

品类增速快 行业人才需求量猛增 主播成新兴职业

宝玉石互联网营销师现缺口

□ 本报实习记者 贾陶文

近年来,随着网络营销直播的火热,直播购物成为继电商、微商之后的一种新的销售形式。在云南瑞丽、广东四会、河南镇平、辽宁岫岩、北京潘家园,涌现了一大批直播代购的从业者。他们手持直播设备,通过移动互联网建立起卖家与买家的对话平台。直播购的形式更加直接,买家可以直观的看到货品的真实样子。

记者通过数据查询发现,宝玉石产品在一些大型电商平台,如淘宝直播、快手、抖音上,已经成为平台最重要的品类之一。据淘宝直播内部人士透露,2019年,淘宝直播里文玩类目增速最快(超美妆、服装),2020年GMV有望达到300亿元。

网络营销的火热,也为一批从事宝玉石经营的商家带来了新的商机和利润增长点。记者调查发现,在某直播平台进入翡翠等类目TOP40的商家,其年交易额最低已经达到了4000万元至5000万元,高者已过亿元。

人才需求缺口大

在互联网营销“狂飙突进”的同时,



与电商直播相关人才的缺口却越来越大。

据智联招聘携手淘榜单发布的《2020年春季直播产业人才报告》显示,今年春节后复工1个月内,直播行业人才需求逆势猛增,仅直播相关岗位的招聘职位数量1个月内同比上涨83.95%,招聘人数增幅达132.55%。

相对于服装鞋帽、日用百货、食品调料等生活用品及快消品的直播来说,宝玉石行业对于网络营销人员的综合业务能力要求更高。一方面,要求专业的鉴定能力,另一方面还要了解市场行情,不仅要懂货、识货,更明确的估算出一件产品的合理价格区间。同时,还要熟练掌握并运用相关的营销话术和谈判技巧。

河南镇平鑫涛玉器的主播张涛,在接受记者电话采访的时候说:“玉器主播没有三年的从业经验,根本干不了。同样是一块白玉,产地可能来自新疆、青海、广西、俄罗斯、朝鲜、阿富汗,有些玉石的产地特征并不明显,但市场价格却相差了十倍、百倍,甚至千倍,主播不懂料子,就不能保证买家的利益。再有,当面对一件‘毛货(没抛光的玉器)’的时候,主播要发现隐藏在磨砂层下面的细微瑕疵,否则抛光出成品后,卖家不退货,买家不收货,就会产生消费纠纷。”

广东四会翡翠玉的掌柜向记者表示:“宝玉石直播懂货是一方面,最重要的是会开价,面对货主给出的虚高报价,主播要具备‘一锤定音’的开价能力。价钱谈高了,买主不满意,价格谈低了,货主直接说你不识货,让你走开。现在,招聘一个专业素质强的主播太难了。”

专业培训成空白

5月20日,人社部发布10个新增职业,互联网营销师等互联网新技术岗位上榜,标志着直播销售员正式有了官

方认证的职位名称。与此同时,全国多地也将培养和孵化直播人才纳入系统规划,争相下起直播经济的先手棋。随着电商行业日趋正规化、专业化,相关直播品类的专业化培训也成为行业发展的“刚需”。记者了解到,在直播电商发展较为迅速的江苏扬州、浙江义乌等地,已有院校组建电商直播学院和相关工作室,并尝试开设电商直播相关课程。

然而,记者通过搜索发现,目前针对宝玉石网络营销人员的培训课程还很少,专业培训还存在着大面积“空白”。目前,仅有少数宝玉石专业的社会团体开始推出相应课程培训,从平台甄选、直播要素、话术运用、营销促进等多个技能领域,结合技巧讲解实战案例,针对不同电商平台的用户特征,为宝玉石网络营销从业人员提供专业化的培训。

教育部专家认为,未来电商直播相关课程将成为电子商务专业的标配。对于有志于进入这个行业的从业者来说,应持续保持学习的状态,紧随行业变化的步伐,将自己培养成高潜质的人局者。



