

● Business Capability / 业务能力说明

# 国内直播 × 海外直播

同一套「策略—货盘—内容—直播—投流—复盘」的交付能力，  
在国内跑了四年，现在带着它出海。

直播代运营

达人矩阵 10 万+

国内 20+ 直播间

TikTok 美区 6+ 账号

国内

抖音生活服务三星级服务商（最高）· 巨量本地推综合代理 · 抖音集星全国综合类 MCN TOP.1

海外

TikTok 官方店铺运营服务商 · TikTok 联盟分销服务商 · 美区新锐跨境商家加速计划

01

公司

02

国内直播

03

海外直播

04

选品与合作

100<sub>亿+</sub>

客户年度线上 GMV

92<sub>+</sub>

合作品牌 / 15 个行业

104<sub>人</sub>

团队 / 20+ 直播间

30,924<sub>.57</sub>

海外累计 GMV / 美元

# 先说结论：能力是国内练的，海外是复制。

我们不是单纯的直播代播公司。真正在交付的是一套可复用的经营动作——判断什么货能爆、组织内容与达人把流量灌进去、用直播承接、用投流放大、用复盘把经验变成下一次的起点。这套动作在国内服务了 92 个品牌，现在正在 TikTok 美区重跑一遍。

**100** 亿+

服务的客户每年创造的线上 GMV

**1.13** 亿

海底捞六一 IP 大场，4 天支付 GMV

**92** +

合作品牌，覆盖 15 个行业

**10** 万+

自有达人库，月均合作达人约 2 万

**104** 人

团队规模，20+ 间专业直播间

**6** 个

海外已跑通的账号矩阵

**30,924.57** 美元

海外累计 GMV (2026.10)

**11,037** 美元

海外单场最高，31h50m 连播 1,024 单

关于海外体量，我们不修饰。30,924.57 美元放在国内业务面前不算大，它的价值不是规模，而是路径验证——从账号冷启动、货盘测试、直播承接、投流放量到复购，全链路我们自己跑通了一遍。同时我们已经拿到 TikTok 官方的三个身份，这意味着在美区我们不只是自己开播，还能以服务商身份承接品牌的店铺运营与达人分销。

02

公司介绍

传媒 + 科技 + 海外

03-08

国内直播

四条线并行的交付体系

09-11

海外直播

从 0 到 1 已跑通

12-14

选品与合作

证据 · 互补 · 90 天

# 传媒 + 科技 + 海外，三引擎

仓藤传媒成立于 2021 年，总部武汉，北京、上海、杭州设分公司。2022 年首批抖音本地生活服务商，四年时间从单一执行团队成长成全案服务商。三个引擎不是三条独立业务，而是同一套能力的三种变现方式：**这套方法在国内练出来，用科技固化，再向海外复制。**

## ENGINE 01

### 传媒

内容营销与经营交付，把品牌的流量变成门店和货架上的成交。

- 品牌策略 / 内容策划
- 达人营销 / 直播运营
- 商业投流 / 职人培训
- 招商加盟

## ENGINE 02

### 科技

仓藤科技，把交付过程工具化，把经验沉淀成系统。

- OKFramework 极速开发框架
- 达大大达人协作平台
- Studio AI 创作平台
- 舆情分析系统

## ENGINE 03

### 海外

主攻 TikTok Shop 美区，从直播到复购的链路已跑通。

- 美区账号矩阵运营
- 跨境直播承接
- 联盟分销 / 达人撮合
- 海外仓备货 / 自播自卖模式

## 国内资质与业绩

- 抖音生活服务三星级服务商（当前最高等级）
- 巨量本地推综合代理
- 抖音集星全国综合类 MCN TOP.1
- 2023 年 6 次荣获全国 TOP.1 综合服务商
- 2022 年成为首批抖音本地生活服务商
- 服务的客户每年创造线上 GMV 超 100 亿元

