火爆买卖现场背后的“转型之道”

四川经济日报记者 刘琳

主播们忙着介绍产品、网红品牌前排起了百人长队、消费者抢着将“九寨沟”带回家……四川省消费品精品展开展第二天,现场热度更盛。

11月27日,记者将镜头从火爆的买卖现场聚焦到企业产品,从线下小商品上了“云”,线上大IP变了现,传统老品牌跨了界,看精品展上的“转型之道”。

探馆雅安藏茶展区

黑水企业代表走进直播间

直播进行时
新闻直播间德阳专访现场

玩上“云” 小商品上了大平台

检查补光灯和设备、核对台本……势为互娱主播张小洁正仔细地做着直播前的准备工作。27日下午,她将开启宜宾馆的产品推广直播。不同于以往面对面的推广和电视直播,张小洁仅靠一块手机屏幕就将产品推向了千家万户。

“昨天泸州的酒,油纸伞等都进了我们直播间,观众反馈很不错。”张小洁说,直播带货过程中,消费者有任何疑问都可以第一时间与主播沟通,购物体验更好,感受也更加直观。

从大学时期就开始接触直播的张小洁,已经是一位“老”主播了。张小洁说,以往直播过程中消费者最关心的就是产品是不是正品,产品有没有保障,本次精品展的产品均是优中选优的四川精品,品质优良毋庸置疑。

当天张小洁的直播主要是进行产品介绍和品牌推广,并未开通购买链接,但手机屏幕上不断上涨的流量,还是让她分外兴奋。

现场“粉丝”反馈很好,看到效果,参与直播的展商也特别激动。“今天直播中,商家们争先恐后地介绍自己的产品,其中几个新兴品牌的负责人告诉我,他们很期待有新的推广方式,这场直播就是‘及时雨’。”张小洁如是说。

同样对直播效果充满肯定的,还有刚刚在直播间介绍完自家产品的四川润兆渔业品牌项目总监杨锐。

“在直播间里推广产品,推广过程就像聊天一样轻松,但是很快就可以将产品资讯传递到千家万户,对比以前,真的方便太多了。”杨锐说,作为一家鱼子酱生产企业,企业参加展会主要是为了品牌推广,而这样的直播无疑增加了企业的亮相机会。“企业很需要这样的机会。”

与杨锐相似,远鸿小角楼相关负责人也看到了直播的好处。他表示,未来小角楼会做更多数字化营销的尝试,借新零售业态的东风,提高自身的品牌形象和品牌美誉度,将小角楼酒俗往川外更多地方,让更多消费者了解川酒品牌。

直播将企业品牌推广上“云”,开通电商,则将企业产品上“云”。

在展厅中的电商服务超市里,成都东博慧识的销售何孟云忙得脚不沾地。她说,这两天前来咨询的企业来了一波又一波,都是咨询电商服务,企业上“云”意愿非常强烈。

玩变现 大IP线下淘金热

“这个红萝卜烧骨头,小娃儿最喜欢吃了。”一边和丈夫唠着家常,一边做着川味家常菜食,“鄂中桃子姐”的视频记录美食制作过程为主,伴有农村日常生活,视频内容成为不少网友的“下饭”最爱,抖音已拥有粉丝上千万人。

隔着屏幕尝不出“桃子姐”的美味食物,那么来精品展上实地品尝也不失为一个饱口福的好办法。在自贡馆菊中记忆展台,“鄂中桃子姐”冷吃系列食品,刚一上架就受到消费者喜爱。

“平时经常看‘桃子姐’的视频,看到有她推出的产品马上就来试吃。”品尝了味道后,来自成都的张女士马上“安利”周边的朋友说:“快来买,这个味道不摆了,真的好吃。”

另一位偶然发现“桃子姐”展馆现场的消费者,不仅迅速抢购了几包心仪产品,还趁此机会与“桃子姐”合影。

据了解,“鄂中桃子姐”品牌创立于今年6月,通过电商销售模式,产品销往全国,截至目前,该品牌系列食品销售额达1000万元以上。鄂中记忆相关负责人说,本次参展,主要带了2个系列8个产品,26日仅用2个小时,现场展品就销售一空,实现销售金额5000多元;线上则销售5000单,销售金额约10万元。

