



■位于大沥广佛智城的佛山点赞电子商务有限公司正在发力直播电商。
珠江时报记者/刘贝娜 摄

记者观察

政府扶持
可给网红经济
添一把火

发展“在线新经济”，是当前战“疫”突围的关键着力点。其中，发展直播电商成为各地促进商贸业转型、拉动新型消费、助力扶贫攻坚的重要方向。疫情期间，四川、广州、杭州、义乌、中山等地纷纷由政府牵头，引导直播与当地产业发展的结合。

政府力量的加持，将会更快地推动直播产业的发展。对于目前没有扶持电商政策的南海而言，可借鉴广州等地的经验，出台一份政策或行动方案，率先亮出定位，布局网红经济，旗帜鲜明地推动电商直播产业集聚，让疫情带来的眼前的“危”，变成中小企业面向未来数字化转型的“机”。

目前，很多南海企业都有尝试直播电商的意愿。一些企业反映，希望能获得场地建设、直播培训、流量补贴、营销推广、人才引进等方面的扶持。

电商的发展需要集聚。南海可借鉴义乌等地经验，利用广佛智城、中企绿色总部等既有资源，支持这些区域打造电商直播基地或电商集聚区。也可通过招商引资，利用佛山获批设立跨境电商综合试验区的机遇，打造或引入一批跨境电商园区。政府可对“一站式”的直播基础设施建设进行奖励。

鉴于南海产业具有集聚性特点，有IP化的潜力，南海可联合直播平台举办一些直播电商活动，打造一批产地IP或数字化产业带集群。在推进传统品牌线上转型时，南海可以着力引导和扶持企业进行数字化改革，鼓励线下零售实体与线上直播平台创新联动，打造沉浸式的数字消费体验，倒逼传统产业转型升级。

策划/珠江时报记者 欧晓敬
统筹/珠江时报记者 李丹丹
李年智
文/珠江时报记者 李年智
黄海绵

如何形成更多“场”？

打造一批电商直播基地 形成集聚效应

直播带货想要做起来，“环境”非常重要，除了场地，还需要有人才支撑，关键是能形成集聚效应。场地，不只是简单地提供相关的场所，还需要周边较为完善的生活和物流配送。

从全国来看，各地也在加快布局直播基地的建设。例如，成都整合阿里优势资源，在双流区打造电商直播产业园，力图形成一批直播电商本土平台。浙江义乌启动2020年网红直播创新基地创建工作，推动商贸重镇转型。

在场地方面，大沥的广佛智城、里水的中企绿色总部以及桂城的一些主题街区，距广州近，商家众多，已经吸引部分直播机构、电商企业进驻，有打造直播电商集聚区的潜力。

早在2013年，大沥的广佛智城就提出了打造“中国电商体验之都”的目标，目前聚集了点赞电商、天猫佛山服务站等众多电商企业。“广佛智城有大力发展直播电商的计划，为推动直播机构集聚，我们推出了0元拎包入驻的政策，并免一年租金。”广佛智城推广部副总监卓思民说，正计划成立网红电商联盟。

“阿里巴巴正在各省打造淘宝直播产业基地，天猫佛山

服务站有望拿到南海首个“淘宝直播产业基地”牌照。”天猫佛山服务站负责人原木透露，服务站已打造有专业的MCN机构，形成了单场直播带货近百万元的战绩。

在里水，中企绿色总部等地也吸引了一批电商直播网红进驻，中企绿色总部计划联手擅飞互娱（广州）科技有限公司（简称“擅Fit互娱”）在园区打造直播社交电商生态综合服务运营平台，将为企业提供互联网新内容生产与营销、网红IP孵化、地方特色IP产品直播推广、网红直播供应链一站式服务等业务。

“直播电商是未来的一个新趋势，是一种商业模式的创新。”南海区经济促进局副局长夏泽鸿认为，大沥、里水距离广州近，商贸业发达，已经集聚了一批直播机构和企业，可率先探索直播电商的集聚发展。

“发展直播经济、网红经济是未来的趋势，它让传统实体经济走向数字化、智能化、在线化。”广东财经大学商贸流通研究院院长王先庆认为，相对而言，南海的直播人才和场地相对缺乏，需要弥补一些短板。他建议，地方政府出台相关政策，大力扶持直播电商的发展。



■网红主播在奥丽依内衣公司拍摄。
珠江时报记者/穆纪武 摄

南海制造如何掘金 网红经济大潮下 聚焦南海网红经济之三

人才培养，加快打造一批产地IP
业界建议，南海需要加强企业数字化建设和直播

如何破解人才缺口？

加快校企合作 构建直播人才培养体系

发展直播电商，人才支撑体系非常关键。主播人才缺口问题，已成为当前直播带货面临的重大问题之一。

智联招聘发布的《2020年春季直播行业人才报告》显示，疫情下直播行业招聘需求同比逆势上涨1.3倍。2020年春节复工后一个月内，直播相关岗位招聘职位数同比上涨83.95%，招聘人数增幅高达132.55%。