## 海外资质

- TikTok 官方店铺运营服务商
- TikTok 联盟分销服务商
- TikTok 美区新锐跨境商家加速计划（新锐大商）

## 团队构成

104 人：商务 12、策划策略 8、项目经理（AE）10、达人运营 15，其余为直播、内容、投流、设计中台。

## 场地与产能

武汉总部 100+ 工位、20+ 间专业直播间，含实景棚与绿幕 / XR 棚。

## 组织与背景

北京、上海、杭州设分公司，服务覆盖全国、按项目跨城驻场。核心成员来自字节跳动与 4A 广告公司。

# 直播不是「开个播」，是四条线并行

国内业务体量这么大，靠的不是某一场爆单，而是四种直播形态同时跑：官播养权重、店播做复利、达播打峰值、大场做破圈。每一种背后都有一支固定配置的团队和一套标准动作。

## 品牌官播 / 日播

稳定日销、养账号权重。我们全托管：主播、中控、场控、货盘、话术、排期，不需要品牌自己攒团队。

## 门店店播 / 职人播

把总部能力复制到几千家门店。培训 + 陪跑 + 督学 + 账号复诊，让客户建起自己的内容与获客能力。

## 达人直播

短期放量、破圈。达人招募、梯度货盘、话术培训、排期矩阵，曾 2 天招募 571 名直播达人。

## 主题大场 / IP 联名

做品牌声量与单日峰值。全案操盘：创意、场景、预热、投放、复盘，大场有逐日执行 List。

### WHAT WE ACCUMULATED

### 这些数字背后沉淀了什么

#### 标准化 SOP

方案、筹备、预热、执行、复盘，每个环节明确「什么时间、谁、做什么、谁确认」。

#### 达人资产

10 万+ 自有达人库，16 维评价体系，红黑榜持续沉淀，一线城市覆盖 100%。

#### 内容风控

达人内容三轮审核：违规违法、风险词、品牌词，确保不出舆情事故。

#### 项目经理制

AE 全程跟进，对交付完成度和客户满意度负责，不做「交付即失联」。

**这四条线的价值：**品牌找代运营最怕的是「只播不管货、只管投放不管转化」。我们的配置是**策略、货盘、内容、投流**在同一支团队里，所以能对最终成交负责，而不是对播放量负责。

### 一场大场的标准动作 · 从立项到复盘

01

#### 方案与目标

定单量目标、货盘结构、人群策略

02

#### 筹备

直播间设计、主播招募与培训、话术确认

03

#### 预热

海报、短视频、达人预热、私域触达

04

#### 执行

搭投流计划、播中调价、控节奏

05

#### 复盘

数据归因、话术沉淀、下一场优化项

## 冷启动

新品牌、新门店、新账号：账号搭建 + 内容铺量 + 首场测试，先把「能不能卖」验证出来。

## 放量

模型成立后：日播打底 + 达人矩阵放量 + 追投放大，把单场峰值变成月度曲线。

## 稳盘

成熟期：店播常态化 + 节点大场 + 私域复购，把流量沉淀成可经营的资产。

# 九个案例，五类增长能力

亿元级活动操盘、达人矩阵放量、零售转化、门店职人赋能、招商扩张——每一类都有可查的真实结果。

| 品牌       | 项目            | 结果                                    |
|----------|---------------|---------------------------------------|
| 海底捞      | 2026 六一 IP 大场 | 4 天支付 GMV 1.13 亿元，累计曝光 9161 万次        |
| 湖北中石油    | 抖音全域经营        | 3 个月销售额突破 1.1 亿元，单月短视频 17000+ 条       |
| 猫眼电影     | 元旦跨年达人直播      | 2 天招募 571 名达人，直播时长 1100+ 小时，跑通小程序直播路径 |
| 小米       | 全国门店职人赋能      | 覆盖门店 9900+、认证店员 3300+，直播成交突破 400 万元   |
| 百果园      | 佳沛西梅主题店       | 项目 GMV 500 万元、订单 8.5 万单，达人直播贡献 150 万元 |
| 喜茶       | 酷黑梅桑新品        | 24 小时内 2.5 万单，成交 450 万元               |
| 书亦烧仙草    | 「我爱何书亦」话题     | 3 天 40 万单，话题曝光 1.2 亿（现累计 4.3 亿）       |
| 新日电动车    | 星链计划华东站       | 集训期短视频产出 +123.95%，销售总额 63 万元          |
| 赵美丽 × 美的 | 跨行业联名直播       | GMV 370 万元，曝光 685 万+，订单 3 万+          |

## CLIENT BASE 客户结构

合作品牌 92+，覆盖 15 个行业。长期年框客户包括瑞幸、海底捞、美的、小米、海信、TCL、追觅、君乐宝、百果园、喜茶、书亦烧仙草、老凤祥、蔡司、特步、猫眼、自如家服、京东养车、中石油、MELAND 等。

|      |      |      |      |      |
|------|------|------|------|------|
| 餐饮   | 茶饮   | 家电数码 | 商超快消 | 汽车车后 |
| 文旅酒旅 | 美妆个护 | 母婴亲子 | 宠物健康 | 家居家装 |
| 黄金珠宝 | 服饰运动 | 教育   | 金融政务 | 即时零售 |

