



编者按

今年是脱贫攻坚收官之年,疫情影响下,各项工作任务更重、要求更高。面对新情况新难题,山东各地迅速行动,一大波“硬核”措施安排就位。为助推区域经济发展,齐鲁晚报·齐鲁壹点推出“百县百品 助农攻坚”系列活动,意在聚焦特色农产品、促进农产品电商交易,打造属于山东的“百县百品”品牌商标。活动首期走进菏泽成武,关注官员直播带货的新风尚。

“砍”出买一赠一,现场调制酱菜

菏泽成武县委副书记和副县长直播带货很拼

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 李德领 袁文卿

现场做菜请主持人试吃
还帮网友讲价

“今天产品很丰富,有很多方面与众不同,第一个产品是:没有凶牙利爪,人称大头娃娃的老虎菜。对,首先要推介的产品是成武酱大头,它是中国国家地理标志产品,工艺严谨,用料考究,历时3年、32道工序加工而成,是省级非物质文化遗产,产品酱香浓郁、棕红透亮,腌制酱大头用的酱是我们黄河冲积平原上长出来的黑小麦做的,营养丰富,口感好。”直播间,成武县委副书记韩耀辉化身“主播”,为当地特色农产品代言。

直播现场,韩耀辉很拼地向网友推荐酱大头,一旁的副县长刘文博也不甘落后,开始展示厨艺,为网友现场制作老虎菜,只见她将酱大头切丝,再配上青红椒丝、葱丝,最后放上本地的李六香油,一盘色香味俱全的菜肴出炉,主持人试吃后竖起大拇指,直夸调制的酱菜咸中带甜、甜中带鲜。

“书记,您帮忙砍砍价格。”面对网友的提议,副书记韩耀辉现场向山东伯乐庄园食品有限公司总经理牛建华砍价:“我第一次带货,能否优惠再大点?”牛建华也很豪爽,给出买一赠一的优惠。看到优惠力度这么大,网友纷纷留言给书记点赞。

成武不仅农产品好,还是戏

24日下午,菏泽市成武县委副书记韩耀辉、副县长刘文博变身“主播”,尝百年酱菜、品养生黑蒜、吃板栗贝贝南瓜、喝黄金苗小米营养粥,带网友尽享成武“味道”。

据悉,此次“书记带货”直播,2小时内曝光量280万,吸引15.8万人次观看,点赞量达6.1万,售出327单货。



成武县委副书记韩耀辉(右二)和副县长刘文博(左二)正在推销酱大头。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 李德领 摄

曲之乡,四平调是国家级非物质文化遗产。直播现场,国家级非物质文化遗产四平调传承人王凤云与省级非物质文化遗产四平调传承人许亚丽为网友演唱了四平调《花为媒》选段。

看得大家直喊饿
直播两小时卖出327单

“在介绍这个产品之前,我先出一道谜语:弟兄七八个,围着柱

子坐,只要一分开,衣服就扯破。”副县长刘文博的话刚落地,网友就纷纷给出了谜底:大蒜。

据了解,成武是大蒜之乡,全县大蒜种植面积40万亩,每年大蒜产量50万吨,出口占比40%,产品远销世界各地,年可储存加工大蒜产品70万吨。

“今天给网友们推荐的是独头黑蒜,这是我们用高新技术研发的新产品。黑蒜是用新鲜的生蒜,带皮放在高温高湿的发酵箱里,自然

发酵60-90天而成。生产加工过程中不添加任何化学成分,安全、天然、绿色。”刘文博介绍。

随后,刘文博又向网友重点推荐了黄金苗小米、贝贝南瓜、有机芦笋茶等,“成武物产丰富,农副产品特别多,满堂烧牛肉、李六香油、白素鸡、丸子等,网友可登录我们网店,会有更多选择。”

“看得我都饿了”“这才是家乡的味道”“隔着屏幕就感觉很香”“什么价格?都流口水了”……网友

争相购买。此次直播2小时内曝光量280万,吸引15.8万人次观看,点赞量达6.1万,售出327单货。

直播现场,刘文博推荐特色农产品也是“拼”了,还向网友公布了自己的手机号,“网友如果有诉求,或者购买农产品,可以给我打电话,我给你们推荐。”

