

“我有一个幸福的家，憨厚老实的爸爸和温柔善良的妈妈都很爱我。可爸爸常年在外地打工，家里繁重的家务就压在了妈妈的身上。有一次妈妈送我上学的时候，我摸到她的脖子很冰，所以，我有一个小小的心愿，想送妈妈一条粉色围巾，祝愿妈妈永远年轻漂亮。”

11月10日19时30分，来自国家级贫困县山西平顺的女孩杨倩茹在2019天猫双11狂欢夜(以下简称“猫晚”)现场许下了自己的心愿，当晚，猫晚联合明星脱贫助力官让她的这一愿望得到了实现。除了杨倩茹以外，猫晚现场还邀请了14位来自贫困县的儿童代表，这群6到10岁的孩子成了当晚最特殊的客人，他们的愿望也在猫晚现场得到了“11实现”。

此外，猫晚现场，优酷还组织了41位明星艺人担当“脱贫助力官”，部分明星还和网红主播一起推介贫困县特产。

贵州普安苗寨里贫国家庭种植的红茶、山西平顺革命老区栽培的党参、来自青海藏区高原的牦牛肉、安徽砀山的梨膏……众多“藏在深山人未识”的农特产品，被受邀担任21个县区“脱贫助力官”的41位明星艺人逐一认领，他们用实际行动及新的身份发出呼吁。透过41位明星助力和15个国家级贫困县孩子心愿的“11实现”，天猫履行社会责任和担当的同时，搭建了公益脱贫的新场景。

据猫晚官方数据显示，2019天猫双11狂欢夜让21个贫困县特产人气飙升，4小时内累计5144万人涌入猫晚公益直播间观看明星带货，获上亿点赞。



“脱贫助力官”韩庚、郭采洁为15名贫困县儿童代表发礼物，帮助孩子们的愿望“11实现”

平顺等21县土货变尖货

“猫晚”公益脱贫新场景接棒电商脱贫

■ 本报记者 李庆

猫晚独特的公益优势

在猫晚选出的15个国家级贫困县的孩子中，有一位来自贵州普安县的小朋友伍昌慧。2016年，她家全年的收入不足4000元，小慧和她的三个弟弟妹妹居住在危房中，身上常常沾满泥土，见到生人就躲起来。一台破旧电视机是家里唯一的电器，也是孩子们认识外面世界的唯一途径。

今年6月，阿里脱贫特派员进驻普安助力脱贫攻坚。县委书记和阿里脱贫特派员邀请农林专家考察，根据小慧家山后林地的植被覆盖和地形开发了苗族五黑鸡项目，并为小慧家和其他贫困户搭建了鸡舍。阿里联合当地政府，建鸡舍的同时邀请专家培训养殖，经过8个月的饲养，五黑鸡体格健壮，更对接到了昆明的盒马鲜生对口销售。伍昌慧一家因此创收近3万元，年底收入保守估计到6万元。

家庭收入增加之后，小慧一家从危房搬进了平房，有了独立的院子。家中的电器除了电视机外，还新添了一台电热水器。终于，即便是冬天，小慧和弟弟妹妹们也能够洗上热水澡了；一年中，爸爸也会为小慧和弟弟妹妹们添置两套新衣服了；如今的小

慧不再见到生人就害怕得躲起来，开始慢慢变得开朗起来；爸爸也会时常为她买来课外书，阅读成了小慧每天最快乐的时光。

小慧的家乡也发生了很大的变化，最让她开心的是，家门口的土路变成了水泥路，还有专门的清洁工进行打扫，村子里不再像以前泥巴路时尘土飞扬。

和小慧一样，同样受惠于阿里助力脱贫攻坚的贫困县女孩杨倩茹，在阿里脱贫特派员进驻平顺县为当地对接阿里巴巴公益直播资源后，她的家庭收入提高了。

在杨倩茹的妈妈看来，有了电商后，家里种植的党参价格提高了，除了计划扩大面积种植外，她还报名了阿里组织的直播培训，因为她想当一名“村播”，为销售家里和村里的党参助力。

杨倩茹的老师告诉《公益时报》记者，学生家收入提高后，能够很明显感受到他们家里生活的改善，爷爷奶奶和孩子穿新衣服的频次增多了。经常能看到妈妈分享杨倩茹和姐姐互动的视频，孩子比以前爱笑了，还开始愿意拍照了。

“因为越来越多的人知道了平顺的特产，所以能看到大货车会经常来村里运货，这在之前是没有的，没有大货车进过村。”杨倩茹的老师说。



平顺县委副书记段开松在猫晚公益直播间介绍党参

伍昌慧和杨倩茹的家庭只是15个国家级贫困县的缩影。

优酷副总裁、2019猫晚总制片人蒯志强认为，猫晚是感恩与回报很好的纽带，在猫晚中融入公益的元素

具有独特的优势，具体表现在：

一、场景，优酷可通过猫晚搭建受众最广泛的场景，日常线下的公益场景可同时触达上亿人，巨大的场景和用户量是优酷独特的优势；

二、可引起最广泛的情感共鸣，优酷可以调动文化领域的资源，用明星的号召力带动粉丝，可以融合时尚元素，让更多的年轻受众参与，可以联动经济体资源，撬动公益领域的各条线把政府、商家、主播都包含在场景里；

