

浙江选出首批300家“绿色直播间”，记者走进3家感受其风格 屏幕里，吹来一股清新的风

本报记者 全琳珉

近年来，浙江直播电商行业蓬勃发展，行业年交易规模平均增长超过30%，商品销售额持续位列各省市第一。但与此同时，虚假宣传、商品低劣、内容恶俗等问题也给行业带来了一定负面影响。

浙江针对直播电商管理中的现实问题，在全国率先开展“绿色直播间”培育创建工作。目前全省已遴选出首批300家“绿色直播间”，涵盖抖音、淘宝天猫以及快手三大平台，以直播营销、文化旅游、餐饮美食为主。

对“绿色直播间”，浙江省将加大力度重点培育，并通过典型选树和梯队培育，引导直播间传播优秀文化、展示健康内容、销售品质商品、履行社会责任。

“绿色直播间”，到底有啥不一样？近日，我走进3个正在培育的“绿色直播间”，感受它们的风格特色。

衣服掉色否，主播先试穿

成为“绿色直播间”的一大要义，就是提供“绿色”的商品。什么叫“绿色”的商品？我在第一家“绿色直播间”——来自谦寻控股的“蜜蜂惊喜社”看到了他们的理解。

下午4时，距离开播不到两个小时，“蜜蜂惊喜社”的主播发财拿着一叠厚厚的直播商品介绍，温习当天的上播产品。

发财说，商品要经历多个淘汰环节，才能在他们的直播间亮相，最终留存率不到10%。淘汰环节是怎么进行的？在谦寻总裁助理王芳的带领下，我看到了一个叫“聆客”的数字化平台。

“这是我们公司专门开发的直播电商一站式服务平台，商家若有带货需求，都需要先在这个平台上报名，系统会先根据商家的粉丝数、店铺星级等淘汰一批商家。”王芳在平台页面打开了一张系统筛选好的商家名单介绍，之后还要人工再筛选，包括评估商家研发、供应链、售后等一系列综合能力，以及各类资质合规审核等。“这套流程下来，留下来的商家已经不到35%，而这才刚开始。”

跟着王芳来到一个会议室，一开门，满眼都是零食。一群人一边吃零食，一边时不时停下来写下试吃感受。

“这是试穿环节，我们会随机抽取人员成立试穿团队，有时是员工，有时是粉



吾饭主播吴焕江(右)在直播中介绍新疆大枣。

本报记者 全琳珉 摄

丝和媒体。同时邀请第三方质检机构对食品、服装等商品进行抽检。”谦寻选品组负责人仙贝说，如果团队中80%的人认为商品不错，抽检结果也没问题，他们会为商品写一份市场观测报告。报告显示它在同品类中的竞争力不错，再给主播们试样。

回到“蜜蜂惊喜社”的直播间，发财刚刚回复完网友这几日的试样感受。“看我现在身上穿的衣服，全部都是送来的样品哦。”发财指着身上的衣服说，每天都有工作人员拿样品让主播试样。“比如衣服，不仅要穿，还要洗，看它掉不掉色、缩水不缩水。我有时每天要洗六七件衣服。”

“主播与消费者的联系最密切，他们往往会提出关键性意见，改进商品质量。”王芳表示，得到主播肯定后，确认品牌舆情、内容方案没问题，商品才可以排期与消费者见面。

“谦寻是行业龙头，有财力建立如此严格的选品流程，但很多直播间没有这个能力，该怎么办？”看完这么多环节，我不禁发出疑问。

“那就做自己最有把握的。现在很



“心语旅行”主播在普陀山景区直播。

受访者供图

多直播间只做自己最了解的垂直品类商品，就是考虑到这点。”王芳认为，直播间本质是信任经济，不管实力大小，直播间对商品的品控还是要做到心里有数。“传统货架电商是把选择权交给了消费者，但直播电商是消费者给予了直播间选择权。建立严格的选品流程既是为消费者负责，也是为直播间的长久发展考虑。”

脚本先审核，直播后复盘

如今，很多直播间会以内容为卖点，为消费者提供情感价值。让内容既规范又能传递正能量，也成为了“绿色直播间”培育创建中的重点。

但与有形的商品不同，内容无形且随时可变，直播间如何自查自纠？带着

疑问，我来到第二家直播间——浙江心语国际旅行社有限公司的“心语旅行”。

打开“心语旅行”的抖音页面，简介中赫然写着“普陀山小帅、普陀山小庄、普陀山凯歌2000多万粉丝共同选择的旅行”，里面提到的达人便是心语的合伙人，也是普陀山景区的导游。

