

泼天富贵

该用哪种姿势接住？

看看“活力三老头”的成功秘诀

“光头大叔”“帅大叔”“眼镜大叔”这三个大叔都来自成都一家老国货品牌的代工厂，今年9月，为挽救陷入危机的工厂，他们开始尝试电商直播。几乎是一夜间，三位大叔被卷入了一个巨大的“流量场”，从网络的“边缘人”变成“新顶流”。短短3个月收获700万粉丝，也为面临窘境的企业拼出新的生机。



“活力三老头”直播卖货

质朴

没有流畅的带货术

没有剧本，没有水军，也没有催促下单，只有三位大叔面对镜头，开展朴实无华的直播。直播间里，他们被网友亲切称为“活力三老头”。现实中，他们则是活力28代工厂、成都意中的副总经理“帅大叔”胡文忠、总经理助理“眼镜大叔”万仲，以及活力集团的驻厂代表“光头大叔”沈军。

53岁的万仲总在镜头最前面，他是直播间的“常驻主播”，比其他两位大叔出镜更多，人气也最高，被年轻网友们亲切地称为“眼镜大叔”。另一位“光头大叔”是沈军，他已经过了退休年龄，常扮演捧哏的角色。

与直播间动辄上万的人数规模相比，“活力三老头”用来直播的房间仍是老旧且狭小——老式木门上挂着生锈的锁头，开门时会发出“嘎吱嘎吱”的声响；两排长条日光灯管，偶尔因工作时间过长而“罢工”；靠墙的旧沙发与办公桌表面被划痕和污渍覆盖，处处显露出岁月的痕迹。然而，就是在这样简陋又普通的环境，三位大叔迎来了一场“泼天富贵”。

“活力三老头”的故事，要从9月13日说起。那天一早，胡文忠就接到了车间工人的电话，说直播间里突然有了快2000人。“这是个机会。”他想，“应该找人去卖货。”但生产线上的工人都在忙着干活，于是，相对“闲”一点的三位管理层大叔被迫“赶鸭子上架”。

一开始面对镜头，大叔们显得有些手足无措，开口一句“孩子们”，让很多粉丝听了表示瞬间破防。没有流畅的带货话术，大叔们在直播间现学现卖。粉丝们在评论区问什么，他们就答什么，结果越回答人越多。

9月17日，活力28一款产品在直播时搞错价格，胡文忠决定为23万单洗衣粉每单退款10元，没想到这一举动却将直播间送上了热搜。大叔们的懵懂与真诚成了网友口口相传的一个个热梗，短短几天时间，就有上百万网友成为了他们口中的“云股东”，价廉物美的商品也被网友们争相购买，仅“双11”当天的销售额就超500万元。“短短3个月收获700万粉丝，店铺总销售额超1亿元，以前简直不敢想。”胡文忠感慨。

焦虑

烟瘾犯了只能忍着

很少人知道，大叔们鼓起了多大勇气来到镜头前。最初爆火那会儿，沈军只感到惶恐“怕做不好直播”；而万仲在外出购物被店主认出，下意识地选择否认真实身份，急匆匆付钱离开。

刚过去的“双11”，为了跟上电商大促的节奏造势，几个老头还特地统一了装束：褐色条纹衫搭配着西裤，外搭深黑色西装。“西装都是新买的，一千多块钱一套呢！”已经数十年没穿西装的万仲看上去有些心疼。

某种程度上，活力28的几个老头们有着强烈的紧迫感，而这来源于他们取得的共识——过去取得的一切不可复制，“天时、地利、人和造就了这个直播间。”如果再来一次，未必还能这样走红。

已经过退休年龄的沈军，仍强迫自己背下一堆违禁词，甚至有时烟瘾犯了也得忍着，“下播了再赶紧抽几根”。万仲最近搞清了直播的底层逻辑，类似数据分析、点赞评论对人气和停留的影响，他总在嘴上说出“粉丝画像”等专有名词，时不时分析起账号粉丝年龄层、地区等比例。

不管是三个老头直播账号后台，还是沈军、万仲的个人账号都被热情的粉丝“占领”。万仲的个人邮箱每天都收到各种“热心邮件”，内容涵盖直播内容、时长，上货选品、售后等建议，甚至还有求职简历。

