

能卖更能买

2024 浙江人在抖音直播间下单超10亿次

你知道,凭借小商品经济打响全球知名度的浙江,哪些商品在直播间卖得盆满钵满?你知道,消费市场火爆的浙江,消费者又最热衷在直播间下单哪些热门产业带产品?新年伊始,抖音电商发布《直播间的中国制造——2024抖音电商产业带发展报告》(以下简称《报告》),全面盘点2024年全国产业带地区实体经济和中小商家在该平台的发展情况。

报告显示,2024年,浙江产业带销售额和商家数量,位居全国第二,其中发饰、珍珠、皮草等最受热捧;这一年里,浙江的“剁手族”们从抖音直播间,下单购买商品超过10亿单(另外4个超10亿单的省份是广东、江苏、山东、河南)。

传统产业搭上直播快车

时至岁末年初,全国各地相继进入了一年之中最寒冷的严冬时节,而浙江的海宁皮革城却进入了火爆销售的旺季。这个国内规模最大的皮革专业市场,经营面积300万平方米,入驻生产企业6000多家、经营户1万多家。据统计,中国人穿的每3件皮衣里,就有一件来自海宁。从传统批发+零售,到第一代电商,再到直播电商,和中国成百上千个特色产业带一样,海宁皮草伴随渠道不断迭代,在时代的轮转中调整自己的步履,始终不变的是变化。在直播电商年代,海宁皮草产业带也积极拥抱变化。2024年,海宁皮草仅在抖音电商的GMV(商品交易总额)同比增长就达99%,订单量同比增长54%;短视频GMV同比增长260%,短视频订单量同比增长240%,并在最受全国消费者喜爱的产业带商品中排名第6。

在素有“鞋都”之称的温州,由于近年来代工业务利润逐渐稀薄、品牌管理成本居高不下等问题凸显,不少代工制鞋企业遭遇了“转型之痛”,部分鞋企选择以“小步快走”的方式进行数字化转型,通过直播、短视频的方式直面消费者,缩短了产销之路,实现了产业链的闭环发展。尤其是在每年5-7月的淡季,不少鞋企通过塑造品牌矩阵、调整新品发布节奏等方式,有效平衡了淡旺季



2024 抖音国风大典在桐乡濮院时尚古镇上演。

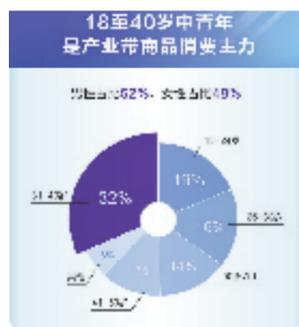
王志杰 沈清辉 摄

的生产与销售。当地知名品牌奥康,一度被年轻人视为“父辈的鞋”,就在这一两年,年近“四十不惑”的老牌“鞋王”,开始重回主流视野。不少年轻人在直播间偶遇奥康,更多的中年人则在抖音商城主动搜索、下单,店铺销量一度登上抖音电商男鞋店铺榜单TOP1。不久前,奥康还成为首个登上米兰时装周的中国鞋履品牌。这背后,正是借力直播电商渠道、顺应舒适认知开展的一系列“阵地转移”的新规划、新尝试,使得老品牌顺利开启“重生”的破冰之旅。

在直播电商营造的竞争氛围下,全省各地的传统产业、制造业纷纷驶向直播带货的快车道。这两年,历经行业竞争、优胜劣汰,浙江的直播电商行业开始倒逼商家进行正向提升:全面深耕设计、生产到销售服务等各环节,更主动且快速地满足用户需求……这也意味着,电商行业的发展方向正在脱离价格竞争的漩涡,向创造高品质、好服务的优质购物体验转移。

直播激发潜在消费需求

每当黄昏时分,各地的专业市场几



乎都会响起萨克斯名曲《回家》,商家陆续拉下卷帘门,结束一天的营业。但在诸暨的华东珠宝城,大量主播还在进行直播准备;入夜后,这里就是线上珍珠销售的战场,直至午夜、凌晨,保安都不会赶人。2023年以来,伴随珍珠市场的火爆,来自全球各地的珠宝爱好者,通过抖音电商了解到珍珠的源头产地,以天然珍珠为主题的珠宝首饰,尤其是珍珠项链,迎来了前所未有的销售盛景。网络直播销售,让消费者对于珍珠的独特魅力有了更深层次的认识。如今的他

们,不用千里迢迢搭乘交通工具前往诸暨,点开手机,成千上万款琳琅满目的珍珠饰品通过主播的介绍、佩戴,吸引了一波波客户的下单。即使是在行情有所降温的2024年,小小的珍珠仍然是消费市场的顶流;其中,诸暨珍珠超过海宁皮草,在排名前10最受全国消费者喜爱的产业带商品中,拿下了名列第5的好成绩。

报告显示,在抖音直播间购买产业带商品的消费者中,男性占比52%,女性占比48%。其中,18岁至40岁的中



青年是消费主力,占比达67%。而最受欢迎的十大“顶流”产业带商品包括广州护肤品、深圳手机配件、义乌发饰、南通家纺、诸暨珍珠、海宁皮草、丹阳隐形眼镜、启东海鲜、揭阳玩具和保定纸巾。此外,华南女装女鞋、东莞潮玩、川渝火锅、平江辣条、临湘浮标、许昌假发、曹县汉服、寿光果蔬、威海渔具、潍坊农资、云南鲜花、五常大米、丹东草莓、内蒙牛肉干等产业带商品也在直播销售中获得了大量订单。网络直播极大地促进了就业与增收,据统计有948余万网络主播,通过为产业带商家直播带货获得收入。