“发展直播电商，人才特别难找。”大沥南国小商品城常务副总经理梁展鹏告诉记者，目前正在打造1500平方米的直播场地，预计提供近30个直播间，供商铺和周边的产业使用。在扶持方面，一是希望政府给予线上流量的扶持，二是给予线下直播间的扶持，三是人才方面的扶持。

“现在是找主播，而不是招主播。”张祖奎的这句话点出了目前专业直播人才紧缺的局面。企业发展直播，除了主播外，还需配套一个成熟的电商直播团队，文案、编导、摄像、运营等人才都不能少。

张祖奎认为，佛山本地的主播人才比较缺乏，一方面是

缺乏氛围，另一方面是缺乏相关的培训机构。他表示，公司收购一家MCN机构后，希望与一些本地的大专院校合作，组建网红电商学院，培养一批网红人才，也能帮助解决一批大学生的就业问题。

作为一个新生事物，许多企业对直播跃跃欲试，却苦于缺乏相关经验，不知道如何入手。看到这个问题后，4月3日，在区经促局等单位的支持下，南海跨境电商协会成立了直播学院。“我们已经举行了一些直播孵化培训的活动，从产品怎么播，粉丝怎么积累，直播的一些技巧进行培训。”南海跨境电商协会会长黄海航介绍，会员企业大部分是外贸企业，一些企业尝试通过直播拓展海内外销售渠道，目前已经在商会内部进行宣传发动，构建直播的人才支撑体系。

当前，全国各地对直播的扶持政策中，网红人才的孵化是重要方面。例如，四川省实施流量达人孵化行动，重点引培本土优势网红达人。广州越秀区出台政策，带货量突出的主播可认证为优质人才，并对直播人才给予住房保障支持和医疗教育服务。

直播带货顺应了网络化、数字化、智能化发展趋势，正在激活消费一池春水，成为经济转型升级的新突破。

“最近一周接到近20个电话，都是来咨询网络直播服务，珠宝、内衣、童装、家电、建材行业的都有。”位于广佛智城的佛山点赞电子商务有限公司（简称“点赞电商”）董事长张祖奎最近忙于招聘新员工。5年前，该公司主打电商代运营，现在正布局直播业务，今年3月，公司收购了一家MCN机构，并加快招兵买马。

在许多公司受疫情冲击之际，点赞电商却逆势扩张，新招聘60位新员工，侧面反映了线上经济和直播带货的火爆。前不久，南海区网红工厂大赛直播带货环节落下帷幕，各网红在线观看人数317.77万，企业成交货品总金额达1054.56万元，可见南海企业发力直播电商的决心。

直播电商发展的三大核心要素是：人、货、场。其中，货是基础，作为制造重镇的南海，有着发展直播电商的天然优势，那就是货源多、品牌多、供应链完善、产地集群效应明显，比如拥有南海泛家居、大沥内衣、平洲玉器等一批特色产业。但业界也认为，南海当前在人和场方面相对不足，需要强化企业的数字化建设和直播人才的培养，围绕特色产业，加快打造一批产地IP。

网红经济如何布局？

围绕特色产业 打造一批线上IP

在人、货、场三大核心要素中，货是南海的一大优势。相对于其他城市，作为制造业重镇的南海在“货”这一环节本就占据先天优势，网红直播带货落脚点也在“货”上，没有货，就仿佛无源之水，无本之木。

虽然货品在各地都可以卖，但在原产地通过直播的方式卖，能最大程度削减中间环节，形成产品乃至供应链的竞争力。在“中国内衣名镇”大沥，包括奥丽依、美思等内衣知名企业，正将网络直播作为营销突围的突破口，加大网络直播布局力度。

“这款内衣花边呈现的是立体的形状……”在盐步内衣企业龙头奥丽依集团的直播间内，奥丽依集团企业商学院院长齐建朋出镜带货，将“芳华”系列内衣的主要特色、材料和功能向镜头前的顾客娓娓道来，该场景是南海企业由传统电商模式向直播电商转变的缩影之一。

鞋业是南海的特色产业。广东普泽方德投资有限公司（简称“PP”）是在疫情催化下迅速作出反应的企业之一。公司经理王义超介绍，虽然公司在天猫开设的PATHFINDER（探路者）品牌店，目前已有11万的固定粉丝客户，但随着网红经济的逐渐兴起，他越发察觉实体店和传统电商模式急需转型。而今年年初的疫情更是加速让公司将“转型”提上日程。4月20日该公司正式试水直播。

PP首次尝试直播的场地在疫情催化下迅速打造而成。王义超介绍，直播间以“前店后厂”模式，打造一个小的迷你工厂即“Showroom”，把前端销售到终端出货过程向顾客演示，整个交易过程更加透明。在王义超眼里，直播的一大好处是可在互动中了解顾客喜好，从后台的数据中分析出消费者的用户画像，再进行批量生产，产生爆款的可能性更大。

对于产业集聚、中小企业较多的南海而言，发展网红经济应该寻找怎样的路径？一些业内人士认为，对于政府而言，可围绕特色产业，打造一批产地IP。比如，买家居，到南海；买玉器，到平洲；买铝材，到大沥等。

针对南海的一些传统优势产业，南海经济促进局透露，南海正在策划筹办“南海家·生活”直播电商专场活动，打造南海泛家居的线上IP。