

醴陵陶瓷要想借捡陶瓷出圈 还需更多“有为”

株洲日报全媒体记者/刘芳

醴陵这次在网络走红,让记者很快联想到今年淄博烧烤爆红的现象。

今年3月,抖音上“大学生组团坐高铁去淄博撸串”这个话题,登上抖音同城热搜,引发各路美食达人去打卡,掀起一波走红热潮。

之后,淄博烧烤持续不断被各路大V跟踪挖掘,美食博主“B大连”连续测评淄博烧烤,发现这儿不仅不缺斤少两,淄博人还异常实诚,让淄博烧烤再度流量大爆炸。

淄博的走红,给各地提供了一个样板:当现象级流量与一座城市发生碰撞,淄博牢牢抓住美食这个流量入口,立足地方特色,不断练好内功,切实把服务做优做细,再加上短视频和社交媒体发挥助燃效应,及时有效把握住了这波流量带来的难得发展机遇。

再来看看咱们醴陵捡陶瓷这次走红,与淄博烧烤有很多相似点,比如:网络上热度不断攀升,年轻人参与多,自媒体主动参与,企业也热情招待,同时,醴陵还有深厚的文化底蕴和鲜明的特色产业。

在当下流量时代,谁反应迅速、热点抓得早,谁就占优势。值得欣慰的是,醴陵有不少中小企业发现抢占先机,抓住了流量的红利,也获得了一些转机。

但在流量之下,我们也应该有更多的思考,该如何抓住流量、用好流量。记者认为,我市相关部门、企业还有很多功课要做,还需更多“有为”。

首先,从提升区域产业影响力来说。醴陵生产陶瓷有近2000年历史,是世界釉下五彩瓷原产地、中国“国瓷”“红官窑”所在地,也是中国陶瓷历史文化名城、中国陶瓷之都,醴陵现有陶瓷企业650家,陶瓷产业位居全国第一。不少外贸陶瓷企业相关负责人反映,醴陵陶瓷品牌只是在国际上认可度高,属于墙内开花墙外香。借助这波强大的流量,可很好的提升醴陵陶瓷品牌,尤其让更多年轻群体认识、了解醴陵陶瓷,传播醴陵陶瓷品牌,扩大国内影响力。

其次,从打造城市品牌方面来看。记者从多日的采访了解到,不少外地人来醴陵捡陶瓷,也会顺便逛一逛醴陵的“一江两岸”,尝一下醴陵炒粉,打卡醴陵瓷谷等一日游。当下,马上要迎来瓷博会、“十一”黄金周,相关部门是否可以借力,包装、策划一系列体验项目,或者发布一些捡陶瓷地图、淘宝地图等,引导更多好企业、好物加入,营造更美的环境,提供更细致的服务,让游客、商家在醴陵多留一会、多了解一点醴陵?

记者注意到,有些网友对捡来的陶瓷产品质量有疑虑,担心品质不合格。对于这些问题,一些有公共意识的陶瓷企业,会发布相关视频作出解释,“废瓷本来就是有瑕疵的产品,网友捡回家后,要小心使用,也许会出现裂缝等现象,但低价出售的尾货、样品,都是符合出口标准的A、B级产品,不存在质量问题”。

针对舆论的出现,最怕的就是掩耳盗铃。企业要及时发声,相关部门也需要正确引导,充分培育和利用陶瓷的热点、话题,让“有一种浪漫叫来醴陵捡陶瓷”成为独特景致。

值得注意的是,如今,景德镇已经开始将捡陶瓷向当地引流,如果我们不想方法留住流量,那么流量马上会流走。

走,去醴陵捡陶瓷



企业工作人员为网友捡的陶瓷打包。

陶瓷企业设置淘宝区,低价出售日用陶瓷,吸引了一波又一波网友前来选购。

从外地赶来醴陵捡陶瓷的网友。刘芳 摄

职工作,还要担任临时销售员、打包员、收银员。

一位来自江西萍乡的阿姨一口气买了30多个陶瓷碟,“我是做炒粉生意的,这个碟子太漂亮了,又便宜,打算回去把店里的炒粉碟都换掉。”

