

靠建立店铺矩阵，扩大私域流量池，他淘到人生第一桶金。在同质化竞争中，主动降维主打中低端市场、打造企业IP引流、激活主播积极性，在扩大销售的同时实现降本增效和产业突围。河间小伙儿高世贺——

## 主动降维 做强垂直电商

本报记者 吴梦

### 雇佣变合作 扩大流量池

10月24日，河间电商高世贺再次迎来一批新主播，希望通过强化电商主播团队，进一步扩大企业私域流量池。

“我们目前主打垂直电商，销售渔具和日用快消品两大类。”高世贺介绍，“运营模式就是公司主做供应链，提供高性价比产品，通过与主播合作，不断扩大私域流量带动产品销售。”目前他的公司已经拥有10多名合作主播了。

高世贺销售渔具，之前主要通过公司内部员工直播销售，推动业绩快速增长。不久，危机开始逼近。电商销售数据透明化，高世贺的成功引来很多效仿者，同质化竞争，让他一时陷入困境。

为摆脱困境，高世贺开始改革公司运营模式。“初期公司员工直播，主播积极性不高。我们解除和主播的雇佣关系，将每个主播视为平等的创业者，公司主打供应链，提供产品给主播，一下调动了大家的积极性，公司运营费用也同步降低，实现了降本增效的效果。”

雇佣变合作，让公司私域流量池快速扩大，也带动销售再次开启快速增长模式。

### 店铺成矩阵 卖火汽车饰品

2020年，高世贺初入电商行业，和伙伴一起销售汽车饰品。

为扩大流量，高世贺和伙伴在淘宝、拼多多等平台开设了100多家店铺，组成店铺矩阵，在较短时间内聚集了众多流量。大流量，带动店铺销售快速活跃起来，一天销售额轻松就有几万元。

2022年，高世贺带领团队回到河间市，也将流量模式带了回来。

回河间后，高世贺看到当地工艺玻璃电商发展较快，他也加入其中，希望通过流量密码快速打开市场。

通过数据分析，高世贺发现，河间当地工艺玻璃电商聚集，店铺集中度高，新店很容易被埋没，无法形成引流效应。同时，他又惊喜地看到，当地虽电商众多，但以传统电商为主，只有少数生产企业

涉足直播销售且力度不大，为后来企业发展留下很大空间。

新商机引领高世贺快速转型直播电商。

直播销售一下子带来了大流量，高世贺带领企业快速突围，公司跻身平台细分产业头部。为进一步巩固领先优势，他开始寻找新的合作厂商扩大产品线。但就在此时，危机又一次逼近。

原来，店铺在平台的高光表现引来同行纷纷效仿，在较短时间内各平台涌现了上千家玻璃制品直播电商，同质化竞争，直接将商品价格拉低了30%。

销售价格暴跌，让高世贺的公司再次陷入困境。

### 做强供应链 主播上门合作

为带领主播摆脱困境，高世贺考虑再次转型。

经过一段时间考察，高世贺将目光对准了渔具产业。

转型初期，高世贺的产品主打“新手村”，业绩快速提升。“近年来，随着消费升级不断推进，渔具产品日益高端化，而针对入门新人的低端产品却相对较少。我们瞄准时机服务钓鱼新人，主打中低端渔具市场，销售业绩快速提高。”

同时，高世贺进一步强化供应链，与合作厂商开展深度合作，以销售数据为引领，缩短产品线，推出定制产品，进一步降低采购成本。

此外，高世贺还加大对主播培训力度，通过培训挖掘更多直播人才，同时合作主播能力的提升，进一步扩大企业销售端优势。

“我们在不断强化合作主播业务能力的同时，还十分注意打造企业IP，通过企业IP建设吸引来大量私域流量。流量的到来帮助主播进一步提高了销售业绩，实现了发展正循环。”高世贺收获了意外之喜。更让他惊喜的是，企业IP打造和私域流量池的扩大，还吸引越来越多新主播上门合作，销售和公架构架的正向引流作用日益凸显。



