

后疫情时代，“直播带货”迅速在全网火爆风靡，起初只是为湖北助力，帮助农民卖空滞销的农产品，央视主播、明星、品牌代言人纷纷走进直播间带货，新的商业模式在疫情期间迅速生长，很多人也因此发现了自己的隐藏技能。

假如古人也需要直播带货，组个带货天团，都会有谁呢？

谁还不是个带货小天才啦？

【张敞】

不光秀恩爱， 请叫我“眉毛一哥”

说起美妆直播带货，听上去有些土，因为直播间里卖化妆品的主播是最多的，男人卖化妆品也很正常，往自己脸上涂脂抹粉做示范的也不再稀奇，但你见过一个男人以秀恩爱的方式直播带货么？

西汉大臣张敞，当时在长安做京兆尹，每天上班前都要给夫人画眉，并且他画得还特别好，以致张敞夫人出门时，引起了不小的围观，吃瓜群众们纷纷模仿，于是张敞设计的画眉手法风靡了整个长安城。

为何张敞如此坚持给夫人画眉呢？

据说张敞与夫人青梅竹马，有一次他们在一起扔石头玩，结果张敞手一滑，直接误伤了张夫人的脸，眉毛处留了一道疤痕。后来张夫人到了谈婚论嫁的年龄，却始终没有找到好归宿。

张敞很内疚，当官后就上门提亲，除了按照习俗下相应的彩礼以外，他向张夫人承诺：“我以后每天早晨都给你画



眉，我要让你成为整个长安城最漂亮的女人！”

张敞说到做到，婚后真的每天给张夫人画眉，大概是这波狗粮撒得太欢，让朝中其他的大臣感到了不适，于是纷纷举报张敞，说他“无威仪”，天天都折腾这些妇人之事，影响他们的整体形象。

投诉太多，汉宣帝没办法，就在朝上问张敞：“听说你每天都要给夫人画眉，弄得整个长安城尽人皆知，纷纷效仿，还去打听你用什么画眉毛，可有此事？”

想到要影响自己每天给夫人画眉，张敞立马变身“张怼怼”：“闺房之乐，有甚于画眉者。”

这句话回得特别狠，意思就是：对呀对呀，我就是给夫人画眉了！我们是合法夫妻，这属于闺房之乐。你作为皇帝，只要问我国家大事做好没有，我给夫人画眉而已，与你何干？

换一般皇帝估计要当场爆炸，直接杀人了吧，但眼前的汉宣帝刘询也是个秀恩爱出名的主，他就是甜齁了的“故剑情深”这个典故的男主角，怎么能不懂张敞呢？

主业失意，副业红火，说的就是张敞，他的这种直播带货方法，在我们现代就是“卖人设”，不管他眉毛画得如何，这个“模范丈夫”的人设是立住了。

即使是在古代，古人也愿意为概念买单，为品牌故事买单。

张敞带着夫人进入直播间，不仅撒了狗粮，更是带火了美妆潮流，带动了有关于眉毛的一切周边产品，这个主播，我们粉了！点心心！



我一场直播卖掉 五万把扇子

疫情期间，很多产品滞销，于是一些有社会责任感的明星走进直播间，直播带货做公益，很快这些滞销产品就被卖空，有的甚至连抢都抢不到。

其实早在一千七百多年前，就有这样一个带货天才，他就是东晋名士谢安。

众所周知，谢安多才多艺，行书写得极好，又通乐理，性情还非常闲雅温雅，但这些都不是直播带货的重点，他之所以擅长于带货，主要是长得帅，特别容易招粉丝。

他有一个非常耿直的粉丝叫王益，因为谢安为偶像，甚至让自己的儿子与谢安同名，没错，他的儿子就是王安石。

由此可见，谢安的人气是有多高，就算是时光过了七百多年，他的流量仍然不减。

就算是超级偶像、流量之王，身边也会有些过得不大如意的朋友，据《晋书·谢安传》记载：乡人有罢中宿县者，还诣安。安问其归资，答曰：“有蒲葵扇五万。”安乃取其中者捉之，京师士庶竟市，价增数倍。

