



电商直播 一半是海水一半是火焰

本报记者 吕坤

◆开张即爆火
每天都坐“过山车”

以“米”替代“元”，把万元化身“W”，这说法并不是为了新潮，而是为了不触及直播平台的规则。

尽管熟知直播的基本规则，但“小鞋带”很多时候还是困惑得很，她还是搞不懂为什么直播间会忽然涌入一大波新粉丝，也不晓得因啥又急转直下，原本热闹的直播间瞬间只剩几个人。

她唯一知道的是，人脑永远也抵不过后台大数据的强大算法。

“小鞋带”是张愿的网名。这个一直漂泊在外的“90后”肃宁姑娘，在跨境电商赛道跑了5年，她曾年销售化妆品超千万元，但也错过了淘宝直播风口。这两年，抖音直播势头正劲，国家也开始有了与直播相关的新职业，这让她觉得“是时候了”。

在经过系统培训后，她拿到了直播销售员的证书，今年5月成为“创创云（肃宁）电子商务有限公司”股东，从事肃宁“超级碗直播基地”的直播带货工作。

肃宁县农村电子商务协会会长宋从伟建议她从鱼竿渔具做起，这着实与她想继续化妆品、时装的理想相去甚远。但在两天的纠结后，她还是接受了这一建议，毕竟，家乡的电商还是颇具优势的——年销售额超100亿元，在全国率先实现全域淘宝镇、第八届中国淘宝村高峰论坛也在肃宁召开……鱼竿渔具、图书、民族乐器、针织等都是独具特色又颇具规模的地方产业，且有较好的电商基础。

她带着团队选择在抖音“冷启动”——在没有粉丝积淀的时候就开播，等待慢慢涨粉。第一场匆匆下播，居然卖了一盘鱼线；第二场，卖了几根鱼竿；第三场，竟然卖到了1000多元钱。这期间，也有因为触及违禁词而被停播，还有面对镜头的不



“小鞋带”带货鱼竿渔具

编者按

2020年起，直播带货成了风口，手握“财富密码”的平台和主播们满怀希望、前赴后继，各种“大网红”“年入过亿”等一本万利的造富神话不断冲击着人们的脑神经。

直播带货、主播吸金的风口依然在持续。从电商到直播，赛道转换，直播正在闯入生活，生活也开始走向直播。

当潮水退却，平台的难与易、主播的红与黑、未来的得与失，都将浮出水面。

拥抱流量的同时，更多人被困于泡沫中。即日起，本报将持续关注“电商直播热”，讲述直播背后的故事。



直播已成为“袁二哥”的日常

适应。磨炼几次后，团队一天的直播带货竟然超过了3万元，这让“小鞋带”不得不提前喊停，毕竟，3万多元的货物必须要在24小时内凑齐、发出，否则将会受到平台的相关处罚。

这一开张即爆火是“小鞋带”不曾设想过的。团队上下紧急备战，终于把货都按时发出，就在第二天她打算带着团队大干一场的时候，大数据又“调皮”了，无论团队怎样努力，直播间人数和销量始终上不来，最终仅以500多元的销售额收工。

“直播行业每天都在坐‘过山车’。”偷偷躲在被子下哭了一晚上，第二天红肿着眼睛的她再次“承压”上阵。几个月过去了，“小鞋带”坚强了许多。主播可不都是外人看上去那么光鲜，这是个磨炼心态和意志力的工种，每一天都需要有进步、有成长、有自我安慰和自我救赎。

就在今年7月，“小鞋带”带领4名鱼竿主播的直播团队，实现了销售额150万元的突破，拿到了抖音官方户外运动行业销售排名前十；9月，在沧州师范学院成立“肃宁产业直播基地”，目前拥有20名的直播运营团队，从事鱼竿、水杯行业的直播带货；10月开启图书抖音账号，第一天零粉开播达到5万人观看，小时榜单28名，发单500件，7天销售额近5万元。

◆持续蓄力
50个短视频铺垫一场直播

跟“小鞋带”的冷启动相反，胥丙寅正带领团队为直播带货不断预热——平均每推出50个短视频引流后，才进行一场直播进行试品选货。

胥丙寅是沧州艾康医疗器械科技有限公司的负责人，公司的当家产品是小艾灸盒。从前大部分诞生在南方厂家的艾灸盒，在胥丙寅和好友的技术攻关下，解决了技术和成本高的难题。随后又凭借电商助力，做出了日均销售5万个、店铺在电商平台行业领域内排名前十的业绩。

至此，胥丙寅已经创建了自己的品牌、拿下了多个专利，辉煌的时候，连续4

年每年新建一座工厂。

但胥丙寅的梦想并不止于艾灸盒，而是要宣传艾灸文化，打造北方网红矩阵，把地方的工业产品和农产品卖向全国。

直播对于他，只是锦上添花的再次试水。

沧州燃艾生物科技有限公司，是南皮电商主播孵化基地，是由沧州艾康医疗器械科技有限公司和深圳农达人网络科技有限公司共同成立，通过招募本地学员，开展公开课、集训课、见习等多种形式的培训，不断提升学员的个人能力，培养电商思维和新媒体视角。