2020年，小帅、小庄等人决定通过镜头传播普陀山文化。积累了一波粉丝后，几位合伙人联合创立了心语，“心语旅行”是公司的官方账号。

来到“心语旅行”的直播地点普陀山景区，远远就看到主播对着手机镜头滔滔不绝。一旁的心语合伙人高庆玲介绍，目前，小帅等几位合伙人仍活跃在抖音，用精彩的故事吸引游客前来普陀山，“心语旅行”则负责介绍景区相关线路与参团详情。“优秀的内容才是心语吸引游客的核心竞争力，我们主播的直播设备只是一部手机。”

什么才是优秀的内容？心语的答案是“接地气飞行”，讲大家听得懂又感兴趣的。“比如这个大门。”来到普陀寺的大门前，高庆玲分享了写脚本的秘诀，“在讲门的建设年份、长宽高等基本信息之外，再加上与大门相关的小故事，比如为什么普济寺正门几十年都不会开等等，激发游客兴趣。”但艺术加工的同时，内容要准确规范。

在一旁观看直播时，我拿到了主播写的脚本。里面圈圈画画，标注了许多直播中的言辞规范。“注意不要涉及封建迷信”“这个词有点夸张，还是去掉”……

高庆玲说，在直播前，相关团队会对直播脚本进行审核，直播结束后还要复盘，提醒主播及时调整不太合适的措辞。“我们还会定期邀请监管部门对相关人员进行培训，因为很多内容规范是不定期更新的，需要及时了解跟进。”

做到准确规范，要费心费力、仔细认真，但高庆玲认为值得。“之前被通报的某些低俗直播间，看似吸人眼球，实则只能获得一时的流量。对内做好健康内容和自我监督，对外配合好各部门监督，直播间才能走得更稳更远。”

吆喝新疆枣，助农拓销路

作为新业态，直播行业在促进线上线下消费融合发展、挖掘消费潜力中发挥了重要作用。直播间如何利用流量优

势，更好地赋能实体经济、助力共同富裕？我前往丽水市吾饭数字经济产业有限公司，进入第三家直播间“吾饭”一探究竟。

到吾饭的时候正是中午饭点，主播吴焕江没有去吃午饭，而是紧锣密鼓地为当天的直播做准备。

吴焕江原来是一家餐饮店的老板，喜欢下厨做饭。2019年，他怀着“让更多人学会做丽水家乡菜”的朴素心愿投身美食短视频制作，并邀请几位美食同行组建团队，在抖音开起了直播。几年下来，吴焕江就因精湛的厨艺、接地气的风格，吸引了500多万粉丝。

“直播内容主要还是教大家怎么做菜。”镜头前的料理台旁，吴焕江一边检查食材，一边表示，这次直播要做的菜有笋片红烧肉、猪肚汤、杭椒炒牛肉等，都是简单易学的家常菜。

不一会儿，直播正式开始，没一会儿就涌进了几千人观看。吴焕江有条不紊地在镜头前洗菜、起油锅、炒菜，介绍每一道菜品的做法，直播间内菜肴阵阵。

“这是我前段时间从新疆带来的大枣，虽然只是二级枣，但品质不输一级枣，又大又甜，直接吃和煲汤都很好。”吴焕江一边往猪肚汤中放入几颗大枣，一边卖力地介绍产品，“想要买的朋友可以点击下面的链接。”

话音刚落，直播页面立马弹出一个链接，没过多久就显示售罄，评论区还有人不死心：“大枣还有库存吗？”

下播后，吴焕江告诉我，这场直播卖的大枣，是他们收到丽水援疆指挥部邀请后，特意跑到新疆带回来的。“很多地方的农产品其实品质很好，只是不知道怎么包装宣传。这几年，我们在很多地方开展了公益直播，希望能让更多物美价廉的食材被大家看见。”

“让大家学到简单易用的做菜技巧的同时，还能买到放心的食材，为消费者带来了更多便利，所以吾饭才有高流量。”丽水市场监管局网监分局副局长陈刚说，丽水也在尽力培育孵化更多这样的直播间，帮助更多农产品拓宽销路。目前全市20万粉丝以上、以乡村振兴为核心标识度的新农人账号已经有100多个。



