

# 直播带货已经成为电商发展的新兴手段,许昌电商也积极参与其中 听,莲城主播的“带货心经”!

□ 记者 吕正子 文/图

核心提示

时下,直播带货已经成为电商发展的新兴手段,站在电商业发展前沿的许昌电商也积极参与。如今,“双11”将至,许昌电商也积极准备,意图通过小小的直播间,带动许昌的大产业。11月9日、10日,记者采访了三位许昌主播。他们中有专业主播,带货假发,把“许昌造”推向世界;他们中有农民,带货蜂机具,依靠家乡的传统产业脱贫致富;有的则是见过世面的留学生,却回到故乡带货农产品,为脱贫攻坚出力。

## 假发主播刘强:让更多的国际客户认识“许昌造”

11月9日上午,“90后”姑娘刘强准时来到位于科技广场附近的直播间,开始化妆、熟悉脚本、摆放商品……一场直播即将开始。

刘强是许昌奥蕴实业有限公司的一名主播。从今年3月至今,她在公司的培养下,短短几个月,不仅直播销售额“惊人”,而且顺利进入阿里巴巴全球网红孵化计划,被称为假发界的“李佳琦”。

直播准时开始,刘强热情洋溢地用英语向“粉丝们”打招呼。镜头前的她自信满满,流利的英语、丰富的肢体语言、更换假发的速度、自信的神态……

2个小时后,直播结束。“我们公司出产的商品是假发,客户主要

在美国!”刘强边喝水边说,那里和许昌有12个小时的时差。因此,上午是她最好的直播时间。

4年前,学装潢设计专业的刘强大学毕业后,凭借英语口语流利这个优势到许昌奥蕴实业有限公司电商部的速卖通平台销售假发。由于线上销售经验丰富,2019年下半年,刘强被公司委派到美国线下专柜当柜姐。

“原计划今年我还要去美国,但受疫情影响未能成行。”刘强介绍,这时,公司决定介入社交媒体领域,在速卖通平台开通直播号。她由于有销售经验和在美国卖货的经历,便被公司“推”到主播的位置。由于准备工作充分,今年3

月,她在速卖通平台的第一场直播就接触到了全球75个客户。4月下旬的一场直播,成交额接近3000美元。

如今,“双11”即将到来,刘强和同事们都在为这场“电商盛宴”紧张准备。在刘强看来,主播是一个全能型的岗位,既要具备表演经验、处理突发事件的能力,还得熟悉所卖商品的基本信息。

“我虽是小主播,却要面对全球的大舞台!”刘强表示,她个人在镜头前的一言一行,都关乎着中国的国家形象。今后,她会努力提升自己的直播水准,让更多的国际客户认识“许昌造”。



刘强被称为假发界的“李佳琦”。

## 农产品主播徐婧豪:希望到田间地头带货

11月10日10时,市区八一路东段,27岁的徐婧豪来到市区八一东路的许昌原产地尚品官方旗舰店。她径直走入直播间,查看已经放好的商品。此时,距离11月11日还有14个小时,她要察看当晚直播带的货物,确保万无一失地投入这场“电商大战”。

为全面打赢脱贫攻坚战,2017年,阿里巴巴集团开设了“兴农扶贫频道”。我市也与阿里巴巴集团合作开设了许昌原产地商品官方旗舰店,旨在利用淘宝大数据库,精准对接有效买家,拓宽我市特色农产品的销售渠道,推动电商扶贫

工作扎实有效开展。许昌橙功电子商务有限公司(以下简称橙功电子)是相关部门为该店指定的运营单位,徐婧豪就是该公司的一名主播。

徐婧豪原先在意大利留学,2016年回国后在南京做了几年电商,主打纺织品和母婴用品。“2018年,我就接触直播了,算得上全国最早接触直播的一批主播!”她说,今年年初回到许昌后,她成为橙功电子的主播。

与其他商品相比,农产品做直播带货有其特点。一方面,带货农产品,要注重其地方特色,并借助

该产品宣传本地文化。只有产品与文化完美结合,才能吸引顾客。另一方面,农产品大多为食品,其质量把控要求更为严格。按照相关规定,带货的农产品必须为当月生产,不能有拖延。这两个特点对主播有了更高的要求。

“我们公司带的产品都是咱许昌的土特产,比如腐竹、粉条、面粉、蜂蜜、小米!”徐婧豪说,土特产来源于土地,但并不意味着销售就要“土”。她认为,农产品带货能够多样化。她希望到田间地头去带货,带火许昌的农产品,为脱贫攻坚贡献力量。



27岁的徐婧豪直播带的货都是土特产。

## 蜂产品主播李志涛:“双11”是对电商素质的检验

“各位宝宝好,今天我向大家展示的是新上架的蜂箱……”9日下午,长葛市大周镇双庙李村一座普通的民居内,29岁的李志涛正在进行一场直播。他拿着蜂箱的组件,仔细地向“粉丝们”展示每一个细节。他的身边,堆满了即将发出的各类蜂机具货物。

蜂产业是双庙李村的支柱产业,做蜂机具生意的村民非常多,李志涛家也不例外。他的网店于2014年6月正式开张。到当年年底,其网店的销售额达到了10万元。此后,其网店的规模越来越大,从单一的蜂箱销售到巢础、巢框、蜂蜜瓶、蜂衣、蜂帽等蜂产品销售。到2019年,他的网店销售额达300万元。

李志涛是双庙李村农民青年电商的代表。该村被阿里研究院认定为“中国淘宝村”,有电商户200多户、从业人员2000多人,并建有一条1.5公里长的蜂产品电商文化一条街,吸引了22家快递物流企业进驻。

今年年初,受新冠肺炎疫情影响,物流不畅,该村的蜂产业企业销售受到了巨大影响。为了给更多年轻人提供机会,双庙李修建了两间网红直播间,并邀请专业老师对年轻人进行带货培训。

李志涛也在此时涉足直播带货。今年2月,他第一次直播,带货的产品是蜂蜜。他准备了脚本,背了好几遍。直播时,他仍然紧张得说不出话来。熟能生巧,到第三次直播时,他已经能从容地和粉丝们互动了。那次直播持续了一个小时,他卖出50套蜂箱。

“直播带货与普通的网上销售有很大区别!”李志涛说,首先,直播带货对产品的呈现更为真实,粉丝们能更直观地了解商品;其次,直播带货对售后服务的要求更

高。此外,蜂产业的直播带货,更加注重用户的体验。购买蜂产品的人大多是五六十岁的中年人,他们很多不会网购,都是靠儿女代购。这样一来,李志涛在出售蜂产品时,更注重中老年人的使用感受。

李志涛认为,现在,蜂产品电商发展遇到了瓶颈。一是利润薄且信息透明,二是从业人员多竞争激烈。双庙李村的蜂产品电商要想有更大的发展,必须组建类似商会的组织,对全行业的行为进行规范。

“就我个人来说,眼前我能做的,是保证商品品质和做好售后服务!”李志涛表示,今年“双11”,是对他电商素质的一次检验。



29岁的李志涛正在直播带货蜂产品。