谢安有个老乡，在中宿县做官，估计是犯了什么事，被革职查办了，只好收拾行李准备回老家，临行前，这个老乡去跟谢安告别。

见到谢安后，这个老乡先是倾诉了自己仕途不顺，接着倾诉了生活不易，又列举了回乡路上会遇到的种种困难，谢安心想：你言下之意就是没钱呗？

但谢安没有说出口，毕竟老乡刚刚被革职查办，自尊心脆弱着呢，心里敏感着呢，于是他故意问这个老乡：“你现在手里还有什么资产没处理的？”

这位老乡心中窃喜：果然！他懂我！于是答曰：“我手里还有五万把蒲葵扇……”

蒲葵扇是用蒲葵叶制成的扇子，这个扇子几乎没有卖点，但谢安还是说了句：“你回去拿一把蒲葵扇来送给我，过几日再准备回去吧。”

收到蒲葵扇后，谢安天天带着这把蒲葵扇招摇过市，不管去哪里，手里都拿着蒲葵扇，有时还会扇几下，举手投足之间，风流而又潇洒。

仅是几天，整个京城就掀起了手拿蒲葵扇的时尚风暴，从士大夫到平民百姓，如果不拿一把蒲葵扇在手上，简直不好意思出门。

就这样，谢安的明星效应解决了老乡的盘缠，一场直播，直接卖掉了五万把蒲葵扇，恐怕现代的明星主播们，也很难达到这个业绩。

直播带货，谢安一人扛起整个直播间，连助理都不需要！

【李白】

酒类酒具高端营销， 旅游业的断层顶流

诗是李白的人生，而酒是李白的灵魂，假如李白走进直播间，他会如何推荐自己最爱喝的葡萄酒呢？

李白自有套路，他没有像李佳琦那样对着镜头，举着一瓶酒：哦！我的妈呀！这瓶葡萄酒真的超级好喝！我推荐给你们！买它！买它！

而是选择了场景化直播带货，他站在黄鹤楼上，先作了一首诗《襄阳歌》：鸬鹚杓，鸚鹉杯。百年三万六千日，一日须倾三百杯。遥看汉水鸭头绿，恰似葡萄初酦醅。此江若变作春酒，垒曲便筑糟丘台。

文化人卖起来丝毫不含蓄，在卖酒之前，先卖酒具“鸬鹚杓”、“鸚鹉杯”，只是简单提一句，勾起直播间粉丝们的兴趣，随后就在诗里做了一道数学题：百年三万六千日，一日须倾三百杯。

各位粉丝，假如人可以活一百年，那就是三万六千天，一天喝三百杯酒，人生才值得！

这个话听起来是不是很熟悉？

我们现在遇到的销售，推荐你买什么贵的产品，会跟你说这个产品看上去贵，但是算下来的话，每天只花一块钱……原来，这个销售套路的鼻祖是李白！

不会夸张的广告不是好销售，李白在做完数学题以后，直接把镜头切到了黄鹤楼前的滔滔江水，他又说：遥看汉水鸭头绿，恰似葡萄初酦醅。此江若变作春酒，垒曲便筑糟丘台。

远看这滔滔江水，真像新酿的葡萄酒，我恨不得纵身一跃，就此醉死在葡萄酒里！

能让李白心甘情愿醉死的葡萄酒，就问你想不想买？

不仅是直播带货葡萄酒，李白对于旅游业的带货能力也是非常强，他的一生除了诗与酒以外，还有旅行。

李白直播带货旅游产品，最大的特点就是用浪漫而又夸张的语言去场景化销售，比如去荆门，他不具体说荆门哪里美，哪里值得看，直接说了一句“月下飞天镜，云生结海楼”；又比如去庐山，他不具体描述瀑布给人视觉上的震撼，而是说“飞流直下三千尺，疑似银河落九天”……

