

對於廣東省老字號月餅品牌「郭師傅」第五代傳承人郭宇航來說，10月到11月是一年中難得的喘歇期。「郭師傅官方旗艦店」抖音號的短視頻更新節奏，也從中秋、國慶黃金周銷售旺季的每日或隔日稍微放緩，開啟了日常小短劇的演繹推送。

當下，傳統工廠進入轉型期，也恰逢「95後」、「00後」新一代「廠長」開始接手管理，他們不僅更加重視線上電商的開拓和推廣，也充分利用當前火爆的短視頻平台等新工具，讓品牌與產品趨於年輕化，將流量轉化為銷售量，為傳統產業突圍同質化競爭尋找新解法。

●文：香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道

圖：香港文匯報深圳傳真

不止是月餅商家，抓住年輕人鍾愛的節假日流量，已成為新一代「廠長」們的共識。「我們在中秋節前，推出了一套月兔主題的女童連衣裙，全平台賣了差不多2,000多件，對於我們這樣小商家來說，成績算不錯。」輕雲靈品牌創始人聶康鳴在淘寶、抖音、拼多多三個電商平台上售賣童裝，專注於出品漢服、蘿莉塔（Lolita）等風格服飾，吸引了眾多年輕父母關注與購買。

代工轉原創 短視頻中找靈感

2020年，聶康鳴在廣東佛山成立了自己的工廠，為其他品牌進行服裝代工，利潤微薄。正是那幾年，98年出生的聶康鳴敏銳地察覺到短視頻平台的火爆，帶火了電商平台的很多商品。「我從大學起就是漢服愛好者，那時候發現很多穿着漢服跳舞的視頻，點讚量極高。」聶康鳴想到，代工終究是「為他人做嫁衣」，不如為自己做品牌，於是從2022年開始鎖定漢服、蘿莉塔為代表的童裝特色服飾領域，進行線上售賣。

第一款賣爆了的童裝，靈感源於聶康鳴在抖音平台偶然刷到的一條視頻：一位女網紅身穿一件綠色的漢服進行穿搭展示，點讚達到了80多萬。「我當時眼前一亮！太漂亮了！後來看到其他普通人模仿這套穿搭的視頻，點讚也能達到10多萬，我知道商機來了！」聶康鳴和團隊以其配色為靈感，重新設計了祥雲、花紋和版型，讓它更適合小朋友，最終這條裙子銷售量超2萬件，也讓聶康鳴堅定了堅持走垂直賽道的決心和信心：「動漫展、國風類產品越來越火，現在這批年輕人還有未來走出社會的學生都很喜歡漢服，未來會為他們的孩子購買漢服童裝，所以我覺得這一賽道會持續發展下去。」

短視頻更新快，電商產品更要快。這款爆款漢服不僅讓聶康鳴嘗到了甜頭，也有了更深遠的思考，為此其成立了團隊，持續關注、收集短視頻及電商平台上該品類的最新趨勢。「童裝迭代非常快，即便是最火的款式，賣一段時間也會過時，所以我們更新很快，每個月基本都會上新20個款，還要提前為節假日準備好爆款。當前，團隊已在為1個月後的聖誕節進行女童服裝的設計，為當代年輕父母群體提供更多選擇。」

年輕化運營 展現老品牌魅力

源於廣東惠州的本土月餅「郭師傅」，曾經也只有線下店裏才能買到。董事長郭漢光早在網購剛興起的時候，就讓兒子郭宇航去接觸線上渠道。「我那時候還在讀高中，就從最基礎的抄訂單做起。客戶打電話來要多少盒，發什麼地址，我一筆一劃寫在快遞單上，再去銀行查賬。」郭宇航回憶。現在，郭師傅線上已與線下銷量持平，實現「五五開」。「90後」郭宇航的參與，真正讓線上渠道「活」了起來。長年在電商平台摸爬滾打的經歷，讓他摸清了電商的運營邏輯。現在的郭師傅線上團隊，成員全是「90後」「00後」，他們在抖音上運營的「郭師傅官方旗艦店」已收穫了近43萬粉絲。

