

县长化身主播带货,6000余名农民在线学直播

河南直播经济春潮涌动

□大河报·大河财立方记者 贾永标

古老的中原大地在拥抱新事物时并不保守,至少从直播经济来看如此。

3月24日,河南省商务厅举办“春满中原”百日行动启动仪式,“农特产品上行、第一书记带货”等活动提上日程。此前一周,在阿里乡村电商学院认证讲师文钊飞的帮助下,河南6000余名农民兄弟在线学习“直播”技能。

种种迹象显示,2020年河南直播经济辐射群体正在扩大,疫情倒逼之下,直播经济这一业态逐渐渗透至各行各业,一时间春潮涌动,万物皆可“播”。

县长纷纷直播带货卖特产

3月21日,由景域驴妈妈等上海旅游企业联合主办的旅游好货节——全国100位县长爱心义卖直播开启,100位县长走进直播间,吸引超过63万人同时在线“剁手”,5分钟订单量破千。其中,南阳市镇平县副县长王洪涛和新乡市封丘县的副县长魏耀武作为河南代表,在直播中向全国人民推介家乡特产。

对于王洪涛而言,这样的场面并不陌生,本次直播他主要为镇平挂面代言。此前他曾参加淘宝直播“县长来了”栏目,与网红主播共同推介镇平特产产品想念挂面,短短两小

时该直播间网络点击量达7万人次,销售额突破13万元。

像这种父母官当主播为当地土特产代言的情形在河南并不少见。“封丘是河南最大的树莓种植基地及全国唯一的树莓饮料和冻干果加工基地。树莓产品远销北京、上海,已成为最具封丘特色的产品。”直播间里的魏耀武这样推介封丘特产。

“各位宝宝,上午好!我现在在光山马畈镇中寨村的一个草莓基地里为各位直播,疫情封路,大家都被困在家里无法体验采摘的快乐。我就把这些又大又鲜的草莓通过直播让大

家看看,想吃的尽管下单哈。”河南光山县副县长邱学明通过直播的方式帮助当地老百姓卖滞销的农产品,一度登上热搜榜单。

这背后亦与各大电商平台积极布局河南有关。相关数据显示,截至目前,阿里巴巴在河南45个县建设了农村淘宝店,覆盖2800个行政村,21个贫困县在阿里开通电商扶贫频道;京东在河南开通上线地方馆和扶贫馆30家;苏宁与10个贫困县合作开设“电商扶贫实训店”,在全省开设100多家乡级易购直营店。

令人振奋的是,目前全省各地已陆续培育出“光山十宝”“原本卢氏”“老家镇平”“博爱七贤”“水源西峡”“浙有山川”“朝歌印象”“乡土大别山”“新县味”等近30个县域电商公共品牌,对电商扶贫工作

起到了巨大支撑作用。

多地兴建产业园加码直播

3月17日,河南省投资项目在线审批监管平台显示,焦作群蚁网络直播产业园项目审批结果显示“已备案”。项目估算总投资2.8亿元,计划2020年4月开工,建设地址位于焦作市山阳区艺新街道解放中路299号。

项目基本信息显示,群蚁网络直播产业园项目是对原有建筑物进行改造,总用地面积约2.7万平方米(约合40亩)。主要建设内容包含300间直播间,6个大型多功能演播室。项目旨在打造集电商直播基地、网络红人孵化基地、内容短视频生产基地、直播公会社区、主播培训学院等多功能于一体的大型互联网直播领域专项产业园。

2019年10月11日,快手电商产业带河南屯和直播基地落子郑州。据介绍,该基地致力于把成熟的平台运营经验和资源导入河南并建立电商产业直播基地,服务河南本地产业发展,重点扶持培养本地电商

主播,为本地电商人才的孵化培养与就业贡献力量。

“郑州是国家互联网骨干直联点,确保了河南直播企业开展业务的稳定性,河南优质特色产品亟待挖掘,还有大量可以投身直播的青年创业者。”谈及河南发展直播经济的契机,河南省电子商务协会秘书长张苏丰表示,河南应充分利用国家扩内需的政策要求,积极引导企业在直播业务上开拓新的通道。

郑州大学电子商务系主任赵亮表示,2019年是电商直播风口,2020年电商直播仍然火爆但竞争更加激烈,因此2020年的电商直播,除了关注消费者的体验外,还要注重直播内容的编排质量、品牌效应、商品品质、售后服务等。

“河南电商直播发展迅猛,网上直播主持人超万人,尤其是跨境电商进口商品、县域农产品、工艺制品、珠宝玉石等销售非常火,电商直播也带动网上零售快速增长,跟风商户也越来越多,电商直播已成为河南一道漂亮的风景线。”赵亮说。

