

今年中国直播电商市场规模将达9000亿元

“直播经济”加速向我们走来

本报记者 李嘉宝

“哪款车性价比最高？”“订车有什么优惠？”……镜头前，主播站在空无一人的展厅，实时回答网友提问。这是近日浙江省绍兴市一场直播卖车活动的场景。

近期，各行各业的工作人员包括导购、企业高管、健身教练、银行柜员甚至市长、县长等，纷纷变身主播登上屏幕，成为经济社会发展中的一道新风景。

“直播热”助力“云复工”

防疫期间，“宅”成为大部分人生活的常态。在此情况下，许多实体企业和门店把直播作为“云复工”首选——银泰百货的上千名导购员变身“云柜姐”直播带货，一名导购直播3小时服务的消费者人数，相当于之前6个月接待的客流；一汽-大众公司将几个部门的负责人组织起来，推出“高管直播天团”，在抖音直播几十场，向观众介绍产品亮点、销售政策及产品如何维修、保养等；义乌小商品市场的商家集中“云开市”，在淘宝直播间迎接全世界的消费者，共赴一场热闹的“线上集会”……

在服务行业，店主靠直播各显神通，留住客源。餐饮店靠网络“主厨直播”维持“烟火气”。在直播中，顾客与厨师们互动，甚至可以调配自己爱吃的口味。健身房、舞蹈班通过直播在线教学，指导学员们在家锻炼。

不少电商平台还开展“直播+助农”新模式。在海南、江西、浙江等地，一些市长、县长亲自出马，在互联网平台担任出镜“主播”，亲自“带货”。部分银行在直播中向中小企业推广贷款业务，不仅介绍申请方法，还设置问答互动、抽奖送礼等环节。

据淘宝公布的数据，今年2月该平台新开直播的商家数环比增长719%，每天有约3万新的直播商家入驻。直播商家的订单总量平均每周以20%的速度增长，成交金额跟去年同期相比翻倍。

春招大幕刚刚启幕，云南一所职业院校就传来了令人振奋的消息。该校直播专业毕业生提前找到了工作，成为当下“直播热”的一个缩影。

拓展传统行业的经营半径

疫情发生以来，依赖线下客源的企业和商家遭受巨大冲击。一方面，出于疫情防控的实际需要，不少门店选择暂时停业；另一方面，为了减少感染风险，消费者大多足不出户。即使商家开门营业，也

面临客流稀少的窘境。开拓销售新渠道、探索数字化转型，成为许多企业在困境中必须面对的课题。

艾媒咨询的数据显示，2019年中国直播电商行业的总规模达到4338亿元。预计今年中国在线直播的用户规模将达5.24亿人，市场规模将突破9000亿元。作为去年最为火热的新兴商业模式之一，直播电商在防疫期间迎来新的发展高潮。

一方面是疫情带来的线下消费停滞，另一方面是需求积累之下的线上市场复苏，电商直播成为联结“暂停营业”的商家与“足不出户”消费者的核心中枢。字节跳动的一位工作人员指出，直播在时间和空间上拓展了传统行业的经营半径。许多传统行业顺势而为，抓住这一机遇，大大降低因疫情造成的损失，甚至找到了新的增长机会。

在“拼多多”新农农村研究院常务副院长韩东原看来，防疫期间，消费者更加注重购物的安全性与便利性。直播的一个好处是“所见即所得”，能够帮助消费者建立对产品品质直观的信任感；同时，直播把单向购买变成双向互动，交流更有温度和趣味性，增加了对消费者的吸引力。尤其是当前的“直播+助农”，为农产品产销对接提供了新模式。

对“直播经济”需加强监管

在热门的“直播带货”市场中，一场成功的直播并非易事，需要多方合作才能成就。

为了帮助线下商家更好地“云开市”，各大电商及短视频平台纷纷抛出橄榄枝。早在2月10日，淘宝直播就宣布全国所有线下商户均可以零门槛入驻，并免费使用运营工具。数据显示，每天到淘宝大学学习直播运营的新主播超过1万人。抖音、快手等平台也推出优惠举措，免费为所有线下企业及商家开设线上直播及销售服务，拉动各行业的直播电商业务。各大物流公司逐渐恢复运转，为“线上直播，线下物流配送”这一电商新业态提供了保障。

与此同时，红火的“直播经济”也需加



（左）近日，山东省惠民县委书记殷梅英走进直播间，向网友推荐当地特产。图片来源：网络



近日，商户聘请的模特在湖南株洲市芦淞欧洲城服饰市场，通过网络直播销售服装。陈思汗摄（新华社发）

以管控，否则容易引发信任危机。今年1月，中国消费者协会发布的2019年十大消费维权舆情热点中，以“直播经济”为代表的消费新场景带来的维权挑战引人关注。一些商家或主播涉嫌夸大宣传推销，“名品”变赝品，“好货”变“水货”，误导了不少消费者。

