

新型直播，让消费者与生产企业直接“见面”——

# 直播间开到工厂里

本报记者 徐佩玉

直播间里不是千篇一律的背景板，而是忙碌的生产线、堆放整齐的仓库；主播在机器运转声的“伴奏”下做介绍，快递车直接开进厂房装箱——正在中国制造业领域兴起的工厂直播，让天南地北的消费者和生产企业直接“见面”。

逛工厂、看生产线、测试产品、了解岗位情况，一单单生意在直播间里产生。这种新型直播方式，不仅提高了产品销量，也增强了消费者黏性，不少企业反馈：“客户更多了，影响力更大了！”。

## 工厂直播，既带货也展示工艺

“这就是我们酿醋的大缸”“一会儿带大家去看包装车间”“大家购买的产品都是现场打包，快递车直接就拉走了”……在山西天庆诚电子商务有限公司的厂房里，主播手拿瓶醋，身后是十几个大瓦缸，正在为直播间的观众介绍山西宁化府益源庆生产的醋类产品。

益源庆醋厂是山西省太原市一家久负盛名的老字号，位于繁华的闹市区桥头街宁化府胡同内。这里的陈醋已飘香百年，依托新技术、新平台，老醋装进“新瓶”，醋香飘得更远。

企业进驻电商平台是工厂直播的第一步。直连数亿用户的中国头部电商平台，成为众多老字号企业重焕新生的支点。

“我们从2021年开始尝试直播带货，也曾取得非常好的销量成绩。”山西天庆诚电子商务有限公司直播主管郭丽告诉记者，从去年3月开始，公司注册电商平台，开始尝试将直播间搬进工厂，向消费者直接展示酿醋工艺。“现场展示工艺的效果肯定比光靠口述好，消费者的感受更直观、黏性更强。不仅有利于巩固老客户，对拓展新客户也有明显效果。”

“我们有时候会早上五六点钟开播，给观众展示工人翻缸的过程。”郭丽说，他们还在包装车间直播，展示仓库打包、发货的真实场景，“仓库外面停着一排排快递车的场景令人震撼，很多观众看到这样的场景都会在公屏上留言，也提高了直播间的活跃度。”

郭丽说，现在每到“双11”“6·18”等大促时就会在工厂里开播，平均在线人数能获得40%左右的增长，直播效果非常好。

比起在绿幕前直播，这种新型直播方式让消费者倍感亲切，还帮助企业迅速获得市场反馈。有企业表示：“借助直播电商，我们可以有针对性地调整生产计划，直接听到消费者的反馈，生产更多受市场欢迎的产品，提升销售额。”

过去，提起在工厂直播，有人会担心噪音偏大、背景不简洁、还可能影响工人作业。如今，越来越多的直播间走进工厂，用不断增长的销售数据证明了这种新型直播方式的良好效果。

## 拉近生产方与消费方的距离

广东潮汕牛肉丸是当地的特色招牌美食，深受全国各地“吃货”们的喜爱。从手打到机械捶打，潮汕牛肉丸实现了规模化生产并走向全国。

主营牛肉丸的潮庭食品股份有限公司通过入驻电商平台和直播带货，让这一美食成了爆款预制菜。去年7月底，潮庭牛肉丸入驻拼多多，加入“百亿补贴”活动后，月销售额达到了150多万元，大促期间甚至实现了日销10万元的目标。

在潮庭的直播间里，可以直观地看到牛肉丸的成型过程。工人先将牛后腿肉剔筋去油脂，再将牛肉切成条状放入机器内低温捶打，最终一粒粒牛肉丸从三台成型机内“跳”出。捶打过程中，有经验的老师傅时刻留意着肉泥的状态、颜色并负责加入佐料，这也是决定肉丸弹性的关键环节。

“公司成立电商部之后就开尝试在工厂设立直播间。”潮庭食品股份有限公司副总经理陈嘉宇告诉本报记者，这种直播方式好处很多。一方面，通过直接展示产品和服务全方位展示给消费者，拉近了企业与消费者之间的距离，提高了消费者的信任度。另一方面，可以加强互动营销效果，与消费者实时交流、互动，提高消费者黏性。陈嘉宇说：“近期有一个上海的老顾客就一口气在直播间下单了20多款产品，金额高达



▲福建省宁德市近年来加大电商人才培养，推动乡村振兴和经济高质量发展。图为不久前的一处农产品深加工车间内，当地一名电商主播正在介绍羊肚菌产品。

新华社记者 林善传摄

►浙江省义乌市一名主播正与东方日升义乌新能源有限公司的相关负责人在生产车间直播带货，以真实场景吸引求职者。

时补法摄（人民视觉）

600多元。”

组建电商团队、从一线城市挖运营人才，年销售额由700多万元飙升至5500多万元，潮庭只用了3年时间。在看似好渠道的陈嘉宇带领下，该公司的电商团队由4人拓展至70多人。“近年来线下销售渠道区域稳定。借助电商平台和直播的力量，未来潮庭要在线上‘突围’才能做到真正‘出圈’，成为爆款美食。”他说。