一支话筒、一个摄像头、一台电脑

直播助力服务业疫后复苏

□大河报·大河财立方记者 张利瑶

“疫情宅”催生“云势力”。从官员直播助农到企业直播招聘,从零售业柜姐“云复工”到健身教练“云健身”……2020年开年,面对新冠肺炎疫情的冲击,服务行业加速布局直播领域,用一支话筒、一个摄像头、一台电脑合力奏响助力复工复产“春耕曲”。

线上直播销售服装▶



复工复产促消费 服务业上演“花式”自救

线下冰封,线上拓新。疫情期间,据统计,2月份仅淘宝直播就增加了超过100种职业,自己开淘宝直播卖货的商家同比增长50%,其中超过两成来自线下店铺。一场来自服务业的“花式”自救正在各个直播间上演。

“这件美美的碎花裙直播间只要399元!穿上它仿佛穿上了整个春天,宝宝们还在等什么?”3月24日,位于郑东新区熙地港某女装门店内,导购正对着屏幕,向800多个围观的粉丝直播该店新上的裙装。

直播过程中,不断有粉丝刷屏互动,也有部分顾客到店取货。

疫情带来的商业变化是挑战也蕴藏机遇,百姓对于直播态度的转变让服务业各类商家将直播间下单作为重头项目进行推广宣传。不仅如此,直播经济也受到了政府部门的纵深推动。3月24日,河南省商务厅举办“春满中原”促消费惠民利民百日行动启动仪式,并公布了促进河南全省消费的一揽子行动计划,其中不乏直播带货等措施。

同时,河南省内多个市县也结合本地资源优势,为“促消费”搭台唱戏。如安阳市丹尼斯开展了“约惠春天”等直播秒杀活动;兰考县通过网上直播

活动销售胡萝卜;上蔡县通过驻村第一书记代言网上销售黄姜,有效推进农产品销售等。

复工复产背景下,以餐饮业为代表的服务业中,如何快速引流成为餐饮商家面临的重要课题。3月20日,作为开年第一吃,也是郑州餐饮业恢复堂食的第一天,大河报·大河财立方记者实地探店郑东新区巴奴毛肚火锅(商鼎路店),并在直播间变身美食主播,一边吃火锅一边和网友互动。不到两个半小时内,共计有117万网友围观了这场“开年第一吃”。

据了解,1月底以来,从“彷徨紧张”到“积极尝试”,餐饮企业采取了诸多措施,通过直播等内容化互动“带货”就是其中

一种。此外,一些餐饮企业还积极加码外卖、推半成品、外送团餐等“花式”自救。

抢占直播风口 零售业直播霸屏3月

当下,在以李佳琦、薇娅等为代表的网红直播带货的同时,成千上万的实体零售店也开始试水在线直播,并逆市迎来“暖春”。往年3月,正值春装、家居等零售业大力开展营销促销的重要节点,今年由于疫情突袭,蓄客获客“战场”成规模从线下转到线上。

3月21日,淘宝直播开启史上首个“直播购物节”,1万个线下门店集体开播。数字显示,过去一个月,超过50%的天猫商家在直播卖货,启动门店直播的商家多了5倍,做直播的导购多了10倍,并以每周翻倍的速度持续壮大。近日,国内休闲零食品牌来伊份也开始在直播电商领域发力,先后推出线上直购、社群卖货、App外卖、直播带货等营销场景。疫情期间,来伊份在自有的2800个门店社群里开启了云直播,推出“云卖货”模式。

门店直播作为疫情下零售业开辟的新赛道,让“待业”在家的导购可以通过直播卖货,

打破传统零售业的时空限制,实现企业“云复工”,逐渐成为商家逆势增长的利器。记者实地探访郑州多家线下零售门店注意到,随着复工潮持续推进,越来越多的导购从“在家”直播变为“在店”直播。

以郑州万象城为例,3月13日,抖音联合郑州万象城推出“抖音云逛街——中原第一站”直播活动,邀请知名网红以直播逛街方式进行带货,减少消费者在疫情期间的安全顾虑,并推出系列当季in品秒杀和优惠促销活动。据统计,直播当天流量超过百万。另外,疫情期间,美妆品牌植村秀位于郑州、哈尔滨、深圳、武汉等全国多地的门店也开启直播“云复工”模式,彩妆师手把手教大家画时下最火的“口罩妆”,首场直播吸引超22万人次互动。再如雪花秀天猫官方旗舰店通过导购线下直播,销售额同比大涨731%,访客数同比涨了648%。

“直播带来的收益显而易见,尤其在疫情期间,店里的营业额几乎都来自线上。”某珠宝品牌总经理向记者表示,多一条出路,对中小品牌来说至关重要,“这次真正体会到新零售线上线下结合的作用”。