三、双11本身的消费基因可以更好地带动用户参与公益扶贫。

从情感到销售的转换

今年猫晚首次加入公益环节，邀请了贵州普安、湖南城步、青海海晏、江西寻乌、河南民权、内蒙古扎赉特等21个贫困县，通过猫晚公益直播间销售当地农产品。

据优酷介绍，当晚，来自山西平顺、甘肃礼县、贵州普安、湖南城步、河南光山和内蒙古扎赉特的六位书记县长，也走进公益直播间，和主播一起推介家乡特产。公益直播刚刚开启不到5分钟，5万件民权花生、4万件扎赉特大米、3万件金寨核桃便已经销售过半。

山西平顺县委副书记段开松说，在猫晚现场做直播卖家乡特产，能让更多人了解平顺党参。“双11是快乐消费的节日，把公益和快乐相结合，是和之前做过的直播活动最大的不同。”他说。

谈及今年猫晚注入公益元素的初衷，蒯志强告诉《公益时报》记者：“猫晚是全球消费者的狂欢，我们希望通过这样的空间互动让公益从情感到销售都能流动起来。我们希望透过41位明星的助力和15个贫困县孩子

心愿的‘11实现’呈现出，猫晚不单单是一台娱乐和商业的晚会，更是有温度的互动盛宴，能够体现社会责任和担当。”

据了解，今年猫晚邀请的21个贫困县，大多有阿里巴巴落地的教育、女性、环保、电商等领域的公益项目。

借助电商直播，山西平顺不仅让160多户贫困家庭的辣椒有了稳定的收购渠道，还帮助电商企业培训直播技能；在贵州普安，阿里巴巴联合公安部，让脱贫的五黑鸡项目从无到有的同时，还进驻昆明、贵阳的盒马鲜生等线下渠道，一些贫困家庭年收入超过6万元，比3年前翻了近10倍。

猫晚之所以将公益的落脚点落在脱贫攻坚可谓正当时。当前，脱贫攻坚战进入到“读秒时间”，上至国家，下至百姓，脱贫关系到生活的幸福感。对于阿里来说，脱贫是集团的战略性业务。

据悉，早在2017年12月1日，包括马云在内的阿里巴巴36名合伙人集体亮相，正是启动阿里巴巴脱贫基金，计划5年投入100亿元用公益的心态商业的手法全面参与脱贫攻坚。所以，在全球消费者都关注的猫晚上首次引入公益，聚焦扶贫水到渠成。

企业发起公益项目或公益活动，其持续性是普遍受关注的。对此，蒯志强表示，猫晚公益不是一次性行为，我们希望通过猫晚和明星的影响力号召更多人投身进来，我们也会长期跟踪进展，优酷也会投入资源和节目继续接棒，把公益元素持续地进行下去。

此外，今年猫晚在对明星的选择上首次将公益元素作为重要的择选标准。“今年在明星的选择上，将明星是否积极投身公益以及他们对公益的态度和投入度作为重要的考量。”蒯志强说。

全面调动阿里资源

“我们在全国脱贫县的总名单中挑选了消费者更愿意购买的特产和产区。我们一般会挑选像苹果、梨膏、木耳、党参等容易被用户接受和消费的特产。事实上，很多贫困县的特产备货量是有限的，所以供应量也是其考量的重要标准。”被问及猫晚助力的21个贫困县甄选的标准，蒯志强向《公益时报》记者介绍道。而15个孩子则来自于重点扶贫县，其中一些是极度贫困户。

作为一场全球狂欢夜，猫晚融入公益元素除了自身的优势外，蒯志强认为猫晚公益整合的是整个阿里经济体的生态资源，打通优酷、聚划算、淘宝直播、淘乡甜、兴农扶贫等平台，形成了电商脱贫资源的矩阵，帮助贫困县产品提升销量和品牌影响力。

猫晚之所以能够调动政府力量的参与，蒯志强认为是因为淘宝一直在支持脱贫，比如派特派员到当地做指导、组织培训帮助当地电商化、组织多场大型公益直播。由于公益直播的“带货力”在当地产生了很好的效果，因此贫困县政府都非常看重这样的机会。

相比于传统公益，触达全球亿万观众的猫晚，无疑提供了一个巨大的入口，搭建了公益新场景。

在这个场景里，流量明星与流行文化元素吸引众多年轻人关注，晚会的互动环节提供娱乐性与参与感，通过打造情绪共鸣和自身自带的“消费”基因，让参与公益的用户数量实现最大化。

“我们希望猫晚能够引领晚会进入一个新的阶段，这需要更看重传达的理念是什么，跟用户的互动是什么，需要满足的用户需求是什么。猫晚在搭建公益新场景的同时，也在让参与公益成为一种快乐。”蒯志强总结道。