在展厅里,类似于“桃子姐”这样的网红IP变现并不少见,成都馆里的重回汉唐就是另一网红大IP。

这家成立于2006年的企业,以销售汉服、开展汉服文化交流活动为主要业务,不仅制作了自己的主题曲,还在淘宝等平台开设网店,企业生产的汉服早已火爆汉服圈。而本次展会上,重回汉唐就带着自家100多件精品进展,进行形象展示。

“每天都有许多消费者前来‘打卡’拍照。”该品牌的销售人员介绍,现在很多年轻人都喜欢汉服,企业产品凭借其精美的设计早已风靡“朋友圈”,知道企业参展后,许多观众慕名而来。

玩跨界 老品牌跨出新市场

“神奇九寨,人间天堂。”九寨沟因其神奇的景致,一直被誉为“人间天堂”。每年,九寨沟都会迎来世界各地的游客,如何将前来的旅游者转化为消费者,一直是当地经济发展关注的重点。

“对于当地百姓来说,希望来九寨沟旅游的游客在看完美景后,也能淘载而归。”阿坝州经济和信息化局副局长杜文辉说,为此,阿坝围绕“九寨沟”三个字做文章,推出“九寨沟”品牌,并与白酒、茶叶等企业合作,推出系列产品。“我们要让大家知道,九寨沟不只有美景,还有各种好物。”

“比如酒,我们就与剑南春合作,推出九寨沟包装的白酒;茶就与绵竹一家茶企合作,推出九寨沟品牌的茶叶。”在阿坝展馆里,展台上摆满了各种标示有“九寨沟”的特色产品,其品类十分丰富,产品类型涵盖了酒、茶、水、文创产品等,不大的展台被挤得满满当当。

在众多产品中,以九寨沟美景为设计理念创作的文创产品深受消费者喜爱。该产品的设计公司九寨有礼品牌部工作人员介绍,企业以九寨沟为主题设计了500多款文创产品,本次参展员只带了40多种,但已深受好评。“比如五彩池杯垫、九寨沟风景冰箱贴等都很受欢迎,消费者只需要花费几十块钱,就能把九寨沟的‘美景’带回家。”

九寨沟以政会合作开启了一场跨界,而距离阿坝馆不远的酒类展区,另一种跨界也在这里呈现。

走进郎酒展馆,一个巨大的沙盘模型就吸引了参观者的眼球。模型中心区域呈现的正是广受好评的郎酒庄园。该展馆的讲解员介绍,郎酒庄园是郎酒集团打造的文旅项目,品美食、喝美酒、看酒窖、逛天宝洞,游客仅在庄园内就可以享受几天的休闲时光。“本次展示,我们也将郎酒庄园以模型的形式带到了现场。”

小商品上“云”收获更多机会,大IP落地收获更大市场,老品牌跨界收获更多可能。精品展上的“转型之道”让企业收获更多关注,亦让企业收获更大未来。

农产品展台人气旺

金融“相因”来袭 精准普惠受热捧

四川经济日报记者 魏雯静

11月26日至28日,四川省消费品精品展在成都重磅亮相。在这个政省首个以工业消费品为主题的大型专业展会上,各金融产品被“摆上”超市,显得别具特色。

在展会的金融服务超市区,记者注意到,此次共有10家金融企业参展,涵盖了银行、证券、融资担保等。展台中央,一个硕大的二维码,正显著中。

“这是我们针对此次展会开发的一款小程序——企省中小微企业融资申请平台,通过扫描这个二维码,企业就可以填报需关信息进行资金申请。”四川省经济和信息化厅产业金融处相关负责人向记者介绍,在该程序中,企业填写上一年营业收入、融资方式、意向融资金额、资金用途等信息后,相关工作人员将会进行实时跟进。通过线上程序,金融机构可以实时了解企业的融资需求,达到双向有效的沟通。

为了让金融实实在在服务到实体,在“精准化”这块,此次参展的机构可谓是不遗余力。据了解,在选择参展机构上,经济和信息化厅就提前了解了需求,各大金融机构也针对展会特点,优选了各自的产品来参加。金融机构化态让利,让大家频频叫好。

精准直达 普惠金融突出“个性化”

