

淡季一场直播卖出300多单

马佳慧是如何卖爆鱼竿的

本报记者 吴梦

肃宁女孩马佳慧，用大数据挖掘商机，成功实现直播电商创业。通过搭建直播矩阵，放慢直播节奏，帮助钓友选择更适合自己的渔具，形成稳定的私域流量池，直播团队月销售额轻松突破80万元。如今，她又开始探索电商“培训+孵化”新模式，助力年轻人创业增收。

淡季直播 一场销售300单

“各位老铁中午好，很高兴大家准时来到直播间。今天给大家准备的台钓竿、路亚竿等产品，数量有限，感兴趣的朋友可以关注一下……”

2月28日中午，作为肃宁县知名渔具产品电商主播，马佳慧开始了一天的直播销售。

叮、叮、叮……就在马佳慧介绍第一款台钓竿时，下单成交的提示铃声响起。

现在虽然是渔具销售淡季，但马佳慧一场直播仍能轻松销售300多单，引得同行纷纷侧目。

“我们直播销售成功的秘诀就是做广大钓友的参谋，帮助钓友找到适合自己的鱼竿。”马佳慧笑着说道。

“这是一款路亚竿，最适合在野生水域钓一些大型食肉类。”她随手拿起身边的一支鱼竿。

“现在，随着国内大部分地区气温回升，一些喜欢野钓的朋友开始准备路亚竿了，在直播中，我们会将多款产品放到一起介绍。虽然800元的鱼竿能带来更多利润，但我们还是建议大家选100元左右的产品。因为用路亚竿钓鱼的人，多是青年人群，经济能力有限，同时受使用场景所限，大家很难体验到高端产品的优势，还是中低端产品更有性价比。”

同时，马佳慧还会提醒钓友。“我手中这款产品，目前季节不适合北方水域，较适合长江以南区域。同时，这款产品用于郊野池塘‘战绩’更佳，如果想在水库、江河等区域大显身手，最好选择其他产品。”

做好钓友的参谋，让马佳慧快速出圈。前不久，马佳慧在肃宁县巾帼带货主播展示推介活动中获评“肃宁县最美女主播”。

为钓友当参谋 形成稳定客户群

现在，马佳慧的事业做得风生水起，但在创业初期，她也非一帆风顺。今年25岁的马佳慧，2021年与电商结缘，在肃宁县科创中心“超级碗”直播带货。

“开始创业时，我们通过电商大数据分析，发现肃宁县作为渔具产业集聚区，产品单价较低，适合电商渠道销售。同时，肃宁渔具产业链齐全，能为电商发展提供全方位支持，因此果断直

播卖起了鱼竿。”马佳慧谈起当时的情景。

理想很丰满，现实却骨感。马佳慧的直播电商事业刚开始，就被当头浇了一瓢凉水，快手平台直播间内没有访客，迟迟无法成交一单。

为了突破创业困局，她开始“潜伏”在知名主播的直播间“偷师学艺”。同时，针对自己销售的渔具产品恶补相关知识，如鱼类喜好、钓位选择、天气风向的影响等。

“通过学习我发现，掌握销售话术、给消费者提供商品福利，虽可快速销售产品，但很难形成复购，聚集起自己的私域流量池更是困难。只有给广大消费者提供多样化服务才能形成稳定的客户群。通过不断尝试，我们发现做好钓友的参谋，帮助消费者选到适合的产品，就是一项很好的引流服务。”

放慢直播销售节奏，增加产品细节和应用场景介绍，在互动中了解钓友需求，推荐合适产品……马佳慧带领团队开始了转型。

转型，很快给马佳慧带来惊喜。“通过帮助钓友选择鱼竿，直播间逐渐聚集起了人气，销售额也在不断增长，一场20分钟的直播，就能卖8000多元。”

搭建直播矩阵 实现快速“出圈”

除了做钓友的参谋，搭建直播矩阵也是马佳慧快速“出圈”的诀窍。

“直播销售初期，我们主打快手平台，逐渐形成了稳定粉丝群，但流量增长缓慢。一次直播中，多位粉丝表示他们较少登录快手平台，希望我们能去小红书上开店。”马佳慧发现新商机。

大数据统计显示，直播电商兴起后，快手快速成为重要直播电商平台，抖音、小红书、拼多多等平台也错位发展直播电商销售，各平台已拥有了不同消费人群。现在，一个直播间很难覆盖多种消费人群，为此马佳慧开始针对不同人群和时间段搭建直播矩阵。

“我们的团队有3名主播，每天进行10场直播，基本实现多平台、多时段可见。搭建起直播矩阵，形成了稳定的私域流量池，粉丝的关注也越来越多了。”马佳慧笑着介绍。

如今，马佳慧又有了新想法——再次转型，做电商培训和项目孵化。

“随着数字经济的发展，电商创业正成为越来越多年轻人的选择。我们积累了一定资金和实操经验，可给创业者提供一定培训和孵化指导，这也是我们探索延长产业链的一次有益尝试。”