本报讯(记者 史晓菲)中国口腔清洁护理用品工业协会负责人日前表示,新冠肺炎疫情对行业有影响,但影响不大,因此持续看好行业后期发展。如果原辅材料价格不出现大的波动,行业维持2019年的效益应该是可期的。

今年伊始,一场突如其来的新冠肺炎疫情在我国迅速蔓延,严重影响了正常的社会生活,冲击着经济生活。记者从中国口腔清洁护理用品工业协会获悉,协会向行业下发了加强产品质量把控,有条件的全力开拓防疫产品生产;加强市场需求掌握,保证市场稳定供应;加强抗击疫情先进事迹收集与上报,积极开展抗疫工作的通知,各企业积极响应。同时,协会根据有序组织企业复工复产的决策部署,及时向行业发起倡议,推动企业坚定抗疫,积极复工复产。同时分别对不同规模、不同类型的企业进行了电话跟踪调研,及时了解并帮助加快企业复工复产进度和解决复工复产存在的困难。

记者从协会了解到,在国家政策的有效推动和行业协会的及时服务协调,以及行业全体员工的努力下,行业在经历了疫情的阵痛之后,现已基本恢复正常生产经营秩序。2月上中旬,有消杀产品生产条件的均已恢复生产,其中部分企业春节也在加班;3月上中旬,全部恢复生产的企业已达30%,恢复50%以上生产能力的企业达90%以上。其中,广东、江苏和偏远地区的复工率高于其他省份,大中型企业的复工率好于小微企业,消杀产品、设备和原料企业的复工好于产品生产企业。截至3月底,行业的生产已基本恢复正常。

从经营效益看,协会透露三类企业比较好,一是消杀产品,二是网上销售份额较大的,三是大型企业且以国内市场为主的,如好来化工、重庆登康、云南白药、广州薇美姿、江苏隆力奇、中山多美、苏州清馨、汕头三椒等,其中有的企业增长达到30%以上。协会认为,部分品牌业绩的增长少不了企业的努力,如薇美姿公司积极联系当地联防联控办公室协调销售物流问题;重庆登康公司尽早部署销售,尽早派出销售队伍等。

此外,还有三类企业亏损较大,即生产酒店旅游产品企业、单独线下销售企业和出口较多的企业,其中以酒店旅游产品企业损失最重。总体看,行业整体效益虽然在2月份同比下降约40%,3月份下降约20%,但3月下旬后,迅速回升,多数呈现出恢复性增长,部分还出现报复性超额增长,为全年的稳定经营奠定了基础,如隆力奇、中山多美公司等。“一句话,疫情对行业有影响但不大,后期持续看好,如果原辅材料价格不出现大的波动,行业维持2019年的效益应该是可期的。”协会相关负责人表示。

口腔清洁护理用品:维持去年效益应可期

三类企业经营效益好 三类企业亏损较大

两项造纸国家标准英文版审查通过

利于造纸企业产品“走出去”

近日,全国造纸工业标准化技术委员会以视频会议形式召开了GB/T8939—2018《卫生巾(护垫)》和GB/T20810—2018《卫生纸(含卫生原纸)》两项造纸国家标准英文版审查会。

审查过程中,审查组根据国家有关规定,重点对两项造纸国家标准英文版送审稿与中文版内容的一致性、表述的准确性、文本的编写格式、语法规则等进行了认真审查和讨论,并对标准进一步修改完善提出了意见和建议。审查组认为,这两项造纸国家标准英文版送审稿忠实原文、行文通顺,同意通过审查。会后,造纸标委会秘书处将根据审查意见进行修改完善,尽快报批。

业内专家表示,本次两项造纸国家标准英文版起草是造纸领域首次开展的标准外文版工作。深入开展造纸国家标准英文版工作是深化标准互联互通、推进标准互认、加强我国标准的国际推广和应用的重要举措,将为国内造纸产品、技术、服务“走出去”提供有效支撑,对扩大中国与“一带一路”沿线国家在造纸产业合作方面具有现实意义。(柯国笠)