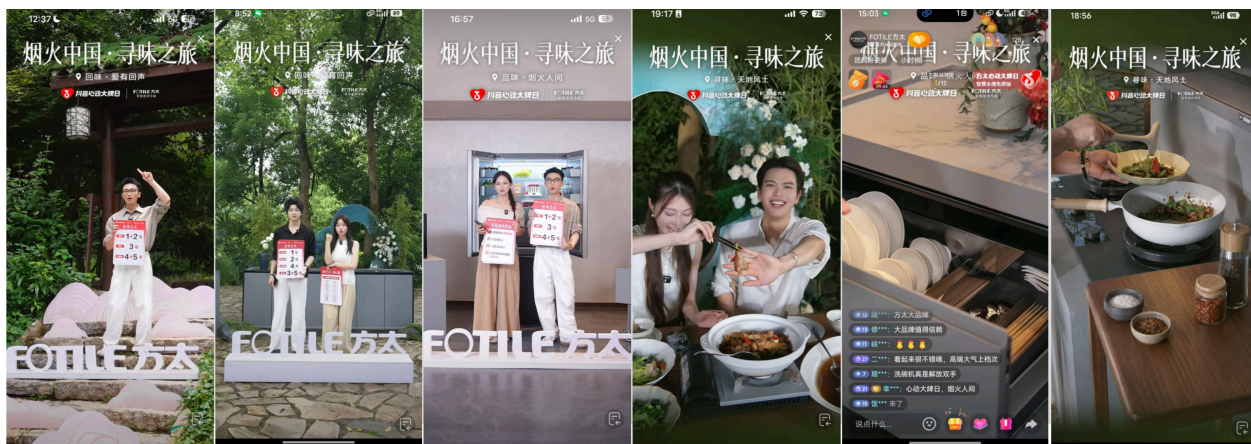
|                                                            |                                                           |                                                       |                                                      |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>亿元级活动操盘</b><br>海底捞六一 4 天 1.13 亿、中石油 3 个月 1.1 亿——复杂大场统筹。 | <b>达人矩阵组织力</b><br>猫眼 2 天 571 名达人、书亦 3 天 40 万单——短时间调动海量内容。 | <b>门店与职人复制</b><br>小米 9900+ 门店、新日产出 +123.95%——把能力装进一线。 | <b>零售转化承接</b><br>喜茶 24 小时 450 万、百果园 500 万——从内容到交易闭环。 |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|

# 两张战报，看得见的专业直播能力

海底捞六一 IP 大场 4 天 1.13 亿元、方太 521「三天三景·烟火中国」实景直播——这是复杂大场的统筹能力。大场之外，日播、店播、明星、元宇宙 XR 我们都在接，一场直播背后是 10 个岗位的专项配置。



海底捞 x 仓藤：儿童节抖音大场直播，四天 GMV 破亿 · 非粉成交占比 40% · 人均观看时长 80s



方太 x 仓藤：521 心动大牌日，厨电行业首创「三天三景·烟火中国」叙事型实景直播

## MORE FORMATS 不止大场：另外三种直播形态

### 元宇宙 / XR 直播

三维建模还原 IP 场景，MELAND 最高在线 1 万+、开播 3 小时 300 万+；书亦 x 封神停留 444s、曝光 700 万。

### 明星 / 红毯直播

猫眼电影明星红毯与跨年直播，2 天招募 571 名直播达人矩阵式承接，兼顾声量与成交。

### 品牌日播 / 店播

日播打底、店播复制到门店，配合职人体系覆盖 9,900+ 门店、3,300+ 认证店员。

# 一万个达人同时发片，靠的是组织能力

单次执行 1 万+ 达人项目、2 天招募 571 名直播达人——不是靠人脉，是**筛选、排期、培训、审核**四个环节都有标准动作。这套组织力，是海外最缺、也最难短期复制的一环。

