

直播带货风口正盛

云品出滇
能否乘风起飞

本报记者 杨抒燕



巍山县请网红主播为葡萄“代言”。

疫情期间领导干部带货忙

湖光山色,波光潋滟,镜头里的普者黑令人惊艳。在凡舍新居精品民宿外景地,一场特殊的“带货”直播正在京喜平台进行。这位“主播”是丘北县副县长贺志春,他“代言”的是丘北3款“扶贫果”——雪莲果、沃柑和木瓜。

今年,一场突如其来的新冠肺炎疫情令线下消费按下了“暂停键”,通过直播带货,不少企业和农户在这次疫情中渡过了难关。就像贺志春一样,云南多地的领导干部纷纷走进直播间,为本地农产品的销售“代言”。

开远市委副书记、市长宋文辉在天猫聚划算314直播现场,卖空100万枝顶级基地鲜花,为“七彩云南”代言,参与直播互动的网友达56万人次,完成交易额23万元;禄丰县副县长邱华然在淘宝直播卖花,仅5秒就卖出鲜花6.2万枝,时长2.5小时的整场直播点击量达128万人次、销售鲜花52万枝、销售额达115万元;晋宁区长徐波通过拼多多助农直播间,收获了10万粉丝,线上卖出35.6万枝鲜花;元阳县县委副书记、县长和爱红在线卖梯田红米,3小时销售10万余斤;河口瑶族自治县县长邓瑞在拼多多直播卖木瓜,65万人观看、销量80吨……

5月底,“百日总攻·抖来助力”的“云直播”活动中,云南5个州市的7个深度贫困县领导干部走进抖音直播间,吸引了513万网友观看,销售产品29.5万件,销售额超过1510万元;6月在“文品出山”区域公共品牌发布会现场搭建的拼多多直播间里,文山壮族

苗族自治州州委副书记、州长张秀兰带领文山州8位县(市)长,化身“导游”和“导购”,带领拼多多70万网友把8个县(市)深度“挖”了一遍。截至目前,晋宁区、泸西县、河口县、开远市、蒙自市等与拼多多共同开展助农直播活动10余场,直播商品覆盖鲜切花、木瓜、大米、洋葱、核桃、甜瓜、土豆、三七等云南高原特色农产品。

“我们县的好产品并不为人熟知,所以我们想通过网络直播带货的方式打破这种瓶颈。”宁洱哈尼族彝族自治县副县长孙颖浩道出大部分“代言人”做直播的心声,通过网络直播的方式,让消费者进一步了解云南的生态产品,助推云南的好产品“走出去”,也让更多的消费群体“走进来”。

通过直播试水,对于如何促进当地电商发展,各县(市、区)也有了更加具体的规划。宁洱县将建设宁洱国际现代物流园区,统筹电子商务仓储物流配送体系建设,健全电子商务人才支撑体系,深入推进电商扶贫工作;景东彝族自治县将联合浙江大学,统筹电子商务进农村综合示范项目建设,完善县电子商务公共服务中心和物流中心,争取在全县110个建档立卡贫困村建立电商服务(物流配送)公共服务点;丘北县将从“县长直播”转入邀请专业的直播机构和“网红”到普者黑开展直播活动,组织北年轻年参加相关培训、现场观摩,让年轻人熟悉直播行业,最终从这个行业中受益……

各路平台抢滩直播产业

随着直播销售的不断升温,直播平台竞争也不断升级,艾媒咨询数据显示,受访者常用的直播购物平台排行榜前五名分别是淘宝、京东、抖音、小红书和快手,与此同时,淘宝直播、京东京喜直播、抖音、快手等加快布局,不断下沉,一场接一场的直播拉动农产品销售的同时,各大平台也开始抢滩云南市场。

对阿里而言,云南物产丰富,特产和旅游资源享誉国内,在开展直播电商直播方面有得天独厚的优势。目前,淘宝直播与云南在直播方面有大量合作,通过各类活动在云南的助农直播。近期,淘宝主播薇娅、李佳琦、烈儿宝贝等“网红”主播都先后到云南,帮助农民销售农产品,当地很多直播间(市、区)领导干部也纷纷走进直播间,推荐当地农产品。

