



“齐品·淄博”首秀 宣传部长带货受热捧

213分钟在线直播 455.9万人次关注

文/图 记者 王莉莉 高阳

晨报淄博6月6日讯 “今晚直播的所有产品都是淄博造，本土价格让你买到国际品质，一定会让你物超所值。”“这款产品的花色、用料都极具东方美。”“你们真的很给力”……6月6日晚上，在“齐品·淄博”直播间里，淄博市委常委、宣传部部长毕荣青历经213分钟在线推荐，吸引全国网友455.9万人次的关注，成为迄今为止，淄博史上“最强带货员”。

当晚，毕荣青和聚米集团董事长徐江南携手华光陶瓷、硅元陶瓷、汉青陶瓷等20家知名企业的40款产品一起走进挑商城直播间，共同开启“齐品·淄博”的首场直播。“这款蝴蝶项链，大家还记得吗？在我们淄博拍的一部电视剧里就有它的身影。”一边介绍，毕荣青一边将项链佩戴到了胸前。当晚网络互动过程中，毕荣青娓娓道来的产品特色以及背后所蕴藏的淄博文化感染带动着直播间里的一众网友们。对于

网友们的提问，她一一作答，温情款款传递给直播间里的网友们一种消费信心：政府背书，一诺千金，“齐品”质量过硬，大家可放心购买。不少网友纷纷表示：“部长对‘齐品’如数家珍的精彩讲解，让我们切身感受到了浓浓的家乡情怀，再次刷新了我们对陶瓷琉璃等产品以及淄博文化的认知。并且价格确实够亲民，产品足够打动人心，所以，紧跟部长的直播节奏买买买，一定没错！”

通过直播现场的采访，记

者了解到登陆当晚直播间的产品无一不彰显着“淄博造”的实力，甚至代表着国内国际的领先水平。这里面不仅有全国领先的日用陶瓷，有载誉无数的琉璃制品，还有热销海外的玻璃器皿和产量居首的丝绸产品等。具有国际品质的优质好物加之超值优惠价格，引燃了广大网友们的购买热情，直播间活动商品一度售罄，更是吸引了455.9万人次全国网友的关注，在全国叫响了淄博品牌，更提升了城市魅力。

此次直播，仅仅是个开始。为了应对疫情和经济下行对企业的影响，接下来，淄博市将对“齐品·淄博”品牌进行整体展示和推介，利用网络渠道，汇集各方力量，助力企业复工复产，拓宽销路，渡过难关。在整个直播月期间，将全面开启惠民特卖活动，后续，淄博各区县、各行业和新闻媒体将在一个月的时间内分批走入直播间，为消费者带来更多国际品质、本土价格的优质产品。

■ 热点评论

部长带货叫响“淄博造”

□ 王继洋

一场疫情，让不少人信奉“酒香不怕巷子深”的人，觉得生意越来越难做、钱越来越难赚了。

互联网则悄然改变着我们的生活，甚至社会的“生态”，“酒香不怕巷子深”的时代已经过去了——在“快节奏”“标签化”的同等事物的衬托之下，其实他人根本没有精力去理解你的“酒香”。

纵然你香气逼人，但全部被截留在深巷之中，别人无法嗅到，又怎知你的香？当然，有“酒香”是一件好事，这至少可能还有伯乐来品鉴你的内涵。

谁来扮演这个“伯乐”的角色呢？6月6日晚，在要挑商城的直播平台前，变身网络主播的淄博市委常委、宣传部部长毕荣青为淄博品牌站台，仅3个多小时时间便将直播间上线的20余家企业的40余种产品销售一空，直播间观看人次突破455万，成为迄今为止淄博史上“最强带货员”。

“齐品·淄博”品牌，就此一炮打响。

正是淄博市委宣传部的部长站台，让我们得以知道：黑山玻璃的耐热玻璃保鲜盒在全国乃至全世界均处于行业领先地位，为宜家、沃尔玛以及韩国的乐扣乐扣等多家国际知名品牌做代工；有着52年历史的淄博飞狮巾和日本的无印良品、佳世客以及内野等顶级品牌都有合作……正如山东黑山玻璃集团有限公司国内销售负责人李峰所说，“好的产品我们从来不缺，但是一直在做代加工，没有形成自己的品牌……通过这次直播活动，我们……接下来想把自己的品牌推出去”。

