

# 拼多多携手央视、东方卫视直播促消费 掀起“五五购物节”首轮消费热潮

“拼多多将投入40亿元消费补贴，让我们拼出乐趣，拼出实惠。”4月29日晚，2023国际消费季暨第四届上海“五五购物节”启动仪式在上海世界会客厅举行，拼多多联席CEO赵佳臻作为企业代表出席并现场揭开为广大消费者准备的“消费大礼包”。这是赵佳臻履新后首次公开亮相。

“五五购物节”是上海促消费、稳增长的重要引擎之一。作为诞生于上海的新电商平台，拼多多已连续四年积极参与，累计投入消费补贴逾120亿元。而今年，该平台的投入力度超越往届，希望在提振消费的大背景下，带动沪里沪外全力以“复”。

活动开启当晚，拼多多联合中央广播电视总台第一时间推出“拼在上海 乐享多多”百亿补贴专场直播

，其后又以全国最大农产品上行平台的身份登陆东方卫视“花漾暖春 奔赴美好”五五购物节全球大直播。其间，平台重磅补贴的国际大牌、“沪字号”国货、农业科技健康食品以及云贵藏等上海对口支援与合作地区的特色农产品吸引了直播间里的网友纷纷拼单，拼出了“五五购物节”的开门红。

侧重供应链管理的赵佳臻此前曾表示，希望对农村供应链体系和产业升级加大投入力度，保持耐心，助力供应链提效升级，继续为各方创造价值。而依托本届“五五购物节”这一重大消费节点，拼多多继续对农业科技及品质农货加大投入，既能推动申城消费潜能的释放，也有助于提升上海购买力对全国的提振、带动效应。

▲拼多多联席CEO赵佳臻(左四)在启动仪式上表示，平台将投入40亿元消费补贴。联合中央广播电视总台、东方卫视开展直播促消费活动，同时设立上海购物专区。赵歌 摄



▲启动仪式后，中央广播电视总台主持人任鲁豫(左)、郭若天(右)走进拼多多直播间，向全国网友推荐精选优品。赵歌 摄

## 农研美食热销六神花露水卖断货

“浪奔浪流，万里涛涛江水永不休……”4月29日，第四届“五五购物节”宣布启动后，在上海世界会客厅现场，随着总台央视主持人任鲁豫与郭若天吟唱经典歌曲《上海滩》，主会场的首场直播拉开帷幕。作为近代中国最早对外开放的通商口岸城市之一，上海孕育了一大批民族品牌。光明牛奶、上海牌手表、百雀羚、六神等“沪字号”经典品牌首先被两位央视主播重点推介。

“大白兔是家喻户晓的国民级奶糖。它诞生于1959年，在那个物质匮乏的年代是极其珍贵的存在。”任鲁豫话锋一转，“如今，大白兔频频出圈。尤其是今年兔年，大白兔竟然‘跳’到箱包、成衣上，开始了创意跨界。”

话音刚落，郭若天便向网友展示了一款由大白兔与上海企业光明乳业联名推出的风味牛奶。牛奶与奶糖的跨界组合颇具新意，勾起了不少年轻消费者的兴趣。

有创新，亦有传承。“上海牌手表，曾是国人的志气与荣耀，它的每一秒钟走时，记录了上海发展的脚步。”任鲁豫一边试戴一



▲目前，拼多多“五五购物节”专区已经正式上线。赵歌 摄

款上海牌镂空飞轮男士手表，一边说道，上海牌老式手表翻红是近年来的新趋势。“过去，拥有它是一种身份象征；如今，它正成为走出国门的国货之光。”

在推介沪上本土品牌的过程中，首个直播间爆款的出现让任鲁豫和郭若天稍感意外——上海家化旗下的国民级产品，几乎所

有人都用过的六神花露水竟然迅速卖断货。

除了国货，响应2023国际消费季的号召，海蓝之谜、雅诗兰黛、资生堂、戴森等各种全球大牌的系列产品也接连登陆直播间，拼多多百亿补贴为网友送上了超额福利。

最后，一大批科技农产品“占

领”直播间。从烟台农科院的烟薯25号、山西农大的晋谷21号黄小米到中国农科院的世壮燕麦片、云南农科院的土豆片……任鲁豫、郭若天化身互联网嘴替，现场品尝这些农研院校研发的科技美味，“馋”得直播间掀起一轮下单潮。