渔具生产供应市场

## 电商供应链初探⑥



农产品深加工延伸供应链

丰富的产品支持，多维度的产业服务需求，正吸引越来越多有志者投身电商供应链体系，通过提供多样化定制产品和服务，实现自己的创业梦想。

# 电商供应链创业乘风破浪

本报记者 吴梦

## 电商“小白”供应链上创业

近年来，随着电商供应链重要性日益凸显，吸引越来越多有志青年投身其中创业。

李媛媛是去年毕业的大学生，因为大学期间所学的专业为云计算技术与应用，所以她结合自己的专业知识，毕业后回到家乡肃宁县创业，开启了自己电商直播销售渔具的创业生活。

对于这一决定，父母起初持保留意见，但最终被她说服。“其实我自己也纠结了很久，但还是希望能借助家乡的政策红利，创业闯一闯。”李媛媛说。

鱼竿渔具是肃宁县的一大特色产业，从业人员多达2万多人，当地供应

链完善，电商年销售额16亿元，占产业总销售额的80%。在李媛媛的家乡河北留善寺镇，渔具电商已成为当地一大富民产业，她决定利用这一优势，和朋友一起创业，通过电商直播形式销售渔具。

经过一段时间学习，李媛媛初步掌握了基本的短视频制作及直播销售技巧。“虽然未来可能会面对各种困难，但我仍将在创业路上坚持下去，让自己的青春不留遗憾。”李媛媛说。

河北智慧斑马信息科技有限公司主要经营供应链业务，公司总经理杜春鹏表示，随着沧州众多头部电商转

型供应链产业，正吸引众多青年创业者加入，大家正以电商供应链为中心，通过服务赋能，开展多维度创业活动。

梁小涛创业种植无花果等经济水果，经过一段时间的摸索，开始直播带货，把销售搬到了线上，无花果销量不断增加，也获得了买家的好评。

目前，梁小涛在快手平台拥有70多万粉丝，每天销售果蔬1000单左右。“我会努力把质量做优，把售后服务做好，带动更多的农户和我一样，通过电商平台把自己的产品销售出去，让全国人民都能吃到我们自己种的水果和蔬菜。”梁小涛说。

## 梧桐树引来金凤凰

强大的电商供应链在吸引沧州青年投身创业的同时，也正不断吸引域外优秀创业者落户我市。

眼下，每天午后2时，福建青年陈妹仔都会和姐妹们站在镜头前，为线上消费者带来服装展示盛宴，每场直播吸引数千人次点击观看。

能够带领企业实现快速发展，陈妹仔表示沧州的电商供应链优势功不可没。

陈妹仔是福州人，经过多番考察，她看好沧州服装产业的优势，在沧州创办了自己的工厂，开设了店铺。高峰时，她同时经营着4家店铺，并拥有自己的品牌。同时，利用当地电商优势，她还进军电商，把新事业搬到了云端。

2017年，陈妹仔开了第一家淘宝店铺，同时，开始着手准备直播带货。

万事开头难，陈妹仔的直播团队刚开始时只有3个人，观看直播的人数更是微乎其微。“直播刚开始时都快坚持不下去了，因为那时候关注的人特别少，1小时不见得有10来人点击观看，后来有朋友建议我们，要坚持每天播7个小时，连播21天，可以获得浮现权实现引流。”

“21天相当于跑马拉松了，我们都是在煎熬中坚持。”采访中，陈妹仔说



电商创业者直播带货

的最多的一个词就是“坚持”。她坚持每天直播，坚持线上线下同步经营，慢慢地，她的线上直播开始有了起色。

“大概过了半个月，开始有了一点转机，这个时候可能松懈，因为我们松懈过一回，觉得这7个小时我们可以分上午4个小时、下午3个小时去播，中间可以休息一下，没有那么累，但是那

样试了两天之后，又回到原点了，所以还是要坚持。”

有自家工厂和供应链周边服务支持，通过实体店和线上店铺，陈妹仔可以为顾客提供服装干洗、改款、改色等特色服务，一年四季直播不停，去年“双11”一天的销售额就突破20万元。

## 增值服务拓宽创业路

近年来，不少在外打拼的“90后”青年选择回乡自主创业，他们在拼搏中不仅服务了家乡，也实现了自己的价值和梦想。肃宁县的孙影培就是这样一位回乡创业的“90后”姑娘。

孙影培大学毕业后曾在北京一家企业负责平面设计，工作期间，她不仅积累了一定的设计经验，还发现了电商产业衍生出来的新市场。

2016年，孙影培辞职创业，回到家乡开设了自己的第一家工作室，主要负责视频剪辑、图片处理、产品拍摄、网店装修等电商服务工作。

“近年来，沧州电商产业发展迅猛，但以中小卖家为主，他们没有自己

的美工，也没有摄影师，这就为我们提供了市场空间。”创业初期，孙影培通过淘宝盟主的QQ群和朋友介绍开拓客户。

创业路上难免会有荆棘，孙影培也遇到过一些难题。“最难的就是找不到合适的美工技师，并且我们的摄影师都挺辛苦的，有时候加班到晚上10点左右，因为客户找我们，肯定是信任我们，他们的产品也有周期，什么时候推广，什么时候上产品，都大有讲究。比如前段时间，我们为T恤产品拍照片，这段时间是最忙的。”

