

“双11”，记者探访产业“风口”小镇诸暨山下湖—— 见证一颗珍珠的高光时刻

本报记者 肖淙文 干 婧 共享联盟·诸暨 蒋力奔



最近这几天,如果你自驾前往诸暨山下湖镇购买珍珠,找车位将是这场“寻珠之旅”的第一个难题。在华东国际珠宝城四周,客商、代购、游客的车辆,将偌大的停车区域塞得满满当当。传统珍珠销售的旺季是每年前8个月,但眼下,这个惯例显然已被打破。

从去年开始,珍珠从“妈妈最爱”变为年轻人的新宠。价格翻番、销量直升、曝光度增加,让其从珠宝类目中凸现出来,也将主产地山下湖镇从幕后推至台前。这个位于产业“风口”的小镇,常住人口不到3万,却有几百家珍珠产业链企业,淡水珍珠年产量占世界总产量的约70%,被誉为“中国珍珠之都”。

根据天猫“双11”珠宝预售战绩,开卖首日珍珠品类成交额同比增长超450%。“爱迪生珍珠”品牌今年主推款珍珠项链,预售当天销售额即破千万元。火爆行情在“双11”当天达到顶峰,山下湖镇多家知名品牌珍珠企业的直播间观看人数比平时多五六



珍珠企业车间内女工们挑珍珠制作饰品。



主播在浙江清湖控股集团养殖基地直播。

直播间内主播正在直播。

持续发展 从养殖源头抓起

在“千足珍珠”线下门店,我们被展柜中几串极光项链吸引,眼前的珠串如小灯泡般泛着强光。詹淑平介绍,这是公司自主培育了近8年的高品质淡水有核珍珠。此前,淡水珍珠普遍存在珠径小、正圆率低、颜色单一等问题,即使品相好的珠串也卖不到千元。而这款珍珠定价在3000元至7000元,仍供不应求。

“近两年珍珠大火,让我们看到了淡水珍珠的潜力。”在山下湖镇隔壁姚江镇的浙江佰瑞拉农业科技有限公司,董事长傅百成给我们算了一笔账,据统计,去年全国淡水珍珠养殖面积40万亩,产量约800吨,产值为350亿元,而来自印尼、泰国等国的大溪地珍珠产量仅65吨,产值却达到了1800亿元,其中近500亿元销售到了中国。“火热的市场告诉我们,消费者愿意为高品质高价格的珍珠买单,淡水珍珠附加值提升空间巨大。”

想要提高珍珠品质,需要向养殖源头要效率。傅百成给我们递来两个珍珠蚌:“你们猜猜哪种珍珠育出的珍珠品质好?”眼前的珍珠蚌外壳颜色相似,一个形态扁、蚌壳薄且光滑,一个较宽厚、手感重,略显粗糙。出于对珍珠光滑细腻的印象,我们选了前者。傅百成摇摇头解释说,前者是占山下湖养殖95%以上的淡水“三角蚌”,最大可孕育16毫米的珍珠,后者是企业即将从东南亚引入的新品种,育出的珍珠直径可达25毫米。“蚌壳内部容量越大,孕育的珍珠就越大,仅考虑大小因素,产品价格就相差80倍。”

眼下,傅百成和众多科研工作者想做的,就是从育种开始,将这个珍珠产业的核心“芯片”牢牢掌握在自己手中。目前,佰瑞拉公司已与上海海洋大学、宁波大学等高校院所开展产学研合作,自主研发了苗种培育自动化设备,两个月后第一批东南亚母贝即将引入,利用本土先进技术进行代繁育。“后续我们将和中国工程院院士包振民合作,对苗种进行基因改造,研发国内的高品质新品种。”傅百成说。

