

“95后”站上直播带货风口

每天营业额30万元,团队平均年龄23岁

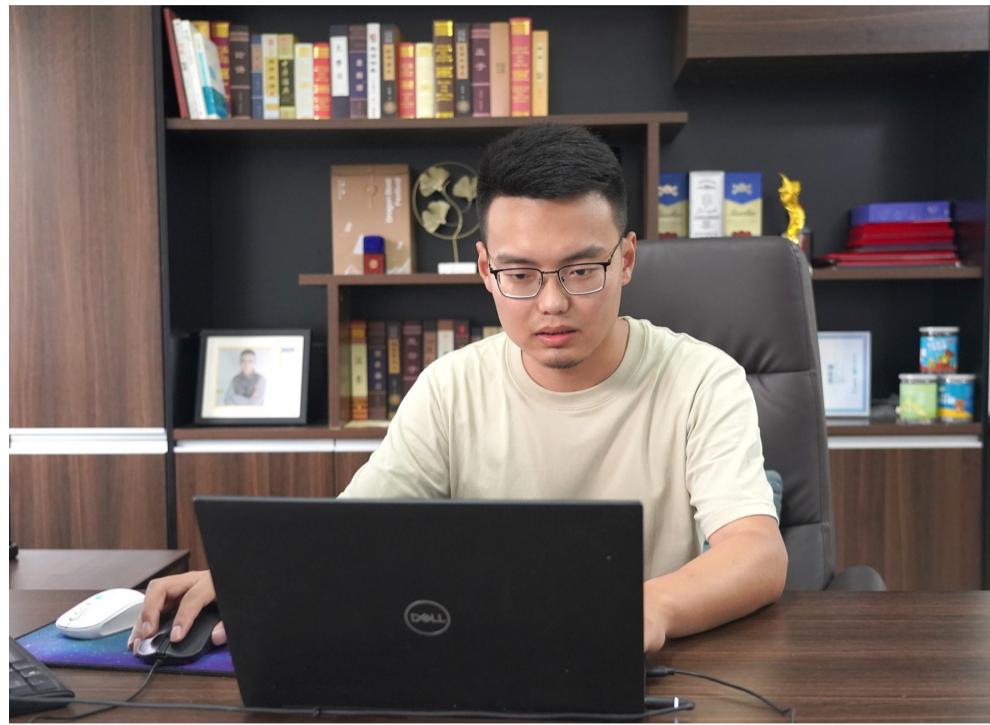
YMG全媒体记者 杨春娜
摄影报道

“下雨天也能防虫防潮防霉的储粮罐,一体拉伸成型,无焊接,外面湿气进不去,保护罐内粮食不变质……”昨天上午10点,在富海旗舰店直播间,主播在热情洋溢地介绍产品。虽然是上午时段,可直播间人气挺旺,不断有顾客下单。

这是烟台千川直播电商公司的一个直播间。根据商品的性质不同,目标客户的上网时间不同,不同的直播间开放时间不一样。这间坐落在芝罘区西炮台的传媒公司24小时灯火通明。

每天营业额30万元左右,创始人孙许俊和阿董带领一帮平均年龄仅23岁的年轻人,做出了令很多人羡慕的成绩。

烟台的那些“网红”



阴差阳错,他搭上直播带货的“快车”

孙许俊是一名“95后”。可能与创业有关,他比同龄人更显沉稳。

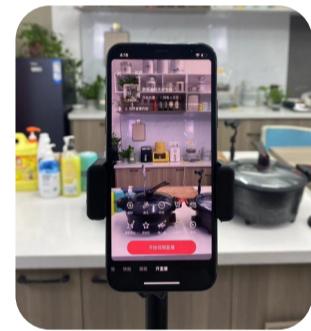
记者见到孙许俊时,他正忙着选品。“这是我们从全国各地买来的商品,到货之后我们会一一评估。”指着堆满桌子的快递盒子,孙许俊说,为了将性价比最高的商品呈现给粉丝,100件商品最后能上直播间售卖的也就十几件。

说起近几年的新兴行业,直播带货的势头无疑最猛。孙许俊之所以站上了直播带货的风口,跟工作经历有关。

2017年,孙许俊大学毕业后应聘到抖音工作。那时候的抖音正处于“开疆扩土”的阶段,招聘了大批工作人员到不同城市推广。“当时应聘成功后,让我们选择城市。我很喜欢烟台,就来了。”他说,在烟台工作的三年,也是抖音发展突

飞猛进的三年。后来烟台站撤销,他可以选择到别的城市,但是考虑到已经在烟台扎了根,就离开了抖音。而直播电商的种子已经在孙许俊心中生根。

2020年,孙许俊与阿董合伙成立了千川直播电商公司。“宅家”为直播电商创造了良好的条件,居家购物备受人们的青睐。就这样,孙许俊搭上了直播带货这辆加速行驶的“快车”。



凭借在抖音工作积累的经验,孙许俊的起步比一般人要顺利很多。他的第一场直播销售额就超过了10万元。“很开心,算是开了个好头,坚定了在这一行深耕的信心。”他说。

第一场直播的商品是山

东富海实业股份有限公司的真空储粮罐。孙许俊还在抖音工作的时候,曾帮助这家企业运营,当时一天销售额为3万元左右。“烟台的服务中心撤站之后,企业依然有这种需求,出于对我的信任,就交给

