



“硬核”好品牌成就“直播第一城”

新民眼

方翔

上海被称为“直播第一城”绝非浪得虚名。就在昨天,上海市委常委、副市长吴清化身“主播”,为上汽的RX5 PLUS智能网联汽车、达闼的智能防疫机器人和联影医疗的天眼CT直播带货。在吴清看来,它们都是“上海智造”的重量级代表。而来自杨浦、闵行、嘉定、金山、松江和青浦的6位区长也变身“销售天团”,推荐农业机器人、无人机、跟随时行李箱等各区代表性新产品。

在5月4日晚上举行的“五五购物节”全球大直播中,各大头部企业与李佳琦、黄渤、江疏影等明星嘉宾同台“带货”,为消费者带来衣食住行各方面优惠好货的同时,充分展现了“上海品牌”的独特魅力。“直播一哥”李佳琦在接受媒体采访时曾说,“是上海成就了我,我非常感谢上海。”他还特别提到,上海的老字号品牌特别热卖,像上海家化旗下的一个品牌面膜,李佳琦在直播中差不多卖出了156万片。

直播商品卖得好,到底要靠什么?一些人认为网红的个人号召力,比如李佳琦、薇娅等。但真正的核心还是商品本身的品质,直播能做的仅仅是依靠网络主播的背书,降低用户对商品的尝鲜成本,并且推动同品牌旗下不同产品的销售。从这个角度来说,无论是直播网红,还是各级领导,如果没有“硬核”好货做支撑,吆喝得再卖力消费者也不会买账。

上海的新零售发展在全国领先,我们不仅可以看到“数字化首店”发布全球新品,还有老字号品牌借助直播焕新。仅仅李佳琦的直播间,今年截至5月10日已经卖出4.5亿元的上海货。上海还积极推进集成电路、人工智能、生物医药三大高新技术产业的品牌建设,并成为上海品牌的新增量与新动能。

在数字赋能消费新时代的今天,上海作为“直播第一城”的底气就在于有“硬核”好货。特别是随着“五五购物节”的举行,各类直播共同放大了上海品牌的市场影响力。数据显示,国内四大电商平台,每天产品上新量超过3000万件,产品和服务的更新速度前所未有。在这样的情况下,消费者、企业不可能不去尝试新的品牌产品,直播无疑就架起消费者和商家之间的“桥梁”。对于上海的企业来说,这不仅是挑战,更是机遇。可以通过直播,强化品牌建设,做好品牌规划,打响自身品牌,以一流产品和服务在全国乃至全球市场上展现影响力、体现竞争力,努力实现更好更快发展,让老品牌焕发活力、新品牌竞相涌现,知名品牌走向世界,为“直播第一城”赋予更多的内涵。

市区领导变身“销售天团”

龚正宣布上海信息消费云峰汇开幕

本报讯 作为上海打造在线新经济发展高地的重要举措,上海信息消费云峰汇昨天拉开帷幕,活动将历时一个月。市委副书记、代市长龚正宣布云峰汇开幕。市委常委、副市长吴清为上海数字新基建产品直播带货,工

业和信息化部总工程师田玉龙视频致辞。

来自杨浦、闵行、嘉定、金山、松江和青浦的6位区长变身“销售天团”,推荐农业机器人、无人机、跟随时行李箱等各区代表性新产品。

信息消费云峰汇是上海“五五购物节”九大重点板块之一,以“数字赋能消费新时代”为主题,主推5G+产品、智能网联汽车、智能家电产品等三大产品,在线云服务、智慧康养服务、在线文娱等三大服务,在线教育、在线文旅、

数字商业等三大场景,将举行一系列丰富多彩的活动。同时,云峰汇还举办2020首届中国(上海)工业品在线交易节等活动,加速生产消费、生活消费、信息消费的跨界深度融合,全面提升国家信息消费示范城市能级。



联影医疗公司的天眼CT

▲▲ 云峰汇上,一大波高科技产品闪亮登场

本报记者 孙中钦 摄



达闼智能机器人

跳绳秀

在昨天以前,杨浦区区长薛侃应该没有想到,有朝一日,当着网民的面,他会被一根跳绳公开打分。还好,得分很不错,伴着每分钟127拍的法国DJ神曲《Trip》背景音乐,他以

“种草”科技小物件

16秒跳绳28次的速度得到了这根跳绳给出的83分成绩,还得到了一句来自跳绳的夸奖:“你真棒!相信你跳绳的样子一定很酷!”——的确很酷,在昨天的上海信息消费“云峰汇”活动中,薛侃实现了许多“第一次”:第一次为杨浦区的硬核科技产品带货,第一次撸起袖子直播跳绳,第一次面向全网金句迭出“刷好感”……如此卖力,令人不禁想要探究,区长为何选择给一根跳绳带货?

