“双十一”期间日均销售额能超过150万元。

三年新冠疫情,家纺线下市场不可避免遭受影响,但直播电商却实现“逆流而上”。“自家园区成立以来,我们积极拥抱数字化浪潮,大力培育新业态新模式,瞄准

新零售领域中最热门的直播电商,同时大力推进家纺设计研发、质量提升和品牌打造,努力抢占家纺直播新赛道。”南通家纺园区相关负责人揭开“逆流而上”的缘由。

近年来,家纺园区主动对接电商平台企业,先后开展直播培训19场次,培训5000多人次;主动与市级机关沟通,将直播电商等新业态新模式纳入鼓励扶持政策之中,为直播行业发展创造良好的环境。广大企业家更是不遗余力地研究新业态、创造新模式,搭建新平台、培育新主播,全力以赴开辟新赛道。

在发力电商平台的同时,家纺园区在设计研发方面也投入更多精力。就在上月16日,张馨杯·2023中国国际家用纺织品产品设计大赛在通启动评比。此次大赛报名参赛作品586件,其中海外参赛作品129件,取得新突破。南通参赛作品高达197件,创历史新高。

此外,“逆流而上”还离不开质量提升和品牌打造。据悉,27日即将举办的全国家纺消费节上,我市将同步举行第二届中国南通国际家纺交易会,进一步推广南通家纺区域品牌。未来我市将依托“南通家纺”集体商标,建立“南通家纺”品牌使用授权管理体系,开展“南通家纺”品质认证,整合家纺产业优质供应链资源,实现南通家纺好货优质优价,推动南通家纺产业“品效合一”,持续提升南通家纺区域品牌国际影响力。

打造办事更方便、政策更惠企、服务更贴心、群众更满意的一流营商环境,这也吸引更多的年轻人来到南通创业。

找好货,在源头。

随着今年“双十一”脚步的临近,家纺园区内小有名气的“胖哥”吴及雨早忙碌起来,选品、备货、招募主播同步发力,“现在要再拼一把,这是关键节点。”80后的他,2003年从北京到南通创业,经历了床上用品批发加工、出口海外市场等阶段,2017年起,集中火力抢占电商直播赛道。如今,他不断扩展业务,在淘宝直播注册了10余个家族式矩阵账号。去年“双十一”期间,累计销售五万多单,生意火爆。

去年“双十一”还在杭州做电商直播的肖文杰,今年9月份带了近十人的团队来到南通准备大展拳脚。“开展家纺溯源专场,南通有杭州不可比拟的优势,可以在家纺溯源专场中挑选优质商品,开发新品,让直播间‘永葆新鲜’。”

据她介绍,仅21日一天,包含她在内的众多品牌方邀请来的郝邵文、圆脸妹等网红大V带货家纺总销售额为1.2亿元。达人直播带来的流量效益经济效益巨大,星火燎原,这也是越来越多创业者汇聚家纺园区带来的惊喜。

“打造新场景,促进消费,经济向好,又吸引更多人来创业,这说明南通的营商环境打造也取得了更多成果。”家纺园区相关负责人认为。

在全市上下的共同努力下,南通竭力



“2023南通家纺电商直播节”在纤意坊直播生态中心正式拉开帷幕



91家纺网在2022中国南通国际家纺(春夏)交易会进行直播活动



找家纺网在2022中国南通国际家纺(春夏)交易会进行直播活动



“2023南通家纺电商直播节”选品会

后疫情时代,直播电商已成为当下经济复苏的重要支撑力量,直播于家纺行业而言还是一个风口,抢占“赛道”才能再创新辉煌。

对此,广大业内人士建言,南通家纺要通过政府引导、平台加持、企业努力,打造完整的直播生态链,突破“市场分销风光不再、品牌连锁艰难支撑、传统电商瓶颈已现”等现实困境,形成具有区域竞争力的营商环境和发展生态,继续巩固商贸领军地位。

对此,家纺园区正在积极谋划,在市级层面,从引进MCN机构、供应链服务商、数据营销服务商等机构,打造直播基地,在培养直播团队和“品牌商户”等方面多维度制定专项政策,精准靶向纺织行业直播电商领域,为家纺企业入局直播赛道,推动家纺直播行业发展注入一剂“强心针”。

同时,充分发挥纤意坊直播生态中心“中国·南通家纺直播生态产业园”示范区作用,打造一个符合当下直播间流量逻辑的家居、泛家居类目选品中心,创建家纺直播资源的集聚中心,引进国内头部MCN机构、主播达人等,统筹运营家纺品牌直播、家纺垂类直播,进一步探索直播、达播、直播矩阵、线上品牌化等业务发展路径,打造“店播+达播”双翼齐飞的家纺直播引擎。

抢占新赛道,打造消费新场景,关键还在于人才。目前,家纺园区正与本地高校紧密对接,靶向设立和优化专业,培养主播、运营、美工、数据分析、客服等直播电商人才。为更好培养本土人才,家纺园区将谋划引入培训机构,与院校达成合作,为院校学生开展适岗培训,为直播企业输送适配人才,推进校企合作、产学研项目。

同时,针对直播可能存在的欺诈消费者的行为,家纺园区一方面将加强行业自律,针对主播及平台建立起相关自律规范和标准,2022年发布了全国首个家用纺织品网络经营管理规范,从行业准入、内容审核、服务质量等方面进行规范,避免出现虚假宣传、低质量产品等不良行为。与此同时,还将加大政府和社会两个渠道的监管力度,畅通维权渠道,营造良好消费环境。

此外,家纺园区还在积极推进南通家纺产业链供应链生态体系的迭代升级,以家纺产业高端化、智能化、绿色化、品牌化、国际化为导向,以数字化转型为抓手,构筑“产业链协同、供应链集约、创新链融合、价值链跃升、人才链集聚、金融链畅通、政策链有效”的生态体系。

“我们将不断提升家纺产业链供应链韧性和竞争力,建设质量效益好、规模总量大、产业结构优、创新能力强的世界级家纺产业集群先行区,为奋力谱写‘强富美高’新南通贡献家纺力量,全面推进中国式现代化南通新实践。”家纺园区相关负责人表示。

·陈可 司占伟·

本版图片由南通家纺园区提供

抢占「赛道」再创辉煌

