

生命短暫做有意義事 助農助企業復工復產

專訪

小至零食飲料、日用的雞毛撻子，大至豪車、房產，甚至是一飛沖天的火箭，任何商品到了薇婭直播間，都好似被賦予了特別的魔力，往往一上架就被一搶而空，這也為她贏得了「帶貨女王」的美譽。疫情之下，電商直播被推上風口，成為許多企業復工復產的一劑良藥，全民帶貨成為熱潮，薇婭也被更多人知曉。一年超過300天準時出現在直播間、每天休息只有四五個小時的薇婭說，「不敢停」的原因，是直播除了賣商品，還有更多有意義的事情，「可以做公益、助農，幫助企業復工復產。」

香港文匯報記者 俞畫 杭州報道



「帶貨女王」薇婭希望，直播除了賣商品，也多做有意義的事情。

帶貨女王 薇婭：土產變爆款 品牌



薇婭化身「繡娘」，為青海的繡品「帶貨」。受訪者供圖

9月25日晚上七點，杭州的天已經黑透了，路上的人們行色匆匆，臉上也露出了工作一天後疲倦的神態。而此時，阿里中心濱江園區的1號樓依然燈火通明，工作人員以小跑的姿勢在樓裏穿梭，每架電梯都是滿員，有的裝着晚上將要進入直播間的一排排衣物，有的則壘着高高的盒飯。人們臉上的神情是嚴肅的，因為再過一個小時，日復一日的「戰役」又要打響了。

這場「戰役」指的是從每天晚上八點至十二點的「薇婭viva」直播。一年365天，超過300天她都會準時出現在直播間，哪怕偶爾去外地領獎或是參與助農活動，她也會將20多人的直播團隊都帶去當地，只為了「不讓粉絲們失望」。因為，對於「薇婭的女人們」來說，每晚打開薇婭直播間，哪怕是僅僅聽聽她與助理主播琦兒的聊天，也已經成為了一種習慣。

自從2016年成為電商主播以來，晝夜顛倒已經是薇婭工作的常態。她通常每天的行程是從下午開始，下午四點起床，用晚餐後準備開播；七點半開始化妝，八點開始直播，通常在深夜十二點結束；隨後覆盤，和招商團隊開會，試用新品；第二天清晨六點下班，吃早餐，然後睡到下午，周而復始。

「有時我不好意思講我的作息，很怕別人說薇婭不睡覺之類的，但我們確實是跟時間賽跑的感覺。」薇婭曾在某次採訪中表示，拚命直播是因為「不敢停」，背後有無數的工廠正等着訂單吃飯。今年薇婭有了新的感覺，認為背後的工廠和品牌帶來的不僅是壓力和責任，從長遠角度看，也是促使她發展前進的動力。二者共同成長、相輔相成。

直播賣農產品 增農民收入

「人在這個世界上是長久的又是短暫的。」對於薇婭而言，經歷了全心投入一點一點融入工作後，她已經想明白了，希望借助自己的能量和力量，做一些讓她覺得有價值的事情。「一說到電商直播，我希望很多人都能知道，它不僅能賣商品，能做公益，能助農，還能幫助企業復工復產……」

「總引導成交金額超過2,000萬元(人民幣，下同)，總引導成交件數72萬件，其中僅稻花香五常大米一項就售出3.7萬件，銷售金額突破400萬元。」這是薇婭在今年9月「新時代脫貧攻堅青年網絡主播助農直播活動」上的成績單。來自西雙版納的香甜芒果乾、河南封丘的金銀花茶、來自中國黑土地的稻花香五常大米

等公益產品，往往一上架就銷售一空。

對於薇婭來說，這只是她致力於電商直播扶貧的一個縮影，近一年來，她參與了近百場扶貧公益直播，累計引導成交超過4.6億元。「現在大多數人認為公益就是捐錢，電商扶貧公益的不同之處在於，它不用直接捐錢。」借助「以買代捐」的模式，電商扶貧不但改變傳統單一的「輸血式」扶貧，同時又能助力新消費，拉動當地產業升級，促進農民就業和增收。