走进佰瑞拉公司的养殖基地,我们能清晰感受到傅百成雄心之下的坚实技术基础。作为国内第一家室内智能化珍珠养殖企业,这里的珍珠蚌住进了“工厂”。透过清澈的水面我们看到,珍珠蚌被一只只码放在多层架子上,实行水下立体式养殖。空气中闻不到一丝异味,因为沉淀过滤后的废水经过消毒、杀菌、增氧,被重新送入养殖池,实现循环利用。0.3亩的养殖池可实现传统水塘40亩的产量,周期却较传统模式缩短了一半以上。

不仅如此,养殖池中布设的大量传感设备都接入总控中心,可全程控制各项参数,实现珍珠蚌饲料自动投喂、水温控制等。“产品火爆是一时的,想要可持续发展,需要全产业链的革新,我们希望通过科研引领给珍珠产业提供新方向。”傅百成对我们说。

珍珠小镇 从聚光灯下起飞

“很少有人能空着手离开山下湖。”探访华东国际珠宝城前,一位本地人信誓旦旦地告诉我们。傍晚5时,不时有拎着购物袋的客商和游客与我们擦肩而过,这座集珍珠交易、品牌展示、品牌鉴定服务于一体的综合体,是目前世界最大的淡水珍珠交易中心。

推开珠宝城二楼的一间房门,直播间里氛围正热。“一号链接,喜欢的姐妹们,放心大胆带回家感受一下!”三盏大灯的光线聚焦在主播小琦身上。镜头下,她妆容精致,头发一丝不苟盘在脑后,一袭V领黑礼服衬得脖颈愈发白皙纤长,颈上戴的正是“阮仕珍珠”的主推款“兰亭晴雪”。

“拥有了这条,姐妹们从此就在天然无核淡水珠中毕业了。”面对镜头,她将项链取下,近距离多角度展示无暇和珠光。一旁的助播及时送上赞美:“什么叫珠光宝气?什么叫精致满满?这带给你的就是优雅自信和尊贵。”看到屏幕上有人对过万元的价格表示犹豫,小琦适时强调,直播间就在山下湖镇,是品牌源头总部直播,可七天无理由退货。

主播换款间隙,我们绕到一旁的备货台,看到桌子上摆满了不同款式的珍珠饰品,在灯光下发出炫目的光彩。工作人员示意我们可以随意试戴。巴洛克的精灵胸针上身俏皮可爱,大溪地的项链则衬得人大方优雅……在主播激情推介的背景音下,我们也肾上腺素飙升,每一样都想“剁手”,真应了那句“很少有人能空着手离开山下湖”。

围观直播时我们发现,除了搭配精致、清晰的产品介绍,主播们更会讲故事。小琦拿出一款大溪地螺纹吊坠坠链,在传统上追求正圆无暇的珍珠市场,引导培育消费者接受异形珍珠,是当下的新趋势。她语气中还带着一丝急切:“来自遥远的南半球,大溪

倍,成交额多了两三倍。

直播电商如何将小镇送上“风口”?又怎样改变这里的珍珠产业链?“双11”期间,我们来到山下湖镇,一起见证一颗珍珠的高光时刻。

地珍珠数量已经越来越稀少了。”随后,浪漫的解读脱口而出,为珍珠赋予更多意义。“一颗优质的螺纹珠,会因为地球自转形成自然的花纹,就像树木的年轮一样,是时间的印记。”

隐藏在灯光之外的控场运营人员紧盯后台数据,及时喊话造势:“数量告急,又加了两单,喜欢的姐妹们拼手速了。”

“从主播的妆容穿搭到产品的推介话术,每个直播账号后都有20多人的团队在做支撑。”清晨6时开播,晚上12时下播,近来,“阮仕珍珠”官方旗舰店直播运营总监孙益训的工作时间,几乎与直播时长同步。从10月中旬的预热提前购,到11月的主打特惠场,再到每场直播开播前的“种草”短视频制作,都需要团队通力配合。

