

冬至火锅专场”。情景式的带货，让观众有了满满代入感。

2020年，新冠疫情突如其来，在脱贫攻坚的决胜当口，电商直播带货逐渐成为扶贫助农的新模式，从央视知名主持人、淘宝顶流主播到网络红人纷纷加入直播带货扶贫助农领域，这一模式也得到国务院扶贫办的肯定。

为了发挥中国社会扶贫网消费扶贫第四方平台作用，中国社会扶贫网在原国务院扶贫办消费扶贫专班领导下，在各直播平台设立“消费扶贫直播专区”，组织各平台及社会力量开展“扶贫直播”工作、销售《全国扶贫产品名录》及省级扶贫办认证的扶贫产品，并将扶贫直播销售数据与消费扶贫专区进行直连直报、动态监测。其中，易居乐农担任了快手平台上“消费扶贫直播专区”账号的运营工作。

在人人都可以直播卖货的当下，易居乐农作为致力于消费扶贫的实践者，紧紧把握住了直播的力量。

搭建桥梁

“我手上的这款柿饼很软，不但适合老人和孩子吃，它的寓意也好，象征着事事如意。手机屏幕前的同事、朋友们，如果你们想要奉献爱心的话，这是一个最好的时机。”2020年12月12日，屋外天寒地冻，直播间内却热火朝天。央视农业农村频道《农业气象》主持人、来自中国天气的建华作为主播，和7位嘉宾一同开展了一次主题为“社区的力量”的双十二直播活动。

当天，共计有33款扶贫产品亮相直播间，它们均来自《扶贫产品名录》或是经扶贫系统认定的扶贫产品。

第一次作为主播直播带货，建华坦言，长达三小时的直播对体力提出了不小的考验，“以前做天气预报节目都是比较短的，即使一次录五档，持续说话顶多也不超过一个半小时。但这次到最后，嗓子都哑了说不出话来”。

不过，建华表示，直播时精神倒一直很亢奋。在她看来，“直播带货是一种非常好的方式，可以让一些贫困山区的农产品在没有中间商的情况下直接送到消费者手中。一方面，消费者在把喜欢的东西带回家的同时奉献了爱心；另一方面，农民们也获得了实实在在的经济收益”。

农产品的收成好不好，和天气大有关系。作为气象主播，建华自认为还是比其他“小白主播”有一定的优势。

“一般人介绍苹果或许只会说‘这个苹果好大’。但我因

为对农产品产地的地形、气候、天气有所了解，就可以联系起来：比如光照很充足，雨量很充沛，平时昼夜温差大等方面，能把苹果好在哪里的原因更色香味俱全地向观众介绍。”建华进一步表示，“此外，在口才、形象、工作经验方面，作为主持人也有自己的优势。”

当然，直播带货，产品永远是主角。“最关键的是，要在这规定的直播时间内，通过与嘉宾间的配合，更好地把我们的农产品介绍出去。”建华表示。

据统计，当天的双十二专场成绩喜人——累计观看人次30万，全场点赞量达100万，总下单量6326单，总销售金额近40万元。

而成功的背后，离不开易居乐农的牵线搭桥。用易居乐农直播板块负责人田旭东的话来说，易居乐农与中国社会扶贫网有着深度的合作，更像一个消费扶贫助农直播的组织者，“我们自己没有艺人，也没有签约的网红。我们更多是把直播平台、MCN机构（网红、达人等内容机构），以及需要帮扶的贫困县或贫困企业串连起来，让有销售能力、有直播能力的人去带货。而我们提前把平台赋予的流量协调好，把扶贫产品组织好”。

脱贫攻坚是卓绝的事业，靠企业一己之力远远不够。早在2017年，在国务院扶贫办所辖中国扶贫志愿服务促进会的支持和指导下，由易居乐农牵头，恒大、碧桂园、绿地、融创等知名房地产集团旗下的物业管理公司纷纷聚集起来，共同投入到脱贫攻坚战中。

直播海报。