我了。”孙许俊说,创业初期也遇到过很多困难,多亏有老客户的支持和信任,自己才坚持了下来。

如今,富海旗舰店是千川直播电商公司运营最成功的直播间,每天有十几万元的销售额。

“到已经是第三年了,厂家负责做好产品和售后,我们负责运营,配合十分默契。”孙许俊说,后来他们也做过很多商品的直播带货,如户外路由器等,有成功的,也有失败的,每一步都踏实地向前迈进。

持续耕耘,首个直播间成功“破圈”

近年来,直播带货在火爆的同时,也乱象频出。而孙许俊带领着一帮年轻人,在这个行业中站住了脚。

团队有三十几个人,1995年出生的孙许俊是老大哥,一半左右是“00后”。他们有激情、有活力,在互联网时代找到了自己的热爱。

直播间形成了相对成熟的模式:一位主播、一位运营、一位助播。主播将产品的性能生动地介绍给粉丝并且及时回应粉丝的问题,运营人员则会随时调整流量。直播间忙忙碌碌,有条不紊。

“目前来看我们的创业相对成功,比我预期的要好。”孙许俊告诉记者,回顾自己的创

业历程,一个原因是因为幸运,抓住了电商的机遇。更加重要的原因是坚守初心,无论是自己的为人处世,还是与客户合作,都坦诚相待。

“我们公司没有销售人员,但是我们从来不缺客户,大都是朋友介绍客户,客户介绍客户,大家对我们的印象是靠谱、不坑人。”孙许俊笑着说,自己在创业前曾非常担忧,但是现在想明白了,只要踏踏实实地做,客户自然就来了,效益也自然就来了。

互联网行业瞬息万变,稍不注意就容易被淘汰,但是在孙许俊看来,好的产品是唯一法宝。“未来不管线下销售还是线上销售,都是追求产品的性

价比。我们的目标就是要做一些高性价比的产品,去积累用户和粉丝,我觉得这也是未来电商的一个发展方向。”孙许

俊思考片刻后总结说,“就是一句话,无论风云怎么变幻,实实在在做事,做好产品,服务好用户才能长久。”



不得向未满8周岁未成年人销售盲盒

本报讯(YMG全媒体记者 逢苗 通讯员 孙洪安)近日,烟台市市场监管局向全市广大盲盒经营者发出倡议:不得向未满8周岁的未成年人销售盲盒。

经营范围有明文规定。药品、医疗器械、有毒有害物品、易燃易爆物品、活体动物等在使用条件、存储运输、检验检疫等方面有严格要求的商品,不得以盲盒形式销售。食品、化妆品,不具备保障质量安全和消费者权益条件的,不应当以盲盒形式销售。无法投递又无法退回的快件,不得以盲盒形式销售。

要明码标价。盲盒经营者要依据生产经营成本和市场供求状况,合理确定盲盒价格。提供的商品或者服务应当明码标价,不得收取任何未予标明的费用,不得在标价之外加价出售商品,不得实施不按规定明码标价、哄抬价格、价格欺诈等违法行为。

要建立完善记录留存制度。通过实体店、自助销售设备等现场方式或者互联网非即时公开方式销售的,盲盒经营者应当保留抽取概率设定并建立相应的出厂概率抽检机制。通过互联网即时公开方式销售的,盲盒经营者应当保留抽取概率设定、结果抽取的完整记录,建立追踪记录制度,确保消费者所抽取的商品发放到位,并自觉接受社会监督。相关记录留存时间一般不少于3年。

要执行七日无理由退货规定。盲盒经营者通过充分告知提示,并经消费者单次购买时确认后,以互联网形式销售的盲盒商品拆封后可以不适用七日无理由退货。盲盒经营者不得以默认勾选方式替代消费者确认环节。以全包形式销售整套系列商品,该系列内商品清楚确定的,经营者应依法执行网购七日无理由退货规定。

不得违背公序良俗。盲盒商品或者服务不得含有歪曲历史、封建迷信、淫秽色情、恐怖暴力、宗教极端、民族歧视、分裂国家等法律法规禁止以及违背公序良俗的内容。盲盒经营者不得以盲盒名义从事或者变相从事赌博活动。

要倡导节约粮食的价值取向。禁止餐饮服务经营者诱导、误导消费者超量点餐。食品经营者在从事食品销售、餐饮服务过程中附赠其他盲盒商品开展促销活动的,应遵守《反食品浪费法》有关规定。应当将防止食品浪费作为经营准则,引导消费者树立审慎克制的价值取向,积极承担起企业应尽的社会责任,为建设节约型社会献计出力。

盲盒消费年龄有严格限制。为防止未成年人的非理性消费和依赖性消费,引导未成年人树立正确的消费观,盲盒经营者不得向未满8周岁未成年人销售盲盒。向8周岁及以上未成年人销售盲盒商品,应当依法确认已取得相关监护人的同意。盲盒经营者应当采取有效措施防止未成年人沉迷,保护未成年人身心健康,在解决未成年人消费争议方面提供便利。

