

# 从直播电商吹向跨境电商 添上助力实体的拼图

文/羊城晚报记者 杭莹

“欢迎来到我的直播间，点击下方购物车一键选购哦！”随机在电商平台上点进一个直播间，里面热情为你选购的，可能不一定是真人。

非真人，却拥有宛如真人一般的互动表现能力。继AI主播之后，虚拟人直播产品也问世了。凭借拥有多变的形象、媲美真人声音、多种直播间场景，虚拟人直播，在各大电商平台吸引了一众粉丝，越来越多的商家、平台尝鲜体验虚拟直播。淘宝、京东、快手等电商平台纷纷推出了AI主播带货，兰蔻、欧莱雅、圣罗兰等商家也前来尝鲜。

虚拟人直播产品的出现，给蓬勃发展的直播电商又添了一把火。自2016年直播电商元年至今，直播电商行业今年逐渐走出野蛮生长的阶段，迸发昂扬活力。在助力乡村振兴、助推实体经济方面，直播电商表现亮眼瞩目。



直播电商进入规范化发展阶段

已经进入了发展拐点。

在国家和电商平台等多方面努力下，直播电商行业进入了规范化发展阶段。

以淘宝为例，今年4月1日，淘宝规则发布《MCN机构管理规范》，对直播带货进行了严格监管。同时，淘宝直播开始扶持商家自播和中小主播，加强对平台MCN、主播的管理，提升机构和主播的素质。数据显示，去年淘宝有超50万名新主播入驻，在今年双11前夕，更是有百余家MCN机构入驻淘宝。

今年5月，抖音电商推出了新星主播扶持计划“主播请就位”。抖音会根据直播间的互动量和成交量，给对应的主播推送流量，此举不仅防止了头部主播持续霸榜，也给了中腰部主播带来了更多的机会。

根据中研普华研究院《2022-2027年中国直播电商行业深度调研及投资战略研究报告》，随着电商平台逐渐分化，以抖音、快手为代表的直播电商平台正赢得越来越多消费者的青睐。抖音、快手两大平台更是凭借强大的用户基数快速发力电商业务，再加上其用户黏性高，遂与淘宝直播形成分庭抗礼的竞争格局。

今年5月，抖音电商推出了新星主播扶持计划“主播请就位”。

位”。

抖音会根据直播间的互动量和成交量，给对应的主播推送流量，此举不仅防止了头部主播持续霸榜，也给了中腰部主播带来了更多的机会。

根据中研普华研究院《2022-2027年中国直播电商行业深度调研及投资战略研究报告》，随着电商平台逐渐分化，以抖音、快手为代表的直播电商平台正赢得越来越多消费者的青睐。抖音、快手两大平台更是凭借强大的用户基数快速发力电商业务，再加上其用户黏性高，遂与淘宝直播形成分庭抗礼的竞争格局。

国家统计局数据显示，2021年社会消费品零售总额接近45万亿元，其中，直播电商市场份额占比约5%。据艾瑞咨询测算，2023年直播电商市场规模将超过4.9万亿元。无论是现实还是预测，这些数据都远远超过发达国家。

《中国直播电商市场数据报告》显示，2018年我国直播电商市场规模仅为1205亿元，而2022年，预计整体规模接近3.5万亿元，年增长率破53%，2023年将达到4.9万亿元。

《2022直播电商白皮书》数据显示，截至今年6月，我国电商直播用户规模为4.69亿，较2020年3月增长2.04亿，占网民整体的44.6%。2022年上半年，在传统电商平台消费的用户占网购用户的比例为27.3%，通过短视频平台直播间进行网购消费的用户比例高达49.7%。

## 吹向跨境电商的直播电商风潮

直播电商的风潮，正在吹向跨境电商。

万里之遥的海外买家，得以与许多中国卖家实时隔屏相见，询盘、问价，为跨境电商提供新的窗口。在中国不少地方，跨境电商直播基地也纷纷推出。

“直播已经成为一项固定的工作。”山东领品机械有限公司运营总监尹杰说，“以往我们几乎所有客户都会来实地探厂，哪怕只买1台机器也要飞过来了解一下。”新冠肺炎疫情发生后，很多客户过不来，直播就派上了大用场。

在不少企业的外贸实践中，跨境电商都发挥着“催化剂”作用。

海外客户看重厂商的“专业能力”，可是仅凭邮件、视频电话这些手段，始终无法破局。一家新能源厂商负责人表示，“比利时一个客户，沟通了3个月，仍有疑虑，邀请他们看了一场直播，单子

就签下了。”

各式各样的假发、服装、玩偶、宠物用品、户外用品……在更多日用消费品的跨境电商直播中，海外用户同样表现出下单的热情。

不仅仅是厂商卖家，亚马逊、阿里巴巴国际站等各类跨境电商平台及海外社交和购物平台巨头纷纷试水跨境电商。

中国社会科学院财经战略研究院近日发布的《全球跨境电商品牌出海生态报告》显示，无论是中国还是海外，直播已成为当下炙手可热的流量新风口。直播带货是强互动的购物，还原了线下面对面的购物体验，一些跨境电商品牌敏锐地瞄准了这一品牌出海营销新方向。

