

直播电商赋能让内蒙古好物“云”销四方

“羊粪肥竟然有‘基肥’和‘追肥’使用方法,太方便了!”“线下很难分辨的羊绒饰品,直播间货真价实又好看!”“牛羊肉不但味道鲜美,还为农牧民增加了收入。”在抖音电商,不仅为“内蒙古好物”开辟了新赛道,还促进了名优产品的品牌化、高端化发展。

《2024 抖音电商产业带发展报告》显示,来自全国产业带地区的1.7亿款商品,在抖音电商售出154亿单,同比增长39%。其中,直播电商销售额占比63%,累计有5300多万场带货直播促成交易,近15万款商品在直播间成为销售额过百万元的“爆款”。

在业内人士看来,“直播电商+产业带”的创新模式能将“人、货、场”用更直接高效的方式进行链接,立足于本地丰富的货源和产业链优势,将优质主播和意向人群相结合,建立起立足产业带的直播生态,已成为直播电商的重要商业模式。而“内蒙古好物”也正在借助直播电商焕发新机,让广大农牧民实现了线下丰收,线上增收。

国货品牌在直播电商“出圈”

2024年12月30日深夜,位于赤峰市红山经济开发区的赤峰东黎羊绒股份有限公司加工车间内机器轰鸣,工人们正争分夺秒赶制羊绒制品,一派繁忙的景象。

“最近的一场直播带货,直播间卖出2.29万件羊绒服饰,销售金额达1800多万元,这都得益于抖音电商。”东黎羊绒董事长程旭东说,现在“东黎”品牌被越来越多的人认可,订单也逐日增加,2024年通过抖音电商销售羊绒制品15余万件,销售额达2.1亿元。

时间回溯到2001年,从国有企业下岗的程旭东成立了赤峰东黎羊绒股份有限公司,从罕山白羊绒外贸出口做起,到2013年,东黎羊绒已经拥有了完备的羊绒制品生产链,成为多家国际品牌的稳定供货商。

深耕市场多年的程旭东发现,全世界的羊绒原料70%来自中国,90%的羊绒产品由中国制造,许多国际大牌羊绒服装背后,都隐藏着中国羊绒的品质与技术。“虽然优质羊绒绝大多数产自中国,但国内羊绒产业多数以原料和代加工为主,技术水平精湛的

企业也只能处在产业链下游,缺乏话语权和定价权,羊绒产业的大部分利润被品牌方拿走,羊绒产业无法获得足够的标准制定权和发展设备、技术的利润。”程旭东说,东黎羊绒也有着同样的痛点,虽然材料与技术水平高超,但无法摆脱在产业链上代工厂地位的劣势,自身缺乏完善产业链、改进生产环节和建设品牌认知的能力和途径。

程旭东不甘心做代工业务,开始谋划更长远的发展,果断地在内蒙古开设了“东黎羊绒”品牌实体店。但打造羊绒品牌之路,并不像想象中那么顺利。“如果没有自有品牌,我们的羊绒产业就只能停留在国际产业链的最末端,陷入原料和人工的低价竞争,只有品牌才能让企业走得更长远。”程旭东说。

程旭东的儿子、赤峰东黎羊绒集团总经理程晓虎认为,面对产业困境,需要更加创新的思路。2019年12月,东黎羊绒入驻抖音。“抖音让我们更快捷地了解客户需求,消费者会把喜欢的款式、颜色发到群里,直播间里,让我们重新认识了市场。”程晓虎说。

网上消费者群体更广泛、更年轻,更注重产品的品质。通过直播电商介绍羊绒生产过程,也让更多人了解羊绒、喜爱羊绒。

程旭东录制了“讲实在事有获得感”的产品短视频;“揭秘”一件羊绒衫是怎么从羊到“薊羊毛”纺纱,再到成衣的全流程;如何辨别羊绒制品的品质,如何养护大众眼里“娇气”的羊绒面料……这些内容广受欢迎,东黎羊绒品牌账号的抖音粉丝也从5000一路涨至50多万。在抖音电商“遇见好国货”计划的扶持下,2024年,东黎羊绒通过抖音电商销售超15万件羊绒制品,回购率达到了68%。

“几十年都很难把一个品牌做起来,没想到在抖音电商直播间里,三年就帮助我们做出了自有品牌,实现了两代人的品牌梦。”程旭东感慨地说。

国潮兴起,老字号升级,新品牌发展……短视频+直播的推波助澜,让国货品牌的发展更进一步。目前,东黎羊绒年可加工无毛绒750吨,羊绒纱线450吨,生产羊绒衫200万件,羊绒围巾30万件,产品远销意大利、瑞士、美国等国家。

从羊绒原料出口到成品走向国际市场,

迅速驶入生产经营发展快车道的东黎羊绒是内蒙古绒毛产业不断跃升的生动剪影。

羊粪变废为宝成“金蛋蛋”