平台上，有消费者评论：“正宗的潮汕牛肉丸，通过航空空运从南国飞越千山万水，将潮汕美食送到我们餐桌上，非常喜欢。”

工厂直播，也拉近了外贸企业与海外客户间的距离。山东领品机械科技有限公司在直播间里卖出了一台20万元的工业激光设备，公司总经理张杰说：“没想到竟然能在直播间里直接成交！这种直播方式就像到国外参加线下展会，可以直接和买家面对面交流，向他们展示产品功能、测试产品性能，还省下了参展成本。”

## 云上探厂，直播带岗

除了卖货，这种新型直播方式还可以“带岗”。“带我们看一下厂房吧”“操作员的工资是多少钱一个月”“机修学历有要求吗”……面对直播间里观众提出的各种问题，不仅有主播实时作答，更有现场实景直接呈现，主播带着观众一同走进车间、食堂、宿舍，解答广大求职者最想了解的问题。

日前，主要从事民族工艺品、毛巾、服装类产品生产及出口的湖北鄂龙工贸有限公司开展了一场“云上



探厂+直播带岗”活动。在生产车间，一边是工人们忙着赶制订单产品，一边是公司人事主任卢芳带着主播参观厂房，沉浸式为观众介绍用工环境、车间工作情况、招聘岗位职责、工作内容等。

“我们之前也参加过在室内开展的直播‘带岗’活动，但我觉得这种走进企业的直播形式更加直观，可以让求职者全面了解企业的相关情况，放心求职，同时也让我们能够招聘到更多的人才。”卢芳说。

以实景直播方式宣传推介企业招聘岗位，打破了线下招聘时间、空间局限，让求职者可以“身临其境”找工作，更减少了外地求职者的求职成本。一名求职者说：“以前外出找工作经常会花很多冤枉钱，交通、吃饭、住宿等开销自不必说，大量的时间浪费在路上，效果也不一定理想，而且往往很难提前了解到企业的真实情况。我们通过‘直播带岗’可以直观地看到工作环境和工作内容，对工厂会有一个初步的了解，也更放心。”

作为一种新型招聘方式，直播带岗目前面向的大多是蓝领工人，在制造业用工需求量大长三角、珠三角地区较为火爆。“视频里看到工作是啥样，实际工作就啥样”“工资5000元到8000元”“岗位上六休一，全年订单稳定”“住宿为4-6人间，冬天有暖气，夏天有空调”“免费理发、洗衣服”……直播间里，主播一遍遍地向前来询问的求职者介绍用工信息。有意向的求职者可以在线投递简历，之后便会有相关工作人员电话联系、预约面试时间。

东莞市豪顺精密科技有限公司人力资源负责人付雁说：“从数据来看，我们网络招聘入职率同比增长16%。求职者能进一步了解多家企业的招聘信息，未来有可能成为我们企业主要的招聘方式之一。”

近日，财政部部长刘昆向全国人大常委会作2022年中央决算报告，介绍了去年中央财政收支决算情况。这份报告有哪些看点？过去一年里，为支持经济稳定恢复、促进高质量发展，积极的财政政策是如何提升效能的？

从报告内容来看，2022年财政运行总体平稳，中央决算情况总体较好。2022年，中央一般公共预算收入94887.14亿元，为预算的100%，比2021年增长3.8%。中央一般公共预算支出132512.65亿元，完成预算的98.9%，增长13.1%，主要是加大对地方转移支付力度。

具体看，收入方面，税收收入89977.07亿元，为预算的96.7%，增长1.2%；非税收入4910.07亿元，为预算的271.3%，增长96.5%，主要是特定国有金融机构和专营机构上缴近年结存利润，以及原油价格上涨带动石油特别收益金专项收入等增加。

支出方面，中央本级支出35570.83亿元，完成预算的100%，增长3.9%；中央对地方转移支付96941.82亿元，完成预算的98.9%，增长16.9%。报告显示，2022年，财政部门大幅增加中央对地方转移支付规模，加快推进预算和绩效管理一体化，进一步优化结构保重点、强化管理促规范、突出绩效增效能，着力支持经济稳定恢复发展。

2022年，中央财政加大减负纾困力度，着力激发经营主体活力。加力提速实施大规模增值税留抵退税政策，累计退到纳税人账户的增值税留抵退税款达2.46万亿元；强化对中小微企业的政策支持，全年新增减税降费超过1万亿元；大力支持企业减负稳岗，将中小微企业和大型企业失业保险稳岗返还比例分别由60%最高提至90%、由30%提至50%。

着力稳投资促消费，持续释放内需潜力。报告显示，2022年中央预算内投资支出6399.28亿元，主要用于保障性安居工程、水利、交通、能源等重大基础设施，粮食安全，区域协调发展，社会事业，以及环境保护和生态建设等方面。