留香珠等香氛衣物洗护产品销售火爆

□ 本报记者 李豪悦

6月15日,记者从中国洗涤用品工业协会了解到,消费者在洗衣用品上的选择,正变得越来越精致,留香珠、洗衣凝珠等香氛衣物洗护产品销量攀升明显。值得注意的是,即便香氛衣物洗护产品定价高于普通洗护产品,消费者也愿意买单。

留香珠、洗衣凝珠销量大 香氛衣物洗护产品受关注

近日,记者在抖音上输入“留香珠”这一关键词,弹出的相关视频点赞量都保持在上万,播放量最高的视频点赞量达到了20万。“洗衣凝珠”的相关视频排在前的点赞量也同样保持在数万左右。

此外,记者6月16日在电商平台搜索发现,作为行业头部品牌,宝洁旗下的当妮留香珠产品月销量平均超过6万笔,洗衣凝珠的月销量也保持在7万笔以上。而同一平台上立白洗衣凝珠产品月销量更是将近10万单,立白的留香珠产品月销量也同样过万单。

留香珠与洗衣凝珠不同的是,它并不具备清洁功能,只是搭配洗衣凝珠或洗衣液同时使用,作为帮助衣服留香的新品类。面对消费者对留香珠的关注,中国洗涤用品工业协会表示,留香珠自

2018年进入市场,线上消费规模迅速提升。

阿里数据显示,仅2019年全年,阿里平台上留香珠产品的销售额将近2亿元,在洗护类产品中占比2%,达到了将近200%的增长。到了2020年,截至到4月份的数据显示,前4个月阿里平台的留香珠销售额已过8000万元,同比增长205.3%。

消费者愿为“香”支付溢价 植物香型最惹人爱

留香珠、洗衣凝珠等产品火爆的背后,显然是消费者对香氛洗护需求的不断增长。与此同时,作为衣物增香产品,记者发现,留香珠的普遍定价会高于带有清洁功效的洗衣液等产品。显然,消费者愿意为了衣服增香花费更多。英敏特一项针对中国消费者洗护需求的调查显示,34%的中国消费者购买衣物护理产品的原因是想尝试新的气味,42%的受访消费者会为含有独特香味的产品支付溢价。

这也导致越来越多的企业在推出衣物洗护新产品时,将香气作为卖点,不仅对留香时间进行延长,在留香技术上也进行更多探索。今年6月,广东奇化工交易中心股份有限公司就特意针对消费者对留香珠的需求推出一款留香珠,还增加了去渍净衣功

效。奇化工人员表示,洗后的衣服在衣柜储存条件下,留香时间可长达12周。

香氛洗护产品的研发,正成为未来市场的大趋势。CBNDATA消费大数据显示,从2017年到2019年,线上香氛洗护产品消费规模持续增长。与此同时,CBNDATA数据还显示,带有植物类香芬成分的洗护产品数量在线上呈现增长态势,除了大众“耳熟能详”的薰衣草香型、茶树、莓果等小众香型在近年

间增速显著。

对此,记者从中国洗涤用品工业协会了解到,衣物洗护产品作为成熟的高频刚需品类,原有的功能卖点已趋向饱和。消费升级给消费者带来的影响,促使用户更愿意为品质和精神需求付费。与此同时,人们也越来越渴望买到个性化的产品。留香珠等产品销量之所以增长,在于香氛衣物洗护产品在恰当的时间点出现,正好契合了消费者对于洗护产品嗅觉上的需求。



区域动态

金华市市场监管局推出系列活动 助力扶持本土化妆品产业

本报讯(记者 毛华敏 □ 傅一恒)5月29日,浙江省金华市市场监管局干部周梦华化身主播,推出眼影、口红、拍拍乳等特价秒杀活动,为金华化妆品企业直播带货,数百件特价秒杀产品被一抢而空。近年来,金华市关注产业化发展,结合产业调研布局彩妆园,助力彩妆产业集聚,推动本土化妆品产业高质量发展。然而正当金华化妆品企业雄心勃勃的时候,今年这波疫

