

“小屏幕”释放大能量 直播助力小店突围



中青报·中青网记者 魏婉
见习记者 刘佳佳

“直播让我的小店起死回生。”在河南省郑州市，“狗富贵”青年融合茶馆的老板马彩原的店铺曾因客源稀少濒临倒闭。她花光积蓄参加运营课程却收效甚微。尝试首场直播后，一个人、一部手机，一个小时的收入竟抵得上店铺全天的营业额。“虽然和专业主播比不了颜值、拼不了口才，但直播让我保住了‘饭碗’。”

“现在的顾客很愿意为高品质的线下体验和服务买单，所以不怕店小、位置远，直播就是逆袭密码。”在真切感受到店播（店铺直播）的能量后，马彩原乘胜追击，一个月连播13场，总营收超过前半年营收总和。如今她的小店不仅成为“网红打卡地”，还新招了店员，裂变出3家门店，生意愈发红火。

蜕变并非个例。非遗技艺传承人盛春带领苏州制扇品牌，从濒临停产到打造22个直播间“带飞”销量；作家周末“变身”驻村书记，在直播间里“织”出百万壮锦大产业……中国社会科学院财经战略研究院研究员、中国市场学会副会长李勇坚表示，经测算，2024年1-11月，全国直播电商销售额达4.3万亿元，其中店播贡献占比达52%。

小屏幕释放出大能量。“站在消费者

角度看，店播开辟了一条更为透明、直接的购物新路径，而在品牌方视角下，店播成为提升品牌形象、增强消费者忠诚度的关键战略要点。”网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青认为，从“达人带货”到“店播当兴”的演变，体现了我国电商直播领域正迈向更为成熟、专业的阶段。

越来越多小店借直播突围

在江西省南昌市，一家名为“浪仔家”的烤肉店成为小店“突围”的生动样本。

“你们几点过来吃饭？怎么进的直播间？今天拍2号链接就可以哦，不喜欢半斤五花肉的可以换成猪颈肉。”今年2月起，在直播间里与粉丝聊天成为90后店主张檬的日常。一周7天、每天4个小时，她几乎不曾间断，有时甚至直播到凌晨两点。

2022年，这个天津妹子从国企辞职，只身来到南昌，开了一家可容纳15张桌子的烤肉小店，生意越来越红火，但好景不长，周边一公里内的烤肉店从以前的三四家扩展到10多家。

“那时候周围品牌大店都开启了达人低价直播，但我店小，请不起也没经验，一直没敢尝试。”张檬急得团团转，直到今年2月份电商平台主动找上门，她才看到希望，决定拥抱直播新赛道。据悉，这个由平台发起的针对中小商家的直播扶持计划，直播形式灵活，不要求深折爆单，还会免费指导开播，提供套餐补贴、技术支持和数据复盘。

直播中，张檬向观众展示“滋滋”

作响的烤肉、分享创业故事，还穿插播、抽奖互动等内容。据她回忆，首次直播结束后，晚上8点半左右，门店客流激增，比平日多卖了3000多元。如今，直播间已经成为这家小店稳定引流的新渠道。

张檬透露，平日直播间每天销售额能达7000元至8000元，周末可以破万元，非营业时段营收占比达35%，直播间的粉丝复购率是普通顾客的3倍。直播间里粉丝建议调整辣度、增加素菜拼盘，她迅速响应上新后，销量提升20%。“直播让小店有了和大品牌同台竞技的机会。”张檬表示最近在筹备分店，她计划用两年时间在南昌买房定居。

屏幕里的烟火气，正托起无数小店的未来。美团数据显示，店播的使用正从“大品牌”向中小商家发展，过去一年，中小餐饮商户在该平台自主开启的日均直播场次已超过6000场，越来越多的品质餐饮开始借助直播工具和流量，推出“后厨解密”“厨艺展示”“食材上新”等内容直播，增强与消费者的连接。

