

她们在星光中奋斗 亦在星河中闪耀

致敬新经济时代下的女性力量



2020年4月15日，淘宝直播发起淘宝史上规模最大的村播日活动。烈儿宝贝参与其中，为湖北带货。

“独立、悦己、向上”
女性消费迎来新模式

促成此次“霞琦灵光”聚首的，是一个由淘宝直播、新世相联合阿里巴巴公益、新浪体育、中国妇女报共同发起的#致敬她力量#直播活动。

从3月5日至3月8日，淘宝直播联动了51名主播参与活动，李佳琦和吴敏霞作为首场直播搭档开启了整个活动，淘宝TOP主播陈洁kiki和烈儿宝贝承办了第二、第三场专场直播。在3月8日当天，活动更是邀请了38位主播，在直播间以互动的方式分享、讲述新消费时代场景下的女性故事，倡导女性消费更敢于“悦己”，展示那些不可估量的“她力量”。

什么是“她力量”？活动主要发起方之一新世相的直播业务负责人爆竹认为，“她力量”是越来越多的优秀女性，在社会各个领域产生的那一股积极向上、勇于开拓、完善自我的精神，已经成为社会发展中不可忽视的力量。这次活动就是要阐释和倡导在消费和电商直播领域展现出的“她力量”。

“三八”国际妇女节前夕，女性消费新风口——天猫“她力量”报告显示，天猫新品牌易感人群中（一年购买12次以上新品牌的消费者）70%是女性。天猫头部新品牌中，80%聚焦的是女性消费需求，越来越多女性创业者也在电商领域崭露头角。有个对比数字可窥一斑：世界500强企业中女老板占比不到一成，而在天猫新品牌中，女性创业者占比达到四成，在服饰等行业更是超过五成，撑起了“半边天”。

女性不仅是新消费浪潮的推动者，也是“她经济”的创造者，更是大众创业、万众创新的积极践行者。活动主要发起方之一淘宝直播的媒体直播负责人苒苑说：“她力量=自尊、自信、自主。女性能够拥有受人尊敬的身份，同时有了更加独立的思想，她们能够掌握自己的人生，有自己能够支配的经济条件，能够获得更大的自主权，可以主宰自己的生活。这让女性群体朝气蓬勃，更显力量。无论是她们的创造还是消费，都会使这个世界变得更加美好。”

“女性的购物车，也是给自己的理想生活打了个样。”新世相直播业务负责人爆竹表示，新世相发起和倡导过多个女性相关议题。在这次活动里主要关注的是女性和消费的关系。当代社会，“购物车”承担的早已不仅仅是物质功能，也有精神层面的功能。“我们和很多主播有过交流，发现直播本身既成为了女性购物的场景，也成为了很多女性用户的精神陪伴。我们希望让做直播的主播，用自己的故事和价值观感染着直播的女性观众和消费者；让看直播的消费者，通过即时互动和主播产生共鸣，表达态度；让



2019年12月19日，彩棠TIMAGE全新青瓷系列新品发布活动上，陈洁kiki直播推荐产品。

“每个阶段都要不断尝试、适应，给自己树立目标，这样才能有前进的方向。”

3月5日，第111个“三八”国际妇女节来临前夕，吴敏霞和李佳琦这对“霞琦灵光”组合迎来第五次同框。这一次在直播间他们聊起了“人生中最好的时刻”以及“新消费时代下女性力量和消费观”。

这对朋友，一个是奥运冠军、短视频博主，成功转型创立自己品牌的宝妈，一个是全年无休、短短五分钟能够卖光15000支口红的“口红一哥”。无论是永不放弃的精神，还是对新消费时代女性力量和消费观的理解，以及对公益事业追求，他们都有很多共同语言。

在直播间，他们用自己的经历告诉大家“人生就像四季，每个阶段都有高光时刻”，鼓励姐妹们“有梦就要大胆去追”。

平台和商家重视消费领域的性别平等和女性真实需求。”这才是活动最大的初衷。

“社交、陪伴、鼓励”
电商直播承载新功能

淘宝直播媒体直播负责人苒苑在发起这项活动时，是希望“在‘三八’国际妇女节时能给女性朋友们一个特殊的节日仪式。”因为每每看到粉丝们为了心爱的主播守候在直播间前都让她非常感动，她希望“通过这个项目，能够让关注到电商直播里的女性角色，不管是买家、主播还是其他角色”，这是她在这个节日给大家的回馈。

即便是一往无前的奥运冠军，也会有迷茫。直播间中，吴敏霞坦言，刚退役时曾经历短暂的迷茫期。“生活重心突然从赛场转到家庭，生活节奏完全变了，重新适应花费了一段时间。”这期间，另一半给了她很多支持，鼓励吴敏霞在短视频平台上开账号、录视频，和网友分享锻炼经验。

跨出新领域的第一步毕竟需要勇气，从一开始的仓促上阵，到后来看到粉丝们的评论和支持，吴敏霞有了更多动力把这件事情做好。“我也一直在适应，回归家庭的新生活、妈妈这个新身份和拍短视频的新日常。”

这就是互动的力量，粉丝们给了新晋短视频博主一个鼓励，奥运冠军就能通过新平台把自己的积极、刻苦、学识传递出去，和网友们相互感染，相互促进。

这种互动在李佳琦身边也有很多，75岁高龄的英国奶奶瑞秋开了一家小店，帮助残障人士和边远地区居民把手工艺品卖出去。她曾在社交媒体上喊话李佳琦，希望李佳琦直播间可以帮她们的小店直播带货。2020年12月，李佳琦在“女生温暖年会”上，采购了1000份瑞秋奶奶店里的手工艺品，给线上的女生抽奖，瑞秋奶奶也通过VCR把自己的故事分享给大家，希望大家也能把这份温暖传递给更多人。

