

买,80万网友这样撑“南海制造”

天猫“南海家·生活专场”镇街直播带货让“南海造”实力圈粉

评论

南海镇街主官
带货的样子好帅

◎李清平

5月23日晚,“南海家·生活专场”线上电商会场,迎来一批特殊的带货嘉宾。南海区各镇街的镇长(办事处主任),撸起袖子,俯下身子,轮番上线叶璇淘宝直播间,为推介地方名优产品“也是拼了”。南海区区长顾耀辉喊网友看直播,代言“南海品牌直播之城”,让“南海制造”走向千家万户。

当前,疫情尚未结束,发展任务艰巨。作为拉动新型消费、对冲疫情影响的重要举措,发展以直播电商为代表的“在线新经济”正当其时。南海是领全国之先的“制造强区”,货类齐全、品牌众多、商贸发达,具有发展直播电商的独特优势。5月18日,2020天猫商城“南海家·生活专场”闪亮登场,并将延续到6月底。南海区政府牵头举办这场活动,旨在响应市场之需,以“云上”市场的魅力,推动企业全面恢复产能,最大限度促进消费回补和潜力释放,激发甚至创造前所未见的新需求,打造南海“疫后”产业竞争新优势。

企业翘首以盼的关注点,也是政府主动作为的着力点。23日晚的“南海家·生活专场”之直播带货专场,直播开始仅1分钟,可儿娃娃玩具一瞬间就卖光了!从20时开场,网友一路“买买买”,直到次日零时许还意犹未尽。桂城的玉器挂件、九江的网红餐桌、西樵的家私、丹灶的电动晾衣架、狮山的时尚家私、大沥的全铝家居、里水的智能家电,各镇街带货官如数家珍,诚意满满。

南海镇街主官带货的样子,好帅!他们带的是南海名牌产品,更带的是区域发展的强劲动能。物美价廉的产品,让网友目不暇接;各显神通的带货官,也让网友看到了“为人民服务的样子”。企业困难的时候,作为基层领导干部,你到不到场,接不接地气,能不能搭把手、拉一把,企业的感受是不一样的,网友的评价也是不一样的。

南海镇街主官直播带货的样子好帅,他们既带了名牌产品,也带了畅通经济循环的决心和信心。镇长们直播带货的背后,是“有为政府”衔接产业链、优化产业链的主动作为。他们直播“带货”并非仅是做“主播”,而是象征政府这只“有形之手”,以政府的引导作用,激活市场的主导作用。领导干部化身“网红”直播“带货”的同时,服务企业的理念也在改变,体现了工作作风的转变。它形成的示范效应,直接带动政府各部门、广大干部主动把稳住经济基本盘、保住就业民生的工作做实做细,激励并帮助企业打通线上线下产销渠道,进而打通供应链、产业链,把疫情耽误的时间抢回来、遭受的损失补回来。

南海镇街主官直播带货的样子好帅,他们既带了名牌产品,也带了“南海制造”愈发智慧的内核。镇长们直播带货的背后,是“有为政府”培育新经济、打造“南海品牌直播之城”的主动作为。以直播电商为代表的新业态,是生产服务消费深度融合、线上线下应用场景深度融合、传统产业和新兴产业深度融合的新重构,不仅是生产和消费的模式创新,更是生产关系、生活方式的深刻变化。发展直播电商,布局网红经济,创建网红城市,不仅能有效刺激消费、营造有吸引力和竞争力的消费环境,而且更能倒逼传统产业转型发展,推动南海制造业高质量发展,让疫情冲击带来的“危”,变成企业面向数字化转型的“机”。

善弈者谋势,善谋者致远。南海镇街主官直播带货的样子好帅,一次次带货“一呼百应”,带动的何止南海特色产品的“秒光”,让世人看到了南海干部“临难不避、实干为要”的担当,更看到了一个在线新经济异军突起的“创新南海”!