“科创侠”“融创侠”“政采侠”……琳琅满目的产品简介摆满了金融服务超市的展台。在展台另一边,通过扫描二维码,即可阅读由经济和信息化厅、中国人民银行成都分行及四川银保监局等单位共同推出的《金融支持中小企业发展政策摘要》(2020四川小微和民营企业金融产品服务手册)《四川省金融机构应收账款融资产品介绍及案例汇编》,相关政策举措一目了然。

“受今年新冠肺炎疫情的影响,许多企业尤其是中小企业都出现了资金紧缺的情况,我们希望通过此次展会,能够展示普惠金融成果,同时也能为现场的企业提供金融服务。”经济和信息化厅产业金融处相关负责人表示。

在参展机构的选择上,展会主办方可是花了不少心思。“我省中小企业较多,结合参展企业的情况,金融机构不仅有中国建设银行、中国农业银行、交通银行等,我们还有针对性地选择了四川天府银行、泸州银行等区域性银行,更有华西证券等四川本土券商为企业提供股权融资服务。参展的金融产品也着重在普惠这一块,在用户理解和实操层面上,都力求简单快捷。”该负责人介绍道。

在这些金融机构中,记者注意到,还有一家来自外省的浙江民泰商业银行,该行已扎根四川10多年,在成都有20家分支机构,主要为小微企业提供金融服务。同样专注服务于中小微企业的,还有成都中小企业融资担保有限责任公司,该公司开展多领域服务,行业覆盖了高新技术、生产制造、现代服务、教育医疗等。

为了更加精准地了解需求,记者了解到,为期三天的精品展期间,每天的成交等数据都将纳入后台进行统计,金融机构和参展企业可以实时了解情况,实现供需有效配比。

金融“相因”多多 机构频出“大礼包”

此次四川省消费品精品展涵盖了食品饮料、轻工产品、健康医药、智慧电子等品类,大规模集中对接这么多行业,金融机构也是纷纷“出招”,送上“大礼包”。

“贷款利率低至2.8%,这是我们针对此次展会申请的特别优惠,第一次降这么多!”招商银行成都分行工作人员告诉记者,区别以往3.1%的利率,此次招行“票据大管家”产品将在三天的展会期间,为客户提供低至2.8%的贷款利率。用户通过线上,最多一天即可办理贷款。

而在广发银行成都分行的展位前,人头攒动,各式礼品吸引着来来往往人们的目光。来自眉山的张女士成功办理了广发银行信用卡,领到开户礼品的她十分开心,张女士说:“太方便了,以前还要到网点办,今天在现场,认证这些就都办了。”

广发银行成都分行销售主管罗英说,以前没有参加过这样的展会,这次参展收获很大,和消费者面对面,能更加直观地了解需求,对未来的工作将大有裨益。

另一个展位上的中国农业银行四川省分行,开展第一天就已经与10多家企业达成了初步的合作意向。“各行各业咨询的都有,可以看出企业的资金需求还是比较旺盛。”该行工作人员向记者介绍,面向优质的小微企业,该行的抵押e贷产品在线就可办理额度最高1000万元,纳税e贷结合企业涉税信息,贷款额度最高可达300万元。

金融优惠“来袭”,以“小而美”著称的上市银行泸州银行,更是推出了免评估费、免抵押登记费、免公证费的“欢喜贷”,不仅可接受资产抵押,还可以接受担保公司担保。

线上金融亮眼 “秒贷”产品受欢迎

优惠多多、方便快捷、科技感十足是此次展会上不少人对于金融展区的印象。各金融机构纷纷推出线上业务,通过手机App或扫二维码等,金融业务即可在线上成功办理。在贷款产品中,“秒贷”也成为不少金融机构主打的特色亮点产品。

“我们的综合性票据业务运作平台‘票据大管家’,其中的‘在线贴现’产品整个流程都是线上办理,系统自动审核,贴现的资金实时就可到账,整个过程10秒就可以完成。”招商银行成都分行工作人员向记者介绍,客户只需登陆该行企业网银操作,就可实现足不出户、一点即融。

展会现场,交通银行的“线上抵押贷”“线上税融通”等产品,广发银行的“E秒贷”等也受到了不少关注。

来自达州儒县的李先生从事农副产品加工业,对金融机构这些线上产品十分感兴趣。“我们企业规模小、又不在成都,这些线上的产品很适合我们,省去了很多繁琐的程序。”李先生说,以前了解金融产品都是一家一家去咨询,这次在展区,一次性就了解了好几家机构的产品,特别有收获。

