

“买买买”“卖卖卖”，如何打造爆款产品？ 关于直播带货，高新人所关心的都在这里



创智学院开讲 郑洛新自创区首家 企业家培训平台启动

本报讯 创智学院一期班于今年6月正式启动……5月27日，在河南省国家大学科技园(东区)“2020创享·共生”企业发展论坛暨第七届企业家俱乐部年会上，河南省国家大学科技园(东区)总经理陈建致辞中透露出来的信息。

据介绍，河南省国家大学科技园(东区)是以电子信息、软件为主要方向的综合性国家级科技企业孵化器。现已建成面积60万平方米，引驻企业1118家。“创智学院倾情为园区企业家带来的全新的企业家培训平台，第一期班将选拔50-60名优秀企业家代表，帮助大家解决真问题，夯实管理基本功，实现健康、快速、可持续的成长，打造出一批明星企业”。

当天，该园区100多名企业家相聚一堂，举办了“2020创享·共生”企业发展论坛暨第七届企业家俱乐部年会。在论坛分享环节，三全食品创始人、万江集团董事长陈泽民，汉威科技集团创始人、汉威科技集团董事长任红军，德同资本董事合伙人、总经理、创投伯乐李农等进行了主题分享，与园区企业家共同探讨新未来的技术变革与共生发展资本之路。

会议还表彰了2019年度河南省国家大学科技园(东区)优秀统计企业10家、优秀在孵企业5家、优秀毕业企业5家、中国创新创业大赛及“郑创汇”获奖企业2家、疫情防控贡献企业2家、创业导师“骏马奖”5家、创业导师“伯乐奖”1人和河南省国家大学科技园(东区)党支部2019年度优秀党员6人。

活动上，特别颁发了“河南省国家大学科技园(东区)软件联盟”的牌匾。据了解，2019年，河南省国家大学科技园(东区)成立了郑洛新自创区首家“企业成长大学”，通过创业导师企业行、私董会、行业(发展)论坛、专家问诊辅导等特色服务，形成了“河南省国家大学科技园(东区)软件联盟”，这是河南省首个以孵化载体命名的企业联盟。

在活动上，高新区石佛园区运营中心主任魏民作为高新区服务企业的部门，代表园区运营中心向在座的企业家表态，将更加深入推进“三送一强”活动，更加深化企业服务，积极为企业解决实际问题。截至目前，石佛园区累计帮扶企业2000余家，协调解决事项3000余个。其中，帮助92家企业解决用工1548人，提供资金支持2000万元，有力促进了园区企业全面复工复产、生产生活秩序加快恢复。

记者 孙庆辉 高新时报 方宝岭

疫情期间遭遇瓶颈，看好直播破局

慧美电子和惠民城电器都是家用电器销售商，市场的饱和竞争和突如其来的疫情让他们的销售渠道更加狭窄。有道展览是一家为高校做教学动植物标本的企业，原本对今年发展前景信心满满，可突如其来的疫情，让他们直到5月底还没有从高校拿到一张订单。如何突破瓶颈，走出销售新路线，是这些受疫情影响的企业迫切需要解决的难题。

听过传统企业辛酸的营销经历，各文创企业纷纷表示，线上直播正在改变营销行业对“人”“货”“场”三个要素的认识，这

3个要素的精髓已变为：有人设、懂货、有流量。销售门店、商户及导购员需要掌握直播平台如何操作、如何给观众打招呼 and 互动、如何塑造直播间氛围等直播技巧。前期策划、预热、主播、场控、互动、小视频、后期、二次传播……这些专业技能，也是活动中文创企业交流的热点。

今年的新冠疫情既是一个危机，同时也是一个很大的机遇。疫情会对传统的商业模式和生态有一定的“摧毁”，但是也会为大量有准备的企业创造新的成长空间。

为“高新特色”代言，助力优势产业发展

方一坤、小夫子等高新区企业生于斯长于斯。方一坤野山菌胡辣汤是一家在消费升级下的新兴胡辣汤品牌企业，作为我省农民工返乡创业品牌项目，非常重视对“方一坤”品牌的营销。总经理金少坤现场推销自家的产品将活动的气氛推向一个高潮。制造国学机的小夫子，专注传播孔孟之道，销量达百万台。酒便利是家酒水直营企业，致力于打造酒水流通行业“互联网+”的新零售平台，2020年是酒便利战略升级