在推动财力下沉方面，2022年中央财政加大对地方转移支付力度，全年中央对地方转移支付规模9.69万亿元，增加1.4万亿元，增长16.9%；推动更多财政资金直达基层，直达资金规模达到4.1万亿元。

此外，为兜牢民生底线、促进乡村振兴，财政政策持续发力：推动教育高质量发展，国家财政性教育经费占GDP比例保持在4%以上，全年超过4.8万亿元；提升医疗卫生服务能力，城乡居民医保人均财政补助标准提高至610元，基本公共卫生服务经费人均财政补助标准提高至84元；提高社会保障水平，稳步实施企业职工基本养老保险全国统筹，全年统筹调剂资金约2440亿元；促进粮食增产丰收，对实际种粮农民分三批发放补贴共400亿元。

值得注意的是，2022年，财政继续严格落实政府过紧日子要求，中央本级“三公”经费财政拨款支出合计28.24亿元，比预算数减少24.76亿元。其中，因公出国（境）费2.94亿元，减少3.7亿元；公务用车购置及运行费24.72亿元，减少18.89亿元；公务接待费0.58亿元，减少2.17亿元。

最新数据显示，2023年1—5月，全国一般公共预算收入99692亿元，同比增长14.9%，其中，中央、地方本级收入分别增长13.1%、16.5%。全国一般公共预算支出104821亿元，同比增长5.8%，其中，中央本级、地方支出分别增长6.5%、5.7%，重点领域支出得到有力保障。

刘昆说，从今年全年看，我国经济总体回升将为财政收入增长提供基本支撑。下一步，财政部将严格执行全国人大常委会批准的预算，围绕高质量发展这个首要任务和构建新发展格局这个战略任务，打好宏观政策、扩大内需、改革创新、防范化解风险组合拳，实施好积极的财政政策，推动经济持续回升向好，实现质的有效提升和量的合理增长。

“要发挥好政府投资引导作用，适当扩大地方政府专项债券投向领域和用作项目资本金范围，做好项目前期准备，提高项目储备质量，优先支持成熟度高的项目和在建项目，在打基础、利长远、补短板、调结构上加大力度，防止盲目扩大投资，鼓励和吸引更多民间资本参与。”刘昆说。

# 经济回升将为财政收入增长提供支撑

本报记者 汪文正

国家金融监督管理总局印发通知——

## 扩大适用个税优惠的商业健康保险范围

本报北京7月10日电（记者王俊岭）国家金融监督管理总局近日印发《关于适用商业健康保险个人所得税优惠政策产品有关事项的通知》（以下简称《通知》），将适用个人所得税优惠政策的商业健康保险产品范围扩大至医疗保险、长期护理保险和疾病保险等商业健康保险主要险种。同时，扩大产品被保险人范围，投保人可为本人投保，也可为其配偶、子女和父母投保。

国家金融监督管理总局有关部门负责人介绍，适用个人所得税优惠政策的商业健康保险于2015年5月开始试点，2017年7月推广至全国。购买适用个人所得税优惠政策的商业健康保险允许在当年（月）计算应纳税所得额时予以税前扣除，限额2400元/年（200元/月）。经过多年实践，政策效果初步显现。为用足用好商业健康保险个人所得税政策，国家

金融监督管理总局经过充分调研并商有关部门，决定扩大适用保险产品范围。

该负责人表示，《通知》针对目前既往症人群保障不足的现状，要求其纳入医疗保险承保范围，允许人身保险公司针对既往症人群设置不同的保障方案，结合自身经营能力和市场需要开发保障额度更高、责任更丰富的产品。不仅如此，《通知》还鼓励开发针对既往症和老年人等特定人群的长期护理保险、疾病保险产品。

中央财经大学保险学院教授陶存文说，此次将适用个人所得税优惠政策的商业健康保险产品范围扩大，意味着具备投保税收优惠商业健康险资格的人更多，居民可选择投保的商业健康保险产品会更加丰富。同时，投保选择也将更加便利，投保流程更加简化。“这一变化，有利于引导广大消

费者逐步形成主动管理自身健康风险的意识，促进多层次医疗保障体系结构的改善。”陶存文说。

西南财经大学保险与精算系副教授王凯说，适用个税优惠的商业健康保险产品市场供给，进一步发挥商业保险在社会健康风险保障体系中的作用。王凯建议，保险机构要充分利用个人所得税优惠的政策优势，提高产品科技含量和业务便捷性，设计新产品时更加注重保障性。

“下一步，国家金融监督管理总局将持续推动适用个人所得税优惠政策的商业健康保险规范发展，引导人身保险行业不断提升专业能力，更好地满足多样化的健康保障需求，增强人民群众的获得感、幸福感和安全感。”国家金融监督管理总局有关部门负责人说。



最近，江西省樟树市53万亩早稻陆续进入成熟期，当地农民抢抓农时开镰收割。图为樟树市永泰镇大新村村民趁着晴好天气抢抓早稻，确保颗粒归仓。

李 劼摄（人民视觉）