现在越来越多的实体销售走向线上，孙影培的电商服务生意也做得越来越红火，涉及电料、服装、渔具、乐

器、食品、玻璃等众多行业。2020年她还被授予市级劳动模范。

随着电商产业的快速发展，孙影培也在不断开拓创新，在增强自身专业能力的同时，跟进电商流行趋势，尝试新的运营模式。“之前是拍照比较流行，最近流行直播和短视频，所以我们要根据电商的需求去不断学习，通过提高自己的服务能力，帮助更多电商快速发展。”



## “数治化”就是用数据治理企业

对于企业而言，数字化转型正在经历信息化、数字化、智能化和数治化四个阶段。所谓“数治化”，就是用数据治理企业。“以数治企”是经过疫情时代验证的、企业应对不确定性的必要转型路径，代表着数字化转型的最高阶段。

——金蝶中国总裁 孙雁飞

只有拥有数字能力的企业才能经历韧性变革，才能在韧性变革中走向成功。小微企业数字化转型已不是“选择题”，而是关乎其长远发展的“必修课”。

——际连集团董事长 万君

小微企业数字化转型要做好两件事：一个是在线化，让管理、业务、经营在线化，与客户建立链接，实时响应客户需求，改进业务流程和运营体系。一个是数据驱动，真正实现业财一体的分析，能有效帮助企业实现合规、避险、增效、降本等多重价值。

——字节跳动创始人 张一鸣

发展数字经济，创新是关键，技术驱动是核心，人工智能是最重要驱动力。企业向数字转型，企业主要业务要与互联网相结合，通过融合发展，推动企业经营中深层次变革，形成全新的组织思维和执行能力。

——小米科技董事长 雷军

## 不确定环境中确定的是顾客需求

在不确定的环境中，唯一可确定的就是顾客需求和顾客价值。聚焦顾客价值创造依然是确定性的首选，是因为与顾客在一起是根本之道。

——拼多多创始人 黄峥

在不确定的环境下，人们会遭遇更多的困难、挑战。如果企业能够基于客户的难点和痛点提供解决方案，帮助人们在不确定性环境下有所依靠，便是企业和客户共同的出路。

——百度公司CEO 李彦宏

企业家精神就是企业持续的自我塑造变化的能力，在不确定的环境中，企业主动塑造变化可以帮助企业具有找到机会的能力，从而具有不确定环境下的主动性。

——香港中文大学教授 郑永年

## 组织能力是企业成长的关键因素

组织能力是人与机制相耦合，通过机制释放人的潜能，形成持续性竞争优势的能力。组织能力是企业成长的必要条件，不是充分条件，要格外关注其输入端而不是输出端。

——华夏基石副总裁 苗兆光

组织能力是企业成长的关键因素，它是企业经营要素有效组织在一起的整体力量；虽然组织能力由多个要素组成，但更需注重的，是要素之间的融合、连接以及协同。

——比亚迪执行副总裁 李柯

从短期看，组织能力与经营业绩未必相关；但从长期看，组织能力是企业基业长青的基石，必然促进企业可持续成长；虽然组织能力作为一个长期工程，其成效需要一定的周期才能显现。

——顾家家居总裁 李东来

## 存量市场突围技术才是壁垒

依托蓝海市场的抢占与争夺，显然已不再是长久之计，唯有依托过硬的技术力构筑产品壁垒，才有可能在存量市场中成功突围，在更广阔的国际市场中汲取生命力。

——华为公司总裁 任正非

在新消费时代，对市场变化的敏锐洞察，迅速调整迭代产品策略是“术”；高度聚焦、持续专注、厚积薄发形成汹涌的发展势能，是经营的“道”。对“术”的创新与对“道”的坚守，是对新时代企业的一种生动诠释。

——申洲国际董事长 马建荣

