第16号：关于整合六安达人资源，让达人赋能六安特色产业快速发展的建议

（市六届人大三次会议）

关于整合六安达人资源，让达人赋能六安特色产业快速发展的建议

第16号（财经类16号）

金安代表团：汤翠琳代表

案由：

近几年随着互联网的快速发展，市场由原先的线上搜索电商（如天猫、京东等）和线下展销各占半壁江山转化为线下传统销售模式、线上搜索电商和直播短视频兴趣电商三足鼎立的局面，其中直播短视频电商在线上经济中占据的份额不断增加，同时也在推动着线下实体经济的快速转型和发展。这不得不让各个企业重视、主动拥抱直播短视频的到来。随着直播电商的深入，让原先小企业不敢想的的千万级、亿级销售成为可能，让原先需要流通几个月的库存可以在短短几小时甚至是几分钟内销售一空。而这些不仅靠企业自己，还需要直播达人们参与进来。

网络有句名言“中国网红千千万，咱们安徽占一半”，其实“安徽网红千千万，大六安也是占一半”，不论是众所周知的头部网红疯狂小杨哥、金寨潘姥姥，还有很多知名的

本地腰部网红、以及在别的城市的六安网红，数不胜数。根据不完全统计，活跃在视频号、抖音号等平台的拥有 10 万+粉丝的六安达人达 200 余人，具有很强的信息传播能力、宣传能力和带货销售能力。但根据几大电商平台统计发现，六安农产品参与达人直播带货的仅有六安瓜片、皖西白鹅、大别山黑毛猪、手工挂面、香薯干等极个别产品，占据六安市特色农产品不到 10%的比列，总体参与度不高、体量不大、特色性不够。

六安本地特色产业有很多，但是成体量、成规模、标准化、特色化、互联网运营思维的还是较少，主要销售模式还是靠传统的线下铺货或者传统搜素电商，在整体直播领域涉入较浅，因此知名度很低、辨识度也很低、体量无法快速增大。特色产业的高速发展、广泛宣传、高效流通离不开直播带货的介入，需要有更多精准的、匹配度高的达人参与进来，以此增加体量，提高市场占有率。

六安在达人资源上也有着得天独厚的先天优势，同时六安与合肥的同城化发展、链上大上海的对口合作为六安也提供了后天达人条件，这些资源远不止六安本土的 200 余人，数据可能是上千乃至上万人，这些达人需要优质的特色产品支撑其直播、为其带来收益，这对六安特色产业发展来说是一件好事，要整体全方位布局，做好产品与达人直接的链接。让潜在达人资源赋能六安特色产业快速出圈。

案据：

六安达人资源包括六安本土达人资源，和六安合作的其他城市达人资源，如六安与合肥的同城化发展给六安带来合肥的达人资源、六安与淮南滁州等城市相同的饮食习惯也为六安提供了达人、最后六安与上海对口合作更是为六安提供了大量优质达人资源。资源虽多，但是分布散乱，没有重视、合理规划和布局，存在着众多问题。

1.分布散乱，放养状态，没有统筹规划达人数据库、达人类型细分。目前直播分为娱乐主播和带货主播，由于带货主播又分为：三农领域、知识领域、百货领域等等几十种领域，每个达人有着专属标签，由于其粉丝群体的不同，其销售的产品和转化率也有所不同。但是六安目前而言并未真正整合六安到底有多少潜在达人，也并未根据类别不同统计达人，即使将达人与产品进行对接合作，其实转化仍然较低，想实现长期合作较为困难。

2.娱乐主播正在转型，盲目不知何去何从。这两年各大短视频平台都在打击娱乐主播，在六安内大于有 40%的主播为娱乐主播，常表现为打 PK 赚取分成等，由于平台的打压很多有着强大粉丝体量的娱乐主播开始转型，寻找突破口，但是缺少正确引导，有着粉丝基础但是得不到变现和转化。

3.产业供应能力弱，没有强供应的产品库，无法快速接住平台极速流量。举六安鹅肝这个例子，这两天在抖音平台

十分火爆、快速出圈，这是新媒体、互联网的魅力，但是这波流量来了我们有没有及时承接住？有无转化为实际销售？这波流量到底有没有给这个产业带来增收？如果没有，那么为什么呢？因为做鹅肝的传统企业没有在抖音开设店铺；因为没有产品库，不知道哪家鹅肝企业做电商；因为没有达人库，短时间内无法快速找到匹配度高的达人进行带货、宣传和推广，所以这波流量就如一阵风，来也匆匆去也匆匆，真是没有带走一片云彩。

4.对于企业来说，缺少政府背书，对接达人较为困难和曲折。直播带货达人虽然很多，但对接起来也会曲折和困难，头部和腰部达人分工明确，达人负责直播，团队有自己的招商负责人，如果企业与达人进行对接一般都是与一层一层的招商负责人联系，效率低，如果没有很大的价格优势，被刷几率高，同时企业与达人直接联系也会存在高额的坑位费和佣金，给企业带来较大的压力。如果政府层面能够参与进来帮忙对接无疑可以减少流程、提高效率、降低成本。

5.带货氛围不够浓厚。独木不成林，一个热闹的氛围有助于一个产业快速宣传。以皖西白鹅为例。据抖音官方数据，鹅类产品中皖西白鹅相关类效率占据 51.7%，在整个鹅产业中占据一半以上的份额，其中鹅类产品的平均好评率为83.6%，皖西白鹅平均好评率为 84.1%，高于平均值 0.5%，其中在抖音销售皖西白鹅的账号注册地址有 70%以上在六

安，相比于去年呈现爆发式增长。同时在今年秋冬省内较多的腰部达人也参与进来带货皖西白鹅，比如阿进、彩兰的生活日记等。这在之前是不敢想象的，毕竟在我们固有印象中皖西白鹅受众度不高、标准化低、售后高等，其实不然，它的潜力很大、特色性强、转化极高、客户群粘性高。也是这样的皖西白鹅带货氛围让皖西白鹅火爆长三角地区，线上销售相比去年同比增加 40%，助力了皖西白鹅产业的发展和扩大。但是类推六安其他特色产业这样的带货氛围仍然较少，几乎没有。

建议：如何高效地链接六安特色产业与六安达人合作、如何通过达人资源提高本土特色产品的知名度和线上销售份额。基于此，我提出以下几点建议:

1.达人在民间，下到基层开展地毯式搜索，实实在在对接有供应能力的特色产业与有粉丝基础的直播达人，进行精准对接。减弱协会等形式作用，在互联网这个网中，每个个体的链接是无形的，不一定需要“实体”，在联系中应突出高效、精准、专业和高转化。而非简单成立协会，而不发挥任何作用;

2.成立特色产业产品库、成立潜在达人数据库，根据达人类别不同分门别类。并经常进行产品的对接和直播活动的开展;

3.发挥本地达人内驱力和上海合肥等地区直播人才的

外推力，宣传推广六安好产品。发挥合肥同城化发展和链上大上海对口合作的优势，进行商务部门联系，为这些大城市达人输出优质的六安红色土地上的特色产品;

4.着重发力，重点推广有供应能力、具有本地特色的产品。基于时间、资金、精力的有限，有的产品不适合在网上销售或者转化较低，价格优势非常不明显，推广吃力，所以不可能每款特色产品都得以快速推广流通，因此一定要找出重点且转化高、能承接住流量的特色产品。

在直播电商快速发展的这几年，抓住风口，握住达人资源，合理高效与特色产品进行链接，为产业赋能，助力特色产业高质量、快速度发展，从而提高产业的知名度，从产业端实现乡村振兴。