台青變身「直播達人」 搶佔春節商機賣年貨

◀福州台青吳升樺帶着青蛙造型的頭套，在鏡頭前向網友直播銷售年貨。 大公報記者蘇榕蓉攝

「年貨節『王炸福利』（重磅福利），這款就是我們提前送給大家的新年禮物！」「馬上到春節了，我們這個海鮮大禮包分量足、品類多，趕緊拍一號鏈接！」臨近春節，在位於福州市台江中亭街的台青吳升樺的直播間裏，主播、副播兩人組成的直播小團隊配合默契，賣力推銷年貨。看着後台數據不斷增加，在場外實時監控的吳升樺終於鬆了口氣。春節期間正是推銷各種禮品的大好時機，也是吳升樺團隊最忙的時候。早年，吳升樺從台灣赴大陸尋根溯祖，原本只是「想看看祖輩生活的地方」，卻意外發現大陸電商充滿機遇和潛力，如今更成為大陸「直播達人」，其業務蒸蒸日上。

大公報記者 蘇榕蓉福州報道

「新春將至，直播帶貨銷售的熱門產品是各種禮包、海鮮、零食、茶葉、非遺產品等，主播們都在加班加點鉚足了勁兒搶佔春節商機。」吳升樺春節前期的工作安排得滿滿當當，他組織運營經理帶領的多個直播團隊，輪流上崗，每天開播6至8小時。而他每天都會到直播基地的各個直播間內串場把控，調試燈光、測試話筒，制定當日的直播策略，與主播交代直播細節，下播後與各個運營經理開會復盤總結，分析數據。

談及創業之路，吳升樺直言，就是在恰當的時間點，踏進了直播帶貨這個電商經濟的風口。雖然當中確實有幸運的成分，但個人的不懈拚搏以及對直播行業的敏銳直覺，才是他從網絡「直播小白」成功變身為擁有40多個直播間、從業人員200多人、年營業額達4000多萬元（人民幣，下同）的「直播達人」的關鍵。

從「尋根」到「留下來」

吳升樺的曾祖父是福州人。2005年受大陸朋友邀請，吳升樺第一次從台灣來到福州考察教育培訓項目，亦藉此尋根，與親友團聚。而充滿商機的福州，更讓吳升樺決定留下來發展。2017年，吳升樺和朋友創辦的教育諮詢公司開始投入線上教培直播課程。

任何一個新興行業的初始階段，所有人都是摸着石頭過河，倘若你問六年前的吳升樺：什麼是直播帶貨？他也只能給出一個模糊的答案。那一年各種網絡直播平台呈現井噴式發展，直播的類型也不斷增加。吳升樺說，「我們順應潮流，從教培直播領域轉戰到京東、抖音、淘寶、拼多多等有流量用戶的電商平台，轉型做直播帶貨為主的網絡運營模式，更高效切入直播帶貨賽道，搶佔紅利期流量。」從事網絡直播運營六年來，吳升樺已在行業中嶄露頭角，公司也已建立了良好的口碑，與供應商的合作已有固定渠道，消費者群體也日趨成熟。

以大陸為平台拓展業務

吳升樺很看好大陸電商行業的發展前景。他說，現在直播帶貨已經是零售市場主流的購物方式之一。因為累積了成熟的電商直播經驗，很多跨境電商企業開始與他洽談合作意向。「在市場成熟和相對飽和情況下，技術和平台規則更新換代非常快，機會和風險並存。」吳升樺說，未來，隨着公司技術和管理的成熟，他希望依託大陸合作穩定的供應鏈，在海外平台做零售型的跨境電商，用短視頻和直播帶貨的方式獲得更多海外銷售量。

