



“90后”新农人张蕊在大棚里直播带货

“秀场模式”降温 直播带货忙转型 颜值转向价值

今年前10个月，全国直播销售额超过2.2万亿元。按照目前7.65亿直播用户规模计算，平均每个用户一天就要在直播间里消费9.6元。

网络直播带货的兴起，活跃了消费市场，丰富了文化生活，与此同时，“低俗炒作”“数据造假”等现象也引起热议。如今，随着网络技术迭代、行业规范实施和用户习惯改变，过去的“秀场模式”开始降温，直播行业步入转型期。

现象 今年没有新晋顶流

2023年即将过去，你还记得哪些火遍互联网的新晋网红？

是素人网红代表：靠一首“挖呀挖呀挖”吸粉百万的美女幼师黄老师；今年夏天再次翻红的“中老年顶流”秀才、一笑倾城；10月份爆火不到一个月即“塌房”的于文亮；这两天刚刚走红的70后中年男人“闻神”？

还是平台力捧的明星代表：小红书年初的现象级带货人董洁、双11“新宠”主播章小蕙、最近火起来的明星达人吴昕？或是那些老网红：去年火出圈、今年闹出“小作文风波”的董宇辉；先后陷入79元眉笔事件和控价风波的带货顶流李佳琦；最近再谈“流量下滑”的健身顶流刘畊宏；与公司产生纷争、停更两年多的“中国风”顶流李子柒……

数据不会骗人，老网红的热度难逃降温的命运，今年的新网红更是“出道”即巅峰，因种种原因没能火到年底。

2023年脱颖而出的网红，普通人占绝大多数，但被流量选中的草根网红，同时暴露出一个共性：极易翻车。黄老师因为“挖呀挖”风潮吸粉百万，但也因歌曲版权问题、靠直播打赏收百万礼物等等，陷入争议。一度引发跨年龄圈层讨论的秀才，结局就更令人唏嘘了。他和一笑倾城的变现，都是靠粉丝直播打赏和刷礼物。9月，秀才账号被封，封号原因与涉嫌税收违法有关。一笑倾城自8月20日开始停更，11月起再度更新，短视频风格没变，但热度不及几个月前的十分之一。

市场 行业泡沫正在消退

今年“双11”电商购物节落幕后，音乐主播胡婷关掉了自己的直播间。为了这个决定，她纠结了近两年。

“都说直播是‘风口’，但风从没吹到我这里。做主播两年了，直播间最多也就几十个人。”胡婷向记者诉苦：今年“双11”，她只卖出6单商品。

长期不见起色的原因是什么？胡婷认真总结过。“年轻人做直播，主要因为门槛低、来钱快。但是，市场形势已发生改变。”胡婷说，现在主播太多了，不是谁颜值高就流量大，专业主播都是受过培训的，没有核心竞争力，连在平台露脸的机会都没有，“以前是看脸吃饭，现在是看脸色吃饭。当网红，也要有实力。”

行业数据印证了胡婷的感受。目前，中国直播行业从业人数已经超过1000万人，主播账号累计开通超过1.5亿个。不计其数的直播间，真正能走进观众视野的风毛麟角。

除了激烈的竞争态势，观众的审美疲劳和不信任感也是直播从业难度增大的原因。

“秀场直播”的主要盈利模式是用户打赏。调查显示，收看直播时付费打赏的用户比例为21.4%。为了诱导打赏，直播间里频频出现恶意炒作、刻意炫富、低俗表演等现象。刷量造假、数据掺水的情况不在少数。

“辅助上热门”“代刷播放量”“10元暴增人气值”……记者打开某电商平台搜索“直播打赏”“直播推广”，搜索结果中不乏各种价位的引流、话术、刷单服务，甚至直播间在线人数也可以“秒升”。

据业内人士透露，一些直播平台的显示在线人数和真实在线人数大约相差20倍。1万人的观看数据，实际在线人数可能只有500人。“你在直播间里看到的天价打赏，很多都是请来的托，用来吸引虚荣攀比的粉丝打赏。”

“电商直播”也因“虚假刷单”“低俗带货”等诱导消费套路广受诟病。中国消费者协会公布的数据显示，2023年上半年受理的60多万件投诉中，直播行业成为重灾区，包括“低价引流”“珠宝骗局”“虚构夸大商品原价”等行为，让消费者叫苦不迭。



