

**9.19**  
丰收欢乐购  
原汁原味原产地

# 购新鲜农产品 云逛原产地 就来邮政直播间

“各位亲,今天给大家推荐的林芝特产有红米、西梅、山药面等系列产品,超级好吃、价格便宜、包邮到家,欢迎大家下单购买。”9月14日,西藏自治区邮政分公司在原产地墨脱县开设“919电商节”直播间,向全国消费者推荐新鲜正宗的林芝特色农产品。

今年“919电商节”,全国各地的邮政直播间热闹非凡,主播们

卖力带货,上千种基地农产品琳琅满目,消费者看得过瘾、买得尽兴。

农村电商一头连着百姓餐桌,另一头连着田间地头,邮政“919电商节”将农民的“钱袋子”和市民的“菜篮子”一键接通。今

年“919电商节”,中国邮政联合人民日报社新媒体启动“邮政助农万场直播活动”,活跃城乡消费市场,为乡村振兴增添新活力。各地邮政结合当地特色产品资源,组建以基地农产品为主的直播特

色商品池,成立直播运营保障团队,联动邮乐直播产业基地,做好直播排期和直播组织,确保直播效果。

目前,依托已建立的邮乐直播产业基地,中国邮政深耕“村社户企店”五大客群,充分发挥商流、物流、资金流、信息流“四流合一”的资源禀赋,通过“主题直播+溯源直播+日常直播”等形式,实现“沉浸式直播+原产地直采+一键式直寄”的全流程服务,为农业经营主体提供全产业链综合解决方案,为消费者提供原汁原味优质优价的产品,搭建起城乡百姓直销直购的“绿色通道”。

## 直播间里 我最闪亮



### 邮乐直播产业基地 专业引领 赋能全国

邮乐直播产业基地由中邮电商、上海邮乐、湖南省邮政分公司3家单位共同建设,日常运营隶属湖南邮政。

基地创建了邮乐官方新媒体营销矩阵模式,创建抖音、快手、视频号、今日头条、小红书、西瓜视频、百度贴吧等邮乐官方账号。开

创“日播+主题直播”的常态化直播模式,结合全国农产品基地推出了以“直采、直播、直寄”为核心的邮政农产品溯源直播;积极赋能多省份邮政开展专场直播;依托APP客户端、直播中控模块、数据分析模块、商品管理模块等进行实际体验和行业对标。

### 江苏邮政直播团队 以助农帮销为己任

江苏省邮政分公司建立“省+市+县”联动直播团队,省级团队引领示范,市级专业直播有队伍,县(市)渠道专业有主播。目前,全省已报备主播84名,其中渠道专业主播66名。全省以邮乐直播平台为主阵地,实现各市、县分公司邮乐直播间开通率100%、开播率100%。截至8月底,江苏全省邮政累计开展直播活动1566场,观看人数达6309014人,实现交易额4275.6万元。

江苏邮政以助农帮销为己任,以全省72个

“邮政农产品”基地为核心,以区域公用品牌、江苏名特优新产品等为补充,建立直播商品库,构建以基地农产品为核心的直播供应链体系;以“我为合作社代言”为直播品牌,积极联合各级地方政府和移动、石油、烟草等企事业单位开展联合直播;以打造直播协同营销场景为出发点,组织实施“节气·寻鲜”“基地·寻源”“特色·寻味”“网点·巡回”四类主题直播活动,以直播电商业务整合服务上游供应商、赋能寄递进包和金融网点获客。



### 山东青岛邮政直播团队 多平台矩阵式快速圈粉

山东省青岛市邮政分公司线上营销团队现有成员13人,其中,团队负责人1人、主播6人、短视频兼场控3人、运营1人、选品1人、客服1人。团队成员平均年龄26岁。

该团队紧密围绕邮乐、抖音、快手、视频号、淘宝、BSC、集邮微商城等公域、私域平台,打造“青邮+”特色账号矩阵,覆盖农产品、邮品、文创等多个项目,不断尝试、不断探索。目前运营公域平台账号6个,其中抖音

账号4个、快手账号2个。截至9月13日,各平台粉丝累计44.1万人,“中国邮政胶州邮政”抖音文创账号粉丝近20万人,“中国邮政青岛邮政助农快手”运作1个月,粉丝增长6万人,账号实现抖音平台带货销售额1100余万元、快手平台带货销售额近300万元、邮乐小店交易额400余万元、中国邮政微商城集邮产品销售额4000余万元,销售额合计7000余万元。



### 四川眉山邮政直播团队 小团队有大事业

四川省眉山市邮政分公司的“眉好邮你”电商运营团队虽然仅有3人,但从项目组织、产品运营、综合外宣到直播策划与实施、供应链管控与服务等各个方面都经营得井井有条。对内,该团队以“眉好邮你”品牌为核心,整合“邮乐小店”“邮乐直播”“邮乐优鲜”等业务,销售本地“洪雅春茶”“青神脆李”“彭山阳光玫瑰葡萄”“丹棱爱媛果冻橙”等产品。截至9月18日,已销售当地农产品8.7万件、

