

五五购物节 品质生活直播周

推动文化消费 打造品质生活②

带用户走进文创、旅游等消费场景，以深度实时互动方式输出上海的品质生活理念

小红书：直播“种草”打开文化消费新空间

2020“五五购物节·品质生活直播周”期间，超过1000位小红书博主将集体开播。不同于以往的线上带货，这还是一次品质生活理念的集中输出...

本报记者 徐晶卉

6月5日，徐汇滨江艺术群落将迎来一批探店者，来自小红书的博主们会走进TeamLab无界上海、西岸艺术中心、当代艺术博物馆等文化地标...

从“一桌两人”到“行走之美”

直播动了起来，从“一桌两人”变成“行走之美”，这是即将开幕的2020“五五购物节·品质生活直播周”的一个亮点...

词，小红书在此次直播周期间推出的各种互动、带货直播场次总计近万，均是场景式体验直播，为消费者“种草”文创消费，刺激和释放文化消费潜力。

5月30日，一场8小时接力直播将上线。小红书平台上的博主们会去哪里“打卡”？曾秀莲介绍，深坑酒店、金茂大厦、愚园路买手店、朵云书院、BFC外滩金融中心都是直播取景地...

“种草”美的事物与生活，用促销推一把，更容易拉动消费。直播周期间，小红书将派出满减券、立减券、小红书薯券等各类消费券总计超过1亿元...

高效挖掘文化消费潜力

“小红书是一家创立于上海的公司，也是一家只能诞生在上海的公司”

——小红书创始人瞿芳在提起创业时，反复提到这句话。选择上海，因为这是一个能够体现品质生活的地方...

有意思的是，过去小红书上的“探店”笔记，往往是文字与图片的结合，它们沉淀在生活方式社区里，用温热的方式持续促进消费。

据悉，为了本次品质生活直播周，小红书从一个月前就开始策划筹备，通过社区数据挖掘最能代表上海生活方式特色的景点、文创、演艺、艺术家装、教育、美发、美食、美妆等...



小红书博主来到复星艺术中心记录艺术展。

本报记者 叶辰亮摄

《故宫六百年》被1800万“老铁”围观，《三毛流浪记》一晚卖出8万册，一组组数据背后——

经典文化 IP 正成为直播间新顶流

本报记者 许畅

几代读者耳熟能详的少年儿童出版社版《三毛流浪记》走进薇娅直播间，第一波短短4分钟卖出5万册，一晚上销量达8万册...

最近，一南一北两家老牌出版社的直播活动引发广泛关注，无论是故宫这一“超级网红”，还是经典文学IP“三毛”，都与在线流量平台碰撞出新的化学反应...

借力流量平台，意义不止“带货”

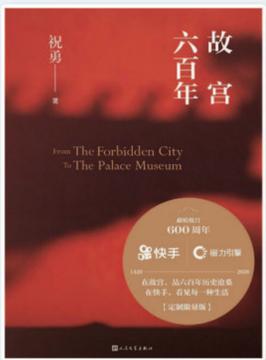
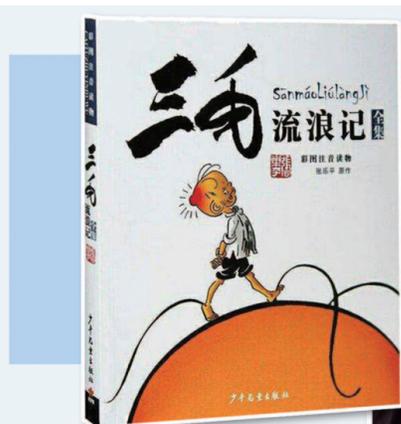
作为沪上出版界的金字招牌读物，少年儿童出版社《三毛流浪记》（彩图注音读物）甫一亮相“网红一姐”的直播间，就成功引发了一波“回忆杀”...

这场直播的后续效应也在持续，当晚薇娅直播间向上海世纪出版集团天猫店引流，有效带动了少儿社其他品种和世纪版其他图书的销量。

而对于国内最老牌的文学出版社——人民文学出版社来说，快手的3亿日活用户、200亿视频存量和特有的“老铁文化”，也是新的资源与天地，没有理由不去争取阵地。

“网红经济”也需“知识含金量”

如果说传统出版借助“顶流”为品牌IP带来更大传播量、曝光量和参与度，进而助力传统文化的传承；那么反过来，说“网红经济”平台同样需要优质内容的入驻...