其中，中国农科院的燕麦片，过去一直作为减肥的处方药在销售，靠着北京市民口口相传，大家到线下门店排队购买，而且每人每天限量购买。近些年，得益于拼多多等平台对农科产品的扶持，该产品的线上占比已达到80%以上，消费人群主要是90后的年轻女性。

再如，由全国著名谷子育种专家陈瑛历时19年育成的“晋谷21号”加工而成的汾阳黄小米，是拼多多目前最受欢迎的小米产品之一。稳定的销量有力带动了当地的农户增收。

值得一提的是，在直播间外，拼多多还搬来了第三届多多农研大赛所用的室内种植架。架子上种着上海青、翠冠生菜等新鲜蔬菜。其中部分产品将在“五五购物节”期间登陆上海多多买菜。

## 云贵地区部分农货迎强劲消费复苏

拼多多起家于农业，农货是其优势品类。今年“五五购物节”期间，除了各地的时令好货与科技农货，平台还首次准备了包括云南鲜花饼、澜沧红茶、安徽六安瓜片、新疆喀什西梅干等在内的上海对口支援与合作地区的特色农产品。

4月29日晚，在东方卫视举办的第四届上海“五五购物节”全球大直播中，阿依舍第三代传承人马得虎、贵州电商云安顺子公司运营总监姚秉忠以及来自云南蒙自佳沃蓝莓基地的新农人姚殿城分别带着可以直接上嘴嚼的冬虫夏草、香气浓郁的贵州小黄姜以及具有包浆口感的云南蒙自蓝莓出现在直播现场。

冬虫夏草，作为与人参、鹿茸齐名的三大高端滋补品，是食补排行榜的“座上宾”。“西藏雪域高原原生态的冬虫夏草，草头短，虫体粗壮，因为其足够的原生态和优质，更适于直接食用或是简单搭配一些汤品。”阿依舍第三代传承人马

得虎在直播现场说道。

阿依舍起初在青藏高原以流动货摊的形式经营藏药和特产，因其产品品质温良，货品上乘，深受当地藏民和往来客商喜爱。

阿依舍2019年入驻拼多多。其官方旗舰店在2023年货节期间同比增长增幅超300%，上海、浙江、广州、北京地区购买的用户最多。其中，国家宝藏联名款礼盒系列销售1300余件，深受平台用户喜爱。

看着来自西藏雪域高原的珍贵虫草，东方卫视主持人忍不住分享给观众，提醒想要购买的朋友赶紧扫码下单。

贵州小黄姜、云南蓝莓等特色农产品，也依托权威媒体的传播力和拼多多的流量扶持，在“五五购物节”实现破圈，单日出货量增长500%。

“姜与葱、蒜一样，虽是餐桌上的配角，但不可或缺。我们近期准备了400吨小黄姜，希望让‘上海宁’都能尝一尝。”姚秉忠表示。

镇宁小黄姜种植面积大，产量高，2021年就覆盖带动当地农户4.2万余户。但当地一年四季降水量都比较大，不利于姜的长期储存，一旦滞销，农民血本无归。

姚秉忠表示，贵州电商云旗下的黔货云仓根据情况定制了专项销售方案，通过拼多多平台销售小黄姜1311吨。短短一个季度便将



▲启动仪式现场，第三届多多农研大赛的种植装置亮相展台。赵歌 摄

原本面临滞销风险的小黄姜全部销售出去，并带动镇宁周边就业人员一千多名，实现人均增收3000-3500元。

“今年随着江浙沪等地消费逐步复苏，依托拼多多等平台，我们的小黄姜相较于去年，销售同比增长200%。”姚秉忠说。

佳沃品牌在云南蒙自拥有占地4000亩的蓝莓基地，气温、湿度、光照和水肥情况指标通过智能大屏可实时监测。该基地每年产季用工数量超2万人次，带动基地周围农民成为新型产业工人。

相对于线下购物，线上购物总会存在一定的“虚拟性”，无法“眼见为实”。通过直播带货，可以增加消费者对线上购物的可信度，同时拼多多对优质商品进行流量及折扣等资源倾斜，有利于保障供给质量。

“我们将以上海社区居民生活需求为导向，通过平台大促及消费场景创新，畅通‘产消直连’，提升‘五五购物节’对优质农产品的溢出效应，让更多农业生产者也参与到上海最重要的消费活动中来。”拼多多高级副总裁文学表示。(杜宇)

▲来自西藏、贵州、云南等地的特色农产品登上东方卫视的直播晚会。祝晓明 摄

