

高流量主播助阵 累计触达人群超5亿

长春第二届新经济直播月成绩斐然

本报记者 张和力

写在前面:

207个直播间开门纳客,664位主播倾力推介,累计触达人群5.01亿,全平台宣传曝光量超过2.8亿……从2021年12月12日正式启动,到2022年1月12日圆满落幕,长春市第二届新经济直播月活动成绩斐然。

通过一系列活动和全域媒体宣传,促进了长春直播电商新业态、新模式的发展,增强了直播电商在长春地方经济中的拉动作用,为长春市消费注入了新动能、新活力,有力助推了长春数字经济发展。打造了一批直播电商特色产业集聚区及MCN机构,孵化本地网红品牌,培训本地带货网红达人,形成了良好的云链,崭新营销模式影响进一步深化,提高了市场竞争力。在长春成为“东北亚直播电商城市”发展过程中起到了强力助推作用,为活跃地方经济发展注入新动能,为促进产业发展提供了新动力,为推动社会就业提供新方向,为宣传长春城市形象,促进城市发展扩大了新影响,全面展现了长春新经济、新形势、新面貌。

不须迎向东邻去,春在千门万户中。

长春市商务部门边“播”边总结,充分利用直播月平台,发挥新电商经济的示范作用,为推动全市乃至全省传统商业转型升级作出贡献。



2021年长春市第二届新经济直播月开幕式现场。



青怡坊直播基地集训现场



2022年1月12日,为期一个月的“智享潮流·约播春城”长春第二届新经济直播月圆满落幕,本届新经济直播月继续深化直播活动对长春传统企业转型、数字经济发展的促进作用,以“融合创新、打通渠道、多方受益”为原则,通过政府推动、平台支撑、企业让利、媒体助力,多平台、多场景、多地域、多行业共同参与,线上线下共同发力,打造了一场全方位展示、推介长春市乃至省内地方特色品牌的直播盛会。

活动期间,长春市内打造了207个直播间;筛选2468款供应链产品进入直播月产品库;邀约664位主播,其中粉丝500万以上的高流量主播10位;举办4037场直播带货,累计直播8500小时,总交易额累计达2.23亿元。通过直播及新闻,活动曝光量激增,累计触达人群5.01亿,全平台宣传曝光量超过2.8亿,沉淀优质单品200种,间接带动消费10亿元以上。

亮点一: 人多 货多 场次多 带货多

长春第二届新经济直播月在延续第一届新经济直播月活动的基础上,创新活动亮点,以专场直播+混场直播+十大高流量主播,打造直播爆点。整个直播月期间,融合淘宝直播、抖音、快手、蘑菇街等平台流量主播,共同为吉林省特色产品带货助力。

为让更多长春市乃至吉林省的企业参与进来,本次直播月主播邀约形成梯队模式,从高流量主播到混场主播累计664人参加,涵盖淘宝、抖音、快手、蘑菇街4个电商平台。其中,淘宝直播平台10位主播,累计5222.49万元交易额;抖音平台169位主播,累计7651万元交易额;快手平台484位主播,累计7697.13万元交易额;蘑菇街平台1位主播,累计1804.03万元交易额。

粉丝量在500万以上的主播10人,包括林依伦、烈儿宝贝、年糕妈妈、蛋蛋等,主播累计粉丝量达到17433.74万;A类主播113人;此外还有B类、C类、D类,以及混场主播。烈儿宝贝、年糕妈妈、猫女林等主播还来到长春,实地体验感受,为第二届新经济直播月助力,进一步增加了长春新经济直播月的影响力。

亮点二: 搭建供应链严选体系 沉淀优质单品

通过新经济直播月的活动影响力,以吉林省为中心,筛选优质产品供应链,以严选模式为杠杆,强化其电商品牌的竞争力,持续优化供应链严选流程,进一步释放产品价值,建立供应链严选品牌库。

本届直播月从全省范围内筛选优质产品2468款纳入直播月产品库,其中长春市产品900多款。直播月产品品类丰富,包含米面粮油、酒水饮料、休闲食品、调味料、家居日用、美妆护肤等类目。

与此同时,在中韩国际合作示范区北药产业园和青怡坊直播基地设置第二届新经济直播月优品展示区,集中展示长春市乃至吉林省的名优特产,直播月活动结束后,将优先对接产品展示企业,助推企业数字化转型、提升产品销量增长。

亮点三: 全面推介城市特色 打造专属IP形象

通过新经济直播月的直播活动、各类版块主题活动,全面推介长春特色产品、名优企业、城市特色等,持续拓展传播渠道,深入挖掘长春特色和亮点,向全国展现长春新经济、新形势、新面貌。

为推广城市形象,本届直播月根据长春元素设计了直播月专属IP形象。不仅如此,还推出聚焦长春板块,走播展示板块从17个作战区域中筛选朝阳区、公主岭、榆树、双阳、九台、兴隆保税区等6区域的优质企业,进行走播展示,邀请抖音平台主播王禹和舒曼进行6场直播,在抖音平台推广如双阳鹿乡镇、田野泉等长春优质企业面貌,通过线上直播的形式展示长春本地企业文化及品牌历史,累计观看人次18.8万。

亮点四: 培育互联网营销人才 开展新经济培训活动

新经济直播月在培育本地专业电商人才,打造吉林省电商直播销售人才矩阵方面贡献了力量。活动期间,举办直播月培训,课程涵盖直播、运营、抖音小店规则解读、短视频文案课、短视频剪辑制作课、售卖产品的定价、直播带货佣金计算、直播经济人才就业方向、直播表演课、直播实训课等14个方面的课程内容,举办10期培训,平均每期50人,累计参与培训的学员达500人次。其中80人在完成培训后,参与到直播月带货中,累计30万人观看,实现直播交易额12.5万元。

亮点五: 全网立体传播 活动反响热烈

本届新经济直播月活动通过多平台推流,多端口推送,仅开幕式直播受众就超百万人。除十余家驻长春市、市级主流媒体外,腾讯、今日头条、搜狐、网易、新浪等网站,中国日报、光明日报、新华社等国家级主流媒体,吉林省内知名大V、自媒体也参与助力,形成报纸、广播、电视、网络、自媒体组成的全网立体式传播矩阵,极大地拓展了本次直播月宣传渠道及覆盖人群。活动微博话题讨论10.1万,话题阅读量超过2亿人次,反响热烈,影响广泛。

第二届新经济直播月通过一系列直播活动和全域媒体宣传,进一步提升了长春城市的影响力和知名度,通过网上直播带货的方式,引导传统商贸产业转型升级,促进电商产业快速发展,持续扩大第一届新经济直播月的成果,为将长春打造成“东北亚直播电商城市典范”再创佳绩。



主播猫女林现场直播



→主播在华兴种植农民专业合作社直播



↑主播年糕妈妈直播间直播

←鹿乡直播



本版图片由长春市商务局提供



直播基地选品展示