10 万+

自有达人库  
16 个维度打标签

2 万

月均合作达人  
覆盖全国城市

1 万+

单次可执行  
达人项目规模

30 +

专职达人运营  
团队配置

## RELEASE RHYTHM

## 7-2-1 发布节奏

## 筹备 · 提前 7 天

Lv6 达人 20% + Lv5 达人 80%，统计总片量、制定排期表，按 721 分批。

## 爆发 · 第 1 天

常规与单一卖点视频集中发布，占总片量 70%，把流量压在支付转化最高的窗口。

## 补量 · 第 2 天

探店视频集中发布，占 20%，让商品在整个使用周期里保持热度。

## 收尾 · 第 3 天

补量视频发完剩余 10%，长尾继续承接搜索与推荐流量。

## DATA · 选人

## 16 个维度，先筛人再谈钱

粉丝画像、内容质量、区域、行业、配合度、动态带货力、擅长品类等 16 个维度建库，叠加历史投放数据形成**的红黑榜**，把「感觉这个达人行」变成可复用的判断。

## CONTROL · 控内容

## 三轮审核，主播先考试再开播

达人内容三轮审核：违法违规、风险词、品牌词与产品词逐条比对 Brief；直播达人开播前统一话术培训，问卷考核通过才允许开播，避免给门店带来客诉。

## 梯度货盘

官方账号与达人账号做货盘区分，保住官方中心流量，再让达人做增量。

## 激励机制

按达人层级设计佣金与升级玩法，让头部愿意播、腰部愿意跟。

## 排期矩阵

提前排期减少空档，形成持续的品牌热度，而不是一波流。

达人不是流量批发，  
是**可控的内容供给**。

CANGTENG MEDIA · CREATOR OPS

# 把总部的能力，装进几千家门店

品牌真正的难点不是总部会不会播，而是几千家门店能不能同时会播。我们把课程、陪跑、考核拆成标准动作，让一线店员变成能持续产出内容的人。

12,000+

累计培训人数  
线上线下合计

9,900+

覆盖门店数  
单项目最高

3,300+

认证店员  
通过考核上岗

3.84×

短视频发布量增长  
互动量 1.55 倍

## 线上 · 12 节通识 + 1 个月陪跑

从「什么是职人」讲到账号搭建、脚本、直播话术，配 1 个月陪跑答疑，先把认知拉齐。

## 线下 · 2 天 1 夜 / 3 天 2 夜

集中实训，现场拍、现场剪、现场播，用两三天把动作练成肌肉记忆。

## 进阶 · 标杆与 IP 打造

筛选优质学员做定制进阶：推流、IP 人设、区域标杆，让一批人先跑出来带动其余。

CASE · 新日电动车

## 华东星链计划

高强度实战 + 标准化考核，帮区域建立起可复制的职人内容体系：集训期短视频产出 +123.95%，带动销售总额 63 万元，覆盖门店 9900+。

抖音生活服务商管理部

美的

中石油

伊利

四川电信

汉堡王

必胜客

麦吉丽

袁记云饺

锅圈

这件事对供应链方意味着什么：一批货铺下去，最难的是让每个账号都持续产出。我们的培训体系，能把「少数人会播」变成「一批人会播」，这是货盘放量时最容易被忽略、却最卡脖子的一环。

