

的韧性。

这条“湿水测试”视频收效意外地好，很快便冲上了快手平台热门。这天凌晨三点，小叶被手机震动惊醒，“当时打开快手，每刷新一下，这条视频就多1000多播放量”。临时起意的直播，却换来了实打实的转化，小叶下定决心要继续搭乘短视频直播电商的快车，并为自己的纸品品牌起了个好听的名字“小叶子”。

以高质量、差异化源头好货为底牌，辅以精细化、灵活的短视频直播运营策略，小叶让新兴纸品品牌从河北走向全国，同时也迅速积累了大批高忠诚度粉丝，直播间的复购率达到50%。纸品赛道中，几大巨头品牌早已家喻户晓，占据着绝对的产销优势。众多中小商家涌向直播平台，通过直播间，小叶开始了传统纸业+数字化的尝试，打开了创业新局面。