▲台青吳升樺看好大陸電商發展前景。 大公報記者蘇榕蓉攝

融入中華文化 提升直播品味

【大公報訊】記者蘇榕蓉報道：「平時直播過程中，時間長了難免會有些枯燥，我就通過頭套等形象變化，能夠讓大家產生更多的新鮮感。」老虎、青蛙、兔子、火影忍者……各式各樣的頭套造型是吳升樺直播間吸引粉絲的秘笈之一。吳升樺還形成了一套在直播帶貨中的邏輯，除用精準語言描繪商品特點外，還會引導消費者做一些舉動來彌補他們對商品的感受，「說話的藝術」成了此間關鍵。

「品香，有一種凝神清雅的方式，喚曰『打香篆。』篆香燃起，香氣順着篆的花樣或字形充盈房間，心裏也平添一絲平靜。其實，最好的香氣就是每個人的修養品德，也就是《尚書》中說的『明德惟馨』。」這是吳升樺在直播間介紹古法篆香及香器製作技藝。他將香的歷史娓娓道來，在聞其香、觀其煙、賞其器中帶領着粉絲進行了一場「識香之旅」，領略中華傳統香文化的雅緻魅力。

「我會努力把文化內容融合到電商的直播帶貨中，賦予產品的文化價值輸出，一方面讓直播更吸引人，另一方面讓商品有更好的溢價。」在吳升樺看來，中華文化永遠具有強大的感染力和影響力，是軟實力的象徵，在潛移默化中感動消費者。

▲在「台胞過大年」聯誼活動現場，台灣青年體驗畫臉譜。

▲在「台胞過大年」聯誼活動現場，台灣青年學包餃子。 中新社

把「鼻尖上的台灣」帶到大陸

【大公報訊】記者蘇榕蓉報道：為了在春節這波電商戰中獲得佳績，廈門台企富山香堂去年12月中旬就開始着手，加大直播間行銷力度等活動，希望提前鎖定客源，衝高流量。富山香堂負責人金於峰介紹，除產品設計外，他主要通過直播手段吸引客流，不同平台有不同直播方式。截至1月中旬預計銷售額已經突破100萬元人民幣。

與香打交道十多年的金於峰是台灣香文化產業的創意人才。2014年，他赴廈推廣台灣香品牌，把「鼻尖上的台灣」帶到大陸，並借助大陸電商發展的東風而快速發展。「觸網」賣香，搶搭大陸互聯網經濟快車，金於峰早有規劃。創業伊始，金於峰就組建了一支12人的電商團隊，採用線上線下相結合的方式，主打電商業務。在金於峰看來，電商通達便利，輻射範圍廣，雖然電商運營團隊在廈門，但產品可以賣到世界各地。而且，大陸有全球最好的物流系統，也極大地支撐了電商的發展。

▲「台胞過大年」聯誼活動近日在北京舉辦。圖為北京青年書法家周南征向台灣青年展示百「福」圖。 中新社

「台胞過大年」體驗非遺文化

【大公報訊】記者朱燁北京報道：鑼鼓聲酣，舞獅歡騰中，拉開了2023年「台胞過大年」聯誼活動的帷幕。一張張巧奪天工的剪紙、一幅幅紅紅火火的春聯、一個個粉墨春秋的臉譜……包括北京40餘位台灣青年在內的大陸31個省（自治區、直轄市）和台北、高雄、澳門等地台胞日前相聚「雲端」，一起寫春聯、剪窗花、畫臉譜、包餃子，共同體會濃烈的節日氛圍，寄託海峽兩岸青年對團圓的期盼。

其中，北京大學博士生、台青林彥辰接受大公報訪問時表示，他每種活動都進行了體驗，覺得很有趣，心情也暖融融的。「兩岸對於春節的情結和氣氛是一樣的，那就是都期盼團團圓圓，討個好彩頭，過上好日子。」

已在北京度過6年，這並不是林彥辰第一次在大陸過年，但卻是最豐富多彩的一次。「當天分了四個體驗組，分別是臉譜、春聯、剪紙和包餃子，我每個都試了試。」

林彥辰說，現場有「台青過大年」的剪紙，還有兩岸都很熟知的人物圖案剪紙，「老師都不用刻刀，全憑手中一把剪子，通過戳進去再利落地抽出來幾個動作，栩栩如生的形象便躍然紙上了，很神奇。」當日，在大陸「剪紙達人」周慧巖的指導下，林彥辰的弟弟、同在北大深造的林冠廷現場剪出一幅團花和寓意「福祿」的葫蘆圖案。

