

1

对直播有好胜心

从2022年2月12日起,发财的时间被切割成以半小时为单位,日常则被过品、直播和赶场填满。身处急速狂奔的快车道上,连睡眠都不由自己掌控,他无法决定几点入睡、几点起床,一天只有5小时属于自己。

但在更多人眼中,发财无比幸运——这个新人主播的成长曲线太曲折了!在直播电商格局已渐趋稳定的当下,不少人需要在这场不可控的游戏摸索许久。而这时候,如果有人推一把,他便冒了头。随着“蜜蜂惊喜社”的开播,这名90后电商主播正被越来越多人知晓。

和发财一样,从去年年初到今年,谦寻的“琦儿”、美ONE的“旺旺”、宸帆的“香菇来了”(主播名)相继走向台前,这些见证过直播时代浪潮的人,转身成为二代主播的代表。

他们和一代主播不同,新主播的养成,自然离不开流量地拥簇。一代主播的影响力加成,机构对其资源的倾斜,高频次的曝光,粉丝在小红书或者微博话题下的讨论助推了二代主播们的出圈。

在采访中,发财并不觉得自己是凭借流量“逆天改命”的人,走到台前之前,他也经历过很多个黯淡的夜晚。

他觉得自己是个没有好胜心的人,最大的愿望不过是开心懒散过一生。可他偏偏又对直播有极致的好胜心。

2

曾被拦在门槛外

约访发财很不容易:凌晨三点后,他才能腾出一段时间,和我们聊聊。

在谦寻大楼的露台上,发财快步走来。他相当符合主播行业的主流审美:帅气、有亲和力、表达清晰、情绪时刻保持昂扬……采访中,偶发的咳嗽声会突然打断对话,缓和过来后才能继续。嗓子不太好,是主播们的“职业病”。

“我最害怕大家觉得,主播谁都能做。”发财说,如果抱着赚大钱的心态来直播电商,90%以上的人应该会失败,直播是有门槛的。这并不是“凡尔赛”的说法,他也曾是被拦在门外的人。

2013年大学毕业后,发财进入安徽卫视,一待便是8年。在电视综艺时代,他是绝对的“优等生”,拿奖拿到手软,独自挑大梁多个节目。

2021年,随着综艺版块大幅度萎缩,发财北上,入职一家北京的直播公司。彼时,超头部主播经历了“现象级”的蹿红,几乎所有行业都对直播敞开大门,许多人的夜晚,就在直播和看直播中消磨掉。有人相信这里依然隐藏着巨大的机会,网红KOL、主持人、素人都纷纷下场,大家都想在直播电商中另辟蹊径,无奈通道太拥挤,他们最终陷入一种相似的循环。

“大概6个月的时间,每天播6个小时,平均在线只有30~60人,小半年没有收入。”发财回忆起那段经历。外形帅气、口才好、应变能力强,他曾经在电视综艺时代引以为傲的特质进入直播电商中,却显得有点冷。偶尔有人点进直播间,待了几秒钟就退出去,或是留下“这人长得还行”的评论。

他跌到了职业生涯的最低谷,从北京回了合肥。“那段时间很痛苦,我有那个心气,但是能力匹配不上想要达到的程度。”

转机来自一条微信。曾在2020年安徽春晚与发财有过交集的薇娅,给他发了一条信息,提了一些直播相关的意见,并邀请他来谦寻试试。

那一年,发财30岁。

二代主播逆袭上位

淘宝主播发财(原名高祥)把脸凑近手机屏幕,无数条“某某进入直播间”的消息在眼前滚动,“根本来不及看人名。”他微微坐定,不再弓着腰盯住跳动的弹幕。

这是谦寻旗下首个矩阵号直播间“蜜蜂惊喜社”开播的第一天,百万人瞬间涌入,6名打头阵的主播占据半个屏幕,曾做过主持人、产品专员的发财是其中一位。

第一场直播,观看数很快超过了100万,第二天突破300万,第四天突破1000万,一周年狂欢销售额破亿元。对新人而言,这是不可思议的数据。

3

重拾击碎的自信

而立之年,再次辗转去新的城市“拓荒”,需要勇气。

到了谦寻,发财的第一份工作并不是主播,而是产品专员,从直播电商行业最基础干起,每天忙着选品、测评、接受主播的灵魂质问,了解如何把商品推荐给合适的人,通过商品建立和粉丝的信任。

