

搞直播,不只是年轻人爱做的事

杭州有所老年大学专门培训老年网红,直播推荐农产品

本报记者 王燕平

直播风越刮越猛,在大家的印象中,搞直播基本上以年轻人为主,帅哥、美女最好,而且还要能说会道。杭州有一所老年大学,最近也专门搞起了老年网络主播培训,粉丝大多为中老年人,直播推荐的产品以优质农产品为主,自上个月开通以来,已先后举办了20多场网络直播。据悉,到年底,这所老年大学准备培训1000名左右的老年主播。“与年轻人相比,我们比他们更懂老年人的心理。”上场做过一次直播的该校总校长郑文嫣说。



因为疫情老年大学停课 搞直播,他们比年轻人更懂老年人

这所老年大学叫康久学社——浙江人才专修学院老年教育学院,成立于去年9月,开办以来深受社区老年人的欢迎,目前已在杭州市区建立了11个教学点,学员达到五六千人。这些已经退休的老年人,有的在瑜伽班里跟老师舒展筋骨,有的在走秀课堂和老师练习形体;有人在歌咏班一展歌喉,有人在智能手机班认真听讲。“除了线下创办老年大学,我们线上还有老年社交平台。我们还要引导、帮助中老年人紧跟科技潮流。”康久学社创始人、董事长陆其文说。

一场突如其来的疫情,却让老年大学所有的线下教学活动按下了暂停键,对老年人来说,疫情期间能做什么有意义的事情呢?陆其文看到报道,一方面,贫困地区、大山深处农户的农产品因疫情卖不出去,另一方面,城市里居民尤其是掌管家里“菜篮子”的老年人买不到质优价廉的农产品,就想到搞公益助农活动。而直播是疫情下最好的助农方式。

经过商量,大家决定,首先在老年大学的学员中征集愿意搞直播的中老年人,进行网络主播培训,其次制订了网络主播培训计划,培训课主要分主播形象培训、器材使用、视频拍摄制作。“网络主播形象培训方面,我们请了专门的形象管理老师;器材使用方面,请了两个年轻主播帮我们培训;视频拍摄方面也请了电视台专业的老师指导。”郑文嫣说。据了解,中老年网络主播培训招募工作启动一个月以来,共吸引了一百多名老年人参与。目前已经培训了三期,接下来会根据报名情况继续培训。

3000多人观看,卖出近500单 直播首秀成绩让人惊喜

从一个月前推出首场爱心助农网络直播,如今,老年直播队伍“康久星主播”已搞了20多场直播,其中,康久学社特聘明星主播“太阳雨”已成为大家心目中的“网红”,至今已直播了六七场。直播首秀,当天进直播间观看的3000余人,实际下单的有近

500单,那天直播卖的是土鸡、土鸡蛋、山茶油,产自安徽宣城山区一个专业户。直播之前,团队专门到宣城去考察过。

“太阳雨”真名陶福美,今年65岁。其实,她真正的爱好是广场舞,她还是国家级广场舞裁判、教练。她说,“我的粉丝群里,70%是老年人,30%是中青年。”“太阳雨”说,“当然,每次直播都要做功课。直播销售的东西少的话,做功课也要两三个小时。直播销售的东西多,像明天晚上的直播,有六七样产品,就要准备至少四五个小时:昨天晚上先看一遍资料介绍,今天把重点摘出来,明天再按重点加上一些自己表达的话。”

之所以选择公益助农活动作为老年网红直播的“敲门砖”,一是优质农产品是老年人的刚需,二是老年网红们也懂得农产品的门道,介绍时更得心应手。



扫一扫
了解身边财经大小事

锁定绝对主场,天猫618让商家信心更稳了

开场仅10秒,家装行业成交额破亿;零点零五分,天猫快速消费品牌整体成交额超13亿;不到1个小时,28个服饰品牌销售额就超过了去年全天;开售第一个小时,天猫3C行业25个品牌及品类实现10倍以上增长……自6月16日零点一刻开启,今年天猫618进入了冲刺阶段。

后疫情时代的第一个全民购物节,618早已超出其本身的意义。作为今年以来重要的消费回补节点,天猫618连接着消费回暖的上下半场。对于中小创业者来说,随着天猫618冲刺战报出炉,商家们的信心“稳了”!