杨浦区集聚着8000余家科技型中小企业,700多家国家高新技术企业,是一个充满活力的创新创业高地。之所以选择以一场世界冠军跳绳秀开场,并从令人眼花缭乱的“杨浦智造”产品中选择了一根折后售价仅152元的“跃动智能跳绳”作为主打货品,穿着杨浦老牌产品回力球鞋跳绳的薛侃解释说,与另一款由他现场带货的手持POS机一样,这根看似不起眼的跳绳虽然是一件“小产品”,“但它们都是

小而美、蕴含着满满的科技含量,代表着生活消费新时尚”。

更重要的是,这根跳绳背后折射出杨浦区底蕴深厚的发展之路。杨浦区拥有三个“百年文明”,即“百年工业文明,百年市政文明,百年大学文明”。穿着回力球鞋跳智能跳绳,恰恰是百年工业文明与百年大学文明碰撞出的火花。

全国规模最大的电视购物公司东方购物就在杨浦,薛侃首秀前在东方购物的演播厅里排练了几天,还三次修改脚本。与他搭档的主播也是东方购物的专业主持人,台前幕后专业团队的通力配合使得这场直播高潮迭起、金句频出,除了卷起袖子跳绳,现场刷卡支付点外卖、说话间外卖就送到会场的环节设置也让网友印象深刻,顿时记住了区长带货的杨浦产品,也记住了这个美好愿景:“加快建设一个更富魅力、更具活力、更有实力的创新杨浦。”

本报记者 孙云

“吃播” “嗅”到南翔小笼香

“南翔小笼怎么吃?轻轻提,慢慢移,先开窗,后喝汤……”“我第一次吃南翔小笼是在1984年,当时到古猗园踏青,甚至来不及回味,只是感觉很烫、很鲜美。今天在现场,让我们慢慢品尝。”“3、2、1,上链接!”昨天下午,嘉定区委书记、区长陆方舟走进抖音直播间,为嘉定美食在线带货。

“517”谐音“我要吃”,在这个

“吃货”的节日,这场直播以“我嘉好味道-快来我嘉买买买”为主题。这是上海“五五购物节”期间,由嘉定区政府部门搭台的2020嘉定购物节第一场直播活动。

热气腾腾的小笼端进直播间,陆方舟化身“吃播”,吃相娴熟优雅。光尝味还不够,他还“师从”大厨,亲手包起了小笼。取一个面团,在掌心压扁,包上满满的肉馅,拇指食指捏起一角,转圈捏

起褶子……“大厨每3秒就能包好一只小笼,褶子要在14个以上。”将自己包好的“新手版”小笼放在蒸笼里,看着一旁的标准版小笼,大家笑称,“没有比较就没有伤害。”

直播间内,一张檀园参观券+南翔老街小笼馒头(8只原味)品尝券,原价47元,仅售0.1元;香甜软糯的徐行蒸糕组合,原价54元,前50名降至29.9元;黄渡番

茄口感又沙又绵,原价158元,前50名仅需58元……物美价廉的产品刚一上线就被秒杀,一抢而光,弹幕纷纷要求加货。

嘉定区商务委表示,此次直播推介的5款嘉定特色美食和3款云南特产,都由主办方精心挑选把关,既是名副其实的嘉定美食名片,又在品质和信誉度上经得起考验,才能被成功“翻牌子”。“区委书记直播带货,不仅是助力商家、促进消费,更重要的是提升这些特色美食的知晓度和美誉度,激发持续性的消费热度。”

本报记者 杨洁

今日论语

浙江黄岩又出名了,不是因为人们熟知的蜜橘,而是因为“复活”了的古村落。百年历史的浙西乡村在保护中得到新生,村民通过多种产业富起来了,学规划的学生把论文“写在了祖国大地上”,游客又寻回了记忆中的乡愁。今天本报报道的这个乡村振兴样板,堪称多赢,究其秘诀,最值得关注的还是“陪伴式规划”理念。

“陪伴式规划”是同济大学教授杨贵庆提出的,并在黄岩得到了充

分践行。这在各种“高洋上”“后现代”“新奇特”规划设计铺天盖地的当下,富有新意,也很珍贵,体现出一种平等而尊重的态度。

首先,这体现出对建筑和风貌的尊重。曾几何时,大拆大建是城乡改造的主旋律。为了某一地块的整体规划,一些有年代的老建筑、有故事的市井街区,都被一拆了之,取而代之的是千篇一律的高楼大厦,甚至还出现了不伦不类的建筑。而今,

越来越多的人认识到了这个问题,城市中有了历史风貌保护区,不过在我国广大的乡村,这一点还没有得到足够的重视。

其次,这是一种对文化和记忆的尊重。无论是城市还是农村,无论看上去是漂亮还是破败,其实都有长时间积淀而成的记忆和文化。这种记忆和文化,慢慢积淀成为人们的乡愁,如果轻易抹去,是令人痛心的。然而,新农村建设的人民的期

盼,究竟该怎么做才能两全其美?杨贵庆认为,并不是简单地拆旧建新,乡村的美丽是由内而外的,应该是“什么样的人化什么样的妆”。

更重要的是,这是一种对人的尊重。新农村建设的,并不是城里人前去指手画脚一番,而是要结合当地的特点和文化,以及当地人的意愿,用最合适的方式改善环境,提高生活水平。八年来,杨教授陪伴在黄岩的村民身边,戴着草帽、背

着布袋的他已完全融入了当地人中间,用他非凡的智慧和眼光,使名不见经传的古村落变得美起来,富起来。

人们常说,最好的教育是陪伴。陪伴,意味着倾听,意味着共情,意味着不离不弃,意味着润物无声的影响。而改变,也在这种耐心的等待中出现,日积月累,滴水穿石,终于带来惊喜。就像黄岩的沙滩村和乌岩头村,经过八年的慢生长,终于开出了一树繁花。

这,或许就是黄岩古村落改造给我们的启示。

(相关报道见第8-9版)

黄岩古村落“复活”的启示

邵宁