走红后，沈军拒绝意中提供顾问身份的工资，认为活力还有一线生机。几个月没回重庆老家的万仲，同样耐着性子在镜头前，一坐就是六七个小时。

相比之下，胡文忠则面临着更多的考验。作为活力集团成都代工厂的负责人，胡文忠以中间者的身份，代替活力集团完成了许多原本应由品牌方完成的工作。在倒闭风波时，为了继续生产产品，他跟十几家供应链重新谈判，恢复并保持生产；直播间走红后，他负责保证供应，及时跟进并梳理产能。

就在前不久，胡文忠还找了外包团队，帮忙以成都意中的名义申请注册了“三个老头”和“两个老头”商标。

“每天能抽完整整两包烟，过去并不会这样。”胡文忠坦言压力很大，走红固然是好事，但他现在感受到前所未有的焦虑。

“保鲜”

必须用质量换流量

面对突然涌现的流量，三位大叔从最早的手足无措，到如今的得心应手，他们对拯救品牌和工厂也有了更多信心。随着线上销售趋于稳定，他们正在抓紧恢复线下供应。除此以外，产品质量更是大叔们坚守的底线。自网络暴火以来，意中工厂已经完成了三次质量提升。

但直播江湖的残酷是无差别的。相比前两个月，直播间流量下滑变得越来越明显，三位大叔的直播间每天在线同步观看人数，从超过10万人下降到只有八九千人，每场直播的销售数据也在下滑，甚至不断刷新新低。

流量红利正在逐渐消退。在外界看来，三个老头的当务之急应是如何将这波流量有效留存。

胡文忠表示，供应链优化后，就有能力和钱来支撑质量的提升，要留住现在的局面还是用质量换流量。为了企业的长远发展，在电商平台开新店，同时线下的客户也要稳定开发，用线上带动线下销售，目前效果很好，线下代理的生意也挺好的。同时我们也请经营股东决议，增加了直播中控、文案、拍摄剪辑这些职位。还不停地搞一些活动回馈大家，实现和“云股东”的双向奔赴。“这个成就不是我们团队做出来的，直播间也是700多万粉丝推着走的，我们很多决定都是粉丝做的，在我们左右不定的时候，他们给我们拿方向。”

万仲则表示，这是团队作战，我们只是站在前面唱戏而已。



工人们正在加紧打包发货

对话

“活力三老头”的成功经

近日，中央广播电视总台中国之声《新闻有观点》对话了“活力三老头”中的“眼镜大叔”万仲、公司副总经理“帅大叔”胡文忠，看看大叔们如何用直播挽救企业。

以真诚交换良善

用三个月的时间把代工厂变成品牌的有生力量，这是一种什么感受？

万仲：对这个品牌留在市场上贡献了一份力量，但其实这不是我们“三老头”的功劳，我们只是开个直播间而已，更多的是700多万“云股东”的功劳，是他们那份善良和热情把这个品牌留住了。

之前直播结束后直接离开镜头、关门就走让人印象深刻，现在还是这样吗？

万仲：现在不会了。这个软件是我开播前几天才下载的，刚好我是总经理助理，平时闲一点没什么事，刚开播的时候没有直播的人，我就被临时抽调过去。我去了过后不知道直播的开关在哪里设置，都是让别人来开和关，结果那天那个人下班了，我们要下播没办法关，就只有走掉了。

在直播间中哪些内容说得最多？

胡文忠：我们更多是跟粉丝互动，共同探讨粉丝感兴趣的。有时候还会把我们在生活、工作中的一些经验跟他们交流，也包括对有些事情的看法。

用品质留住客户

从传统企业的管理人员到电商直播带货，身份的剧烈转变有没有改变你的经营理念？

胡文忠：没有，如果把整个销售都寄托在电商上的话，它总有热度的降低的时候，我们做实体做代加工还是以客户为准。但是我们也想把这一波流量留住，我们的想法跟一些电商平台的做法可能有点不一样，更多的是想把产品做好，用品质来留住客户。

比起一时的热度，您更希望收获长久和稳定的发展状态？

万仲：对，价格也一定要供到。市场上不缺好产品，有些产品不是高科技的东西，你能做东西我也能做，市场上有很多类似的牌子，包括国外品牌。实际上它们的质量是好，但是商品溢价过高，我们追求的是高性价比。

综合九派新闻、央视新闻、央广网等