

直播带货“重庆宝贝”成了大赢家

核心提示

今年的政府工作报告提出，推动消费回升。通过稳就业促增收保民生，提高居民消费意愿和能力。支持餐饮、商场、文化、旅游、家政等生活服务业恢复发展，推动线上线下融合。支持电商、快递进农村，拓展农村消费。要多措并举扩消费，适应群众多元化需求。

直播带货是推动线上线下融合的典型。新冠肺炎疫情发生以来，直播带货风头正劲，推动各地消费回升作用明显。重庆拥有大批特产，它们是重庆的“宝贝”。在新的消费形势下，在直播带货热潮中，这些“重庆宝贝”表现如何、有哪些新招、未来怎么打算？

□本报记者 付爱农 向菊梅

“前段时间，我们为产品出口受阻焦麻了；现在，我们为完成全国各地的订单忙翻了。”短短数月内，我市农产品加工龙头企业之一——重庆汇达柠檬科技集团有限公司（以下简称“汇达柠檬”）的经营形势发



▲荣昌苎麻基地，壹秋堂夏布坊培训人员、非遗传承人颜先英正在直播展示夏布的原材料苎麻。（壹秋堂夏布坊供图）

生了逆转。

“面对疫情的冲击，以及直播带货带来的变化，我们真正被触动了。”5月27日，汇达柠檬董事长代小平在接受采访时连说了几次“触动太大”。

被直播带货深深触动的重庆企业还有很多。来自市商务委的数据显示，1—4月，我市举办直播带货

3.5万场，售出商品3645万件，销售总额超过17亿元。

其中，重庆火锅、潼南柠檬、奉节脐橙、大足龙水刀、石柱莼菜等一大批重庆特产表现尤为突出。因为地理识别度高、原先就有一定的知名度，借力发力，这些“重庆宝贝”成了直播带货热潮中的大赢家。



▲大足电商产业园，主播正在园区内的公共直播间直播推荐刀具。（大足电商产业园供图）



▲奉节白帝城景区，奉节联合淘宝“县长来了”栏目向网友直播推荐奉节脐橙等特色农产品。（奉节网络扶贫直播服务中心供图）



“被逼”调整产品线，填补了出口损失

数据也显示：由于国内外消费习惯不同，柠檬鲜果走的量很小，30多种深加工产品却颇受欢迎。”

汇达柠檬立即调整生产线。“幸好当年听了政府的话，早早上了深加工产品线。”代小平说，“现在深加工产品在总收入中的占比已超过50%。因为其附加值高，一般为鲜果的5倍，最