

观点碰碰车

新闻背景

依托产业发展 铺就创业路径

“00后”姑娘党兴丽大学毕业后回到银川，通过直播间销售自家牛羊肉。直播间从一开始看客寥寥无几到现在人气火爆，她的牛羊肉摆上了外地消费者的餐桌。同样，位于灵武市的宁夏宁彝源牛羊肉有限公司直播基地，今年“双

11”启动全平台网销大促，加上政府补贴、企业店庆等优惠，日均单量保持在1500单~2000单，最高单量3500单，实现销售额340余万元。

以“六特”为代表的宁夏特色产品电商销售如此受欢迎，一则

说明其市场挖潜空间大，二则也可看到其间所蕴含的创业就业机会。当越来越多的年轻人选择回乡创业就业，如何找到自己的方向和定位？政府又能提供怎样的支持和引导，依托产业发展为其铺陈路径？

观点一

从身边资源产业中寻找机会

周志翔

就业创业过程中，要善于发现和利用身边的优势资源，特别是每个地方都有自己的特色产业和资源优势，这些产业往往蕴含着巨大的市场潜力和发展机遇。而对于回到宁夏就业创业的年轻人来说，结合现有的优势产业，寻找发展机会，将是不错的选择。

当前就业环境下，需要理性务实的就业观，地方发展也需要更加务实的人才引用观念。现在不少优秀的本地企业，都有接触某一行业领域的长期经验，具有充足资源和优良条件。对于很多年轻人来说，如果想要进入一个行

业，加入家乡具有优势资源的企业，不失为一个好的选择。

只有花时间深入了解一个行业，才能对其发展趋势作出判断。个人选择就业创业的方向时，需要根据个人所需所长，找到嵌入产业链的入口。怕就怕“灯下黑”，对家乡的产业一知半解，甚至看不上，结果错过了就业创业机会。不少事例已经证明，若能深入挖掘身边的产业发展机会，让年轻人能结合自身特长和市场需求，选择适合自己的就业创业方向，就会有广阔的发展空间。

观点二

以精耕细作 赢得发展机会

吴戈

“00后”姑娘党兴丽在直播间向消费者展示牛羊肉分割和包装的过程，破除了众多消费者的担心，增强了消费者的信任感，这就是销售手段的创新和提升，也是其直播间能火爆的原因之一。

经过多年大浪淘沙，电商直播领域早已过了野蛮发展的阶段。如今的消费者更看重产品质量和服务内容，可以说只有在细节上打动消费者，才有可能成为消费者的首选。同时，在监管部门不断出台的相关指导意见的引导之下，如今电商领域规则已经十分完善，以往类似“全网最低价”夸大宣传的现象和一些质量、售后问题都已经得到改善，直播生态不断得到了净化。

因此，想要做好电商，就需要商家开动脑筋来提升消费者的满足感，无论是直播内容，产品质量，还是仓储物流、售后保障，每个环节都需要下足功夫提升水平，以精耕细作赢得消费者和市场的认可。同理，不管在哪个行业或岗位上，都需要付出足够的努力，都需要不断提升自身的专业素养和服务能力。只要能够精耕细作，无论在哪里发展，上限都是无穷的。

观点三

创新动力也要有外部支持

刘薇

将宁夏牛羊肉带进直播间销售，党兴丽和宁彝源是其中的代表，银川打造电商产业集群，建立集网络销售、区外品牌营销店、冷链配送等于一体的营销体系，带动全市牛羊肉电商企业和养殖企业将产品远销，今年电商销量已达900多吨。

将线上销售和线下生产紧密结合，实现从生产到销售的无缝对接，本身就是一种创新。无论是对个人还是企业，这种创新思维和勇于尝试的精神，皆是就业创业过程中不可或缺的元素。要呵护这份创新动力，外部支持亦不可或缺，包括有关产业与行业发展的政策扶持、资金支持、技术支持等等。

银川已经打造了“宁夏滩羊”电商产业集群和“妙选银川”区域公用品牌，

也在推动肉牛滩羊产业与旅游、文化创意、科技教育产业相结合，在此引导之下，可产生很多新的就业创业岗位。因此，要有针对性地增加更多有利于创业创新的政策措施和信息服务，打破择业固有认知，以更加开放、透明、宽松的政策环境激发创业创新热情。

资源供给同样重要。一方面要提供技术咨询、转移等服务，鼓励社会资本参与，形成多元化渠道，满足创业者不同阶段的技术与资金需求；另一方面，要着眼于当前消费环境，给予企业和创业者更多与市场对接的平台，有针对性地将政府消费券等措施推至中小微企业、小商小铺，以及创业创新领域，拉高产业发展天花板，帮助创业者突破发展瓶颈，扩大就业容量。

一周观察

文博联手茶饮品牌有搞头

周志翔

12月13日，银川市文物管理处与霸王茶姬联合开展品牌联名周边，用“古”与“今”、现代文创的方式，让文物及其背后的故事得以重新进入公众视野，激发人们对传统文化、传统古建的兴趣和热爱，向公众传播历史文化。在宁夏该品牌各门店购买鼓楼限定茶饮，还可以获得联名文创周边。

文物与茶饮品牌开展联名合作，是一种创新的营销策略，旨在通过整合双方的资源和品牌影响力，实现互利共赢。银川文物与茶饮品牌联合，可以提升各自的品牌影响力，推动产品创新和市场拓展，还可以提升消费者体验和增强品牌忠诚度。这种合作模式有助于实现双方的共赢发展，能为消费者带来

更加丰富和独特的消费体验。

文博产品和茶饮品牌各自拥有独特的受众群体，就年轻消费群体而言，他们是茶饮品牌的忠实用户，也是宣传推广城市文旅形象的有效载体。通过联合宣传和推广，可以吸引更多潜在消费者关注银川的文物，提升茶饮品牌的形象和市场竞争力。

地方的文物承载着丰富的城市历史、文化资源，而中式茶饮品牌现在也开始注重文化的传承和创新。二者联名合作可以深入挖掘地方文物的文化内涵，将其融入茶饮产品中，创造出具有独特文化魅力的联名茶饮，满足消费者对文化消费的需求。忠诚的消费者不仅会成为回头

客，还会通过口碑传播等方式为品牌带来更多新客户。

联名合作可以推动茶饮品牌在产品创新方面做出更多尝试，结合银川的特色元素，推出相关周边。消费者在线下门店购买产品，可以获得鼓楼限定围巾、冰箱贴、明信片，为今后开展更加丰富的合作打下了基础，也为消费者提供了更多样化的选择，进一步激发消费者的购买欲望和参与度。

此次合作为期3天，应该是双方试水的开始，如果效果尚佳，将助力实现地方文旅发展与连锁茶饮品牌的合作共赢，共同打造独特的品牌形象和消费体验，这将带来深远的意义和价值。



银川日报社主管主办
国内统一连续出版物号：
CN 64-0017
广告许可证号：
64010040002405
全年定价258元/份

发行投诉：6010188
6021170
新闻投诉：6015303
广告热线：6031733
6036433
新闻热线：4012020

邮箱：wb96111@163.com
地址：银川市解放东路143号
邮编：750004

印刷：宁夏银报智能印刷科技有限公司(地址：银川市宝湖中路450号)



银川晚报



壹度文化



螃蟹团