

全网刷屏

打响“南海家”线上IP

借助汪涵直播间影响力,南海品牌在天猫脱颖而出

盘点

汪涵带货
五宗“最”

最抢镜

维他柠檬茶 汪涵喝不停

“无处不在”的柠檬茶可谓本场直播里最抢镜的产品。“好喝好喝!根本停不下来!”当晚直播首推的南海产品——维他柠檬茶让汪涵赞不绝口,在推介这款产品的短短几分钟里,他已经接连喝了两瓶。现场试吃寿桃牌车仔面的时候,汪涵还赞叹:“车仔面+柠檬茶,绝配!”

最文化

舞狮粤剧表演迎直播

精彩的舞狮和粤剧表演带出本次南海专场浓厚的“文化味”。直播伊始,南海粤剧新秀郭俊琪、李逸盈带来了粤剧经典《蒂花女之香天》的表演,南海黄飞鸿醒狮队带来了舞狮表演,向全国网友展示南海的粤剧文化和龙狮文化。

最人气

甜心屋梅饼网友求补货

“蜂蜜味的没有啦”、“梅饼还补货吗”、“根本抢不到”……这款产自佛山南海的甜心屋梅饼一经上线,全网抢购,网友纷纷急求补货存。这款线下销售4亿,面向全国各地销售网络以及出口欧美、东南亚等国家的梅饼,经过汪涵直播间的推介,线上销售额又迎来小高峰。

最吃货

里水产车仔面香飘世界

“做人呐,最重要的就是开心嘛。煮碗面给你吃啊!”直播现场,汪涵与直播团队模仿港剧经典的“吃面”情节,引得广大网友纷纷打call,把直播氛围活跃了起来。随后,直播团队现场展示1分钟烹饪地道港式车仔面。香港面食龙头“寿桃”已经扎根南海里水。

最火热

永兴鸳鸯锅 汪涵打边炉

为展示永兴鸳鸯锅加热效率高、一锅双味的特点,汪涵与其它主播一起打起了火锅,现场一片热气腾腾。“吃鸳鸯锅最怕的就是串味,如果鸳鸯锅中间的隔板密封性不好,辣锅的油水就会渗透过来。今天,拥有永兴电热鸳鸯锅,就没有这种烦恼。”

现场

不少产品被秒光
630万人次观看

走进汪涵淘宝直播间,给人最大的感受是,“有家的地方就有南海造”所言不虚。

在汪涵淘宝直播间的带货产品中,不仅有林氏木业家具、黛富妮纯棉四件套、心海伽蓝智能坐便器等软装产品,还有江博士鞋子、吉氏棉柔巾、维他柠檬茶、寿桃牌车仔面、偶爱你洗衣凝珠等日用生活品,一些网友感慨,“南海造”就可构成一个家。

“谈起佛山南海,除了出名人,更出名的是强大的制造业。”知名主持人汪涵在直播中也感慨,“之前我知道南海有康有为、陈启沅、叶问等名人,这次接触后我们才发现,日常生活中所用的许多耳熟能详的产品都是在南海生产的。”

此次汪涵淘宝直播活动面向南海所有制造型企业进行选品,共有超过400多家企业参与报名。汪涵团队根据气质相符度、店铺服务能力等因素进行选品,从中精挑细选了15家企业,20件商品。种类涵盖家具、家电、家纺、五金、酒类、食品等,展现了南海门类齐全、产业链完整的制造基础。

此次推介的产品都是南海优品,不少是隐形冠军企业生产。例如永兴品牌是广东佛山金樵电器旗下专门做家电锅的品牌,23年来专注做电火锅和焖烧锅。南方厨具1989年开始专业生产不粘锅,已有31年丰富的生产经验。偶爱你洗衣凝珠是广东优凯科技有限公司的自有品牌,广东优凯科技有限公司是国内最早研发和生产洗衣凝珠的厂家之一,洗衣凝珠国家标准的主要制定企业之一,也是南海第二批全国隐形冠军之一。

直播间设置了许多福利活动。例如甜心屋梅饼、本味寒造青梅酒、吉氏棉柔巾等多款近万件产品进行了9.9元“秒杀”。记者观察到,直播开始一分钟,1000组吉氏婴儿专用抽纸及1000件青梅酒被迅速秒光。开播半小时内,直播间累计在线人数已经超过160万。



汪涵在直播间为南海优品“打广告”。

珠江时报记者/李年智 摄

企业

不用花钱获推广 这是实在的扶持

“这是公司首次参与大型直播带货活动,当晚的直播效果超过我们的预期,新增销售13000多个。”佛山市寿桃电子商务有限公司电商部副经理何振源反馈说,这是一次新的尝试,今后将加大产品线上推广的力度。