“淘宝等是消费者主动消费的一类电商，而抖音则是兴趣电商。”胥丙寅表示，也正因此，公司现在每天都要在不同的账号上推出各类短视频引流，吸引有养生意识的各类人群关注他们的直播间，“目前还在试水，平均每周直播两次，通常推出50个短视频后才会进行一场直播。直播的时候也是在不断地筛选更合适的品类，为将来做铺垫。”

有数据显示，今年6月到10月，南皮县共培训本地作者350余人，1万粉丝以上网络达人共6人，达成了“两条视频涨粉1000”“单视频播放量破141万”“总展现量破400万”“本地粉丝占比77.72%”等成绩。其中，今日头条平台两个月内涨粉超过20000，平台作者周收益1000元左右。

但并不是每个通过培训的学员都能够有优异的表现，直播的不确定性非常大，也并不是每个学员都能够在这个领域坚持到最后。对于主播，也是一个不断筛选的过程。

不仅是南皮，在各地，培养本土网红，以网络直播的形式为地方文旅行业和农副产品做推广，提升文旅行业影响力和农副产品销量，以“互联网+直播”赋能乡村振兴，都已经箭在弦上。

◆不敢停
“袁二哥”每天的6:30

11月29日，周一，6点

30分，黄骅的“袁二哥”准时进入快手直播间，他不知道今天等待他说车的“老铁们”会有多少人。

也记不清具体是从哪一天开始，每天早晨6点30分到8点，已成为他在直播平台工作的固定日常。

“袁二哥”本名袁守栋，早年间做过汽修学徒、养过大车，也曾经日子富足，但后来经历了父亲病逝和生意上的意外，沦为“负翁”，跟哥哥一起负债上百万元。

人生的最低谷大概是在3年前，也就是在这时候，快手直播无意间闯入了他的生活。

修理厂和二手车生意平平，“袁二哥”在闲暇时自己试着开了直播，手机对面的观看人数从几个人到了几百人又到了几个人，就这样持续了几天后，他竟然通过直播成交了一辆二手车，净赚了800元。

这让“袁二哥”眼前一亮，一个陌生人，竟然通过网络买了二手车，这在他十几年的从业中简直是不可思议。

这种新鲜感持续了没多久，“袁二哥”就困惑了，他不明白，为什么直播间的人数忽然就多了又忽然就少了，总觉得摸到规律的时候，又再一次被规律打破。

直到黄骅市新林坡电商基地直播带货公开课开讲，“袁二哥”迫不及待地报了名。和他一起听课的，除了高校毕业生、下岗失业人员，还有返乡创业人员、退役军人等群体。“如何快速涨粉？”“如何直播留人？”“账号如何定位？”这些问题一个又一个，都是他需要的干货。

一个文化底子并不强的“70后”要上手也不是很容易的事情，他比年轻人更认真地做笔记，更用心地反复练习视频拍摄和剪辑。经过正规培训的他很快尝到了甜头儿，车厂的月销量从几十台慢慢稳定在每个月五六十台。如今，他的粉丝也已经达到5.5万人，很多外地的同行也来盯着他的直播，遇到合适的二手车，先下手为强。

“就像是吃饭睡觉一样，直播是一个你开始了就不能轻易放下的事情。”“袁二哥”说，每天睡前他都要把明天计划开播的车的性能总结归纳一下。巨大流量背后是更为残酷的同行竞争，一年中，无论心情好坏，无论有多少事情，我最多只敢歇10天左右，因为一旦两天不开播，或许自己的粉丝就成为路人。

直播闯入了他们的生活，他们的生活也正在走向直播。



经济观察
省优秀新闻专栏

拥抱流量
远离泡沫

素心

许是最近关注直播的话题被大数据捕捉到了，从前只给笔者推送育儿、读书、减脂的直播平台，忽然换了风向。

一个满脸沧桑关掉滤镜的宝妈，一手握住话筒，在镜头前讲述着她是如何从不幸的婚姻中逃离、如何带着孩子们风餐露宿，又如何凭借抖音直播实现日入千元万元、积蓄过百万元的故事。

这对于一心只沉溺于“搬砖”的人来说，简直就是神话。仅仅靠着一部手机和每天几个小时对着镜头卖“人设”，就暴富了？

如今的直播平台，在疯狂吞噬人们时间的同时，也正成为制造焦虑的神器。

从电商到直播的赛道转换，确有着实实在在的流量——哪怕是退休在家的老年人，也会有养生、“豪门”恩怨、家长里短等各类“剧情”让人沉溺其中，继而话锋一转，推销产品。

大量普通和不普通的人进入电商直播行业。在流量变现的年代，哪怕是吃顿饭、记录日常、记录家庭装修过程，都会引来同频人关注，产生流量，然后拥有带货的可能。

主播们看似光鲜的背后，有很多不为人知的苦楚。

为了一场两个小时的直播，一个团队可能要忙活十几个小时甚至几天；要承受得住超出预期十几倍甚至几十倍的惊喜，更要经受过一场直播被“剃光头”的尴尬；怎样最大限度地边引流的同时避免同行的恶意投诉？毕竟，一个无法修正的差评要用数以百计的好评才能抵消；直播间粉丝1个人和粉丝1万人都能够保持最好的状态？那真的不比真正的主持人容易；凌晨3点下播倒头就睡？其实更会亢奋失眠；嗓子冒烟、生物钟紊乱、作息全部被打乱，可即便如此，不敢休息、不能休息，否则辛苦接下来的“江山”分分钟就要拱手相让……