在“直播经济”热潮不断高涨的当下，各大平台更需完善内容审核及诚信评价机制，约束商家的行为。监管和执法部门应严格打击虚假宣传行为，提高欺诈成本，维护

消费者合法权益。对商家和主播来说，诚信经营才能真正抓住“直播经济”的风口和红利，实现自身长久发展。

从长远来看，随着5G、虚拟现实等新技术的不断成熟与发展，未来“直播经济”的价值有望进一步凸显。业内人士指出，传统行业试水“直播”，不仅是防疫期间的权宜之计，更是朝着线上发展趋势迈进的重要一步。在新的挑战下，各行业需积极拥抱变化，在实践中培育出符合产业发展的直播路径。

政策支持，线上问诊，方便就医

互联网医疗迎多重利好

本报记者 张鹏禹

新冠肺炎疫情发生以来，有些地方医疗资源出现紧张状况，互联网医疗行业通过“空中网线”为患者和医生搭建起问诊桥梁。平安好医生、丁香医生、阿里健康、京东健康等“互联网+医疗”平台纷纷推出问诊咨询、义诊、线上购药等服务，通过合理调配医疗资源解决了部分患者就医需求，为患者带来方便。针对这一现象，国家相继出台多项政策，助推互联网医疗发展。

在线问诊助力战“疫”

疫情暴发后，湖北武汉等地医疗资源紧张，患者针对呼吸道疾病的问诊需求增多。不少互联网医疗平台及时开通在线义诊。

疫情发生以来，平安好医生累计访问量达11亿次，新用户注册量比疫情之前增长10倍，日均问诊量比疫情之前增长9倍。春雨医生、企鹅杏仁集团、微医互联网总医院等多个互联网医疗平台的用户问询数也出现激增。

1月24日，阿里健康定向针对湖北地区居民，在支付宝客户端上线互联网医生免费义诊服务。数百名来自全国各地的义诊医生中，超过70%来自呼吸科和全科。

线上问诊已成为防疫期间患者获取医疗服务的一种重要形式，并得到国家政策支持。

2月3日，国家卫健委办公厅《关于加强信息化支撑新型冠状病毒感染肺炎疫情防控工作的通知》提出，积极组织各级医疗机构借助“互联网+”开展针对新冠肺炎的网上义务咨询、居家医学观察指导等服务。在阿里健康义诊服务上线24小时的数据统计中，超过90%的问题主要集中在新冠肺炎相关的防治等内容。

除针对新冠肺炎的医疗咨询服务外，上述通知也鼓励在线开展部分常见病、慢性病复诊及药品配送服务，降低其他患者线下就诊交叉感染风险。

网上看病也能报销

防疫期间，互联网医疗在常见病、慢性病诊疗上起到不小的作用，同时也是对分级诊疗的一种补充。但线上问诊后的药品医保支付，一直是困扰互联网医疗行业发展的难题。

3月2日，国家医保局、国家卫生健康委联合印发《关于推进新冠肺炎疫情防控工作开展“互联网+”医保服务的指导意见》，明确常见病、慢性病患者在互联网医疗机构复诊可依规进行医保报销。互联网医疗机构为参保人在线开具电子处方，线下采取多种方式灵活配药，参保人可享受医保支付待遇。医保部门加强与互联网医疗机构等的协作，诊疗费和药费医保负担部分在线直接结算，参保人如同在实体医院刷卡购药一样，仅需负担自付部分。

福建省在省级机关互联网医院开展试点医保电子凭证医保在线结算服务，让群众足不出户就能享受到医保报销的在线诊疗服务。山西省提出，具备资质和条件的定点药店可根据医疗机构处方信息“点对点”为患者上门配送药品。上海、浙江、江苏、武汉等地已将常见病、慢性病的线上复诊以及线上购药纳入医保，积极推进互联网诊疗、长处方、网订店送等模式。

《关于推进新冠肺炎疫情防控工作开展“互联网+”医保服务的指导意见》还提出，定点医药机构应当



近日，天津医科大学总医院的医生用视频进行线上问诊。新华社记者李然摄

为患者建立和妥善保存电子病历、在线电子处方、购药记录等信息，做到诊疗、处方、交易、配送全程可追溯，实现信息流、资金流、物流全程可监控，患者可以在线查询检查检验结果、诊断治疗方案、处方和医嘱等病历资料。

高科技注入新动能

互联网技术赋能医疗服务不仅在线上问诊、在线结算等方面，形成全国统一高效的医保信息系统，也给互联网医疗信息技术服务提供商带来利好。

3月5日，中共中央、国务院发布《关于深化医疗保障制度改革的意见》，提出高起点推进标准化和信息化建设。统一医疗保障业务标准和技术标准，建立全国统一、高效、兼容、便捷、安全的医疗保障信息系统，实现全国医疗保障信息