创客朋友圈



马佳慧直播销售渔具产品。



外高代表参观中国盐山管道装备全球集采中心。

数字赋能 向“智”而行

数字化集采平台 助沧州制造企业一同出海

本报记者 吴梦 本报通讯员 霍志阳

数字化采购平台，作为现代企业供应链的关键一环，正以前所未有的速度重塑传统采购流程。在数字经济与实体经济深度融合的浪潮下，沧州管道装备、压瓦机等制造产业乘势而上、向“智”而行，在国内率先上线运营中国盐山管道装备全球集采中心等多个数字化集中采购平台。平台以大数据、人工智能等新一代信息技术为核心，精准捕捉市场动态，智能匹配企业供需，将沧州管道、压瓦机械等产品推荐给全国乃至全球企业，成为推动我市产业升级增效的“数字新支撑”。

管道装备集采中心 一个月浏览量破亿

“盐山管道装备全球集采中心给力了，一个月就实现浏览量破亿。中心通过数字技术多渠道向国内外推介盐山管道装备产品，帮助我们公司拿到迪拜采购商180多万美元的订单。”说起集采中心给企业送来的“礼包”，恒尚管道制造有限公司总经理马占全兴奋不已。

中国盐山管道装备全球集采中心由盐山县管道装备产业协会牵头搭建，面向全球采购商提供全天候数字展示和交易服务。中心利用TikTok、1688等平台，向全世界推介盐山管道装备产业和相关企业情况，推送优

质产品、工程案例和市场动态。目前，TikTok平台已入驻管道装备企业27家，1688产地名片已入驻企业超过1000家。

日前，中国盐山管道装备全球集采中心举办了首届国际精准采购节，来自尼日利亚、土耳其、巴基斯坦等10余个国家的50家采购商现场与盐山企业精准对接、源头直采，共达成意向121个。

“这次活动展示了很多高端化、智能化、绿色化的管道装备产品，非常符合我们公司的采购需求，后期将与相关企业深入对接，努力实现合作

共赢。”巴基斯坦催化剂商务国际公司销售总经理米来谈。

目前，中国盐山管道装备全球集采中心正参照相关产品规范和标准要求，整合产业资源，推行统一标准、统一价格、统一质量、统一检测、统一营销的模式，打造全链条采购供应链，进一步放大管道装备产业出口优势。同时，积极建设跨境电商平台，通过亚马逊、阿里巴巴国际站、海外拼多多等知名服务商扩大销售渠道，并利用“脸书”等社交平台进行宣传推广，持续提升盐山管道装备产业的知名度和影响力。

“海道街”让全国钓友“云”集沧州

2月26日，由献县的河北海道钓具有限公司打造的数字化采购平台“海道街”一如往常地活跃，不断有全国各地的订单传来。

“我们解决了渔具产业内长期存在的一站式采购难题，为全国各地的钓友节省了商品采购的宝贵时间和资金成本。”看着不断增加的订单量，公司董事长鲁龙飞高兴地说。

渔具产业由于容量有限，各地很难形成业内集中度较高的采购基地，呈现出“大分散小聚集”的状态，于是终端商家采购时，就会出现在河北、山东买鱼竿，再去湖南买鱼钩等情况，导致客户采购所需的时间和资金成本都较高。随着近年来垂钓休闲产业的发

展，这种情况越来越凸显。

“我们从影响产业发展的堵点、痛点出发，依托献县、肃宁等地渔具产业优势，聚集全国多地其他配套企业，在业内率先打造出渔具数字化采购平台——‘海道街’。通过一站式采购，在物流成本上为客户节约了资金投入，深受客户青睐。高峰时，‘海道街’线下加盟店超4000家，月销售额过百万元。”

从事渔具产业对于鲁龙飞而言是“跨界”。在电动车市场闯荡多年，2015年，他回到老家献县创业。

当时，作为国内知名渔具产业集聚区，献县生产的鱼竿知名度高、产业配套齐全……可当鲁龙飞用大数据

对渔具产业分析时发现，虽然献县渔具产业集中度高，但多以小微企业为主，品牌建设、品质控制等方面没有优势，在市场竞争中处于弱势，迫切需要平台企业对产业发展进行引导。

发现新商机，让鲁龙飞兴奋不已。他在创建河北海道钓具有限公司的同时，开始搭建数字化采购平台“海道街”，并将周边企业生产的各种鱼竿纳入平台。

经过一段时间探索，2017年，“海道街”开始扩大产品覆盖范围，将域外企业的鱼钩、钓线等配件纳入销售清单，率先在国内打造出全产品线的一站式数字化采购平台，并吸引全国各地门店纷纷加盟。

从集采中心到生态圈 助力产业加速成长

前不久，位于泊头市的沧州中拓冷弯成型设备有限公司通过跨境电商渠道成功拿下印度、伊朗等国订单。公司董事长徐连星告诉记者：“公司能拿到这些订单，跨境电商数字化集中采购平台功不可没。”