《故宫六百年》选择在快手直播“云首发”。



“三毛之父”、漫画家张乐平的外孙詹胜和薇娅在镜头前与网友分享创作故事。

质内容的入驻，提升平台矩阵的“知识含金量”，进而开创双赢新局面。

近年来，随着《国家宝藏》《上新了故宫》等诸多电视节目热播，故宫文化展现出现强大号召力，加上IP价值的深入发掘和一系列爆款文创产品的推出...

刘强透露，优质的出版品牌也是流量平台渴求的稀缺资源，比如前不久由人民文学出版社发起的“云游大家故居”系列直播活动...

“回到文学现场”，四站“云打卡”上线后获得平台方支持，累计观看人数超300万，吸引了不少年轻用户，也为平台的内容矩阵有效增值。

直播常态化下，有资深编辑提醒，试水直播不能光依赖流量红利，还需持续开发出版品牌，增强实战能力。在浙江少儿社市场营销中心副主任叶薇看来，要取得好的直播效果，实现销售转化率，还需优化流程。

长三角一体化发展规划纲要实施一周年特别报道

《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》提出，共同推进数字政府建设，强化公共数据交换共享，构建跨区域政务服务网...

本报记者 赵征南

时隔近一年，歌斐颂巧克力小镇有限公司总经理莫雪峰再次走进嘉善县市民中心办事大厅，眼前的景象让他有些陌生。

去年7月，他在这里成功办理了由上海市青浦区市场监督管理局核发的首张经营住所冠以“长三角生态绿色一体化发展示范区”营业执照...

这回，当他再次来到市民中心办事，发现昔日的“长三角一体化企业开办服务区”已升级为“长三角一网通办专窗”，柜台也被“拆除”了。

“这一年变化真大。”莫雪峰说，“一年里，我作为一名在上海开店的嘉善本地企业负责人，从办证到在长三角顺利铺开零售门店，感受到越来越人性化的服务，长三角跨省办事正变得前所未有的便捷。”

“去柜台化”服务，距离更近沟通更畅

在“长三角一网通办专窗”下，嘉善县市场监管部门派驻市民中心的受理员茅一帆，手指着电脑屏幕上的业务办理页面讲解，身边就是前来咨询办事的市民。

莫雪峰则回忆，以前如果要跨省办理营业执照，起码要花一天时间，而且还要多人带很多的证件、公章去外地办理，现在只要提前在网上交好材料，带好身份证明就可以在嘉善异地办证。

“去柜台化”服务，提高办事效率的同时，更拉近了群众与政府机关之间的距离。“过去在柜台里隔着一扇窗交流，即使我们再耐心地讲解办事流程和所需材料，但对市民而言，可能还是会一头雾水。”

“柜台的物理隔离消失后，距离拉近了，沟通也更加顺畅……”刚办完业务的嘉善市民对这种人性化的创新赞不绝口。

嘉善县市民中心副主任费捷表示，利用之前的“五一”假期，市民中心在“无差别全科受理”的基础上，完成“无柜台”改造，针对跨省事项办理，实行“一站式、集成式、保姆式”服务。

企业迁移，一天一窗口就可完成

前阵子，出于业务需要，苏州石磊企业管理有限公司法人于晨亮希望将企业迁至上海青浦。他原本做了大量准备工作，以应对繁琐的办事流程...

这是长三角生态绿色一体化发展示范区内完成的首单“企业跨省迁移一件事”。过去，办理企业迁移需要在迁出和迁入地两地奔波至少6个部门，耗时15个工作日；现在通过示范区内吴江和青浦多部门的密切合作，仅用一天时间、一个窗口就可办理完结。

“一年来，青吴嘉三地政务服务一体化持续加速，每月定期开展联系交流，推进跨区域资源共享互认。”费捷介绍，以企业跨省迁移为例，三地加强部门协同，再造办事流程，为企业梳理了“企业跨省迁移一件事”各部门所需材料清单，实现了企业线下“只进一扇门、一个窗口办”。

“一件事”流程结束后，迁移企业不仅可以少交表、少跑路、少折腾，且原有纳税信用等级七类资质信息、增值税进项税留抵税额等三类权益信息可承继。吴江区税务局副局长单虹认为，未来长三角跨区域涉税业务会愈加频繁，积极探索企业在开办、变更、迁移和注销等环节办理的统一标准、统一流程、统一时间，不仅可以提升跨区域涉税事项服务质效，更是推进企业全面复工复产的重要举措。

跨省办事，正变得前所未有的便捷