京东目前在云南也有多种合作方式。例如在基地的合作模式下,云南已经有了斗南花卉产业带直播基地、玉溪京东云基地、瑞丽原石珠宝直播基地3家京东直播基地,下半年可能发展至四五家。直播基地能有效带动产品聚集、直播服务聚集和商家聚集,后期京东直播会以产业带的方式深入到云南的各个地区,带动当地特色产品销售。在京东看来,云南各种特色农产品和农产品非常丰富,少数民族文化多姿多彩,是未来京东直播非常重要的地区。下一步,京东将不断深入下沉市场,招商下沉、培训下沉,针对县域进行深度合作。

作为农产品起家的新电商平台,云南是较早一批与拼多多合作“县(市、区)长直播”的区域之一。“云南是很多人心中理想的健康生活目的地,高原特色农产品绿色、健康、生态等特

直播带货正成为2020年的第一个市场风口,致力于打造世界一流“绿色食品品牌”的云南省,各级政府部门、企业和民间人士正在积极探索,努力在这条赛道上塑造好品牌、抢占大市场,抓住新机会。

> 短评

既不要错失良机
也不要一哄而上

县长直播、头部主播带货,一串串传统销售渠道想都不敢想的销售数据刷屏……2020年,直播火了。

领导干部自带流量,热情洋溢地在镜头前推荐家乡农产品,赚了吆喝,带了货,助了农。然而,随着越来越多的领导干部加入直播带货,人们也开始思考,除了赚一波眼球外,直播产业未来会朝着怎样的方向发展?这就要从播什么、怎么播、谁来播、谁买单等方面,细细盘点。

播什么?目前直播热门主流商品依然是美妆、护肤品、电子产品、家居、快消品和服装等,这些并不是云南的优势产品和产业。然而,直播最大的魅力在于万物皆可“播”,云南的优质农产品、玉石、鲜花率先出镜,斩获一波订单。未来旅游产品、民族文化甚至更大胆的创意,都有可能通过直播的形式实现突围。需要注意的是,直播带货说到底也只是销售模式,消费者最后在意的还是商品本身的品质、服务、售后,无论在什么时代,好产品才有硬核竞争力。

怎么播?梳理今年云南的“热播”,更多的直播是由各大主流平台主导,农产品直播带货过程中暴露出的物流、售后和运营团队专业性等问题不容忽视,要真正形成产业链,还需要不断打磨和完善各个环节。

谁来播?直播的竞争中,人才是关键,头部主播高昂的“坑位费”让大部分农产品只能仰望,只有迅速打造本土MCN机构,孵化出更多符合云南各地需求的专业主播和运营团队,才是解决人才问题的关键。

谁买单?从目前直播受众群体看,直播并没有普及到各个年龄层和社会阶层,一些高端消费群体和忙碌的精英人士,尚未形成看直播消费的习惯,如何在直播带货中不断突破,引流更多消费群体买单也是值得直播产业思考的问题。

随着更多资本和人才的涌入,未来的直播也可能爆发更大威力。在直播的风口上冷静思考,既不要错失良机,也不要一哄而上,扎扎实实把产品品质和服务做优做好,把人才队伍打造好,才是制胜之道。



石屏县电商为家乡产品“代言”。

本版图片由本报记者 黄兴能 李树芬 通讯员 戎南 牟智宏 摄



绥江县到深圳参加助农直播活动。

人才之战成为决胜关键

在2020年6月23日举行的云南省青年联合会第十一届委员会第三次(常委)扩大会议上,增补了马玲敏(云南小花)等49名青联委员,增补了黄薇(薇娅)等3名常委。在疫情期间,薇娅和“云南小花”等网络主播的影响力,充分展现出青年参与助力脱贫攻坚、引导广大青年传播社会正能量的能力。

“云南小花”真名马玲敏,几年来,她通过拍短视频和直播的形式,带动云南特色农产品走向全国各地,曾被央视评为扶贫电商新模式的带头人、2019年阿里巴巴全国淘宝直播超级带货官比赛荣获“村播大赛第一名”,目前她拥有粉丝1200多万,抖音视频内容播放量超过15亿次,累计帮助销售农产品数百吨。

“云南小花”表示,在省外发达地区,直播已经形成完整的产业链,有的地方整栋写字楼里全是做直播的,电商企业非常专业,如何带节奏、控场和应对直播中的各种问题都已打磨成熟。“除了产业化和规模化的差距外,直播从业人员的专业程度也要尽快提升”。