职人不是把店员变成主播，  
是让每一家门店都变成可被搜索到的入口。

CANGTENG MEDIA · STAFF ENABLEMENT

# 同样的预算，我们产出更多

直播拼到最后是单位成本：同样一场直播，谁能用更少的钱拿到更多素材、更准的流量、更低的获客成本，谁就能在价格带里活得久。

## 01 · TRAFFIC

### 投流

巨量本地推综合代理（首批资质），投手与内容同组，素材、人群、出价一起调。

- 本地推 + 千川双线
- 按 ROI 而非消耗考核
- 大场前 7 天预跑模型

## 02 · GEO

### 搜索卡位

自研 GEO 数据监测，追踪主流 AI 平台与搜索的引用偏好，做标准化内容铺设。

- 美团歪马送酒 7 天霸榜
- 品类第一，ROI +200%
- 中标入库服务商

## 03 · AI

### 内容工厂

Studio AI 批量出片，3-7 分钟生成一条可用素材，把测试成本压到最低。

- 脚本 / 分镜 / 成片自动生成
- 达大大 20 万+ 资源匹配
- 舆情系统 7x24 风控

## WHY IT MATTERS

### 对海外尤其关键

#### 测款更快

一个新品要用多少条素材才能判断能不能卖？AI 出片把这个周期从两周压到两三天。

#### 试错更便宜

美区投流贵，先用低成本素材筛出高点击内容，再拿预算去放大。

#### 复制更容易

素材、话术、排期都留在系统里，换账号、换国家都能直接复用。

## SIX PRODUCTS · 六大自研产品支撑

OKFramework 开发框架

OK.Fast 云平台

达大大 达人协作

舆情分析系统

Studio AI 创作平台

私有化智能终端

## 7-DAY LAUNCH · 一个新品，7 天跑通

### D1

#### 选品定角

看价格带、毛利与退货，定下主推款与目标人群。

### D2

#### 素材量产

AI 批量出 30-50 条素材，覆盖不同卖点与场景。

### D3

#### 小流量测款

小预算跑 3-5 场，看点击、加购与成交密度。

### D4-5

#### 达人预热

达人短视频铺量，开播前把搜索与推荐热度做起来。

### D6-7

#### 直播承接

长连接流量，播中调价调品，复盘进下一轮。

一句话：国内四年沉淀的不只是案例，还有投流模型、内容产能和风控系统。这三样东西不依赖具体的人，所以能跟着货盘一起搬到海外。

# 海外这条链路，我们自己跑通了

主攻 TikTok Shop 美区。账号矩阵、四个品类，从冷启动到稳定出单。规模不大，但每一个环节都在我们自己手上，这意味着它可以被复制。



## ACCOUNT MATRIX 账号矩阵，按品类拆

| 账号             | 主攻品类      | 当前状态                                  |
|----------------|-----------|---------------------------------------|
| utodio.hz      | 家居收纳 / 服饰 | 已进入稳定出单，单场最高 <b>\$11,037</b> 、1,024 单 |
| softlife.goods | 家居收纳      | 拍卖玩法验证完成，客单价 \$48—52，单场 107 单         |
| pulse.luxeo    | 二奢箱包      | 拍卖拉高客单，客单价 \$300，评论率 11.32%           |
| washlando      | 家居收纳      | 冷启动期，场观 2.87K—4.15K，女性用户占比 90%+       |
| 其他账号           | 快消小商品     | 测试中，承接新货盘测款                           |

## WHY IT MATTERS 三个官方身份，比 GMV 更重要

- TikTok 官方店铺运营服务商
- TikTok 联盟分销服务商
- TikTok 美区新锐跨境商家加速计划（新锐大商）

这意味着在美区，我们不只是「自己开个店播」的卖家，而是能以服务商身份承接品牌的**店铺代运营**与**达人分销撮合**。这两个接口，恰好是西之月这类有货盘但缺流量的供应链方最需要的。

# 单场数据，后台原始口径

以下全部来自 TikTok Shop 直播大屏截图，未做任何加工。时间、时长、GMV、订单、客单价逐场可核。

| 账号             | 时间          | 时长     | GMV(USD) | 订单    | 曝光 / 观看   | 客单价   |
|----------------|-------------|--------|----------|-------|-----------|-------|
| utodio.hz      | 10/25-10/27 | 31h50m | 11,037   | 1,024 | 曝光 50.5 万 | 10.32 |
| utodio.hz      | 10/28-10/29 | 6h38m  | 2,764    | 197   | 曝光 12.1 万 | 14.03 |
| pulse.luxeo    | 8/6         | 1h42m  | 850      | 3     | 观看 1.41K  | 300   |
| softlife.goods | 10/22       | 2h30m  | 572      | 79    | 观看 2.66K  | 51.62 |
| softlife.goods | 10/21       | 2h09m  | 366      | 107   | 观看 2.17K  | 48.22 |
| washlando      | 10/3        | 1h59m  | 260      | 38    | 观看 4.15K  | —     |
| washlando      | 10/3        | 1h26m  | 211      | 28    | 观看 2.87K  | —     |

