

2020年12月4日 星期五
编辑郑华/版式设计杨斯诗/校对莫明丽

◀ 上接 04 版



↑ 4月初，小香港商业城内，一家服装店的工作人员正在直播带货。



↑ 4月14日，在江底乡城岭村，何平（左）化身“网络主播”，通过直播向网友展示当地养殖的凤鸡。

2 市领导及明星助阵

桂林刮起“直播带货风”

为了把新冠肺炎疫情对经济的影响降到最小，我市政府部门紧跟潮流，做起了“直播带货”，为桂林农产品站台吆喝，为桂林旅游景点“打卡代言”，领导干部这种接地气的卖货方式，受到市民及游客的广泛关注，带动了地方经济的快速复苏。

今年4月13日，市长秦春成走进“东西巷”历史文化街区变身“网红”，通过直播间带全国网友“云逛街”，并带头消费。秦春成在接受记者采访时表示，“直播带货”已经不单是疫情特殊时期的生活方式，更是一种全新的消费生态。他认为，“地方政府 电商 社交平台”的推广模式，对于提振消费信心、带动消费市场回暖有积极意义。“直播带货”有利于推动桂林美景美食走出去。直播方式给我们提供了一个面向全国消费者宣传的窗口，能够带动平台大量的消费者对桂林的关注。通过直播活动，可以把在疫情防控中催生的网络消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补，并带动桂林市商贸业态和商户线上线下融合发展，实现批量上线、进驻平台，推动生活服务数字化、数字支付普及化，加快传统消费数字化转型。

3月26日，在“2020年壮美广西三月三暖心生活节”启动仪式桂林分会场，副市长兰燕化身“带货网络主播”，在线推介桂林米粉。副市长叫卖，让入选国家地理标志保护产品、享誉全球的桂林米粉热销网络，1000份特价米粉不到半小时便售罄。副市长通过网络直播带货的做法得到消费者点赞，有力打响了桂林名特优产品的知名度和美誉度。不少网友表示，副市长为桂林米粉代言，接地气、贴心、暖人心！

4月16日，副市长谢灵忠“空降”淘宝直播间，携手淘宝主播向网友们推荐了桂林米粉、桂花

糕、罗汉果、荔浦芋、桂林三花酒、清泉糯米酒、手持稳定器等7个品类的桂林优品。在代言带货同时，谢灵忠也不忘介绍产品背后的桂林匠人的传承精神和桂林悠久的历史传承。5月10日，谢灵忠走进京东直播间“变身”带货主播，直播推介“桂林味道”，3小时直播期间共吸引300多万网友点击参与，成交订单8万多单，销售金额达500多万元。

对于市领导“直播带货”，市民纷纷点赞：领导干部带头站台，播的是自身担当，带的是政府公信，在有效提升我市农产品知名度的同时，带动了更多群众学电商、用电商，拓宽致富渠道。

9月19日，珠海格力电器股份有限公司董事长兼总裁董明珠带来的“中国风·甲天下”格力电器全国巡回直播桂林站活动，掀起了桂林“直播带货”的高潮。作为全国巡回直播活动的第三站，董明珠为格力电器代言、为桂林山水代言。她还化身形象大使，登上游船游览了两江四湖景区，并前往东西巷、独秀峰王城景区，向网友们推介桂林旅游产品。由于网友购买热情极高，原定于当天24时结束的直播又顺延了半小时，最终直播销售金额为11.79亿元。

值得一提的是，6月11日浙江卫视《奔跑吧》在桂林举办“见山见水见美好”媒体见面会，跑男家族成员李晨、Angelababy（杨颖）、郑恺、沙溢、蔡徐坤、郭麒麟出席，并现场助阵宣传推荐桂林土特产，实力“带货”。

在新冠肺炎疫情防控形势逐渐向好的形势下，我市各县（市、区）的领导干部也纷纷根据实际情况，主动摘下口罩，带头下馆子“吃吃喝喝”或入超市“买买买”，在桂林刮起“直播带货风”，带动了地方经济复苏和发展。

3 “直播带货”渐成新常态

推动“流量经济”发展

在新冠肺炎疫情防控背景下，桂林“直播带货”的销售边界不断扩大，直播经济让越来越多商家打开了新销路，找到了新的生存空间。据市统计局数据显示，今年以来我市消费市场降幅收窄，呈现稳步复苏态势，前三季度网上零售额2.13亿元，同比增长35.1%，增速比上年加快1.7个百分点。这说明网络零售对消费的促进作用有进一步提升的空间。

随着直播行业的兴起，我市越来越多群众利用抖音、快手等平台直播带货，直播在电商领域迅速渗透，有力促进桂林产品的网络销售。据统计，1至10月我市参与直播的商品数为28285个，投放率为7.6%；参与直播的商品实现零售额31795.2万元，零售数量938.6万件；直播场次达21254场，累计观看人数6694.6万。

当前，桂林的“直播带货”正在吸引更多优质平台、企业、产品及公众人物参与，线上直播销售正步入常态化并形成新趋势。其影响范围也正在从电商销售，迅速拓展至更广泛的实体经济领域。

一头连在田间地头，一头连着消费市场，直播带货也成了我市消费扶贫的重要方式。特别是在疫情期间，“直播带货”发挥了很重要的作用，既把贫困地区产品给卖出去了，也拓宽了贫困群众增收的渠道，同时也让城里头的人知道并且享受了贫困地区的绿色优质的农产品。据统计，我市通过政策协同、线上线下联动，破解了砂糖橘等扶贫农产品销售困局，消费扶

贫实现销售28.3亿元。

有了疫情早期的带货直播经验，秦永德组建了自己的直播团队，短视频内容运营组建立了“3人”模式，即“编剧、导演、主演、拍摄、剪辑”为3人小组模式，定位于美食攻略，以不同的创意拍摄短视频，目前已发布50多部短视频作品，发布于抖音、小红书、今日头条、中国罗汉果网等平台，为广大网友提供优质的内容服务，粉丝数超过20万。

秦永德告诉记者，公司还联合桂林航天工业学院共建了直播实训基地，建立实训直播间10间，撰写的《直播电商及社群营销》列入桂林航天工业学院外语外贸学院的2020年课程，直接参与学生1200多人，并作为学分考核，另外招募其他学院部分学生加入兴趣实训小组。

市长秦春成在“直播带货”时表示，今后，我们还要进一步强化互联网思维，在“流量经济”上做文章，为消费提振按下“快进键”。

当前，我市政府部门正着手推动直播电商与专业批发市场、传统商贸企业融合发展，积极发展“线上引流 实体消费”新模式。相信桂林“直播带货”将顺应网络化、数字化、智能化发展趋势，激活消费一池春水，形成线上线下融合发展的新格局，推动我市“流量经济”发展，实现全市经济转型升级的新突破。

记者邱浩

4、5版图片均为资料图片