来自益阳的一对大学生兄妹,两人准备去江西爬武功山,路过醴陵,临时决定来捡陶瓷。体验捡陶瓷,还在瓷厂淘了一箱陶瓷,打算带到大学跳蚤市场卖。

黎建新印象最深刻的是一对北京情侣。他们开着法拉利从北京跑到醴陵,16个半小时的车程,只是为了来翻一下破瓷堆。捡了十几件陶瓷产品后,两个人最后还订购了200个陶瓷杯。

一时间,“捡陶瓷”也勾起了不少本地市民的好奇心。

在醴陵市姜丰彩绘厂,厂区外面的废弃陶瓷堆旁,围了不少市民。他们都穿着防晒服、戴着防晒帽,准备前来“一展身手”。

“来晚了,只剩下一些没用的陶瓷碎片了。”在网上看到很多人来醴陵捡陶瓷,本地人刘女士和好友也骑着摩托车前来,“我们家有很多好看的陶瓷,放在家里占地,被我爸清理了一蛇皮袋,丢掉了,现在我们又来垃圾堆里捡陶瓷,就是想凑凑热闹。”

正在废瓷堆里细细翻找的赵先生对记者说,“大部分远道而来的捡瓷人也并非为了瓷器的价值,而是特地来感受挖宝的快乐。”

都已经破碎不堪,但仍有不少美观精致的。从一众破碎瓷片中找到完整、好看的瓷器制品,让不少人有种“捡到宝了”的激动。

随着从四面八方来醴陵捡陶瓷的网友逐渐多起来,不少陶瓷厂的废弃陶瓷都被“掏空”了。为了让远道而来的网友有所收获,有些陶瓷厂还特意开辟一个区域,超低价清仓,出售一些完整无损的陶瓷产品。

荣祥陶瓷厂是最开始尝试的。在仓库门口,摆满了各种精美的生活陶瓷,各种颜色、图案的咖啡杯、再搭配上同色系的碟子,就是高档咖啡厅的器皿。

“款式太多了,好看的也太多了,挑花眼。”从株洲驱车前来的张女士陷入了“选择困难症”。

“最初,我们打开仓库门,让大家进仓选购,所有产品都是一元一件。”荣祥陶瓷业务总经理郭白云说,“谁也没想到来醴陵捡陶瓷、淘陶瓷这么火,一个星期不到,仓库里的2万多件尾货,全被‘抢完’,还有一些还没上市的非卖品也差点被‘抢’走,有些网友晚上打着灯来捡。”

醴陵陶瓷厂火的不止这一家。在华盛瓷业厂前坪,老板黎建新坐在小板凳上拆陶瓷包装,再由工作人员装进纸盒,抬到销售区,供市民选购。

由于前来淘瓷的市民太多,公司办公室的、做产品创意的,一天都要做两份工,做完本

废弃物里捡出新“钱”景

株洲日报全媒体记者/刘芳

在瓷博会来临前,醴陵又火了。

一波又一波网友,从四面八方,不远千里,纷纷赶来醴陵捡陶瓷。

陶瓷企业打开大门欢迎大家前来捡陶瓷,还开辟专门区域,供网友现场淘宝,一元一件超低价出售。

一边是企业捡得开心、淘得尽兴,一边是企业卖得开心,这种“双向奔赴”把醴陵陶瓷送上了热搜榜,让越来越多的年轻人知道醴陵,来醴陵捡陶瓷,并开启一场醴陵City walk。

连日来,记者走访醴陵多个陶瓷企业,探寻“捡陶瓷”背后的故事。

以前企业要花钱清理残次品

在醴陵市渌江大道旁,创立于2010年的荣祥陶瓷坐落于此。

荣祥陶瓷凭借精湛的技术、经验丰富的设计团队等因素,生产的日用陶瓷远销至欧美,曾创下年产量5000万元的记录。

走进荣祥陶瓷的展示厅,就像进入了一个陶瓷童话世界,时尚的墨兰迪色系杯子、色彩亮丽的圣诞系列杯子,还有地中海风、简约风、以及当下盛行的镶金边系列……上百种系列的出口日用陶瓷,让人看花了眼。

“出口的日用陶瓷,除了设计风格有鲜明特色外,生产标准也都是严格按照国际标准生产,都属于A、B级产品。”荣祥陶瓷业务经理郭白云介绍,尽管现在工厂基本上实现了自动化生产,但或多或少会有一些残次品,它们有些是产品生产不完整,有缺口,有裂纹,或者是图案不完整,上色不均匀等瑕疵。对于这些不合格的残次品,一律被工厂淘汰。

