

扫一扫  
看陈妙林直播扫一扫  
看赖梅松直播直播首秀里跳草裙舞、体验高空滑索  
这个月两场直播已安排上

## 开元集团创始人陈妙林： 对这个暑假有信心

5月26日晚，开元旅业集团创始人陈妙林在莫干山森泊水乐园开启直播首秀，3小时吸引267万人进入直播间。

直播过程中，除了与主持人汪聪、飞猪副总裁黄宇舟一起跳起草裙舞，以运动达人著称的陈妙林还亲自体验了高空滑索、激流河等乐园极限项目。整场直播平均每秒成交1单，杭州开元森泊网红木屋套餐秒光。



### 穿花衬衫跳草裙舞 亲自体验极限项目

当晚的直播间里，陈妙林白底水墨花衬衫的度假风，让人眼前一亮，还和主持人汪聪、飞猪副总裁黄宇舟一起跳起了草裙舞，不禁让人笑着点赞。

作为知名的企业家兼运动达人，陈妙林的直播间也是活力十足，尽管已近七旬，但你看到的是他换上运动装跑步、骑车的矫健身影，还看到了他亲自体验森泊乐园里的高空滑索、激流河等极限项目，难怪直播间里的评论里都是一脸崇拜，直夸“陈总好年轻”、“身材太好了吧”、“老爷子太飒了”！

直播战报显示，这场Boss直播累计观看量超267万，累计互动人次超45万。Boss带货平均1秒成交1单，首发的莫干山泳池五卧别墅以及杭州森泊网红木屋都是秒空。“第一次直播感觉还不错。”陈妙林笑着对钱江晚报·小时新闻记者说，其实在这之前，他只知道直播，但自己并没有完整地看完过一场直播，而这一次准备时间也比较匆忙，“算是有点仓促上阵，下一次肯定会更好”。

### 直播是女儿牵的线 是一种新的尝试

这一场直播全程，陈妙林说，从头到尾都是女儿设计的。

之前很少出现在公众视野的两个双胞胎女儿，这一次也在直播中露脸，两个女儿都在负责开元的市场营销工作。“这是年轻人关注的新事物，我们老一代企业家也应该要尝试下。”陈妙林说，“酒店行业今年因为疫情遇到了前所未有的困难，也需要直播来宣传，这是一种新的宣传方式。”

这场直播全方位介绍了开元的两家网红度假酒店：杭州森泊乐园和莫干山森泊乐园，一家是去年开园，一家是今年开业，同时还独家首发了莫干山森泊的泳池五卧别墅，以及开元最新的高端品牌酒店“方外”。坐落于富春江畔的“方外”只有70多间房，全套房，私密性强，管家式服务。

“我都没关心过到底最后卖了多少货。”说到直播效果，陈妙林笑了，说女儿还没告诉他，不过有267万人的观看量，他觉得已经是最大的成功，“一开始是30万，10分钟后有50万，再过10分钟就有100多万了，260多万人来看直播，很难得。”据悉，本次森泊的超级品牌日陈妙林的直播带货成交总额达到了1800万元。

### 对七八月充满信心 旅游直播排上日程

说到现在开元的酒店营收状况，陈妙林坦言，五月总体还不错，“在疫情刚发生时我们预测是三个月困难期，目前情况与我们预计差不多。”

从4月下旬到现在，一个月来，现金流已经基本打平，不过离去年同期还有一定的差距，目前大约恢复到75%左右。相对来说，度假酒店的情况要好一点。

“今年七八月，可能会超过去年同期。”陈妙林对暑期市场充满信心，在疫情不反复的前提下，根据去年的数据，有1.45亿人次的出境游客量今年会全部转移到国内，而这些人大部分会在高端度假酒店消费，“这是一个增量市场。”

而陈妙林在直播首秀之后，6月的两场直播也已经排上日程，身为浙江省旅游协会会长，他将和建德市政府一起宣传最美绿道，沿着绿道跑步一路都是风景；和松阳一起宣传旅游，骑车、跑步、登山……在陈妙林的直播间，运动就是他最大的标志。