「大家知道我經常去偏遠地區幫農民伯伯製造爆款，賣一些農副產品。安徽碭山的梨膏，它可以說是從我直播間走出去的一個爆款。」薇婭笑着告訴記者，其實一開始接觸的時候，碭山那邊說「薇婭我們碭山的特產是梨，我想要賣梨」。「但是水果的品質其實非常難把控，第一個它的保質期有限，第二個它物流上面成本比較高。」

團隊助農民打造產業鏈

「後來，我們的團隊在碭山發現了當地的傳統工藝——梨膏，這個梨膏真的是非常好，在冬天的時候家人咳嗽了，嗓子不舒服了，都可以沖一杯喝。但是，由於當地的梨膏沒有形成品牌，生產鏈也很不完善，所以一直賣不出去。」於是，薇婭團隊臨時決定，將碭山梨膏作為碭山常年可賣的爆款，在直播間進行推廣。

「在我們的協助下，碭山縣完成了對自身梨膏產業鏈的整合、優化和升級。」據了解，在電商直播的推動下，碭山梨膏現在成了網紅產品，位居同類產品銷量前五，帶動了當地超過10萬就業，直接助力1.3萬戶農戶脫貧。「我認為，在直播的同時，幫助貧困地區打造品牌，形成產業鏈，是目前最有效的直播扶貧方式之一，不僅要授人以魚也要授人以漁。」

300人選品團隊 確保好貨

「我的生活就是工作，我每天的工作內容就是選品，把自己做滿。」在薇婭看來，選品對於一位電商主播來講，攸關生死。一個主播，塑造其影響力可能需要花費幾年甚至十幾年，但一次選品的失誤則可讓其由生至死，多年努力毀於一旦。「不管100萬粉絲也好，1,000萬粉絲也好，我存在的意義就是幫大家選好貨，做到公平公正，給大家提供服務。」

薇婭擁一票否決權

在當天的採訪中，我得知薇婭團隊的選品標準之苛刻，近300人的招商選品團隊包括各類「專家」，有一套嚴格選品流程，薇婭也會參與並擁有否決權，選品通過率低於5%。但選品再嚴苛也眾口難調，有些人口味不同不喜歡就會說在薇婭直播間買東西會「踩雷」。誤解與分歧難以避免，薇婭團隊不得不經常出面澄清。

「每天下直播之後，我至少用四小時選接下來要上的貨。」在成為主播前，薇婭曾有多年的服裝零售經驗，從線下開設實體店經營，到擁抱電商淘寶服裝店，她清楚地知道，商品本身才是最大的競爭力。哪些產品能上直播，薇婭和團隊對所有的產品都有一票否決權。

「當關注我的人越來越多之後，你會發現以前不太認識的人來找到你了，希望你的直播間能播一次產品。但是我們的原則，不管你是什麼樣的人，我們的底線就是：要通過我們的選品團隊篩選的，沒有背景的。我一定要試吃。一定要自己喜歡或者自己覺得好，我才能推薦給粉絲。」

扭轉「貨找人」慣例 主播可自選產品直播

在薇婭的「直播商業王國」、位於杭州阿里中心濱江園區的謙尋文化公司大樓內，有整整兩層空間琳瑯滿目擺放着的，都是曾經出現在薇婭直播間的商品。過去幾年間，謙尋與數十家供應鏈合作打下的基礎，讓杭州超級供應鏈基地容納了上千家品牌、數萬個SKU，覆蓋美妝、美食、服飾、配飾、鞋包等品類。

謙尋主播擁自家團隊

事實上，薇婭只是謙尋內部的頭部主播之一。在過去不到4年的時間裏，謙尋文化還簽約了不少明星達人主播，像明星林依輪和海清、主持人李靜和李響都是旗下的主播。「謙尋要將優勢資源開放共享，幫助更多的主播做成全品類主播。」謙尋文化董事長、薇婭的丈夫董海峰告訴記者，目前謙尋擁有主播陣容超60人，而公司為每個主播都配備有專門的團隊。