抖音副总裁李亮表示,直播电商在刺激消费方面具有积极意义。他坦言,自己通过直播购买了许多“计划外”的商品,如山西太谷饼、东北长白糕、丹东草莓、矮子馅饼、山东知了猴、徐香猕猴桃、富平柿饼、新疆薄皮核桃等。这些产品中,有不少是他之前从未接触和了解过的。直播间让消费者接触到了更多元、

更丰富的商品,激发了许许多多的潜在消费需求。

中国社科院财经战略研究课题组、中国市场学会发布的研究报告显示,2024年1-11月,全国直播电商零售额达4.3万亿元。微信视频号、小红书、淘宝、抖音、快手等电商平台共同构筑起多元化的直播电商生态。该研究表明,电商行业增量的八成以上来自直播电商,且其用户数量持续增长,在促进消费方面作用显著。直播电商能够把更优质的产品内容、生产过程展示出来,打破了传统消费的局限,使得供需双方能够更加精准地对接,释放消费潜力,推动消费升级和增长,促进经济的良性循环。尤其是抖音电商以“全域兴趣电商”优势,通过直播、短视频和商城等模式,充分展现产业带商品的特性、价值和精神内涵,同时有效提升中间环节效率,让源头好货以实惠价格直接触达消费者。

(傅静之)

·资讯·

在桐乡经开区(高桥街道),比博斯特创始人兼CEO刘先生看着一座45亩的工厂即将拔地而起,他无比感慨:“来桐乡参加创新创业大赛,没想到凭着线控底盘技术一路过关斩将,最终还在这里落地生根。”

以赛为媒,优质人才频聚桐乡。近年来,嘉兴桐乡市不断放大世界互联网大会乌镇峰会的红利效应,围绕智能汽车、智能计算、智能传感和工业互联网等主导产业,加快招才引智步伐,通过举办“乌镇杯”、乌镇路演等全球性大型赛事,吸引了越来越多的优质项目和人才从“赛场”走向“市场”,助力桐乡打造“人才创业之城”。

引导人才项目与产业强市深度融合

嘉兴桐乡打造人才创业之城

徐振华 沈晓洲

大赛搭台,桐乡招才引智按下“快进键”。翻看“乌镇杯”高层次人才创新创业大赛近4年名单发现,不少好项目、好团队都与桐乡产生了深度链接——仅在2024年举行的“e城桐创·智领未来”第四届“乌镇杯”高层次人才创新创业大赛总决赛上,就有22个高层次人才项目与桐乡签约。

据介绍,桐乡通过举办四届“乌镇杯”高层次人才创新创业大赛,已成功吸引了70余个高层次人才项目落地发

展。新签约的天序智能气象大模型项目,目前估值已达1亿元。“依托乌镇之光超算中心,我们大模型有了强大的算力支撑,走下赛场后,我们项目在资金、用地等要素保障上得到很大支持,坚定了我们在桐乡发展的信心。”项目负责人说。

让“科创种子”开出创新之花、结出产业之果,这正是大赛举办的初衷。作为桐乡另一张金字招牌,乌镇路演高层次人才创新创业大赛也成功孵化了一批优质

企业,并逐渐做大做强。“除了给予丰厚奖金,我们还创新赛事机制,开辟了项目认定‘直通车’。”桐乡市人社局人才开发科负责人介绍,大赛还通过“以投代评”的市场化导向作用,不断拓宽引才聚才渠道、提升用才育才成效,将一座城市的诚意全情展露。针对已获得市场化投融资的优质创业人才项目,在落户桐乡后,直接给予科技项目、启动资金、人才生活保障等各项配套政策。

通过在管理措施上做“减法”、激励支持上做“乘法”,让人才活力竞相迸发。针对项目融资难问题,桐乡还打出“人才贷”等金融产品组合拳,全方位解决人才企业融资需求。

“大赛机制的创新,让我们提前6个月落地桐乡,有更多时间和精力投入创新研发中去!”赛那德数字技术(嘉兴)有限公司便是这项创新机制的首批“尝鲜者”。参赛之前,企业就已凭借独家技术拿到了普华资本的独家投资,这也成为

企业快速落地的“入场券”。如今,企业已在桐乡经开区(高桥街道)的视觉物联中心安家。“落户桐乡是我们公司发展策略里走得最正确的一步!”赛那德创始人、CEO李华为桐乡的创新创业环境竖起了大拇指。

以赛为媒,吸引着大量投资机构参与项目评审,撬动社会资本共同支持科创项目发展,一大批企业及时获得股权、债权融资支持。数据显示,2024年落地的创业项目中,有16个项目已获得股权融资,总融资金额达4.4亿元。

从一场场大赛的举办,到一群群人才的聚集,再到带动产业转型升级。桐乡借助“乌镇杯”高层次人才创新创业大赛等各类品牌赛事招才引智,更加精准地引导人才项目与产业强市无缝衔接、深度融合。

浙江有礼

省域文明新实践

浙风十礼

倡导六种时代新风

爱国爱乡 科学理性 书香礼仪 唯实惟先 开放大气 重诺守信

践行十种礼节礼行

敬有礼	学有礼	信有礼	亲有礼	行有礼
拥党护根脉 爱国爱家乡	全民学礼仪 知书又达理	重信守承诺 立身又立业	传承好家风 相亲又相爱	言谈有礼貌 出行讲秩序
帮有礼	仪有礼	网有礼	餐有礼	乐有礼
随手做志愿 邻里相守望	节庆崇简约 办酒不铺张	上网要节制 传播正能量	用餐要光盘 聚餐用公筷	文明伴游乐 有序观赛演

浙江有礼,从我做起!