随着全球经济一体化的加速，沧州各地制造企业急需数字化产品集中采购平台来带领大家去拓展新的更大市场。

“日益严峻的竞争环境下，集采平台用户对高品质服务的要求越来越高，平台愈发需要从供应链整体质量的角度来提升综合竞争力。但受到平台主打产品销售业务的限制，无法提供技术创新、人才引进等服务，造成加盟企业急需产业生态圈来弥补不足。”徐连星在认可集采平台的同时指出其不足。

产业生态圈是一种集生产销

售、科技创新、商贸物流、配套服务等为一体的新型产业发展模式。在压瓦机产业生态圈中，每一个环节都同等重要，只有持续增强产销全过程管理能力，把每个环节都打造成价值增长点，将整条运营链打造成价值链，才能助企业创造更大效益，实现做大做强。徐连星举例说：“我们正在建设大数据中心，投用后不仅能够进行故障检查等跟单服务，还可以依据数据反馈将问题前置。原来企业订购西门子电机的周期是4个月，通过数据采集，现在可以提前预判一年的需求量并进行批量订购，更好地保证了我们满负荷生产的需要。”

在徐连星看来，当前要想通过跨境电商集采平台抢占更大市场份额，首先要大力引进人才，全面提升企业的综合竞争力。

“我们以压瓦机产业生态圈为依托，深化与燕山大学等高校和研究院所合作，共同培养、引进行业专业人才，目前已有多名高水平人才正在围绕产品质量提升、强化经营管理等方面献计出力。这些都是单纯的产品集中采购平台不能做到的。”

今年泊头市跨境电商协会计划借助沧州中小企业跨境电商综合试验区的优势，联合各大高校打造孵化中心，为有潜力的大学生提供阿里巴巴账号免费试用，组织协会外贸骨干将实操技能直接带入高校。



“失败”是创新最好的朋友

创新都是自己产生的，不是刻意安排的，更不是教出来的。科技创新非一日之功，回报周期漫长，且面临诸多不确定性，这时就更需要“大胆资本”“冒险资本”“耐心资本”的支持。

——深度求索创始人 梁文锋

在当下这个数智化时代，企业应坚持科技属性与创新驱动，更多投入到从0到1的颠覆式创新中。科技创新非常伟大，起点应该从技术出发，推动商业模式创新，而不是反过来。

——灵伴科技创始人 祝铭明

每一个超级企业的诞生，都是因为有一类人才实现了超级变现，从此对平台和规则极度信任。为了让自己可以在这个平台持续地活下去，他们主动地思考和创造，从而形成了创新的生生不息。

——海底捞董事长 张勇

所谓的“失败”是面对真实，扎扎实实地看到自己的不足。创新，就是走出过路的便捷，做出以前没有做过的事，到达以前没有到达的地方。

——新荣记董事长 张勇

“失败”是创新最好的朋友，因为只有失败才会说真话，告诉你什么是那个最坚硬的真实。

——创东方投资董事长 肖水龙

战略的重要功能是把外部的不确定性转化为内部的确定性

因为外部不确定性的存在，企业才需要做战略。战略的重要功能就是把外部的不确定性转化为内部的确定性，通过做战略找到自己应该做的事情、确定的事情，坚持做下去，企业才能对冲外部的不确定性。

——正泰电器董事长 南存辉

我在企业中特别强调两个“环”的重要性，一个是“循环”，一个是“闭环”。企业的运营管理应该从战略到运营再到绩效的闭环的循环过程，只有这样才可能实现螺旋上升。

——TCL原总裁 薄连明

企业出海要融入当地 更优于当地企业

在强者如林的情况下，中国企业出海不能向低端发展。企业走向全球竞争，要强制性投入，更重要的是研发人员能否在思维方式上超越竞争对手的思考，把行业的能力充分利用起来。

——攀升科技联合创始人 刘立鑫

企业出海，在任何市场都要坚定不移地因地制宜，坚持本地化，遵守当地的法规、风俗、文化，更重要的是深度理解当地社会。

——蔚来汽车总裁 秦力洪

中国企业出海，想要做好，除了融入当地，还必须优于当地企业。你连本地人真正的需求都不了解，哪里谈“优”？

——中国连锁经营协会会长 裴亮

现在，中国企业出海，不仅仅是把品牌、产品出口就完事，而是模式出海、精英人才出海、资本出海。是直接去建工厂，派专门的销售、经营、售后等团队到当地去。

——北京大学商学院原联席院长 杨壮

分配机制是企业的活力之源

钱是商业世界的水流。管理者管理钱和资源，就好像农民管理水流和肥料，一个企业的竞争力来自它的人才生态，而人才生态来自分配机制。

——神州专车副总裁 龙杰

所有大规模的企业，其实都是设计了一个分配机制：让组织内的人才知道如何在这里将自己的能力变现。

——晶科能源创始人 李仙

企业不是只靠企业家一个人就能做好的，要靠全体干部员工共同努力往前走。而要把大家凝聚在一起，分配机制是关键。

——至纯科技董事长 蒋渊

个人观点仅供参考