經北京青年書法家周南征指點，在大陸從事金融工作的台青曹紋嘉現場寫下「虎振雄風留浩氣，兔迎盛世蔚新春」的對聯，橫批「萬事如意」。她打算回家便將這副春聯掛起來。「現代城市生活匆忙，少了一些年味，但過日子還是要有儀式感。」

作為2023年全國台聯第二十九屆台胞青年冬令營系列活動的開幕活動，「台胞過大年」聯誼當日，台灣青年還紛紛分享有關新春佳節的美好記憶。

民進黨「賦予」螺螄粉的「威力」

隔海觀瀾
朱穗怡

螺螄粉在大陸是很受歡迎的特色食品。然而，它除了是「美食」之外，最近在台灣還被「台獨」人士「賦予」了一種「新功能」：「統戰」。一碗小小的螺螄粉竟有如此「威力」？原因竟是該品牌螺螄粉的包裝上出現「你是中國人，我也是中國人，四捨五入一下，你就是我的人」等文字。其實，這是大陸多年前就早已存在的「土味情話」，民進黨當局何以大驚小怪？台灣是中國領土一部分，台灣人當然也是中國人，這句廣告詞何錯之有？台當局經濟部門日前甚至宣稱「禁止進口大陸製造的螺螄粉食品」，因為「依島內現行規定，大陸製粉條類產品如中式麵條、寬平麵條、米粉條等，通通不准進口」。一碗螺螄粉就令民進黨當局如臨大敵，當真是草木皆兵了。

按民進黨「逢中必反」的畸形思維，凡是與大陸沾邊的都會被視為「統戰」。島內市面上及校園曾流通一本成語辭典，內容提及鄧小平同志、縣委書記、「我國福建沿海地方」、「保衛親愛祖國」等用語，被民進黨質疑有「文化統戰」之虞；去年台北巴士出現「中國歡迎你」的簡體廣告，又被民進黨說「統戰」；近年台灣民眾愛玩抖音、小紅書等大陸社交軟件，也被民進黨說成是「大陸利用網絡滲透台灣年輕人」；大陸電視劇和綜藝節目在台灣熱播，亦被民進黨說成是「統戰」。這是真荒唐可笑。據說，民進黨當局行政機構負責人蘇貞昌就很喜歡看大陸電視劇。去年，他竟能在立法機構接受質詢時吟誦大陸電視劇《走向共和》的台詞。2018年，他在競選新北市長期間曾提到當時紅遍兩岸的陸劇《延禧攻略》。他說，最初大家會認為劇中角色「爾晴」是可愛的小女生，但後來才會發現「她的心機有多麼重」，藉此暗諷當時國民黨新北市長候選人侯友宜。如果按民進黨所說「接觸大陸的事物就被統戰」，那蘇貞昌被「統戰」了嗎？可見民進黨不過是趁機抹黑大陸、阻撓兩岸交流罷了，所謂「統戰」只是一個藉口。

民進黨奉行「台獨」黨綱，敵視大陸，不樂見兩岸交流密切，不樂見台灣民眾喜愛大陸食品，不樂見台灣民眾追看大陸電視劇，不樂見台灣年輕人使用大陸社交平台，不樂見台灣民間團體到大陸參加活動，所以便扣上「統戰」的帽子，以此阻嚇台灣民眾，使他們不敢使用大陸產品、不敢參與兩岸交流。

然而，兩岸同根同源、同聲同氣，風俗相近、文化相近，兩岸各領城的交流已經成為不少台灣民眾日常生活不可缺少的一部分，豈是民進黨當局所能切斷？

責任編輯：朱瑞宜 美術編輯：葉錦秋