直播间里的杨国民,拿起深褐色絮状物展示,熟练地给大家介绍自己厂里的产品——羊粪肥。短视频和直播等新消费场景的崛起,让许许多多的消费者通过视频,轻松了解到羊粪肥这样的有机肥。

2021年,大学毕业在外地闯荡多年的杨国民回到家乡内蒙古锡林郭勒盟苏尼特右旗接手父亲的肥料厂,从此一心一意做起羊粪肥生意。当时,肥料专供南方大型花卉苗木市场,只做批发,不做零售,线下销售困难重重。

于是,杨国民将目光投向抖音电商平台,尝试直播卖货。一开始,一场直播一个多小时,直播间的“同时在线”数据仅有一两个人。幸运的是,到第四天直播时,就有170人同时在线……杨国民的直播越来越专业,直播间人数越来越多,一场直播成交量基本在1000单左右,多的时候能有3000多单。

直播走上正轨后,杨国民搭建起抖音电商团队,聚焦短视频和直播带货。几年间,直播团队已有20余人,主播八九个,直播维护人员两三个,余下的负责编导和拍摄。

来抖音电商后,杨国民注意到,“阳台经济”闯入城市生活,大量“都市农夫”涌现。养好花草草离不开好肥料,杨国民嗅到了商机,花大价钱引入新的灌装机器,推出小规格包装的羊粪肥。“两个规格,3斤和10斤的。”在他看来,抖音电商提供了一个汇集小人群需求的平台,涓涓细流最终汇成大海。

光顾杨国民直播间的以年轻人居多,其中不乏从没施过肥的种植新手。杨国民在羊粪肥包装上花了心思,印上详细的“基肥”和“追肥”使用方法。杨国民自家阳台上养了植物,用自己工厂加工的羊粪肥照料它们。“肥怎么施?怎么追肥?慢慢摸索,得出经验,分享给直播间的朋友。”

随着线上生意的逐渐起色,大多数人未曾听闻过的羊粪蛋成了“金蛋蛋”,肥料工厂

也扩大了规模。自从杨国民打开线上电商生意,周边的50余户牧民“变粪为宝”,从中受益。“以150元一吨的价格收购,一户一年能增加几千块钱的收入。”一些牧民自己开车将羊粪运至杨国民的工厂,实在离得太远的,工厂就派人到牧民处收装。通过直播电商,2024年他成功售出了3600多吨羊粪肥,销量比过去增长了5倍多。

杨国民善于从经验中学习。他认为,抖音电商为年轻人提供了新的渠道和方向,当传统生意变得困难时,不妨尝试从电商寻找突破。根据《2024 抖音电商达人成长报告》显示,2024年抖音电商新增了528万带货达人,同比增长74%。作为返乡新农人,杨国民借助电商平台,有效解决了产品销售“最后一公里”的难题,也让地方特色产品“走出来”,集结“出圈”,他的成功为农村带来了新的气象,切实改变了家乡的面貌。

好物“出城”助推产业提质升级

“当我们目光投向北方,眼前展现的是壮丽的草原与巍峨的山脉,草原上的牛羊、山间的野味都是大自然的慷慨赠予。”这是抖音拍摄的溯源纪录片的解说场景。

锡林郭勒大草原,以鲜美和高营养价值的牛羊肉闻名。然而,此前当地相关品牌与消费者难以建立联系,外界对内蒙古牛羊肉价值了解甚少。

2023年底,抖音电商“金产地计划”来到了内蒙古。通过溯源纪录片,带领观众走进广袤的草原,看见天然的牧场、散养的牛羊,严格的质检,塑造内蒙古牛羊肉“健康、优质”的形象。同时,通过热点话题、商家达人溯源直播、商城活动等多元玩法,帮助内蒙古众多农产品打开了销路,也向更多人秀出了一张张特色鲜明的产地“名片”。

一直以来,抖音电商持续在支持三农方面加大力度,一大批专注于特色产品推广的达人不断涌现,来自锡林郭勒盟乌珠穆沁旗的巴图安达就是其中的典型代表。85后的他通过抖音短视频,将草原美食以及草原淳朴的牧民生活毫无保留地展现了出来,吸引了近500万粉丝的关注,2024年仅

一个季度就卖出12万单的各式牛羊肉产品。如今,他教乡亲们如何出镜当主播,帮乡亲们就业致富。

《2024 抖音电商产业带发展报告》显示,在抖音电商“产业成长计划”推动下,该平台产业带业务已覆盖全国27个省130座城市。2024年一年,全国332个产业带的抖音订单量过千万单,830个产业带的抖音销售额过亿元,平均每天有超150万产业带中小商家在平台达成交易。同时,产业带商家与带货达人相互成就,形成了独特生态亮点,共同促进消费市场升级,超948万人通过产业带商家直播带货获得收入。

不仅如此,为拓宽特色产品线上销售渠道,实现产销精准对接,助力“蒙字标”品牌推广,抖音平台还在内蒙古开展“抖in域见好货节——产业带爆品扶持计划”“百城千品上抖音”等活动,帮助更多原产地商家和达人熟悉电商经营技巧。同时,平台通过货品补贴、生鲜免佣等政策扶持,进一步帮助中小农商家降低经营成本。