短視頻中，主角郭漢光總是以一口不太標準的普通話、笑意盈盈地出現在鏡頭前，和女兒、員工進行互動，帶着一些有明顯表演痕跡的廣式幽默，親切又有趣。其中，以「為什麼把餅做醜」「說我亂研發」「又燒牡丹太老土」「一到旺季就漲價」等爭議性話題為主題的短視頻，最高點讚量達1萬，一位樸實無華、有自己產品堅持但又吸取年輕人建議的老師傅形象「躍然紙上」，十分鮮活。

在這樣年輕化、網絡化的運營之下，郭師傅品牌收穫了大批年輕消費群體，他們甚至自發在小紅書等社交平台上對這個「風很大」的月餅品牌進行測評和推薦，讓越來越多的新一代消費者了解到這個老品牌。近5年來，郭師傅每年銷售額幾乎都實現了翻番。

「潦草」小鼠太空歸來

香港文匯報訊（記者 劉凝哲 北京報道）11月14日，神舟二十號航天員乘組搭乘神舟二十一號返回艙回到地球，同時帶回中國空間站第九批空間科學實驗樣品。香港文匯報記者從中國科學院空間應用工程與技術中心獲悉，此次隨神舟二十一號飛船下行返回的包括生命科學類、材料類、燃燒類實驗樣品涉及26項實驗項目，包括9種生命實驗樣品，32種材料實驗樣品和3種燃燒實驗樣品，總重量約46.67公斤。四隻太空小鼠也度過了長達14天的



「超期」太空之旅返回地球。在工作人員的精心呵護下，小鼠們正在適應地球的重力環境。

「超期」14日返航 逐漸恢復活力

中國科學院空間應用工程與技術中心研究員賀宇峰介紹，此次下行的生命類科學實驗樣品小鼠着陸後開展現場處置。科研人員對小鼠行為、生理生化關鍵指標開展研究，初步解析小鼠對空間環境的應激響應與適應性變化規律，為進一步理解空間環境



▲ 太空「出差」歸來的小鼠逐漸恢復，開始啃食鼠糧。

香港文匯報北京傳真

▲ 中國空間站第九批空間科學實驗樣品交付科學家。

香港文匯報北京傳真

新生代「廠長」網上突圍 流量中破解銷量密碼

月更20款童裝造電商爆款 老牌月餅直播「燃爆」年輕市場



●「郭師傅」董事長郭漢光（右）在「90後」兒女的引導下，開始在品牌官方賬號中演繹情景劇。



●「郭師傅」第五代傳承人郭宇航（左）與奶奶（中）、妹妹在門店挑選月餅。



●「郭師傅」工廠裏的工人正在手工製作月餅。

「要把月餅做好，還得與時代一起奔跑」

特稿

相比聶康鳴這樣的「廠一代」可以大膽嘗試自己的想法去闖，以郭宇航為代表的「廠二代」顧慮則更多：一面是傳承的「守」，一面是新時代的「變」。有着100多年歷史的郭師傅品牌，線上銷售在近5年的時間裏迎來爆發；電商渠道的成功，背後是父子兩代人在經營理念上不斷磨合的過程，這份傳承並非簡單的交接，而是在「守」與「變」中不斷尋找平衡。

試水鐵盒包裝 狂賣30萬盒

月餅包裝盒的更新，看似小事，卻讓兩代人產生了很大的分歧。父親郭漢光一直堅持使用成本低廉的直筒紙盒，成本僅一元多（人民幣，下同），他很實在地認為「過度

包裝是浪費」。拼多多小二則建議使用鐵盒加禮袋的組合，鐵盒包裝既能解決月餅滲油問題，還能提升中秋這一送禮旺季的產品檔次，成本卻要增至六七元。

最終，來自第三方平台的詳細的數據打動了郭宇航：北上廣白領搜索「中秋禮盒」的數量每年增長，但大多覺得大牌月餅價格過高，更青睞性價比高的老字號產品。郭宇航下決心先做2萬盒試試，沒有想到首批鐵盒月餅上線三天就售罄。2023年全年，這款拼多多「特供」的鐵盒月餅賣了30萬盒，直接帶動郭師傅全網銷售額增長10%。更讓郭宇航意外的是，在拼多多賣得好的产品，在其他平台也能打開市場——鐵盒月餅後來在傳統電商平台也成了爆款。「對於我們這代人來說，平台收集的用戶需求很科學也很實