本报记者 鲁佳

## 首场直播销售总额超1500万元 产生110多万单包裹，平泉香菇卖出5万单 中通董事长赖梅松： 前一秒接单，后一秒发货

“今天的第一款产品是平泉香菇，希望能帮助更多人创业就业，帮助扶贫产品卖出更好的价格，卖到更远的地方。”5月28日晚，一间大仓库，摆上一桌两椅，架上一部手机，中通董事长赖梅松开播了。

这位快递大佬的直播首秀，交出的成绩单很优秀，超过5万份平泉香菇、袁隆平大米、崇阳小麻花被“秒光”，只是看起来这背景似乎有些简陋。实际上，这次的“仓播”意义非凡。“仓播可以零距离发货，成本更低，而且哪怕晚上10点11点下单，当天都能发货，消费体验更好。”下播了，赖梅松笑盈盈地走过来，接受了本报记者的采访。



### 首位快递大佬开播 观看人数超过739万

晚上7点，直播准时开始，第一次走进直播间的赖梅松对着镜头，挥了挥手，简单开场白看起来略有点拘谨。正式开播了，很快气氛热络起来。先是介绍产品，接着产品试吃，随后上链接，再不时穿插抽奖送福利，赖梅松迅速进入“主播”状态，直播间人气一路攀升，第一款产品平泉香菇，仅40秒就卖光了1万份。赖梅松介绍，平泉香菇产自国家邮政局定点扶贫的河北平泉。过去，平泉的优质农特产品多走线下传统销售模式，现在，大部分销售已转到线上。

钱江晚报记者注意到，中通首次举办“仓播”，一共直播带货25个商品，加上支付宝的流量支持，得到了广泛关注，淘宝直播间累计观看人数超过739万，整场活动销售总额超1500万元，其中平泉香菇售出5万多单。整场直播共产生110多万单包裹，仓内货品当晚已陆续打单出库配送。

### 5分钟出仓 最快当日收货

作为快递一哥，为什么会走进直播间？赖梅松说，今年受疫情影响，很多农产品卖不出去，直播能够帮助农产品上行，让农民赚到钱，吸引更多人返乡创业，非常有意义。在赖梅松看来，做直播，电商有电商的优势，快递有快递的优势。“我们有场景，做的是力所能及的事情，今年也是精准脱贫关键的一年，一家企业能够在这方面做一些工作，是非常有意义的。”

赖梅松说的场景，就是这个仓库。更重要的是，这不是一个普通的仓库，而是仓配一体的中通云仓。“直播间直接放在中通云仓，直播商品备货在中通各地的云仓。通过直播带货面对面下单，产生的订单信息现场实时打单，快递面单生成后，哪怕已经晚上9点10点，做到最快五分钟出仓发货。通过仓播售出的商品，快递时效提升1到2天，最快当日收货。”

### 有快递、仓、冷链 中通打造智慧物流园区

本次仓播是中通快递与中通云仓、中快传媒、中通快运、中通商业等生态圈板块的一次创新协同，通过缩短流通环节、降低物流成本、直链供需两端，让消费者花更少的钱买到品质更好、种类更多、更实惠的产品。

赖梅松解释，云仓提供仓配服务，中快传媒提供引流引流和直播支持、中通商业提供商品。“如果我们光是做物流，比如说做快递、快运、做仓，我们仅仅是解决了‘运’的问题，快递的本质其实是基础设施，是生产跟消费的连接。商业恰恰可以帮助我们未来更好地实现生产跟消费者的连接，它能够找到前端的商品。”

在赖梅松看来，今天中通快递做到市场份额第一，就有义务去帮助整合资源，让商家更有竞争力。他告诉钱江晚报记者，以前快递行业的竞争，主要是快递跟快递的竞争，而未来一定是全链路的竞争，中通也将面临从快递主业竞争到整个生态的竞争。“中通不是一家快递公司，也不是一家科技公司，未来中通是一家平台公司和生态公司，是一个赋能的平台。”

本报记者 陈婕