主播正在当地的电商产业节上直播带货

新华社发

纵深

内容优质才能长红

随着直播市场渐趋饱和，“秀场模式”开始降温，不少平台已意识到发展动能不足，开始拓展赛道。

抖音直播平台把扶持优质内容作为主要方向，戏曲、民歌、民乐等传统文化与健身、旅行等潮流文化，成为直播内容的主流形式。

“直播已经和文化传播、知识分享、非遗等内容较好地结合在一起，多样化的高质量内容推动着直播行业稳定增长。”抖音直播一名负责人向记者提供了一组数据：过去一年，抖音平台进行了超过10亿场直播，戏曲、民乐、历史、科普等领域的主播数量增长速度较快，其中，非遗类主播数量同比增长61.72%，用户观看非遗类直播内容的时长同比增长141.97%。

打开“太极琴侠”直播间，一阵悠扬婉转的二胡声飘入耳畔。这是二胡演奏家陈军的新舞台。陈军生于二胡世家，祖孙四代都从事二胡演奏。在直播间，陈军不仅演奏《赛马》《弦语》等经典作品，也会为用户演奏一些时下流行的歌曲，获得不少年轻粉丝共鸣。“这些直播证明，古老民乐也可以跟年轻人玩到一起。”陈军说。

浙江省衢州市非遗泥塑传承人徐远渭，17岁就开始捏泥人。如今他已经是一名拥有百万级粉丝的“网红”，每次直播，都有上万人围观。“我捏的不是泥巴，而是记忆和情感，通过直播这种形式，传承之路宽了，传统非遗活了，我作为手艺人，自豪感也在不断增强。”徐远渭说，“直播拉近了网友与非遗文化之间的距离，老手艺的传承找到了新方向。”

天文、历史、自然、健康等知识科普类直播的受关注度也持续增强。《北斗系统的建设与发展》《中国古代政治与文化》《论语导读》等高校公开课受到数以千万计的用户关注，越来越多的用户选择通过直播间学习和分享知识，直播成为知识普惠的重要平台之一。

专家表示，网络直播平台的竞争已进入内容为王的“下半场”。未来，直播将更广泛地应用在人们生活、工作、商务等诸多领域，进一步引领互联网流量入口端的变革，网络直播并非单一的“网红经济”，最终要靠优质内容生存。

相关

日入840万元 “闻神”还能火多久？

新晋网红“闻神”闻会军靠三个抖音账号起家：早上，他是驾校教练；中午，他是跳搞笑舞蹈、土味舞蹈的“闻神”；晚上，他是用来发自拍照和emo文案的“闻会军”。

根据新抖数据，其主账号“闻神”的粉丝数已经从12月16日的28.8万上涨到了12月25日的约476.9万，获赞近3500万次。其主账号“闻神”自12月18日爆火后的6场直播，场均观看人次达到2498.8万人次。

当然，最让人震惊的不是这些数据，而是他的变现能力。

在流量最盛的12月18日，闻会军曾趁热打铁在“闻神”账号开了两场直播。有网友统计，直播中，闻会军共收到了6000个嘉年华，单个嘉年华税后收入为1400元，也就是说闻会军一天的税后收入就达到840万元。值得一提的是，这些收入只是“直播”，不是“直播带货”。

“日收入840万”迅速发酵，随即互联网中出现了另外一个录屏视频。视频中“闻神”账号的后台显示，该账号余额超过1个亿。

观察闻会军的粉丝画像，不难发现，他的粉丝大多数是18岁—23岁的男性，与此前火爆出圈的于文亮的粉丝画像高度一致。

闻会军迅速走红的另一个重要原因，应该是平台的引流推广。实际上，平台可以通过或强化用户互动，或精准推送等方式，对相关创作者进行推广，使其在短时间内覆盖更多的用户。

刚刚爆火的闻会军，同“出圈”后又逐渐归于沉寂的于文亮一样，都属于在短视频平台的流量加持下，被无意中制造出来的现象级“普通人网红”。由于走红速度堪比乘坐火箭，加之看起来不具备长期推手，即使是加入朋友圈传播链条的参与者，也很难晋升成顶流。

综合人民网、界面新闻、盐财经

