

“松弛感”直播卖车 收获18万粉丝

汽车销售员奉振华主动求变当主播，成公司“流量担当”



公开数据显示，2023年我国汽车保有量达3.4亿辆，更新换代的需求和潜力很大，人们也越来越习惯通过直播间了解汽车。

两年前，奉振华入职佛山南海合诚丰田销售服务有限公司销售岗。不久后，他进入汽车直播赛道，从直播“小白”，成长为既能全程高能输出，又可以亲切唠家常的“流量担当”，抖音直播间粉丝数涨至18万。



■奉振华直播卖车。

●**本期职业：**
直播销售员

●**业务技能：**
熟悉平台规则，了解商品属性，懂得新媒体平台运营

●**相关证书：**
互联网营销师证

●**最高月薪：**
1.5w+（特指文内采访公司）

主动求变当主播 “铁杆粉丝”坐高铁来下单

“多一份对比，就多一份优惠。”“买车淡季买，别墅靠大海。”9月13日20时30分，“95后”汽车主播华哥，以一袭黑色POLO衫和长裤的装扮，站在一排丰田汽车前，飞快的语速掌控全局。他每经过一辆车，便迅速地报出车况、配置，以及优惠价格，直播间在线人数维持在万人左右。

2022年，自诩为“i人”的奉振华一脚踏入汽车销售行业，“一来是碰巧找到了这个工作，二来也想突破自己。”

察觉到身边越来越多同行进入直播赛道，数月后他便开始尝试直播卖车。“虽然我是一名线下经销人员，但也要适应行业发展的大潮，主动求变。”奉振华说。

“刚开始直播的时候，抱着‘试试水’的心态，当时直播间只有百来人，不需要和客户面对面交流，反而感觉更轻松，面对镜头一念车的基本情况就行。”奉振华开玩笑说，自己算是“初生牛犊不怕虎”。

既然要干，那就干好。播

了几次后，奉振华便开始研究一些“口才主播”的直播，学习别人的话术。他逐渐摸索出一些门道，形成了主打“松弛感”的直播风格。他把镜头当成同学、朋友，一半时间将车子的优势、好处讲到位，一半时间唠家常。“比如有粉丝留言是新手，我就会多问一句家里有没有小孩，着重讲车型的舒适性、实用性、安全性能，双方像熟人一样聊天。”

奉振华还将直播的时间固定，早晚开播，每场90分钟，收获了一批“铁杆粉丝”。最让他印象深刻的是一位江西上饶的客户，想要置换一辆家庭用车，奉振华几句话就说到他心坎上，双方便加上了微信。几番沟通后，对方拍板线上签单、线下提车。还有一位湖南衡阳的粉丝，看完奉振华直播的第二天，就坐高铁到门店下单。

如今，奉振华抖音直播间的粉丝数达到18万。他的客户中，通过直播间来的占五成。奉振华的薪资也水涨船高，月薪达到1万多元。

不断充实提升 专业化才能走得更远

数据显示，2023年全国超3万家汽车经销商进入汽车直播赛道，汽车主播如果没有过硬的能力和特色，同样会被行业淘汰。奉振华认为，当好主播，不但要勤奋、自信，还要更加专业，才能走得更远。

“汽车是低频高价的大宗商品，从直播间卖出一辆汽车，远不如卖一件衣服或者一包零食那么容易。我是‘半路出家’，更应下苦功夫。”今年3月，奉振华参加了公司网红学院的线下培训班，深入学习平台规则、个人话术、变现转化等课程。

随后，奉振华在公司的鼓励下，参加“数字南海 工匠摇篮”系列赛事之互联网营销师项目技能比赛。在互联网营销师（直播销售员）赛道，他过五关斩六将，在进行命题商品的直播带货同时，完成直播策划脚本制作、直播销售及复盘等技能操作能力的测试试题，一举夺得二等奖。

2020年7月，人力资源和社会保障部发布了9个新职业，其中就包含互联网营销师。奉振华经历赛事后，通过了互联网营销师证书考试。他对这份职业有了更深的认识，也提升自己在镜头前的自信和价值感，“我们不但是企业与市场的‘桥梁’，也在推动企业数字化转型征途上发挥着重要作用。”

与此同时，公司为了留住像奉振华这样的年轻人才，不断创造良好环境。比如，提供技能学习平台、福利保障，实施人性化管理等。这些举措都让奉振华安下心来，在岗位上稳扎稳打。“直播销售员大有可为！”面对未来，他给自己定下了一个小目标：直播间粉丝数突破20万人。



扫码看视频

统筹/佛山市新闻传媒中心记者 程虹文/佛山市新闻传媒中心记者 梁慧恩图/佛山市新闻传媒中心记者 黄永程

南海制造牵手贵州村超 打造30款联名好物



■“村超品牌 南海制造”授权签约仪式。

珠江时报讯 记者梁慧恩 通讯员南农宣摄影报道 日前，“村超”品牌授权签约仪式在贵州省黔东南州榕江县举行，将打造首批30款村超联名产品，助南海企业打开广阔的市场前景，两地从输血帮扶向双向奔赴、互利共赢转变。

现场，“村超”品牌方贵州村超品牌管理有限公司与南海区企业代表签订《村超品牌授权协议书》，佛山市南海毛巾有限公司、广东华豆科技有限公司等11家南海企业获得品牌授权，将生产30款联名好物，包括毛巾、保温杯、豆腐花等。

“‘村超’作为榕江县的一张亮丽名片，以其独特的魅力和广泛的影响力，吸引了南海企业代表的关注，也让南海企业看到了其巨大的发展潜力和合作空间。”广东华豆科技有限公司总经理年益多介绍，公司将用黔东南州产出的高产高蛋白优质大豆，配合非物质文化遗产传承的加工技术，制作鲜甜解暑的即食豆腐花，并通过“贵州村超”品牌赋能，让优质产品插上翅膀进入快车道。

榕江县委书记侯美彪表示，“村超品牌 南海制造”的合作模式，为东西部产业互动提供了新的思路和典范，未来双方将在更广泛的领域开展合作，相信在双方的共同努力下，“村超品牌，南海制造”的合作模式将取得丰硕成果，为东西部地区的经济发展和文化交流作出更大贡献。

值得一提的是，9月14日下午，村超品牌方与成都铁路局举行合作签约仪式。4家南海企业村超合作产品入选高铁产品清单，进一步打通联名产品的销售渠道，打响“南海好物”的名气。

榕江县是南海对口帮扶协作黔东南州的重点县之一。自东西部协作帮扶工作开展以来，南海以榕江“村超”为契机，多次开展促进文化、体育、旅游方面的帮扶和互动交流。此次探索村超品牌授权形式，通过政府搭台、企业参与，引导市场逐步形成“贵州村超 南海好物”“贵州村超 南海制造”的良好印象，让村超“流量”变成两地经济的“增量”。

获品牌授权的南海企业

佛山市南海毛巾有限公司

广东华豆科技有限公司

广东碧泉食品科技有限公司

佛山市南海区狮山惠鑫绿色供应链有限公司

广东旗峰健康产业有限公司

佛山市南海大欣针织业有限公司

佛山宝绅织造有限公司

佛山张氏织造有限公司

佛山市酷狄五金有限公司

佛山大斑水产科技有限公司

佛山澳加联盈生物科技有限公司



培育和践行

社会主义核心价值观

富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善

中共佛山市委宣传部
佛山市精神文明建设办公室