## READING THE DATA

## 四个信号

## 低客单、高转化，结构健康

utodio.hz 爆场客单价 10.32 美元、1,024 单、曝光 50.5 万。  
美区家居小商品的价格带就在这里，选品对了就能起量。

## 长连播吃跨时区自然流量

31 小时 50 分是刻意的。美区时区跨度大，长连播把冷启动成本摊薄，不是硬熬时长。

## 二奢靠玩法抬客单

pulse.luxeo 用拍卖（Auction）做 LV 箱包，3 单做到 850 美元，客单价 300 美元，评论率 11.32%。

## 素材与话术被验证过

点击率 8.64%、点赞率 31.76%、评论率 13.25%——互动指标说明内容侧有效，不是靠投流硬烧。

4 个

已跑通品类  
家居 · 二奢 · 服饰 · 快消

2 种

长连播 + 拍卖  
两种打法已验证

100 %

数据来自  
TikTok 后台截图

# 我们最擅长的不是「播」， 是判断什么货能爆

海外 GMV 不大，但「把货打爆」这件事我们有实证。选品 + 内容 + 达人密度这三件事组合起来才是壁垒——单看任何一项都不稀奇。

## 国内：被反复验证的爆品打法

### CHINA · PROVEN

书亦 3 天 40 万单、喜茶 24 小时 2.5 万单、瑞幸 4 天撮合 1800 位达人、75 万单 GMV 1000 万。这些都是「选品 + 内容 + 达人密度」组合的结果，不是单点运气。

## 海外：同一批货可二次起量

### OVERSEAS · REPLICABLE

家居收纳在 washlando、softlife.goods 两个账号反复验证——同一批货、换账号、换话术，可以二次起量。这说明模型可迁移，不是某个账号的偶然。

为什么「能打爆」比「播得多」重要：GMV 只是一个结果，真正稀缺的是判断什么货能爆的确定性。接下来两页是真实证据——买家端的五星好评、供给端的达人催货，一条说明货卖得出去且口碑稳，一条说明达人是主动来找货的，不是我们求着推。

### 货盘初筛

看价格带、毛利、体积重量、退货率，先排除物流与售后坑。

### 小流量测款

单账号小预算跑 3—5 场，看点击率、加购率、成交密度。

### 内容验证

换 2—3 版话术与素材，确认是「货好」还是「话说对了」。

### 放量复制

模型成立后横向复制账号，同步谈货盘价与备货深度。

40 万单

书亦烧仙草 · 3 天  
话题曝光 1.2 亿

2.5 万单

喜茶 · 24 小时  
成交 450 万元

1,800 位

瑞幸 · 4 天撮合达人  
75 万单 / GMV 1000 万

「判断什么货能爆」不是灵感，  
是几百个 SKU 试出来的手感——我们把它变成了流程。

CANGTENG MEDIA · SELECTION METHOD

# 真实买家五星好评，货在美区立住了

注意品类：折叠药盒、便携收纳、化妆包、万圣节装饰——都是日常消耗品，复购与口碑在美区站稳了，说明选品判断是对的。

★★★★★ | Sam | 2026年9月21日PM9点12分

This charming cube is perfect for storing your vitamins, supplements, or medications. Its convenient, collapsible design folds into a compact square, and a strap makes it easy to find and carry in your bag.



折叠药盒 · 五星 · 2026.9.21 · charming cube, collapsible design

★★★★★ | Kim | 2026年10月25日PM7点44分

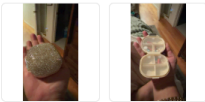
I love this makeup case. So much I have the pink and black. It feels good and theres so much room. Dont pass this one up.



粉色化妆包 · 五星 · 2026.10.25 · Dont pass this one up

★★★★★ | dyanholc | 2026年9月29日PM4点20分

Pretty little pill organizer I can grab and go. Don't have to open bottles every single night with this beauty!



便携药盒 · 五星 · 2026.9.29 · grab and go

★★★★★ | BadAs | 2026年10月27日AM7点58分

Very cute 2 pack of ghosts. Very easy to assemble. Came with lights. I thought they would be a little taller but I didn't pay attention during the auction.



万圣节装饰 · 五星 · 2026.10.27 · 拍卖玩法成交

★★★★★ | Just DeeD | 2026年10月22日AM3点56分

Its a nice soft bag that holds a lot of product. I love how it has the strap on the bag where it fits right over your suitcase handle



收纳旅行袋 · 五星 · 2026.10.22 · holds a lot of product

为什么这五张图重要：买家端口碑比 GMV 数字更能说明「货卖得出去且不退货」。带图好评率高，退货与差评风险低——这正是供应链方最关心的一件事。

**可复制的迹象：**家居收纳在 washlando、softlife.goods 两个账号反复验证——同一批货、换账号、换话术，可以二次起量。好评里反复出现的「折叠、便携、收纳」关键词，说明选中的是一个可持续的需求带，而不是单点爆款。

5 / 5

评价全部为五星  
无中评、差评

5 / 5

全部为带图好评  
买家自发晒图

4

覆盖品类  
药盒 / 收纳 / 化妆包  
/ 节庆

9-10 月

评价时间跨度  
持续稳定出单

# 达人主动催货：缺货是爆品被验证的证据

不止买家，达人也在主动要货。缺货不是失误，是**爆品已经被验证**的证据——这恰好是当前最卡的一环，也是合作价值最大的地方。



Hi! Are you thinking about restocking this item? I noticed that it's getting low in stock. I have been generating some sales with it and would love to make more videos!