假如他也有个小助理，一定会在旁边补充道：哦！天啦！亲，一定要去！李白推荐的这些景点，你们能看到的不止是美景，还能看到宇宙气象！等于免费坐了一次火箭！

李白这个流量在旅游业火了一千多年，目前仍然没有过气的可能。

每当我们正在纠结要不要去一个地方旅行的时候，只要看到“李白”两个字，立马就会买机票、订酒店，因为，那可是李白推荐过的呀！

【陆游】

宠物周边带货王， 最爱直播间里写小作文

养猫成为了现代人的时尚潮流，但把宠物带进直播间的，还是少之又少，这件事还发生在陆游身上，太让人诧异了！

我们都知道陆游爱国、爱唐婉，但不知道他竟然还爱直播！

陆游是如何直播养猫的呢？

他走的是实用路线，把实实在在的效果展示给粉丝们看，他先写了一首标题非常长的诗《鼠屡败吾书偶得狸奴捕杀无虚日群鼠几空为赋此诗》。

“狸奴”就是猫，单看标题就知道了陆游养猫的初衷：养猫是为了逮老鼠，以保护家里的书！

这跟李白浪漫主义的场景化销售路线很不一样，陆游走的是实用路线，简洁扼要地说明养猫的好处，先把硬核技能抛出：逮老鼠。

然后呢，再推出猫的附加技能：书眠共藉床敷暖，夜坐同闻漏鼓长。

养猫不仅可以逮老鼠，还可以像汤婆子一样暖床，并且还是真毛的哟！暖了床，接着猫，人生不再孤独，可以与猫

一起听夜夜里打更的漏鼓声。

介绍完了养猫的好处以后，陆游又在直播间里真情讲述他与猫的故事，他写了五首诗送给猫。

陆游养猫是很有仪式感的，先正式向猫提亲，用盐或鱼干作为聘礼，还给这只猫起名“小於菟”，注意小於菟指的不是小兔子，而是小老虎。陆游坚定地认为，猫是有灵性的，为它逮老鼠保护书，绝对不是为了所谓的小心干！

不过，陆游在直播间真情讲述他与猫的故事时，还顺带做了个公益：领养代替买卖。

他还在直播间讲述了自己领养了一只邻村的猫叫雪儿，又是一脸宠溺地说了雪儿与他的感情有多好，雪儿有多么贴心……

陆游与猫的这些真情故事在直播间里一说，粉丝们都觉得又暖又甜蜜，还用担心猫的周边产品，比如小鱼干、猫粮、猫窝这些卖不出去么？绝无可能！

这其实也是我们现代人用到的另一个销售套路，利用产品背后的故事做营销，原来陆游早就深谙此道！

（本报综合）



世间万象

天鹅之恋



近日，山东省枣庄市台儿庄双龙湖湿地观鸟园，两只黑天鹅在水中游弋，相映成趣。

大熊猫消暑有“凉”方



近日，生活在广州长隆野生动物世界里的大熊猫，吃着冰水果降温消暑。

“动物”蛋糕栩栩如生



近日，英国举行国际蛋糕展，各色蛋糕雕塑齐聚，活灵活现栩栩如生。

海豹宝宝水中“秀萌”



近日，黑龙江哈尔滨极地馆的海豹宝宝酷爱游泳，每天都要花上大段时间在水中“秀萌”。

北极光彩虹空中齐舞



绿色的北极光在暴雨云团的上空舞蹈，彩虹在天际划出迷人的弧线，这样的画面实在令人感动。

（本报综合）

贷款余额276.5亿元

咸宁农商行加大信贷投放助力实体经济

本报讯 通讯员黄华、左利华报道：自新冠肺炎疫情以来，咸宁农商行加大金融扶持力度，服务实体经济。截至5月末，全市农商行贷款余额276.5亿元，比年初增长了15.7亿元，增幅6%。