淄博品牌的“酒香”没有问题，但要真正走出去，让更多人“闻到”，则需要形成品牌效应。历史底蕴深厚、文化氛围浓郁的淄博，有着极具地域特色的产品体系，遗憾的是，淄博这些优质特色产品的知名度和附加值不高，没有形成统一的官方品牌。此次淄博市委宣传部长牵头打造“齐品·淄博”品牌，便是由政府背书，从品牌、销售、资源、宣传和销售成本五个方面加以支持，达到叫响淄博品牌的实际效果。

市委宣传部长走进直播间，是叫响淄博品牌的一次生动实践。与一般的网红主播不同，因为官员身份的特殊性，老百姓往往比较好奇，更容易获得高关注度和高信任度。消费者们看到领导都如此卖力“带货”，容易受感染，也很容易被打动，愿意为其推荐的产品买单。同时，有市委宣传部长做推介，也让品质更有保证。

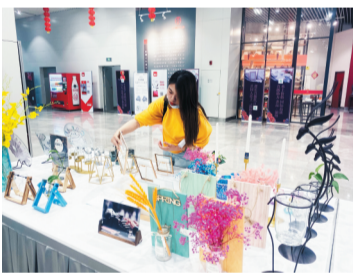
对政府官员来说，迈出这一步并不容易。直播是一种全新的营销方式，面对千千万万的观众，就像一场生动的“电视问政”，考验自己的脑子里有没有“货”，更考验自己的沟通能力、应变能力。让人欣慰的是，从实际效果来看，“部长带货”无疑是成功的，既创新工作思路，也是一种工作方法和态度的具体体现。

我们期待淄博更多行业、更多领域，能得到类似的表态支持——无论是“市委书记带头下馆子”，还是“宣传部长直播带货”，都能起到带头示范作用。

这样的尝试，不仅叫响了淄博品牌，也提升了淄博的城市魅力，更是生活在这座城市的人所喜闻乐见的。



本次带货直播引来众多媒体关注。



淄博陶琉园艺馆内，超越轻工的相框引起了现场人员的兴趣。



直播前，工作人员进行设备调试及道具清点。



在要挑商城直播间内，工作人员正在忙碌中。

■ 现场花絮

首款产品 上线10秒被抢光

记者 王莉莉 高阳

“十多分钟人气突破百万，太厉害了”“感谢部长为我们带来高品质产品”“迫不及待想抢了，赶紧开始推介吧”……6月6日晚上7点，在“齐品·淄博”直播间里，网友评论的弹幕一度刷屏，淄博市委常委、宣传部部长毕荣青直播“打头阵”，引来大批粉丝观看，直播间人气瞬间突破百万。

“这次我们会重点推介咱们老百姓平常生活当中以及电视上经常会看到的一些艺术品、陶瓷品。现在先上第一款产品，第一款来自华光国瓷，这是咱们国内知名企业。疫情防控期间，华光创新推出抗菌无铅‘泡泡’儿童餐具八件套。”直播间内，毕荣青刚介绍完首款产品，网友们便迅速抢购，“10秒钟，咱们首款产品就全部卖光，你们真的太给力了！”毕荣青边说边举起“你们太给力”的手牌，为广大网友点赞，引起弹幕纷纷互动。

随着直播如火如荼的进行，直播间人气火爆，当天直播过程中，毕荣青向全国网友推介了淄博20余家企业的40款产品，款款产品一经上架便被抢购一空。“终于能把在展厅里看到的精美瓷器带回家，平时市场价376元一套，直播价198元一套，而且买一套送一套，真是太实惠了！”正在观看直播的潘女士向记者介绍：“我抢到了今天首推的那款儿童餐具，据说使用了无铅釉技术、抗菌技术及高温釉中彩装饰等先进工艺，为了抢购，我发动全家人一起看直播，就怕拼不过手速。”当天晚上，精美的产品、优质的推介、实惠的价格点燃了众多网友消费的热情，此次直播时长213分钟，直播间观看人气高达455.9万人次。