亚马逊、谷歌、Meta等国外互联网巨头纷纷加码直播电商，Facebook、YouTube、Instagram、Twitter等社交平台相继开通了直播带货功能，2022甚至被视为海外直播电商兴盛的元年。

## 直播为电商助农添上增色的拼图

“现在，好多本土企业开始直播带货，在抖音、快手等平台上能看到。我在直播间买了好多商品，既实惠又方便！”近日，正在直播间下单的消费者谭忻说。

眼下虽是农闲时节，但山东栖霞市南林家庄村村委大院里却异常热闹，“网红书记”姜志国和村民们搭起直播间，卖上了农产品。据村党支部书记姜志国介绍，村里合作社统一通过直播平台把货直接卖给消费者，减少收货商的中间环节，“年销售额超过了280万元”。

电商的地方往往也有直播，在农村亦是如此。助农电商越来越与直播紧密结合在一起，而直播也以“视频+互动”的方式给农村带来了独特的色彩。

直播像是电商平台里的一块“拼图”，为助农电商销售增色。阿里方面表示，2022年4月，淘宝直播的农产品上线了村播农货专区，尝试用产品方案来解决县域农产品的直播销路问题。截至2022年11月，淘宝直播

“村播计划”已累计开播超过300万场，带动800万农产品销售超1.3亿单。

在快手上，有位甘肃小伙原本只是因为“好玩”，将自己剪羊毛的视频分享到视频平台上。随着粉丝量的增加，许多人主动来找到他学习如何剪羊毛，带动了当地剪羊毛产业链的销量。现在，他已经利用直播间串联起了养殖、羊肉加工、羊毛剪制造厂、纺织厂等一整条产业链。

直播的力量不断展现。截至2022年10月27日，抖音已帮扶文旅助农商家2229个，覆盖10个省市、427个区县。通过抖音下单的乡村旅游达人401万人次，带动旅游收入约42亿元，就业人数约6万人，收入增加约10亿元，乡村文旅相关内容播放量超90亿次。

作为数字经济的重要一环，直播电商正在增加就业机会、助力乡村振兴和文化传播等多领域继续起到积极推动作用。

# 助力农业实体 拼多多推动农业科技普惠发展

文/沈钊

近日，中国最大的农产品上行平台拼多多荣获联合国粮农组织(FAO)颁发的2022年度创新奖。据了解，拼多多是今年该奖项在全球的唯一获奖者。

“创新是农业食品系统转型的核心动力。”联合国粮农组织总干事屈冬玉称赞道，“拼多多在助力传统模式方面发挥着领先的作用，并提供了一个将小农与市场联系起来的平台，以实现‘四个更好’——为所有人实现更好生产、更好营养、更好环境和更好生活。”

实际上，这个奖项所肯定的，不仅仅是拼多多通过“农地云拼”模式，助力全国各地农产品上行、促进中小农户与大市场的链接，更是对拼多多深入中国农业深处，助力中国农业实现数字化转型的长期主义。

创立于2015年的拼多多目前已直连超过1600万农户，正持续通过“多多农研科技大赛”“百亿农研”，推动数字农业和科技普惠发展，通过提升农业生产力，助力我国数字农业“弯道超车”和农民共同富裕。



金乡大蒜，不仅汁鲜味浓、香脆可口，更富药用价值，传闻华佗曾以之救治咽喉堵塞的病人，“蒜”到病除 薛童 摄

## 打造全国虚拟大市场，助力农产品上行

习惯的改变，互联网销售份额肯定会越来越大，但要做好恐怕不是件容易的事。”金乡县大蒜产业信息协会秘书长张宏波说。

2018年，大学毕业的张金鹏开始在拼多多上开店销售大蒜，最多曾有20多个店铺同时运营，随着单量的增长，张金鹏的厂房从最早的几十平方米扩大到现在的2000平方米，工人也从十多个增加到现在的100多人。“销售最好的年份是2020年，当年销售额有2亿元左右，那一年，我光给工人发工资就有500万元左右。”张金鹏说。

直到以拼多多为代表的电商平台加入到大蒜的销售中来，“直接对接消费者，可以将利润留在金乡县，随着消费

根据邮政公司数据，2021年，金乡大蒜寄业务量达到2737万件，总销售量约8.75亿元。

无独有偶，在广西百色，芒果是当地最重要的水果之一。王林锋每天在果地、仓库之间连轴转。随着他店铺里的粉丝积极拼单，一辆辆满载芒果的货车从百色奔赴全国各地，分享着来自革命老区的“幸福味道”。