淘宝TOP主播烈儿宝贝的感动也是源自于老人，只是这位老人更加知名。2020年4月，烈儿宝贝参加贵州省政府和广东省政府一起举办的消费扶贫公益活动。钟南山院士在她的直播间为贵州刺梨带货，仅仅一个多小时左右，直播间涌入两百五十多万人观看。“疫情期间我们几乎每天都能在电视、手机上看到钟南山院士的身影，80多岁的老人还在为疫情、为脱贫工作奔波，所以当我看到他的时候真的很感动。直播过程中钟南山院士非常专业，给大家讲解刺梨的成分、作用、医用价值，那个场景让我深深触动。也是在那一刻，我觉得我的工作不仅仅是给粉丝分享好物，还可以给大家普及一些生活中有用的知识，直播变得更有意义了。”

淘宝TOP主播陈洁kiki和粉丝之间的关系，与吴敏霞和观众之间的关系颇有相似。她透过屏幕，把电商直播简单的消费场景，增加更多社交、陪伴和鼓励的元素。无数姐妹在她的直播间相互交流、彼此陪伴、汲取力量。用陈洁kiki自己的话说，她和粉丝的关系并不“纯粹”。对她来说，直播间的网友不仅仅是消费者，更是她的小姐妹。所以，她的直播间成为了“为品质



2019年9月17日，阿里巴巴首届丰收节公益直播中，陈洁kiki、礼县县长介绍当地特色农产品。



今年“三八”国际妇女节前夕，淘宝直播、新世相联合阿里巴巴公益、新浪体育、中国妇女报共同发起“致敬她力量”直播活动，吴敏霞和李佳琦这对“霞琦灵光”组合在直播间聊起了新消费时代下女性力量和消费观。

“筹款、捐赠、助农”
共同致敬“她力量”

这次活动中，淘宝直播也联动了阿里巴巴公益平台，发起“致敬她力量”的公益环节。在妇女节期间，共有51名主播在自己的直播间里挂上了“公益宝贝”，即每卖出一件商品，就会向中国妇女基金会捐出一定金额，同时阿里巴巴公益平台挑选了适合女性的公益项目单品，也在此次的主播直播间中进行了公益售卖。淘宝主播们主动参与，在此次直播中，大部分公益单品出现了库存告罄。

李佳琦、烈儿宝贝和陈洁kiki也不约而同地准备在乡村振兴和公益事业中为大家多做事。

2020年是特殊的一年，也是电商经济突飞猛进的一年。李佳琦却把很多精力放在了公益助农上面，做了多场助农直播，还把直播间搬到

留守儿童和老人无人照顾，烈儿宝贝当即为此所小学捐赠了2200套校服，也为当地50户空巢老人送去生活电器。后来烈儿宝贝收到了女教师和校长寄来的感谢信，“还有好多学生们穿上整齐漂亮的校服并拍的照片，他们在一起做游戏、笑着玩闹，那个瞬间我觉得自己很有价值。”

除了为山区送温暖，烈儿宝贝还不遗余力地参加公益直播。2019年1月，作为主播代表参加淘宝官方活动“年味中国·县长来了”年货直播节；4月加入淘Live村播节目《走进梨乡碭山》，为安徽碭山的梨膏打开销路，助力当地脱贫；2020年初，新冠肺炎疫情发生，作为湖北人的烈儿宝贝成为第一个为家乡捐款的淘宝主播，之后连开5场公益直播，累积捐款近30万，与前线医护人员共同抗击疫情。

还是2020年，7月，主播陈洁kiki在首届粉丝节上就携手爱佑慈善基金会，在阿里巴巴公益平台发起“kiki有爱家人”公益计划，向爱佑慈善基金会捐赠爱心善款100万元，用于救



38位淘宝主播集体致敬“她力量”

过云南省宁洱县和福建省宁德市下党乡。平时直播间里也经常挂着一个公益助农链接，销售额已经超过了两亿元。

“我听到后觉得既惊讶又开心。希望未来还能乡村振兴多做一些事情。”李佳琦说：“主播也应当有社会责任感，用自己的影响力带动更多的人投身到公益事业和乡村振兴中，因为有的时候‘酒香也怕巷子深’，一个农产品可能质量好，但是由于交通的闭塞和当地市场的局限，这个产品并不是很好卖。电商直播可以为农产品提供展示的平台，让消费者更加直观地感受到这个农产品的质量 and 卖点，也可以让农产品打破地域限制，拓展销售渠道。”

也是在去年，烈儿宝贝正忙着筹备四周年粉丝节，整理资料时发现了一位特别的挚爱粉——贵州山区教师。当地年轻人大多都外出务工，留

助先心病、白血病、早产儿等孤贫大病儿童，陪伴孤贫儿童和家庭度过艰难的治疗阶段，也号召更多人关注这一弱势群体。专门选在粉丝节当天启动公益计划，饱含陈洁kiki希望回馈粉丝、回馈社会的特殊意义，“希望这份暖意可以通过千千万万个手机屏幕，传递到每一位粉丝身边。”

“我们通过电商直播方式帮助了很多农人，其中包括非核心城市的女性，让她们也可以通过电商直播的方式致富。所以我们觉得，女性不但可以通过电商直播来实现自我价值，还可以为社会经济发展贡献一份独特而厚实、中坚且温柔的力量。”淘宝直播MCN运营负责人新川说。

她们在星光中奋斗，亦在星河中闪耀。在这个“三八”国际妇女节，让我们一起为“她力量”致敬。（田也）