全琳珉

改革，再燃激情

记者探访省现代纺织技术创新中心和企业，体验柯桥政企校合力——

有啥难题 一起来解

本报记者 徐添城 金汉青 通讯员 冯青青

世界纺织看中国，中国纺织在柯桥。绍兴市柯桥区被誉为“国际纺都”，该区相关部门在调研中发现，区内很多纺织企业面临“成长的烦恼”：产品质量难以进一步提升、上下游协同能力不足、产业精准化规划欠缺……这些难题，仅靠企业单打独斗难以全部解决。怎么办？

在深入推进政务服务增值化改革过程中，柯桥区创新“政产学研用”技术应用联动服务模式——政府部门与高校共建平台，联合企业共同解题。目前，柯桥区已与高校合作共建纺织印染产业平台9家，开展各类研发、合作项目近400项。这些平台中，2022年成立的浙江省现代纺织技术创新中心最为典型。

平台怎样为企业和产业发展赋能？近日，我们走进创新中心和相关企业，给工作人员当助手，在服务中寻找答案。

共建实验室合力研发

创新中心是柯桥区和浙江理工大学共同打造，并联合纺织领域高校、科研院所和龙头企业共同建设的强公益属性高能级平台，被列入全省首批省级技术创新中心。当前，创新中心已组建起一支拥有2名院士在内、340余人的研发队伍，并与柯桥纺织印染全产业链上19个细分领域的头部企业共同搭建起19个实验室，力求破解企业个性与行业共性难题。

我们来到创新中心时，工作人员章淑娟正要外出。“我要到东进新材料去开例会。”她招呼我们一同出发。

章淑娟是创新中心派驻浙江东进新材料有限公司的对接专员，自创新中心与东进新材料2022年联合共建“功能性面料创新实验室”以来，她每周都要去企业开展服务。2023年，为了进一步提升服务水平，创新中心、高校和企业三方实行每月例会机制，以便让企业的诉求能够得到第一时间得到响应。

9时，东进新材料的会议室内，月度工作例会开始。章淑娟带着我们，和刚

从杭州赶来的浙江理工大学纺织科学与工程学院教师王成龙坐在会议桌一侧，另一侧是企业方的管理和技术部门代表。

东进新材料是一家做户外运动功能性服装面料的高新技术企业。早前，企业在调研中发现，海外市场对防水面料的氟含量提出了更高的环保要求，原有产品难以满足市场需求，急需研发一款更环保的无氟防水面料。企业第一时间联系了创新中心，没多久，创新中心综合管理部负责人、浙江理工大学教授郑今欢一行来到企业，和企业共建实验室，并派驻了一支团队留企开展实验。随后，“基于聚氨酯膜的高防水透湿生物基尼龙复合面料关键技术及产业化”项目正式立项，并被列入2023年柯桥区科技计划项目。

“王老师，实验室在做耐水洗测试，一会儿麻烦你看下数据。”“小章，新设备上的棍子得增加几种类别，能否帮忙对接一下供应商？”会上，东进公司创新中心副主任谢萍萍提出了需求。

“好的，我等会儿就联系上次的供应商，让他们尽快送货……”说罢，章淑娟叮嘱我们把会议要点记下来。按照她的要求，我们将会议内容按“已协调完成事项”和“需跟进落实事项”分类记录。

翻看章淑娟的笔记本，可以看出，过去一年她忙碌而充实着：每个月牵头组织一次工作例会；一旦企业遇到技术难题，她要马上协调专家入企服务；同是专业科班出身的她，还要配合团队做好实验准备和数据测量工作……

会议一结束，章淑娟就带着我们往实验室赶。

“目前出来的几组数据都在合理区间。接下来，我们想对产品品质进一步优化。”提前一步来到实验室监测数据的王成龙说。

像东进新材料一样，柯桥区很多公司通过与创新中心合作而受益。目前，创新中心已累计牵头开展关键核心技术攻关项目97项，实施国家火炬计划人才项目1项、浙江省重点研发计划9项、市