达人主动询问补货，想继续出视频带货（would love to make more videos!）

Yes they prefer this one. If you get pink back in stock that would be great. I can sell thru them quickly

19:50

如果有粉色现货会很好，我很快就能卖完

Hi. Do you know when the pink makeup bag will be back in stock? 已编辑 12:19

直接问粉色化妆包什么时候补货

The pink was out of stock and kept being requested. 🙄 15:05

Do you know when it will be back in stock 15:05

粉色一直缺货，但一直被要——反复催

## 供给侧的真实需求：

- 达人主动找上门——不是我们求着推
- 有销路——I can sell thru them quickly
- 复购型需求——粉色化妆包反复被要求补货，需求持续而非一次性
- 断货即损失——每缺一次货，就是一轮已验证的流量白白流掉

这四张图证明的是什么：我们最擅长的不是「播」，是判断什么货能爆、然后组织流量把它打爆。现在缺一个能稳定供货的伙伴，把已经验证的模型放大。

**下一步：**安排一次 1 小时的货盘对齐会。我们带实时数据、可复制的打法、以及一份「已验证需求清单」过去——清单上的每一个品，都是买家和达人双向验证过的，只等稳定货源。

### 已验证 · 家居收纳

两个账号反复起量，客单 48—52 美元，评价稳定，适合做基础盘。

### 高客单 · 二奢箱包

拍卖玩法把客单拉到 300 美元，单场 3 单即 850 美元，适合做利润。

### 待测 · 快消小商品

用剩余账号小预算测款，验证后横向复制，适合做增量。

缺货不是我们的问题，  
是**爆品跑得比备货快**。

CANGTENG MEDIA · SUPPLY & DEMAND

# 我们缺的不是能力，是稳定的货盘

现在最卡的一环很清楚：选品靠测，测出来的爆品常常供不上货。货盘成本直接决定能不能放量——所以我们找的不是客户，是供应链侧的长期伙伴。

FIT 双方互补点

| 供应链方的优势             | 我们的能力                     | 组合结果               |
|---------------------|---------------------------|--------------------|
| 7-8 家国内工厂，国内测款后海外备货 | 海外账号矩阵 + 直播承接 + 投流        | 测出来的款，我们能接得住、卖得动   |
| 现货货盘，可直接开卖          | 多个已养账号 + 成熟 SOP + 官方服务商资质 | 拿到货盘即可排期开卖，不用重新冷启动 |
| 独立站新项目              | 内容生产 + 达人资源 + 投流能力        | 站外流量从 0 到 1 有人承接   |

NEXT 90 DAYS 接下来 90 天

|                                                                          |                                                                            |                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>0 — 30 天</p> <p>货盘对接与测款</p> <p>接入现货货盘，跑 3-5 个品类测款，出转化率、退货率与价格带数据。</p> | <p>30 — 60 天</p> <p>单账号模型放大</p> <p>把 11,037 美元单场模型复制到 2-3 个新账号，验证可复制性。</p> | <p>60 — 90 天</p> <p>站外流量承接</p> <p>配合独立站项目，跑 Google / Meta 冷启动测试，把站外流量接住，形成站内外闭环。</p> |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|

一句话总结：国内四年，我们把「判断什么货能爆、组织流量把它打爆」练成了标准动作，服务 92 个品牌、客户年度 GMV 超 100 亿。海外这条链路我们也已经跑通：多账号、4 个品类，同一套动作重跑了一遍。现在缺一个能稳定供货的伙伴，把模型放大。

WHO WE LOOK FOR 我们想找的伙伴

|                                                |                                                |                                                   |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <p>有稳定货源</p> <p>国内工厂或现货货盘，能配合测款节奏快速补货，不断档。</p> | <p>愿意共担试错</p> <p>测款期共同承担样品与小批量成本，跑通后按比例放量。</p> | <p>做长期生意</p> <p>不追单次爆量，愿意把货盘和账号一起养，做复购而不是一波流。</p> |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------|