工人进出厂房和宿舍，要出示“健康码”并测量体温；外卖小哥进入餐厅，取餐前得核查“绿码”，以保证送餐安全；普通居民外出乘坐公交车、出租车，需先验码……在中国的许多城市，服务疫情防控的“健康码”广为推行。

疫情发生以来，全国各地智慧城市系统纷纷开足“码”力。北京海淀区政府城市大脑疫情防控平台，构建疫情跟踪防控体系；浙江推广落地“健康码”，采取“一图一码一指数”等精细化管理策略，方便群众生活、推动企业复工；上海上线“来沪人员健康动态观察系统”。利用大数据、人工智能、云计算等技术，智慧城市系统将涉及个人健康状况的海量数据收至云端，省去了人工查验的繁琐程序，大大提升管理效能。

疫情推进智慧城市落地，5G覆盖的加速是其主要“支撑点”。未来7年间，中国拟建设600万个5G基站，开启万物互联的时代。高速率、低延时的5G网络，能有效减少信息传导的时差，提升城市“智商”。以5G为抓手，物联网、云计算、大数据、地理信息集成等新一代信息技术联合发力，将城市中的人、事、物连成“一张网”，交由城市大脑统一处理。中国电信已与全国31个省级政府建立智慧城市战略合作，落地上千个政务应用；中国联通提出了“城市微单元”计划，最大程度推动信息技术的高度集成应用。

智慧城市规划为城市运行建立“中枢神经”，提升城市治理和政务服务的信息化、智能化水平。数据监测遍布城市的每一条“毛细血管”，实现城市运行状态的全面感知。在城市公共安全、交通运输、医疗服务等方面，系统第一时间针对问题发出预警，并通过科学解析引导相关决策，快速解除隐患。对普通市民而言，“智慧城市”不再是遥不可及的概念，车辆数据整合为居民提供合理出行路线，政务审批一键办理，云端看病处方药配送到家……智慧政务、智慧出行、智慧医疗，每一项“智慧系”举措的推进，都在为提升社会服务能力“添砖加瓦”。

疫情下的智慧城市为提升城市“免疫力”做出贡献，也为未来智慧城市的前进方向提供改进思路。人们期望，依托中国信息技术的高速发展，智慧城市将凭借其“高智商”服务，让居民生活变得更加美好。

互联网大咖秀



纳迪姆·马卡里姆：改变印尼人的出行

海外网 陈菲扬

纳迪姆·马卡里姆（Nadiem Makarim）是印度尼西亚网约车服务公司Go-Jek（够快捷）创始人及首席执行官。Go-Jek是印尼第一家估值超过100亿美元的公司，公司名字取自ojek一词，在印尼语中有“摩托出租车”的意思。Go-Jek利用先进的移动技术，彻底改变了摩托出租车行业。

马卡里姆出生于印尼首都雅加达，从哈佛商学院毕业后，他就职于全球顶级的管理咨询公司麦肯锡公司（McKinsey&Company）。3年后他选择辞职，比起为别人的公司工作，他更想掌握主动权。

马卡里姆极具商业头脑，并拥有敏锐的洞察力。因数百万辆摩托车穿梭而行，雅加达每天交通堵塞严重。“当时迫切需要一种快速的交通服务帮助雅加达人解决此类问题。”马卡里姆说。通过与当地摩托手手的交谈，他发现大多数摩托出租车都用许多时间等待顾客的到来，却很难找到顾客。由此，马卡里姆有了一个商业构想，即创建在线摩托出租车应用来缓解城市交通拥堵，于是Go-Jek公司在2010年应

运而生。“思想的多样性和雄心壮志对推动企业前进有重要意义。”马卡里姆表示。

2015年，Go-Jek推出移动应用程序，让人们在拥挤的雅加达坐上实惠的摩托出租车。有了应用程序，用户只需使用智能手机就可订购Go-Jek服务。事实证明，Go-Jek公司为雅加达人的出行和生活带来了极大便利，成为印尼家喻户晓的互联网企业。除共享打车服务外，Go-Jek经营着印尼最大的食品配送业务等，同时还提供领先的数字支付服务。通过多元化经营，Go-Jek已成为印尼互联网巨头，平台拥有200多万名司机和40万商家。马卡里姆曾表示，Go-Jek的成功在很大程度上取决于“好时机”。如今，Go-Jek正扩大其国际业务，目标是成为一家全球性公司，利用5年左右的时间让海外市场用户占总用户数的一半。

马卡里姆被许多印尼创业者视为偶像。由于各方面出色的能力，他于去年10月离开公司，被任命为印度尼西亚教育与文化部长。

图片来源于网络