抖音电商近日发布的《2025抖音电商店播发展趋势报告》也指出，店播已成为当前直播带货行业的主流。据统计，超1000个商家店播销售额过亿元，2.1万个商家店播销售额超千万元，平台开启店播的品牌商家数量同比增长113%，而2024年2月至2025年1月，超3万个新商家首年店播即实现销售额破百万元。

让信任突破实体店的物理边界

“隔着屏幕试色，比专柜还高效、直观！”00后消费者刘说章曾因某口红店铺的直播，连续购买6支口红，“试色小姐姐会根据肤色推荐色号，直播间还有

专属赠品。”

刘说章坦言，对某些达人直播间“催单式”带货有些抵触。“那种刻意营造的抢购氛围，像倒计时一样逼你下单，时间一长反而让人想逃离。”在她看来，店播模式因聚焦少量选品而更显从容，“很明显店播主播对单品了解更透，讲解更细致，语速也慢，这种‘慢直播’能让我们听得更明白。”

“今天还有优惠券吗？”“主播介绍一下甜点”“周末能用套餐券吗”……记者随机点开一家餐饮店的直播间，弹幕上消费者问题层出不穷，主播化身“百科全书”，在实时问答间，福利政策、菜品特色、使用规则被掰开揉碎讲清楚，这种“面对面”的真诚交流，让屏幕两端的信任感直线上升。

来自北京的消费者刘先生是个典型的“智性购”青年。他热衷比价，乐于多渠道深挖商品信息，尤其偏爱“精准出击”——蹲守自己熟悉店铺的直播间。最近他通过店播，以不到120元的价格拿下原价150元的商品，“先选定店播再蹲直播优惠，从品质出发作决策，可以避免被‘氛围感’冲昏头脑。”

店播的世界里，信任与效率双管齐下，让实体店突破物理边界，把生意做到更远的地方。莫岱青指出，店铺直播凭借品牌自身积累的信誉以及在供应链管理方面所具备的优势，得以在竞争激烈、鱼龙混杂的电商市场中，为消费者呈上更具可靠性、专业性的消费体验。

店播还成为优化经营的“情报站”。在浙江绍兴某伞业工厂的直播间里，许多网友通过弹幕提出的建议被工厂采纳。消费者渴望“能装进口袋的防晒伞”，设计师火速出图；对“雨伞

手柄太滑”的抱怨，催生防滑专利。店播让传统制造企业从“闷头干活”变为“有的放矢”，直播间成了全天候“产品实验室”。

东黎黎绒的“变形记”同样精彩。起初，直播间里观众直呼其产品“老气”。店铺根据反馈，迅速调整策略，优化设计与生产流程，邀请知名设计师打造符合年轻人口味的款式，并为用户推出专属潮流线，使其抖音电商销售额3年增长了5倍，累计销售30余万件羊绒服饰。

在规范中实现可持续增长

莫岱青认为，虽然小微企业借力实现了“低门槛创业”，却易在同质化竞争中陷入“内卷”困境，而破局的关键在于优化直播内容、强化主播素养和建立数据复盘的习惯。她建议，每场直播后分析观看人数、转化率、用户停留时长等数据，找出问题并调整策略。

为了突出重围，店铺各有妙招。有商家凭借临海无敌海景打造差异化标签，吸引追求浪漫用餐体验的消费者；有商家利用数字人技术填补人力缺口，实现“全天候营业”拓展获客时长；也有商家借消费者反馈不断优化产品，设计专属套餐、推出潮流新品，实现从“卖产品”到“卖体验”的进阶。

流量是店播初期普遍面临的“拦路虎”。“是平台的优惠券补贴、流量倾斜让我们有了起步的资本。”大连渔公码头海货全海鲜自助餐餐厅运营经理李建华期待，平台能进一步优化流量分配机制，让深耕内容的商家获得更精准的流量灌溉。盘古智库专家江瀚也建议实体店加

多国工商人士建言中国“十五五”规划

本报讯(中青报·中青网记者魏婉 见习记者卢健)5月22日在2025年全球贸易投资促进峰会——与中国携手，与机遇同行”平行论坛上，多国参会代表为中国正在组织起草的“十五五”规划建言献策。