2018年淘宝直播基地落户山下湖镇,此后快手、抖音等电商直播基地纷纷入驻,电商直播与珍珠,在锐意进取的山下湖人的催化下,迅速产生了化学反应。

“现在珠宝城90%以上的商户都兼顾线上与线下销售。”华东国际珠宝城创新发展部经理袁小鹏告诉我们,电商直播等线上渠道的拓展,使得珍珠销售占珠宝类目的比重不断增加,从2018年前的千分之一,到2018年12月的百分之十,如今这一份额已跃升至十分之一。“不少用户能明显感受到,刷直播时会刷到更多珍珠品类的直播内容。”

电商直播重塑了山下湖的珍珠产业链。山下湖曾以批发零售半成品裸珠为主,店与店之间单打独斗同质化严重。而如今,淡水珠、海水珠、批发、代购、线上专营等多种店铺的定位越来越细,每个商家凭借自身优势成为产业链上的重要一环。“预计到今年底,山下湖的珍珠产销额将达到500亿元。”袁小鹏说。

镜头之后 产业链飞速运转

“老板娘,你脖子上这条项链真漂亮,是哪一款?”我们来到华东国际珠宝城“千足珍珠”门店内时,四五位顾客正围着门店负责人詹淑平问个不停。看货间隙,詹淑平的手机微信提示音频频响起,有代购来催单,也有远在澳洲的客户为圣诞节寻求合适产品。“其实最忙的时候已经过去了,现在是检验成果的时候,我们才忙里偷闲。”詹淑平说。

直播间,是珍珠产业链到达消费者视野的一环。此前,一场包括原料采购、设计、加工、供应链保障等多环节的备战早已开始。

近两年,在直播电商的助推下,珍珠市场需求量暴增,让产业链各个环节面临新的压力和挑战。“备战‘双11’,我们从8月就开始备货。”詹淑平说,为了保证库存充裕,前期采购和加工厂一直处于连轴转的状态,10月底前他们共备货近5吨。

我们来到距离珠宝城5分钟车程的“千足珍珠”加工厂。车间内听不到什么声响,工作台上的镊子、水杯和耳机成了标配。一群女工正伏案挑珠子、穿珠子,一粒粒珍珠在指间翻飞,再根据不同品相分装到不同颜色的容器里,发出轻微的“哒哒”声。

尝试加入挑珠女工行列后,我们发现这项工作看似简单的工作并不容易。车间主任章建灿递给我们一兜待挑选的珍珠,并将一颗标准样品放在桌上,让我们找出类似的珍珠。我们抓出十几粒珍珠,一颗颗细细对比。灯光下,小小的珍珠折射出强光,没挑几分钟,我们眼睛就感到有些不适,好不容易从中挑出了两颗。“这两颗跟样品都不太一样。这颗是颜色有点区别,这颗大小也略微有些不同。”章建灿笑着说。

“工作量大,我们现在挑珠子的人员缺口有三四十人。”章建灿告诉我们,他们研发的淡水新品种直径小、光泽强,挑起来极费眼睛。为此,公司专门组织了20岁上下的年轻工人,搭建工作专班加紧赶制。

从线下到线上,让一切都变快了。“款式

更新频率从季度变成了月度。”袁小鹏发现,不少品牌月月上新品、周周有新款。提升效率、紧跟潮流、推出特色化产品,成为品牌在线上立足的重要因素。

晚上8时,“玺爱珍珠”的主播正在力推一款既可当胸针又可作吊坠的多功能新品。“我们‘双11’期间每天上新款,准备了近20款新产品。”品牌创始人陈洪江说,直播间数据能一定程度反映珍珠饰品的流行度,可指导公司及时调整新品布局。每天下播后,主播团队都会对当天的销量复盘,决定第二天的上架产品。