“我们的湿纸巾在直播间里很快被秒杀完,为我们拉动了不少订单量。当晚天猫旗舰店页面浏览量增加到6万~7万。”“显升个人护理用品股份有限公司(吉氏婴儿护理)电商副总监何超说,直播不仅带动了销量,也提升了店铺的流量,增加了店铺的品牌影响力。

与简单的产品介绍不同,汪涵

直播专场更注重讲述品牌背后的文化和故事。本场直播活动期间,有4家南海企业的技术或销售负责人在汪涵淘宝直播间参与直播,他们现场与汪涵一起讲述企业和产品背后的品牌故事,通过讲述传承技艺的历史,挖掘南海品牌背后的文化要素,展现南海制造的工匠基因。

以九江酒厂本味寒造青梅酒为例,本味寒·造——国家级白酒评委、中国米酒研究推介院酒体设计中心主任刘幼强受邀到现场讲述千年的非遗酿酒工艺。刘幼强不仅介绍了酿酒工艺以及特点,还介绍了喝酒方法,让网友更全面感受品牌。

一些企业则看中明星直播带来

的品牌背书。“明星主播在选货方面非常严格,被选中是很难得的,这是对品牌强有力的背书。”在广东足迹鞋业有限公司(江博士)电子商务总监邵志伟看来,相对于直接带动的销量,品牌背书效应对企业有更大的帮助。

在此次直播中,甜心屋提供的2000份梅饼被迅速秒光,带动销量的同时,也提升了品牌的影响力。“此次直播活动,我们企业只需报名,不需要花钱,这是实实在在对企业的扶持。”邓裕光表示,南海区政府出资出力,是让本地企业做大做强力量与支撑,通过这次活动,他坚信企业可以进一步打开销路,建立品牌。

政府

加大对中小企业的直播和流量扶持

此次活动是天猫商城“南海家·生活专场”的系列活动之一。经过两场直播活动,不少企业加快了线上销售步伐。

“直播带货顺应了消费者的潮流。”邵志伟说,从去年十月份开始,公司启动了直播,如今公司也配置直播团队,每天都有直播活动。关菁怡告诉记者,今年以来,九江酒厂已经开始组织店铺直播,“汪涵当晚直播的同时,我们自己也在组织店铺直播。”

“我们希望借助直播带货活动,刺激本地企业接触线上销售模式,扶持本土企业提高电商运营能力和

服务水平。”南海经济促进局相关负责人表示,目前南海不少企业还是采用传统的加工、代购、生产模式,对于品牌的建立和推广以及线上运营的认知度不够,所以希望借此机会,让企业多尝试与接触直播,让企业实现以销促产、提高运营能力和电商水平。

汪涵直播带货活动只是“南海家生活”专场的一个重要节点,接下来,南海还会以更多元的方式来扶持与推广南海的企业,根据行业细分进行更专业的直播,希望有更多的企业能顺应时代的发展趋势。

“目前,我们共推送了400家企

业,超5000件商品参与到天猫国潮活动会场中。”天猫佛山服务中心负责人余冠武说,此次活动得到了天猫星辰计划的大力支持,有大量流量进入,即使没有人围汪涵直播的产品,也将得到流量的支持。后续“南海家·生活专场”还有许多活动,将由天猫佛山服务中心对接更多的南海企业,欢迎南海企业家加入“南海家·生活专场”。接下来将对更多南海中小企业进行直播和流量扶持,让南海专属页面上的企业有更多机会上直播间。

企业反馈

相比其他主播的直播活动,汪涵这场直播不仅能介绍到产品的核心卖点,还能由我们现身来展示产品材质的区别,产品的功能,这让我们品牌的传播更加全面,更加立体。
——林氏木业副总裁李承泽

这次直播活动,我们企业只需报名,不需要花钱,这是对企业实实在在的扶持。
——佛山市永利佳食品有限公司董事长邓裕光

我们的国家级品酒大师与汪涵一起上直播间推介,除了增加曝光度和背书效应外,直播中还讲述了产品的记忆点,让我们的品牌能更有效地传播。
——远航酒业市场战略部品牌经理关菁怡

吉氏保湿纸巾在直播间9.9元很快被秒光,为我们拉动了不少订单量,当晚为我们店铺带来了6万~7万的流量。
——广东显升个人护理用品股份有限公司(吉氏婴儿护理)电商副总监何超

统筹/珠江时报记者 李年智 文/珠江时报记者 李年智 见习记者 彭美慈 黄永程 通讯员 李伟娟