展会掠影

2020中国·四川 SICHUAN CHINA

共享大市场 共促大循环

甘孜 赏美景尝美食 购物还送景区门票

四川经济日报讯(杨忠林 记者 杨琦)“哇!景色太美啦!没想到,购买产品还能获得景区免费门票。”11月27日,在四川省消费品精品展甘孜展馆,成都市民周先生在馆内一边赏美景尝美食,一边高兴地告诉记者。

记者了解到,精品展期间,甘孜州通过现场展览展销、直通直播、网红带货、文娱汇演、品鉴品尝、优惠抵扣以及赠送景区门票等活动,集中展示甘孜精品,达到“以展促销”的目的。

赠送景区门票活动。甘孜州文旅集团免费提供300张巴塘县措普沟门票、购置参展货品满398元后赠送景区门票,2021年度持该门票到措普沟景区旅游免费。

品鉴品尝美食活动。展馆通过3D技术立体呈现甘孜州锦点景观,联合展会企业在展馆期间,开展松茸包子、牦牛肉干、冰川泉水免费品尝活动,让顾客一边欣赏美景、一边品尝美食;持问体验者提供原样料,参与松茸包子等产品的制作。

市民购买特色产品

“希望借助这次精品展,宣传推介我州的特色产品,让更多的高原特色产品走进成都,走向全国市场,同时希望更多的企业投资甘孜。”甘孜州经济和信息化局副局长张建波说。

广元 乘展会东风推介食品饮料精品

四川经济日报讯(记者 侯东)“搭建沟通新平台,开启发展新征程。”11月27日,借力四川省消费品精品展大平台,广元市在成都世纪城国际会展中心举行了“广元造”食品饮料(成都)推介会。本次推介会共有60家广元企业,携“广元七绝”、饮料、美酒、肉类食品、特色粮油等系列的200多种食品饮料类产品参展。

“良好的生态环境是广元最大的优势,是广元未来发展最重要的战略依托,是命脉所在。”广元市委副书记、市长邹自强说,近年来,广元坚定践行“两山”理论,坚持走绿色发展之路,大力培育绿色有机产业,积极推进有机产品认证示范市创建,是全省首批国家农产品质量安全市、农产品产地无公害化市。广元清新的空气、优良的水质、干净的土壤,孕育了绿色有机、品质纯正的农特产品。

目前,广元正在抢抓成渝地区双城经济圈建设战略机遇,积极构建现代特色农业“7+3”产业体系,大力发展食品饮料等特色产业,加快建设成渝地区绿色产品供给地、产业协作配套基地和生态康养“后花园”。希望通过本次推介会,为成广两地的食品饮料生产商、采购商和消费者,搭建起信息交流、产销对接、务实合作的广阔平台,让“广元造”产品走进成都的各大商超,让“广元美味”走上成都市民的餐桌,更好地满足人民群众对优质、高端、安全的多样化食品需求。广元市相关部门和参展企业要抓住机遇、主动对接,提供优质服务,保证产品质量,进一步提高“广元造”产品的知名度和美誉度。

凉山 “凉山出品”备受消费者欢迎

四川经济日报讯(记者 胡智 陈国盼)“我们就是认准‘大凉山’的招牌过来的。”近日,在四川省精品消费品展上,来自成都的张女士,拉着自己的便携小推车,来到凉山展馆开启了“扫货”模式。

“这个正中的苦荞沙琪玛,我们经常买,这回要多囤几袋。”在凉山正中食品展位一连买了几包沙琪玛的程先生说,“凉山的苦荞产品名气大,大家都爱吃。”

“凉山的猪肉吃起来是要香些。”在雷波琳谷农产品展位,“识货”的消费者一下掏出400元,购入用资格凉山芭蕉学跑山猪制作的腊肉、香肠制品,下了凉山展馆的第一个“大单”。