“玺爱珍珠”设计师团队有近10人,一款新品的设计周期不到2周。最近流行的“铂金灰”色系和年轻人追逐的小米珠,都是他们的取材源泉。“年轻人喜欢小巧精致,我们设计的‘满天星’小珍珠系列就成了爆款。”陈洪江介绍。此外,公司还结合中国传统文化,设计了“如梦令”“山海情”“凤求凰”等国潮系列珍珠饰品,还没有正式售卖,就已收到了不少订单。

“兼顾效率的同时,我们要通过设计传递独特的品牌内涵和价值。”在陈洪江看来,设计师款具有唯一性,可以助力公司品牌化打造。“目前来看,设计师款的产品流行时间能持续一周左右。”面对激烈的市场竞争,越来越多的设计师创作个性化、风格化的珍珠饰品,提升产品的溢价空间,这些设计师款的价格是普通款式的两倍左右。



记者在门店内感受珍珠丝滑。本版图片均由共享联盟·诸暨 蒋力奔 摄

·资讯·

告别“爬楼时代” 开启“一键直达” 平阳县既有住宅加装电梯提升居民幸福感

陈绍德

“自从小区安装了电梯后,上下楼方便多了,尤其是我们老年人,再也不用消耗体力爬楼梯了……”谈起老旧小区加装电梯,家住温州市平阳县昆阳镇大自然小区的陈大妈连连点赞,如今的她,只要用手一按,就能轻松上下楼,获得感和幸福感也随即增加。

据了解,大自然小区是平阳县众多老旧小区之一,有951户居民,其中60岁以上老人约有200人,上下楼十分辛苦,对电梯加装的呼声也

十分强烈。乘着平阳县老旧小区改造的东风,该小区顺利完成了加装电梯的改造,迎来了“一键到家”的时代。

老楼加装新电梯,是一件民生好事,但在该项工作开展之初,也出现了“装了电梯会影响采光吗”“电梯会带来噪音污染吗”“安装费用怎么处理”等一系列疑虑。

“老旧小区加装电梯既有利于提升住宅使用功能,同时也方便了居民的日常生活。但是居民有顾虑,

我们就积极做好政策宣传和解释,及时化解居民意见分歧。”据平阳县住房和城乡建设局科技设计科有关负责人介绍,近年来,该单位紧紧围绕“万人双评议”工作要求,一方面制定加装电梯建设指南手册,分发给各乡镇和行政审批窗口,另一方面积极开展宣传活动,让全社会全面了解既有住宅加装电梯的相关政策和基本办理条件、办理途径、办理流程,进一步提高居民对加装电梯相关政策的知晓度。

据介绍,一般情况下,加装一部电梯须投入40万元左右费用,为了支持老旧小区改造,平阳县政府加大了财政支持力度,对加装电梯给予每部15万元的补贴,同时居民还可以省去重新规划水电气管、挖电梯井的经费,如此一来,加装电梯的住宅楼每户平均只需支付3万元左右,便能享受便捷的电梯服务。

自2018年以来,平阳县共计补助电梯132台,超千户居民受益,累计提供补助资金超2000万元,大大激发了

居民参与电梯加装工作的热情。

为进一步打消居民对加装电梯的安全顾虑,平阳住建局科技设计科以群众需求为导向,以更好地为民服务为宗旨,组织专业人员积极对加装电梯的现场情况进行详细踏勘并在施工期加大对施工人员的专业指导,规范电梯施工行为,提高工程施工质量,为广大居民更好地享受安全、便捷、舒适的居住环境保驾护航。

此外,平阳住建局还将电梯加装

项目与老旧小区改造、未来社区建设及公共服务设施补短板行动一起实施,通过对居住空间的合理优化,为部分小区打造了邻里中心、幸福学堂、阅读区、儿童游乐区、义诊区、健身房等邻里场所,打造幸福温馨的邻里交友空间,进一步提升居民的幸福感和获得感。

如今,随着平阳加装电梯工作的深入开展,越来越多的老旧小区居民正在告别“爬楼时代”,开启了“一键直达”的幸福生活。



肖淙文

干婧