后来,发财做过薇娅直播间兼职模特,也做过薇娅的助播。耳濡目染中,他开始明白“不从根基上理解直播电商行业,做不了真正的带货直播,这个根基就是货品价值导向、选品推荐的态度以及主播自身的专业素养。”

这段隐于幕后的经历,成了发财抓住机会的绳索。2022年,公司打算筹备一个助播组成的新直播间,名为“蜜蜂惊喜社”,发财成为其中一员。

谈及为什么被选中,发财认为,“我身上都或多或少带有直播浪潮时代的印记,从最强压的环境下出来,见到直播电商最顶峰的样子,也明白背后的付出。”

每次直播都是一场节奏高度紧张的战斗,像大考小考不停地交替洗礼。在这个过程中,发财把曾经碎了一地的自信捡了起来,在直播中一点一点重建。

第一场直播,观看数很快超过了100万,第二天突破300万,第四天突破1000万,一周年狂欢销售额破亿元。对新人而言,这是不可思议的数据。



淘宝主播发财在直播中

4

人火了烦恼来了

谈及收入,发财坦诚地说:“的确比以前多,但没有大家想象的多。”他毫不避讳地说自己想要多赚钱,但赚的都是良心钱,他懂得必须爱惜羽毛,对选品有着严格的标准。走到台前一年多,他的存款并没有如大众想象中爆发式增长。

伴随流量而来的,也有质疑。

一是需要更专业。以发财为例,在做蜜蜂直播间推出的茶文化IP专场“蜜蜂侦探局”时,便受到了一些粉丝的质疑。“蜜蜂惊喜社”账号目前超700多万粉丝,横跨多个年龄层,不少人精于此道,有些甚至是喝了很多年茶的老饕客,有粉丝会直接在弹幕中提到,“主播拿盖碗的姿势都不对”。

发财明白,自己的功课还做得远远不够。每天下播之后,他便“疯狂”学习茶知识,恶补茶文化,也慢慢得到了粉丝的肯定和好评。

二是偶发的“直播翻车”。在直播间演示商品时,一个小小的操作失误都可能引发舆论风波。

“东西在台下演示的时候永远没事,但一上主播台,不可避免地出点意外。”日前,在演示一款不粘锅时,发财在台下试了数遍都成功了,偏偏在台上,鸡蛋直接粘到侧壁上,他默默地将鸡蛋铲下。“但是,我对这款产品是有底气的,它就是不粘。”发财对产品的自信,来自选品时的亲自测验。

5

助播比主播难做

在直播电商这个竞争激烈的战场上,除了传统巨头淘宝直播外,有电商新贵抖音直播,以及异军突起的视频号直播,还有初入直播场域的小红书……平台正面交锋,用不同的“刀法”分割着直播电商这块“蛋糕”。

在后超头部主播时代,曾经的金牌助播琦儿开始独立直播,用个人IP的影响力吸粉;主播朱旺旺也开始声名渐显,在大多数人眼中,她拿到了一出助播逆袭、大女主上位的剧本。

采访中,发财并不赞同所谓“逆袭”的说法。“助播在某种维度上,比主播都难做,要观察粉丝的评论、现场的状态、样品的排布以及主播的状态,同时进行抛梗、接梗,起到穿针引线的作用。”在他看来,如果能当好一个助播,将来一定会是个全能的主播。

当被问及是否期待成为下一个旺旺?发财坦言:“我尽力在能力范围内做到最好,如果有人关注我,我很感恩。”

在被卷入流量漩涡后,发财的生活发生了巨大改变。

一个曾在学生时代稍显佛系的人,进入了最忙碌的行当。很多时候,他来不及规划,来不及想“破圈”。前一天的成功永远是昨天的事情,一觉醒来就不算数了,马上要开始新的一天。行业飞快地变化,排期就在那里,待播的商品堆叠起来,像是一场打不完的“俄罗斯方块”游戏。他会喊累,会放空,也会在深夜突然大脑空白。

“最近有没有小愿望,忙完想干点啥?”采访最后,我们抛出一个问题,他犹豫了一下:“好像没有,我就希望好好睡一觉。”

“时间快到了,走吧!”发财看了眼表,和众人打完招呼后走进电梯。很快,又一场直播要开始了。

据天下网商

淘宝主播发财