情,使许多出口为主的企业变得举步维艰,他们面临“出口出不去、内销无渠道”的两难局面。金华市市场监管局在“三服务”活动中发现这个困难后,提出了精准服务,试水与直播平台合作为企业搭台,推销本土产品,落实产业扶持举措,通过严格监管和精准服务促进消费,收到了良好效果。

据了解,5月底,金华市开展了“安全美妆、伴您同行”为主题的化

妆品安全科普宣传周活动。金华市市场监管局策划推出了一系列线上线下立体式宣传活动,让“安全美妆”理念深入人心。在宣传周期间帮助化妆品企业直播带货的同时,金华市市场监管局还引导该行业化妆品生产企业、“百千万”美丽消费示范经营单位代表向全社会公开承诺,保证产品质量安全,坚持公共利益至上,依法经营,诚信经营,为公众消费安全保驾护航。

本报讯 日前,记者从湖北省标准化与质量研究院获悉,该院专家团队近日走进宜昌当阳市,对当地陶瓷产业发展面临的难点和瓶颈问题进行调研。

2003年起,当阳市依托本地优势高岭土资源,紧抓“东陶西进、南陶北上”重大机遇,主动承接沿海产业转移,大力发展建筑陶瓷产业。

湖北省标质院助力当阳陶瓷产业质量再提升

为助力当地陶瓷产业质量提升,助推“三峡瓷都”建设,湖北省市场监管局连续两年将“当阳建筑陶瓷产业质量提升”纳入全省“万千企”企业质量提升示范项目。去年,湖北省标质院与当地市场监管部门多次走进企业一线调研,探索出一套可复制、实操性强、成效快的“五抓”固基培源工作法(即抓组织、抓方法、抓分析、抓措施、抓巩固),在两家试点企业的质量提升实施过程中成效显著。

调研中,专家团队先后走进湖北省当阳泰山建材有限公司、湖北宝加利陶瓷发展有限公司、湖北凯旋陶瓷

有限公司和湖北齐家陶瓷有限公司等4家具有代表性的陶瓷生产企业。通过深入细致的走访、考察,专家发现这些企业质量管理尚处在初级阶段,需要进一步完善质量管理流程体系,提高先进质量管理工具的普及率和应用率,提升各作业工段质量把控标准执行的有效性。

与此同时,团队还征求了企业在

质量提升技术服务方面的意见和建议,了解了当前企业发展中亟待解决的管理问题和技术难题,为下一步有针对性地开展质量提升提供了目标和方向。

湖北省标质院相关负责人表示,接下来,“当阳建筑陶瓷产业质量提升”项目将聚焦质量管理方法推广应用、智能制造技术升级、创新引领产业升级三大领域,持续增强企业质量意识,提升企业质量管理水平,推动陶瓷产业向中高端、智能化发展,从而实现当阳建筑陶瓷产品质量整体提升。(荆楚)

石家庄市鹿泉区市场监管局“三步走”强化对无证无照经营管理

本报讯(记者 许将将 □ 时肖强)为进一步维护公平有序的市场经济秩序,营造良好的营商环境,河北省石家庄市鹿泉区市场监管局分“三步走”强化无证无照经营管理,确保市场监管履职到位、监管力度不放松。

“一步走”:早安排早部署。该局根据工作实际召开了查无工作专项会议,对各市场监管所的无证

经营情况进行初步掌握。“二步走”:突出宣传引导。通过电子显示屏、乡村街道悬挂宣传标语、发放传单等方式开展多种形式的宣传活动,让群众了解无证无照经营对社会造成的危害及开展查处无证无照经营的意义和重要性,营造了严厉打击无证无照经营违法行为的良好舆论氛围。同时,充分发挥12315投诉平台作用,鼓励群众举

报无照经营行为。“三步走”:全面排查,狠抓落实。与创建国家卫生城市、金融风险排查整治等专项行动相结合,细化工作措施,既要全面查清,不留盲点和死角,又突出重点领域、重点行业、重点地段,摸清底数建立台账,切实做到心中有数、了如指掌。截至目前,无照案件办理3件,罚没款15000元。