



有趣、有料，让粉丝爽的短视频带来滚滚财源
因喜欢而购买，全域兴趣电商直播红利正开启

隔空喊话董宇辉 咱冰城农民卖大米 蹭了把热度

当兴趣被激发，人们从视频中建立起与视频拍摄者的信任关系，即认定拍摄者一定与自己有一样的品位和价值观，由此，基于信任产生的营销往往会事半功倍。“小橙子先生”的小黄车里挂了59件商品，30天内有超过132万粉丝曾在他的直播间购买上百万件商品，带货口碑排名打败98.4%的同行。许多购买的粉丝留言说，不知道商品好不好，因为很喜欢小橙子，所以相信他推荐的应该也差不了。

一边输出内容，一边卖货，输出的内容满足了用户的情绪价值，让用户感觉爽，让他们开心，缓解他们的焦虑，给他们带来有用、有趣、有价值的内容，就能够实现商业价值。“兴趣电商的兴起为电商行业带来更多发展空间。”管宏强说，在短视频平台上，通过讲故事的方式创业的电商如今已经占一半左右。

只专注一种商品更好卖 哈尔滨黏玉米爆红

哈尔滨资深主播大碗在直播间很多商品都卖过，但在抖音上发布的种草视频只有一种商品：玉米。为了让更多粉丝能在众多账号中一眼看到，她还特意把账号标注上：糯玉米新粉浮力。在大碗70个抖音短视频作品中，科普了从黑到白，从黄到花，各色玉米以及玉米制品的“前世今生”。

“今天给你们介绍一个你们没吃过的好东西，雪糯玉米。这是新出品的东北寒地有机玉米，吃起来老香老香了。”大碗在短视频中介绍的雪糯玉米产自哈尔滨木兰县，而这款商品仅在大碗的直播间就已销售了超千件。不光有各种黏苞米，玉米糊、玉米须茶……在大碗直播间小黄车上挂出来的各种玉米品种超过三十种，从开播至今累计销售50多万单。

实际上，大碗直播间的玉米销售量还不是最多的。粉丝突破560万的“哈西美食”早在去年就开始卖玉米，一年卖了上千万棒。“家禾黏玉米”是肇东市家禾农作物种植专业合作社自己创建的抖音账号，从2020年年末才开始在网上卖玉米，攒粉7万人，卖的6件商品都是自家合作社生产的黏玉米，一年多时间累计销量已经近10万单。“从后台数据看，越是专注某一类或某一种商品的账号，他们的粉丝转化率越高，有的高达20%。”管宏强说，也就是说一百个人看完他的视频或直播，其中至少有20个人会下单买东西。

网络热卖也催高了玉米的零售价格。8-10棒的玉米最低从29.9元一直卖到49元、59元甚至更高。许多家卖的玉米比淘宝等平台上卖得还贵，粉丝为啥还买呢？“它爆红的原因就是用优质短视频作品说话，准确踩在大众的兴趣点上。”管宏强说，主播们通过短视频普及商品知识，让消费者相信主播们对某种商品独到的鉴赏能力，进而相信他卖的商品一定是最好的，贵有贵的道理，至此实现种草、养草，到割草的全过程。

隔空喊话董宇辉 五常农民掌握内容传播精髓

“东方甄选的董宇辉老师，你好，我是卖大米的老邢啊，我是五常种了一辈子稻子的农民，我



五常老邢隔空喊话东方甄选，生产的视频内容受到欢迎。

看见你帮助我们农民卖大米，我太激动了。我身后就是你说的那片稻田。我邀请你来五常，吹吹稻田里的风，听一听蛙声，闻一闻稻花香的味道。这就是你说的带大家穿越人间烟火气。我看你直播间大米都卖空了，能不能考虑考虑我老邢种的大米，我就是想把好吃不贵还实惠的正宗五常大米通过你们传递到千家万户。”生在五常，长在水稻，种了一辈子地的老邢并不能准确理解年轻人的支持，他从2020年5月开始录制短视频，开通直播间，通过网络出售的大米近10万单。如今，老邢隔空喊话的视频蹭着东方直播间的热度，短短几天已经有超过5万人点赞。除了喊话东方甄选，老邢还隔空喊话诗人余秀华。

“五常老邢账号的创作者就很好地理解了兴趣电商的精髓，抓住热点，深耕内容。”管宏强说，如果一个品牌想传播出去，最好的路径和办法就是利用兴趣电商、内容电商这套打法。建立适合自己的内容传播模型，利用短视频和直播红利，用最低的成本，最快的效率，把品牌迅速传播出去，引爆品牌。

如今，越来越多的农产品走上网络销售快车道。黑龙江省商务厅电商处数据显示，2021年前三个季度，黑龙江省农村网络零售额117.6亿元，农产品网络零售额45.3亿元。



□本报记者
万佳

新晚报制图
宋占晨

售卖方式改变 “叫卖式”被内容输出取代

名为“小橙子先生”的短视频账号很有特点，没有一个视频是售卖商品的，500多个短视频作品里面全是3岁萌娃小橙子的各种生活日常。就是这样一个晒娃账号，如今已经有2640万粉丝关注，获赞5.5亿。

小橙子的爸爸是视频的主要创作者，视频里记录的都是父子俩欢乐互怼的生活琐事。白白胖胖的萌娃小橙子眼睛圆圆，吐字还不是很清晰，但东北嗑一套接一套。小橙子不愿意上幼儿园，拿起爸爸多年不用的手机说“老师来电话了”，还像模像样地打了半天，“喂，老师，我中午吃完饭了，你找我啥事啊，明天放假啊。”然后得意地告诉爸爸，老师放假了，明天不上幼儿园了。这些仅十几秒耍宝乖萌的小视频获得上万粉丝的点赞，最高的达到300多万点赞。

“从本质上看，黑龙江的‘小橙子先生’和如今网络爆火的刘畊宏、东方甄选出道的模式是一样的。”黑龙江电商专家，黑龙江交通职业技术学院教师管宏强认为，他们把有趣、有料、有价值的短视频作品分享给大家，这些视频恰恰踩在了受众的兴趣点上，同时兴趣延伸到更多场景，激发了潜在的消费需求。

去年就有短视频平台提出“兴趣电商”这个概念，今年6月又把“兴趣电商”推广到“全域兴趣电商”，囊括各个方面所有可能的爆发点，如今有内容的短视频带货已经形成气候。“全域兴趣电商与过去传统电商最大的区别就是卖商品的方式不同。”管宏强说，传统电商是搜索电商，是按需购买，是人找货的模式；新型电商是兴趣电商、内容电商，是根据用户问题、痛点、爽点来生产用户可能感兴趣的内容。比如说，根据数据统计，60后爱看舞蹈视频，70后爱看美食和手工视频，80后喜欢亲子、风景题材，90后爱探店，00后喜欢二次元……那么，就可以根据后台粉丝数据进行针对性地拍摄。

从刘畊宏女孩、王心凌男孩，到罗永浩、东方甄选，爆款短视频全域“开花”。有趣、有料，粉丝看得过瘾，也激发了潜在的消费需求。消费者不光是因为需要购买，还可以因为喜欢购买，全域兴趣电商如今渐成气候，会讲故事的直播电商也因此牢牢抓住了粉丝、抓住了流量。

借助全域兴趣电商热度，东北优质农产品热销全网。“以玉米、大米、小米等农产品为主，俄罗斯进口食品为辅，大量优质特色东北农产品走红网络。”哈尔滨电商专家管宏强说，这与电商在营销中会讲故事，迎合消费者追求健康、时尚的消费理念有很大关系。