有业内人士坦言，想在直播的行业里赚钱不难，因为新人的流量加持，也许试水一播就会有几百元的收入，但想要持续在这里赚钱，却是一件难上加难的事情。

不可否认的是，直播的诞生，再一次掀起了自媒体创业浪潮，甚至会深刻影响未来商业模式的走向。

就像当年公众号带动了新媒体运营岗位的出现，如今，电商主播也已经成为了一大热门职业，并被年轻人所向往。根据智联招聘与淘宝直播发布的《2021直播产业人才报告》数据显示，2021年第三季度，直播行业求职者数量同比上涨46.69%，大学生求职者人数同比增长69.52%，增长幅度高于总体求职者。

可见，电商主播不仅成为年轻人的新职业选择，同样也正在成为整个社会不可或缺的一部分。

在全新的赛道与秩序中，在风口之下，我们大可以拥抱流量，但一定不要困于泡沫中。

毕竟，无论何时，扎扎实实走好每一步，才能支撑我们顺利到达彼岸。

“菌教授”下乡

本报通讯员 尹微 本报记者 吕坤

11月21日，星期天。

早上5点多，沧州职业技术学院农牧工程系教授王增池已经做好了下乡的准备——当天，她要和同样身为农业科技人员的丈夫孔德平，去东光县秦村镇秦一村现场传授羊肚菌种植技术。

自从秦一村村支部书记彭炳涛带头吃了“螃蟹”，一直在观望的村民们，种植积极性瞬间被点燃了。“菌教授”成为乡亲们口中的“财神爷”，但王增池只想坚守岗位，当好乡亲们的“技术后盾”。

王增池一直教授食用菌技术的课程。难能可贵的是，这位教授没有把自己的课堂局限于校园与实验室里，而是奔走在广阔的大地上。

因为几乎每周都要来一两次，平时大家天天都在一个微信群里，王增池和乡亲们早已熟悉。55岁的村民李秀英和村支部书记彭炳涛去年为了打消乡亲们的顾虑，先行在村上种植羊肚菌，取得了成功。而羊肚菌的种植效益之高也引起了乡亲们强烈的种植意愿，今年这一批种植户就有12户，因为今年降水量多，好多村民准备种植羊肚菌的地还不能开工，接下来随着地里的情况好转，会有更多村民选择种植羊肚菌。原先祖祖辈辈没种过的这种“宝贝”，终于在秦一村扎下了根。



一下车，王增池习惯性地换上鞋。这些年来，她的后备箱里总是放着雨鞋或专门用于下地穿的运动鞋。问情况、看菌丝，她又把闻讯赶来的种植户们聚到一起，从消毒开始，一个步骤一个步骤地进行讲解。“用什么水浇？我测一下PH值。”她掏出烧杯开始测量。“菌种破碎到玉米粒大小就可以了，对，就这样……”王增池身边很快围满了人。

在大棚里，王增池从测量到撒种全程演示，她告诉乡亲们，温度、光照一定要严格控制好，“温度计要准备两个，一个挂在棚里，一个要扎进地表测量地表温度……”

李秀英说，今年她在村上建起一个1亩地的大棚，还在吴桥县承包了12个大棚，全部用来种植羊肚菌。52岁的卢培新说，羊肚菌的种植效益大家都看在了眼里，今年乡亲们的种植意愿特别高。他建了3个温室大棚。

提起王增池，乡亲们更多的是发自内心的亲切与感谢。从起初的万般小心，再到解决一个个棘手难题，王增池成为村上羊肚菌种植的技术依靠，有了这颗“定心丸”，乡亲们心里更有底气。

“王教授和她的同事们真是‘一把汗水一脚泥’。”彭炳涛说。卢培新说，王增池和乡亲们有一个专门用来交流羊肚菌种植技术的微信群，每天都要问温度、湿度，几乎是天天盯着。李秀英跟王增池也早已熟悉，喜欢钻研技术的她甚至已经开始有意识地摸索属于自己的经验做法，而让她放心去做的“后盾”，正是王增池的技术支持。

“找一个适合农村的创收项目不容易，我又正好是学这个的，总觉得能为乡亲们做事是应该的，而且看到这个项目发展良好，我心里也有满满的成就感！”王增池说，她最大的愿望就是能够通过自己和同事们的努力，让科技成果真正转化成乡亲们沉甸甸的收入，转化成乡亲们一张张幸福的笑脸。科技帮扶这条路，她还要继续走下去。

关注“电商直播热” ①