本次四川省消费品精品展,凉山展馆可以说是有备而来。凉山组织了36家企业参展,带来了4大类212种产品,包括野生菌类等纯天然生物加工制品;苦荞酒、苦荞茶、苦荞系列等健康食品;三牧牛奶系列饮品等绿色农特加工产品;好医生系列药品和保健品、新鑫中药饮片系列等天然生物制造消费药品;彝族服饰、彝族漆器、会理绿陶等民族文化制造消费产品,受到了消费者的欢迎,用事实证明了“凉山出品,必属精品”。

成都 首条家居工业旅游线路发布

四川经济日报讯(记者 苏俊)11月27日,在四川省消费品精品展上,成都工业文化发展促进会与崇州市家具行业商会就打造成都首条消费品领域工业旅游线路——成都家居工业旅游线路达成合作协议,旨在推动成都市工业旅游与家具行业共同发展,推出崇州市工业旅游专线,从制造业服务层面入手,提高工业经济发展,帮助企业提升品牌,促进销售服务升级,提升企业经济效益。

据悉,成都首条家居工业旅游线路由掌上明珠家具股份有限公司、索菲亚家居(成都)有限公司、四川省创新家具有限公司、成都喜临门家具有限公司和成都市泰可百年印象家居有限公司组成。在掌上明珠公司,可以看到民用家具类整套的产业链条、体验一站式服务、观摩家具检测实验室;在索菲亚公司,可以体验智能家具生产线带来的震撼;在喜临门公司,可以看到床具制造企业从原材料到成品的完美生产过程;在创新家具,可以一站式看到完整的家具类别生产场景,体验箱盖公寓、酒店、办公、医疗等订制家具的工艺之美;在泰可百年印象,可以看到实木全屋定制、模压,并体验家具以经典与现代时尚元素的完美结合,精湛的技术工艺带来的家具之美。

自贡 线上线下齐发力 首日成交25万元

四川经济日报讯(记者 陈荣明)11月27日上午,记者从四川省消费品精品展获悉,26日,自贡36家参展企业实现线上销售收入15万元,线下销售收入10万元,总成交25万元。

“此次我们带来龙湖淡口大头菜和盐帮老坛大头菜两个系列参展。”自贡市泰福公司相关负责人告诉记者,公司在26日卖出产品100余袋(盒),成交金额5000余元。

据悉,近年来,“营井造”大头菜产业发展较快,大头菜加工企业达到50余家,带动了营井全区及周边市县种植大头菜10万亩,年产值超2亿元。下一步,营井区将打造大头菜现代产业园区,支持大头菜企业扩建冷链发酵冻库,提档升级腌制工艺,扶持大头菜产业做大做强。

“龚扇”是自贡市“小三绝”之一,被评为国家级非物质文化遗产。自贡市龚扇竹编工艺厂龚扇第五代传承人龚倩告诉记者,此次带来的龚扇系列产品比以往参展带去的更加丰富。同时,还精心准备了龚扇技艺现场展示,让人们通过技艺欣赏,更多了解龚扇文化。

眉山 这家企业携14款洗涤产品亮相

四川经济日报讯(记者 常笑)11月27日,四川省消费品精品展铂山馆同庆南风洗涤用品公司的展位前,顾客再次打起了“拥堂”,看着大家带着大包小包离去的背影,对“奇强”品牌的信赖可见一斑。

同庆南风洗涤用品公司展会负责人、川渝大区销售经理王福均告诉记者,这次展会他们带来了14款洗涤产品,包含“奇强”牌除菌洗衣液、植物皂精华洗衣液、绿茶洗洁精、天使婴幼儿洗衣皂、内衣抑菌皂等。此外,还带来了公所属的南风集团的护肤新产品。

“既有富含中国死海天然矿物盐成分可以滋养肌肤的中华盐皂,又有富含多种有机物质可以去角质、控油祛痘的中华泥皂,还有可以除湿气的生姜泡浴盐和可以美化肌肤长除八军现场当起“推销员”,向消费者介绍起产品来头头是道。

记者了解到,同庆南风洗涤用品公司地处眉山市彭山区,公司拥有年产10万吨自动化洗衣粉生产线和年产2万吨液体洗涤剂生产线,主营“奇强”系列洗衣粉、洗衣皂、洗洁精、洗衣液等。2020年1-10月,该公司销售洗涤产品9610吨,同比增长2.5%,销售额5727万元,同比增长4.4%。