「我們會像超市一樣把所有入駐的產品展示出來，讓主播自由挑選。」董海峰介紹到，在超級供應鏈之下，外部主播可以直接「拎包入住直播」，謙尋為其提供貨品供應及全鏈路的團隊服務，把過去低效的「貨找人」模式轉換為更高效且精準的「人找貨」模式。

直播像打仗 十多位人員待命

「今晚有很多我自己在用的港貨，想推薦給大家，而且會有意想不到的價格哦。」9月25日晚上8點，「淘寶第一主播」薇婭用這段話拉開了「香港有好貨」大型公益直播帶貨活動。杭州濱江一間60平方米的房間內，疊堆在桌腳的香港商品靜靜地等待着「出場」。「5、4、3、2、1……上鏈接。」在薇婭的倒計時中，這些商品往往在幾秒鐘之內就宣告「售罄」。

「今天的美心月餅是史上最低價，連我都想拍一份送給家裏人。」薇婭邊說邊拿起手機，詢問身邊的工作人員還有貨麼？「沒有了，真的沒有了。」一位工作人員大聲地宣告。「6,000盒月餅已經全部賣空了。」事實上，「賣空了」是記者在薇婭直播間裏聽到的最多的話，無論是四洲的海苔，還是李錦記的調味品，在薇婭這裏都得靠手快才能「搶」到。

相較於直播台上的井然有序，直播間裏可謂是兵荒馬亂——到處懸掛着的商品和遍地糾纏在一起的網線與電線，襯托着緊張的氣氛。「這裏每天都在打仗。」一旁

的工作人員用手機實時監測着直播間的數據，抽空回答幾句記者的疑問。「我們每場直播都有十多位工作人員現場待命，處理着包括上貨、報價、撤貨、換燈光、推鏡頭等一系列的流程，確保直播穩步順利進行。」

蒜蓉扇貝即場烹煮試食

連軸轉的工作讓薇婭的牙齦有些腫，連她頭髮披在肩上，看起來頗為溫柔。或許是公益帶貨的緣故，今晚她的心情很好，甚至在助理主播琦兒踩了她一腳時還笑着用方言說：「你踩到我的JIO啦」，現場的氣氛也在那一瞬間鬆弛下來。「今天我的頭髮是唐老師做的，修容後牙齦腫脹看起來好多了，所以比較有自信，一會兒請老師教大家如何化妝哦。」

「哇，真的好香！」隨着一盤現場烹煮的蒜蓉扇貝被端上直播台，薇婭順勢拿出了李錦記的調味品，向粉絲們介紹起做法來。「咱們的直播經常會現場烹飪麼？」記者不禁有些好奇。「是啊，因為薇婭不

想僅僅向粉絲們賣商品，而是展現一種生活方式，所以她会親自去試吃、試穿每樣商品，找到最適合的呈現方式，才會拿出來直播。」

果然，琦兒還沒來得及將一隻扇貝吃完，幾萬件李錦記財神蠔油與蒜蓉調味醬的組合包就宣告「售罄」了。記者離開時，直播間裏依然燈火通明，鏡頭前的薇婭彷彿是一台精力充沛的機器，完全看不出每天只睡四五個小時的疲態，用她那1.5倍的話速，向「薇婭的女人們」介紹起下一件商品來。

薇婭冀直播助港貨北上

「香港是人們心中的『購物天堂』，港貨也一直以品類多、品質好著稱。然而，年初的疫情讓很多行業受到影響，香港的線下購物也受到了很大的影響。」談及參與「香港有好貨」公益直播帶貨活動的初衷，薇婭說得十分誠懇，「我希望薇婭直播間能成為香港商家和內地消費者之間的橋樑，為香港市場、企業恢復活力盡自己的一點力量。」



▲薇婭拿出李錦記的調味品，就着現場烹飪的蒜蓉扇貝向粉絲們介紹起做法來。香港文匯報記者俞畫 攝



▲在薇婭「5、4、3、2、1……」的倒計時中，6,000盒香港美心月餅瞬間賣空。香港文匯報記者俞畫 攝