

□文/图 半岛记者 曹现梅 刘姮(署名除外)

“嗨，宝宝们，又见面啦！六一快到了，今天推荐的是一款可做亲子装的T恤……”5月25日，纺织谷平台上的Lerune集团品必选数字科技公司(以下简称品必选)直播间内，“97后”申丹丹和搭档熟练地直播着。

在纺织谷，从普通员工变成主播，身份发生转变的不止是这一家公司。眼下，纺织谷内，已经有多家机构涉足直播带货，视频制作、形象设计等配套产业也逐渐完善。凭着天然的空间优势和行业经验，有着“网红打卡地”之称的纺织谷将会有一个新身份，联合专业机构及园区内的优质企业，搭建主播孵化平台。

园区变云区 直播带货热

多家机构试水直播，纺织谷将搭建主播孵化平台

普通员工变主播，爆款单品日销2万件

疫情下，在家“云逛街”、看着直播下单等消费现象正成为常态。现在回想春节后，公司调整方向，全员开始进入直播状态的这个决定，品必选总经理姜露说，这趟“车”还好赶上了。

“2月份复工后，公司的销售团队、设计师、版师轮流上阵，两人一组，开始了直播。”让姜露和所有人都兴奋的是，首场直播，他们就卖了三千件。“我们集团是从原材料、面料，到成衣的全产业链，而且主打功能面料。选品的话，我们还是专业优势的。”姜露介绍说，旗下品牌乐人家族有一款氨基酸家居服单品，一场直播下来卖出了2万多件的销量。

一场场直播下来，让他们感受到了火热的线上市场。“直播间其实是B2C的模式，后来，我们还尝试了B2B，就是业务员把海外的公司客户拉进群，双语直播，效果也不错。”姜露介绍说，目前，集团三四月份的销量同比增长20%，其中线上占10%。

其实，早在去年，他们就与杭州的图库科技(阿里孵化的一家科技公司)合作线上营销业务，还筹划打造一个联通商家和主播的平台——大播萝平台，通过专业的大数据评测，为商家精准挑选合适的主播。目前，平台已经上线，有1万个主播入驻。

流量主播田间选品，直播间里助农

在这股涌起的直播浪潮里，有刚刚试水的小主播，也有已经是场场有爆款的流量主播。纺织谷平台企业地鼠湾公司的北辰便是其中之一。

专业主持人出身的北辰，话语中透着一股北方男儿的豪爽，作为最早一批接触抖音的人，他经历了“吸粉”、签约、成立自己团队的过程，带货种类从化妆品到各种日用品，去年的带货量达上亿元。

“受疫情影响比较大的，还有农民朋友。”怀着想做点有情怀的事儿的想法，北辰带着团队开始筹备直播助农。

“我们团队的扶贫助农直播平台5月28日正式上线，直播间也在搭建中。”为了搭建助农平台，他们走访了省内外19个地市，与多地政府部门谈成了合作意向。“6月份，我们的工厂直播间也准备启用，就比方是‘工厂版’的淘宝。”北辰介绍说。

搭建孵化平台，催生下一个“李佳琦”



5月26日，品必选工作人员在直播间直播。



北辰带着团队在田间选品。受访者供图



网红打卡地国棉五厂百货店也尝试进行直播带货。

纺织谷里有直播带货的网红主播，自然也有培训网红主播的基地，这就是网红孵化培训机构。吴峰，资深时尚设计总监，法国闯荡10年，国内打拼10年，早已是业界翘楚。疫情之下，吴峰所在的服装公司也在寻求转型、突破，早在1月份，店铺就做起直播带货。

如何开通直播号、如何引流？在镜头前，如何抓住节奏与顾客互动？面对顾客提出的问题，怎样给予专业的解答？针对这些直播会遇到的问题，吴峰“客串”培训师对店员们做专业指导。

直播带货已成时下的绝对热点。如何让更多

想加入主播行业的年轻人得到专业的培训？纺织谷文旅发展中心总经理姜才先介绍说，他们正和中国纺织工业联合会纺织人才交流培训中心联合专业机构，借助园区的优势，打造一个复合型主播孵化平台，计划6月开课。

“我们纺织谷现在在全国知名的网红打卡地，处处都是直播间背景，而且我们这里汇聚了纺织行业的全产业链，专业优势突出。”姜才先说，签约主播还会得到平台上的产业支持。

夜色下，纺织谷褪下白天的喧嚣，一场繁华的线上夜经济大幕正在上演。

“云”上学美食

□通讯员 崔冬妮 冷姣 半岛记者 曹现梅 报道

本报讯 近日，市北区敦化路街道和市北第一文化馆联合推出的线上“云美食”引爆辖区居民“朋友圈”，大家纷纷晒出在直播间跟着大厨做出的菜肴，直呼厨艺大涨。

直播当天，“云美食”课堂邀请到聚海酒楼特一级大厨线上“手把手”教居民做名菜，从食材的准备到制作的细节以及烹饪小妙招，让厨艺“小白”也能做出精致的宴请大菜。

“在宅家时，很多居民对厨艺产生兴趣，通过直播课堂，丰富大家的文化生活。”相关工作人员介绍说。



美食制作直播中。