浙江省现代纺织技术创新中心内，研发人员在实验室进行技术测试。

本报记者 徐添城 金汉青 摄

区级科技计划3项，相关项目获得省科技进步二等奖两项。

专业小分队上门服务

做多了与企业打交道的工作，从事纺织应用研究的浙江理工大学教授、创新中心主要负责人之一戚栋明很了解，有的企业在市场中碰到困难，但又不知道从何处下手解决问题。

针对这一现象，创新中心团队2023年加大服务企业力度，不定期主动开展调研走访。

造访东进新材料的后一天，我们又当上戚栋明团队的助手，随他们一同走

访企业。“年底了，不少企业都在做年终盘点，我们今天打算去走几家近期服务过的企业，听听他们的反馈和打算。”戚栋明说。

第一站，我们来到浙江梅盛新材料有限公司。12月6日，由中国纺织工业联合会主办的2023年度中国纺织工业联合会科学技术奖励大会在北京举行。梅盛新材料与创新中心团队合作开发的项目，获得技术发明二等奖。

梅盛新材料公司办公室主任李小明告诉我们，企业与创新中心共同研发并获奖的这款超纤革材料，主要应用于汽车内饰，集成了阻燃、抗菌、透气、环保等功能。“这项创新技术打破了原先该品类

材料的进口垄断。”

没有太多寒暄，戚栋明就切入正题：“上次走访时，你们提出正在开展的项目想申报省级节能降碳技改项目。我们回去后了解到，这涉及降碳量计算等具体问题，还需要做一些工艺改进，才能达到省里的标准。我们今天把孙博士一同叫来了，他已经到车间去了解相关数据了……”戚栋明提到的孙博士是浙江理工大学博士孙阳艺，是中心负责与企业联合开展研发的专家。

为了提高服务效率，戚栋明每一次走访企业，都会带上一支专业的小分队。比如当天的5人小分队中，孙阳艺是技术专家；行政人员范艳苹是“综合服务通”，能帮助企业解答政策疑难；我们则是助手，负责记录、汇总企业提出的需求和困难。

“关于项目申报，有些材料需要提前准备起来。”这边，范艳苹把早前列好的提纲和注意事项交给了李小明，在需要特别注意处还做了标记。

“像我们这样的企业，多数时间埋头做业务，对各种政策、奖项申报了解不够。幸亏有你们，帮我们省了不少麻烦。”李小明连连道谢。

当天下午，我们还走访了本地3家小微企业。每到一处，创新中心团队都直奔主题，或询问年末的发展情况，或了解研发计划项目的推进情况。

入企推广环保新工艺

除了各类企业的个性化难题，纺织印染产业也存在共性问题。2023年，绍兴市、柯桥区加强与创新中心的联动，将行业发展的共性问题交给专家团队联合解题。

随戚栋明团队走访企业后第二天，我们再次来到创新中心，在一间实验室里见到了正在忙碌的郑今欢教授和科研专员吴华平。他们正和助手们一起，对合成的水性黏合剂性能进行测试。“我们已经做了一年多的深度研发和应用试验。”郑今欢说，不久前，经创新中心团队

牵头，该技术在当地一家烫金企业进行了大生产试验。“从试验结果来看，我们开发的水性黏合剂已能满足本地大部分企业常规产品的烫金生产需求，有推广价值，能改善烫金面料生产中的环境污染和生产安全问题。”

2023年年中，得知创新中心绿色染整专家团队在研究烫金用水性黏合剂及应用技术，绍兴市、柯桥区生态环境部门相关负责人找上门来，希望能与团队携手共同推进这一技术的升级换代。

“虽然有更环保的技术，但因为受限于思维定式，相当一部分企业对新工艺的接受程度目前还不高。所以，我们正在走访企业进行科普推介。”吴华平招呼我们走出实验室，“你们正好可以帮帮我们。”

他带我们来到柯桥区双华工业园，这个园区里集聚了20多家烫金面料生产厂。在此之前，吴华平已经和团队工作人员走访了多个园区和企业，但很多企业负责人一听是要做环保提升工艺，觉得“费时费力”，一直没能达成合作。“你们可以帮我们再去和企业谈谈。”吴华平说。

“烫金工艺的改进提升是趋势，工艺提升后，成本不会上升，品质也不打折，政府还会出台优惠政策。如果觉得新工艺上手有难度，后续会有专家来做培训……”走进园区，我们学着吴华平的方式，与一众企业负责人沟通，也耐心记录企业的难处。最终，几家有意向的企业与我们互留了联系方式。

吴华平说，推广初期难免会遇到各类难题，但只要方向正确，就不要怕困难，不断努力。对做好接下去的推广工作，吴华平充满了信心。



徐添城



金汉青