“我希望中国能够持续和各个合作伙伴展开合作，并不仅仅是一两位伙伴，而是所有的伙伴。因为现实情况是，仅靠任何单一力量，都难以满足像中国这样庞大市场对服务或产品的需求。”美国谷物协会中国区总监曼努埃尔·桑切斯说。墨西哥商会执行副主席维克多·卡德纳也表示：“持续的对话和开放，可以给我们带来更加光明的未来。”

美国大豆出口协会大中华区首席代表张晓平建议为企业分配碳指标，让其制定自身具体的降碳路径，以助力整个农业食品领域走上低碳永续的发展道路。西屋交通運輸集團中国区总裁崔奎也建议，聚焦绿色转型、数智提升和可持续发展，“特别是对我们行业来讲，要多投资绿色的轨道交通市场和技术。”

霍尼韦尔中国总裁余锋提出，制定规划的关键在于释放出清晰的信号，需要让消费者、企业等都能充分了解未来的方向与要求。他强调，规划的落地必须依靠强有力的执行机制，建议对达标和未达标的情况设置相应的激励和处罚措施，通过这种“推”“拉”作用，助力推动国家战略目标的高效实现。

“中国市场的开放程度越高，就越能吸引全球投资者来华投资兴业。”书赞按诺全球执行副总裁马欣荣建议中国政府持续推动金融领域的开放，提升跨境投资流入与流出的便利化水平，并进一步推动中国供应链与全球供应链网络的深度融合，更好地支持中国企业“走出去”，拓展国际市场、实现全球化布局。同时，积极推动生物基材料和生物制品替代传统的石油基产品，助力绿色低碳转型。



中东欧博览会成果丰硕 进口采购订单超百亿元

5月25日，浙江宁波，第四届中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会圆满闭幕。(左)斯洛伐克姑娘与浙产机械手掰手腕。(右)在博览会期间举办的优质外贸产品对接活动中，外贸企业与国外采购商对接交流。

视觉中国供图



中青报·中青网见习记者 杨雷
记者 金卓

黑龙江这座“大粮仓”春耕即将结束。每年春耕之时都是黑龙江惠达科技股份有限公司（以下简称“惠达科技”）总经理助理刘德豫最忙的时候。作为90后，他不种地，却一直和土地打交道——为数以万计的合作社提供智慧农机具。“种地耽误不得，农时不等人啊。我们现在是24小时在线，为农民解决设备问题。”刘德豫说。

日前，中青报·中青网记者来到惠达科技，了解到借助智能化装备，农业已可以实现近乎“无人化”状态：搭载北斗自动驾驶系统的拖拉机可自己耕田，精度最高达1.5厘米；智能灌溉系统通过收集土壤温湿度信息，可精准控制水肥；搭载70升药箱的无人机，1小时能完成50亩地的喷洒作业——这是过去1个人5天的工作量。

刘德豫介绍，这些装备都是公司自主研发的。公司总部设在哈尔滨，在上海等地有分支机构，“总部有200多人，一半是研发人员。上海也有200多人，全是研发人员。”

研发各类装备，离不开源源不断的投入。刘德豫坦言，研发费用始终是公司最大的一块支出。“2016年，我们公司收入大约是2.4亿元，研发投入6000多万元。去年，我们营收5.8亿元，研发投入接近1亿元。”

作为一家深耕农业领域的民营企业，刘德豫总结了公司多年来积累下的经验：不做“空想式”创新。“研发人员全下到一线，结合农田场景需求改进技术，很多人在地里一待就是10多天。”他说。

这两年，政府对企业的扶持力度也很大。很多项目得到了黑龙江省科学技术厅专项资金支持。刘德豫坦言，公司这两年发展很好，一定程度上与各地政府对购置农业智能化装备进行补贴有关。

“但企业做大做强不能只想着靠政府，还得自己努力。如果有一天补贴没了怎么办？”刘德豫说，这两年，公司逐步开拓了海外市场，将产品卖到巴西、韩国等地。2023年，公司海外销售额达300万美元，2024年迅速增加到了2000万美元。

