

直播采 带货

不止带货

当流量成为一种生产力，并被用在刀刃之时，直播在产生巨大经济效益的同时，亦能产生积极的社会效益。

□记者 | 应琛



“烟”笼寒水月笼沙，不止东湖与樱花，门前风景雨来佳，还有莲藕鱼糕玉露茶，凤爪藕带热干面，米酒香菇小龙虾，守住金莲不自夸，赶紧下单买回家，买它买它就买它，热干面和小龙虾。”4月6日，被戏称为“小朱配琦”组合的央视新闻主持人朱广权和“口红一哥”李佳琦，如约在直播间连麦，一起为湖北带货。看得出“新手”朱广权为此做了精心的准备，一开场，他便引用杜牧的《泊秦淮》，盘点了直播要卖的农产品。

“国家级段子”加“人间唢呐”的组合，让这场直播迅速上了热搜，更让网友直呼：“这是最有文化的直播，我落下了不学无术、没有文化的眼泪！”

一周之后，央视乘胜追击。央视主持人欧阳夏丹化身“带货主播”，与演员王祖蓝组成“谁都无法祖（阻）蓝（拦）我夏（下）丹（单）”组合，在快手上演直播带货首秀。

疫情之下，企业要复工，大众情绪也要纾解，如何更大限度创造社会价值，帮助更多需要帮助的人，可以说，“小朱配琦”和“祖蓝夏丹”的这两场直播恰逢其时，很好地发挥了流量的正面引导作用。