用，我們還在平台建議之下推出加黑松露的高端款，上線沒多久就爆單了。」

目標15年內主力消費群降至20歲

這些貼合年輕人的轉型舉措的成功，也讓郭漢光看到兒子的眼光與膽識。如今，父子的觀念碰撞，經常圍繞「增長」「破圈」展開，兩人共識的達成越發順利。「要想把月餅做好，還得與時代一起奔跑。」郭漢光介紹，十多年前做過一項調查，郭師傅的主要消費群體集中在48歲左右的年齡段。通過當前不斷創新，現在的產品日益年輕化，已成功吸引了更年輕的群體，目前主力消費群體的年齡已下降至36歲左右。「接下來的目標是在15年內，進一步將主要消費群體的年齡降低到20歲左右。」

電商平台「黑標」認證破原創困局

銷售額擴大至三千萬元人民幣。

原本，廣東代工模式下的童裝商家並不擅長原創設計，也忽略了對市場需求的洞察，聶康鳴的成功，在當地引發了一陣「原創漢服」熱潮，「我們銷量超1,000件的款，基本就會被抄襲。」提及這件事，聶康鳴並沒有生氣，反而有着「95後」的自信：「我們款式推出得早，產品又更新得快，所以他們怎樣都趕不上我們的節奏。」

另外，雖然很多盜版衣服比輕雲靈品牌賣得更便宜，但聶康鳴很聰明地入駐了不同的電商平台，並申請了拼多多「黑標品牌」、抖音「黑標旗艦店」等標識，這些均為電商平台對優質品牌商家的認證標識，代表高信譽、正品保障和流量



● 輕雲靈的拼多多網店，「黑標品牌」的標示醒目。

網絡截圖

扶持，「現在和我們差不多年齡的消費者，是伴隨着網絡成長起來的一批人，很擅長篩選店鋪與商品。他們在平台上看到一樣的裙子時，反而會選擇價格更高的我們，因為平台的認可代表着我們更好的質量。」

第九批實驗樣品交付

對生命體的影響提供科學依據。

搭乘神舟二十一號飛船前往空間站的四隻太空小鼠，原定5天的太空之旅，因突發事件延期至14天。香港文匯報記者從中國科學院空間應用工程與技術中心發布的太空小鼠最新視頻觀察發現，「超期」太空出差的小鼠們正在適應地球的重力環境，牠們的外表看起來略顯「潦草」。工作人員將小鼠們放在鋪着柔軟墊材的實驗盒中，把牠們輕輕捧在掌心中撫摸，用耳溫槍測試體溫，還用小針管給牠們餵水。在工作人員的精心呵護下，幾隻小鼠也開始逐漸恢復活力，並主動啃食飼料。

將研究重力對材料性能影響規律

除實驗小鼠之外，其他生命類科學實驗樣品如斑馬魚和金魚藻、鏈黴菌、渦蟲、腦類器官等，及部分材料類、燃燒類科學實驗樣品，於11月15日凌晨0時40分轉運至北京中國科學院空間應用工程與技術中心。中國科學院空間應用中心作為空間應用系統總體單位，對返回的實驗樣品狀態進行檢查確認後，交付科學家開展後續研究。其餘的材料類、燃燒類科學實驗樣品後續將隨神舟二十一號飛船返回

艙運抵北京。

賀宇峰介紹，科學家後續將對返回的生命類細胞樣品進行轉錄組測序、蛋白組學檢測等生物學分析，從細胞到3D組織多維度研究微重力環境對機體的影響，並解析其關鍵生物學機制和干預靶點，為相關疾病預防與干預提供新的線索。

鎢鉛合金、軟磁材料、弛豫鐵電單晶等材料類實驗樣品返回後，科學家將對空間樣品進行組織形態、化學成分及其分布差異等測試分析，研究重力對材料生長、成分偏析、凝固缺陷及性能的影響規律，研究材料在空間特殊環境下的服役行為和服役性能。研究成果將推動高性能太陽能電池防護材料、高增益抗輻照光纖及月球基地建設材料製備工藝的未來空間應用，為衛星通信、太空探索提供重要的理論基礎與技術支撐。

燃燒類實驗樣品燃燒器、碳煙採集板及採集蓋返回後，科學家將開展對半導體納米材料火焰合成產物、碳煙樣品及納米碳顆粒生成特性的分析研究。研究結果有望為地外納米材料火焰合成、新型能源系統開發、空間防火技術以及先進功能納米碳材料製備提供技術支持。