日积月累,被工厂清理的陶瓷碎片、残次品堆积如山。有些工厂会在自己的厂区内,找个空地堆放,而对于一些厂房面积紧张的工厂来说,他们则会找个偏僻的小山头堆放。

“就像回收废铜烂铁一样,有专门的人上门来收这些废弃的陶瓷,他们经过加工处理,可实现资源再利用。”郭白云告诉记者,但不同的是,废铜烂铁可以卖到钱,而这些废瓷,企业还要花钱请人来收。

同样的问题,也出现在醴陵华盛瓷业(以下简称华盛瓷业)。

这家日用陶瓷外贸企业,是一家传承了两代的老字号企业。除了生产产生的瑕疵品、废弃陶瓷等,公司每年参加各种国内、国际展会,会留下大量的样品,再加上销售的一些尾货,几十万件样品堆积在仓库里。

“这些样品都是合格的A、B级产品,因为批量小,甚至是孤品,很难销售。”华盛瓷业总经理黎建新告诉记者,扔了可惜,不扔又占地。所以,自己的仓库堆满了,就到外面去租仓库存放。

郭白云曾处理过仓库里的陶瓷样品。郭白云告诉记者,“价格非常低,没有盈利空间,唯一的好处就是不用自己操心,对方会来人打包、拖走。”

借力发力,亏本引流量

转机出现在今年8月。

“8月18日。”黎建新清楚记得这一天。当天下午,工厂接近下班时间,突然保管人员报告,“来了几个江西人,想来厂里捡陶瓷。”

黎建新之前在抖音上刷到过有人来醴陵捡陶瓷的视频,又听说对方是远道而来,便通知打开大门,还提醒对方要注意安全,不要割伤手。

“可是,他们捡了一会,还没尽兴,想买一点好看的、完整的陶瓷。”黎建新告诉对方,“我们的产品都是大批量出口的,没有零售。不过展厅刚好撤下一批日用陶瓷样品,如果你们不介意的话,就送给你们。”最后,对方花钱买走了三箱。

经此一事后,也启发了黎建新。他和公司团队商量,“不仅打开大门,让网友来免费捡陶瓷,也顺便在厂区内搞一个小卖场,可以低价清仓。不仅回馈网友的对醴陵陶瓷的喜

爱,也为了宣传醴陵陶瓷,让更多人来了解认识醴陵陶瓷。”

次日,华盛瓷业办公室的小孙便拿起手机,拍了一个“来醴陵只办一件事,捡陶瓷”的视频,告诉网友到哪里捡、怎么捡。马上,华盛瓷业在网上获得了很高的关注度,每天都有大批人慕名前来捡陶瓷、淘陶瓷。

“来醴陵捡陶瓷”这波流量,也让郭白云感受到了各地网友的热情。

“平均每天都有两三千人来捡陶瓷,80%都是外地人。”郭白云告诉记者,由于来捡陶瓷的网友太多了,公司不得不临时调派人,负责引导、提醒注意安全,甚至还帮网友把捡来的陶瓷打包、装箱,有时候忙得没时间吃饭,尤其是周末,公司都要安排员工加班,接待来捡陶瓷的网友。

慢慢地,废弃的陶瓷捡得差不多了,可网友的热情依旧。

郭白云也不想扫兴,便打开仓库大门,让远道而来的网友进仓选购,“说是选购,其实都是白菜价,我们成本都要3元一个的杯子,都是卖一元一个。”

有一波来自衡阳的网友,一行人开了三辆车过来捡陶瓷、淘陶瓷。经过一天的“战斗”,他们最后花了600元买了三箱陶瓷,并感慨地说,“从来没有觉得钱这么好。”

“我们就是图一个开心。”郭白云清楚,人气就是流量,一方面让网友捡得开心、淘得尽兴,一方面也是亏本引流量,为醴陵陶瓷作点贡献,扩大醴陵陶瓷影响力。

一些醴陵的知名陶瓷企业开始加入“捡陶瓷活动”。

在七夕节期间,醴陵陶润会借助捡陶瓷流量,开展会员回馈活动。“在展厅旁设置了一个区域,出售一些出口的尾单产品,凡是会员可享受一元一件的优惠。”陶润会运营总监邓程介绍,“根本不用自己宣传,不到一个礼拜时间,就销售了2000多件。”