目前,市场主播人才面临巨大市场缺口。腾冲市第一职业高级中学2018年开设了淘宝直播课程,首届40多名参与淘宝直播培训的学生将成为今年“不愁找工作”的一群人。该校已连续两年向全社会招收了100名学生,专业学习淘宝直播技术知识。

“这批直播人才非常贴合现在的市场需要。”云南省社科院东南亚研究所副研究员张文韬博士认为,直播是一个复杂系统工程,需要提前进行数据分析,要求眼观六路耳听八方,反应机敏,对个人的综合素质要求较高,可谓台上几分钟,台下十年功。



石屏县电商创业中心开展电商知识培训。

完善制度规范行业发展

随着直播风口的迅速到来,对于直播的规范也提上了议事日程。《网络直播营销行为规范》从7月1日起实施。这是国内首个关于网络视频营销活动的专门自律规范,对直播电商中的各类角色、行为都作了全面的定义和规范,其中明确禁止刷单、炒信等流量造假以及篡改交易数据、用户评价等行为,商家不得发布产品、服务信息虚假信息,欺骗、误导消费者。

在直播带货逐渐规范的背景下,对于云南如何抓住风口,阿里巴巴方面认为,淘宝直播的本质是商业不是直播,需要从货品体系方面下大力气,帮助当地农产品实现产业化、数字化。在京东看来,希望能够对电商和电商直播方向有一些政策倾斜,例如提供人才补贴、物流补贴、教育补贴和培训补贴等,扶持上行和从事直播的商家。

昆明市政协委员钟毓分析,近期以来的直播带货,虽然在短时间内吸引了很多人关注云南的产品并下单购买,但一场直播结束后,却难以形成用户粘性,后续的产业链不能跟上,就无法长期从“网红经济”中获取红利。相关部门应该制定规范化管理措施,建立和引进对接平台,对相关优惠政策进行宣传,让供需双方在平台上实现精准对接,降低沟通成本,也便于监管和引导。同时,制定“网红经济相关人才”

在直播人才培养方面,张文韬认为,直播带货具有区域特色,更给人一种亲民的感觉,但这并非长久之计,随着有特色的区域主播人才成长,云品走出去的带货能力和效果将得到进一步提升。张文韬同时也表示,高校没有必要一哄而上直接设立直播专业,可以在专业之外选修直播,此外也可以在运营公司通过实习变学习,毕业就能上岗。

“到目前为止,云南还没有特别知名的MCN(互联网视频)机构来孵化和培养‘网红’主播。”谭孟良分析,“云南小花”、丽江石榴哥、纳西小哥等一些本土网红的成长具有很强的偶然性,早期因为自己的尝试,赶上这个短视频和直播红利时期,并非机构商业化、规模化、标准化打造,成功难以复制。但从未来直播产业竞争看,比起产业和品牌的打造周期,优质的主播和内容创作人才、团队是可以相对短期内孵化和培育起来的,人才先行在直播产业尤为重要。

阿里巴巴有关负责人建议,云南要进一步建立直播电商生态体系,应引入更多直播人才、MCN机构,推动当地品牌、企业全面拥抱直播,并培育当地的主播人才。3月30日,淘宝直播发布“村播计划2.0”,云南将是淘宝直播重点合作开展村播、农民主播孵化的16个省份之一,未来淘宝直播将在包括云南的16个重点农业基地孵化20万新农民主播。