今年，美国实施“对等关税”，惠达科技也调整了海外战略。“美国市场只占10%，我们计划加大力度开拓东南亚市场。”刘德豫告诉记者。

现代农业需要高端装备，也需要好用的农药和化肥。1987年出生的唐乐目前是黑龙江谱农丰生物科技开发有限公司的董事长，其公司主要生产农药和化肥。最近，他们正在研发一种农药缓释技术。公司销售团队在哈尔滨，研发和生产团队在安达。最近，他常常在两地之间往返，盯着研发进度。

2010年，唐乐进入农物资领域，2013年创立这家公司。他告诉记者，这



黑龙江惠达科技股份有限公司，智能播种、智能田间管理等解决方案，让农业实现近“无人化”状态。

么多年来结合自己的创业经历总结出来的经验，就是企业要有自己的核心产品和技术，“我们公司最核心的东西就是110张农药登记证，这代表着我们能生产110种农药。”

农药登记证的申领并不容易。唐乐说，一个证从开始申请到成功下证，需要3年时间，“因为要做各种各样的实验，一个证的成本在30万元到130万元之间”。110张农药登记证让唐乐公司发展稳

步向前。“我们的核心市场是黑吉辽加内蒙古，营业额一年比一年高。”这两年，偶尔有外地政府邀请唐乐把公司搬过去，“给税收和土地优惠政策”。但他不想搬，“东北是我们的根基，我们深耕十几年，不想放弃这里。”

日益改善的营商环境也让唐乐越来越喜欢这片黑土地。他在安达建工厂时，当地对他很支持。“每周有一次市长办公会，把我们几个企业叫过来，让大家提需



中科优术(黑龙江)科技产业有限公司一楼展厅，陈列出该公司研发的松茸提取物、白灵菇提取物等产品。

求。市长当场就问有关部门3天能不能落实，效率很高。”

唐乐目前还是共青团安达市委副书记（兼职）。这两年，他搞了几场小座谈，邀请安达当地青年来公司参观，“我希望让年轻人看到，这片黑土地能提供广阔的发展空间，在这里能找到人生方向。”

在农业领域摸爬滚打快30年的陈喜君，依然把农业视为一片蓝海，“咱们黑龙江农业林业资源非常丰富，可开拓的空

间太大了。”

陈喜君目前是中科优术（黑龙江）科技产业有限公司（以下简称“中科优术”）的负责人，也是黑龙江省菌物药物工程技术研究中心主任。在该公司展厅，记者还看到了多款用蘑菇做的产品。有猴头菇益生菌饮料，有姬松茸等多种蘑菇做的乳清蛋白复合粉，还有蘑菇咖啡、蘑菇茶。

除了研发产品，陈喜君还把精力放到了农业领域科研成果转化上。在他看来，这个领域的科研成果转化不容易，要突破“实验室—田间—市场”链条中的很多堵点。

“只有转化才能完成科技创新的闭环验证。”陈喜君把自己做的工作形象地比喻成了“4×100米接力陪跑模式”：第1棒，科研人员提供技术，中科优术筛选并验证技术可行性和市场潜力；第2、3棒，中科优术负责工艺研发、产品定型、包装设计等；第4棒，中科优术对接市场运营和销售团队。

在这种模式下，中科优术先后上市了多款产品。其中，用多种蘑菇做的乳清蛋白复合粉市场反响较好。

创业多年，陈喜君坦言，营商环境越来越好，政府对民营企业的支持力度越来越大，“政府领导经常来我这里调研，我能感觉到他们逐渐从一个管理者过渡到了服务者，很想为民营企业做事。”

与刘德豫想法一致，陈喜君也认为，“真正的好企业不是政府扶持起来的，一定是自己具备了创新能力，才能活得很好。天向政府要政策，企业是没有未来的。”

今年，他计划多联系一些黑龙江省内高校。他有一个宏大目标，将黑龙江打造成农业产业化标杆。“我们有黑土地资源，有很多一流高校。不管能不能实现，先做做看。”