两人表现很“圈粉”
网友称赞接地气

领导化身“主播”,用活泼风趣的语言直面网友,两人在直播间的表演“圈粉”无数,不少网友坦言很“接地气”。

刘文博介绍,近年来,直播电商以其特有的优势吸引了众多消费者,特别是今年受疫情影响,传统线下商企纷纷加入直播大军,为直播电商发展按下了加速键。

“今年以来,不断有领导干部直播‘带货’,我感觉,这样既能以很小的成本推介家乡特色、帮助群众增收,又能让干部更接地气、更直接了解群众诉求。当然,在规范引领、种类扩展等方面,直播电商还有很大提升空间,我非常看好这个多方受益的良性互动模式。”刘文博说。



扫码
看
视频

京东专项服务为鲁企支招

“企业战疫公开课”七场活动吸引355.2万人参与

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张阿凤

4月24日,我省39个省派“四进”工作组共同策划主办的“企业战疫公开课”3+N京东专项服务活动如期举行。四位京东业务负责人做客齐鲁晚报·齐鲁壹点直播间,围绕企业业务、生鲜助农、社交电商等领域,进行了一场主题为“降成本、拓市场、稳就业”的专项服务活动。

为统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作,我省从省市县三级机关、事业单位抽调1万名干部,开展进社区、进农村、进项目、进企业“四进”攻坚行动。帮助基层解决疫情防控、患者救治问题,解决企业复工复产、双招双引中遇到的问题,解决脱贫攻坚、民生保障中的困难,促进安全生产和社会稳定。

由39个省派“四进”工作组共同主办的“企业战疫公开课”,围绕“四进”工作组在进企业、进项目中发现的焦点问题、关键问题,邀请省内知名经济学家答疑解惑、传经送宝,旨在切实帮助企业解难题、渡难关,共克时艰。



山东力强钢板公司观看企业战疫公开课直播。

“企业战疫公开课”自3月25日举行以来,先后邀请了董彦岭、高福一、王文平三位山东知名经济学家,完成了主题为“疫情冲击下的中小企业融资”“山东加快高质量发展面临的形势和对策”“突破约束赢未来,中小企业变革之路”的3期直播公开课。此后又举办了4场专项服务活动,即金融资本专项对接服务活动、“从心出发”家庭教育公益讲坛一期和二期以及本期的京东专项服务活动。

公开课由齐鲁晚报·齐鲁

壹点、抖音、快手等平台同步直播,据各平台数据汇总,7次活动累计在线观看355.2万人次。齐鲁壹点直播间为企业在线观看的主要渠道,在后台可查询企业名称的有4000余家。

不少企业在“企业战疫公开课”评论区与专家进行互动,普遍反映活动“实用”“针对性强”“案例生动,内容详细”。一些中小企业在互动过程中,在线提问,积极寻求专家意见。专家则利用自身的专业知识,与企业一对一交流,为企业发展支招献策。



扫码
看
回放

如何借助电商降成本拓市场

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 张阿凤 吴浩

山东农企该怎样开拓电商渠道,提升抗风险能力?如何借助京东京喜打通下沉市场,吸引更多女性消费者?京东工业品又如何赋能中小企业降本增效?4月24日下午,四位京东各业务负责人做客齐鲁晚报·齐鲁壹点直播间,围绕企业业务、生鲜助农、社交电商等领域,带来一场精彩分享。

京东企业业务事业部战略合作负责人樊利峰介绍,近年来京东与山东开展了广泛合作,取得了丰硕的成果,希望通过与山东企业的交流,进一步帮助鲁企降成本、拓市场、稳就业。

京东生鲜商务负责人徐在文分享道,相对于传统的流通渠道,电商渠道可以最大限度减少中间环节,让货物直接从田间地头抵达消费者餐桌,这能有效缓解传统农企“增产不增收”的尴尬困境。同时,单一销售渠道的抗风险能力低,这次疫情也警示农企,要多开拓新渠道,提升企业的整体

抗风险能力。

目前,京东京喜拥有日均千万级的流量,用户主要来自于三线到六线的下沉市场。那么京喜招募进来的商家应该如何运作,如何产生订单?京东京喜对外合作招商负责人穆姗姗说,京喜出台的政策有:产业带的商家扶持,比如日前京喜与澄海玩具产业带签署战略合作协议,进行专项流量扶持。此外京喜还进行超级爆款打造,通过对商家有价值的商品进行爆款、资源位的引流,来拉动其他商品的销售。

京东工业品运营经理李宝慧介绍,京东工业品可以降低企业的采购成本,原来一个采购部可能需要十个人,对接的供应商或许达到几十家甚至上百家,商家与平台进行系统对接以后,可能只需要与京东工业品对接,就可以满足自己的采购诉求。

“青岛德银做了多年线下五金门店以后,2019年开始改革接触电商,与京东工业品合作次月的交易额达到60万元,第三个月便飙升至200万元。”李宝慧说。