事实上,昆明在人才培养方面已经有所行动,昆明市人力资源和社会保障局推出网络直播培训课程深受年轻人欢迎。



石屏县电商创业中心开展电商知识培训。

资讯

监管部门开展
食品企业专项整治

本报讯(记者 朱丹) 今年以来,全省市场监管部门切实履行食品安全监管责任,瞄准白酒、米线、保健食品等食品,扎实开展生产企业专项整治。

截至5月底,全省共有食品生产企业6675家,保健食品生产企业47家,保健食品注册批准文号208个,取得保健食品备案号12个。普查建档食品生产加工小作坊18123家,登记15294家,茶叶初制所6548家。上半年,全省市场监管部门集中对白酒、米线、小作坊、食盐、大米、保健食品、固体饮料、蔬菜制品等食品开展专项整治行动。制定整治行动实施方案,明确整治对象和整治重点,严格排查摸底、审批备案、分类规范、执法打假、抽检监测、集中整治强化整治实效。严格规范生产经营活动,落实生产经营主体责任,实施原料控制、关键点控制、检验控制,为生产监管打下坚实基础。通过整治全面提升食品安全保障水平。截至5月底,全省共检查白酒生产企业510家、白酒小作坊13333家、散装白酒经营单位(包括提供散装白酒的餐饮单位)25720家、集体聚餐536家次。监督抽检合格1528批次,快速检测合格6888批次。责令整改1230户,停业整顿57户,签订责任书7245份,立案查处99起。共检查、指导米线制品生产加工小作坊和食品摊贩655户次,督促米线生产加工小作坊整改7批次,督促整改226户次;签订食品安全主体责任书625户;立案查处4起。

同时,全省市场监管部门全力支持企业复工复产,深入食品生产企业开展“进企业下基层、解难题送服务”,帮助解决申请《食品生产许可证》、无追溯码食盐产品生产销售过渡期、保健食品原料备案目录申请、原辅料采购、包装标识、成品出厂检验等问题。指导各地优化食品生产许可办理流程,对需要现场核查的粮食加工品(谷物粉类制品除外)、茶叶(边销茶除外)、蔬菜制品等8个低风险食品类别,在疫情期间实行告知承诺制,申请人提交承诺书,不再进行现场核查,直接向申请人发放食品生产许可证;对食品生产许可证到期的,有效期可顺延至当地疫情解除后1个月内办理,助力企业尽快复产。

南方电网承担国家
“三区三州”农网
改造升级完成

本报讯(记者 段瑞端 通讯员 陈细英 叶琳洁 殷浩钦) 近日,随着河口瑶族自治县35千伏坝湾变支线线路完善工程顺利投产,标志着南方电网公司所承担的国家“三区三州”和抵边村寨农网改造升级攻坚任务全部完成,为脱贫攻坚、乡村振兴提供了坚强的电力保障。

新一轮农村电网改造升级工程自2016年实施以来,完成了贫困村通动力电、农村机井通电等任务,改善了农村生产生活条件。为进一步补短板、强弱项,2018年起,南方电网公司重点推进“三区三州”、抵边村寨农网改造建设攻坚,3年来累计投入17亿元,着力提升供电能力和用电质量,随着攻坚任务的完成,“三区三州”和抵边村寨地区供电可靠率接近99.8%,达到国家行动计划明确要求,综合电压合格率、户均配变容量两项关键供电指标均优于国家目标要求,实现从“用上电”到“用好电”的转变。

迪庆藏族自治州、怒江傈僳族自治州地处“三区三州”深度贫困地区,南方电网公司认真贯彻落实国家能源局相关部署,聚焦迪庆、怒江“两率一户”指标提升,全面梳理制约供电可靠性和电压质量的突出问题,及时制定行动方案,统筹各项资源投入,加大政企合作力度,全力抓好推进落实。攻坚期间,累计投入10.2亿元专项资金,完成迪庆、怒江地区110千伏及以下项目681项,新建或改造35千伏及以上变电站19座,10千伏配变687台、10千伏及以上线路900公里,有效满足贫困地区生产生活、易地扶贫搬迁、扶贫产业项目等用电需求。今年5月,迪庆、怒江地区“两率一户”指标提前一个月达到国家要求,为深度贫困地区与全国同步小康提供了重要的电力支撑。

我省举行防范
金融风险宣传活动

本报讯(记者 李莎) 近日,由人民银行昆明中心支行、昆明市文明办、昆明市金融办联合举办,工商银行云南省分行承办的2020年“守住‘钱袋子’ 幸福春城家”集中宣传活动在昆明市南屏步行街举行。

宣传活动创新宣传形式,将防范非法集资、校园网贷等金融风险宣传教育工作做实做细,以提升广大群众的金融安全意识和技能。活动现场首先播放了守住“钱袋子”系列视频宣传片,吸引了许多行人驻足观看。随后,有奖知识互动问答、钱袋子金融知识大闯关游戏、金融安全知识线上答题、微信朋友圈转发点赞等活动,使活动现场一下热闹了起来,群众纷纷踊跃参与,在轻松愉快有趣的互动中,学习和了解了不少金融安全知识。