越来越多的新农人借助抖音,生动展现乡村的田园生态、传统故事和自然人文之美,让更多土特产“出村进城”、成为“网红”,既有效拉长了产业链,提高了特色产品附加值,更为农牧民创造了更宽广的增收之路,在产业带动乡村发展的新路径中实现自我价值。

来自抖音电商产业带报告显示:2024年内蒙古产业带商家数量增速全国第一,牛肉干、羊绒、瓜子、玉米等产地特色受追捧。这些“大”数据让人们直观地看到电商平台助农富农的效果,越来越多的农货商家和达人通过抖音电商连接到更广泛的消费者。

中国社科院财经战略研究员李勇坚认为,当下企业积极完善直播生态,借直播带货塑造品牌、拉动销量,行业规范与专业程度同步进阶。未来,伴随技术革新与市场优化,直播带货将持续迸发活力,助推产业结构优化升级,为经济高质量发展注入动能,稳固支撑消费市场繁荣。

直播电商相关负责人表示,平台将持续投入到直播电商助农更深、更全面的链条中,帮助各地优质物产触达更多消费者,在提高农牧民收入的同时,助推产业结构提质升级。

(李江潮)

培养“法律明白人” 推动法治乡村建设

近年来,呼伦贝尔市大力实施“法律明白人”培养工程,全市“法律明白人”总人数达4376人,覆盖全市1155个村嘎查社区。他们活跃在村头巷尾、田间地头,为法治乡村建设注入新动能,激发新活力。

扎兰屯市卧牛河镇五星村“法律明白人”普法小分队打造“流动式”普法阵地,围绕粮食销售、土地承包、晾晒场地等问题与农户面对面普法,为当地农民送上“法治套餐”。

鄂伦春自治旗“法律明白人”积极发挥血缘、亲缘、地缘优势和乡情、亲

情、友情资源,带动周边群众学法用法,以案释案,对婚姻家庭、邻里关系、交通事故和民间借贷等问题进行有效调解,成为推动法治化基层治理的坚实力量。

前不久,鄂温克族自治旗巴彦塔拉达斡尔民族乡邀请知名律师开展“帮信罪及掩隐罪”专题法律讲座暨“法律明白人”培训,充分发挥“法律明白人”的普法宣传员、用法引领员作用,持续严厉打击各类电信网络诈骗犯罪行为,努力守护百姓“钱袋子”。

“把群众呼声作为第一信号,把维

护稳定和促进和谐作为第一责任,把回应群众关切和期待作为让群众满意的出发点和落脚点。”海拉尔区胜利街道新社区诉求服务站站长宋海华说。

在新春社区诉求服务站,一面写有“急民忧解民急 待群众如亲人”的锦旗引人注目。三年前,辖区居民蔡女士在不知情的情况下成了网贷担保人,遭受3年的网贷还款骚扰,诉求至社区服务站。宋海华牵头“法律明白人”队伍,利用“三所联动”机制,通过公安机关找到山东某医院医生邵某并催促其还清欠款,让蔡女士重新回到

了平静生活。

2024年,呼伦贝尔市推行“1名村(居)法律顾问+N名法律明白人”模式,实现“1+1>2”,强化“法律明白人”的法治素养和基层治理的实战能力。“法律明白人”队伍持续践行新时代“枫桥经验”,将自身技能同群众需要相结合,参与开展普法宣传1278场次,调解矛盾纠纷1520件。“法律明白人”成为社情民意的信息员、政策法规的宣传员、矛盾纠纷的化解员、法治实践的引导员,助力法治乡村建设蓬勃发展。

(赵文魁)

突出“三个强化” 做好党外人士工作

呼伦贝尔市扎赉诺尔区委统战部扎实做好“三个强化”,凝聚党外人士工作合力,为地区经济社会高质量发展聚势赋能。

强化思想引领,提升党外干部综合素质。按照培训计划,把统一战线理论、政策纳入党校教学内容,通过召开学习会、参观红色教育基地等方式,进一步推动全区党外代表人士统一思想、凝聚共识。累计开展党外代表人士培训3期,累计培训各类党外代表人士200余人次。

强化调研机制,增强党外干部履职能力。进一步规范“党委出题、党派调

研、政府采纳、部门落实”的政党协商闭环管理机制,有效推动成果转化,召开无党派人士调研成果汇报会暨政协协商座谈会,收集医疗服务、“三城共建”等各类意见建议30余条。

强化队伍建设,健全党外干部储备库。认真贯彻落实“有意识地把一部分优秀人才留在党外”的政策,在优秀年轻干部队伍中统筹考虑党外干部。全面摸清全区党外干部情况,建立党外干部人才库,实行动态管理,对党外干部实现“精准画像”,为全区党外干部后备人选打造“蓄水池”。

(任宝生)



扫一扫下载

草原云

闻天下 向未来