锁定618主场 快消、服饰、3C、家装吹响集结号

据悉,6月16日第1个小时,快消、服饰、3C、家装等各大行业火力全开,充分展现了天猫618的主场势能。

家装行业曾被称作是互联网最难啃的一块骨头,如今这块“硬骨头”成为天猫618的最大黑马。从6月1日至16日,天猫家装订单数累计同比增加61%。据悉,不仅StudyTime、boorikids、IGLOUCE等新锐品牌全面增长超过10倍,宜家、全友、顾家等50个家装大牌销量,成交同比均翻10倍以上。

“3月失去的,6月加倍拿回来了!”今年天猫618,成为了透视全体商家信心的一扇窗口。“这段时间,是我们今年以来最开心、最忙也最有信心的时候。今年618是我们的希望,销售情况越来越好,这让我们对下半年发展充满了信心。”不少天猫店家表示。

阿里巴巴集团副总裁、天猫消费电子事业部&家装事业部总经理吹雪表示:“天猫拿出最大的诚意、最好的创新,就是为了兑现我们对商家和合作伙伴的承诺,而无论从成交体量、商家参与程度和消费者认可程度,天猫都是618的绝对主场。”

诞生13个成交过亿直播间 淘宝直播是强大底气

一个支撑架、一只手机,从田间地头到现代都市,淘宝直播的浪潮就这样席卷而来。今年天猫618期间,300多明星、600多总裁、4大卫视、40档综艺、50大商圈,纷纷搭上淘宝直播这趟飞驰的列车。数据显示,截止6月16日早上7点,淘宝直播引导成交金额同比增长超过250%。目前,天猫618期间已有13个直播间累计成交过亿。

天猫618开售10天,华为、荣耀、苏宁、海尔、格力等3C家电品牌,通过淘宝直播间即实现破亿成交。最新数据显示,华为成为天猫首个破5000万粉丝品牌。

商家和品牌也不断在自己的直播间玩出花样。格力总裁董明珠率全国3万家线下门店亲自带货;海尔特意搭建了一个1000多平方米的“海尔智家小镇”,创新的直播场景格外吸引眼球;大家熟悉的豫园、广州塔、宽窄巷子等全国各地的地标,也在618期间集体开播。

数据显示,淘宝直播带动部分品牌商圈的成交增长达到187%。淘宝直播创新带来的巨大增量市场,让天猫618成为品牌、商家上半年的重要增长机会,也成为大家一起打赢“信心之战”的强大底气。

618线下也疯狂 热烈的生活回来了

进入6月,杭城市民惊喜地发现,热情的生活回来了!记者了解到,今年天猫618,将有100万线下商家参与,形成线上线下联动共振。

据天猫618发布的最新全国商圈热力图显示,上海南京路、广州珠江新城、成都春熙路、南京新街口、重庆解放碑、杭州武林路等核心商圈已回到从前。从“云逛街”到线下逛店,城市商圈的消费力持续升温。据银泰百货数据显示,杭州武林银泰的客流量环比增幅位居全国银泰门店前五。

城市夜经济的活力正在释放,盒马、银泰也为此延长了夜晚服务时间。统计数据显示,杭州盒马的线上配送时间延迟至22点,订单量环比大幅增长。从19~24点的销量来看,水果、冷藏食品、酒水、海鲜水产、肉类禽蛋等成为最受盒区居民欢迎的夜间消费品类。

被新零售新消费重新定义的天猫618,涌现了更多玩法,杭州消费者又抢先一步体验到了。杭州人率先享受“奢品专送”服务,不少奢侈品品牌,将在顾客约定时间内由专人专车专送上门。“买东西像订外卖一样方便”的“小时达”、“定时达”等同城服务全新上线,杭州等全国16个城市率先体验“送得快”。新商业模式的兴起,让今年的天猫618不断打破“线上线下”、“到店到家”的边界。

有业内人士评价,天猫给予618全新的定义,不应该只是价格战、补贴战,而应该用创造性的方法给自身、商家和社会带来新增量。

本报记者 祝瑶