优质的产品、贴心的服务,让越来越多的网友从各地汇聚到醴陵。

通过这次活动,做外贸10多年的郭白云感慨,“真正的见证了国内的消费力,一个礼拜不到,仓库里2万多件样品,全部清仓。”

抓住“流量”做品牌,开拓国内市场

强大的动物依靠灵敏的嗅觉,可以迅速发现猎物。同样,一位成功的商人,也总能第一时间抓住商机。

郭白云感受到了这波流量的强大,迅速作出反应。

连夜,郭白云召集团队成员商议,决定借助这波流量,开设抖音账号,一方面引导“捡瓷人”,发布“捡瓷攻略”,一方面宣传荣祥陶瓷品牌,并上架9.9元包邮的盲盒产品。

结果出乎意料。第一天,门店就收到9个订单。过了几天,还有人主动询问是否有套装、精品出售。

近年来,疫情的爆发,以及复杂严峻的国际形势,不少外贸企业都生存艰难。“转型,开拓国内市场。”成为不少陶瓷外贸企业的新选择。

去年,华盛瓷业开始转型,开辟国内市场,并尝试借助抖音平台做品牌推广,效果平平。直到今年“捡陶瓷”话题出现,黎建新迅速响应,在抖音平台拍摄相关视频,亏本引流卖陶瓷。“效果非常明显。”黎建新告诉记者,8月份拍的几个视频,点击量已突破6亿,粉丝增了上万名。

“从这次的捡陶瓷就可看出,国内的消费不仅旺盛,而且我们出口的产品定位也符合当下年轻人的审美。”郭白云分析,要转战国内市场,还有很多功课要做。

首先,要做品牌。“品牌就是品质的背书。”郭白云深知自己的优劣势,“虽然在全球日用瓷市场中,醴陵陶瓷占市场的14%以上,在国际上认可度很高,但是在国内市场的知名度还有待加强。”

针对这个问题,她如今已制定了计划:接下来,将借助捡陶瓷这波流量,做抖音直播,一边播网友来厂里捡陶瓷,一边播淘宝集市;未来还会拍摄制作一些宣传品牌、产品、生产、品控等环节的视频,进一步传播陶瓷文化,让人了解醴陵陶瓷、了解荣祥陶瓷品牌。

其次,尝试走定制化路线。虽然今年陶瓷外贸订单有所增长,尤其是广交会恢复后,荣祥陶瓷的订单已经排到今年11月份。但是从目前的订单来看,有以下几个特点,一是欧美国家的订单少了,一带一路国家、金砖国家的订单增加,二是,除了大批量的订单外,还有一些小批量、个性化、精品化的订单。郭白云坦言,“在这些综合背景之下,都推动着我们要开展新的订制赛道,比如开学季、毕业季、企业文创产品等。”

日前,随着国内订单越来越多,邮政公司的工作人员主动找上门,与其签订合作协议,将对企业提供运费、发货等支持,方便企业向全国各地发送订单。

流量下的多种态度

这波流量,成为不少中小企业的新机遇。但对于一些大企业来说,则持保守态度。

虽然醴陵陶润会趁着此次热点,搞了一次回馈粉丝的福利活动。但该企业相关负责人表示,担心免费捡陶瓷、低价买陶瓷会影响企业的正常销售。

那么,企业该如何合理利用这波流量?政府部门又该如何因势导利?

“在做好服务之外,还要做好运营。”黎建新认为,物美价廉的产品能吸引人流,热情的服务能让人气更持续。他认为,要想让捡陶瓷活动带动醴陵陶瓷产业出圈,还要更多的企业加入进来,不断提升捡陶瓷的体验感,丰富关于陶瓷的体验项目。

此外,郭白云还建议,政府部门可以引导,建议相关部门可以提供场地,供陶瓷企业堆放废瓷,一方面可以解决企业堆放地的问题,一方面也可以让群众集中“捡漏”。同时,还可在堆场附近设立一个“淘宝集市”,让企业在此摆摊,供市民“淘宝”。

醴陵市陶瓷发展研究中心副主任徐瑾也认为,“捡陶瓷”是“陶瓷+旅游”的现象,是打造区域品牌的好时机,企业要与时俱进,抓住每一波话题,做些创新性的活动。同时,也可趁着此次瓷博会的契机,各企业可根据实际情况推出一系列文创类的活动,做些小礼品,这也符合当下年轻人“打卡式”“特种兵式”旅游。