王林锋原本只想给外地亲朋好友寄点儿好吃的芒果，怎料佳果好评不断，求购的人也越来越多。王林锋便想着通过拼多多，让更多人尝到百色人

的“心头好”。上线不过两个多月，王林锋的店铺就已经将芒果的销售额做到了2000万元左右。高峰期时他有三个店铺挤进了拼多多芒果相关类目的前五名。

这些都是拼多多助力农产品上行的缩影。拼多多通过“农地云拼”模式，从时间和空间两个维度归聚数亿消费者的农副产品需求，将分散的农业生产能力和分散的农产品需求在云端拼在了一起，形成了一个虚拟的全国市场，拼多多在过去多年中早已成为全国最大的农产品上行平台。

## 让更多前沿农业走向田间地头

FAO 颁奖词称，拼多多所提供的具有创新性和包容性的解决方案，使小农能够增加收入，并投入搭建更高产且更具有环境可持续性的生产方式。

对此，拼多多可持续发展和农业影响力执行总监林欣仪在罗马代表公司领奖时表示，很荣幸因为采用包容性的数字技术和农业技术促进农业数字化而获奖。“联合国粮农组织授予拼多多2022年度创新奖是一项很重要的肯定，即通过成系统的方式，为年轻人在农业领域创造大展拳脚的机会，为小农开发更具性价比的农业技术解决方案，在促进农业更可持续的未来能够发挥重要作用。”林欣仪表示，拼多多将努力通过不断提升数字技术及其应用范围，助力全国乃至全球生产者和消费者实现更好生产、更好营养、更好环境和更好生活，持续践行“科技向好”。

实际上，在政府大力推动数字农业的大背景下，以农产品上行为抓手的农业数字化，也将日益增长的农业数字化趋势视为解放农业产业链价值的关键所在。同时，拼多多也希望将越来越多的前沿科技带到田间地头，最直接的表现便是近日举办的第三届拼多多农研科技大赛。

据悉，自2020年以来，拼多多已联合中国农业大学、浙江大学等顶尖机构举办多届农研科技大赛，作为技术顾问，FAO也连

续数年参与了该大赛。

其中，第一届比赛开展人工和AI种植草莓比拼，第二届比赛种植出兼顾高品质和高产量的樱桃番茄。不难看出，比赛的题目都很接地气，注重实用性和商业化。值得一提的是，首届比赛获奖团队“智多莓”就尝试将科研成果应用于广袤的田间地头，帮助中小种植者提升效益。其开发的AI草莓种植系统曾向100余户草莓种植户提供服务。有农户将自家的两亩草莓接入该系统后，不仅实现了单产季增收三四万元，还节省了近4000元的肥料成本。

而“集装箱生菜”是今年拼多多农研科技大赛的主题，比赛不仅是在集装箱里种出生菜那么简单，还要种得好、可推广、可落地、商业化。

有观点认为，多多农研科技大赛这样的比赛，汇集了众多优秀的农业科技人才，比赛项目接地气，有极大的现实意义。这些科研成果的推广和商业化，也正验证了数字技术和人工智能能够切实有效赋能农业，智慧农业大有可为。

拼多多11月29日发布的最新财报显示，2022年三季度该公司研发费用再创新高，同比上升11.4%至27亿元。公司财务副总裁刘珺表示：“我们会继续加大技术创新方面的投入，用技术创造长期价值。”

## 培育新农人，深化农业科技普惠

乡村振兴根本动力在于人才振兴。作为中国最大农产品上行平台，拼多多正成为“新农人”返乡创业的重要平台。

拼多多发布的《2021新农人成长报告》显示，截至2021年10月，平台95后“新农人”数量超12.6万人，在涉农商家中占比超过13%。熟练运用互联网平台的新农人，是深化农业科技普惠的关键之一。

这些成长于移动互联网时代、高学历、懂经营懂管理、擅长整合上下游的“95后”，正成为全面推动乡村振兴的崭新力量。

数据显示，这些年轻人遍布中国城乡，女性占比超过31%，不少是“农二代”甚至“农三代”。跟拼多多一样，他们成长于移动互联网时代，大多具备高学历，擅长

整合农业产业链的上下游，懂得科技化、标准化、规模化和品牌化给农业带来的新增价值。

“我虽然走出了那个生我养我的小乡村，但依然希望改变家乡那种相对落后的农业生产方式。”在拼多多主办的第二届“多多农研科技大赛”中，进入决赛的“农圣大脑”队队长、曾是汽车工程师的祝清震如是说。

“新农人”已成为农产品电商主力军，他们更愿意回馈家乡，带动当地就业，推动农产品品牌化和标准化。“拼多多相关负责人表示，平台将持续加大农产品电商培训资金、人力的投入，结合新农人知识结构和群体特性，建立针对性电商运营课程，培养更多新农人和“新新农人”。



第三届“多多农研科技大赛”决赛将在上海光明母港垂直农业研究中心举行 莫斯提 摄