681万元。在田间地头开展邮乐直播84场,累计观看人数达42.8万人次。对外,承接开展市总工会“眉山入购眉山”线上普惠活动,服务工会会员10余万人,销售农产品4万余单,240万元;承接市、县人社局开展的多场“直播带岗”活动,吸引当地3000余人应聘……

“麻雀虽小但有鸿鹄之志”,“眉好邮你”这只小鸟将守正创新、踔厉奋发,勇毅前行、奔赴梦想。

## “原汁原味原产地”是邮政直播标签

□本报记者 张轶博

在调查问卷中,79.8%的参与者认为邮政“919电商节”直播带货的优势是“原汁原味原产地商品”。

随着数字时代的来临,直播带货已经成为中国零售业的一个新潮流。在电商业务发展中,中国邮政深入农产品原产地,直接架起种植户、养殖户与消费者之

间的桥梁,正是这种“原汁原味原产地”的特点,让邮政电商展现出了强大的发展潜力。

中国邮政拥有长期积累的品牌信誉,其广泛的网络覆盖则确保产品能够快速、可靠地送达消费者手中,这对于在线购物体验至关重要。

在“919电商节”的直播中,各地邮政直播间的主播们通过详细介绍产品制作

过程、原材料采集方法以及生产商的故事,增加了产品吸引力,建立起消费者对产品的信任感。这时,“原汁原味原产地”的承诺不仅仅是一个口号,更是对品质和可信度的保证。

同时,深入田间地头的直播间也带给观众更为直观的体验和感受。浓浓的田园味道为“919电商节”的产品增色不少。能够亲眼所见产地和产品,无疑更容易吸

引消费者,在增加好感的同时也树立了邮政为乡村代言的品牌形象。

未来,邮政可利用不同农产品特点持续举办特色活动。比如,可以根据产品的季节性特点或与特定节日相关的优势,制定相应的促销策略。定期直播计划必不可少,建立一个定期的直播带货计划,让观众期待每一次直播,这有助于维持并扩大受众群体。

## 问卷 摘要

您是否观看过邮政“919电商节”直播活动?  
是 92.7%  
否 7.3%

您是否在邮政“919电商节”直播中购买过产品?  
是 85.3%  
否 14.7%

在观看直播时,您更喜欢哪些类型的内容?  
产品介绍 54.4%  
促销活动 80.7%  
嘉宾访谈 23.9%  
游戏和互动 29.7%  
其他 4%

观看直播时,哪些因素会促使您下单?  
商品质量 71.9%  
主播的直播水平 36.4%  
商品知名度 50.5%  
价格 75.5%  
售后服务 38.2%  
其他 2.1%

您觉得邮政“919电商节”直播带货有哪些优势?  
原汁原味产地商品 79.8%  
颇具特色的主播风格 38.5%  
田间地头的直播场地 59%  
没有中间商赚差价 52%  
其他 4%

对于邮政电商直播,您有哪些期待?  
价格更加优惠 78.9%  
丰富产品种类 70.9%  
增加直播场次 32.4%  
增加产品展示方式 37.6%  
互动环节更加灵活 36.1%  
提供更为优质的售后服务 43.4%  
提升寄递服务质量 40.7%  
其他 4.3%

## 网友互动

今年的“919电商节”直播,您有啥想说的?

在吗:“邮政919,丰收欢乐购”,邮政将优质农产品送到消费者家门口,让农民朋友致富增收。希望邮政直播有更多优质农产品入驻。

大山:“919电商节”将农民的“钱袋子”和百姓的“菜篮子”一键接通,帮农民销售农产品,让百姓买到物美价廉的农产品,利国利民,为邮政点赞!

陆与海:不光是“919电商节”,平时我也经常在邮乐APP下单,品尝祖国各地特色美食,物美价廉,真是不错的选择!希望邮政电商越来越好,也希望邮政服务“三农”永远像现在这样接地气。

方怀银:开展直播,一要提升品牌,加强“原汁原味原产地”的品牌主张宣传,把控产品源头品质;二要注重全流程投递质量,直播销售只是与客户接触的开始,包装、运输、投递都关乎客户的后续购买行为。

君子坦丁baby:在直播活动中,可以重点介绍邮政的特色服务,比如邮政EMS的覆盖范围、价格优势等。此外,还可以介绍邮政在寄送文件、商品和样品等方面的专业能力,以满足不同客户的需求。

钟离踏然:邮政可以与一些知名主播、“网红”合作,让他们在直播中介绍邮政服务,提高邮政的知名度和影响力。同时,也可以通过与KOL的合作,让更多的观众了解邮政的创新和发展。

forlive:在直播活动中增加互动环节,比如观众提问、抽奖活动等,可以增加观众的参与度,同时也能提高活动的趣味性。这样可以让观众更加深入地了解邮政服务,同时也有机会收集观众对邮政服务的意见和建议,以便更好地满足用户需求。