

面试热点时评：再谈官员直播带货

专注面试搜集整理 公务员面试通关资料 5月20日

为降低新冠肺炎疫情影响，促进消费和经济复苏，各地市长、区长、县长走进电商平台直播间，为本地农副产品、土特产品“代言”，官员直播带货成为新时尚。最近，多地晒出官员直播带货成绩单，持续引来公众关注。山西临汾市推出“县级领导直播带货”活动，9天时间进行85场直播，带货总额达3194.53万元；“2020广州直播带货年”活动中，广州花都区两名年轻官员组成人气搭档，三天直播带动消费金额6300万元。

官员直播带货去年在少数地方试水，今年疫情发生以来，各地纷纷加入探索行列，虽然目前的繁盛局面多少有疫情“催生”的成分，但官员直播带货已发展成为“直播经济”的一种重要形态，当是不争的事实。而官员直播带货又不同于一般意义上的“直播经济”，其本质特征、内在规律和发展方向都需要全面深入研究，现在多地和多家电商平台晒出成绩单，说明官员直播带货到了应进行阶段性总结的时候。这份总结书该如何写？

首先，在“互联网+”条件下，直播带货是对官员适应新形势新环境、学习新知识新技能的严峻考验。互联网是当今时代最大的变量，也是最大的增量，官员认真学网用网，敢于尝鲜网络新事物，才能不断强化互联网思维，提高对信息化发展的驾驭能力，以变革者心态改进工作方式，把互联网力量融入日常工作之中。官员为胜任直播带货，不但要全面学习直播技术技巧，还要详细了解拟推荐产品的情况，绝非易事。如恩施州副州长李岩参加抖音直播前，花了三天时间进行认真准备，西藏自治区申扎县副县长王军强为准备直播“首秀”，整整花了六天时间。

其次，官员直播带货要明确两个定位：第一，“官员”是国家公职人员和领导干部，而不是专业主播、“带货网红”；第二，无论解决了多少农副产品受疫情影响滞销问题，为多少藏在深闺人未识的土特产打开了销路，无论有多么鲜亮的成绩单，“带货”都是政府服务和公益服务行为，而不是商业行为。应研究制定相关政策规定和法律法规，进一步明确政府（及职能部门）、直播平台、商家等主体的权利义务，规范、改善多方主体之间的关系，避免权责不清、职能错位、关系边界不明引发各种矛盾纠纷，切实维护官员直播带货的公益性与公信力。

再次，官员直播带货不只是降低疫情影响的应急之举，而应成为地方政府优化整合多方资源、推动经济社会高质量发展的有力杠杆。官员参与电商平台直播，当地获得的不只是一个销售产品窗口，而应是全方位的信息化、数字化赋能——抖音发起湖北市长直播的同时，投入百亿流量对湖北进行系统推广，其综合效应显然不止于带货。从长远看，官员直播带货应升级为“官员直播促发展”，地方政府应像重视招商引资那样高度重视这项工作，组建专门机构统筹负责和执行。

写好这一份总结书，官员直播带货才能行稳致远。