统筹/珠江时报记者 李年智 李丹丹
文/珠江时报记者 黄海绵 李年智
通讯员 李伟婵 麦洁怡
图/珠江时报记者 黄海绵 钟泽诗



■当晚直播推介的部分南海本土产品。

网友热议

点赞镇长们年轻有为

“镇长们业务都好熟悉啊!”“镇长们为促经济好拼!”“镇长好口才!”“今晚的笑点被镇长们承包了,南海镇长们好拼!”在当天的直播专场,网民对南海七镇街镇长(主任)的点赞不断引起刷屏。镇长的直播首秀,犹如一个窗口,展现了官员的另一面,让老百姓有了更多亲切感。

当晚直播间气氛十分热烈,网友们一边点赞镇长(主任)的热情,一边紧盯着产品上架情况,互拼手速抢好货。

揭秘背后

淘宝直播终究还是“货”的比拼,而选对一个爆品常常会让直播带货事半功倍。那“处女秀”的镇长们如何选品的呢?

“全铝家具、抗菌口罩、家居服、皮鞋都是我亲自挑选的产品。”游剑锋透露自己的“选货经”,一定要非常实用,另外是突出大沥产业特色。他本次带来的4款产品都非常实用,其中的全铝卫浴柜环保健康可回收,能够有效改善南方回南天时家居易潮湿发霉的问题,凸显的是大沥的全铝家居产业。而奥丽依家居服、新怡牌口罩,则是盐步的内衣龙头企业。

狮山作为千亿制造大镇,并没有选一些装备制造业产品,而是以快消品为主,考虑的是产品的价格和品类。“考虑到是以直

“我现在才知道,原来维他奶是在狮山生产的。”此次直播让不少网友知道了南海的优质产品,本地的好产品也让南海“土著”大呼意外。除了网友,叶璇试戴了新怡集团生产的全棉可水洗环保防护型口罩后,对口罩款式和功能十分满意,“口罩别拿走,我要放进自己的袋子里。”叶璇将口罩留下来准备分享给家人用。

直播结束后,余韵还未散去,不少网友转头找回回放,准备再观摩几遍。“让群众喜闻乐

镇街主官们的“选货经”

播的形式带货,选品以快消品为主,比如啤酒、维他奶、童鞋、实木床等,跟人们的日常生活相关。”狮山镇镇长黄伟明说。

“为桂城的产品打call,既兴奋又紧张。”在当晚的直播中打头阵的桂城街道办事处主任岑灼雄坦言,为了让大家都知道桂城不只有高大上的金融高新区,也有价廉物美的传统工艺品和高科技产品,这次主推了平洲玉器、南海红木以及可儿玩具等产品。岑灼雄说,希望通过直播,打出桂城企业的品牌知名度,同时也为消费者带去福利。

虽然有些镇街主官直到晚上十一二时才轮到上场,但多数主官都在下午六七时就到达了大沥广佛智城·美好时逛直播基地。直播前记者看到,丹

道的直播带货,不单是买品牌产品,更多的是买品质生活、品质南海,点赞!”“镇长们带好货,群众有收获!”……当晚直播间点赞数达39.61万。

来自九江的网友小团子还为该专场直播总结了亮点:利用时下最流行的直播带货模式,符合年轻人口味;政府与电商平台、本土企业合作,增加新鲜的卖货渠道,让优秀南海制造走进大众视野;宣传推广、打折让利,拉动内需,帮助民营企业渡过疫情难关,此举高明!

灶镇镇长陆文勇正在“彩排”如何使用直播中需要推介的一款智能晾衣架。西樵镇镇长杨明则在反复复习串词,希望将西樵的文旅小镇特色展现得淋漓尽致。

“政府官员带头直播,也是希望能够带动传统企业、产业转型升级。”这次带着家具、酱油、青梅酒等上直播间的九江镇镇长张厚祥说,希望借助直播提升九江本土品牌的知名度,以销促产,减少疫情对企业的冲击。

里水镇镇长麦满良直言,首次直播有点紧张,但这是通过政策层面去推动企业复工复产的有力举措,希望通过政企联动,让里水企业在疫情影响下能迅速恢复生产,加大生产。

“拥有了中国风的娃娃,还需要芭比娃娃吗?”“我今天穿了上架的同款鞋,走了十公里河堤、踩了水,一点都不累!”摆好镜头,打上灯光,5月23日晚,南海七镇街的镇长(主任)携手影视明星、知名演员叶璇摇身一变成为“网络主播”,为南海制造代言。

不到5小时,就吸引了近80万网友观看,累计超2.2万多笔下单量,“南海家·生活专场”也以“今日热门直播节目单”登顶淘宝全网热搜榜单,镇长们的直播处女秀带货效果可谓“杠杠滴”。