面对经济下行，咸宁农商行坚守“服务地方主力银行”的担当，始终围绕市委市政府决策部署，坚持服务三农，服务中小企业，服务县域经济的市场定位，加大信贷投放力度，全力支持咸宁经济发展。

咸宁农商行党委书记陈继华说，唯利是图不是银行的选择，在支持地方经济发展与防范风险之间找到最佳平衡点，只要风险可覆盖，我们将大力支持。

上下一盘棋，咸宁农商银行服务实体经济用足了政策、产品、服务三大举措。

该行用好再贷款再贴现政策，严格执行贷款利率优惠，加大支农支小信贷投放，支持企业复工复产和农户春耕生产。截至5月末，全市农商行运用再贷

款资金发放贷款1935笔、17.93亿元。

针对企业所急所盼，该行创新“抗疫”信贷产品，全面对接辖内110多家疫情防控重点企业，以及全市医药公司、医疗机构、医护人员等，推出“荆楚发展贷”“荆楚保医贷”“荆楚天使贷”等抗疫专属信贷产品，做到应贷尽贷快贷。发放抗疫信贷产品3300笔、金额22.5亿元。

与此同时，该行优化信贷服务，扩大、下放抗灾专项贷款审批权限，自主审批单户额度上调到1000万元；简化信贷出口手续，在真实合规的前提下容缺办理贷款出口；建立线上微信审批工作群，推进网上远程办公；组成贷款服务党员先锋队，从机关、网点抽调党员业务骨干，积极主动为中小企业服务。

万名员工进小微 金融服务我先行

通城农商行

1.1亿贷款助华中古瑶文化第一园建设

本报讯 通讯员吴鹏报道：为深入实施乡村振兴战略，用金融手笔描绘好“山青、水绿、村美、民富”的美丽乡村画卷。6月15日，通城农商行与隽达旅游1.1亿元银团贷款成功签约。该银团贷款由通城农商行牵头组织，并由黄冈、咸宁、红安、英山、赤壁、通山、崇阳、嘉鱼等9家农商行参与组团，用于湖北省药姑山风情村旅游区项目开发建设。

隽达旅游是通城县城发集团子公司，于2018年8月成立，主要从事旅游资源开发、旅游项目投资等业务，2018年在县委县政府的主导下启动华中地区古瑶文化第一园——药姑山瑶族风情村旅游区项目。为支持公司在该项目主体及配套工程建设、打造县域精品旅游景区，通城农商行作为牵头行，为该公司提供银团贷款合计1.1亿元，解决了因贷款集中度和资本净

额限制，单一银行不能提供充足信贷资金的问题。

近年来，通城农商行紧紧围绕当地全域旅游打造、美丽乡村建设和“一心两轴多点支撑”旅游发展规划，积极推进“生态旅游+特色小镇”建设模式，重点针对旅游资源丰富五里镇、塘湖镇、麦市镇打造特色旅游文化，面对金融服务乡村振兴的一些难题和困境，通城农商行实施差异化信贷政策，下沉服务重心，将信贷资源向“三农”倾斜，主动对接全县乡村振兴战略规划，突出涉农行业，瞄准绿色项目，进一步加大乡村振兴信贷投放力度。截至今年5月末，该行累计发放乡村振兴类“三农”贷款达30亿元，为服务乡村振兴战略的高质量实施注入了金融活水。

在实施乡村振兴战略时，通城农商行始终不计打赢脱贫攻坚战这场硬仗。通城农商行十分注重奏好脱贫攻坚和乡村振兴的交响辉映。近年来，该行持续肩扛金融精准扶贫的责任大旗，累计向全县4246万户建档立卡贫困户发放扶贫小额贷款2.12亿元，有力地支持了低收入农户通过种植、养殖和小本经营等方式拔除“穷根”。