的关键一年。

现如今，他们都已是业界翘楚。面对高新区创新发展局商务办公室主任靳宏丽抛出的“我们应该为什么样的企业直播代言”这一问题，划桨众创等文创企业认为，适合直播的企业产品要符合定位清晰、特色鲜明、价格优惠、市场广阔等特点，但最值得主动出击、主动推广的是这些成长于高新区、带有鲜明高新特色的企业产品，因为它同时展示了高新实力与河南魅力。

传统制造业转型，“内容为王”不离其宗

目前，传统行业的转型势在必行，为了给消费者更好的体验，威果智能科技对自己的智能家居产品进行了数次改进，新产品不仅拥有高性能，还美观、小巧、便携和价廉。乐迪光电则是一家传统制造企业，他们也瞄准了直播带货等新兴的营销模式，希望科技产品可以摆脱高冷的气质，变得更接地气走进千家万户。云网互联等文创企业针对传统企业在文化打造、品牌形象升级、销售形式创新等方面需求，开展系列经验分享和商业项目梳理，进行了现场营销方案定制。靳宏丽和枫杨园区为企业耐心解答关于产业扶持政策的申报和常态化服务。

经过深入的交流和分析后，这些制造业企业更有信心了：“相信未来我们直播会成为常态。”包括直播在内的各种线上

线下融合的数字化转型方案，不仅极大地满足顾客特殊时期网上购物的迫切需求，也让文创企业和传统企业携手共渡难关。

在交流中，大家一直认为，在巨大的机遇面前，企业应脚踏实地、不贪大求全。转型过程中，做内容和做渠道的企业各有所长，正如有道展览、威果智能、乐迪光电这些企业，“内容”不可替代，在文创企业的助力下，利用好钉钉、抖音、淘宝直播等“渠道”，“链合绽放”。

未来，高新区创新发展局、枫杨园区将继续搭建好资源的对接平台，充分利用新媒体行业风口态势，打造具有亮点和创新意义跨产业合作的新典型、新案例，进一步推动文化创意为传统产业赋能。帮助企业通过直播带货和文艺包装，在企业转型的过程中完成逆势破局。

“如何打造一个爆量视频，爆点在哪儿？”“抖音、快手、西瓜、火山各行其道，直播带货哪家好？”“三秒钟懂货”……5月29日，一场“准”直播活动正在高新区枫杨园区上演。华冠文化、云网互联、郑报融媒等7家文创企业，为园区方一坤野山菌胡辣汤、锅圈食汇、酒便利、小夫子、威果科技等9家企业“量身打造”营销推广方案。

记者 孙庆辉 高新时报 方宝岭
通讯员 牛文璐 文/图

“C”位出道 英气妩媚

来自云网互联的主播冯冲现场播放了一段爆量视频文案，还嫌不过瘾，直接来了段口播，带货某爆款手机卡。“我们不生产流量，我们制造流量收割机”……诙谐幽默、铿锵有力的腔调，彪悍精练的文案，言语激昂、表情丰富，现场刮起了一阵直播风，观众直呼过瘾，剁手都要“秒”。

“西装代表着正式，电信代表着官方，套餐代表着优惠，诸多爆点合力打造一个爆量视频……”通过冯冲的讲述，大家对直播带货刷新了认知，短视频+传统产品，两者的完美碰撞，让传统业态跃跃欲试，意向满满。

如何让客户不至于3秒钟内滑走视频？即便是滑走了又返场重听？哪些产品适合带货？在场的短视频机构纷纷支招：首先要有品牌保证，不让客户为产品质量担忧；其次，要有卖点，将企业的产品故事讲出来；再次，要有冲击力，比如价格的大力度优惠……这些都是打造成功爆量视频的关键。

高新区的科技型企业较多，这些企业适合带货吗？针对高新区众多企业的顾虑，短视频机构显示出自身的专业：要打造场景，做“软广告”，只讲产品能给你带来什么，不讲产品参数，通过情感共鸣的视频打动消费者。