镇长直播带货,带来的不仅是一次销量的大涨。奇峰酱油的电商主管关东明认为,镇长带货是在为当地品牌“背书”代言,让这些产品成为“买得放心、吃得安心”的“活招牌”,从而使消费者产生强烈的信任感,这对企业的长期销售有积极意义。

南海七镇街的镇长(主任)联袂带货,推动市民大力支持本地品牌,为南海经济复苏注入“催化剂”,提振市场消费信心。

助力店铺访客翻番
增强消费者信心

在直播带货过程中,镇长们开足马力,亮出十八般武艺,争当最强“销售员”,让网友不禁喊出:“太魔性了,看得停不下来!”“一群被政界耽误的网红”……

做好直播带货,除了拼口才,还要做足功课,加深对产品的了解。“江博士鞋业倡导‘买鞋前,先验脚’,保护家人的足脊健康,选江博士没有错。”“这是一家专做外贸的企业,出口占比达到95%。”……正是南海镇长(主任)们平时勤于走访企业,才能在直播现场对企业、对产品“如数家珍”。

什么是好货?最好的答案就是“我自己都在用”。镇长们也深谙营销精髓,现身说法推销产品。“我今天穿了上架的同款鞋,走了十公里河堤、踩了水,一点都不累!”大沥镇镇长游剑锋“自曝”,自己穿的就是同款,还示范使用自动系带扣。除此之外,品尝养生果冻、喝维他奶、喝酱油等场景也在现场上演,镇长(主任)们的身体力行,试吃试穿试用,做行走的代言人。

亮出十八般武艺后,效果自然杠杠滴。直播刚开始推介一分钟,可儿娃娃“秒光”,现场一度呼唤厂家紧急加货,满足市民“买买买”需求;“来来来,抽奖!”环节为争当“幸运锦鲤”,网友们下单的热情瞬间上涨,商家后台数据不断攀升,直播期间,“黄色蝴蝶兰再加一点”、“慢了一步没抢到”各种呼唤加货、惋惜手速不够的声音此起彼伏。

当晚的专场直播,时长累计4小时40分钟,各镇街镇长(主任)轮番上阵,为南海制造拼口才、拼热情、拼业务!直播期间累计超2.2万多笔下单量,在线观看近80万人。当天“南海家·生活专场”也以“今日热门直播节目单”登顶淘宝全网热搜榜单。

直播当晚,广东奥丽依

内衣集团有限公司的电商总监陆智勇一直盯着后台噌噌上涨的销售数据。他介绍,从直播数据来看,整场直播为奥丽依的线上店铺带来2万流量,下单量几乎是平时的3倍。到当晚12时,两种产品的成交额迅速突破6万元。他认为,能取得这样的成绩,镇长的背书很关键,这次带货有利于将“盐步内衣”的优秀品质和地理标志品牌更好地向全国推广。

店铺访客数增加约47倍,顾客支付金额增加约16倍,这是佛山市伽蓝洁具有限公司(下称“伽蓝洁具”)5月23日晚短短4个多小时的直播战绩。“镇长直播引流很给力!”伽蓝洁具运营负责人表示,公司在当晚直播中的洗衣机柜给出了最大的优惠力度。“如果还有下次机会,我们十分愿意参与。”该负责人说。

“镇长带货的销量超过我们预期,我们补过一次库存。”奇峰酱油电商主管关志明告诉记者,镇长带货的意义不仅仅在于销售数量本身,更在于为当地品牌“背书”代言,它能够让全国消费者产生强烈的信任感。

此次带货推广了一批南海优品。黛富妮是南海家纺知名品牌,曾获得南海区政府质量奖一线班组奖。“明星+镇长的带货模式,对我们的品牌宣传有很大的加分,由镇长来说明企业的品牌发展史,具有很高的可信度。”黛富妮电商总监卓秋兰透露,黛富妮已经布局天猫店铺十年,拥有17万粉丝量,今后将加大对直播电商的布局。

九江酒厂市场战略部本味寒造品牌经理关菁怡介绍,直播面向的主要是年轻观众,公司旗下的本味寒造青梅酒除了秉持九江双蒸出品的优良品质外,风格年轻化了,与直播观看人群非常契合。此次直播效果不错,处于以往促销活动的中上水平。