# 上海这家园区说“云招商”太值了

成本只要2万元，短短1个小时，超15万人次在线观看直播，对接企业百余家，其中20家企业明确了落户意向。

记者日前在东方美谷•虹桥中心产业园了解到，这一产业园开展“云上招商推介会”，同时在上海、北京、郑州三个会场连线直播，实际效果让主办方大呼“超出预期，太值得了。”据悉，这是奉贤区首次尝试线上直播招商模式。

年初以来，受疫情的影响，不少地方的传统招商模式受到了阻碍。而像这样运用互联网思维，创新推出的招商引资新模式、新方法值得借鉴。

疫情冲击下探索招商新模式

记者了解到，东方美谷•虹桥中心拥有2万多平方米的物业，属于奉贤区南桥镇的集体资产。由于地处虹桥国际商务区核心区，周边交通发达、配套齐全，自2017年底启动招商以来，受到了各方的青睐，目前出租率已近7成，大多为企业地区总部、现代服务业等企业。

南桥镇经济发展科科长徐鹏英告诉记者，之所以虹桥中心目前还有一些物业空间，是因为对于入驻产业园的企业，镇里有明确的要求，必须符合国家的产业方向和东方美谷的产业定位，这几年一直在项目招商中精挑细选，力求实现经济高质量发展。

“本来计划春节后就要赴各地展开新一轮的招商，但是因为疫情，线下的招商短期内肯定无法实现。”徐鹏英说，但招商工作不能因此打烊，园区的发展也不能断链，于是决定和第三方平台展开合作，尝试全新的云招商模式。

云招商需要做哪些准备？

传统的招商模式和直播招商有哪些不同？需要做哪些准备？作为此次活动的主办方之一，上海南桥企业管理有限公司总经理赵晓清颇有发言权。

“直播的方式一定要尽量简短、精炼、有趣，要有吸引人的点，时间过长就没人看。”赵晓清说，“传统的招商推介会，一般要持续2个小时，播放的招商推介片，少则四五分钟，长则七八分钟。但线上直播不允许，全程只有一个小时左右。因此，我们把推介片重新剪成了几十秒的短视频。所有的画面都是点到为止，不仅节约了时间，还给观众互动提问留出了悬念。”

考虑到直播的诸多要素，这场线上招商会设计了三大板块的内容，除了播放招商短视频，还有观众互动和业内大咖的主题演讲。据赵晓清介绍，活动准备时间大概用了一周，两天时间设计流程、整理发布内容，五天时间在做各种技术准备。“我们平时看手机视频时，遇到卡壳，就不会看下去。所以如何通过技术手段保持直播的流畅，在前期花了较多的时间。”

此外，在直播主持人的选择上，主办方既没有选择领导，也没有邀请专业人士，而是由一个毫无主持经验的办公室小姑娘担任。“直播过程中确实出现了一些小瑕疵，但小姑娘特有的活泼和更多的网络语言，让气氛更加轻松，赢得了不少观众的点赞。”赵晓清笑称，这是直播中最得意的亮点，发现了身边的人才。

云招商模式显示出独特优势

在“云招商”的一个小时时间内，超15万人次在线观看直播，对接企业百余家。不仅观看的人数之多、反应之热烈让人出乎意料，而且20家企业明确了落户意向，目前已在深度对接中。

“云招商模式，大大打破了时间和空间的限制。”对此，在现场参与直播的上海奉贤区南桥镇副镇长骆永颇为感慨。他解释说，传统的招商会，需要一场场举办，而且会议一结束，影响基本没了，范围仅限于参加会议的人和周边的人。但是网上直播就不同，资料在网上可以一直留存，效应可以持续发挥。更可喜的是，一些实名注册的观众，虽然在观看直播时比较“沉默”，但是我们可以通过后台数据，查看他们关注视频的时间、次数，揣摩其真实想法，进一步在线下主动出击、精准招商。

记者注意到，云招商模式除了效果明显外，其成本的优势也十分突出。据悉，一场传统线下招商会，包括各种展板、资料、会场、差旅费，开销在20万元至50万元不等，而此次南桥镇尝试的线上直播招商，前后仅花费了2万元左右。

骆永对记者表示，这次直播招商带来了太多的启发。以前的招商线下为主，线上为辅，未来将齐头并进。同时，还将丰富云招商的模式，比如网红直播招商等等，将更多的优质资源通过互联网的平台推介出去。目前全镇已经初步梳理了八个主题内容，下一步将一一开展实施。

经济日报2020-3-12